



Presentation & Selfexpression

Inhaltsverzeichnis

Prolog	3
1. Third Person View	4
2. Deduktive Anordnung	5
3. Induktive Anordnung	6
4. Mediendesign	7
5. Medientechnik	8
6. Second Person View	9
7. Set Up	10
8. Herzlich Willkommen	11
9. Der Countdown	12
10. Stress Controlling	13
11. First Person View	14
12. Position auf der Bühne	15
13. Selfexpression	16
14. Gerichtete Aufmerksamkeit	17
15. Synchronisation	18
16. Moment of Excellence	19
17. Fragen und Antworten	20
18. Story Line – Dramaturgie	21
19. Don'ts	22
Epilog	23

Prolog

Das einzige was man in unserer liberal-demokratischen Gesellschaft nicht verkaufen braucht sind Radarstrafen. Diese nehmen die Kunden zwar unfreiwillig, aber ohne Verkaufsprozess. Alles andere unterliegt einem Angebot-Nachfrage-Verhältnis und der Kunde entscheidet autonom (vermeintlich) was er kauft und was nicht. Für den wirtschaftlichen Erfolg jedes Unternehmens und für dessen Nachhaltigkeit ist verkaufen zu können eine der wichtigsten Fähigkeiten. Nicht nur Wirtschaftsunternehmen müssen ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen, der Mensch selber muss auch seine Arbeitskraft, sein Können und Wissen an den Mann bringen können. Es geht noch viel tiefer in die Persönlichkeit hinein, auch Attraktivität (Sexappeal) ist zu verkaufen.

In den nächsten 19 Kapiteln wird eine besondere Fähigkeit des Verkaufens herausgestellt. Nämlich Produkte und Dienstleistungen präsentieren zu können und sich selber so darzustellen, dass Kunden gewillt sind, genau bei „dir“ etwas zu kaufen. Eine Präsentation beginnt nicht, wenn sie beginnt, sondern schon mindestens eine Woche vorher. Der Präsentator muss sich mental auf die zu erwartende Situation einstellen. Psychologen bezeichnen das dann als Third Person View. Gemeint ist damit, dass man sich den Präsentationsraum, die Teilnehmer und sich selber vorstellt, um damit ein Gefühl zu bekommen, was einen erwartet.

Die Gestaltung einer Präsentation hängt sehr viel von dessen Ziel ab. Wenn es eine Art Lehrveranstaltung ist, dann gilt der induktive Schluss. Man beginnt einzelne Teile zu erklären und bringt diese dann in Zusammenhang. Im Falle einer deduktiven Anordnung wird gleich zu Beginn das Gesamtkonstrukt gezeigt und dann erst einzelne speziell ausgewählte Teile vorgestellt.

Präsentationen implizieren immer den Einsatz von Medien. Heutzutage ist es üblich dies multimedial auszugestalten. Der Hauptkanal ist meistens visuell mit fallweiser Akustik unterlagert. Eine besondere Attraktivität erhält die Präsentation wenn auch angreifbare Medien dabei sind. Der kinästhetische Kanal des Menschen sollte nicht unbeachtet bleiben - keine Give-aways, sondern Give-instances. Technologisch sollte genau jene Technik eingesetzt werden, die beherrschbar ist und mit der man Zugang zu den Zuschauern findet.

Das wichtigste Medium ist und bleibt der Mensch. Das eigene Outfit, Auftreten und die Einstellung entscheiden sehr viel über den Erfolg einer Präsentation. Psychologen wiederum verwenden dazu den Begriff des Second Person View, also so wie andere einen selbst sehen. Nicht nur der Präsentator wird gesehen, sondern auch die Stage mit all ihren Einrichtungen. Diese muss so hergerichtet werden, dass sich der Präsentator heimisch und wohl fühlt.

Als Allegorie verwenden wir dazu das Hausherrn-Modell. Die Besucher kommen in dein Haus und werden vom Hausherrn persönlich willkommen geheißen und in das eigene Wohnzimmer herein gebeten.

Unmittelbar vor der Präsentation (5 Minuten) denkt der Präsentator keinesfalls mehr über seine bevorstehende Aktion nach. Am allerbesten wäre es noch schnell die E-Mails zu bearbeiten. Die ersten drei Minuten haben wir ohnehin schon auswendig gelernt. Üblicherweise verspüren die meisten Menschen bei einer Präsentation Stress. Hier bietet sich die Jacobson Entspannungsmethoden an.

Während der Präsentation ist es unbedingt erforderlich die Aufmerksamkeit des Publikums zu steuern und die eigenen Worte mit den gezeigten Bildern zu synchronisieren. Ob eine Präsentation gut oder schlecht verläuft, spürt man selber am besten. Im Idealfall kommt es zu einem „Moment of Excellence“. Sofern das passiert kann man das Publikum führen.



1. Third Person View

Begriffe wie First, Second und Third Person View kennt die Psychologie schon längere Zeit unter deutschem Namen. Die englische Version ist mit dem Aufkommen der Gaming-Technik entstanden. Der Bediener vor einem Computer sieht sich selber in Aktion.

Jede Präsentation beginnt mit dem Third Person View. Dies ist ein mentaler Akt des Präsentators der den Präsentationsraum, die darin befindlichen anwesenden Teilnehmer und vor allem sich selbst mental sieht. Der Einfachheit halber stellt man sich vor, dass man in diesem Raum irgendwo auf einem Balkon oben sitzen würde und alles gut im Blick hat. Zugegebenermaßen muss man diese Fähigkeit erlernen und vor allem auch immer wieder üben. Es muss gelingen diese so vorgestellte Situation über längere Zeit vor seinem geistigen Auge ablaufen zu lassen. Professionelle Präsentatoren machen das nicht nur einmal, sondern während der Vorbereitungsphase immer wieder.

Dadurch bekommt man ein Gefühl für die Situation und man ist die Präsentation schon einige Male durchgegangen. Wenn es dann tatsächlich heiß wird und man auf der Bühne steht, ist man mit dieser Situation bereits vertraut. Wie es beim Lernen üblich ist, geht genau das umso besser, was man bereits öfters wiederholt hat. Je präziser der Third Person View gelingt, umso entspannter und eben professioneller wird die Präsentation.

Der kritische Zeitpunkt jeder Präsentation sind die ersten Sekunden und Minuten. Es geht darum was dem Publikum vermittelt wird, also was die erste Botschaft ist und dazu dient auch die mentale Vorstellung der Präsentation. Man spricht sich bereits in dieser Phase die Begrüßung und die ersten Sätze immer wieder vor. Man kann damit vergleichen, was besser klingt und was man weglassen soll. Diese mentalen Übungen sollten nicht unmittelbar hintereinander sein, sondern man sollte sich durchaus einen Abstand von mindestens einem Tag genehmigen. Mit dieser Methode ist sichergestellt, dass man das Publikum schon ein bisschen kennt, somit die richtige Einleitung trifft und für sich selber weiß, welches Outfit man braucht.



