

Die Magie der Emotionen



Foto: Caia Image

Zahlen, Daten, Fakten – die meisten Präsentationen bestehen aus nichts anderem. Das liefert zwar Futter fürs Gehirn, die Emotionen der Zuhörer bleiben aber so auf der Strecke. Präsentationsprofi Uwe Günter-von Pritzbuer erklärt, wie Vorträge gelingen, die auf die Magie der Emotionen setzen.

Die meisten Powerpoint-Präsentationen fallen unter das Betäubungsmittelgesetz: Gefühlte Ewigkeiten mit langatmigen Ausführungen, reine Fachinhalte ohne persönlichen Bezug, Emotion oder Inspiration. Überfrachtete Folien, an denen sich der Vortragende entlanghangelt und so zum Vorleser mutiert. Doch das Interesse der Zuhörer will geweckt sein, nicht eingeschläfert!

Wir werden von Emotionen bestimmt

Die Forschung in Biologie, Neurowissenschaft und Psychologie hat in den

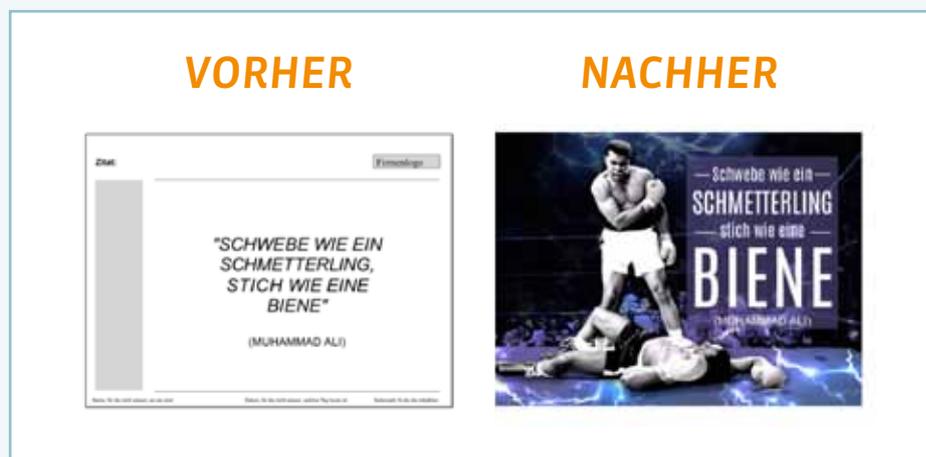
vergangenen zwanzig Jahren zur Genüge bewiesen: Der Mensch wird nicht von der Vernunft bestimmt, sondern von Emotionen. Und zwar ausnahmslos! Der Hirnforscher Dr. Hans-Georg Häusel bringt es auf den Punkt: „Den Einfluss der Gefühle bemerken wir genauso wenig wie im Alltag den Einfluss der Schwerkraft.“ Tatsächlich ist alles, was keine Emotion auslöst, für unser Gehirn wertlos. Bestätigt wurde das auch von der multisensorischen Marketingforschung.

Präsentationen gehören zum Berufsalltag von Trainern und Beratern. Ob der Pitch beim Kunden, ein Vortrag auf einer Konferenz oder die Einführung in ein Seminarthema: Präsentationen sind tägliches Handwerk. Und das will gelernt sein. Gerade wenn Sie als professioneller Trainer z.B. Ihren Workshop mit einer Präsentation starten, sollten Sie mit bestem Beispiel vorangehen und den Vortrag emotional ansprechend gestalten.

Oft läuft es aber immer noch so: Für eine Präsentation werden schnell Daten aus Exceltabellen auf Folie gebracht, das Datum und der Anlass aktualisiert und eine Agenda entworfen. Beamer an – und ab geht die Show mit Charts, Tabellen und Bullet Points. Kein Wunder, dass laut Wallstreet Journal vier von fünf Präsentationen langweilen – mit Zahlenfriedhöfen, Textwüsten und grauer Theorie.

Vielen Präsentationen fehlt die emotionale Dimension völlig. Selbst aber

ABBILDUNG 1



wenn der Kopf erstklassige Informationen bekommt, nutzt das nichts, wenn das Herz des Zuhörers dabei nicht angesprochen wird. Denn wer es nicht schafft, Emotionen auszulösen und zu transportieren, wird seine Zuhörer kaum aufmerksam halten – geschweige denn bei ihnen Wirkung entfalten.

