



Präsentieren wie Alfred Hitchcock

Michael-Moesslang: Überzeugen Sie durch Spannung

„Langweilig“ – mit diesem Begriff lassen sich viele Präsentationen im Business-Alltag beschreiben. Sogar Präsentationen vor Kunden bleiben meist nicht verschont. Doch es gibt Abhilfe. Michael Moesslang, der „Hitchcock der Präsentation“, Speaker, Trainer und Coach, analysiert in seinem Buch „So würde Hitchcock präsentieren – Überzeugen Sie mit dem Meister der Spannung“, wie Sie die Methoden, Techniken und Tricks des „Master of Suspense“ für Ihre Präsentationen übernehmen können.

Spannung entsteht durch Ungewissheit. Schafft es der Held, das Böse zu besiegen? Und wenn, wie? Hat in „Psycho“ wirklich die alte Mutter Marion Crane erstochen? Oder kann Norman Bates entlarvt werden? Entkommen Melanie Daniels und Mitch Brenner den wiederholten Angriffen der Vögel? Wird Bodega Bay, Schauplatz von „Die Vögel“, jemals wieder friedlich sein? Ist Roger Thornhill in „Der unsichtbare Dritte“ ein Spion oder doch unschuldig und Opfer einer Verwechslung? Steht Eve Kendall zu ihm oder ist sie Komplizin der Bösen? Ungewissheit schafft den Reiz.

Ungewissheit lässt uns mitfiebern

Der Mensch ist von Natur aus neugierig. Und sei es nur, dass er eine Bestätigung für das sucht, was er längst erahnt. Denn anders als in klassischen Krimis weiß oder ahnt bei Hitchcock der Zuschauer etwas. Der englische Fachbegriff für Krimi ist Whodunit, eine Verballhornung von „Who has done it?“ – wer war der Mörder? Eine viel tiefer gehende Spannung entsteht jedoch in Suspense-Stories, wie sie Hitchcock so vollendet präsentierte. Bei Suspense hat der Zuschauer einen gewissen Wissensvorsprung vor dem Pro-

echte Dramaturgie entwickeln. Das sieht anfangs kompliziert aus, doch nach ein wenig Übung gelingt es relativ einfach.

Spannung erzeugt Aufmerksamkeit

Menschen können stundenlang mit Begeisterung Filmen zusehen und dabei stets aufmerksam mitfiebert. Bei Präsentationen kämpfen sie dagegen oft nach wenigen Minuten mit dem Schlaf. Die Gründe dafür sind einfach: Der Stoff ist langweilig aufbereitet, die Folien sind voll Text, der vorgelesen wird und das womöglich noch mit monotoner Stimme und wenig Körpersprache. Spannung, Begeisterung und Aufmerksamkeit entstehen so nicht. Dabei ist es gerade Spannung, die Sie als Präsentierender nutzen können, um Ihr Publikum in den Bann zu ziehen.

Eine Dramaturgie à la Hitchcock wird immer nach dem selben Muster gestrickt: Im ersten Akt, dem Setting, werden Figuren, Schauplätze, Zusammenhänge und dergleichen eingeführt. All das, was der Zuschauer braucht, um die Handlung zu verstehen und zu ahnen, wie der Film ausgehen muss. In der Präsentation ebenso: Die Zuhörer werden auf den notwendigen Stand gebracht. Mit einem Plot Point (Wendung) beginnt der zweite Akt. Der Plot Point stört die noch heile Welt des Settings, indem ein Konflikt entsteht. Bei Hitchcock ist das ein Mord, eine Verwechslung oder der plötzliche Angriff von Vögeln. In Ihrer Präsentation entsteht der Konflikt durch einen unerfüllten Bedarf Ihres Kunden, durch veränderte Marktbedingungen oder durch einen Erfolg des Wettbewerbers Ihres Kunden. Auch wenn der Konflikt Ihrem Publikum bekannt ist, malen Sie ihn mit all seinen Folgen aus.

Ein Held kämpft für die Lösung

Jeder Film hat zudem einen Helden (Protagonist). Der Held versucht die Lösung des Konfliktes zu erreichen. Je nach Situation kann der Held Ihr Kunde, Ihr Produkt, Sie selbst oder ein Dritter sein. Im zweiten Akt, der Konfrontation, versucht der Held nun die Lösung zu erreichen. Dabei muss Ihrem Publikum bereits klar sein, welche

Lösung er anstrebt. Das Wie dagegen ist nicht so einfach. Im Film gibt es zahlreiche Fehlversuche, denn eine zu einfache Lösung hat wenig Wert und birgt wenig Spannung. Jeder Fehlversuch führt zu einem neuen Problem, sei es weil er scheitert oder weil er durch das Gelingen neue Probleme erzeugt.

In "Der unsichtbare Dritte" wird Cary Grant mit einem Spion verwechselt und entführt. Er entkommt den Entführern nur, indem er etwas anstellt und so verhaftet wird. Nun ist er zwar die Entführer los, doch die Polizei ist sein nächstes Problem. Um seine Unschuld zu beweisen, spricht er mit einem Politiker. Als dieser ermordet wird, gerät Cary Grant wieder in Verdacht. Natürlich gerät er in weitere Turbulenzen, bis er letztlich seine Unschuld beweisen kann.

