

Richtig & gut präsentieren

Present like a professional



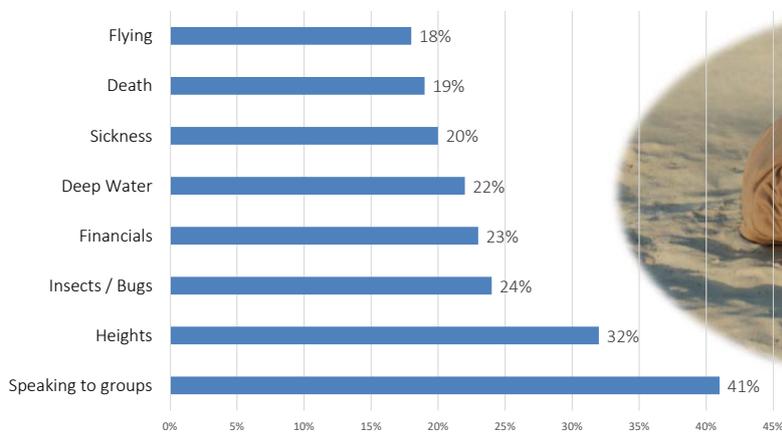
November 2018

Institut Entrepreneuriat & Management
Institut Unternehmertum & Management

© Dr. Serge Imboden, HES-SO



Deine Top-Ängste?



<http://galland.blogspot.ch>, 2011)

© Dr. S. Imboden



Agenda

1. Einleitung
2. Das CSC-Prinzip für professionelle Präsentationen
3. Do's & Don'ts
4. Die Körpersprache als wichtiges Kommunikationsmittel
5. Fazit

Gute Präsentationen sind entscheidend

- Präsentationen sind heute neben E-Mails de facto der **Standard** in der geschäftlichen Kommunikation
- Weltweit werden täglich schätzungsweise **250 Millionen** PowerPoint-Präsentationen erstellt
- Präsentationen geben die Möglichkeit, auch komplexere **Zusammenhänge zu visualisieren** und damit zugänglicher zu machen

Gute Präsentationen beflügeln deine Karriere

- Werden sie gekonnt und gezielt eingesetzt, können sie nicht nur Kunden begeistern, sie werden von Entscheidern auch als Beweis für **Managementfähigkeiten** gesehen und können damit **Karrieren beflügeln**
- Umgekehrt kann eine einzige schlechte Präsentation ganze Geschäfte platzen lassen oder die **berufliche Entwicklung hemmen**

(www.strategy-compass.com, 2018)

Don'ts





Agenda

1. Einleitung
- 2. Das CSC-Prinzip für professionelle Präsentationen**
3. Do's & Don'ts
4. Die Körpersprache als wichtiges Kommunikationsmittel
5. Fazit

Professionell präsentieren mit dem CSC-Prinzip



Content (Inhalt)

Great presentations start with content

Simple (Einfach)

Great presentations are easy to understand

Captivating (Spannend)

Great presentations are fun



Agenda

1. Einleitung
2. Das CSC-Prinzip für professionelle Präsentationen
- 3. Do's & Don'ts**
4. Die Körpersprache als wichtiges Kommunikationsmittel
5. Fazit

Great presentations start with content

Content: Inhaltlich getriebene Präsentationen sind...



- **Relevant:** Was ist für mein Publikum wesentlich und bedeutsam?
- **Gewinnend:** Wie kann ich mein Publikum zum Handeln motivieren?
- **Lehrreich:** Was soll mein Publikum lernen?

www.mentimeter.com, 2018)

Überzeuge dein Publikum (Content, Content, Content)

Do's



1. Sprich über was du **wirklich kennst** und verstehst («aus dem Vollen schöpfen»)
2. Recherchiere intensiv und benutze verschiedene Quellen (**valide** Ergebnisse)
3. Brauche nur diejenigen Inhalte, die für das Publikum **gehaltvoll/relevant** sind
4. Sprich **zielgerichtet** und beginne nicht bei «Adam und Eva» (aufs Wesentliche konzentrieren)
5. Gib die **Quellen** präzise an (fairplay)

Eine eingehende Literaturrecherche ist das A & O

Don'ts



1. **Verifiziere deine Quellen:** zitiere nicht einfach aus einem Wikipedia Artikel (oder anderen Internet Seiten)
2. Sprich nicht zum Publikum, weil **du dich gerne sprechen** hörst
3. **Ermüde** dein Publikum nicht mit unendlichen **Ausschweifungen**
4. Verwende Bilder nicht für **dekorative Zwecke**
5. Übernimm nicht **«alte Präsentationen»**

Great presentations are easy to understand

Simple: Einfache Präsentationen sind...



