

# Präsentationstraining für DNUG - Mitglieder



# Technische Vorbemerkung

Wenn Sie möchten, dass die Charts automatisch ablaufen, dann nehmen Sie bitte folgende Einstellungen vor:

↳ Bearbeiten

↳ Grundeinstellungen

↳ Vollbild

↳  automatisch blättern nach  Sekunden

Umschalten auf Vollbild / Präsentationsmodus / 

**Warnung!**

**Das ist keine Präsentation!  
Es ist ein mit Bildern emotional  
angereichertes Lesematerial im  
Querformat!**

# Die Kernfrage

Wozu Präsentationstraining?  
Schließlich ist man doch der Experte!

# Wozu Präsentationstraining

Weil man bei öffentlichen Vorträgen  
leider selten so gut ist  
wie in seinen besten Träumen!

# Wozu Präsentationstraining

Weil man bei öffentlichen Vorträgen  
leider selten so gut ist  
wie in seinen besten Träumen!

Weil uns unklare Situationen  
verunsichern  
und unsere Flexibilität einschränken!

# Wozu Präsentationstraining

Weil man bei öffentlichen Vorträgen  
leider selten so gut ist  
wie in seinen besten Träumen!

Weil uns unklare Situationen  
verunsichern  
und unsere Flexibilität einschränken!

# Verunsichernde Fragen aus verschiedenen Perspektiven



Aus der Sicht

des Präsentators



Warum dieses Thema?



Warum an diesem Ort?





Warum vor diesen Leuten?





Und warum gerade ich?



Und warum gerade ich?

# Aus der Sicht des Publikums



**... komm endlich auf den Punkt!**



**... geht das auch verständlicher?**



**... und was haben wir davon?**



**... und was haben wir davon?**



# AUS DER SICHT DES AUFTRAGGEBERS



**WENN ER MICH BLOSS NICHT BLAMIERT!**



**HOFFENTLICH BRINGT ER DEN KUNDEN!**



**HOFFENTLICH BRINGT ER DEN KUNDEN!**



Präsentationsziele?



# INFORMIEREN





**ÜBERZEUGEN**



**MOTIVIEREN**

Präsentationsziele

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln

↳ das wäre zu wenig

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln
  - ↳ das wäre zu wenig
- Alternativen & Konsequenzen zeigen

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln
  - ↳ das wäre zu wenig
- Alternativen & Konsequenzen zeigen
  - ↳ das könnte reichen

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln
  - ↳ das wäre zu wenig
- Alternativen & Konsequenzen zeigen
  - ↳ das könnte reichen
- Problemlösungskompetenz beweisen

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln
  - ↳ das wäre zu wenig
- Alternativen & Konsequenzen zeigen
  - ↳ das könnte reichen
- Problemlösungskompetenz beweisen
  - ↳ das wäre oft sehr gut

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln

- ↳ das wäre zu wenig

- Alternativen & Konsequenzen zeigen

- ↳ das könnte reichen

- Problemlösungskompetenz beweisen

- ↳ das wäre oft sehr gut

- ↳ Vertrauen

# Präsentationsziele

- Informationen vermitteln

  - ↳ das wäre zu wenig

- Alternativen & Konsequenzen zeigen

  - ↳ das könnte reichen

- Problemlösungskompetenz beweisen

  - ↳ das wäre oft sehr gut

↳ Vertrauen [Empfehlungsmarketing]