2. Deduktive Anordnung

Präsentationen werden in zwei große Kategorien unterteilt. Das sind zum einen die Verkaufspräsentationen und zum anderen die Lehr- und Lernveranstaltungen. Bei Verkaufsveranstaltungen, dazu gehören auch Vorstandspräsentationen, ist ein deduktiver Ansatz erforderlich.

In diesem Fall wird das gesamte Bild gleich zu Beginn der Präsentation gezeigt. Der Zuschauer sieht sofort in einer einfachen Übersicht, welche Details auf ihn zukommen werden.

Deduktive Anordnung heißt, dass man zuerst das Ganze sieht (so wie im obigen Bild eine Leiche am Seziertisch) und dann nach pathologischer Vorgehensweise die einzelnen Teile, wie Organe, Zellen, Moleküle, usw. erforscht.

Der Präsentations Pfad ist immer ein Weg von oben nach unten und wieder zurück. Die Zuschauer können sich an diesem ersten Gesamtbild immer wieder orientieren. Das hat den Vorteil, dass sofern ein Zuschauer den roten Faden verliert, geistig abwesend ist oder er genau dieses Einzelthema schon zu genüge kennt, er sich bei Rückkehr auf den Top-Level wieder synchronisieren kann.

Der technische Aufbau für eine solche Präsentation ist beispielsweise im Power Point mit Hyperlinks möglich. Man könnte zum Beispiel auf der ersten Folie Microsoft ähnliche Kacheln, Apple Icons oder schöne Bilder anordnen, auf die dann der Präsentator durch Klicken hineinzoomen kann. Die Anzahl der Ebenen ist natürlich von der Komplexität des darzustellenden Inhaltes abhängig. Man sollte allerdings wissen, dass die Spanne des Kurzzeitgedächtnisses im Durchschnitt bei vier Chunks liegt.

Dramaturgisch ist bei der Präsentation wichtig, nicht alles zu zeigen, sondern eine Auswahl zu treffen. Sofern dann Fragen gestellt werden, die vorher schon in die Dramaturgie eingebaut sind, können diese mit einem Stack in die Tiefe qualitativ beantwortet werden.



3. Induktive Anordnung

Die induktive Schlussfolgerung ist eine weitverbreitete Methodik der Naturwissenschaften. Dort gibt es sehr häufig Situationen, in denen man einen kleineren Teil eines größeren Ganzen sieht und diesen erforschen kann. Ein gutes Beispiel dafür ist die Erforschung des Weltalls. Begonnen hat dies mit den keplerschen Umlaufbahnen, gefolgt von der Erkenntnis, dass wir in einem größeren Sternhaufen leben und dass es von solchen Galaxien nahezu unzählige gibt. Also von der kleinen Erde bis zum gesamten Universum und das ist wahrscheinlich noch lange nicht alles.

Lern- und Lehrveranstaltungen sind so ähnlich aufzubauen. Der erste kleine Teil den wir dem Publikum zeigen, sind unmittelbar erlebte Erfahrungen. Meistens nimmt man sich hier negative Situationen heraus, die der Kunde ohne unser Produkt und unsere Dienstleistung erlebt. Es wird also ein Rahmen mit verschiedenen kleinen Teilen aufgebaut, die der zukünftige Käufer schon einmal als negativ erlebt hat. Im Laufe der Präsentation wird eine Lösung entwickelt, die dann letztendlich genau auf das zu verkaufende Produkt/Dienstleistung hinführt.

Der Verlauf einer induktiven Präsentation ist ein sehr linearer. Im PowerPoint gesprochen, eine sequentielle Folge von Präsentationen ohne irgendwelche Verzweigungen. Es führt alleine von der Problemsituation hin zur Lösung Situation. Die Gefahr dabei besteht, dass der Zuschauer den roten Faden verliert, weg kippt und eigentlich nur mehr schwer wieder einen Anschluss findet.

Der Aufbau der Präsentation muss einfach sein, sich möglichst an die Kognition der Zuschauer anpassen und wenn etwas völlig Neues dabei ist, muss genau das während des Pfades vorbereitet werden.

Alleine der Begriff induktiv ist hier wichtig, weil damit beim Zuschauer etwas bewirkt wird. Für Elektrotechniker wäre das einen Leiter in einem Magnetfeld bewegen oder den Zuschauer einer Präsentation in ein Erlebnisfeld bewegen.



4. Mediendesign

Unter dem Begriff Mediendesign fällt hauptsächlich die Gestaltung der visuellen Projektionen. Grundsätzlich ist zu unterscheiden, ob man mit Standbildern, Bewegtbildern oder deren Kombination arbeitet. Das wichtigste im Design ist die Differenzierung in zweierlei Hinsicht. Sofern man zum Beispiel Präsentator auf einem Kongress, neben einer Reihe von mehreren anderen Darstellern ist, muss sich die eigene Präsentation deutlich von denen der Mitbewerber unterscheiden. So eine Unterscheidung zu machen ist deshalb sehr einfach, weil die meisten Präsentatoren PowerPoint nach dem Stand der Technik verwenden und zudem auch meistens noch auf das eigene Corporate Design Rücksicht nehmen müssen. PowerPoint kann das was es kann und damit sind die Wettbewerber am Präsentation Markt leicht einzustufen.

Die Differenzierung ist deshalb so wichtig, weil sich der Zuschauer möglichst nur an die eigene Präsentation erinnern soll. Wenn alle wunderschönen Bilder in Farbe haben, ist es günstig, entweder nur Texte, Strichmännchen, verblasste schwarz-weiß Fotos etc. zu haben. Wenn alle anderen Präsentatoren einen Folien Overload haben, ist man selber wieder gut bedient, vielleicht nur ein einziges Bild darzustellen, sofern man die Möglichkeit hat, innerhalb des eigenen Corporate Design so zu agieren. Meistens schaut die Marketingabteilung sehr stark darauf, dass nur nach den strengen Regeln des Corporate Designs präsentiert wird. Das hat den Vorteil, dass Unternehmensfarbe, Unternehmenslogo und Struktur immer wieder gehämmert werden und so ins Unterbewusstsein des Zuschauers gelangen.

Eine andere Differenzierung ist die innerhalb der eigenen Präsentation. Einerseits soll sich auch hier wieder das Corporate Design durchziehen, andererseits sollte aber jede Folie möglichst unterschiedlich ausschauen. Ein Einheitsbrei langweilt die Zuschauer. Texte vorlesen macht keinen Sinn, da die Zuschauer in diesem Fall auch selbst den Inhalt lesen können, ohne einen Präsentator zu benötigen.



5. Medientechnik

Die Technik die für eine Präsentation eingesetzt wird, hängt auch vom Publikum ab. Für eine „Tupper-Party“ oder „Thermomix-Vorführung“ braucht es keinen hochauflösenden Beamer und Dolby-Surround Anlage. Es gilt also als erstes zu checken, in welchem Rahmen und vor welchem Publikum die Vorführung stattfinden soll. Insbesondere gilt es mit der geeigneten Technik das Publikum zu erreichen. Wenn nun Technologie, Hi-Tech, Multimedia Inhalte usw. verkauft werden sollen, muss darauf Rücksicht genommen werden.