- **Kurz & prägnant:** KISS-Prinzip (Keep it Short and Simple)
- **Luftig:** Überladene Folien sind für das Publikum ermüdend
- **Visuell attraktiv:** Bilder sagen mehr als tausend Worte
- **Kernig:** Eine Kernaussage pro Folie

Die Navigation hilft den «roten Faden» zu bewahren



AGENDA EINLEITUNG METHOD. VORGEHEN RESULTATE FAZIT

AGENDA

- Einleitung
- Methodisches Vorgehen
- Resultate
- Fazit



2

Wenn immer möglich Abbildungen verwenden



Investitionen mit Chancen und Risiken

Chancen der Investition

- Bessere Qualität
- Mehr Kapazität
- Niedrige Stückkosten
- Geringeres Ausfallrisiko

Risiken der Investition

- Höherer Kapitaleinsatz
- Technisches Risiko
- Geringere Auslastung
- Schulung erforderlich



Chancen

- Bessere Qualität
- Mehr Kapazität
- Niedrige Stückkosten
- Geringeres Ausfallrisiko

Risiken

- Höherer Kapitaleinsatz
- Technisches Risiko
- Geringere Auslastung
- Schulung erforderlich

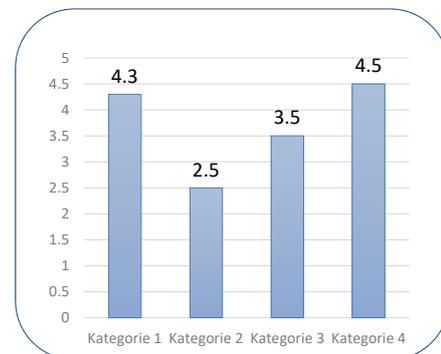
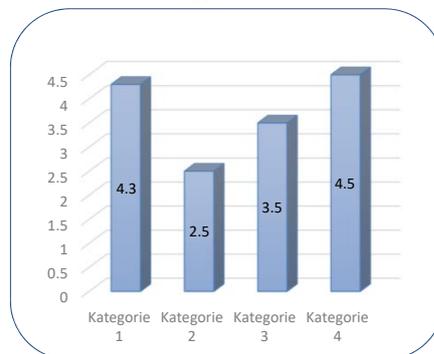
(www.strategy-compass.com, 2018)