# Trainingsziele

# Trainingsziele

## ★ Inhaltliche Ziele

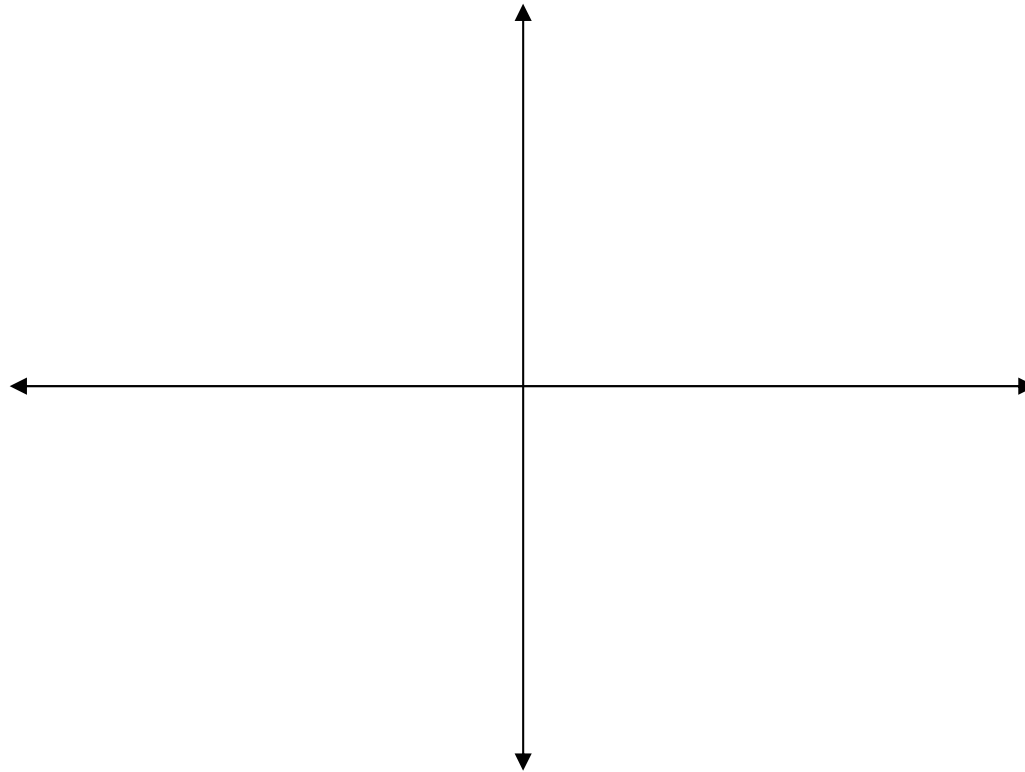
- Information vermitteln
- Verständnis wecken
- Entscheidung erreichen

# Trainingsziele

- ★ Inhaltliche Ziele
  - Information vermitteln
  - Verständnis wecken
  - Entscheidung erreichen

# Wie geht 'überzeugen'?

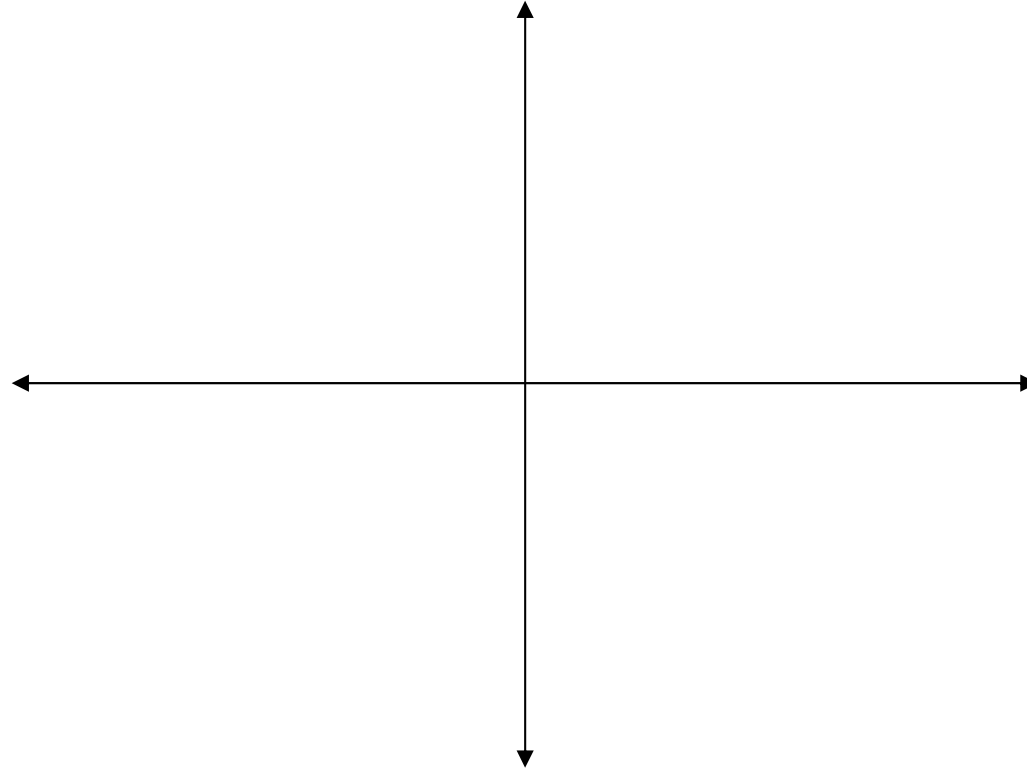
## ▪ 'die sozialen dialekte'



# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'

