



Trainerin
Monika
Matschnig mit vorbildlichem
Körpereinsatz.

nen fest auf dem Boden stehen, dann ist man geerdet, mittendrin. „Menschen wirken immer, wenn sie die Arme einsetzen“, sagt Matschnig. Wichtig ist es aber, Gesten korrekt zu setzen, mit ihnen das Gesagte zu unterstreichen.

Zur Darstellung eines wirtschaftlichen Aufstiegs könne man beispielsweise die Hände nach oben führen aber, nicht fuchteln, oder fahrig machen. Gesten solle man ruhig eine Weile stehen lassen – und dann die Hände wieder zur Mitte führen.

„Wenn sie vor Kollegen oder Kunden präsentieren, werden viele nervös und deshalb fahrig“, beobachtet sie. Diese Nervosität dauere etwa zwei Minuten an, dann flache sie ab. Deshalb müsse man die Gesten üben, verinnerlichen. Zugleich weist sie darauf hin, dass sie zu einem selbst passen müssen. „Ein extrovertierter Typ wird wesentlich mehr mit den Armen arbeiten als ein introvertierter Typ.“ Blickkontakt solle man zu den Menschen im Raum suchen, „die mir ein gutes Gefühl geben“. Unbewusst schaue man sonst jene an, die einem das Gefühl von Gefahr vermitteln.

Präsentationen wirken auch dann gut, wenn man „kontrollierte Ortsveränderungen macht, mal auf die linke, mal auf die rechte Seite geht“, erklärt Matschnig. „Oder mitten ins Publikum rein.“ Beispielsweise bei in U-Form aufgebauten Tischen.

„Reden sind immer dann gut, wenn sie Emotionen entfachen, mit einer bildhaften Spra-



Foto: © atoss / Fotolia.com

che“. Inhaltlich vernachlässigen viele bei einer Präsentation den Einstieg. „Dabei ist er das A und O, das Red Bull am Anfang, der Wachmacher.“ Anfangs gelte es, die volle Aufmerksamkeit zu wecken. Rhetorische Fragen etwa regen an oder eine Geschichte, die sich auch auf ein aktuelles Ereignis beziehen kann. Und warum nicht mit Metaphern arbeiten? „Menschen lieben Zitate“, weiß Monika Matschnig. Es dürfe aber kein gewöhnliches sein. Was nicht geht: Lange Begrüßungsorgien à la „Schön, dass Sie so zahlreich gekommen sind: der Landrat, der Bürgermeister ...“

SO WIRD DIE SACHE RUND

Den Hauptteil solle man in höchstens drei oder vier Kategorien einteilen, dabei immer mit Bildern und Geschichten arbeiten. Ans Ende gehört die Kernbotschaft. Denn haften bleibt, „was der Mensch zuerst sieht – und was er zuletzt hört“. Also gegen Schluss: eine kurze Zusammenfassung in anderen Worten, ein Zitat oder ein kurzer Film – und dann die Kernbotschaft. So wird die Sache rund.

„Wechseln Sie mal die Perspektive. Setzen Sie sich virtuell in Ihr eigenes Publikum“, rät Kreaturik-Trainer und Autor Gerriet Danz. „Das könnte Ihnen die Augen öffnen.“ [!]

WERNER GALLBRONNER

Üben, üben, üben!

Es ist noch kein Redner vom Himmel gefallen.

Geborene Redner? Die gibt es – eher selten. Dennoch ist gute Präsentation kein Zauberwerk. Es sind genügend Seminare auf dem Markt, sagt Monika Matschnig; es gilt, das richtige auszusuchen. „Man muss ein gutes Gefühl für den Trainer haben.“ In ihren eigenen Kursen arbeiten zwölf Teilnehmer individuell mit drei Trainern und einem Kameramann zwei Tage lang intensiv. Üben, üben, üben sei der Weg zur Verbesserung. Die Selbstbeobachtung über Kameraaufnahmen,

die mit den Teilnehmern unter vier Augen analysiert werden, sei „der härteste, aber auch der schnellste Weg zu lernen“. Trainer Gerriet Danz warnt: „Man muss aufpassen, dass man sich nicht verschult.“ Wichtig sei, dass man nicht versucht, jemand anderes darzustellen oder ins rhetorische Raster eines anderen zu passen, sondern sich selbst treu zu bleiben. „Lernen Sie, was dem Publikum gute Laune macht, wie Sie das Gehirn der anderen erreichen.“

GAL