Im folgendem diskutieren wir Verkaufspräsentationen aus dem technischen Bereich und Business Präsentationen. Die Zuschauer erwarten, dass die Beamer/Panels groß genug sind, die Leuchtstärke entsprechend hoch ist und der Sound angenehm ist. Derartige Setting kann, sofern man seinen eigenen Präsentationsraum einrichten möchte, sehr teuer sein. Für einzelne und größere Veranstaltungen kann man sich eines Medizintechnik Unternehmens bedienen, die auch ein Komplettservice liefern.

Beamer Auflösung muss heute mit 16:9 sein und die dazugehörigen Inhalte, Videos und PowerPoint's müssen 16:9 sein. Mit dem alten Format 4:3 disqualifiziert man sich.

In den meisten Fällen ist der Sound das größere Problem. Im Falle von kleineren Veranstaltungen geht das ohne Mikrofon. Sind aber Mikrofone notwendig, muss auf große Qualität geachtet werden. Referenten die es nicht gewohnt sind mit Mikrofonen in der Hand zu reden, halten diese meistens falsch und haben dadurch eine schlechte Qualität. Mikrofon in der Hand halten und Computer bedienen geht auch nicht. Ideal für den Moderator und Präsentator ist das Headset. Das kann im Vorfeld richtig eingestellt werden und ist während der gesamten Präsentation auf gleichem Niveau.

Rednerpulte verschwinden zusehends aus dem Setting von Präsentationsbühnen. Manchmal steht noch ein Stehtisch zur Verfügung eine gute Wirkung erzielt man, wenn man als Person alleine die Bühne einnimmt. Um den Blickkontakt mit dem Publikum durchgehend zu halten ist ein Rück Monitor sinnvoll.



6. Second Person View

Die Vorstellung von dem, wie wir uns selber sehen, kann durchaus unterschiedlich zu dem sein, wie uns andere Menschen wahrnehmen. Deshalb braucht es den „Second Person View“. Das ist wiederum ein mentaler Zustand den man einnehmen kann und mit dem man sich selber anschaut. Man geht also vor seinem geistigen Auge in den Präsentationsraum, setzt sich in die erste Reihe und schaut sich selber an. Dieses Zuschauen ist ein willentlicher mentaler Akt, der geübt und trainiert werden muss. Man hat dabei die Möglichkeit über das eigene Outfit zu reflektieren. Verschiedene Bekleidungs - Varianten zu probieren, sich selber bei den ersten fünf Sätzen zuzuhören und auch selber spüren wie man das empfindet.

Natürlich ist dieser Second Person View nicht objektiv, sondern durch die eigenen Filter bestimmt. Zusätzlich dazu ist es erforderlich, sich nach aktiven Präsentationen das Feedback von den Zuschauern einzuholen. Dieses Feedback muss man gezielt erfragen auch bei denen die während der Präsentation eher negative Signale gesendet haben. Positives Feedback sollte man nicht überbewerten. Es könnte auch anderweitige Interessen dafür geben.

Grundsätzlich sollte die Kleidung der Kultur entsprechen in dessen Rahmen die Präsentation läuft. Der Präsentator soll seinen Dresscode um eine Nuance höher ansetzen als das Publikum vorgibt. Also wenn die Damen und Herren mit Sakko und Hose ohne Krawatte drinnen sind, dann ist Anzug mit Krawatte vorgesehen. So, ist die Regel im Businessbereich. Wenn man Präsentationen aus dem Lehrbereich oder gar aus dem psychotherapeutischen Bereich leitet dann ist eher gleiches Kleidungs niveau angesagt.

Natürlich wollen wir uns als Präsentator im bestmöglichen Erscheinungsbild präsentieren. Das gehört auch zur „Self-Expression“. Es sollte aber keinesfalls passieren, dass wir Kleidung oder Artefakte tragen, die das Publikum ablenken.



7. Set Up

Wenn es bei einer Präsentation um nichts geht, dann braucht man auch für das Set Up keinen Aufwand treiben und dann bräuchte man eigentlich die Präsentation gar nicht halten. Wenn es allerdings um etwas geht, dann muss alles stimmen und stimmig sein. Der Präsentator ist hier für alles verantwortlich, wenn etwas schief läuft kann man nicht sagen, dass man nichts dafür könnte oder, dass der Grafiker oder Tontechniker usw. schuld wäre. Das gleiche gilt auch für die Einrichtung des Präsentation Raumes.

Ab einer bestimmten Größe (etwa 40 Teilnehmer) ist der Aufbau eines Stages erforderlich. Diese Bühne sollte nicht zu hoch sein – 20 cm bis maximal 1,5 m. Dafür gibt es auch kaskadierbare Bühnenelemente. Die Erhöhung des Präsentators dient nur dazu, dass er von allen Teilnehmern gesehen wird und umgekehrt, dass der Blickkontakt gut gehalten werden kann. Die Bühne sollte auf jeden Fall in das Interieur des gesamten Raumes passen, die Technik – dazu gehören Beamer Soundanlage, Beleuchtung – muss aufeinander abgestimmt sein. Multicolore Studioluchten sind nicht teuer und können hier gute Wirkung erzielen. Alles was nicht zur Präsentation gehört, muss weggeräumt werden. Achtung auf Vampire – das sind Relikte aus der Präsentation des Vorredners, z. B. Pinnwände, Flipcharts, Logos, Werbemittel usw., die dann visuell mit der eigenen Präsentation verankert würden. Der Präsentator ist mit Abstimmung des Veranstalters dafür verantwortlich, dass solche Überreste auf jedem Fall weggeräumt werden.

Leider kann man sich ein Präsentationsraum das Ambiente nicht immer selbst aussuchen. Wenn man zu einem Kongress oder Hearing eingeladen wird, dann haben alle Präsentatoren die gleichen Rahmenbedingungen. Im Falle von Verkaufspräsentationen, die man beim Kunden hält, kann dieser sehr steuernd eingreifen. Der Kunde könnte zum Beispiel einen Lieferanten im besten Präsentationsraum des Unternehmens vortragen lassen und den anderen Lieferanten im „zu engen“ Büro. Wenn so eine Situation vorkommt, die man nicht ändern kann, dann hat man nur mehr die eigene Persönlichkeit um sich entsprechend ausdrücken und vorstellen zu können.



8. Herzlich Willkommen

Als Präsentator sollte man möglichst frühzeitig eine Beziehung zu den Zuschauern herstellen. Eine der besten Möglichkeiten ist die Gäste während des Hereinkommens an der Tür persönlich zu begrüßen. Am Blickkontakt und an der Mimik kann man bereits erkennen mit welcher Stimmungslage die Zuschauer heute da sind und was einem möglicherweise bei der Präsentation erreichen wird.