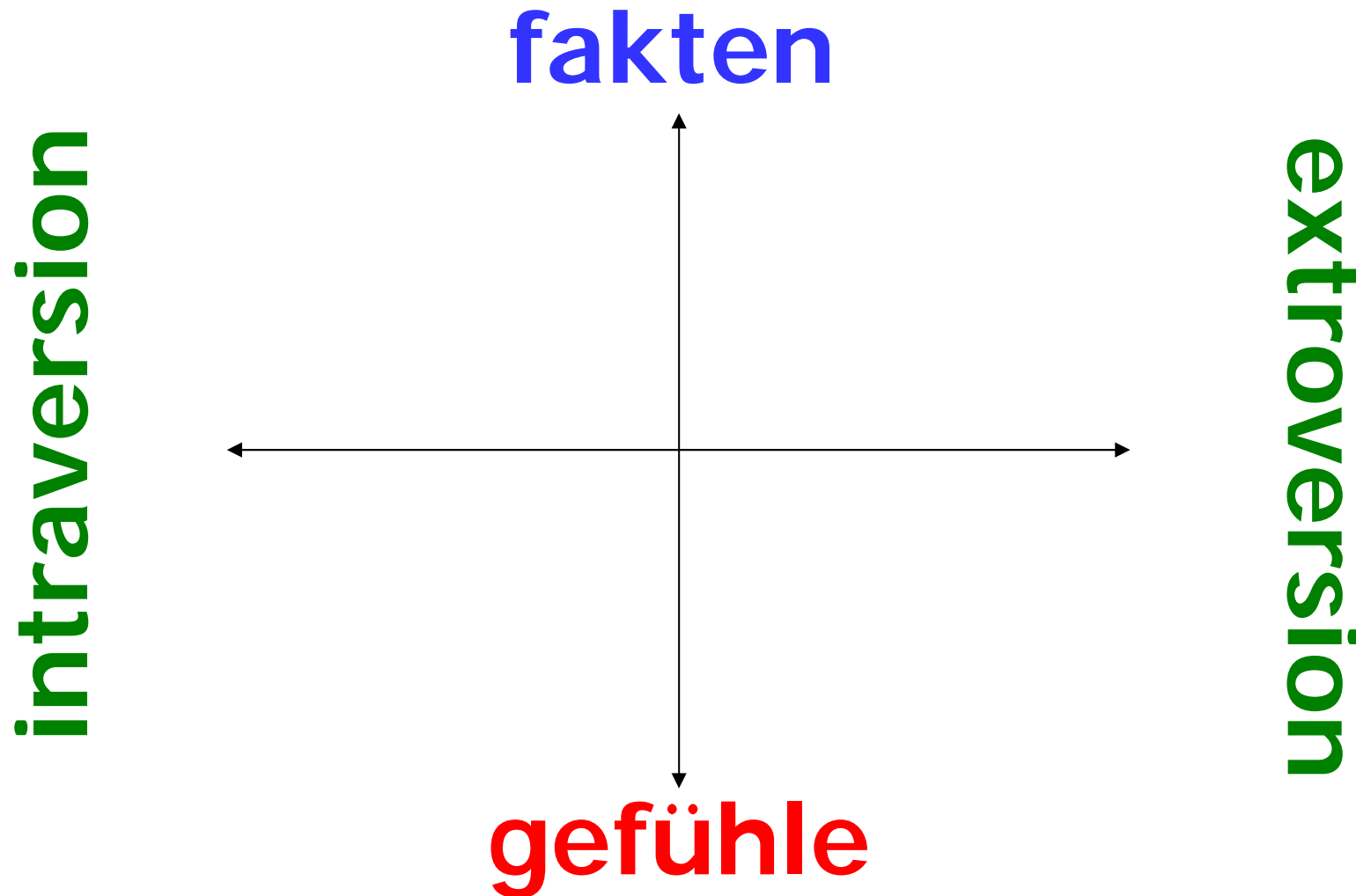
fakten



gefühle

