

Key Message, Please!

Präsentationen sollen klar, spannend und wirkungsvoll sein.
Entdecke den Key Message Canvas.

Fabio Sandmeier
Begleithandbuch zum Seminar



momentum
present



Inhalt

- 4 Die Präsentation vorbereiten 
- 20 Die Präsentation optimieren 
- 29 Den Auftritt meistern 

Herausgeber: Momentum Present GmbH, 6216 Mauensee, Schweiz
Autor: Fabio Sandmeier
Illustrationen: Fabio Sandmeier / Katerina Limpitsouni (unDraw)
Druck: Schlüssel Druck, Sursee

Herzlichen Dank für das Mitdenken, Herausfordern und Verbessern geht an
Michaela Hillmann sowie das Team von Confident Markenkommunikation

2. Auflage Januar 2020



Key Message Canvas by Fabio Sandmeier is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Permissions beyond the scope of this license may be available at Momentum Present GmbH, momentumpresent.ch.

Das System

Die perfekte Balance für deine Präsentation

Informieren

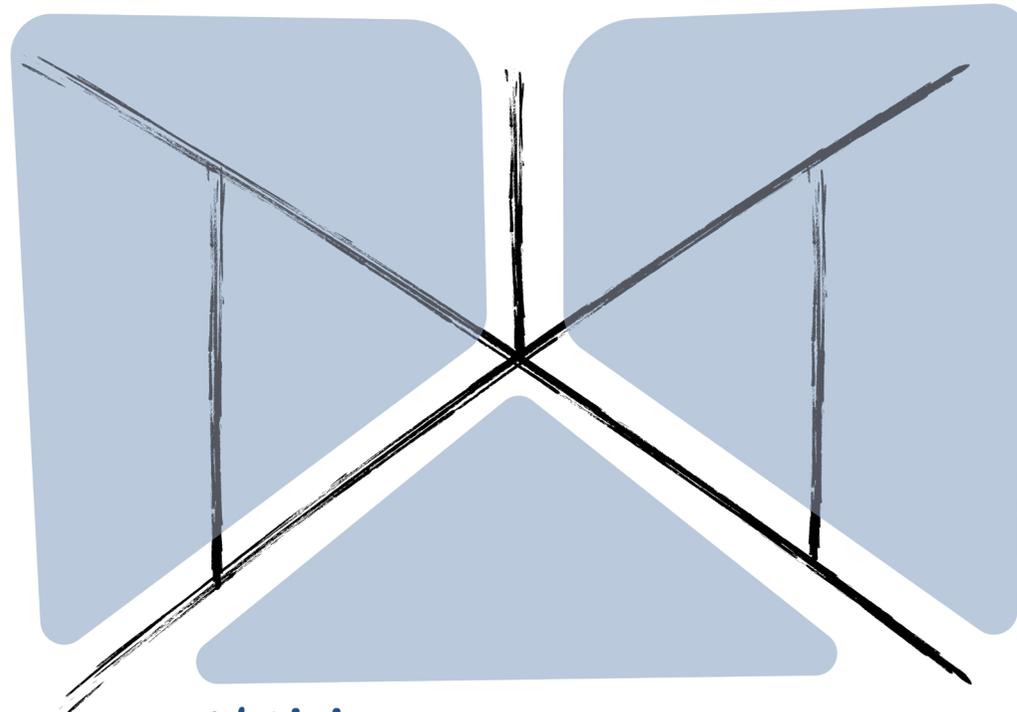
Hauptteil: Dank klarer Struktur übersichtlich und flexibel bleiben

Motivieren

Einstieg: Das Publikum abholen und für Aufmerksamkeit sorgen



Du



Dein Publikum

Aktivieren

Schluss: Sicherstellen, dass der Präsentation Handlungen folgen

Die Präsentation vorbereiten

Der Key Message Canvas

Den Canvas richtig ausfüllen

- 1. Auf den Empfänger ausrichten*
- 2. Auf deine Ziele ausrichten*
- 3. Zuspitzen*

Die Präsentation aufbauen

V

O

M

Der Key Message Canvas

7 Bestandteile erfolgreicher Präsentationen

Meine Kernaussagen

Das Publikum hat eine begrenzte Aufnahmekapazität. Sie können sich unmöglich alles merken, was du ihnen erklärst. Welches sind die «Take-home messages», an die sie sich zu Hause noch erinnern können? Reduziere dich auf drei Kernaussagen. Sie sind die Antworten auf die Kernfragen.

Meine Argumente

Notiere dir für jede Kernaussage deine Argumente. Schau, dass du dabei nicht nur Zahlen und Fakten nennst, sondern auch konkrete Beispiele. Damit sorgst du für eine Balance zwischen dem Rationalen und Emotionalen.

Meine Motivation

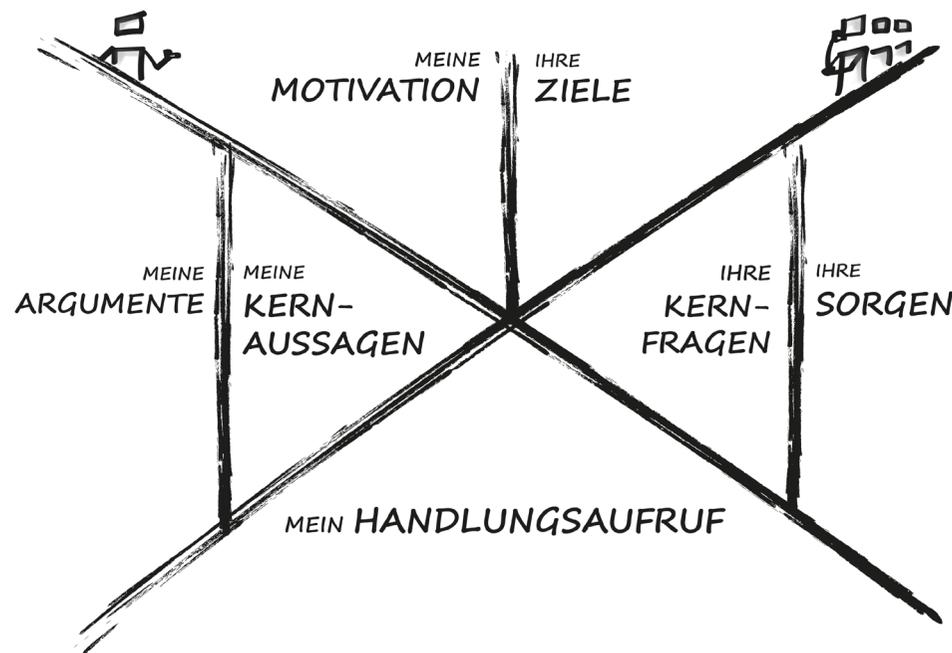
«Mich fasziniert das Thema, weil ...» Menschen mögen Geschichten und Emotionen. Es erleichtert das Zuhören und stärkt die Glaubwürdigkeit des Sprechers oder der Sprecherin. Schau, dass du im Laufe deiner Präsentation über dein «Why» sprichst.

Mein Handlungsaufruf

Laufe mit deinem Publikum nicht nur an die Ziellinie. Sondern nimm sie an der Hand und führe sie über die Ziellinie. Sag ihnen, was du von ihnen als nächstes erwartest. Nur so löst du tatsächlich Handlungen aus.

Ihre Ziele

Beginne eine Präsentation immer mit dem richtigen «Framing». Hilf deinem Publikum, dein Thema in eine Schublade einzuordnen. Indem du eines ihrer Ziele ansprichst, sorgst du für die richtige Priorisierung - und damit die nötige Aufmerksamkeit.



Ihre Kernfragen

Beginne deine Präsentationsvorbereitung nicht mit dem Auflisten von all dem, was du am liebsten sagen könntest. Das führt genau zu jenen Folienschichten, vor denen wir uns alle fürchten. Versetze dich in die Schuhe des Publikums und überlege dir, welche Kernfragen sie am brennensten interessieren.

Ihre Sorgen

Schau, dass du gleich zu Beginn der Präsentation den Nerv des Publikums triffst. Verliere keine wertvolle Zeit mit Begrüßungsfloskeln und Verlegenheits-Gesten. Sprich ihre Sorgen und Bedürfnisse an, sodass sie wissen, weshalb sich das Zuhören lohnt.

Den Canvas richtig ausfüllen

In drei Schritten zur ausbalancierten, schlanken Präsentation

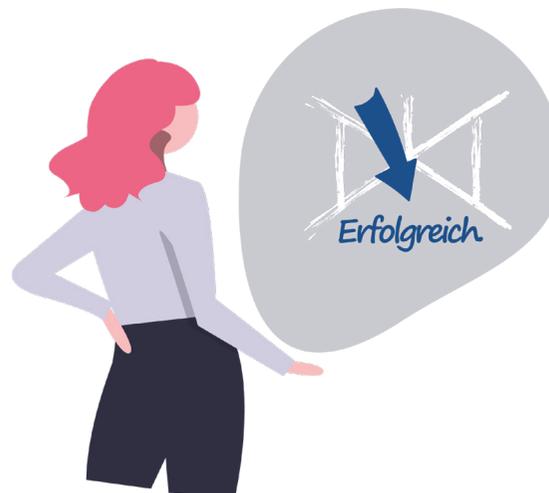
1.) Auf dein Zielpublikum ausrichten

Es ist viel einfacher, über dich selber zu reden, als auf dein Gegenüber einzugehen. Tu es trotzdem - du wirst mit Aufmerksamkeit belohnt. Beginne auf der rechten Seite und notiere dir die Ziele, Sorgen und drei Kernfragen deines Empfängers. Diese beantwortest du mit drei Kernaussagen und notierst dir die dazu gehörenden Argumente.



2.) Auf deine Ziele ausrichten

Deine Präsentation soll dich einen Schritt weiterbringen. Was willst du erreichen? Beginne mit deiner Motivation und notiere dir, weshalb du jeden Morgen aufstehst. Überlege dir dann, welche Aktionen du beim Gegenüber auslösen willst und formuliere deinen Handlungsaufwurf.



3.) Den Umfang reduzieren

“Eine Rede ist wie ein fragiles Schiff. Überlade es, und es sinkt.”, ist ein überliefertes Sprichwort. Es ist nicht nötig, dass du alle deine Argumente nennst. Schau genauer auf deinen Handlungsaufwurf und filtere deine Argumente. Lasse nur noch diejenigen übrig, die nötig sind, um das Ziel deiner Präsentation zu erreichen. Alle anderen behältst du in der Hinterhand.



Beispiel: Das Startup „AirClean“

Peter und Stefanie hatten eigentlich nicht vor, ein Startup zu gründen. Erst als ihre Tochter auf Feinstaub allergisch reagierte, wurden sie auf die Problematik sauberer Atemluft in Büroräumen aufmerksam.

In unserem fiktiven Beispiel haben sie einen Luftreiniger entwickelt und soeben eine Crowdfunding-Kampagne gestartet.

In einer Woche sind sie an einem Startup-Forum eingeladen. Sie haben drei Minuten Zeit, ihre Geschäftsidee zu präsentieren. Am liebsten würden sie aber eine Stunde über ihre Innovation sprechen. Wie bringen sie es auf den Punkt und nutzen die Gelegenheit, um für ihre Crowdfunding-Kampagne zu werben?

Lerne anhand dieses Falles, wie du eine Präsentation mit dem Key Message Canvas vorbereitest.



1.) Auf dein Zielpublikum ausrichten

Stefanie und Peter versetzen sich zuerst in ihre Zielgruppe und überlegen sich, welches Ziel diese erreichen will und mit welchen Sorgen sie sich beschäftigen.

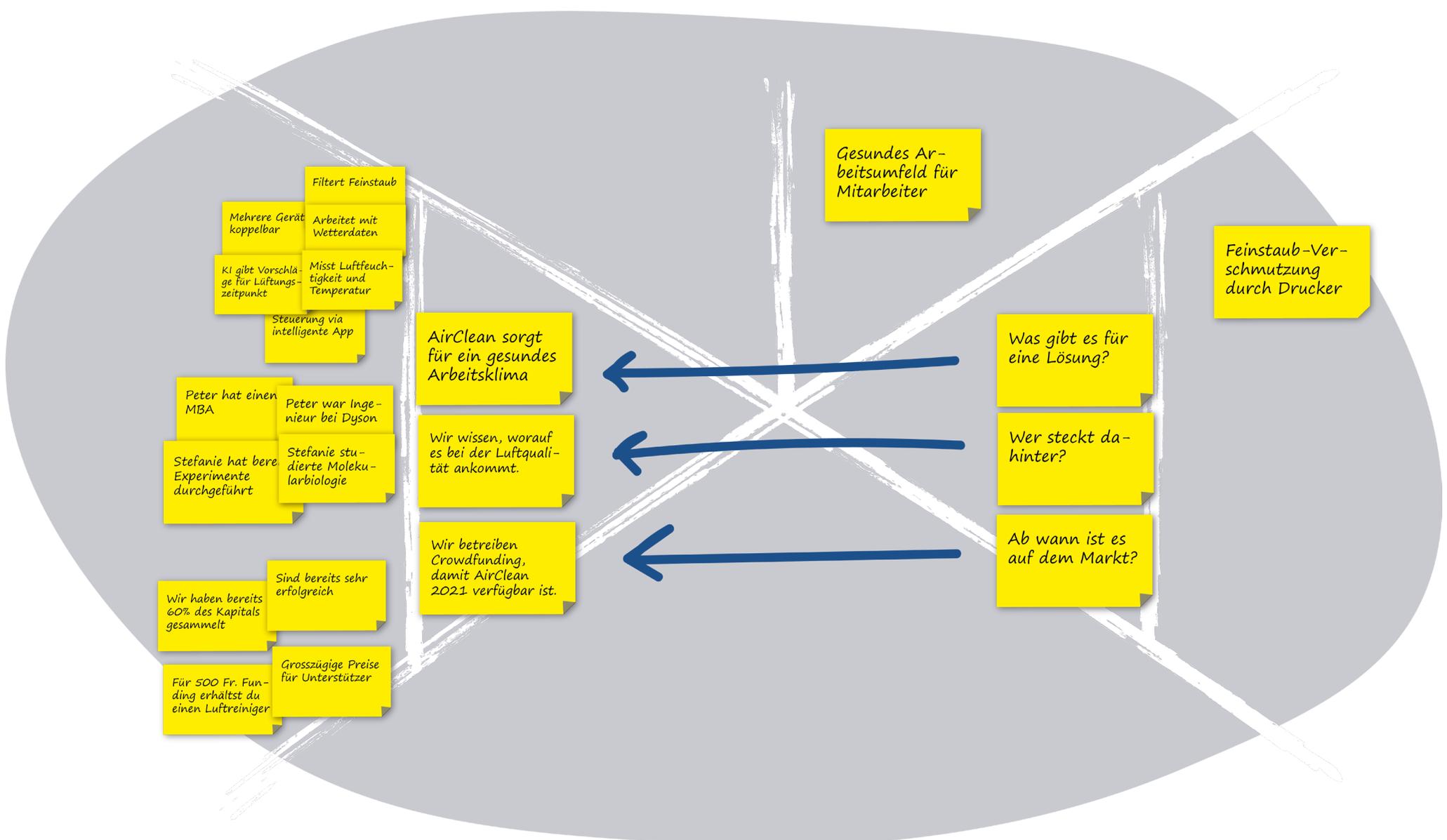
Nun diskutiere sie miteinander, welches wohl die drei Fragen sind, die das Publikum am brennensten interessieren. Sie kommen überein, dass sie wissen wollen:

