

Empathisch präsentieren – Zuhörer gewinnen

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wann ist für Sie eine Präsentation bemerkenswert? Oder anders gefragt: Wie muss für Sie eine Präsentation beschaffen sein, damit Sie von Beginn an gebannt zuhören, bis zum Ende dran bleiben und auch noch Tage später über das Gesagte nachdenken.

Abgesehen von allgemeinen Erwartungen und gängigen Methoden, auf welchem Wege man nun das neue Projekt vorstellt, die nächste Power Point Folie erläutert oder ein Produkt verkauft, wird schnell klar: Ein guter Präsentator stellt sich auf seine Zuhörer ein und schafft es, emotional zu berühren und seine Begeisterung auf das Publikum zu übertragen. Er nutzt dabei eine wichtige zukunftssträchtige Qualifikation – Empathie.



© fotolia

„Wenn es ein Geheimnis des Erfolgs gibt, so ist es das, den Standpunkt des anderen zu verstehen und die Dinge mit seinen Augen zu sehen“ (Henry Ford)

Mit dem Thema **Empathisch präsentieren – Zuhörer gewinnen** beschäftigt sich deshalb unser aktueller Shortletter. Wörtlich übertragen bedeutet Empathie „Leidenschaft“. Gemeint wird damit die Bereitschaft und Fähigkeit, sich in andere Menschen einzufühlen, also emotional die Perspektive zu wechseln.

Besonders wichtig ist es, dass Sie durch die eigene innere und äußere Haltung Ihre Zuhörer überzeugen. Körpersprache, Gestik, Mimik und Sprechtechnik helfen Ihnen, überzeugender und sympathischer zu wirken. Lernen Sie, Ihre Präsentation dramaturgisch aufzubauen, einen roten Faden zu spinnen und zielgruppengerichtet vorzubereiten.

Drücken Sie selbst Emotionen aus, erzeugen Sie Sympathie und Aufmerksamkeit – und begeistern Sie Ihre Zuhörer! So gelingt es Ihnen, empathisch zu wirken und es auch zu sein.

Nutzen Sie dazu unser Seminar:

Empathisch präsentieren am 16. und 17. Oktober 2013 in Heidelberg

Sichern Sie sich noch bis zum 6. September 2013 einen Frühbucherrabatt von 10%!

Kennen Sie auch schon unseren Partnertarif?

Bei gleichzeitigem Eingang mehrerer Buchungen erhalten Sie ab der zweiten Buchung 10 % Rabatt auf die jeweilige Teilnahmegebühr.

[Direkt zur Anmeldung...](#)

Inhalte:

- Der **PARLA**® – Artikel zum Thema
- Der **PARLA**® – Buch-Tipp
- Der **PARLA**® – Seminar-Tipp

[zu den Inhalten ...](#)

[zu den Inhalten ...](#)

[zu den Inhalten ...](#)

Viel Vergnügen beim Lesen!



Claudio Castello
Public Relations,
PARLA GmbH & Co. KG

Bergstraße 132
69121 Heidelberg

Tel.: +49 6221 58 58 40

Fax: +49 6221 48 40 57

E-Mail: info@parla.de

Internet: www.parla.de

Empathisch präsentieren

Sie wissen, Sie haben in einer Woche eine Präsentation zu halten. Was ist der erste Schritt, den Sie zur Vorbereitung unternehmen?

Wenn Sie jetzt innerlich antworten, ich mache erst einmal ein Brainstorming, dann ist das nur fast der richtige Weg. Wenn Sie nämlich jetzt schon Ihr Vorwissen und weitere Informationen sammeln, laufen Sie Gefahr, sich zu verzetteln und sich unnötig viel Arbeit zu machen. Denn Entscheidendes fehlt: ein klares Ziel und eine Analyse der Zielperson bzw. Zielgruppe. Beide sind eng verknüpft. Das Ziel muss für die Zielperson/-gruppe machbar sein. Wir unterscheiden übrigens zwei Arten von Zielen.

Da ist zum Einen die Intention, Ihre innere Absicht, die Sie mit Ihrer Präsentation verfolgen. Möchten Sie vor Risiken warnen, für eine Entscheidung motivieren oder sich selbst gut vermarkten? Diese Frage zu klären, wird Ihnen helfen, die Grundstimmung und damit den Stil Ihrer Präsentation zu bestimmen.

