

UNSER HIRN LIEBT GESCHICHTEN UND BILDER



Visualisierte Botschaften und aufregende Storylines befördern jede Business-Präsentation ins nächste Zeitalter. Ein White Paper von NewsCred und Getty Images postuliert, dass 83 % unseres Lernens visuell passieren. Komplexe Inhalte, vereinfacht und gewitzt transportiert, bringen somit Ideen direkt ins Gehirn und dann ins Herz der Zuhörer/-innen.

Präsentationen sind heute das Werkzeug der Wahl, wenn es um geschäftliche Kommunikation geht. „Ohne Überzeugungskraft gehen jedoch selbst geniale Ideen unter“, weiß Trainer und Präsentationsschmied Mag. Christoph Pollak nur zu gut. *In Zeiten von YouTube, Facebook und Co. haben sich unsere Wahrnehmungsgewohnheiten massiv verändert. Reiz- und Informationsüberflutung lösen bei uns allen kürzere Aufmerksamkeitsspannen sowie selektiveres Filtern von Informationen aus.* Stress, Zeit- und steigender Konkurrenzdruck in Unternehmen führen zudem dazu, dass Entscheidungen gerne auf die lange Bank geschoben werden. „Unser Gehirn schaltet, wann immer möglich, in den Stromsparmodus und hat Informationsverarbeitung gerne so leicht wie möglich“, erklärt der Experte die Hintergründe. Oft bekäme man auch keine zweite Chance, um sein Anliegen zu präsentieren. Neue Formen der Content-Entwicklung und ein überlegtes Präsentationsdesign werden also zur Notwendigkeit.

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte ...

... sagt schon ein kluges Sprichwort. Denn Bildinformationen werden von uns viel schneller verarbeitet. Unser Gehirn hat es gerne leicht. Umso mehr bei der heutigen Reiz- und Informationsflut. *Für Bilder sind wir aufnahmefähiger und verknüpfen diese direkt mit persönlichen Erfahrungswelten. Fakten und eine Vielzahl an Information gehen sofort unter.*

Bilder nehmen wir 60.000 Mal schneller wahr als Texte (vgl. „Bildeigenschaften – wir schauen lieber als wir lesen“ von Prof. Dr. Adlmaier-Herbst). „Im Wahrnehmungsprozess verarbeiten wir Bilder einfacher“, damit arbeitet auch Pollak. *Wann immer möglich, sollte daher bei einer Präsentation eine starke visuelle Sprache verwendet werden.* „Das macht komplizierte Zusammenhänge umso klarer“, so der Profi. Dazu müsse keine/-r ein/-e ambitionierte/-r Zeichner/-in sein, erklärt Pollak. „Visualisierungen setzen sich aus wenigen Elementen zusammen und folgen einer einfachen Logik, die man

beispielsweise mit der 6x6-Regel einsetzen kann.“ Demnach können die W-Fragen Wer/Was, Wie viel, Wo, Wann, Wie und Warum mit einfachen Schemen wie Porträt, Diagramm, Landkarte, Zeitlinie, Flussdiagramm oder einer Gleichung gezeichnet werden.

Geschichten lassen Funken im Gehirn sprühen

„Die Abenteuergeschichten zuerst, bitte. Erklärungen brauchen immer so schrecklich lange.“ Das brachte schon Lewis Carroll in „Alice im Wunderland“ auf den Punkt. *Der fabelhafte Geschichtenerzähler und Psychotherapeut Jorge Bucay erklärt die Besonderheit, wie und warum Geschichten so auf uns wirken, mit den Worten „Kindern erzählt man Geschichten zum Einschlafen – Erwachsenen, damit sie aufwachen“.* Er weiß um die subtilen und unterbewussten Vorgänge im Gehirn, wenn eine Information und Botschaft im Gewand einer „Story“ gut verpackt daherkommt. Denn: eine gute Geschichte lässt aufhorchen und weckt Emotion.

Drehbuchautor für Ihren Präsentations-Blockbuster

Ebenso wie Bilder geht auch die Geschichtenform direkt ins limbische System und knüpft an bestehende Erfahrungsstrukturen an. Einfache Worte aktivieren ausschließlich unser Sprachverarbeitungssystem. *Geschichten können – je nach eingebauten Elementen – auch unsere Sinn- und Emotionszentren ansprechen. Zudem ist das Denken in Geschichten und in Ursache-Wirkungszusammenhängen etwas, das in unserer Evolutionsgeschichte begründet liegt.* Deshalb die Empfehlung des Experten: „Bauen Sie Ihre Präsentation in eine Geschichte um, die die Phantasie anregt und Emotionen weckt.“ Wie bei einem Film gäbe es hierfür Elemente wie interessante Charaktere, einen spannenden Konflikt, Dringlichkeit, unterstützende Helfer und natürlich ein Happy End, die jede Präsentation zum „Kassenschlager“ werden lassen.

Brain Rules: Starke Reflexe nutzen

Entscheidungen werden nicht rational getroffen. Wann immer es geht, schaltet das Gehirn auf Stromsparmodus. Neue Informationen werden nur akzeptiert, wenn sie interessant oder schmerzhaft sind (Gain or Pain). „Außergewöhnliches erregt Aufmerksamkeit – komplexe und zu viele Fragen kühlen das Gehirn ab und sorgen dafür, dass keine Entscheidung getroffen wird. In diesem Autopilot-Modus springen wir auf Überzeugungsreflexe an“, zeigt der Experte weiter auf. Zu diesen Reflexen zählen etwa Knappheit – Kunden/-innen kaufen, wenn etwas selten ist, Bewegung – Veränderung weckt Neugier, Commitment – wer A sagt, muss auch B sagen oder eben die Story, denn „unser Hirn liebt Geschichten“.

Botschaften systematisch aufbauen

Gerade wenn wir Menschen von unseren Ideen und Botschaften überzeugen und begeistern wollen, verfallen wir oft einem Trugschluss: Wir schließen von uns auf andere. Dabei ist es genau andersherum. „Menschen interessiert nicht, was Sie für wichtig halten. Ihre Zuhörer/-innen lassen sich durch eine Sache motivieren: Was habe ich davon?“, klärt Pollak auf. *Es sei daher wichtig, die Präsentation auf gute Beine zu stellen. Man müsse sich in die Zielgruppe und die verschiedenen Schuhe der Personen hineinversetzen.* Was sind deren Probleme? Wünsche? Rahmenbedingungen und Fragen? Und welchen objektiven Mehrwert kann ich diesen bieten? „Wecken Sie ein dringendes Bedürfnis im Publikum und zeigen Sie dann, wie Ihre Ideen dieses erfüllen können“, rät der Experte.



Mag. Christoph Pollak

Langjähriger Unternehmensberater, Vertriebsprofi und Kommunikationsexperte sowie Trainer u.a. im WIFI Management Forum. Er begleitet seine Kunden/-innen zu den Themen überzeugende Business-Präsentationen mit Erfahrungswerten aus zahlreichen Umsetzungsprojekten.

TIPP

Visual Story: Überzeugende Business-Präsentation

25.6. – 26.6.2018 oder
22.10. – 23.10.2018 oder
10.4. – 11.4.2019
www.wifiwien.at/253128