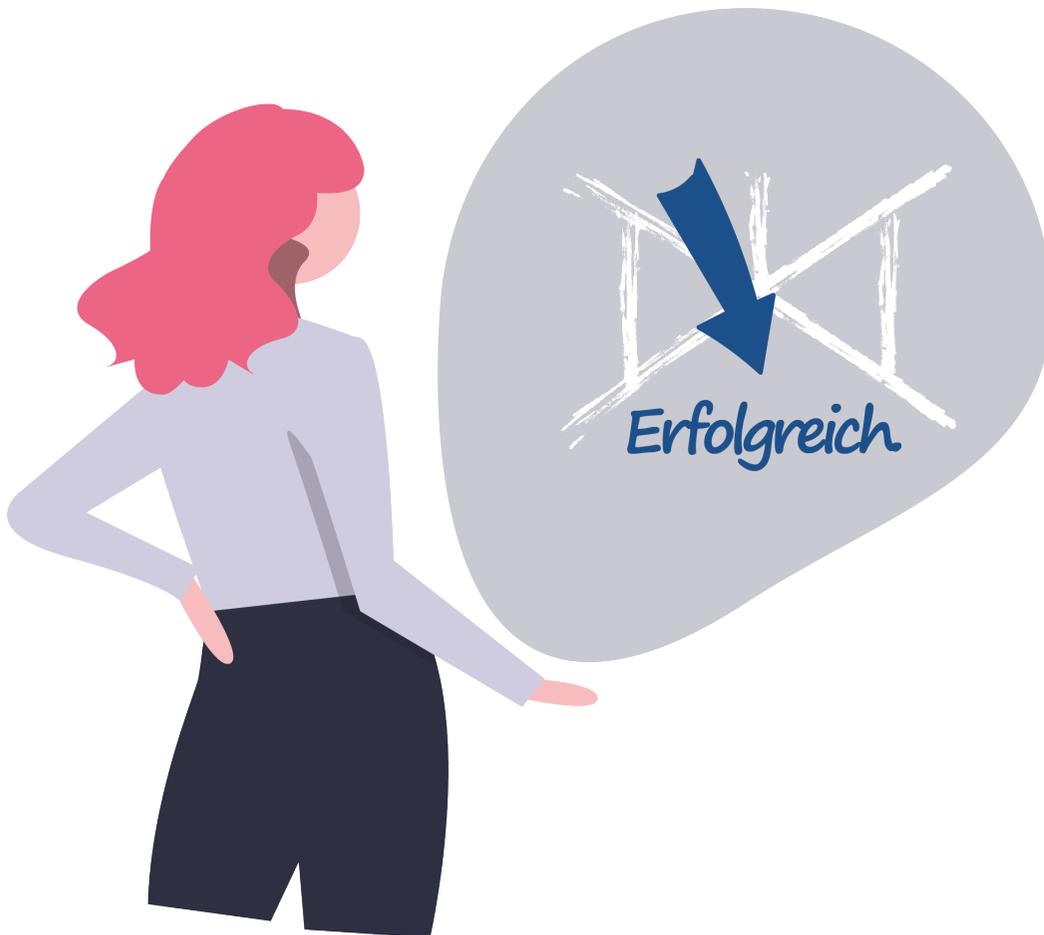
- a) welche Lösung sie anbieten;
- b) wer sie sind;
- c) wo sie stehen.

Jetzt beantworten sie diese drei Kernfragen mit je drei Kernaussagen. Diese Kernaussagen - die „Take home Messages“ - bilden das Gerüst ihrer Präsentation.

Schliesslich brainstormen sie alle möglichen Argumente, die ihnen zu den Kernaussagen in den Sinn kommen. Die Präsentation ist jetzt noch etwas überladen, sie ist aber bereits auf den Empfänger ausgerichtet.



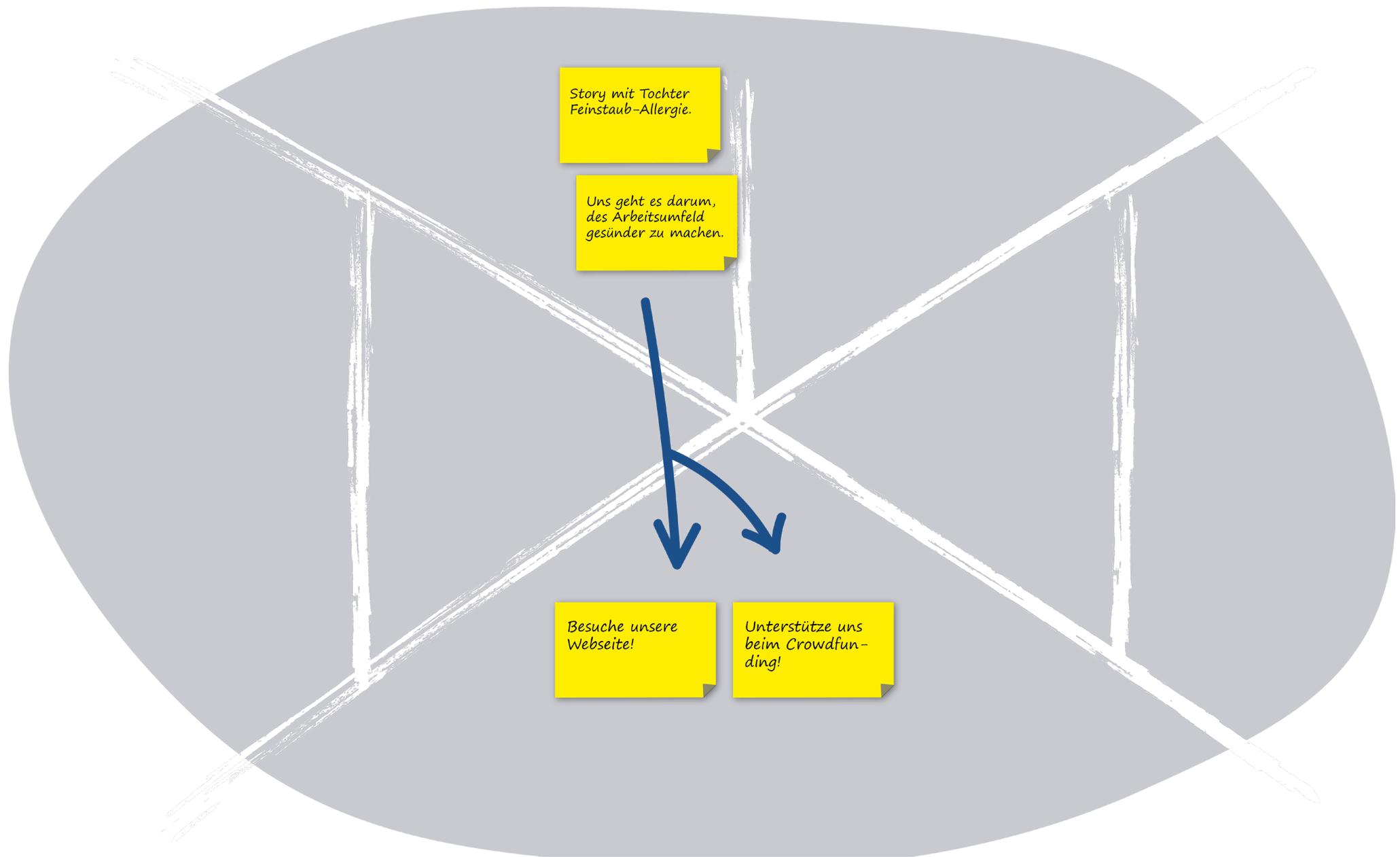




2.) Auf deine Ziele ausrichten

Stefanie und Peter wissen: Das A und O einer Startup-Präsentation ist es, dass die Begeisterung der Gründer spürbar wird. Dennoch fällt es ihnen nicht leicht, ihre Motivation in einem Satz zusammen zu fassen. Schliesslich gelingt es ihnen, mit dem kräftigen Statement: "Uns geht es darum, das Arbeitsumfeld gesünder zu machen." Ganz am Anfang ihrer Geschichte stand die Tochter, die auf Feinstaub allergisch reagierte und sie dazu motivierte, sich für eine gesunde Luft zu engagieren. Diese Story notieren sie ebenfalls im Abschnitt «Motivation».

Nach dieser eher wolkigen Formulierung gehen sie nun eine Stufe konkreter und diskutieren, welche Ziele sie mit dem Auftritt erreichen wollen. Sie halten fest: Sie wollen Besucher auf ihre Webseite verweisen und sie motivieren, sich am Crowdfunding zu beteiligen.