Zum anderen braucht Ihre Präsentation ein klares Handlungsziel, um packend zu werden. Was genau sollen die Zuhörenden nach Ihrer Präsentation tun? Sollen Sie investieren, eine Entscheidung mittragen, über etwas nachdenken oder Sie als Experten ansprechen, wenn es um ein bestimmtes Thema geht?



© Microsoft Office Images

Ihr Ziel muss zum Zeitpunkt, zum Kontext und eben zum Auditorium passen.

„Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“, wie man sagt. Der Satz macht deutlich, dass eine gute Präsentation nur dann wirkungsvoll sein kann, wenn sie für das entsprechende Publikum schmackhaft ist. Sie muss die Zuhörer abholen, bei der Stange halten und am Schluss nachhaltig beeindrucken. Die Präsentation muss so aufbereitet sein, dass die Informationen nachvollziehbar und verständlich sind, also leicht zu verdauen. Der Satz hat nur einen Haken. Ich würde „nur“ ergänzen und sagen: **„Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht nur dem Angler“** – wobei echte Angler ihre Würmer sicher nicht essen würden.

Mit dem „nur“ wird deutlich, dass eine Identifikation mit den Inhalten und eine Begeisterung für die Sache für Ihre Überzeugungskraft wesentlich sind.

Wie schaffen Sie es nun, den Fisch so anzulocken, dass er den Köder findet?

Es braucht eine sorgfältige Zielgruppenanalyse. Das bedeutet, zunächst zu überlegen, wer denn da sein wird, wie viele es sind, mit welchen Funktionen. Ist die Zusammensetzung insofern heterogen, als dass unterschiedliche Abteilungen oder Hierarchieebenen vertreten sind, die womöglich Interessenkonflikte haben? Machen Sie sich klar, wer der Entscheider ist und welche Kulturen Ihre Zielgruppe prägen.

Kennen Sie die EMMA-Analyse?

Sie hat nichts mit der Frauenzeitschrift zu tun. **EMMA** ist ein Kürzel für Erwartungen, Meinungen, Motivationen und Anwesenheitsmotiv.

Erwartungen

E meint die Erwartungen Ihres Publikums an Sie, an Ihre Rolle. Vielleicht haben die Zuhörer schon Erfahrung mit Ihnen als Zuhörer gemacht und stellen sich auf Ähnliches ein. E meint aber auch die Erwartungen an das Produkt oder die Dienstleistung, um die es gehen wird oder, wenn Sie extern präsentieren, an Sie als Unternehmensrepräsentanten.

Meinungen

Meinungen sind geprägt vom Vorwissen und den Vorerfahrungen der einzelnen Zuhörer. So denkt ein Einkäufer anders über ein Schulungskonzept nach als ein Personalentwickler. Mit dem Wissen geht auch eine unterschiedliche Einstellung einher, die mit verschiedenen Werten und „Kulturen“ verknüpft sein kann. Meinungsverschiedenheiten sind also natürlich nachvollziehbar, wenn wir die verschiedenen Hintergründe der Positionen berücksichtigen.

Motivationen

Es können auch unterschiedliche Interessen sein, die Ihr Publikum spalten. Daher fragen Sie sich, welche Bedürfnisse haben die verschiedenen Zuhörer. Vielleicht entdecken Sie hier auch gemeinsame Hoffnungen oder Befürchtungen. Eine Analyse der Motive bzw. Motivatoren der Zuhörer hilft Ihnen dabei, Ihr Publikum später emotional anzusprechen und damit Empathie zu zeigen.

Anwesenheitsmotiv

Hier verbirgt sich z.B. die Frage, ob die Zuhörenden freiwillig da sind. Findet Ihre Präsentation im Rahmen einer unbeliebten Pflichtveranstaltung statt, wissen Sie, dass es zu Beginn etwas braucht, um die Zuhörer zu motivieren. Vielleicht sind sie auch mehr zum Netzwerken da oder zur Profilierung. Dann sollten Sie auf jeden Fall viel Raum für Diskussion bieten.