© Dr. S. Imboden

Hes-so VALAIS WALLIS

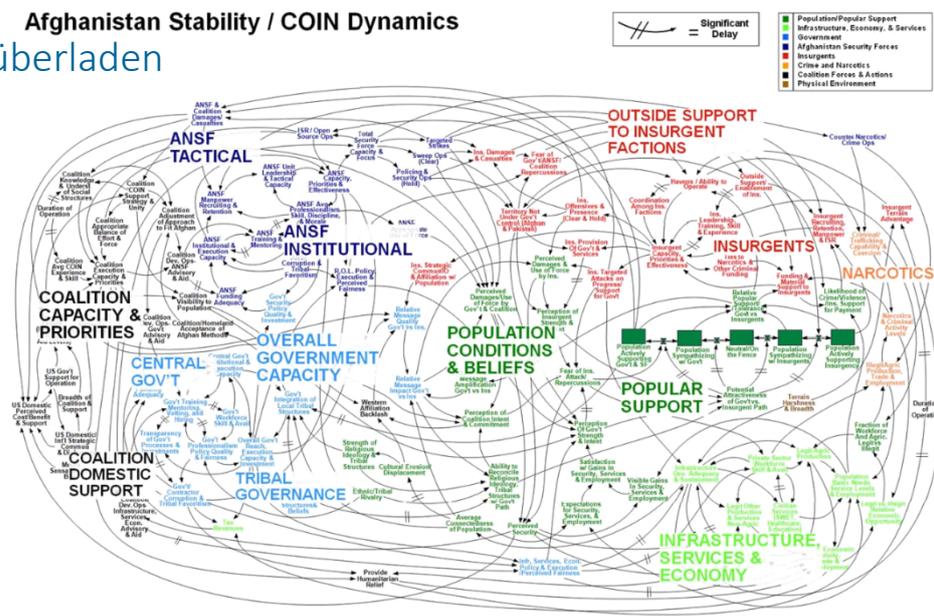
17

Grafikelemente möglichst einfach gestalten



Afghanistan Stability / COIN Dynamics

Folien nicht überladen



WORKING DRAFT - V3
(New York Times, 2009)



STRATEGIES - MESURES - PROJETS		ETRE		DOT	ANNEE	PROG	STAT	DEFINITION	DEBUT	FIN
VISION	1	20	20	67%		X				
	2	0	9	0%		X				
	3	1	12	83%						
	4	0.5	0.9	56%						
	5	90%	90%	90%						
	6	0%	100%	0%		X				
	7									
	8									
	9									
	10									
MISSION	1									
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	7									
	8									
	9									
	10									

Strategien

Massnahmen

Projekte

Vision

Projets	Prio	Qui ?	Début	Fin
Elargissement du concept Business Experience à la HES-SO	1	PEA/MOB	01.03.2014	31.12.2014
Créer conseil économique	3	DG		
Créer conseil économique	1	SCL/MOB	01.03.2014	31.12.2014
Concept marketing HFG (cf. projet p8 DG)	3	MOB		
Visibilité travaux scientifiques (intégrer dans projet D5)	2	TRO	01.03.2014	31.12.2014
Créer un concept campus (CF. projet DG p. 29)	1	WAD	01.03.2014	31.12.2015

Animationen sparsam einsetzen



Don'ts

Animationen

- Animationen sollten im Allgemeinen **vermieden** werden. In der Praxis werden Animationen zumeist eingesetzt, um Präsentationen „aufzupeppen“
- Dies ist **kontraproduktiv**, da nicht nur kein Mehrwert für das Verständnis entsteht, sondern auch noch eine zusätzliche Ablenkung erzeugt wird
- Sie sollten daher stets sehr **sparsam** mit Animationen umgehen



Great presentations are fun

Captivating: Spannende Präsentationen sind...



- **Packend:** Langweile dein Publikum nicht!
- **Zielgerichtet:** Auf die Ziele fokussiert
- **Klare Botschaften:** Was soll das Publikum mit nach Hause nehmen (Home take message)?
- **Aktivierend & humorvoll:** Beziehe dein Publikum ein

Gewinne dein Publikum

Do's



1. Mach einen spannenden und überraschenden Einstieg
2. Strukturiere und organisiere deine Präsentation
3. Sei präsent (Stimme, Mimik, Gestik)
4. Interagiere mit deinem Publikum
5. Sei kreativ und humorvoll (have fun!)
6. Mach einen starken Schluss (Fazit)

Je höher umso wichtiger



Die Hauptbotschaft steht im oberen Drittel

Navigation

Weitere Informationen

Nummerierung

Logo

1 2 3 4 5 Do's & Don'ts

© Dr. S. Imboden

Hes·SO VALAIS WALLIS

25

Den «rote Faden» nicht verlieren



Take home message

Verständlich

Logische Abfolge

Klare Ziele

1 2 3 4 5 Do's & Don'ts

© Dr. S. Imboden

Hes·SO VALAIS WALLIS

26

Struktur einer «klassischen» Präsentation



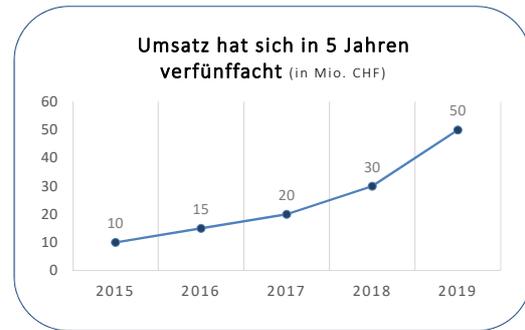
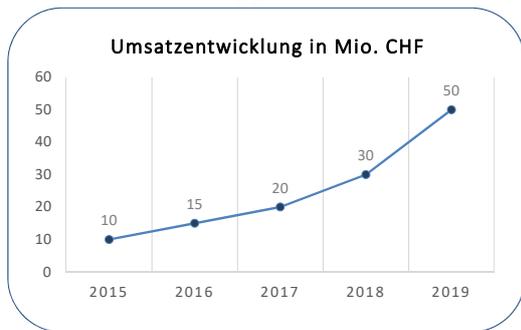
1. Titelblatt
2. Agenda (max. 5 - 7 Punkte)
3. Einleitung (Ziele, Methodik, Kontext)
4. Hauptteil
5. Fazit
6. Bibliographie