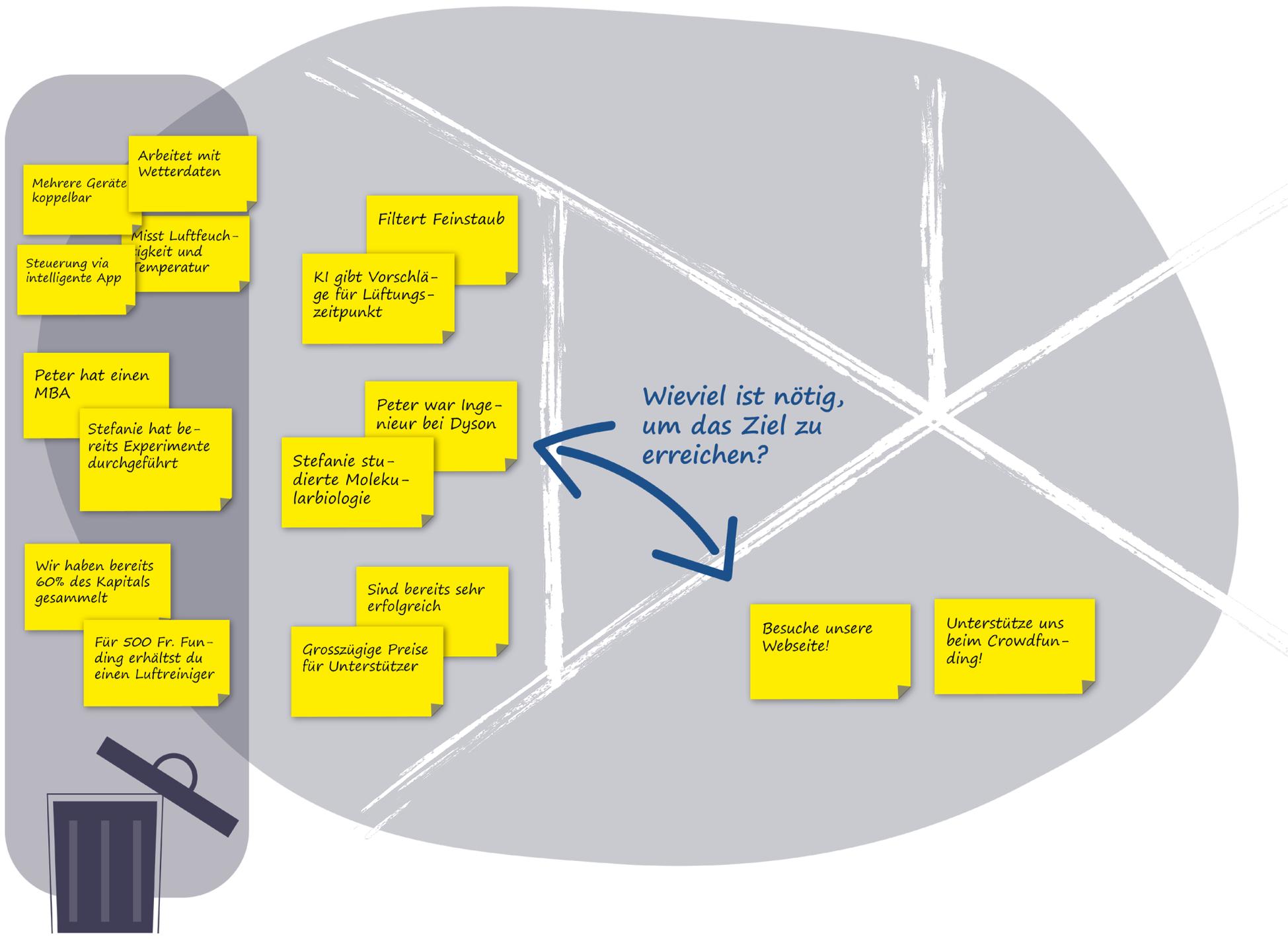
3.) Den Umfang reduzieren

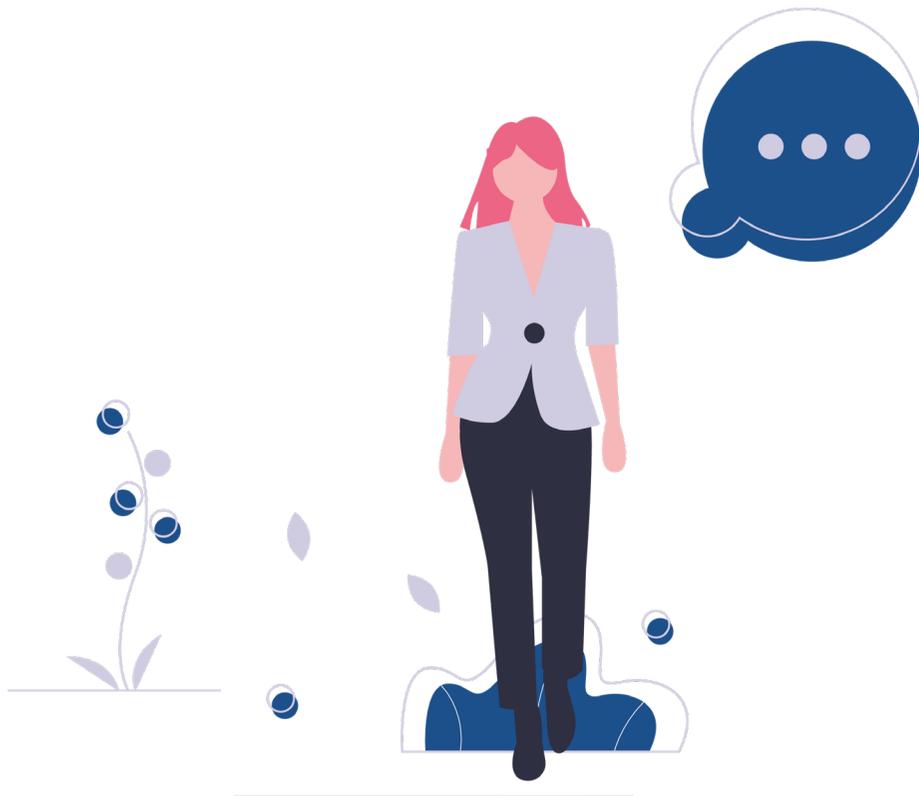
Stefanie und Peter wissen auch: Das Publikum hat nicht die Geduld, sich all ihre Argumente anzuhören. Aber wie unterscheiden sie das Wichtige vom Unwichtigen? Wenn man tief im Thema ist, wie als Gründerin und Gründer, ist das gar nicht mal so einfach.

Mit dem Key Message Canvas gelingt ihnen diese Argumenten-Filtration: Sie betrachten ihren Handlungsauftrag und überlegen sich dann, welche Argumente nötig sind, um das Publikum zu bewegen.

Alle anderen Argumente filtern sie heraus. Sie behalten sie aber in der Hinterhand, beispielsweise für individuelle Gespräche nach der Präsentation.

So stellen sie stellen beispielsweise fest: Sie brauchen nicht zu erwähnen, dass man für 500 Fr. Crowdfunding bereits ein Exemplar des Luftreinigers erhält. Sie wollen stattdessen Neugierde schaffen.

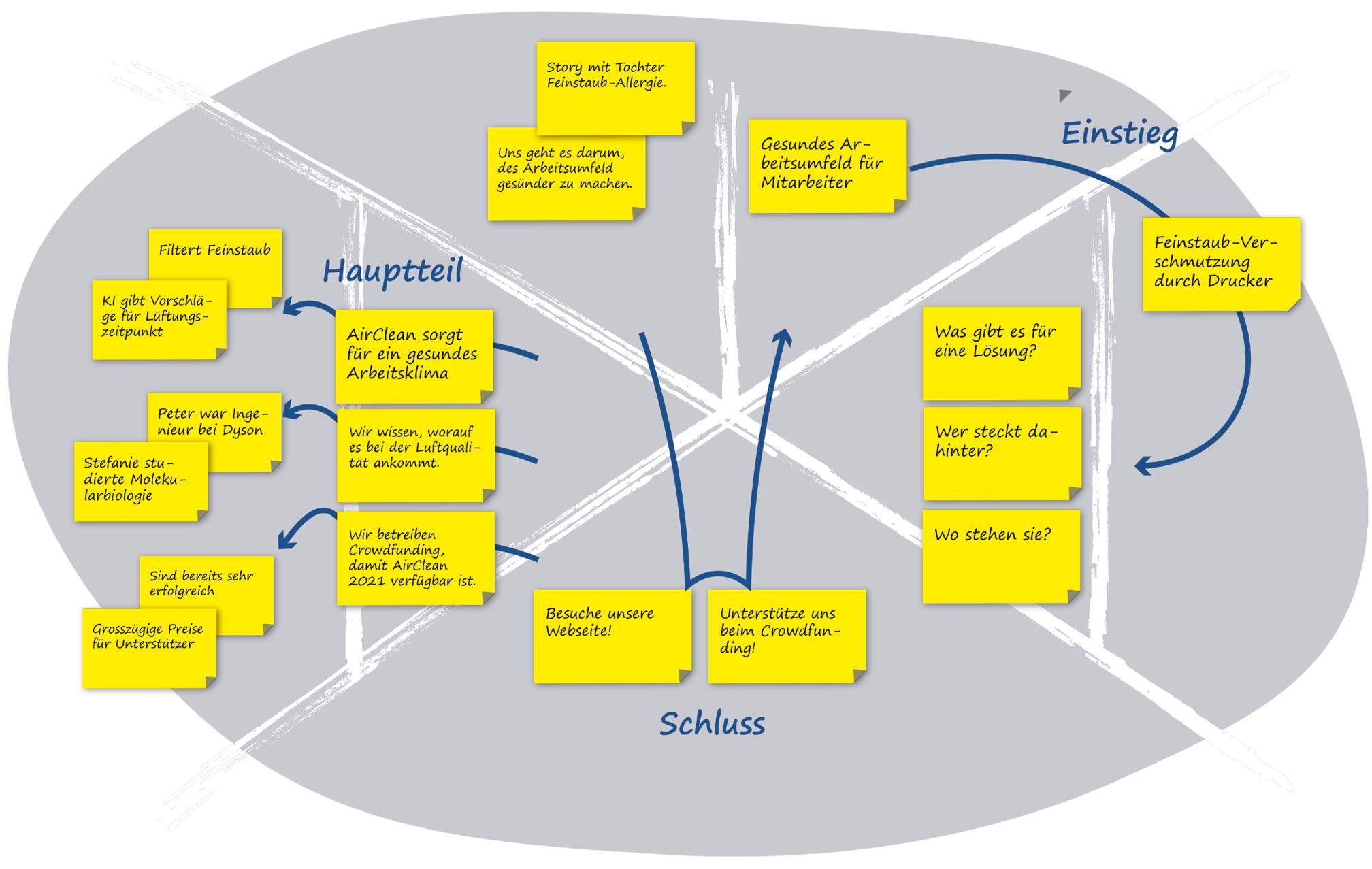




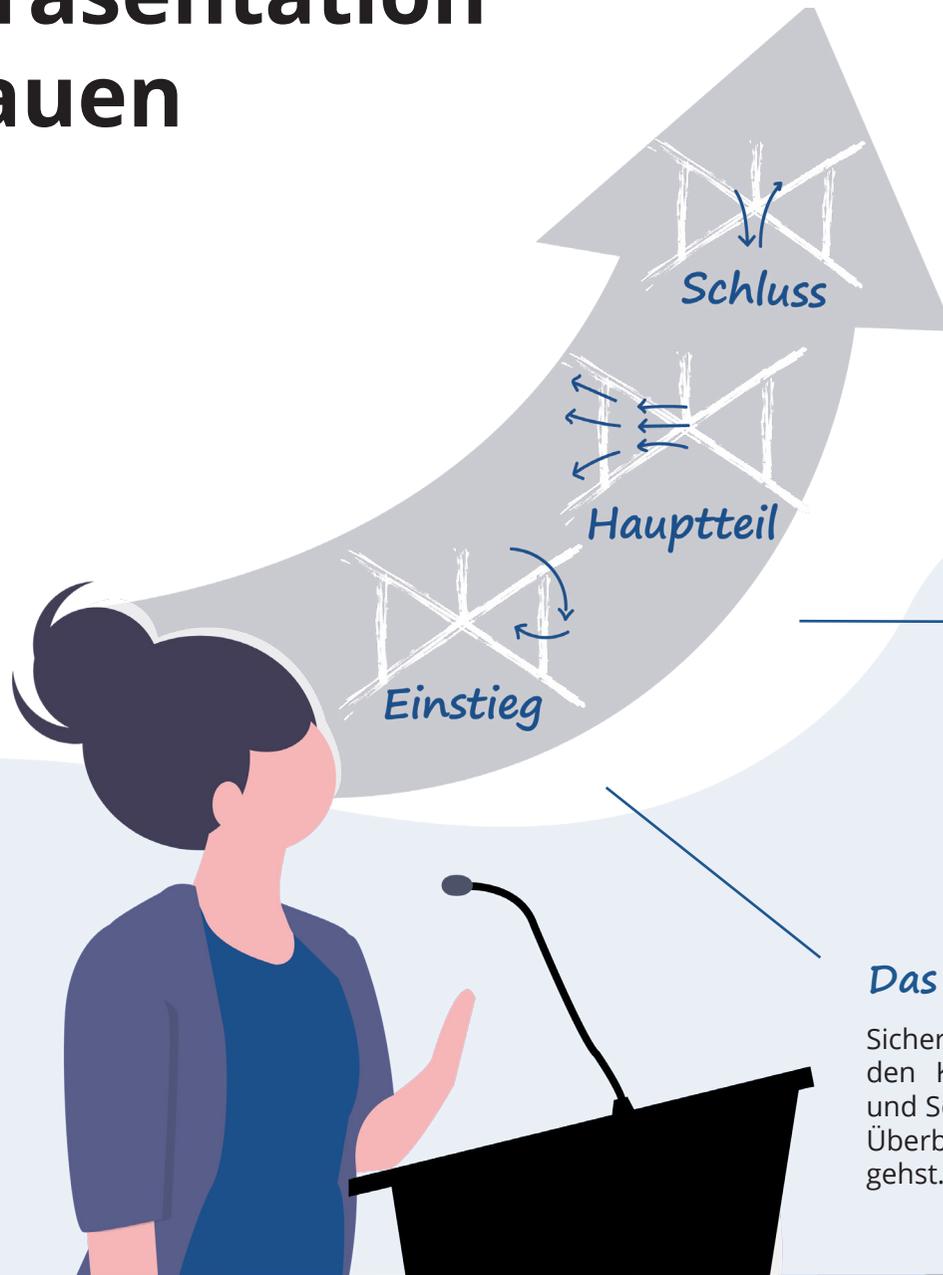
Resultat

Jetzt haben Stefanie und Peter einen Überblick über das, was sie sagen wollen. Die Diskussion hat ihnen als Team gut getan: Sie setzten sich mit den Zielen und Sorgen ihrer Kundschaft auseinander. Sie wurden sich ihren Stärken und ihrer Motivation bewusst.

Ihre Präsentation ist ausbalanciert: Sie richtet sich auf die Bedürfnisse des Gegenübers aus und trifft dort genau den Punkt des Interessens. Gleichzeitig richten sie sich auf die eigenen Ziele aus und stellen sicher, dass sie den Auftritt als Chance nutzen. Schliesslich ist die Präsentation zugespitzt und liefert genau so viele Argumente wie nötig, damit das Publikum neugierig wird und die Webseite besucht.



Die Präsentation aufbauen



Auf's Tor schiessen

Lass dein Publikum durchatmen und erkläre ihnen zuerst, weshalb dich das Thema fasziniert. Dann nimmst du sie an der Hand und erklärst ihnen, was du von ihnen als Nächstes erwartest: der Handlungsaufruf. In deinem letzten Satz erwähnst du nochmals die Ziele deines Gegenübers. Damit weckst du Bedürfnisse und gibst ihnen das Gefühl, dass du sie verstehst.

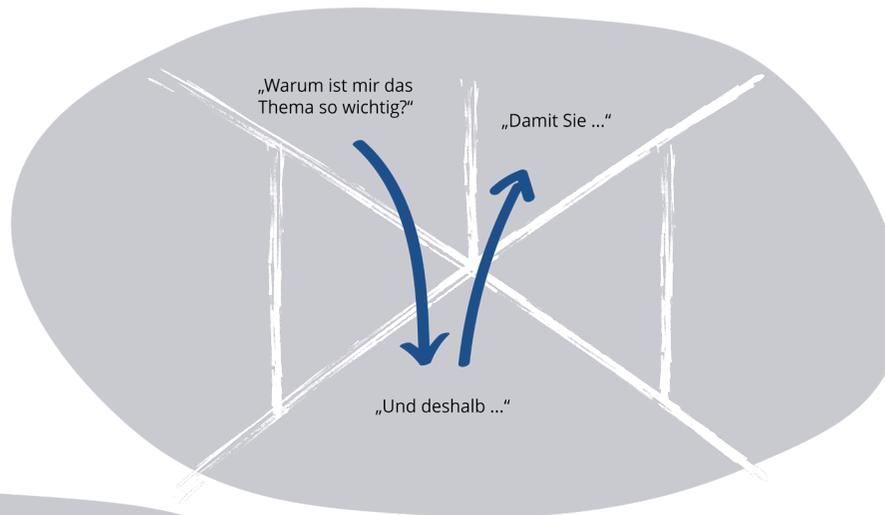
Strukturiert erklären

Nur du hast den Überblick. Deshalb musst du deinem Gegenüber stets Orientierung geben, wo du dich gerade befindest. Beginne jedes Kapitel mit der Kernfrage, gefolgt von der Kernbotschaft und den Argumenten. Der Nebeneffekt: Du sorgst für einen idealen Spannungsbogen.

