

Impulse für die Praxis

„Alles was sich sagen lässt, lässt sich klar sagen“ – Präsentieren mit Pecha Kucha

von Michael Stief, Kreissparkasse Schongau

Stellen Sie sich folgende Situation vor:

Eine Auszubildende hat auf ihrem Smartphone gerade mehrere professionelle Musikvideos auf YouTube angesehen, bevor sie in den innerbetrieblichen Unterricht kommt.

Deren Mitazubi hat in der Pause auf seinem iPhone ein High-Speed-Computerspiel gespielt.

Jetzt sind Sie dran – mit Ihrer nagelneuen Powerpoint-Präsentation.

Sie brauchen eigentlich gar nicht anzufangen, Sie haben schon verloren.

Denn wer heutzutage mit dem Smartphone Zugriff auf die Vorträge der besten Geister und Redner unseres Planeten hat, beispielsweise über YouTube oder iTunes U auf Originalvorlesungen renommierter Universitäten wie Stanford, MIT oder Harvard, der wird andere Anforderungen und Bedürfnisse an das Edutainment haben, als jemand der nur Tafel und Kreide gewohnt ist.

Und so werden sich ihre Auszubildenden insgeheim vor einer Sache fürchten:

Dem schrecklichen „Tod durch Powerpoint“.

Doch wie gewinnt man die Aufmerksamkeit solch „verwöhnter“ Zuhörer?

Mit „Getuschel“ gegen Getuschel

Die beiden Architekten Astrid Klein und Mark Dytham haben im Februar 2003 in Tokio die Lösung für dieses Problem gefunden: Sie heißt „Pecha Kucha“ (sprich: petscha-kutscha, jap. ペチャクチャ) so benannt nach dem japanischen Wort für „wirres Geplauder, Stimmengewirr“ oder Getuschel, nämlich genau dem, was man bekommt, wenn man eine zu langatmige Präsentation hält.ⁱ

Worin liegt das Geheimnis?

Auch bei Pecha Kucha präsentiert man Folien, aber es sind pro Thema genau 20 Stück und zu jeder Folie spricht man genau 20 Sekunden. Damit dauert die gesamte Präsentation sieben Minuten zwanzig, womit man sich automatisch an den Rat eines alten und lebensklugen Pfarrers hält: „Man darf über alles predigen, nur nicht über eine Viertelstunde.“

Das ABC wirkungsvoller Botschaften

Soweit so klar. Doch wie so oft ist die Lösung gleichzeitig das nächste Problem.

Mit den zeitlichen Rahmenbedingungen ist die Frage nach dem Weg zu einer gelungenen Präsentation, die aus zwanzig Bildern mit je einer zwanzig Sekunden langen Botschaft besteht, ja noch lange nicht gelöst. Wie also macht man es denn dann genau?

Zum Thema „Präsentation“ kenne ich drei Propheten:

1. Steve Jobs, dessen Präsentationskünste der Journalist Carmine Galloⁱⁱ umfangreich analysiert hat,
2. Garr Reynoldsⁱⁱⁱ, den früheren Apple-Marketing- und Präsentationsexperten
3. und Peter Drucker, den renommierten Management-Guru.

Damit hätten wir auch gleich die erste Regel angewendet, die bei Steve Jobs beobachtet hat:

Regel Nr. 0: Beachte die „Dreierregel“

Die meisten Menschen können sich kurzfristig lediglich 7 plus/minus 2 Botschaften merken. Daher nennt der Psychologie George R. Miller^{iv} 7 die „Magische Zahl“, „Aber diese Grenze darf man nicht ohne Not ausreizen und so folgt man am besten dem Rat des Volksmunds: „Aller guten Dinge sind drei“.

A. Alles beginnt beim Kunden: Die klare Botschaft

Auch für die klare Botschaft gibt es drei Erfolgsregeln.

Peter Drucker wird folgender Satz zugeschrieben

„Unternehmenserfolg ist Innovation und Marketing.
Marketing ist Denken und Handeln aus der Sicht des Kunden.“^v

Das lässt sich sinngemäß auch auf die „Kunden“ einer Präsentation anwenden:

Regel Nr. 1: Versetzen Sie sich in die Perspektive Ihres Publikums.

Finden Sie sich dann die Botschaft, die Ihre Zuschauer und Zuhörer auf alle Fälle mitnehmen und nach der sie handeln sollen!