Die so ermittelten Aspekte heißt es nicht nur im Hinterkopf zu behalten, während Sie präsentieren, sondern gut dosiert am Anfang, in der Mitte und am Schluss zu platzieren. Mit EMMA fühlen Sie sich in Ihre Zielperson ein, Sie wechseln die Perspektive.

Wenn Sie das zur Basis Ihrer Präsentation machen, sprechen Sie die Sprache Ihrer Zuhörer, zeigen emotionales Verständnis und sind damit ein empathischer Präsentator. Viel Erfolg dabei!

Autorin



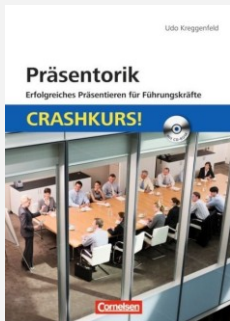
Anja Oser

Geschäftsführerin *PARLA GmbH & Co. KG*

Heidelberg, 20. August 2013

[nach oben ...](#)

Der PARLA® – Buch-Tipp



Präsentorik

Erfolgreiches Präsentieren für Führungskräfte

Udo Kreggenfeld, Cornelsen Scriptor, 2011

ISBN: 978-3-589-24016-6

128 Seiten, Deutsch, Taschenbuch, EUR 18,50 (mit CD-Rom)

Kurzbeschreibung:

Präsentorik = Präsentieren + Rhetorik

Wer als Führungskraft erfolgreich sein will, muss in der Lage sein, wirkungsvoll zu sprechen, sich selbst überzeugend darzustellen und andere für sich und die eigenen Ideen zu gewinnen.

Die Präsentorik hilft dabei, dieses Ziel zu erreichen. Das Buch bietet einen praxisorientierten Leitfaden für überzeugendes Präsentieren und Reden vor anderen.

Die Checklisten auf der beiliegenden CD-ROM unterstützen bei der Umsetzung in die Praxis.

Informationen zur Reihe:

Ohne Fachwissen geht im Job bekanntlich nichts - doch Zeit und Budget für berufliche Weiterqualifizierung werden immer knapper. Auch Freelancern und Existenzgründern bleibt wenig Zeit, sich in neue Fachgebiete einzuarbeiten.

Der Trend lautet: kürzer, direkter, intensiver. Die Crashkurse folgen dieser Entwicklung:

- Profundes theoretisches Basiswissen, rasch in der Praxis anwendbar
- Nutzerfreundlich aufbereitet als großformatiges, übersichtliches Arbeitsbuch mit praktischen Übungen und Lösungshinweisen
- Ideal zum Selbstlernen und zur Vor- oder Nachbereitung von Seminaren
- Viele Titel mit CD-ROM, darauf Arbeitsblätter, Checklisten und Tools

Bewertung:

Udo Kreggenfeld schafft es in seinem „Crashkurs“ auf 128 Seiten knapp die wesentlichen Aspekte einer professionellen und authentischen Präsentation herauszuarbeiten.

Wie in unseren Präsentationstrainings geht er über die Kontextanalyse zur Vorbereitung mit bekannter 3-er Struktur. Interessant hier z.B. die Unterscheidung zwischen Ziel und Message. Insgesamt liebt der Autor Anglizismen, die dem Ganzen einen modernen Schliff verpassen. Es ist ihm gelungen, wirkungsvolle Kapiteltitle zu finden, wie z.B. „Der Präsentorik-Burger – das Kochrezept für eine perfekte Präsentation“. Ab Kapitel 5 geht es um den Auftritt selbst mit knappen Tipps zu Körpersprache, Stimme, Medien und Wording.

Auch das Lampenfieber ist Thema und der geschickte Umgang mit Zuhörerfragen, sowie eine Checkliste für die Nachbereitung im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses. Zu den 4 Säulen der Präsentorik gehört neben Präsenz, Prägnanz und der Botschaft die Beziehung. Hier stellt der Autor dar, wie sich der Vortrag interaktiver gestalten lässt, wie die Zuhörer inhaltlich mit der Einwand-Vorwegnahme abgeholt werden können und wie wir Zuhörer über echtes Interesse an den Menschen und dem Thema binden. Das Buch ist gut strukturiert und übersichtlich gestaltet. Auf Bildmaterial wurde verzichtet, dafür gibt es eine CD-Rom. Ich würde „Präsentorik“ nicht nur Führungskräften als Einsteiger- und Auffrischungsliteratur empfehlen.