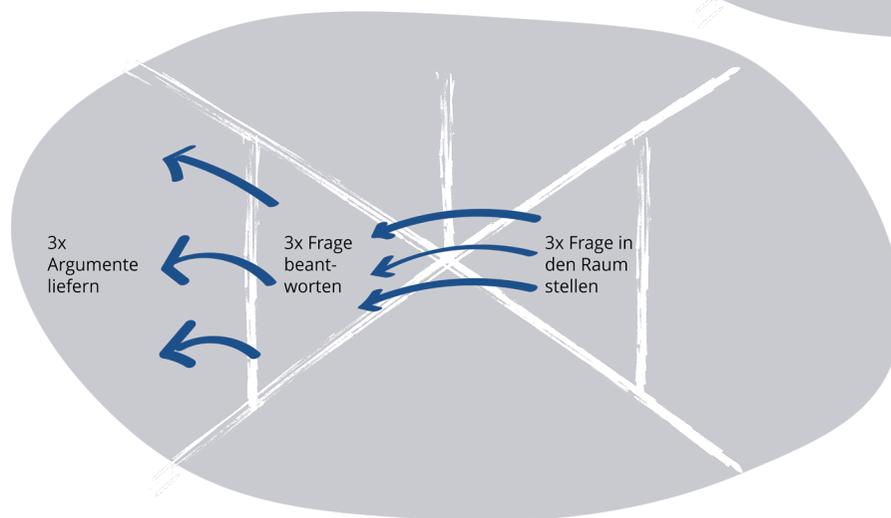
Das Gegenüber abholen

Sichere dir sofort die Aufmerksamkeit, indem du den Kontrast aufspannst zwischen den Zielen und Sorgen des Gegenübers. Dann gibst du einen Überblick zu den Kernfragen, auf die du heute eingehst.

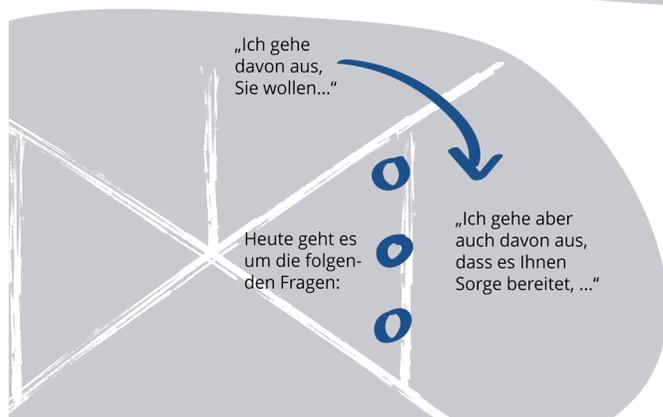
Diese Formulierungsvorschläge unterstützen dich bei den Übergängen zwischen den einzelnen Canvas-Bausteinen.



Schluss



Hauptteil

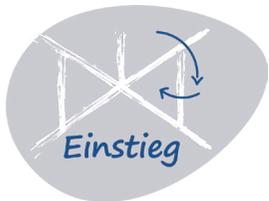


Einstieg

Der Ablauf von AirClean's 3-Minuten-Pitch

Stefanie und Peter haben also den Überblick und haben ihre Präsentation auf die wichtigsten Kernaussagen und Argumente reduziert. Wie spannen sie nun einen roten Faden durch ihre Präsentation, sodass man gerne zuhört? Hier findest du ihren Redetext, basierend auf dem Key Message Canvas.

BEISPIEL



Wir gehen davon aus, dass für Sie ein gesundes Arbeitsumfeld wichtig ist.

Nimmt einen mit Staub gefüllten Ballon und bringt ihn zum Zerplatzen. Haben Sie gewusst, dass das die Feinstaub-Konzentration ist in einem Grossraumbüro mit Multifunktions-Drucker?

Wir zeigen Ihnen, welche Lösung wir für dieses Problem haben, wer wir sind und wo wir stehen.



Was ist unsere Lösung?

Der AirClean sorgt für ein gesundes Arbeitsklima. *Zeigt ein Bild und macht eine kurze Pause.* Er filtert nicht nur den Feinstaub in der Luft, sondern arbeitet auch mit künstlicher Intelligenz. So gibt er beispielsweise Vorschläge, wann der Zeitpunkt optimal ist, um im Büro die Fenster weit zu öffnen.

Wer sind wir?

Peter war Ingenieur bei Dyson und Stefanie hat Molekularbiologie studiert. Wir wissen also, worauf es bei der Luftqualität ankommt.

Wo stehen wir?

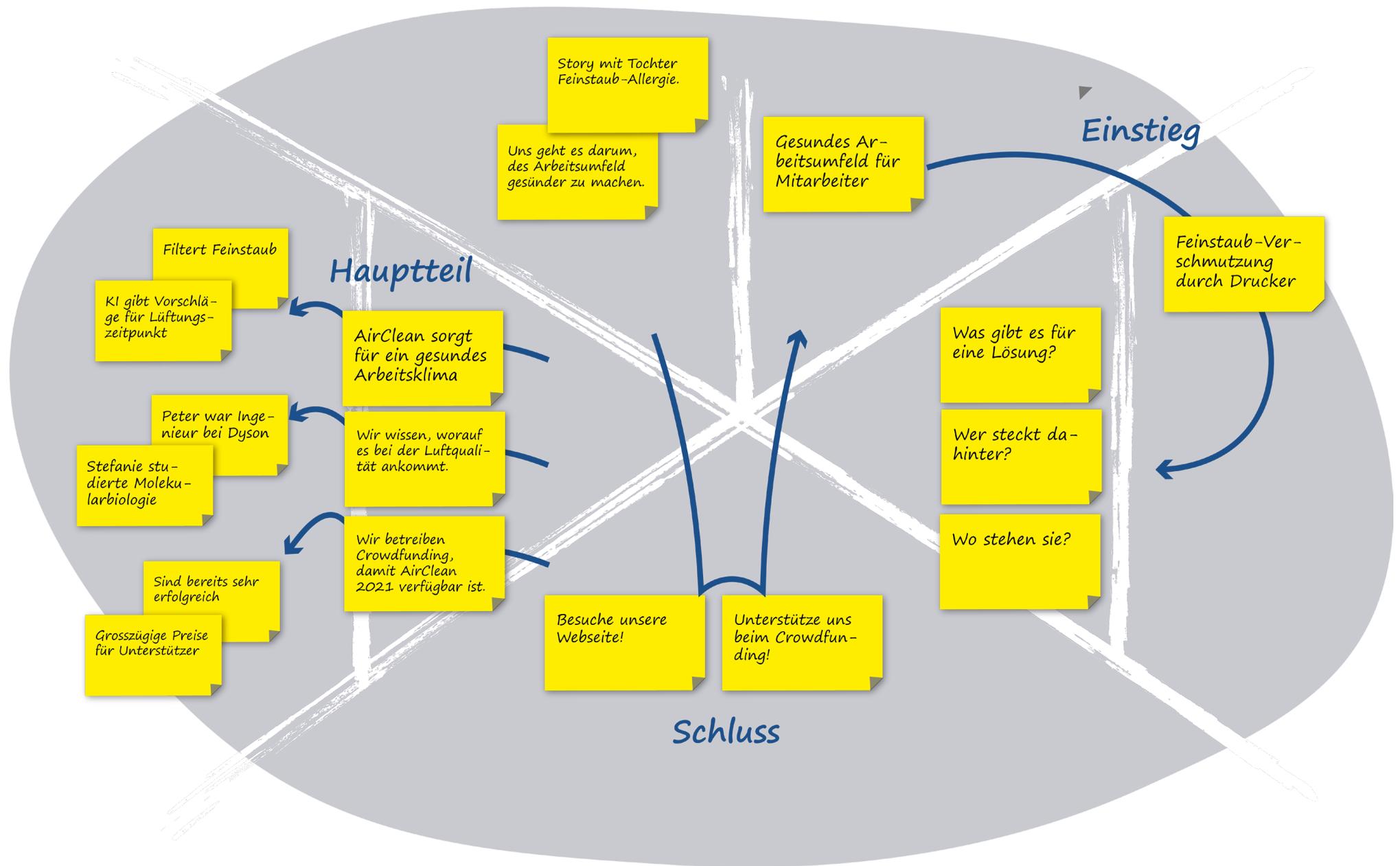
Wir betreiben zurzeit ein Crowdfunding, damit der AirClean 2021 verfügbar ist. Dabei sind wir bereits sehr erfolgreich unterwegs, dank grosszügigen Goodies für unsere Unterstützer.



Eigentlich wollten wir ja gar nie ein Startup gründen. Erst als unsere Tochter allergisch auf Feinstaub reagierte, haben wir uns auf die Suche nach dem perfekten Luftfilter gemacht. Mit dem AirClean wollen wir das Arbeitsumfeld ein Stück gesünder machen.

Deshalb: Besucht unsere Webseite und unterstützt uns beim Crowdfunding!

Sodass wir gemeinsam ein gesundes Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter schaffen können.



Die Präsentation optimieren

Einfache Geschichten

Überzeugende Geschichten

Kontraste

Essenz

Event

V

O

M

Einfache Geschichten

Eine Prise Storytelling für deine Beispiele

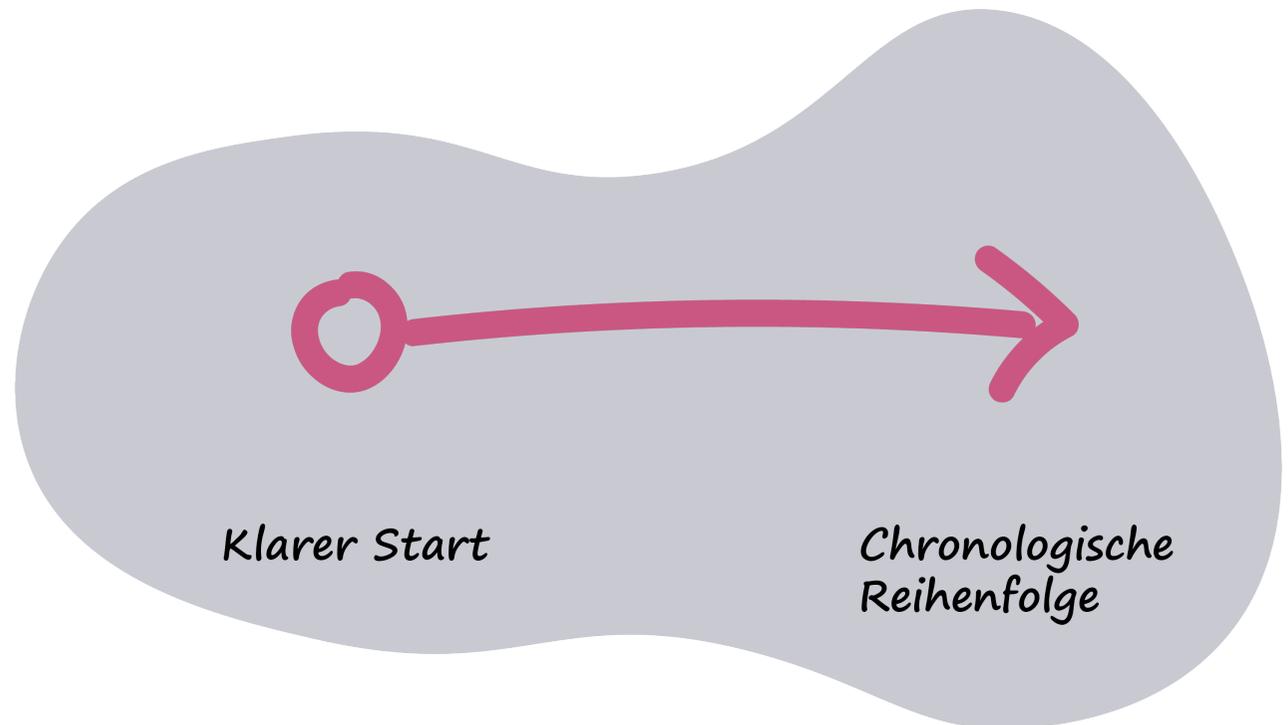
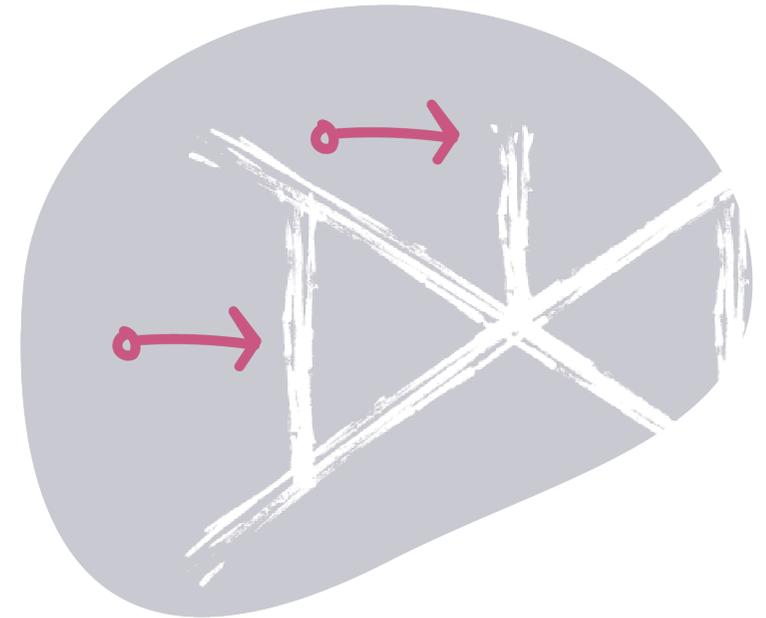
Wenn du bei deinen Argumenten oder deiner Motivation eine Story erzähst (das machst du jedes Mal, wenn du ein veranschaulichendes Beispiel gibst), beginne immer mit einer klaren Anfangssituation:

Wer
Wann
Wo

So fällt es deinen Zuhörerinnen und Zuhörern leicht, in das Thema einzutauchen.

Danach achtest du darauf, dass du chronologisch durch die Geschichte führst. Was zuerst passierte, erzählst du zuerst, was danach geschah, später.

