

Unternehmenspräsentation

Vergessen Sie Ihre Geschichte!

Jedes Unternehmen muss sich positiv darstellen. Eine PowerPoint-Präsentation ist meist das Mittel der Wahl: schnell erstellt, leicht zu aktualisieren, aber oft völlig am Empfänger vorbei. Der Autor, Executive Coach Prof. Dr. Emil Hierhold sagt Ihnen in diesem Beitrag, worauf Sie achten sollten.



Prof. Dr. Emil Hierhold ist Fachautor, Executive Coach, Supervising Trainer und Partner von HPS Hierhold Presentation Services GmbH, Wien. HPS ist das im deutschen Sprachraum führende Institut für Präsentationstechnik und Überzeugungskraft. www.hierhold.com

Kennen Sie das? Sie sind als Kunde, Partner oder neuer Mitarbeiter eingeladen. Es geht los: „Wir stellen uns kurz vor“. Gründerväter, erste Produkte, Internationalisierung, Börsegang, Umsatzentwicklung... Die Geschichte des Unternehmens steht in ganzen Sätzen an der Wand, der Präsentator liest alles sicherheits halber nochmals vor oder erzählt Ihnen etwas ganz anderes, merkt, dass es doch nicht so richtig interessant ist und zapft durch weitere fünf bis sechs Folien bis er endlich dort ist, wo es für Sie interessant wird. Es gilt, drei typische Fehler zu vermeiden:

► **Uninteressanter Inhalt und falsch aufgebaut.** Fragen Sie sich, was Sie selbst interessieren würde, wenn Ihnen jemand sein Unternehmen vorstellt. Moment! – sagen Sie, in welcher Rolle soll ich denn das beurteilen? Genau darum geht es: Einen neuen Mitarbeiter interessiert etwas anderes als einen Investor, Fachjournalisten, potenziellen Kunden oder neuen Partner. Aber keinen von ihnen interessiert Ihre Geschichte! Jedenfalls nicht an erster Stelle, sondern wesentlich später, wenn Wichtigeres geklärt ist. Am Beispiel der Präsentation an einen Kunden: der will zuerst wissen „Können die mein Problem a) verstehen und b) lösen?“ Erst wenn das positiv beantwortet ist, wird die Frage nach der Zuverlässigkeit auftauchen – und JETZT kann Ihre Firmengeschichte vielleicht Kontinuität und Seriosität beweisen.

► **An der Zielgruppe vorbei.** Sie müssen nicht für jede Zielgruppe eine eigene Präsentation vorbereiten. Es genügt, wenn Sie die Präsentation modular aufbauen und sich vorher (!) überlegen, was Sie weglassen können. Viele Slides werden für alle oder für viele Zielgruppen geeignet sein, aber entscheidend ist, was Sie dazu sagen. Gute Unternehmensvorstellun-

gen beginnen mit einem Slide, das nur Kerninformationen zeigt, zu denen der Präsentator etwa sagt: „Unsere XY-AG ist weltweit der drittgrößte Anbieter von Z-Systemen und wir machen A Milliarden Euro mit B-tausend Mitarbeitern in C-Ländern“. Das bleibt für jede Zielgruppe gleich. Aber schon im zweiten Satz individualisieren Sie Ihre Präsentation. Einer Gruppe von Studenten sagen Sie: „Sie als angehende Betriebswirtschafter wollen wahrscheinlich wissen, nach welchen Kriterien wir unseren Führungsnachwuchs aussuchen.“ Ein potenzieller Kunde hört von Ihnen: „Diesen Umsatz machen wir zu 80 Prozent mit Firmen, die wir schon länger als fünf Jahre beliefern.“

► **Selbsterklärende Folien.** Klar: Die Präsentation soll von vielen Mitarbeitern verwendet werden, und – so fragt sich der besorgte Chef – wer weiß, ob die das richtig machen. Daher schreiben wir sicherheitshalber volle Sätze auf die Slides, da kann nix passieren und wenn wir die dann einfach ausdrucken, sparen wir auch gleich durch billige Handouts. Wer so denkt, unterminiert den Aufbau der Beziehungsbasis zwischen Sender und Empfänger der Präsentation: Menschen interessieren sich für Menschen. Und dieser Mensch, der da vorne steht und unglücklich auf den Knopf drückt, befindet sich in einer absoluten „lose-lose-Situation“: Er kann entweder vorlesen oder stumm das Publikum lesen lassen, oder etwas anderes parallel dazu erzählen, damit das Publikum ein bißchen verwirrt ist. Jedenfalls wird er oder sie nicht gut wirken. Die Lösung ist relativ einfach. Den Volltext zur Folie lassen Sie als Angebot oder Anregung in den Notizbereich setzen. Sorgen Sie dafür, dass jeder mögliche Präsentator einmal das ganze Material laut (!) präsentieren muss.

TRAINIEREN SIE MIT DEM MARKTFÜHRER:

- | | |
|---|---------------|
| • Prof. Hierhold - Präsentatissimum® | 12.06. |
| • Konfliktorientierte Kampfrhetorik | 27.06.-29.06. |
| • Gewinnend kommunizieren und überzeugen | 02.07.-03.07. |
| • Die Rhetorische Kraftkammer® | 03.07.-05.07. |
| • Effective Business Presentations | 10.07.-12.07. |
| • Sicher präsentieren - wirksamer vortragen | 01.08.-03.08. |

... DENN IHRE PRÄSENTATION ENTSCHEIDET!

HPS 
TRAINING THAT WORKS

www.hps-training.com