

Gerriet Danz, Neu präsentieren. Begeistern und überzeugen mit den Erfolgsmethoden der Werbung. Campus Verlag, 1. Auflage 2010.

ISBN: 978-3-593-38784-0

Eigentlich ist es schon oft beschrieben worden, wie eine Präsentation so zu erfolgen hat, dass sie auch beim Zuhörer (und –seher) ankommt. Doch lässt sich dem Altbekanntem immer noch etwas Neues hinzufügen. Und sei es mit der flotten Schreibe von Gerriet Danz, mit den gelungenen Bezeichnungen wie „Chili-Ideen“ und seiner Wortschöpfung aus Kreativität und Rhetorik, die er zu einem Markenzeichen formt: KREATORIK[©]. Wer neben den bekannten Standards auch ein paar gute Ideen für Präsentationen ohne Beamer braucht, kann hier ruhig zugreifen.

Gerriet Danz schreibt sein Buch, wie er es auch für Präsentationen vor Publikum fordert: Spannend, häufig im Erzählstil und mit vielen Beispielen unterlegt. So gelingt es ihm gleich mit dem Vorwort den Leser mitzureißen, wenn Meister Proper selber zu einer Präsentation die Bühne betritt und eben nicht, wie gewohnt, 70 PowerPoint-Folien als Narkosemittel einsetzt. Damit ist eines gleich zu Beginn klar gestellt: Hier lernst du nichts über das bekannte digitale Präsentationsprogramm. Ganz im Gegenteil. Es geht um den Menschen, der präsentiert und natürlich um das was es zu vermitteln gilt, den Inhalt. Später im Text warnt Danz ausdrücklich vor dem Beamereinsatz mit der rhetorischen Frage, ob man sich als Präsentator tatsächlich durch dieses technische Hilfsmittel ins Dunkel manövrieren lassen und damit die Show stehlen lassen will. Natürlich nicht, nachdem man sich doch so viel Mühe (hoffentlich) mit einer mitreißenden Präsentation gegeben hat. Und die Vorbereitung dazu beginnt nicht erst eine Stunde vorher. Dezidiert wird der zukünftige Star-Präsentator mitgenommen und erhält ausführliche Hinweise und Arbeitsblätter, mit denen er sich der Zielgruppe nähert, den Nutzen der Präsentation für die Zuhörenden definiert. Es geht auch darum, den USP zu identifizieren usw. Begriffe, die aus dem Marketing bekannt sind und tatsächlich ist das der Ansatz von Danz, Präsentationen wie Werbung zu gestalten. Mit Fotos, Geschichten, Metaphern und manchen Überraschungen. Dazu kann auch ein besonderer Ort gehören, zu dem eingeladen wird. Insgesamt werden 18 Techniken beschrieben, wie eine Präsentation interessant inszeniert werden kann. Haben Sie beispielsweise schon einmal daran gedacht, im Vorfeld einer Präsentation eine Email-Abfrage in der Zuhörerschaft zu machen? Das muss gar nicht aufwändig sein, mit drei oder vier Items, zu denen per Kreuzchen eine Rückmeldung erfolgt, kann klar machen, welches Vorwissen vorhanden ist oder welcher Fokus zum Thema zu wählen ist. Auch Feedback zu einer Präsentation kann per Email erhoben werden, so lernt man aus seiner eigenen Arbeit und hat eine Grundlage für Weiterentwicklung.

Kein Buch zur Präsentationstechnik schafft es, nur Neuigkeiten zu verkünden. Dazu wird schon viel zu lange präsentiert und es gibt ausreichend Lehrbücher dazu. Deshalb auf die Basics zu verzichten wäre fatal. Diese Standards muss also auch Danz benennen, sonst wäre das Werk unvollständig. Also gibt es natürlich auch ein Kapitel zum Thema Sprache, Körpersprache, Beamerpräsentation, Lampenfieber und Unterbrechungen.

Es ist schon klar geworden – interessante Präsentationen brauchen (Vorbereitungs-)Zeit. Sie haben die nicht? Gut, dass Gerriet Danz Ihnen schon etwas vorgearbeitet hat. Für 30 Themen bietet er mehr oder weniger interessante Ideen für Ihre Präsentation an. Ob Ausdauer, Blockade, Flexibilität, Fusion, Kommunikation, Krise oder Zeitdruck, mit den Vorschlägen machen Sie Ihre Präsentation etwas spannender. Zum Beispiel wenn zum Thema Zeitdruck Wecker präsentiert werden, die dann auch noch während der Vorstellung klingeln. So wird Zeitdruck nicht nur theoretisch, sondern auch spürbar erarbeitet.

Und dann gibt es auch noch einen kostenlosen Email-Coach. Wer möchte, kann sich 10 Tipps wöchentlich zusenden lassen. Die Tipps sind nicht schlecht, aber ehrlich gesagt, die hätten auch noch im Buch Platz gefunden. Aber so muss das wohl in dieser Zeit sein: Kundenbindung durch regelmäßiges Anschreiben und Verkaufsförderung mittels (scheinbarem) Mehrwert.

Mein Fazit: Wer bereits ein anderes aktuelles Buch zu Präsentationen gelesen hat und damit zufrieden ist, wird bei Danz vermutlich nur wenig Neues finden. Wer sich grundsätzlich orientieren will, dem kann der Kauf sehr wohl empfohlen werden.