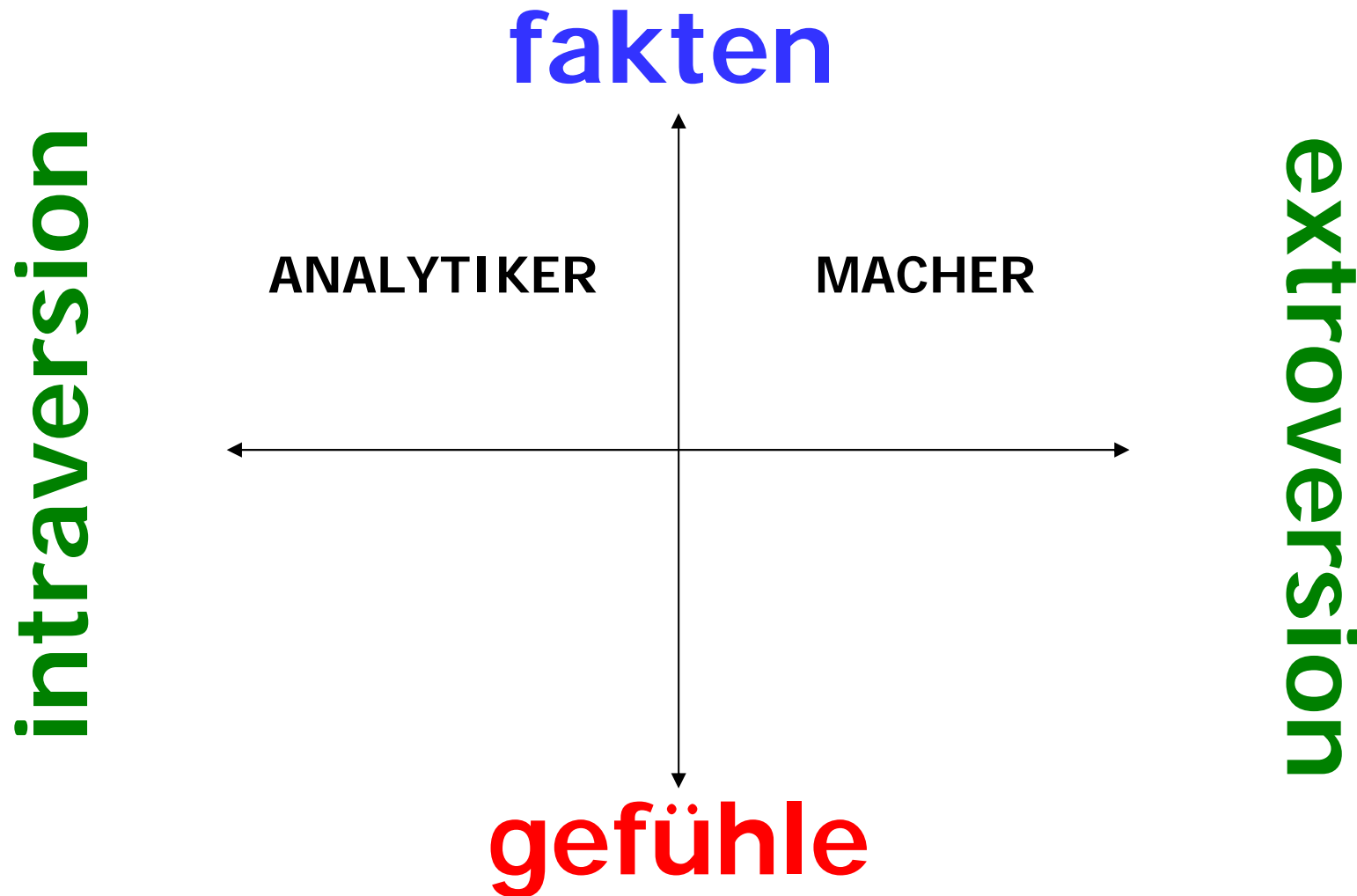
# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