Das ist die Botschaft für Kopf und Hand.

Damit bleibt noch Druckers weitere Erfolgskomponente die *Innovation*. In einer Zeit der pausenlosen kleinen und kleinsten Neuerungen fängt man die Aufmerksamkeit eines Publikums nur noch mit einem „echten Knaller“. Der Publizist und Steve Jobs-Kenner Carmine Gallo fasst das in die

Regel Nr. 2: Bauen Sie einen Aha-Effekt ein.

Bringen Sie Ihr Publikum zum Lachen, schocken Sie es, verblüffen Sie es

oder schenken Sie überraschende Einsichten. Aber wiegen Sie es nicht mit nackten Fakten in den Schlaf.

Gallo entdeckt bei Steve Jobs auch die Regel Nr. 3 für die gelungene Präsentation

Regel Nr. 3: Verkaufen Sie Träume, nicht Produkte.

Menschen wollen in Autos fahren, in Häusern leben, auf Reisen schönes erleben, oder Projekte verwirklichen und Erfolge feiern – privat wie im Beruf. Die Mittel das zu erreichen, ob Produkte oder Geld sind letztlich nachrangig. Darum vermitteln Sie das Erlebnis, den Traum, und nicht das Produkt, das ihn ermöglicht.

Das ist die Botschaft für's Herz, für die Emotion, ohne die – so die Erkenntnisse der modernen Hirnforschung – auch keine Entscheidungen möglich sind.^{vi}

Diese drei Regeln sind natürlich nicht nur bei einer pecha-kucha-Präsentation hilfreich, sondern auch in (fast) jedem Kundengespräch.

Man könnte sogar die vielleicht ketzerische Frage stellen, was würde passieren, wenn jeder Berater in einer Sparkassengeschäftsstelle für diese drei Regeln einen Plan hätte.

B. Bauen Sie auf Strategie, nicht auf Effekte: Entwurf & Struktur

Die nächsten drei Regeln beziehen sich darauf, wie man eine eindrucksvolle Präsentation entwirft und strukturiert, damit die Botschaften am wirkungsvollsten transportiert werden.

Regel Nr. 4: Planen Sie mit Stift und Papier.

Wer direkt in der Präsentationssoftware plant, bremst sich, schränkt seine Gestaltungsmöglichkeiten auf die der Software ein und läuft Gefahr, Text auf die Folie zu bannen, der eigentlich auf ein Handout gehört. Garr Reynolds empfiehlt: Wer mit Post-Its plant, behält leichter den Überblick, kann die Präsentation schneller umbauen und verliert sich nicht in Details.

Regel Nr. 5: Polarisieren Sie.

Ob es ein realer Gegner ist, oder der „Feind“ in Wirklichkeit ein Problem ist. Polarisieren ist ein Schlüssel zur Aufmerksamkeit und zur Begeisterung des Publikums. Zeigen Sie dem Publikum ruhig das volle Ausmaß des Problems, umso strahlender wird Ihre Lösung sein.

Regel Nr. 6: Konzentrieren Sie sich auf Vorteile.

Nichts auf der Welt ist perfekt, deswegen gibt es auch den Satz „It's not a bug, it's feature.“ Dementsprechend erklären Sie das, was an Ihrem Produkt besonders gut ist und warum Sie das genau so gestaltet haben. Denken Sie an die Apple-Computer, sie können längst nicht so viel wie ein wesentliche preiswerterer PC, aber was sie können, das können sie schöner, besser und stress- und fehlerfreier als jeder PC.

C. Chilis für den Pepp: Emotionen transportieren

Sie haben schon maßgeschneiderte aufrüttelnde Botschaften für Ihr Publikum geschmiedet und einen positiven, dramatischen Spannungsbogen aufgebaut, nun laden Sie Ihren Vortrag zusätzlich mit Emotionen auf und zwar folgendermaßen:

Regel Nr. 7: Finden Sie treffende Bilder.

Aussagekräftige und hochwertige Bilder statt Text zum Mitlesen sind der Schlüssel zu einer Präsentation, die hängen bleibt und Gefühle vermittelt.

Regel Nr. 8: Verwenden Sie eine konkrete Beschreibung in SMS-Länge und kraftvollen Worten.