Struktur einer wissenschaftlichen Präsentation



1. Titelblatt
2. Agenda (max. 5 - 7 Punkte)
3. Einleitung (warum Thema gewählt, Ziele/Hypothesen, Problematik der Arbeit, Abgrenzung der Arbeit, Probleme)
4. Methodisches Vorgehen (z.B. Fragebogen, Interview, ein Modell etc.)
5. Hauptteil: Resultate (was ist der Befund meiner Arbeit? welches sind die Handlungsempfehlungen?)
6. Fazit
 - wissenschaftliches Fazit (Ziele erreicht? Erkenntnisse (+/-)? Ausblick?)
 - persönliches Fazit (Schwierigkeiten, was mir gefallen hat? persönliche Statements)
7. Bibliographie

Dynamische Titel (action titles) = Die Kernbotschaft im Titel



Verliere dein Publikum nicht!

Don'ts



1. Lese nicht von den Folien ab
2. Nicht sitzende präsentieren, Hände nicht in Hosentasche
3. Drehe den Rücken nicht zum Publikum
4. Verstecke dich nicht hinter dem Bildschirm oder Pult
5. Bleib nicht immer am selben Ort stehen
6. Sprich nicht zu schnell

Es muss nicht immer nur PowerPoint sein

DEATH BY POWERPOINT



Kennst du weitere Präsentationsmöglichkeiten

Insert Web Page

This app allows you to insert secure web pages starting with <https://> into the slide deck. Non-secure web pages are not supported for security reasons.

Please enter the URL below.

<https://>

Note: Many popular websites allow secure access. Please click on the preview button to ensure the web page is accessible.



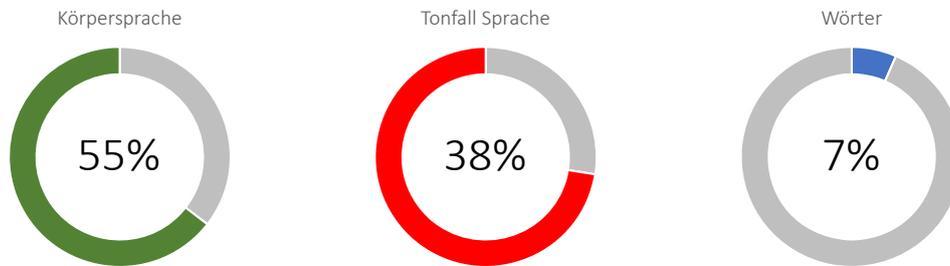
Agenda

1. Einleitung
2. Das CSC-Prinzip für professionelle Präsentationen
3. Do's & Don'ts
- 4. Die Körpersprache als wichtiges Kommunikationsmittel**
5. Fazit