Erinnerst du dich an die Märchenkassetten aus deiner Kindheit? Genau diese Grundzutaten waren es, die dich damals stundenlang gefesselt hatten. Sie wirken wie eine Popcornmaschine, die aus trockenen Fakten schmackhafte Popcorn macht. Mit Storytelling bringst du trockene Fakten in eine leicht verdauliche Form.



Überzeugende Geschichten

Überzeugen mit dem Storytelling-Muster

Wenn es jemand weiss, wie man es schafft, das Publikum zu fesseln, dann sind es die Regisseurinnen und Regisseure der Filmindustrie. Hast du jemals im Kino das Verlangen gespürt, den Laptop aufzuklappen und nebenher die Mails zu checken?

Hier sind die guten News: Es gibt ein Muster in diesen Drehbüchern. Es nennt sich die „Heldenreise“ und wurde in den 60er-Jahren von zwei Psychologen entwickelt. Seither baut praktisch jedes Drehbuch auf diesem Muster auf.

Der Protagonist hat ein Problem und findet eine Lösung. Während er die Lösung verfolgt, stösst er zunächst auf Widerstände, kann diese aber dank Unterstützung überwinden und erreicht schliesslich seinen Meilenstein. Zum Schluss zeigt die Geschichte, welche weiteren Ziele am Horizont liegen (Vision).

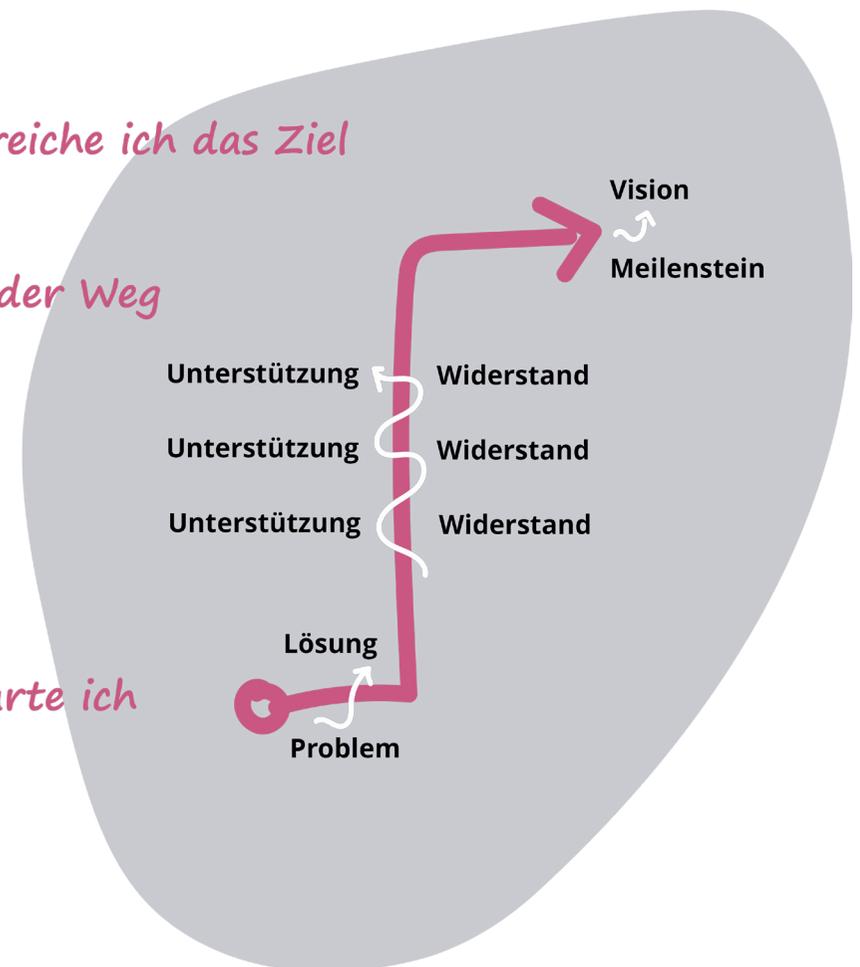
Das ist eine etwas stark vereinfachte Version der Heldenreise. Mit dieser Vereinfachung gelingt es dir aber, deinen Präsentationen die Kraft des Storytelling mitzugeben. Ich nenne diese Vereinfachung das „Storytelling-Muster“.

Der dicke Pfeil ist wie ein Blitz, der dein Publikum auf eine höhere Ebene hievt. Alles links davon sind deine Messages, alles rechts davon ist die Situation des Publikums. Die dünne Wellenlinie wechselt ab zwischen links und rechts. Sie wirkt wie eine Heizschlange, die deine Messages zuerst mit Emotionen anreichert.

Hier erreiche ich das Ziel

Das ist der Weg

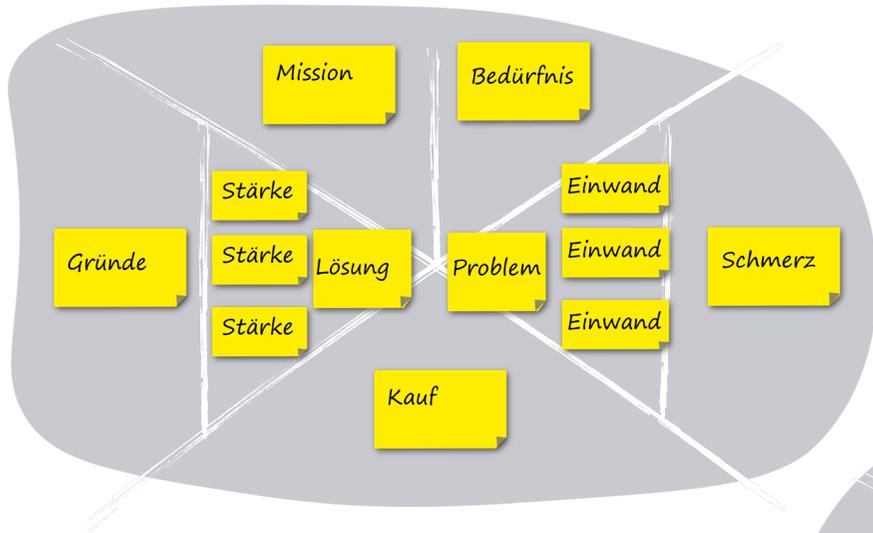
Hier starte ich



V

O

M

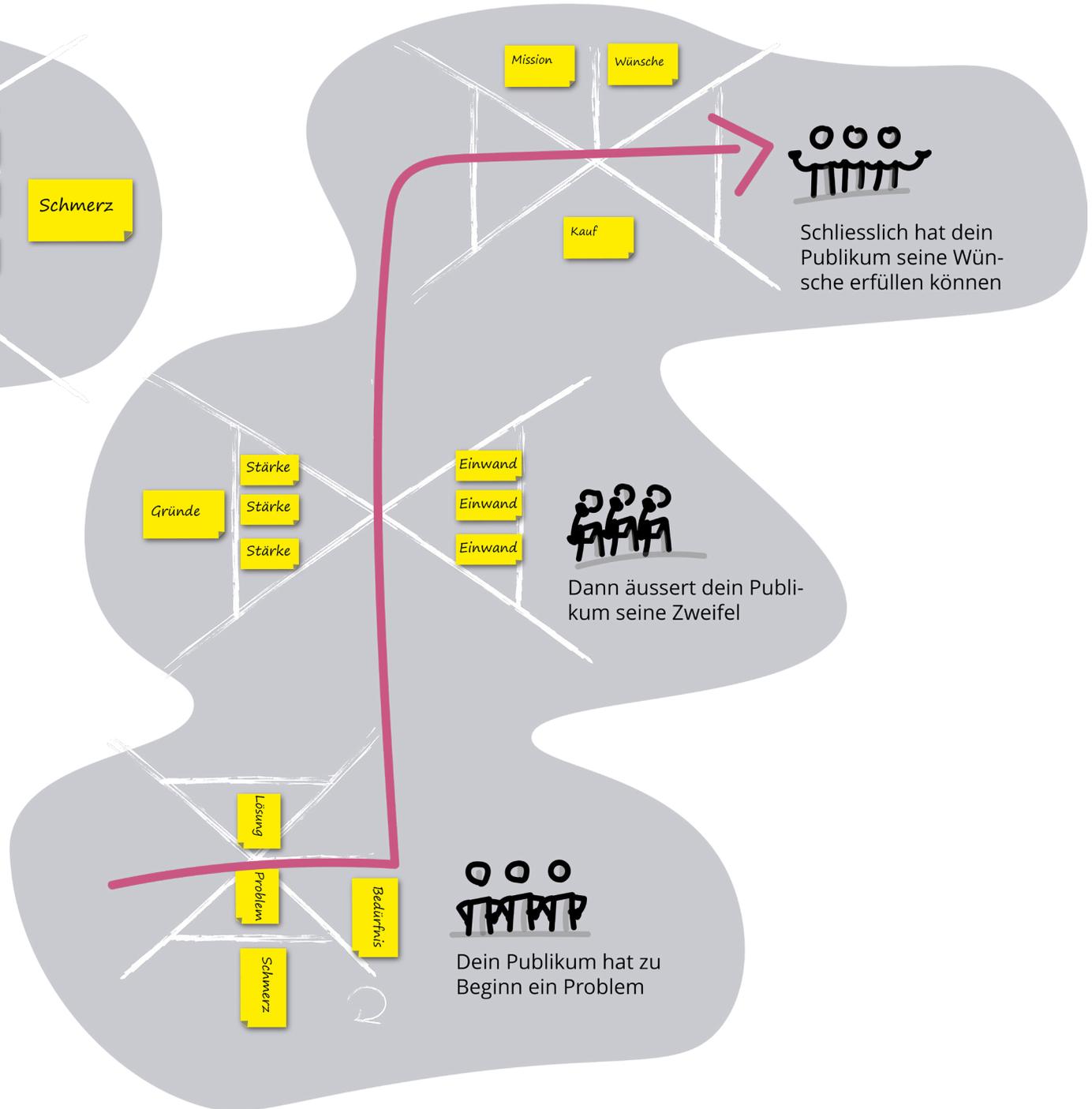


Betrachten wir eine Verkaufspräsentation genauer. Was ist bei deinem Produkt eine normale Customer Journey? Welchen Einwänden begegnest du mit welchen Stärken?

Wenn du Mühe hast, beim Key Message Canvas deiner Verkaufspräsentation die relevanten Stärken zu finden, lohnt es sich, zuerst die Reise des Kunden zu betrachten. Dazu führst du am besten einige Interviews mit bestehenden Kunden durch und fragst sie nach ihrem Entscheidungsprozess, der zum Kauf führte.

Wie du jetzt erkennen kannst, führt dich der Aufbau in drei Akten, den du vorhin kennengelernt hast, exakt nach den Regeln des Storytelling durch die Präsentation:

Du formulierst ein Problem und zeigst die Lösung auf. Dann nimmst du den potentiellen Kunden mit auf eine Reise, indem du seine Einwände vorweg nimmst und mit deinen Stärken entkräftest. Der Meilenstein des Kunden ist der Kauf, der ihn schliesslich dazu befähigt, seine Vision zu erreichen - sprich, sein Bedürfnis zu befriedigen.



Check: Genügend Kontraste?

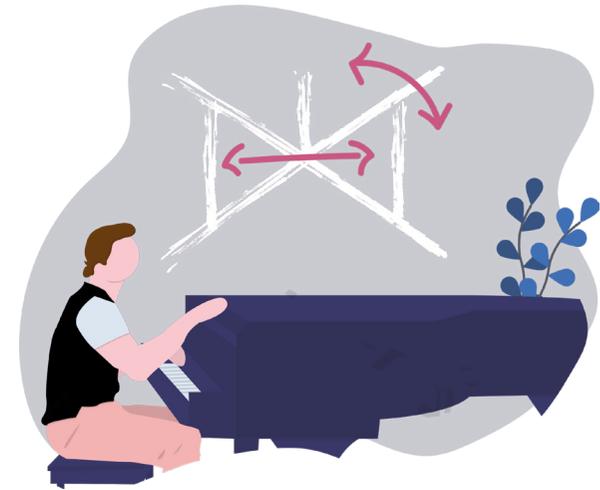
Menschen mögen Abwechslung.

Du kennst das Lied von den Pogues. Der Sänger kann kaum singen und ist verkatert, der Videoclip ist wacklig. Warum ist Fairytale Of New York dennoch eines der erfolgreichsten Weihnachtslieder?

Es geht um Kontraste, die Grundzutat der Aufmerksamkeit. Es gibt wohl kein Weihnachtslied, das so viele Kontraste aufweist: Ein wüster Sänger singt schöne Worte, Mann und Frau wechseln sich ab, Komplimente und Beleidigungen halten sich die Waage, das Lied ist mal schnell, mal langsam.

Sieh dieses Lied als Inspiration für deine Präsentationen! Kontraste sorgen dafür, dass man dir gerne zuhört.

Spiele mit deiner Stimme und sprich mal schneller, mal langsamer, mal lauter, mal leiser. Stelle Fragen in den Raum und gebe Antworten. Weise auf Probleme hin und zeige Lösungen. Sei mal der humorvolle Freund des Publikums, mal der unangenehme Herausforderer.