Cary Grant bleibt der Held, dem immer Neues widerfährt. Wäre der Film spannend geworden, wenn ihm die Entführer gleich geglaubt hätten, dass er nicht der Spion ist? Der Zuschauer weiß dabei stets etwas mehr. Als Eva Marie Saint ins Spiel kommt, glaubt der Zuschauer zu wissen, dass sie ihm eine Falle stellt, dass sie mit den Entführern unter einer Decke steckt schließlich gerät er durch sie in weitere Probleme. Doch gehört sie wirklich zu den Entführern – oder ist sie unbeteiligt oder gar selbst Spionin? Diese Ungewissheit erzeugt Spannung und hält den zweiten Akt am Laufen.

Auch in Ihrer Präsentation können Sie mit Lösungsversuchen arbeiten. So stellen Sie beispielsweise Ansätze des Wettbewerbers oder Ansätze, die aus bestimmten Gründen nicht realisiert werden sollen, als gescheitert dar. Und werten ganz nebenbei Ihre echte Lösung auf.

Der dritte Akt führt zum Höhepunkt

Wenn der Held immer wieder scheitert, kann er nicht aus heiterem Himmel gewinnen. Sonst wäre er entweder blöd gewesen, nicht gleich das Richtige zu machen, oder plötzlich unerklärlich erstarkt. Die ideale Lösung ist ein Impuls von ►



tagonisten. Hitchcock selbst definierte das so: „Wenn eine versteckte Bombe unter einem Tisch, an dem mehrere Leute frühstücken, plötzlich explodiert, ist dies ein Schreck und unterhält 20 Sekunden lang; wenn der Zuschauer die Lunte jedoch lange brennen sieht und die Figuren nichts davon ahnen, ist dies Suspense und fesselt fünf oder zehn Minuten lang.“ Denn dadurch entsteht Ungewissheit: Explodiert die Bombe oder wird sie rechtzeitig entdeckt? Auch in Ihren Präsentationen können Sie die Lunte lange brennen lassen, wenn Sie es geschickt anstellen und eine



Michael Moesslang: „Der Mensch ist von Natur aus neugierig.“

außen, eine kleine Hilfe, die es dem Helden ermöglicht, zu gewinnen. Das kann eine Information sein, ein Helfer oder ein Instrument. Bei Ihrer Präsentation kann es Ihr Produkt sein. Oder, wenn der Kunde der Held ist, sind Sie der Impulsgeber, der ihn zum wahren Sieger macht. Ist dieser Impuls präsentiert, steuert der Held direkt auf die Lösung des Konfliktes hin. Der Impuls ist der zweite Plot Point und leitet den dritten Akt, den Abschluss, ein. Ein letzter Kraftakt, z. B. eine Flucht über die Präsidentenköpfe am Mount Rushmore, und dem Höhepunkt steht nichts mehr im Wege. Ein Film kann direkt nach dem Höhepunkt zu Ende sein. Bei Ihrer Präsentation müssen Sie oft noch Einzelheiten klären – Aufgaben, Preise, Termine – und so rückt der Höhepunkt etwas weiter nach vorne.

Überraschungen wirken zu kurz

Da ja die Ahnung des Publikums den wahren Nervenkitzel erzeugt, wäre es wenig wirkungsvoll, einen unerwarteten Höhepunkt überraschend zu präsentieren. Das entspräche der Bombe, die plötzlich explodiert. Nein, das Publikum ahnt, welche Lösungen möglich sind und weiß nur noch nicht, welche es sein wird. Denn nur so entsteht der Prozess des Mitdenkens und -fühlers, der so wichtig ist. Ein idealer Höhepunkt kann

durchaus ein unerwartetes Ende bringen, doch muss er für den Zuschauer logisch nachvollziehbar sein. Ihr Publikum ahnt, dass Sie noch eine Lösung präsentieren, ohne zu wissen, welche. Präsentieren Sie ein Produkt, dessen Highlight eine bestimmte Neuerung ist, so kündigen Sie



Michael Moesslang: „Nicht nur Dramaturgie ist entscheidend für einen erfolgreichen Film, auch die Kunst der Darsteller.“

also mehrmals vorher an, dass es eine Neuerung gibt. Welche, verraten Sie natürlich erst am Höhepunkt.

Darsteller spielen mit Emotion

Nicht nur Dramaturgie ist entscheidend für einen

erfolgreichen Film, auch die Kunst der Darsteller. Hitchcocks erste knapp 30 Filme entstanden noch in der Stummfilmzeit und etliche seiner Filme sind adaptierte Theaterstücke. Beides prägte seinen Stil. Vor allem waren Dialoge nie so wichtig, wie beispielsweise schauspielerische Ausdrucksformen. In einigen Szenen hat er sogar bewusst Dialoge durch Lärm übertönen lassen, sodass die Körpersprache alleine dem Publikum die Botschaft übermittelte. Das sorgte nicht nur für zusätzliche Spannung, das zeigt auch, wie wichtig die nonverbale Kommunikation ist.

In seinen Vorträgen und Seminaren legt Michael Moesslang deshalb auch auf beides Wert: eine spannende Aufbereitung des Themas und eine lebendige Körpersprache und Sprechweise. Eine spannende Präsentation wirkt nicht, wenn sie monoton vorgetragen wird.

Ein Schlüssel zu lebendiger und wirkungsvoller Vortragsweise ist dabei die Emotion. Ein Schauspieler lernt nicht bestimmte Gesten, er durchlebt die entsprechenden Emotionen im Moment des

Spiels. Nutzen Sie genau das in Ihren Präsentationen: Emotionen, die Sie empfinden und die Ihr Publikum empathisch miterlebt, überzeugen mehr als jedes Argument. Dramaturgie und Ausdrucksweise: Präsentieren Sie nur noch spannend wie Hitchcock! ■