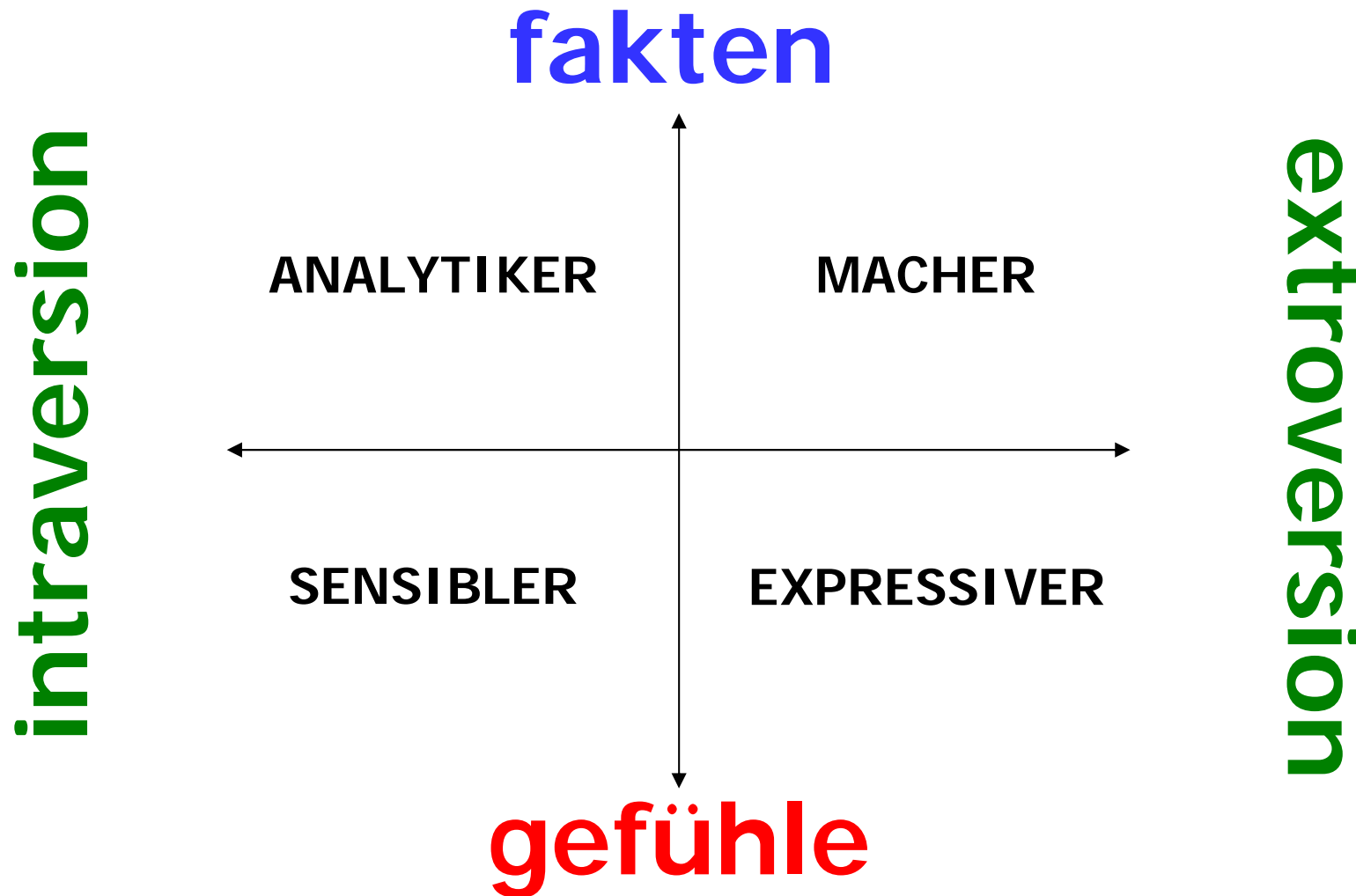
# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