The Pogues,
Fairytale of New
York. Quelle:
Youtube

Die Essenz herausfiltern

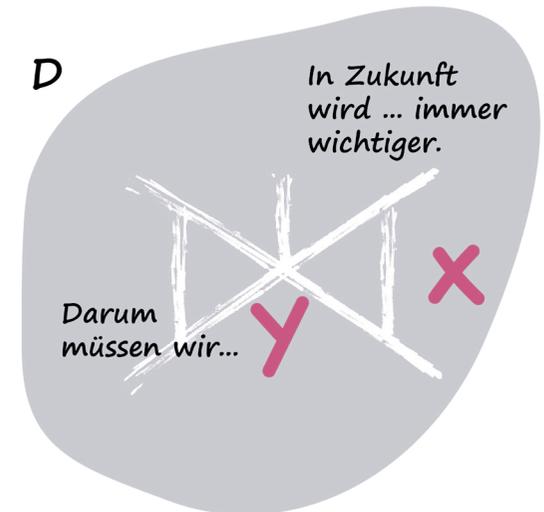
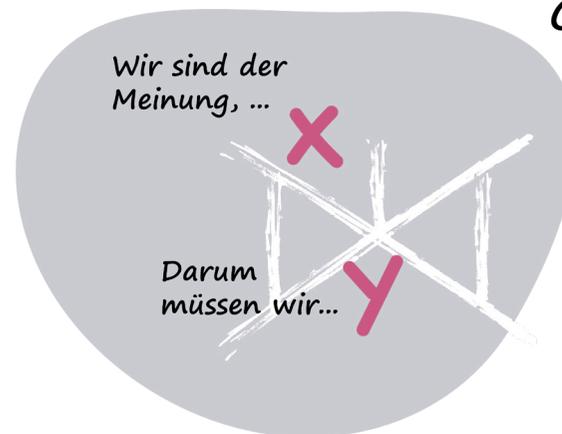
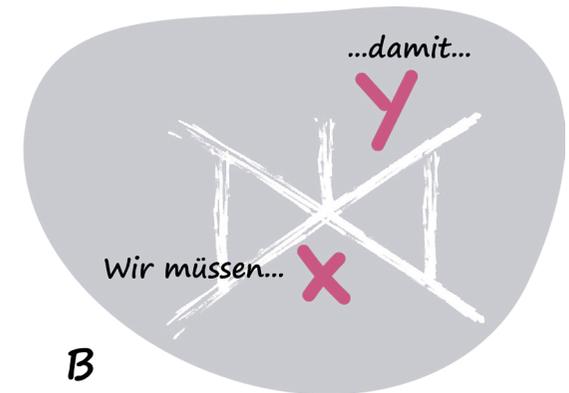
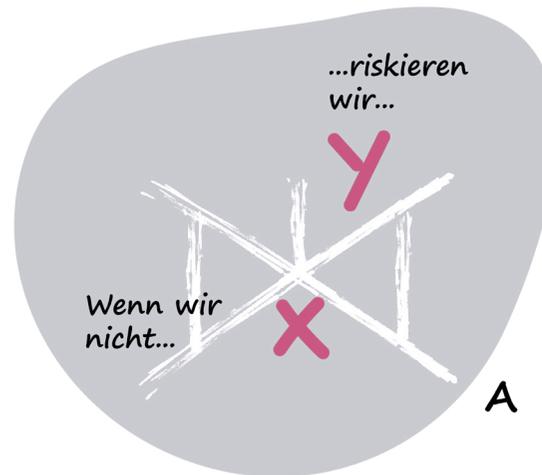
Mach deine Präsentation „Elevator-ready“.

Du kennst bestimmt den berühmten „Fahrstuhl-Test“ für eine Präsentation. Stell dir vor, du hättest nur gerade 30 Sekunden - also eine Fahrstuhlfahrt - Zeit, um jemandem die Essenz deiner Präsentation vorzutragen. Was würdest du tun? Die Übung nennt sich auch „Elevator Pitch“.

Hier gibt es verschiedene Ansätze. Die folgenden Möglichkeiten sind inspiriert durch Carmine Gallo¹ und Nancy Duarte².

- A) Sage, was auf dem Spiel steht.
- B) Sage, was es zu tun gibt und was es bringt.
- C) Wähle einen einzigartigen Blickwinkel.
- D) Decke einen bedrohlichen Trend auf

Mit Hilfe des Key Message Canvas kannst du verschiedene Varianten blitzschnell durchspielen und dann entscheiden, welche für deinen Fall am meisten Sinn macht.v



¹ Gallo, C. (2019, July). The Art of the Elevator Pitch. Harvard Business Review

² Duarte, N. (2018). Slide:ology Oder die Kunst, brillante Präsentationen zu entwickeln. Weinheim: Wiley-VCH.

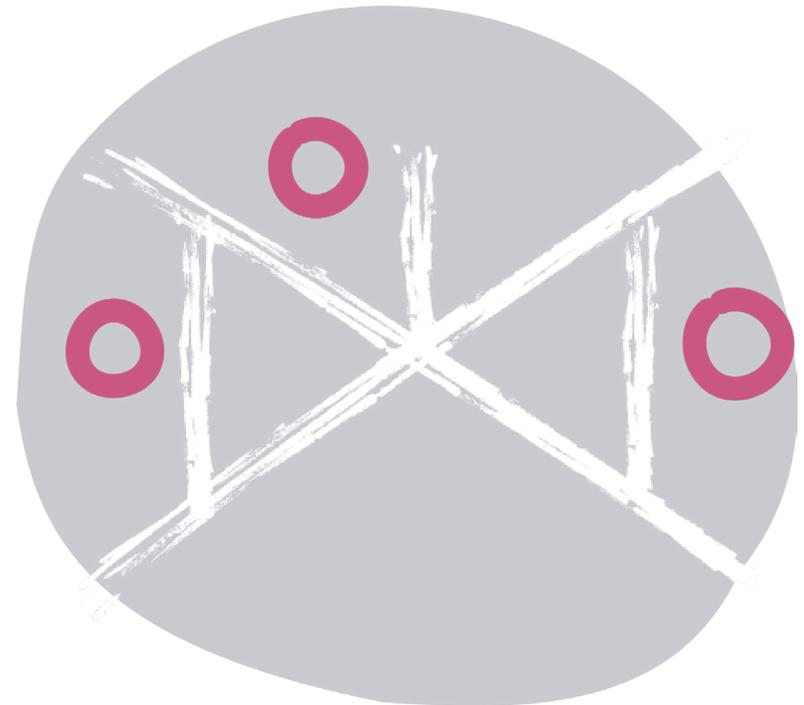
Einen Event schaffen

Du bist mit dem Publikum zur selben Zeit im selben Raum. Nutze die Chance!



Bei seinem Auftritt an der TED-Konferenz 2009 liess Bill Gates einen Schwarm Moskitos frei, um auf die Gefahr von Malaria hinzuweisen. Dieser Aha-Moment blieb in Erinnerung und schaffte es in die Schlagzeilen. Was ist dein Aha-Moment? Bild: Gizmodo.com

Täglich trifft eine Informationsflut auf uns. Dazwischen kommst du und willst mit deiner Geschäftsidee in Erinnerung bleiben. Damit dir das gelingt, musst du ein Schlüssel-Erlebnis schaffen, entweder bei den Sorgen des Publikums, bei deinen Argumenten oder deiner Motivation.



Dopamin festigt die Synapsen

Das gelingt dir auf drei Arten. Als Beispiel nehmen wir das fiktive Jungunternehmen AirClean, das einen Luftreiniger auf den Markt bringen will.

1) Persönliche Stories

Zum Beispiel: Der Gründer erzählt, wie seine Tochter unter einer Stauballergie leidet. Das war für ihn der Grund, sich mit der Problematik verschmutzter Raumluft zu befassen.

2) Aha-Momente

Du nutzt die Präsentation als Event, um deine Schlüsselbotschaft erlebbar zu machen. Zum Beispiel: Der Gründer bringt einen Ballon mit, gefüllt mit Staub. Mit einer Nadel bringt er ihn zum Zerplatzen und erklärt: "Das ist die Menge an Schmutzpartikeln, die sich in einem 10-Quadratmeter-Büroraum ansammelt, innert zwei Stunden."

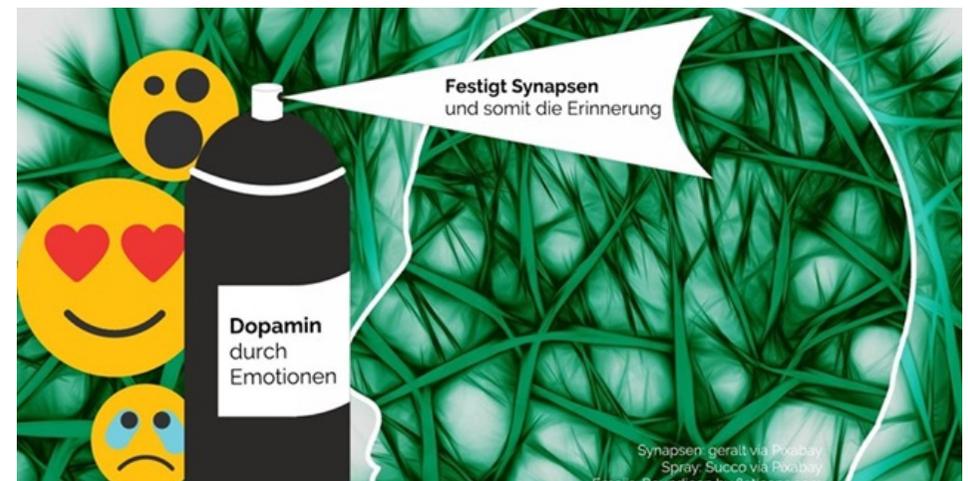
3) Metaphern

Das funktioniert besonders gut, wenn du eine Kennzahl in einen anderen Kontext stellst. Zum Beispiel: Die Schmutzpartikel-Konzentration in einem Kopiererraum liegt bei XY g/m³. Das entspricht einer stark befahrenen Kreuzung im Hochsommer.

Weshalb solche Momente in Erinnerung bleiben, liegt am Botenstoff Dopamin. Er wird ausgeschüttet bei besonders emotionalen Momenten und wirkt wie Haarspray auf unsere Synapsen. Synapsen sind die Träger unserer Erinnerungen. Sie bilden sich an unseren Nervenzellen und sehen ein bisschen aus wie die Saugnäpfe eines Tintenfisch-Tentakels.

Diese Saugnäpfe bilden sich wieder zurück, wenn ein Moment als "neutral" eingestuft wird. Ist ein Moment aber emotional angereichert - das bedeutet: mit Dopamin - bleiben die Saugnäpfe bestehen. Und damit die Erinnerung.

Weshalb suchst du regelmässig dein Portemonnaie, weisst aber noch ganz genau, wo du warst bei deinem ersten Kuss? Jetzt weisst du's: Dank Dopamin Drei-Wetter-Taft.



Bildnachweis: Icons made by Roundicons from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY.

V

O

M

Den Auftritt meistern

Mentale Vorbereitung

Interaktion

Stimme

Verständlichkeit

Mentaler Anker

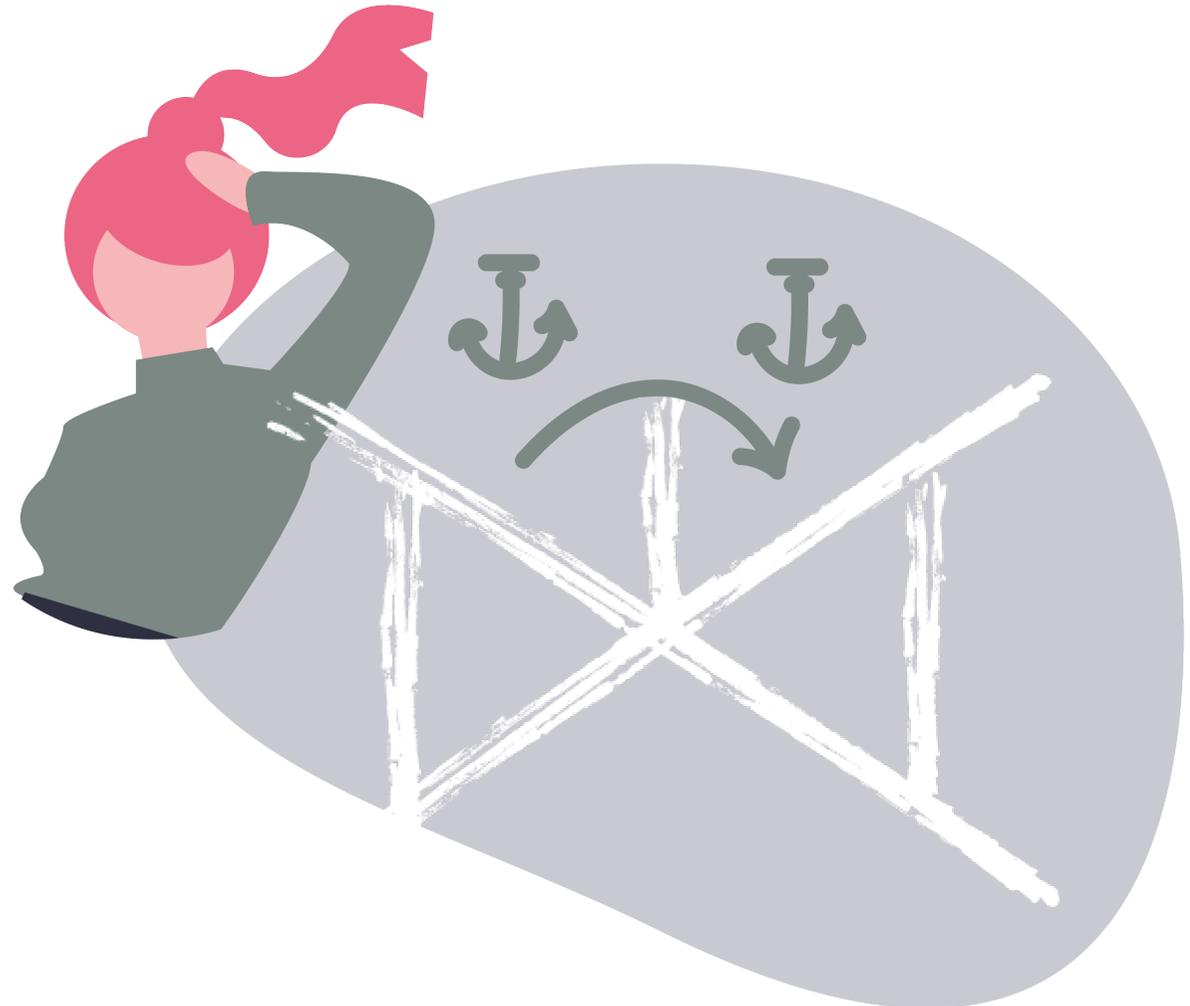
Wie bleibst du cool und wirkst natürlich?

Nervosität vor einem Auftritt ist menschlich. Wie kriegst du es hin, dass du die Aufregung positiv nutzen kannst?