Besonders wichtig ist, sich jene Menschen zu merken die einen positiven Eindruck vermitteln und auch noch zu registrieren wo sich diese genau hinsetzen, um gute Ankerpunkte zu finden.

Die Grundeinstellung eines jeden Präsentators muss sein, dass es während der Präsentation nur eine Autorität gibt und das ist er selber. Autorität erzeugt man selbstverständlich durch Fachwissen, durch rhetorische Fähigkeiten usw. Ein sehr starkes Mittel ist auch noch das Feeling des Hausherrn. Daher ist man als Präsentator auf jeden Fall deutlich vor den Zuschauern im Präsentationsraum – „im Wohnzimmer“. Man nutzt diese Gelegenheit, um sich im Raum zu akklimatisieren, die Präsentation Einrichtungen zu justieren und sämtliche Setting-Checks noch zu machen. Man soll sich im Präsentationsraum bis zu Beginn der Vorstellung so gut integriert haben, dass man sich auf seinem Arbeitsplatz – vor dem Publikum wohl fühlt.

Im Falle von Kongressen, bei der man der 15. Referent ist, hat man natürlich nicht die Möglichkeit die Gäste sowie den Veranstalter/Gastgeber zu begrüßen, da muss man Pausengespräche dafür nutzen, um Kontakt herzustellen. Trotzdem ist es höchst empfehlenswert auch in diesem Fall möglichst lange vorher schon der Veranstaltung beizuwohnen, damit bekommt man ein Feeling und kann auch auf die Vorredner referenzieren und eingehen.



9. Der Countdown

Das sind jene fünf Minuten vor Beginn der Präsentation. Unabhängig davon ob erfahrene Präsentatoren oder Anfänger es schwimmt ein mehr oder weniger Grad an Nervosität mit. Während der Vorbereitungsphase haben wir uns sowohl mental als auch inhaltlich vorbereitet, wir kennen die ersten fünf Sätze auswendig. Achtung nicht in dem Sinne, dass wir sie auswendig gelernt haben, sondern dass sie vorgedacht in unserem Gehirn vorhanden sind. Vorgedacht heißt, dass der dann tatsächlich vorgesagte Satz inhaltlich das wiedergibt was man meint, aber nicht genau syntaktisch wie man den sich vorgesprochen hat.

Viele Moderatoren und Präsentatoren versuchen in den letzten fünf Minuten sich noch einmal die einleitenden Sätze durchdenken und das ist völlig falsch. Kurz vor der Präsentation sollte man idealerweise völlig was anderes mit höchster Konzentration tun. Am besten Facebook durchblättern, E-Mails anschauen, anspruchsvolle Gespräche führen mit einem Teilnehmer usw. An die Präsentation denken wir erst dann wieder, wenn wir auf der Bühne stehen und dann kann man sich absolut darauf verlassen, dass alles wieder da ist was man braucht.

Sofern man während eines Kongresses einer von mehreren Moderatoren ist, lässt man sich aufrufen. Auch dann, wenn man weiß, dass man als nächstes an die Reihe kommt. Es zeigt Souveränität, wenn man erst dann auf die Bühne geht, wenn einen der Moderator vorgestellt hat und man auf die Bühne gebeten wird. Diese Zeit muss man aushalten, es sind ohnehin nur ein paar Sekunden.

An den Präsentationsunterlagen darf jetzt nichts mehr umgebaut werden. Auch Einflüsterer, die einem noch schnell den einen oder anderen Hinweis geben, was man unbedingt sagen sollte, werden ignoriert. So kurze Sager kommen ohnehin nicht mehr so gut rüber. Was man schon tun kann sind Zitate aus den Vorreden benutzen. Aber auch das muss sehr mit Bedacht gemacht werden. Zitiert man einen guten Redner, verweist man noch einmal auf diesen, zitiert man einen Schlechten, könnte das mit einem selber verbunden werden.



10. Stress Controlling

Stress vor Präsentationen entsteht dadurch, weil wir vor etwas Angst haben. Angst, vor einem Publikum zu reden, die keine natürliche Ursache hat. Ein Publikum ist in unserer Kultur weder lebensbedrohlich noch gefährlich, also bräuchte man davor keine Angst haben. Die einzige genetische Möglichkeit sich vor dieser Angst zu befreien, ist entweder davonlaufen oder totstellen. Beides geht bei einer Präsentation nicht. Laufen führt zu Muskelanstrengung und jeder weiß, dass nach einer intensiven Kraftanstrengung eine Entspannungsphase eintritt. Konsequenterweise in den letzten fünf Minuten versteckte Muskelübungen – Oberschenkel und Oberarme anspannen und/oder Fäuste ballen. Ein sehr wirksames Mittel gegen Präsentation Stress ist Bewegung auf der Bühne. Sofern kein Rednerpult vorhanden ist häufig den Standpunkt wechseln.

Das sind natürlich nur Symptombehandlungen. Um wirklich etwas gegen Präsentation Stress zu tun, helfen zwei vorbeugende Maßnahmen: Das eine ist sehr gute körperliche Verfassung. Muskeln sind auf jeden Fall stressresistenter als ein hängendes Skelett. Darüber hinaus wird damit auch noch das Selbstvertrauen gestärkt. Ein hoher Puls zu Beginn der Präsentation führt dazu, dass der Körper mit ausreichend Blut versorgt werden muss. Hier kommt das Gehirn ins Hintertreffen.

Sich auf ein mögliches Erfahrung Defizit zu berufen gilt auch nicht. Es ist bekannt, dass höchst erfolgreiche Schauspieler, Moderatoren und Entertainer nach vielen Jahren noch vor den Auftritten nervös sind. Da haben sie selber Schuld und nichts dagegen vorbeugend gemacht. Den Ruhepuls um 10 Schläge zu senken erfordert keinen großen Aufwand und man hat dann eben genau diese Reserve auf der Bühne.



11. First Person View

Mit dem First Person View sitzt man jetzt auf dem heißen Stuhl. Gerade in den ersten Sekunden wird man von allen Zuschauern genauestens angeschaut. Manche Psychologen und Kommunikationstheoretiker sind ohnehin der Meinung, dass die ersten wenigen Sekunden über den Erfolg oder Nichterfolg einer Präsentation entscheiden. First Person View meint, den mentalen Zustand, den ich jetzt gerade erlebe. Und hier wiederum ist es der visuelle Eindruck, was sehe ich und wo schaue ich hin. Damit kommen wir zum Blickkontakt.

Der Schlüssel für den Erfolg jeder Präsentation ist der Blickkontakt mit dem Publikum. Eine Präsentation zu beginnen in dem man in einem Bildschirm hineinschaut und dabei etwas vorliest ist das Schlechteste was man tun kann. Richtig und unerlässlich ist es sich vor dem Publikum hinzustellen und dieses anzuschauen. Je nachdem, ob man vor einem großen oder kleinen Auditorium spricht, ist das unterschiedlich.