Es braucht 7 Sekunden um eine Person beim ersten Treffen einzuschätzen

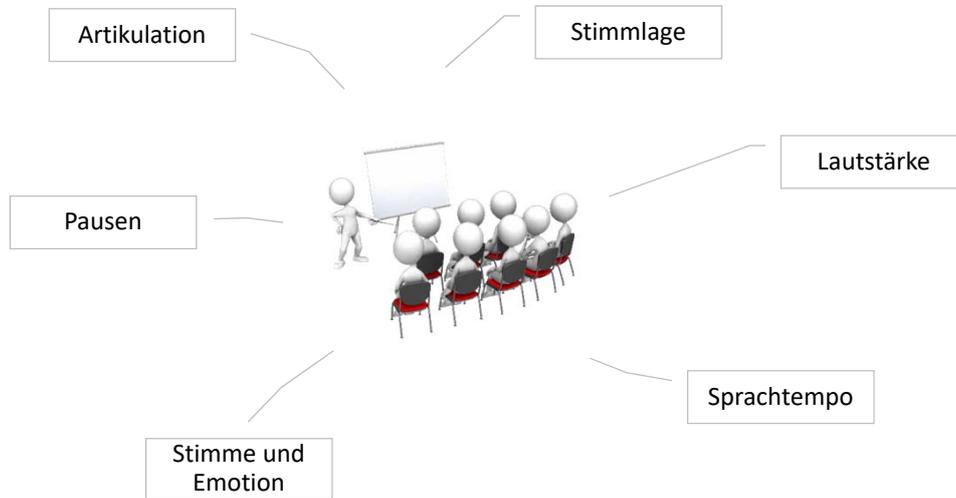
Die Körpersprache wirkt zentral



Present like Steve Jobs



Es gibt viele Ausdrucksmittel in der verbalen Kommunikation



www.strategy-compass.com, 2018)

Der Blickkontakt ist das wichtigste Kommunikationsmittel



Es gibt verschiedene Ausdrucksmittel in der nonverbalen Kommunikation

- Körperpräsenz
- Gestik
- Mimik
- Blickkontakt
- Atmung
- Sicherer Stand



(www.strategy-compass.com, 2018)

Steve Balmer, Microsoft



<https://www.youtube.com/watch?v=l14b-C67EXY>

Prepare & Practice

Ursachen von Lampenfieber



Was tun gegen Lampenfieber ?

1. Vorbereiten, vorbereiten, vorbereiten (Prepare & Practice)
2. Kurzer Spaziergang vor dem Auftritt
3. Ruhig atmen (Herzfrequenz)
4. Stichwörter auf Karten festhalten
5. Blickkontakt mit sympathischen Personen im Saal
6. Interaktion (z.B. Frage stellen)
7. Rhetorik Training



Ein Glas Wasser mitnehmen (hilft gegen «Mundwüsten»)



Prepare & Practice





Agenda

1. Einleitung
2. Das CSC-Prinzip für professionelle Präsentationen
3. Do's & Don'ts
4. Die Körpersprache als wichtiges Kommunikationsmittel
- 5. Fazit**

Prepare, Practice and Have Fun



Content

Die Frage ist nicht, was will ich präsentieren, sondern was will das Publikum hören?

Simple

Eine professionelle Präsentation ist einfach und verständlich

Captivating

Nur für den Zuhörer relevante Präsentationen überzeugen



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Hes·so VALAIS WALLIS
 Hochschule für Wirtschaft & Tourismus
 Dr. Serge Imboden
 Techno-Pôle 3
 3960 Sierre
 +41 27 606 90 72
 +41 79 217 06 08
serge.imboden@hevs.ch
www.2iManagement.ch



Σ π ≈ &

Bibliographie

- Durant Nancy (2008):** Slideology: The Art and Science of Presentation Design
- Hungenberg Harald (2002):** Problemlösung und Kommunikation: Vorgehensweisen und Techniken
- Imboden, S. (2018).** Online Management Tools, www.2iManagement.ch
- Imboden, S. (2017).** Leadership in der Bildung. Eine empirische Interventionsstudie zur Stärkung der Führungskompetenzen in Bildungseinrichtungen. Konstanz. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-0-409280>
- Marcel Dunand und Kerry Choun (2001):** Der Storyboard Ansatz: Fortgeschrittene Techniken zur Erstellung wirkungsvoller Präsentationen
- Mehrabian, Albert (1971).** Silent Messages. Implicit Communication of Emotions and Attitudes. 2. Auflage. Wadsworth, Belmont, Calif. 1981, ISBN 0-534-00910-7. (1. Auflage. 1971 als Silent Messages)
- Minto Barbara (2008):** The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking (Financial Times Series)
- Reynolds Garr (2008):** Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery (Voices That Matter)
- Zelazny Gene (2008):** Say it With Presentations: How to Design and Deliver Successful Business Presentations
- Zelazny Gene (2008):** The Say It With Charts: Complete Toolkit
- www.mentimeter.com (10.06.2018)
- www.strategy-compass.com (10.06.2018)
- <https://de.surveymonkey.com> (10.06.2018)
- <https://top-tagung.de> (10.06.2018)