Unmittelbar bevor du auftrittst, erinnere dich zuerst an deine Motivation: Warum tust du, was du tust? Inwiefern hilfst du, die Welt ein Stück besser zu machen?

Dann erinnerst du dich an die Ziele deines Publikums. Inwiefern hilfst du ihnen, ihre Bedürfnisse zu erfüllen? Entscheidend ist, dass du die Ziele deines Gegenübers höher priorisierst als deine eigenen. Es geht bei der Präsentation nicht um dich, sondern um das Publikum. Du gehst auf die Bühne, um ihnen zu dienen.

Mit diesem mentalen Anker fällt die Angst komplett weg und verwandelt sich in Begeisterung. Im Key-Message-Canvas-Jargon sprechen wir vom „Speaker Boost“, der dich kurz vor dem Auftritt in die richtige mentale Verfassung bringt. Gedanklich bist du jetzt bereits bei den Zielen deines Publikums - also der ersten Station des Einstiegs.



In unserem Beispiel ist es soweit: Stefanie und Peter befinden sich am Startup-Forum und ihr Herz pocht bis zum Hals. Vor so vielen Leuten haben sie noch nie gesprochen - geschweige denn ihre Geschäftsidee vorgestellt! Wie bleiben sie dennoch cool und zeigen sich auf der Bühne ganz natürlich und sympathisch?

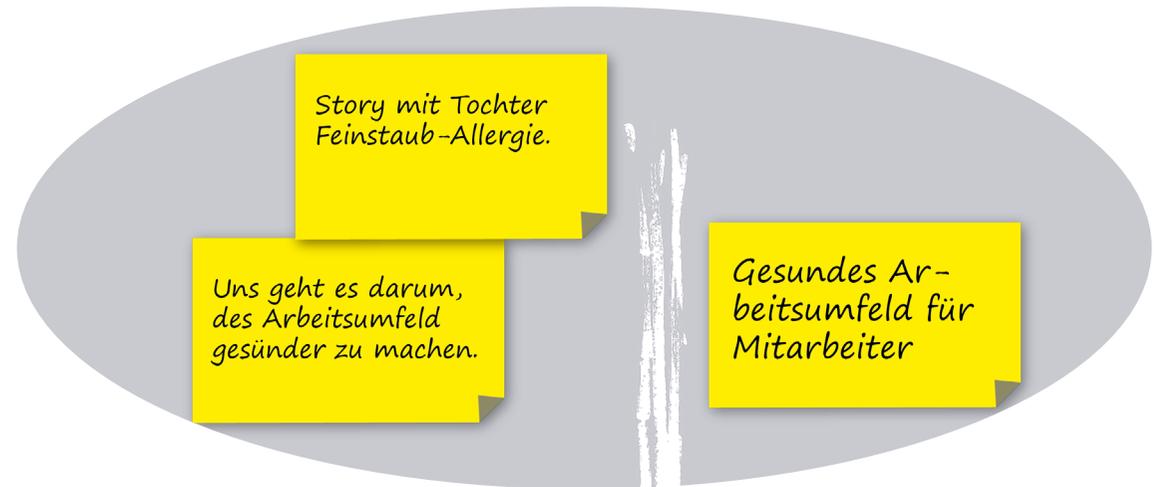
Auf einem Zettel haben sie den Key Message Canvas notiert und gehen kurz vor ihrem Auftritt die oberen beiden Bausteine noch einmal durch:

1. Was ist unsere Motivation? Warum tun wir das alles? Unsere Tochter hat uns inspiriert und wir wollen die Arbeitswelt ein Stück gesünder machen.

Sie spüren, wie sich die Angst in Freude umwandelt. Jetzt folgt Schritt zwei des „Speaker Boost“: Sie erinnern sich an die Ziele ihres Publikums und merken sich: Es geht nicht um uns, sondern um unser Publikum.

2. Was sind die Ziele unseres Publikums? Welche Bedürfnisse helfen wir ihnen zu erreichen? Wir helfen unserem Publikum dabei, für sich und ihre Mitarbeiter eine gesunde Arbeitsatmosphäre zu schaffen.

Jetzt sind die beiden völlig locker und meistern ihren Auftritt souverän. Das Publikum ist begeistert und ihre Webseite hatte noch nie so viele Besucher an einem Tag. Die verbliebenen 40% des Crowdfundings haben Stefanie und Peter nach 2 Tagen erreicht.



Interaktion

Beziehe dein Publikum mit ein.

Auch das gehört zu einem richtigen Event: Die Zuschauer fühlen sich Teil des Geschehens. Wenn du nur einen Monolog hältst, könntest du gerade-sogut ein Video abspielen. Wie machst du deine Präsentation zu einem interaktiven Erlebnis, das das Gegenüber zum Denken anregt?

Du kennst das *Frage-Antwort*-Spiel aus deiner Schulzeit. Das kann gut funktionieren, aber nur, wenn du es im Einstieg einsetzt, um die Bedürfnisse und Sorgen deines Gegenübers abzuklären. Wenn du ein Quiz machst über beeindruckende Fakten deiner Argumente, kann das schnell einmal als lehrerhaft empfunden werden.

Die *rhetorische Frage* ist vergleichbar mit einem Tennisball, den du in Richtung Publikum wirfst, aber mit einem Rückwärtsdrall, sodass er wieder zurückspringt. Du stellst eine Frage in den Raum und beantwortest sie umgehend. Wenn du ein grösseres Publikum und einen straffen Zeitplan hast (sprich, keine Zeit für Frage-Antwort), ist die rhetorische Frage eine elegante Form, das Publikum dennoch mit einzubeziehen. So kannst du beispielsweise beim Einstieg (Ziele, Sorgen), rhetorische Fragen in den Raum stellen. Wenn du vor jeder Kernaussage stets die Kernfrage wiederholst, wirfst du ebenfalls jeweils einen Ball in Richtung Publikum.

Die *Denk-Aufforderung* geht bei Präsentationen häufig vergessen. Viele Redner haben das Gefühl, sie müssten jeden Gedankengang zu Ende formulieren. Dabei schätzen es die Zuhörer, wenn sie ihr Gehirn aktivieren dürfen! Insbesondere bei Management-Präsentationen oder Investor Pitches solltest du darauf achten, dass du regelmässig einen Ball ausspielst - und ihn im Publikum lässt. Das kann zum Beispiel bei deiner Motivation oder bei den Zielen des Gegenübers geschehen: „Stellen Sie sich vor, was es finanziell für uns bedeuten würde, wenn wir uns nicht mehr über Krankheitsabsenzen Gedanken machen müssten.“ Gefolgt von einer fünfsekündigen Pause.

Du

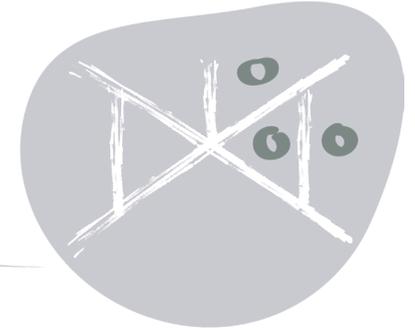
Imaginärer
Tennisball

Dein Publikum

In welchem Baustein du
diese Interaktionsform
anwenden kannst

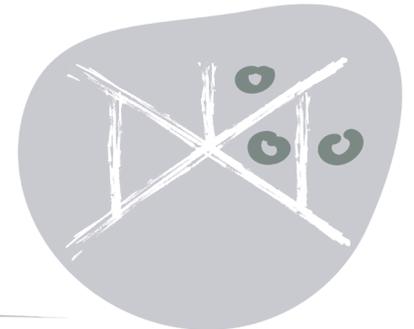
Interaktionsform 1:

Frage-Antwort



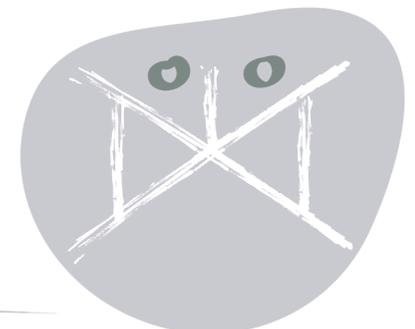
Interaktionsform 2:

Rhetorische Frage



Interaktionsform 3:

Denk-Aufforderung



Stimme

Nutze das volle Potential deines wichtigsten Mediums.

Mit deiner Stimme führst du durch deine Rede oder deine Präsentation. Sie zu beherrschen, ist noch wichtiger als jeder Slide oder jedes Handout. Wenn du die Stimme ganz gezielt einsetzen kannst, gelingt es dir, die Aufmerksamkeit konstant zu halten, sympathisch zu wirken und sicherzustellen, dass deine Messages tatsächlich in den Köpfen haften bleiben.

Das Akronym **PaMeLaTe** steht für die vier wichtigsten Einsatzarten deiner Stimme. Die Technik kommt aus dem Radiojournalismus, wo die Stimme der alles entscheidende Faktor ist.

Pausen

setzt du dort ein, wo du etwas Wichtiges betonen willst. Du kannst eine kurze Atempause einsetzen NACHDEM du eine Key Message platziert hast, damit dein Publikum das Gesagte verarbeiten kann. Du kannst aber auch eine Staupause - also eine kurze Verzögerung - einbauen VOR einer wichtigen Botschaft. So gibst du ihr eine grössere Wirkung.

Melodie

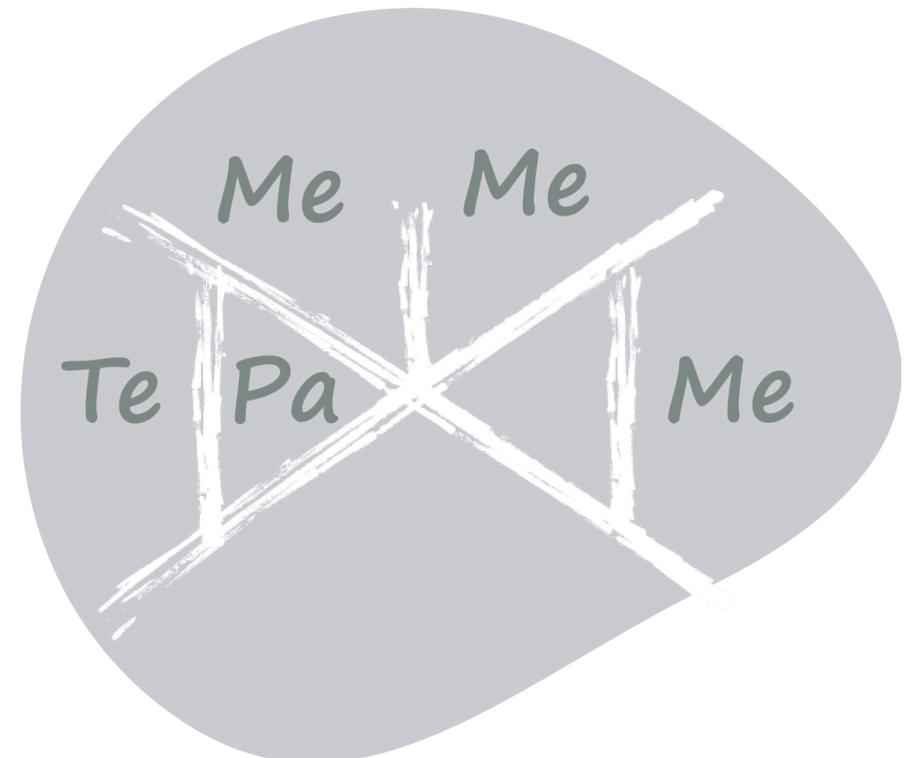
steht für eine Variation in Höhe und Tiefe der Stimme. Sobald du aktiv Emotionen in deine Stimme packst, gehst du automatisch mit der Stimme in die Höhe und wirst im nächsten Moment wieder tiefer. Denke dabei das Gesagte nochmals neu. Man nennt das in der Radiosprache „Sprechdenken“. Du liest ein Stichwort auf, reflektierst es blitzschnell und sprichst so, als würdest du den Gedanken frisch formen. Probiere es aus, wenn du über deine Motivation oder die Ziele und Sorgen deines Publikums sprichst. Du wirst sehen, es verleiht deiner Präsentation den letzten Schliff!

Lautstärke

bedeutet, dass du immer mal wieder einen Satz leiser aussprechen darfst. Du wirst sehen, dein Publikum hört dir genau dann besonders gut zu. Das kannst du jederzeit tun, um die Aufmerksamkeit konstant zu halten. Deshalb ist das „La“ im Canvas nicht aufgeführt.

Tempo

heisst, dass du immer Rücksicht auf den Komplexitätsgrad des Gesagten nimmst. Wenn du etwas Neuartiges, eher schwer zu Verarbeitendes erklärst, solltest du das Tempo drosseln. Das dürfte bei deinen Argumenten ab und zu der Fall sein. Wenn du hingegen etwas Bekanntes, leicht zu Verarbeitendes erwähnst, darfst du ruhig etwas schneller werden.



Verständlichkeit

Tappe nicht in die Berichte-Falle, sondern formuliere für das Ohr!

Wir sind uns gewohnt, Schriftstücke zu verfassen: Kurznachrichten, E-Mails, Berichte. Bei all diesen Kommunikationen gehen wir davon aus, dass der Leser oder die Leserin etwas zwei Mal lesen kann, wenn er oder sie etwas nicht versteht. Ebenso wissen wir, dass der Leser jederzeit etwas überspringen kann, was ihn nicht interessiert. Zu Beginn eines längeren Berichts hat man schliesslich ein Inhaltsverzeichnis und kann jederzeit zu exakt jenem Abschnitt springen, der einen interessiert. Und was besonders wichtig ist, wird mittels Titeln hervorgehoben.

Wie sieht es aus bei Präsentationen? Hier herrscht eine radikal andere Situation. Du als Sprecher oder Sprecherin bist die einzige, die eine Übersicht zum Thema hat, die weiss, was wichtig ist. Wie schaffst du hier Klarheit? Auch hier nehmen wir vier Instrumente aus dem Radiojournalismus zur Hand. Sie lassen sich mittels dem Akronym *OrEiDiWi* einfach merken.