Bei wenigen Teilnehmern ist man in der Lage, auch schon bei der Begrüßung mit jedem Teilnehmer Blickkontakt aufzunehmen. Eigentlich wird damit dann jeder Zuschauer persönlich begrüßt, zumindest hat er dann diesen Eindruck. Um es noch einmal deutlich zu sagen, Blickkontakt heißt, dem anderen in die Augen zu schauen und nicht nur anzuschauen.

Bei großen und sehr großen Auditorien ist es nicht mehr möglich, jemanden in die Augen zu schauen und trotzdem sollten die Teilnehmer das Gefühl haben, dass sie angeschaut werden. Man behilft sich einfach damit, dass man Leute in den vorderen Reihen wirklich anschaut und bei den hinteren Reihen Gruppen so anschaut, als wären es einzelne Menschen. Ein unbedingtes Muss ist, immer wieder Blickkontakt mit deinen Gönnern zu haben. Leute suchen, die dir zustimmen, nicken, freundlich sind. Das gibt Kraft.



12. Position auf der Bühne

Sofern man in einem Kontext präsentiert, der sich aus Rednerpult oder Talkrunde rekrutiert, hat man kaum einen Bewegungsspielraum auf der Bühne. Sofern man im Vorfeld mit dem Veranstalter noch etwas arrangieren kann, sollte man auf jeden Fall auf ein Rednerpult völlig verzichten. Dann hat man die Möglichkeit, sich auf der Bühne zu bewegen.

Bei deutlicher Bewegung auf der Bühne müssen dir die Zuschauer zumindest mit den Augen folgen. Bewegung in den Augen schützt vor Müdigkeit. Ein Redner, der längere Zeit auf demselben Punkt steht, wird fokussiert, könnte bei „fader“ Stimme eine tranceartige Wirkung hervorrufen. Die Zuschauer kippen im besten Fall weg, oder wenn sie sich etwas Gutes tun wollen, schlafen sie ein wenig.

Die Schlüsselfähigkeit eines Präsentators ist, sich auf der Bühne zu bewegen und gleichzeitig Blickkontakt zu halten. Damit kann man das Publikum wach halten.

Gehen und Stehen auf einer Bühne sind zwei voneinander getrennte Verhalten. Entweder man geht, dann geht man auch. Wenn man steht, nimmt man eine feste Position ein. Tänzeln oder auf einem Bein herum wackeln ist das Schlechteste was man tun kann.

Männer stehen in leichter Grätsche mit beiden Beinen fest am Boden. Frauen machen das nicht, sie stehen mit leicht versetzten Beinen, aber auch fest am Boden. Jedes Modell am Laufsteg beendet seine Tour genauso. Das einmal als Beispiel anschauen.

Auch wenn man hinter einem Rednerpult steht, wirklich mit beiden Füßen fest am Boden. Das gibt Stabilität und Kraft.

Verschiedene Positionen auf der Bühne können auch als Anker verwendet werden. Wenn man zum Beispiel am Rednerpult seine theoretischen Überlegungen vorstellt. So könnte man für Anekdoten und praktische Beispiele das Rednerpult kurz verlassen und dies auf der gegenüberliegenden Seite der Bühne machen. Wenn man über solche eigenen Erfahrungen spricht, sollte man an das Publikum herankommen.



13. Selfexpression

Self-Expression ist etwas völlig anderes als Selbstdarstellung. Letzteres ist für einen Präsentator verboten, ersteres hingegen jedoch zwingend erforderlich. Die Ausdrucksstärke ist eine Komposition aus Sprache, Stimmlage, Gestik, Mimik und Haltung. Kein Mensch ist in der Lage, mit Ausnahme von guten Schauspielern (Kalisi /GoT), diese Körperfunktionen kontrolliert einzusetzen. Dazu gibt es nur eine Möglichkeit.

Je überzeugter man von den präsentierten Inhalten ist, umso authentischer und damit umso ausdrucksstärker kommt man beim Publikum an. Jetzt kommt es leider öfters vor, dass man Inhalte zu präsentieren hat, die nicht den eigenen Gedanken oder Wertvorstellungen entsprechen. Speziell Führungskräfte müssen hin und wieder Aufträge weitergeben, die nicht ihrer eigenen Welt entspringen. Das Publikum erkennt sofort, wenn diese nicht authentisch sind. Da hilft keine antrainierte Gestik oder Blickkontakt, usw. Self-Expression funktioniert nur, wenn man emotional und kognitiv mit den Inhalten übereinstimmt.

Insbesondere bei einer Verkaufspräsentation muss der Präsentator ohne Wenn und Aber von seinem Produkt überzeugt sein, muss es selbst verwenden und benutzen. Eine Vertriebsorganisation muss daher den Präsentatoren und Moderatoren die eigenen Produkte zur Verfügung stellen. Moderatoren, die von Konzernen für Events arrangiert werden, haben meist keine oder nur wenig Ahnung vom Produkt oder der Dienstleistung. Sie präsentieren und moderieren daher auch nur über Moderationskärtchen.

Ein Präsentator, der seine eigenen Inhalte überzeugend präsentiert, braucht keine Stichwortzettel. Ein solcher disqualifiziert sich nur selbst. Wenn ich als Experte nicht auswendig weiß, was ich zu sagen habe, dann sollte ich es lieber bleiben lassen. Self-Expression erlangt man durch emotionale Verbundenheit mit dem Inhalt. Sofern das nicht von Haus aus gegeben ist, muss man das simulieren. Selbst wenn man keine elektrische Zahnbürste benutzt und man diese präsentieren muss, spricht aus einem die jahrelange Erfahrung.



14. Gerichtete Aufmerksamkeit

Das Publikum darf während einer Präsentation an nichts anderes denken als eben an diese Präsentation. Die durchgehende mögliche Aufmerksamkeitsspanne bei den meisten Menschen liegt nur bei wenigen Minuten, dann kippen sie weg. Je nach Interessenslage sind sie dann aber schnell wieder dabei. Sowa kann man aber nicht generell verhindern. Aus eigener Erfahrung weiß man aber, dass man bei einem besonders spannenden Film kein Abweichen erlebt. Spannung ist also etwas, was Aufmerksamkeit steuert. Dazu kann man in Realtime nur mehr sehr wenig beitragen, mit Ausnahme der Anekdoten und persönlichen Erfahrungen.

Eine weitere Möglichkeit, die Aufmerksamkeit zu fokussieren, ist die Zuschauer immer wieder anzuschauen. Wer angeschaut wird, wird aus seinen Gedanken herausgerissen und ist zumindest für die nächste kurze Zeit auch geistig wieder anwesend. Wenn die Zuschauer den Eindruck haben, eben durch den Blickkontakt selber direkt angesprochen zu werden, entsteht das Gefühl, eine Antwort geben zu müssen, was eigentlich nicht erwartet wird und nicht notwendig ist. Dadurch ist man aber immer in Alarmbereitschaft, weil von einem eine Antwort erwartet würde. Das funktioniert bei kleinen Gruppen (bis 40 Personen) sehr gut.