Persönlichkeit erzeugt Emotion

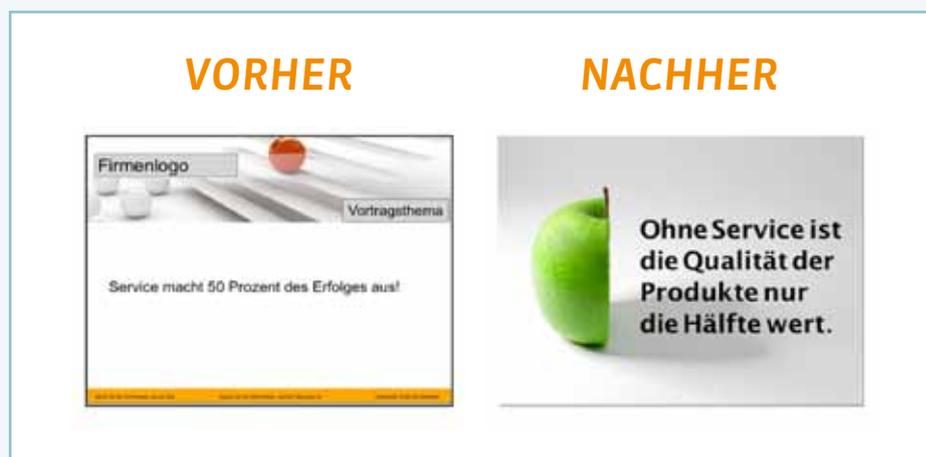
Doch was macht eine Präsentation eigentlich emotional? Zunächst einmal: Ihre Persönlichkeit, Ihre Storys, Ihre Ausstrahlung, Ihre Sprache. Zahlen, Daten und Fakten informieren nur. Für das Faszinieren Ihres Publikums sind Sie selbst zuständig.

Der Grund: Wir reagieren emotional nicht auf trockenes Zahlenmaterial, sondern auf menschlich fundierte Botschaften. Emotionen entstehen durch erzählte Bilder: durch Geschichten, die Spannung, Neugierde oder auch Angst auslösen. Diese Dynamik können Sie mit Ihrer Stimme und Ihrem Körper bewusst unterstützen. Neben Ihrer Persönlichkeit und Ihrem Auftreten gibt es darüber hinaus drei mächtige Mittel, um Emotionen zu wecken:

ABBILDUNG 2



ABBILDUNG 3



Abbildungen: Uwe Günter-von Pritzbuher

10 Tipps für emotionale Präsentationen

1. **EMOTIONEN WECKEN:** 75 Prozent aller Entscheidungen werden direkt emotional getroffen und die restlichen 25 Prozent sind emotional eingefärbt. Positionieren Sie Ihre Message, Produkte und Dienstleistungen deshalb deutlich emotionaler als bisher.
2. **EMOTION ZEIGEN:** Wer Emotionen wecken will, muss selbst Emotionen zeigen. Erzählen Sie eine Anekdote aus Ihrem Leben, das macht Sie authentisch, sympathisch und vertrauenswürdig.
3. **NÄHE HERSTELLEN:** Machen Sie Ihr VisoVis im wahren Sinne des Wortes betroffen. Je näher Menschen an einem Ereignis dran sind, desto stärker sind sie berührt.
4. **ÜBERRASCHUNGSMOMENT:** Ein guter Redner überrascht seine Zuhörer. Haben Sie z.B. schon einmal in einem Vortrag ein passendes Gedicht rezitiert?
5. **METAPHERN:** Metaphern sind perfekte Instrumente, um Emotionen zu erzeugen. Legen Sie sich dafür eine Sammlung mit mindestens fünf Metaphern an.
6. **GROSSE BUCHSTABEN:** Boulevardmedien wie die „Bild“-Zeitung nutzen für ihre Schlagzeilen große Buchstaben. Der Grund ist einfach: Wenn Wörter in höherer Schriftgröße präsentiert werden, reagieren Leser schneller, länger und emotionaler.
7. **EINZIGARTIGE BILDER:** In erster Linie sollen Fotos den Text unterstützen. Wählen Sie ästhetisch hochwertige Bilder anstatt platter Agenturbilder, die man schon tausendfach gesehen hat. Wie wäre es mit einer professionellen Fotosession? Die Investition lohnt sich garantiert, denn diese Bilder machen Ihre Präsentation einzigartig.
8. **BILDER MIT MENSCHEN:** „Stillleben“ haben ihren Reiz, aber Fotos sind spannender, wenn sich Menschen auf ihn tummeln. Gesichter sind besonders ausdrucksstark und transportieren Gefühle.
9. **WENIGER IST MEHR:** Bombardieren Sie Ihre Zuschauer nicht, sondern wählen Sie Ihre Bilder überlegt aus.
10. **NICHT ZU BUNT:** Vermeiden Sie wilde Farbkombinationen und Animationen wie fliegende Buchstaben oder winkende Cliparts. Es geht schließlich nicht darum, alle grafischen Möglichkeiten, Designvorlagen und Animationen des Präsentationsprogramms auszunutzen.