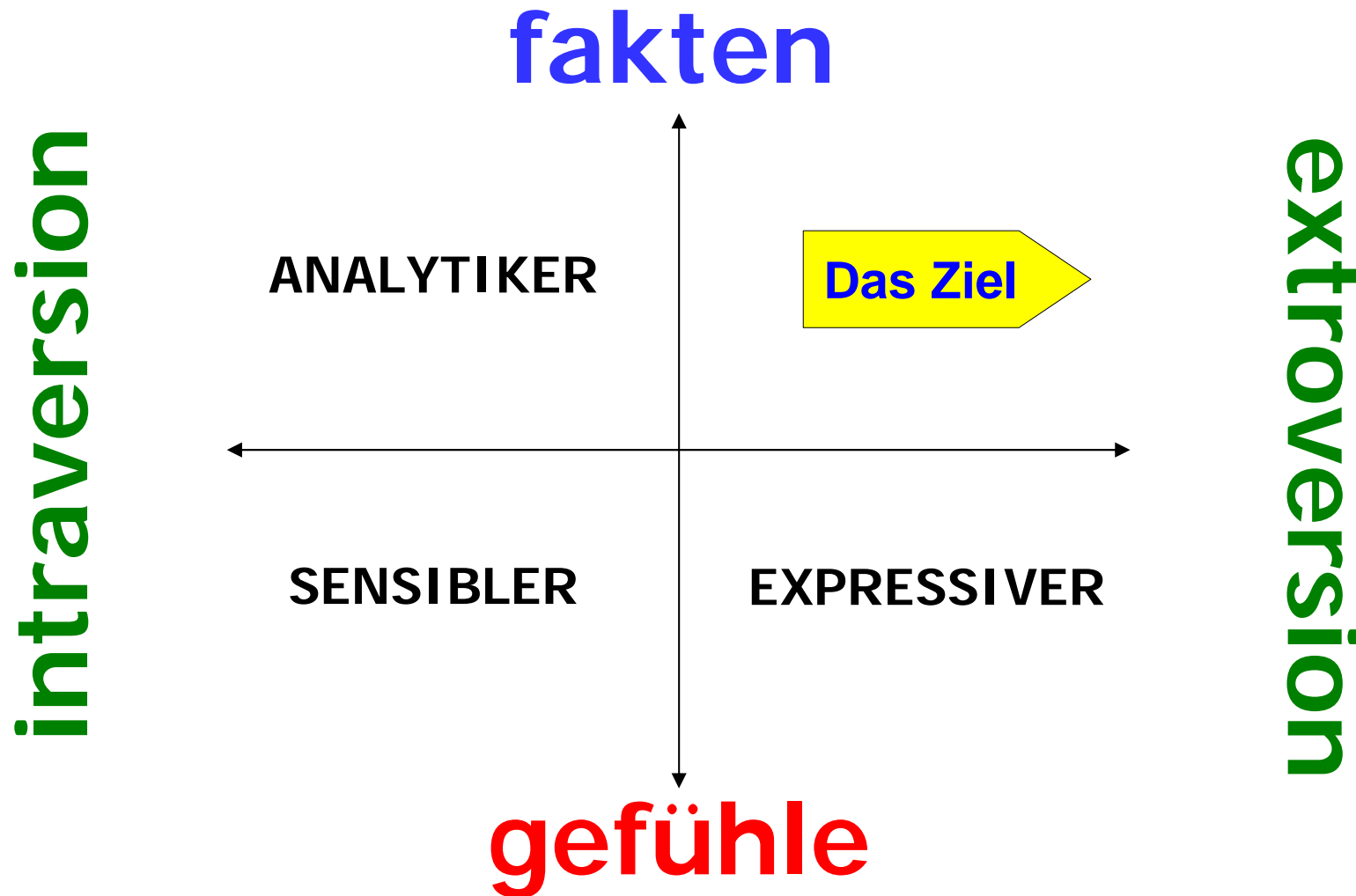
# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'



# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ 'die sozialen dialekte'

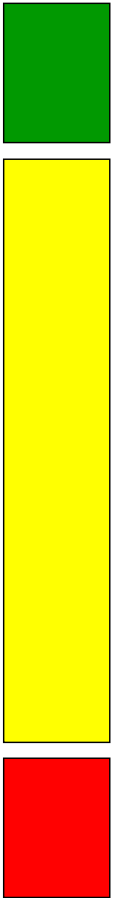






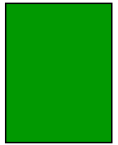
# Wie geht 'überzeugen'?

- **die drei Gruppen**

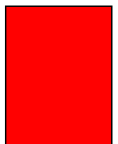
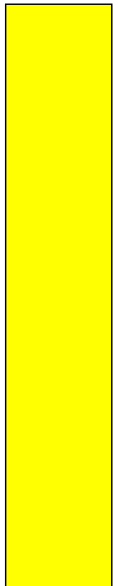


# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen

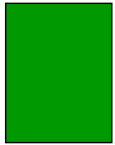


- Unterstützer und Befürworter

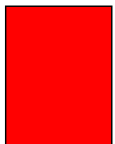
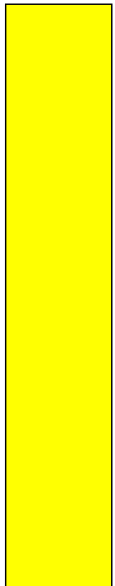


# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen

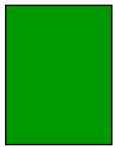


- Unterstützer und Befürworter [die sind schon dabei]

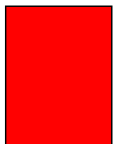
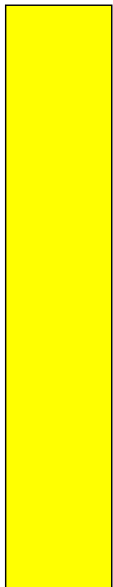


# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen



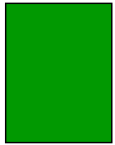
- Unterstützer und Befürworter [die sind schon dabei]