Bei größeren Auditorien funktioniert das natürlich nicht, da kann sich der einzelne in der Masse verstecken. In diesem Fall bleiben nur die rhetorische Dramaturgie und die Visualisierung übrig. Präsentationen in solchen Kontexten brauchen eine gut überlegte Abfolge von Inhalten. Eyecatcher werden von Marketingagenturen vorbereitet und sollten dramaturgisch an der richtigen Stelle eingesetzt werden.

Das Spiel um die Aufmerksamkeit beginnt in den ersten Sekunden. Diese wenigen Augenblicke müssen gut genutzt werden. Der professionelle Präsentator beginnt hier bereits mit der Kernbotschaft. „...wenn Sie das Produkt haben...“. Eine Selbstvorstellung, eine Vorstellung des Unternehmens oder Dankesworte an den Veranstalter sind vielleicht notwendig, gehören aber nicht in die ersten Worte, kann man später aber machen.



15. Synchronisation

Synchronisation ist eine besondere Form der Aufmerksamkeitssteuerung. Das Publikum muss immer genau wissen, wo die Präsentation genau steht. Die Zuschauer bekommen dazu nur zwei Alternativen: Entweder sie schauen auf das Beamerbild, oder sie schauen dich als Redner an. Das muss gesteuert werden. Ein sehr effektives Mittel dazu – allerdings sehr wenig verwendet – ist das Dunkel Schalten des Screens. Die „B“-Taste in PowerPoint ist wenig bekannt und wird auf jeden Fall wenig benutzt. Damit kann man den Bildschirm auf „Black“ schalten. Wenn ich mich als Person interessant machen möchte (Self-Expression), dann gelingt das nur, indem mich die Zuschauer auch anschauen. Genau in dieser Zeit sollten sie aber nicht auf das Beamerbild schauen. Dies kommt sehr häufig dann vor, wenn der Redefluss und die Rhetorik schlecht sind. Dann versuchen die Leute ihre Information von der Wand zu holen, lesen also das Power Point mit, auf dem dann oft auch noch sehr viel Text steht. Wenn man sich als Referent dazu zwingt, die B-Taste öfters zu verwenden, spürt man sofort, wie die Aufmerksamkeit auf einen selbst gerichtet wird. Genau dann hat man die Möglichkeit, Botschaften zu positionieren.

In der heutigen, Medien überlasteten Zeit sollte eigentlich weniger Zeit für die Slides aufgebracht werden, sondern mehr Zeit für die direkte Ansprache des Publikums verwendet werden. Wenn nun schon Folien präsentiert werden, muss wiederum sichergestellt werden, dass das Publikum immer genau weiß, über welchen Punkt man auf der Folie gerade spricht. Das versteht man unter Synchronisation: Der Zuschauer muss immer genau wissen, welcher Punkt und welches Bild man auf der Folie präsentiert. Dazu ist es notwendig, exakt genau hinzudeuten und nicht den Schattenwurf des Beamerlichtes zu verwenden. Entweder am Pult mit einer Präsentator-Maus – das hat den Vorteil, dass man den Blickkontakt zum Publikum gut aufrechterhalten kann – oder mit dem Laserpointer direkt auf der Leinwand – das hat allerdings den Nachteil, dass man sich vom Publikum abwenden muss. Das macht ein guter Präsentator niemals.



16. Moment of Excellence

Den hat jeder schon erlebt, wahrscheinlich aber nicht, wenn er vor hunderten Zuschauern spricht oder vor einer Jury seine Prüfungs- oder Bewerbungsrede hält. Für eine wirklich überzeugende und nachhaltige Präsentation braucht es aber genau das. Leider kann man es auch bei professionellster Herangehensweise nicht erzwingen. Natürlich mit steigender Erfahrung weiß man, wie man so einen Status bei sich selber auch auslösen bzw. evozieren kann. Man ist auch kaum in der Lage, den Zeitpunkt zu timen, wo das genau passieren soll.

In Wirklichkeit ist es nicht nur abhängig von der eigenen Person, sondern hängt auch vom Status des Publikums ab. Sicher kann man den eigenen State vorbereiten, das ist eine lebenslange Aufgabe. Man kann aber auch den Status des Publikums beeinflussen. Die triviale Methode ist, vor Beginn der Veranstaltung kulinarisches zu präsentieren, kleine Geschenke herzugeben, usw. Hauptsächlich liegt es aber am Präsentator selbst, den Status zu verändern. Genau das gelingt dann umso besser, je besser die eigene Konstitution ist. Bevor man darüber nachdenkt, wie man zu einem Moment of Excellence kommt, sollte man wissen, was man damit tun kann. Wenn so etwas auftaucht, was wir manches Mal bei sportlichen oder kreativen Tätigkeiten erleben, sollten wir das nützen. Das Ausnützen von Moments of Excellence für die folgende Präsentation ist das Wichtigste. Man ist damit einfach gut drauf, traut sich mehr zu sagen, ist überzeugender und nachhaltiger. Durch so einen Moment of Excellence beginnt die Präsentation wie im Fluss zu laufen.

Wie kann man nun so einen Status bewusst herbeiführen? Eine einfache Methode besteht darin, immer wieder Blickkontakt mit jenen Zuschauern aufzunehmen, die einem unmittelbar positives Feedback geben und uns zum Beispiel zunicken, Daumen-nach-oben Signale geben und Ähnliches. Wenn ich solche Ankerpunkte immer wieder ansteuere, wird sich mein State verändern, indem ich das Gefühl habe, auf der wirklich richtigen Spur zu sein. Personen, die den Kopf schütteln oder andere negative Signale geben, darf man nicht einmal registrieren, es ändert sowieso nichts mehr.