1. Metaphern

Wie wäre es wohl gewesen, wenn Nelson Mandela am Tag der ersten freien Wahlen in Südafrika einfach gesagt hätte: „Heute erleben wir den Beginn der Freiheit“ oder „Heute beginnt unsere Freiheit“? Inhaltlich wäre das korrekt gewesen, und es hätte ausgereicht, Emotionen bei den Zuhörern zu erzeugen. Aber Mandela sagte stattdessen: „Heute erleben wir die Morgenröte unserer Freiheit.“ Mit diesem Sprachbild aktivierte er zusätzlich die Fantasie seiner Zuhörer und mobilisierte das Kopfkino in 3-D (ein Beispiel, wie sich eine Metapher durch ein starkes Foto in der Präsentation zusätzlich unterstreichen lässt, liefert Abbildung 1 auf Seite 31).

Mehrere Metaphern miteinander verknüpfen

Eine Metapher wie die Morgenröte bietet dem Vortragenden ein reiches Repertoire an Versionen, die es ermöglichen, auf der Klaviatur der Gefühle zu spielen. Metaphern wirken wie ein Katalysator für Ihre Botschaft. Mein Tipp: Verwenden Sie nicht nur eine, sondern setzen Sie mehrere ein, die im Kontext zueinander stehen.

Um bei der Metapher vom Beginn dieses Textes zu bleiben: Weil die meisten Powerpoint-Präsentationen unter das Betäubungsmittelgesetz fallen, können Sie von „Folien-Folter“ sprechen, die „an Körperverletzung grenzt“. Und das Beste: Das wirksamste Schlafmittel dieser Erde ist nicht einmal „apothekenpflichtig“. Dafür hat es allerdings „Nebenwirkungen“.

Solche Sprachbilder müssen Sie erst durch Worte erzeugen. Wichtig ist dabei der Gefühlswert der verwendeten Wörter und den Kontext, in dem sie stehen. Präsentationen ohne Metaphern hingegen sind tot. So tot wie ein Baum, dessen Inneres morsch geworden ist: Der Stamm steht zwar noch, aber man spürt kein Leben mehr.

2. Bilder

Wenn Sie Bilder in Ihrer Präsentation einsetzen, dann wählen Sie solche, die den Zuhörern Raum für Fantasie lassen. Welches Foto zeigen Sie, wenn es beispielsweise um eine Beratungsleistung geht: ein Gespräch zweier Herren im Anzug? Das wäre nicht falsch, aber so nehmen Sie dem Zuhörer die Chance, seine Vorstellungskraft einzusetzen und selbst in das Bild einzusteigen.

Die Freiheit der individuellen Vorstellungskraft

Bestimmt kennen Sie das Beispiel vom rosaroten Elefanten. Wenn jemand sagt: „Denken Sie nicht an einen rosaroten Elefanten“, entsteht dennoch das innere Bild eines rosaroten Elefanten. Der Effekt ist ganz einfach: Sobald uns jemand verbal ein Bild vorgibt, entsteht es unweigerlich – selbst wenn er uns ausdrücklich bittet, nicht daran zu denken. Allerdings – und das ist der Vorteil des inneren Bildes gegenüber dem Foto in einer Präsentation – entsteht genau das Bild, das in die Welt des Zuhörers passt. Er entscheidet etwa, ob der rosarote Elefant im Fluss badet oder im Zirkus auf einem Bein tanzt. Diese Freiheit der individuellen Vorstellungskraft bewirkt, dass in jedem Zuhörer ein eigenes, ganz persönliches Bild entsteht. Denn jeder verknüpft das Gehörte und Gesehene mit in seinem Gehirn bereits gespeicherten Erfahrungen (ein Beispiel, wie unterschiedlich Wahrnehmung sein kann, liefert Abbildung 2 auf Seite 31).