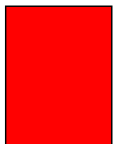
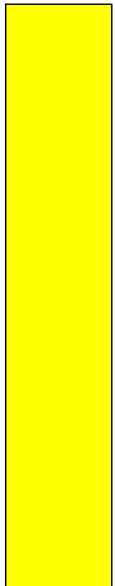
- Kritiker und Gegner

# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen



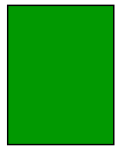
- Unterstützer und Befürworter [die sind schon dabei]



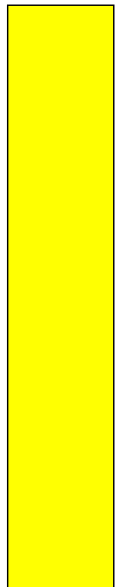
- Kritiker und Gegner [die sind schwer zu knacken]

# Wie geht 'überzeugen'?

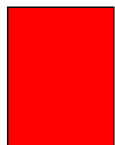
## ▪ die drei Gruppen



- Unterstützer und Befürworter [die sind schon dabei]



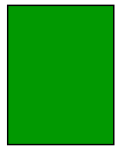
- Neutrale - oder Unentschlossene?



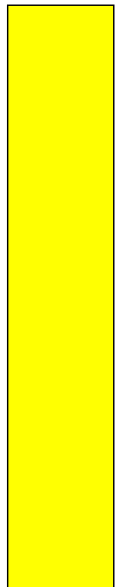
- Kritiker und Gegner [die sind schwer zu knacken]

# Wie geht 'überzeugen'?

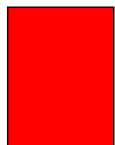
## ▪ die drei Gruppen



- Unterstützer und Befürworter [die sind schon dabei]



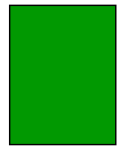
- **Neutrale - oder Unentschlossene? [Zielgruppe]**



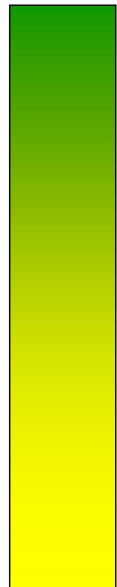
- Kritiker und Gegner [die sind schwer zu knacken]

# Wie geht 'überzeugen'?

## ■ die drei Gruppen

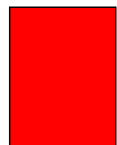


- Unterstützer und Befürworter



- **Neutrale - oder Unentschlossene? [Zielgruppe]**

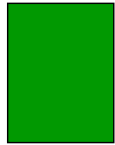
- mehr Informationen
- Bewertung der Informationen
- aktiver Umgang mit Einwänden und Vorurteilen
- Pro und Contra der Alternativen
- Klarheit über die Konsequenzen des [Nicht-] Handelns



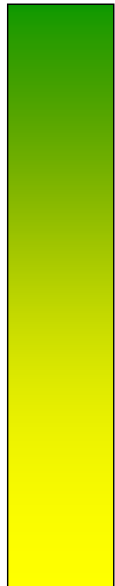
- Kritiker und Gegner

# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen

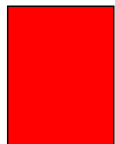


- Unterstützer und Befürworter



- **Neutrale - oder Unentschlossene? [Zielgruppe]**

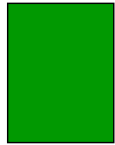
- mehr Informationen
- Bewertung der Informationen
- aktiver Umgang mit Einwänden und Vorurteilen
- Pro und Contra der Alternativen
- Klarheit über die Konsequenzen des [Nicht-] Handelns



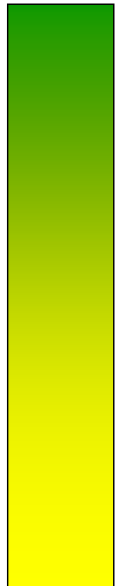
- Kritiker und Gegner

# Wie geht 'überzeugen'?

## ▪ die drei Gruppen

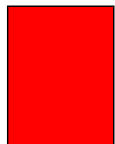


- Unterstützer und Befürworter



- **Neutrale - oder Unentschlossene? [Zielgruppe]**

- mehr Informationen
- Bewertung der Informationen
- aktiver Umgang mit Einwänden und Vorurteilen
- Pro und Contra der Alternativen
- Klarheit über die Konsequenzen des [Nicht-] Handelns



- Kritiker und Gegner

# Trainingsziele

- ★ **Inhaltliche Ziele**
  - Information vermitteln
  - Verständnis wecken
  - Entscheidung erreichen