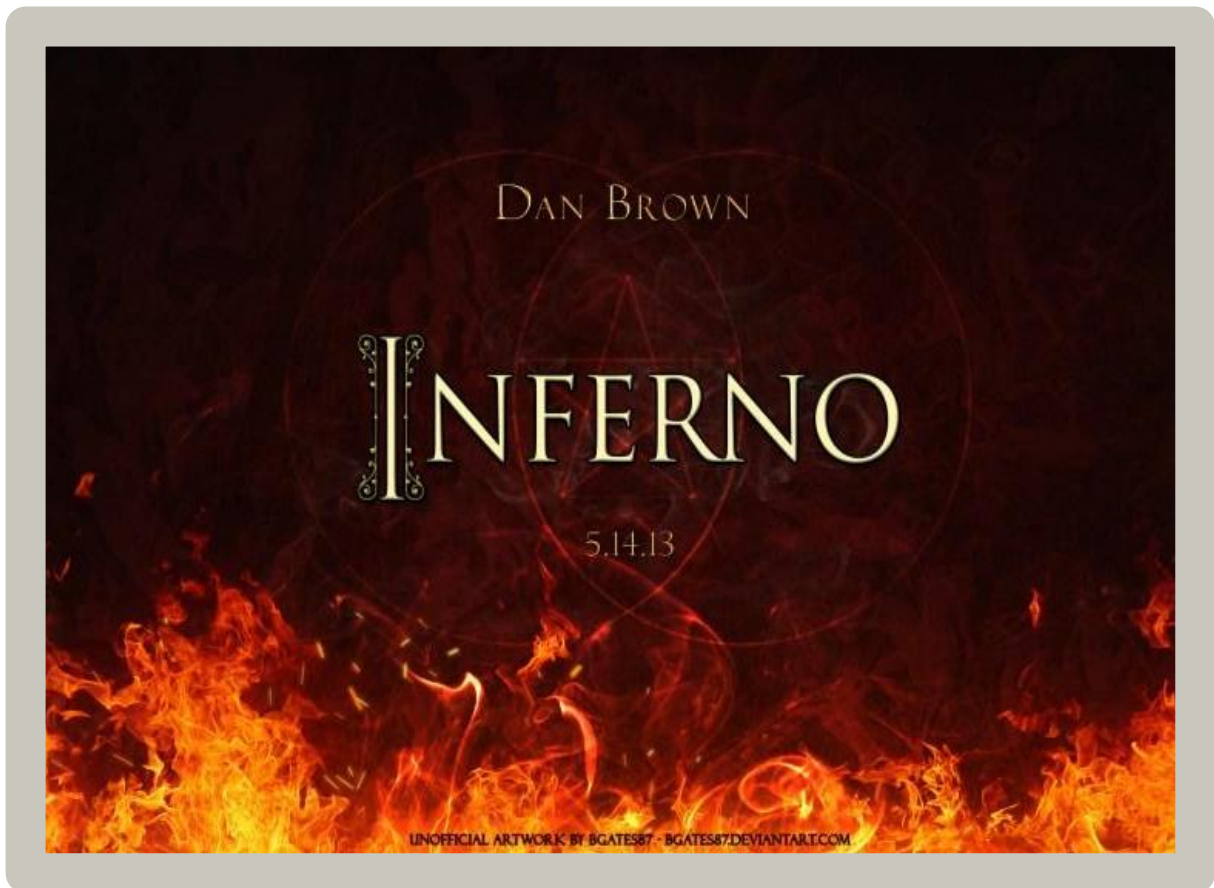


17. Fragen und Antworten

Je interaktiver man eine Präsentation gestalten kann, umso leichter ist die Aufmerksamkeitssteuerung. Fragen unterbrechen den normalen Ablauf, die Zuschauer wenden den Kopf zum Fragenden hin, kommen damit aus deren möglichen Trance heraus. Sofern Fragen erwünscht sind, empfiehlt sich folgende Vorgehensweise bei kleinem Auditorium: Eine Frage wird vom Präsentator registriert und angenommen, das heißt zuhören und versuchen, die gestellte Frage wirklich zu verstehen. Sollte das gelungen sein, dann gilt es eine Antwort zu geben. Diese bekommt aber nicht der Fragende, sondern wird an das gesamte Publikum verteilt. Als Vortragender hämmert man nicht auf den Fragenden ein, bis er es „endlich“ verstanden hat. Damit erzeugt man ein für Fragen nicht offenes Umfeld. Wer das einmal schon erlebt hat, dass er eine Frage eindringlichst und peinlichst beantwortet bekommen hat, wird nie wieder fragen.

Wenn man daran interessiert ist, das Publikum möglichst einzubinden, dann braucht es diese Interaktion bereits während der Präsentation. Das hat den Nachteil, dass man die Zeit nicht mehr unter Kontrolle hat und es sein kann, dass man auf Inhalte verzichten muss. Meistens ist aber die Interaktion nachhaltiger als zehn zusätzliche Folien. Es könnten auch 20 sein, die man ja ohnehin nicht gezeigt hätte.

Bei großen Auditorien ist Fragen in dem Sinn nicht mehr möglich. Neue Technologien ermöglichen aber eine Interaktion – wie z. B. elektronisches Voting, einreichen von Fragen über Social Media usw. Gerade das elektronische Voting generiert Aufmerksamkeit, da der Zuschauer interessiert ist, wie seine eigene Meinung im Vergleich zu den anderen Teilnehmern ausschaut. Fragen könnten als Störungen empfunden werden, sind aber das wichtigste Kommunikationsinstrument und garantieren merkwürdige Punkte. Damit verliert man aber Zeit für die eigene Präsentation. Hier gilt: Das Publikum ist wichtiger als man selber. Gute Präsentatoren sind zu jederzeit in der Lage, ein gutes Ende zu finden. Gerade bei Kongressen wird das vom Veranstalter und vom Publikum honoriert. Aufhören wenn es Zeit dazu ist. Auch wenn einem durch den Vorredner bereits Zeit gestohlen wurde.



18. Story Line – Dramaturgie

In einer immer komplexer werdenden Welt wird der Wunsch nach Einfachheit immer stärker. Man möchte gerne für verschiedene Ereignisse, deren Ursachen kennen. Genau das wird aber immer weniger möglich. Eine Präsentation muss sich also in dem Spannungsfeld zwischen Einfachheit und Komplexität bewegen. Die Zuhörer möchten Information in Portionen bekommen, die sie gerade noch verstehen können und möchten auch gleichzeitig unterhalten werden.

Idealerweise überlegt sich der Präsentator eine in sich geschlossene Story, die sich anhört wie ein Märchen. Damit gelingt es auch die Aufmerksamkeit gut zu halten. Neben dieser linearen Erzählungsform gibt es auch noch die Möglichkeit von Schleifen und noch etwas komplizierterer Form von verschachtelten Schleifen:

Der Präsentator beginnt eine Geschichte zu erzählen. Kurz vor dem Höhepunkt unterbricht er sich selbst und beginnt eine neue Geschichte zu erzählen. Auch diese unterbricht er kurz vor dem Höhepunkt. Auf dieser oder noch tieferen Ebene gibt es dann den Umkehrpunkt und die Höhepunkte werden dann in kurzer Folge in einer Sequenz präsentiert. Eigentlich empfindet das der Zuhörer als unangenehm, wenn sich der Referent unterbricht, weil er sich die Story merken muss und hofft, dass diese wieder fortgesetzt wird. Und das ist ein Muss, es darf nichts offen bleiben. Bei tiefer Verschachtelung resigniert der Zuhörer, schaltet seine kritischen Filter aus und ist dann vielleicht für eine Botschaft erreichbar.

Das Thema der Komplexität kann im Verkaufs- und Businessbereich sehr positiv eingesetzt werden. Der Präsentator stellt sein Unternehmen und sein Produkt in höchster Komplexität dar. Das genau hindert den Mitbewerb gleiches zu versuchen, weil er der Meinung ist, dass die Eintrittshürde sehr groß ist. Gleichzeitig muss aber klar herauskommen, dass für den Konsumenten genau darin die einfachste Lösung mit der größten Convenience besteht. Komplexität im Inneren steigern, dem Publikum einen Eindruck davon geben und nach außen hin möglichst simpel sein.