„Was sich überhaupt sagen läßt, läßt sich klar sagen“ behauptete der Sprachphilosoph Ludwig Wittgenstein^{vii}, das heißt auch erstens kurz und zweitens mit einfachen, lebendigen Worten. Das macht sie leichter verständlich, einprägsamer und emotionaler.

Regel Nr. 9: Machen Sie Zahlen begreifbar.

Die meisten Menschen sind „zahlenblind“ und erfassen den Unterschied zwischen einer Million, einer Milliarde und eine Billion letztlich nicht. Dementsprechend gilt es Zahlen zu übersetzen und zwar in „greifbare“ Maßeinheiten wie Strecken, Flächen oder Zeiträume.

Noch ein Gedanke zum Schluss

Pecha Kucha, die *Dreierregel* und die *3 x 3 Regeln einer guten Präsentation* taugen natürlich nicht nur für Live-Präsentationen vor Publikum. Sie sind noch in verschiedenen anderen Bereichen anwendbar:

1. Als Übung für klares Denken und Sprechen:

Nutzen Sie doch einmal Pecha Kucha als Methode ein bekanntes Thema kurz und knackig darzustellen. So trainieren Sie bewusst Ihre Gedanken mit einfachen, knappen Worten und visuell ansprechend zu formulieren.

2. Als Mittel der Wissensvermittlung:

Gestalten Sie mit Pecha Kucha doch einmal eine Produktpräsentation so richtig griffig, z. B. als Ausbilder für das nächste Lehrgespräch mit Ihrem Auszubildenden.

3. Als attraktives Werbemittel:

Verwenden Sie Pecha Kucha für die Werbung: Etwa wenn Sie als Personaler oder Ausbildungsverantwortlicher für Ihr Unternehmen werben: Mit einer anregenden Präsentation auf Ihrer Internetseite stellen Sie sich nicht nur Ihr Unternehmen attraktiv dar, sondern beweisen gleichzeitig Modernität und Methodenkompetenz.

Probieren Sie es einfach aus. Und lassen Sie sich überraschen.

Viel Spaß und Erfolg dabei!

Quellen:

http://de.wikipedia.org/wiki/Pecha_Kucha - Definition und Hintergründe von Pecha Kucha

<http://pechakucha.de/> - Beispiele für gelungene Präsentationen

<http://www.youtube.com/watch?v=9NZOt6BkhUg> - Einführung und Demo, englisch

Damasio, Antonio R. (2004). Descartes' Irrtum: Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn.

Gallo, Carmine (2011)

http://www.netviewer.com/fileadmin/user_upload/pdf/citrix/whitepaper/018DE_WP_The-presentation-secrets-Steve-Jobs.pdf - eine deutschsprachige Kurzpräsentation zu „The Presentation Secrets of Steve Jobs: How to Be Insanely Great in Front of Any Audience“

Jobs, Steve (1983). <http://www.youtube.com/watch?v=ISiQA6KKyJo> - eine frühe Keynote von Steve Jobs

Miller, George R. (1956). „The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information“ in The Psychological Review, 1956, vol. 63, S. 81-97. Online verfügbar unter <http://www.musanim.com/miller1956/>

Reynolds, Garr (o.J. a). <http://www.presentationzen.com/> - Webseite zu Reynolds gleichnamigem Buch

Reynolds, Garr (o.J. b). http://www.garrreynolds.com/Presentation/pdf/presentation_tips.pdf - Weitere Tipps von Garr Reynolds

Reynolds, Garr (o.J. c). <http://www.slideshare.net/garr/sample-slides-by-garr-reynolds> - Beispielfolien

Tomas, Jens. (2008). „Wie Sie ein Unternehmen mit 5 NLP-Techniken zum Erfolg führen“. Keynotevortrag auf dem DVNLP-Kongress 2008 in München: <http://www.dvnlp.de/Dr-Jens-Tomas.322.0.html>

Wittgenstein, Ludwig (1921). Tractatus logico-philosophicus. <http://tractatus.hochholzer.info/index.php?site=vorwort>

ⁱ Wikipedia, s. v. „pecha kucha“

ⁱⁱ Gallo (2011)

ⁱⁱⁱ Reynolds (o.J. b)

^{iv} vgl. Miller (1956)

^v Drucker nach Tomas (2008)

^{vi} vgl. Damasio (2004)

^{vii} Wittgenstein (1921)