Und das sollten auch Fotos in Präsentationen leisten. Bei der erwähnten Beratungsleistung sollte das Bild also dazu anregen, dass sich der Zuhörer selbst in der Gesprächssituation sieht. Verwenden Sie also Fotos, die Zuhörer dazu bringen, zu verstehen, zu träumen, zu wünschen, zu handeln, zu kaufen.

3. Emotion und Verstand verknüpfen

Gestalten Sie jeden Vortrag und jeden Abschnitt Ihrer Präsentation so, dass er Emotion *und* Verstand anspricht. Fakten, Daten, Strategien,

Ratschläge und Techniken sind Futter für den Verstand, wohingegen Geschichten, Handlungen und Bilder Emotionen triggern. Es geht darum, eine ausgewogene Mischung zu bieten.

Lesen und Zuhören funktioniert nicht gleichzeitig

Die Verarbeitung von Bildern geschieht – im Gegensatz zur Verarbeitung von sprachlichen und insbesondere schriftlichen Informationen – ganzheitlich. Geschriebenes und Gesprochenes hingegen wird von uns sequenziell aufgenommen und muss nach logisch-analytischen Regeln verarbeitet werden, um anschließend in Sinnzusammenhänge übersetzt zu werden. Das ist komplizierter und dauert länger. Aus diesem Grund funktioniert Lesen und Zuhören nicht gleichzeitig. Setzen Sie also maximal drei Bullet Points auf eine Folie und reduzieren Sie Ihren Text, so weit wie möglich.

Ziel einer Präsentation ist, die Zuhörer von einer Auffassung zu überzeugen oder zu einer Handlung hinzuführen. Nehmen Sie daher Ihr Publikum mit auf eine emotionale Reise: Zitieren Sie Fakten, um Ihre Glaubwürdigkeit zu demonstrieren und um zu überzeugen, kombinieren Sie diese aber immer mit emotionalen Geschichten.

Selbst Statistiken lassen sich so einsetzen, dass sie einen emotionalen Bezug zum Zuhörer schaffen. Ein Beispiel: Statt „Der Körper eines Menschen enthält durchschnittlich vier bis fünf Gramm des Spurenelements Eisen“, sagen Sie besser: „Es gibt genügend Eisen im Körper eines Menschen, um daraus einen fünf Zentimeter langen Nagel herzustellen“. Oder: „Eine Milliarde ist, wenn Sie 20 Jahre lang jeden Samstag eine Million im Lotto gewinnen“ (ein Beispiel, wie sich eine trockene Zahl emotional darstellen lässt, liefert Abbildung 3 auf Seite 31).

Nähe zum Kunden schaffen

Emotionen sind der schnellste Weg zu den Herzen der Zuhörer. Nutzen Sie sie, um Ihr Publikum zu überzeugen, zu begeistern und für sich zu gewinnen. Beziehen Sie sich in Ihren Präsentationen immer auf das Business des Kunden, der sie gebucht hat. Reichern Sie Ihre Bilder und Sprache also mit Beispielen aus Handwerk, IT oder Einzelhandel an. Die Aufmerksamkeit steigt, wenn Ihre Kunden sich wiedererkennen. Auf diese Weise bleiben Sie in den Köpfen und Herzen Ihrer Zielgruppe.



Der Autor: Uwe Günter-von Pritzbuher ist Vertriebsprofi und Spezialist für emotionale Kommunikation. Er kreiert maßgeschneiderte emotionale Präsentationen für Trainer, Speaker und Manager und überarbeitet bereits bestehende Präsentationen. Daneben bietet er auch Präsentationscoaching an. Kontakt: www.folienmagie.de

Uwe Günter-von Pritzbuher ■