[nach oben ...](#)

Der PARLA® – Seminar-Tipp zum Thema

16. + 17. Oktober 2013

Empathisch präsentieren

Zuhörer gewinnen

Ziele

Präsentationen sind das Instrument, um Dienstleistungen oder Produkte zu verkaufen, Projekte oder ihre Ergebnisse vorzustellen oder Zuhörern ein neues Konzept nahe zu bringen. Nur wenn Sie es schaffen, durch eine optimale Vorstellung die Entscheider nicht nur neugierig zu machen, sondern auch ihr Herz und ihren Verstand zu überzeugen, werden Sie Ihre Ideen erfolgreich durchsetzen.

Nutzen

Sie möchten so präsentieren, dass Ihre Zuhörer Ihnen von A bis Z gespannt zuhören und anschließend handeln? Hier lernen Sie Ihr persönliches Präsentationspotenzial kennen und erfahren, wie Sie es effektiv einsetzen und nachhaltig erweitern können. Sie erfahren, wie Sie über Körper, Stimme, Sprache und entsprechende Inhalte Ihre Gegenüber abholen und berühren.



Inhalte

1. Tag

- „In Dir muss brennen, was Du in anderen anzünden willst“ – wie Sie durch Ihre innere und äußere Haltung, Gestik und Mimik Ihre Zuhörer überzeugen und Sympathie erzeugen.
- Wie Sie durch die richtige Pausentechnik und Betonung Spannung erzeugen, überzeugter wirken und durch eine deutliche Artikulation noch kompetenter und verständlicher klingen.
- Mit Salz und Pfeffer – die Macht der sprachlichen Mittel, um Bilder zu erzeugen und richtig anzusprechen

2. Tag

- Wie Sie eine Präsentation zielgerichtet vorbereiten, die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe befriedigen und die Zuhörer immer wieder ins Boot holen
- Der Rote Faden – Vorträge dramaturgisch wirkungsvoll aufbauen
- So präsentieren Sie sich sicher und glaubwürdig, schaffen Vertrauen und gewinnen Sympathiepunkte
- Der Irrtum Power Point? Medien wirkungsvoll einsetzen

Methoden

Zentral ist die Arbeit mit Video: Videoanalysen, Live-Übungen mit Einzel-Feedback zu Ihren mitgebrachten Präsentationen, Impulse durch die Trainerin, Erarbeitung im Plenum, Diskussion, praktische Übungen, Einzel- und Gruppenarbeit; Vertrag mit sich selbst: konkrete Umsetzungsschritte und Tipp-Karten.

Hinweis: Bitte bringen Sie Ihr eigenes Laptop mit, wenn Sie damit arbeiten möchten.

Seminarleiterin:

Anja Oser, Sprech- und Sprachwissenschaftlerin

- geb. 1968
- seit 20 Jahren Expertin für Stimm- und Sprechtraining, Führungskommunikation und Work-Life Strategie
- Systemischer Coach, NLP-Master, Wingwave Coach, Integraler Businessberater
- Stellvertretende Vorsitzende des Berufsverbands Sprechen (BVS)
- Mitglied im Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) und im Rhetorikforum



Dieses Seminar können Sie auch als **Einzelcoaching** bei Frau Anja Oser buchen. Hier wird Frau Oser ganz speziell auf Ihre Bedürfnisse und Anforderungen eingehen. Sprechen Sie uns einfach an.

Termin

16. und 17. Oktober 2013

Seminarort:

Leonardo Hotel Heidelberg

Investition:

890 EUR zzgl. MwSt.

[Zum Seminar-Flyer...](#)

[Direkt zur Anmeldung...](#)

[nach oben ...](#)

Abmeldung

Sie möchten keine weiteren Informationen erhalten, dann schreiben Sie uns bitte eine E-Mail an info@parla.de oder kontaktieren uns telefonisch unter 06221/585840.