19. Don'ts

- Keine Selbstdarstellung: weder persönlich noch vom Unternehmen.
- Keine Äußerungen, die das Wertgefühl der Zuschauer berühren könnte: Religion, Politik, Tradition.
- Andere (Personen, Unternehmen) nicht schlecht darstellen. Wenn nichts positives vorhanden ist, dann lieber verschweigen.
- Nicht auf der Bühne herumtänzeln. Keine Fragezeichen Haltung einnehmen und auf das Beamerbild schauen.
- Es gibt keine Situation, bei welcher der Präsentator dem Publikum den Rücken zuwendet.
- Der Präsentator hat sich nicht zu entschuldigen und schon gar nicht dafür, dass er als Ersatz für jemanden anderen da ist.
- Sämtlicher Text auf den Folien muss gut lesbar sein, ansonsten weggelassen.
- Keine Fotos und Images mit schlechter Qualität verwenden.
- Teilnehmer dürfen nicht gefragt werden, wenn nicht sichergestellt ist, dass sie eine Antwort haben.
- Witze nur dann machen, wenn man das auch wirklich kann.
- Nicht im Beamerbild stehen.
- Bei Zeitmangel nicht schnell und hektisch sprechen, sondern lieber Teile weglassen. Nicht die vorgegebene Präsentationszeit überschreiten – keinesfalls.
- Gestellte Fragen auf den Fragesteller fokussiert beantworten.
- Nicht auf einzelne Personen im Publikum fokussieren.
- Keinen Folien Overload produzieren.
- Auf das Farbschema der Präsentation achten, damit die Folien auch von weiter hinten noch gut lesbar sind.
- Zischlaute am Mikrofon vermeiden.
- Längere Dialoge mit einzelnen Teilnehmern vermeiden.

Epilog

Das einzige, was während einer Präsentation zählt, bist du als Präsentator. Die Zuschauer sehen zuallererst dich und nicht das Produkt und nicht das Unternehmen. Daher ist es unerlässlich, an seiner eigenen Selbst - Ausdrucksfähigkeit zu arbeiten. Man kann nur dann authentisch, überzeugend und kraftvoll sein, wenn man selber vom präsentierten Inhalt überzeugt ist. Wenn das nicht der Fall ist, weil es eben nicht immer so ist, muss man sich so stark konditionieren, dass man nicht nur während der Präsenzzeit, sondern schon vorher davon überzeugt ist. Die Zuschauer müssen dir das einfach glauben, was du erzählst. Dazu braucht es eine gute Story, die zwischen fachlichen und sachlichen Themen und emotionalen Berührungen pendelt.

In einer komplexen Welt sehnen sich die Menschen nach Einfachheit und möchten gerne Lösungen für ihre Probleme haben. Hier ist es egal, in welcher Situation und zu welchem Zweck präsentiert wird. Im Businessbereich wollen Entscheidungsträger auch Lösungen präsentiert bekommen, bei denen sie zum Schluss nur mehr Ja sagen brauchen. Bei Verkaufspräsentationen ist es genauso, da braucht der Kunde auch nur mehr „Ja, das kaufe ich“ sagen.

Für den Erfolg oder Misserfolg einer Präsentation wird der Präsentator verantwortlich gemacht, auch dann, wenn er eigentlich nichts dafür kann. Ein Großteil des Erfolges liegt in der Vorbereitung. Was häufig nicht gemacht wird ist die mentale Vorbereitung und dabei müssen die drei mentalen States eingenommen werden. Im Third Person View bekommt man ein Gefühl für die gesamte Veranstaltung, das Umfeld, das Publikum und wie man darin selber agiert. Diese mentale Position ist gut dafür geeignet, um den Einleitungstext zu testen. Im Second Person View schaut man sich mit seinem geistigen Auge selber an. Man kann hier das Outfit ändern und die persönliche Wirkungsmittel überprüfen. Auf jeden Fall weiß man dann besser, wie man auf der Bühne erlebt wird. In der First Person View erleben wir die Präsentation wirklich live und dabei gibt es sonst an nichts zu denken als genau an diese Präsentation.

Eine kraftvolle Präsentation braucht, wie der Name schon sagt, Kraft. Dazu gehören eine gute körperliche Kondition, seelisches Gleichgewicht und intellektuelle Performance. Alles das lässt sich nicht zwei Stunden vor der Präsentation aneignen. Es ist eine Lebenseinstellung und erfordert auch lebenslanges Üben. Ob das nun sehr formelle Präsentationen sind oder ob das vielleicht eine Präsentation bei einer Stellenbewerbung ist, man ist immer damit konfrontiert sich und seine Gedanken zu verkaufen. Aus diesem Blickwinkel gesehen sollte man immer an seinen Präsentation Skills arbeiten.

Noch einmal zur Vorbereitung. Selbst professionelle Moderatoren bereiten sich auf jede Präsentation vor. Von selbst kommt gar nichts. Bei sehr anspruchsvollen Präsentationen ist es notwendig und zielführend eine oder mehrere Proben durchzuführen. Das was man schon einmal gemacht hat, kann man beim zweiten Mal auf jeden Fall besser.

In einer digitalen Welt wird der Einsatz von technologischen Hilfsmitteln vorausgesetzt. Eigentlich ist es ein Hygienefaktor, mit dem man nicht mehr besonders punkten kann. Wenn er allerdings fehlt hat man Nachteile. Dem rasanten technologischen Wandel muss Rechnung getragen werden. Alte Beamer, schlechte Auflösung, altes Bildschirmformat uvm. darf nicht mehr eingesetzt werden. Wenn man aber auf die neueste Technologie setzt, muss man diese auch beherrschen. Die Bedienung solcher neuen Medien erfordert viel Aufmerksamkeit, die einem dann für das Publikum fehlt. Leider kann man das auch nicht zur Gänze in der Black-Box trainieren. Neue Technologien werden daher in Präsentationen getestet, die nicht so kritisch sind.

Einige Dinge dürfen auf gar keinen Fall gemacht werden. Dazu gehören über andere negativ Stellung nehmen, anzügliche Witze erzählen oder religiöse, politische, kulturelle Meinungen vertreten. Im Rahmen von Konferenzen hat man eine vorgegebene Zeit. Diese gilt es unbedingt einzuhalten, selbst auf die Gefahr hin, dass man seine eigenen Inhalte nicht zur Gänze durchbringt. Die Wertschätzung für die Zuschauer muss auf ein Maximum gehoben werden, auf keinen Fall darf jemand durch gestellte Fragen oder Ähnliches bloßgestellt oder blamiert werden. Wenn man einmal einen Fehler macht bei einer Präsentation, geht die Welt nicht unter. Ein zweites Mal sollte es nicht passieren.