# Trainingsziele

- Persönliche Ziele
  - Sicherheit
  - Überzeugungskraft
  - Eleganz



**SICHERHEIT**




Stärken erkennen  
und ausbauen

Schwächen umgehen

**SICHERHEIT**



ÜBERZEUGUNGSKRAFT

- 
- Powerpoint 'reduced to the max'
  - Rhetorische Feinheiten
  - Geschichten & Emotionen

ÜBERZEUGUNGSKRAFT

- 
- Powerpoint 'reduced to the max'
  - Rhetorische Feinheiten
  - Geschichten & Emotionen

ÜBERZEUGUNGSKRAFT



ELEGANZ


... üben ... üben ... üben ...

**ELEGANZ**



**STOP!**



- 
- Powerpoint 'reduced to the max'
  - Rhetorische Feinheiten
  - Geschichten & **Emotionen**

ÜBERZEUGUNGSKRAFT

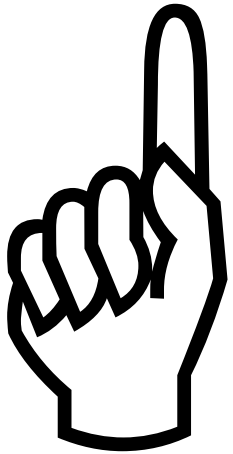
**Wieso  
Emotionen?**



**Es geht  
doch nur  
um Fakten  
und Meinungen?**

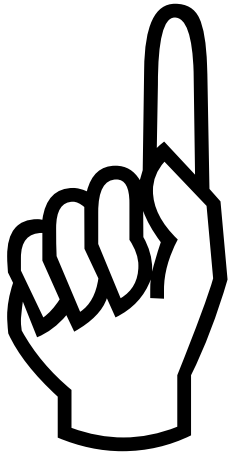


# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, wobei Letzterer den Ersteren bestimmt

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, wobei Letzterer den Ersteren bestimmt

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation

Wir reden immer über etwas  
[Sachebene - Fakten]

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation

Wir reden immer über etwas  
[Sachebene - Fakten]

Wir reden immer mit jemandem  
[Beziehungsebene - Emotionen]

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation

Wir reden immer über etwas  
[Sachebene - Fakten]

Wir reden immer mit jemandem  
[Beziehungsebene - Emotionen]

Mit welchen Emotionen man uns zuhört  
bestimmt, welche Fakten man hört  
und wie man sie interpretiert!

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation

Wir reden immer über etwas  
[Sachebene - Fakten]

Wir reden immer mit jemandem  
[Beziehungsebene - Emotionen]

Mit welchen Emotionen man uns zuhört  
bestimmt, welche Fakten man hört  
und wie man sie interpretiert!

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



Kommunikation ist  
Beziehungs\_Management

Kommunikation ist  
Emotions\_Management

# Watzlawicks 2. Axiom der Kommunikation



Kommunikation ist  
Beziehungs\_Management

Kommunikation ist  
Emotions\_Management

# Trainingsziele

# Trainingsziele

## ⇒ Persönliche Ziele

- Sicherheit
- Eleganz
- Überzeugungskraft

## ★ Inhaltliche Ziele

- Information vermitteln
- Verständnis wecken
- Entscheidung erreichen

# Trainingsziele

## ⇒ Persönliche Ziele

- Sicherheit
- Eleganz
- Überzeugungskraft

## ★ Inhaltliche Ziele

- Information vermitteln
- Verständnis wecken
- Entscheidung erreichen

... üben ... üben ... üben ...



# Präsentationstraining

2 Tage, 6 Teilnehmer, 980 €  
Ort und Zeit werden noch festgelegt  
bzw. können vereinbart werden.



# Präsentationstraining

1,5 Tage\*, 6 Teilnehmer, 980 €  
Ort und Zeit werden noch festgelegt  
bzw. können vereinbart werden.

\* 1. Tag 19-21, 2. Tag 09-21, Abreise nach Frühstück.  
Arbeit mit und an den eigenen Präsentationen → Laptop!



# Präsentationstraining



**Conrad Giller**

GLP PA., München und Leipzig

[www.GLP.AG](http://www.GLP.AG)

[giller@GLP.AG](mailto:giller@GLP.AG)

0049 . 172 . 650 1497



# Präsentationstraining



**Conrad Giller**

GLP PA., München und Leipzig

[www.GLP.AG](http://www.GLP.AG)

[giller@GLP.AG](mailto:giller@GLP.AG)

0049 . 172 . 650 1497