Orientierung

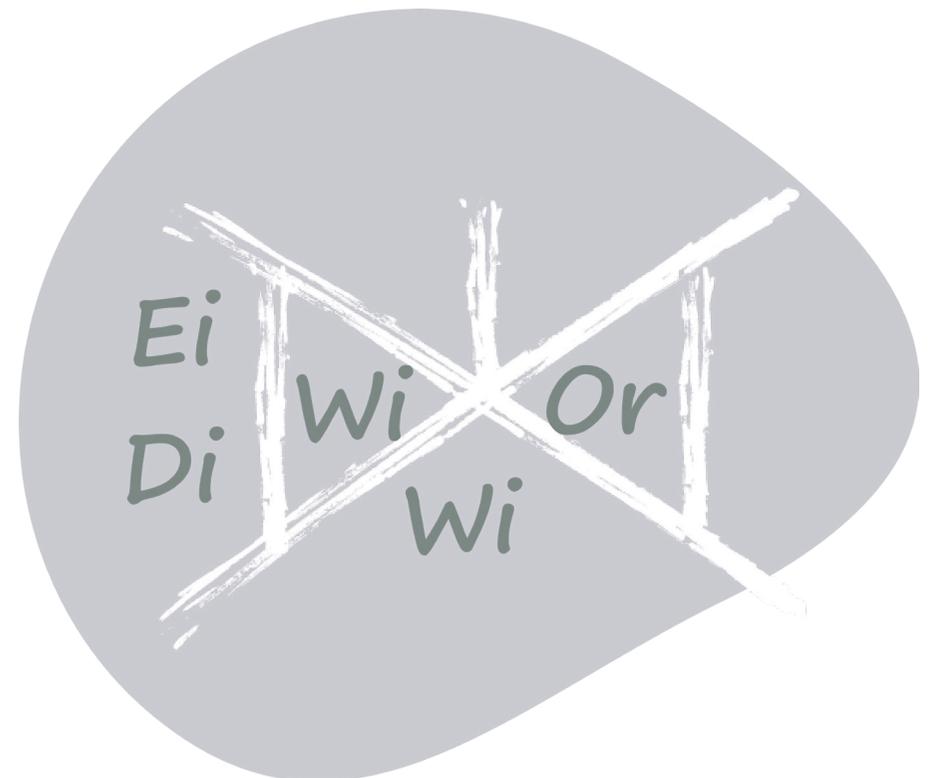
Zunächst solltest du stets Orientierung schaffen. Worum geht's? Wo stehen wir? Nutze die Kernfragen des Key Message Canvas zur Gliederung deiner Präsentation. Erwähne sie zu Beginn deiner Präsentation und als Einleitung für jede deiner Key Messages.

Einfachheit, Distanz

Wenn du deine Key Messages im Detail ausführst, also bei deinen Argumenten, achte auf Einfachheit und Distanz. Benutze einfache Vokabeln, bilde kurze Sätze und bringe nicht zu viele Fakten nacheinander. Walle sie etwas aus, indem du ein Beispiel gibst. So lässt du deinem Publikum Zeit, das Gesagte zu verarbeiten.

Wiederholung

Als Steve Jobs das iPhone zum ersten Mal präsentierte, wiederholte er den Satz: „Wir haben das Telefon neu erfunden!“ ganze neun Mal. Du darfst raten, welcher Satz einen Tag später die Zeitungsberichte betitelte. Gehe nicht davon aus, dass das Publikum wisse, was sie sich merken müssten. Wiederhole deine Key Messages im Laufe deiner Präsentation mehrmals, wenn sie etwas länger dauert. Bei einer längeren Präsentation solltest du auch darauf achten, deinen Handlungsaufbau nicht erst für den Schluss aufzubewahren. Bringe ihn bereits früher, vielleicht schon bald nach der Einleitung. So stellst du sicher, dass garantiert alle wissen, was du von ihnen willst. Wäre ja schade um die ganze Arbeit, oder?





Hallo, ich bin Fabio!

Ich habe den Key Message Canvas entwickelt, um innovativen Menschen wie dir zu helfen, ihre Ideen auf den Punkt zu bringen. Damit andere ebenso begeistert sind und deine Vision zur Realität machen.

Es war im Februar 2017 bei meinem letzten Arbeitgeber, einem Schweizer Kaffeemaschinenhersteller, als ich zum ersten Mal einen Key Message Canvas skizzierte. Ich hatte die Chance, an einer Konferenz vor 400 Menschen zu sprechen und mein Projekt, an dem ich drei Jahre gearbeitet hatte, zu präsentieren.

„Drei Jahre Arbeit auf 12 Minuten reduzieren - wie gehe ich das an?“ Ich wollte diese Chance nicht dem Zufall überlassen und dachte zurück an ein Framework, das ich bei meiner BWL-Masterarbeit kennengelernt hatte: dem Business Model Canvas. „Präsentationen sind so wichtig“, dachte ich mir, „Da müsste es doch einen Canvas für Präsentationen geben?“ Gab es aber nicht. Also machte ich mich daran, selber einen Präsentations-Canvas zu entwickeln. Ich verschlang Literatur zum Thema, füllte Notizbücher mit Skizzen und nutzte meine Sprechausbildung bei Radio SRF. Die Präsentation war ein voller Erfolg und immer mehr Menschen wurden auf meinen Canvas aufmerksam, sodass ich begann, Seminare durchzuführen und bei Firmen eine effiziente, motiverende Präsentations-Kultur einzuführen.

Heute ist der Key Message Canvas fixer Bestandteil des Handwerks namhafter Kommunikationsagenturen und Ausbildungsstätten.

Möchtest du mehr erfahren? Auf www.momentumpresent.ch findest du alle Seminar- und Webinarunterlagen, Whitepapers, Videos und Onlinekurse. Ich wünsche dir viel Erfolg bei der Anwendung des Key Message Canvas!

Herzlich,

Fabio Sandmeier, Entwickler des Key Message Canvas



Wissen

Dieses Handbuch



Können

*Die Lernangebote von
Momentum Present*

Angebot 1

Workshop: „Unsere Firma, auf den Punkt gebracht.“

Wie präsentiert Ihr Euch in wenigen Sätzen? In diesem Workshop lernt Ihr nicht nur den Key Message Canvas anwenden, sondern generiert auch gleichzeitig einen wertvollen Output: eine Storyline, die Ihr perfekt verwenden könnt für ein Firmenvideo, die Webseiten-Ansprache oder eine Angebotspräsentation.

Frage jetzt nach einer Offerte auf momentumpresent.ch



„Bei der Arbeit mit dem Canvas war für uns interessant, dass die vielen Ideen aus dem Kopf wirklich herauskristallisiert werden. Sie wurden so strukturiert, dass wir eine übersichtliche Basis haben, mit der wir jetzt ein konkretes Firmenvideo produzieren.“

Rolf Duda, Founder, CMarit



Angebot 2

Kadertraining: “Endlich effiziente Präsentationen.”

Was ist der Schlüssel für eine erfolgreiche interne Kommunikation? Viele Firmen leiden darunter, dass Ihre Mitarbeiter Zeit verlieren mit internen Präsentationen. Sei es, weil sie zu lange für deren Vorbereitung benötigen; oder weil die Präsentationen selbst zu lange dauern. Lernt als Team, wie Ihr Präsentationen effizient vorbereitet und übersichtlich präsentiert. Für kurze, motivierende Meetings, die zu klaren Entscheiden führen.

[Frage jetzt nach einer Offerte auf **momentumpresent.ch**](#)

„Von Momentum Present habe ich sensationelle Werkzeuge an die Hand bekommen, um erfolgreicher Anträge zu präsentieren. Mein Publikum spricht neu von kurzweiligen, sehr interessanten Präsentationen und ich habe richtig Spass beim Vortragen.“

*Sebastian Vitins, Leiter Expansion & Betrieb
Fitness, Migros Aare*



Angebot 3

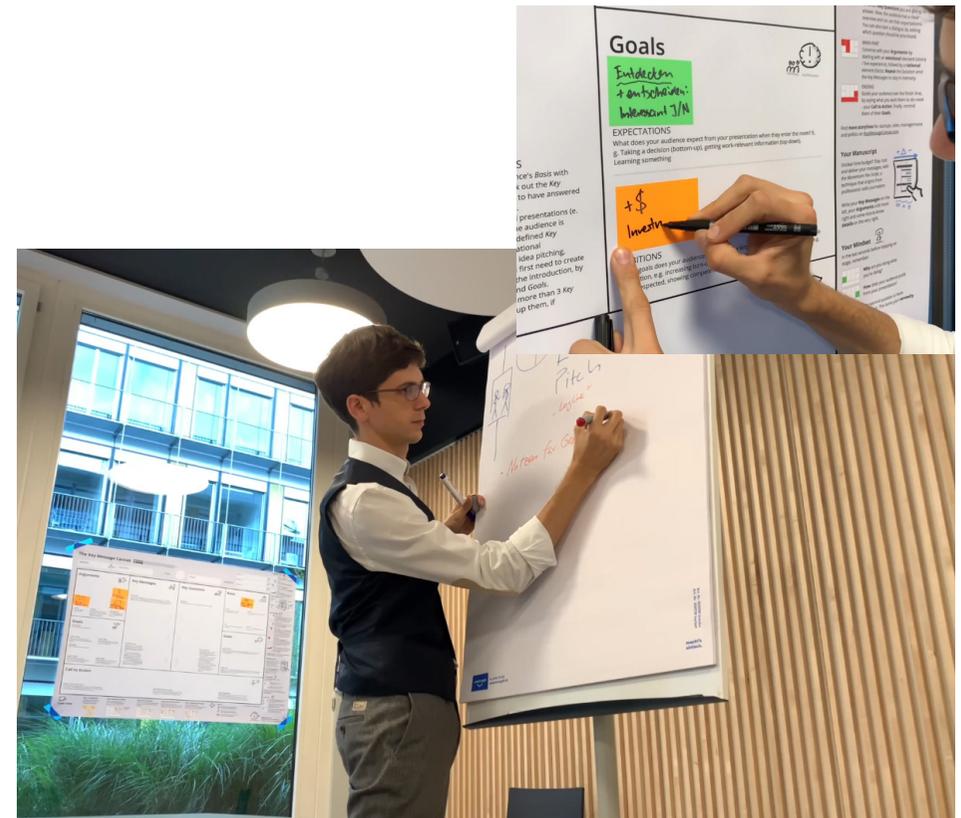
Career Boost in der Kleingruppe

Du leistest erstklassige Arbeit. Wie stellst du sicher, dass diese auch wahrgenommen wird? Es kann sich lohnen, an seinen rhetorischen Fähigkeiten zu arbeiten. In der Kleingruppe (max. 5 Personen) zeigt dir Fabio Sandmeier punktuell, wo du mit wenigen Hebeln am meisten bewirken kannst. Über ein halbes Jahr hinweg trifft Ihr Euch im Monatsrhythmus, präsentiert, erhält Feedback und arbeitet an Präsentationen aus Eurem Geschäftsalltag.

Weitere Details und Daten findest du auf momentumpresent.ch.

“Die professionelle Methode und die konstruktive Kritik von Fabio sind sehr effektiv bei der Verbesserung der eigenen Präsentationstechnik. Und man gewinnt Freude am Präsentieren.”

Florian Koch, Business Analyst, Delica



Angebot 4

Executive Coaching

Deine Auftritte entscheiden über den Erfolg der Firma. Kannst du am Kundenevent die neue Produktlinie ins richtige Licht rücken? Gelingt es dir am Team-Kick-off, die Jahresziele motivierend weiterzugeben? Wie wirkst du an der Pressekonferenz? Im individuellen Coaching arbeitest du mit Fabio Sandmeier an deinen rhetorischen Fähigkeiten und lernst, wie du den Key Message Canvas und Storytelling im Alltag erfolgreich einsetzt.

Frage jetzt nach einer Offerte auf momentumpresent.ch



Angebot 5

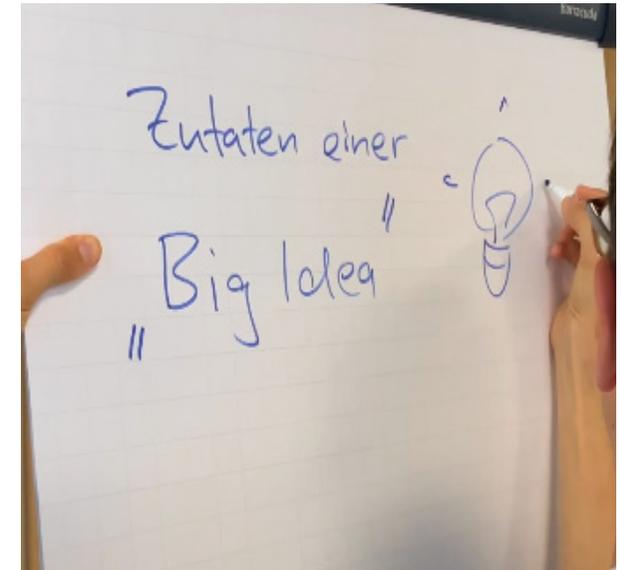
Startup-Seminare

Du hast es bestimmt auch schon erlebt: Es gibt in der Laufbahn eines jungen Unternehmens jene Momente, in denen alles zusammenkommt. Monate- oder jahrelange Arbeit entscheidet sich in wenigen Minuten, wenn du deine Geschäftsidee jemandem vorstellen darfst.

Das kann eine wichtige Person oder gar eine ganze Gruppe sein - die Frage ist: Wie nutzt du diese entscheidenden Minuten der Aufmerksamkeit? Wie bringst du es in drei Minuten auf den Punkt, wenn du am liebsten drei Stunden reden würdest?

An den öffentlichen Startup-Seminaren hast du mit Fabio Sandmeier die Gelegenheit, den Key Message Canvas aus erster Hand zu erlernen. Damit du in Zukunft deine Präsentationen als Chance wahrnehmen kannst, um andere zu begeistern - und mit deinem Business zu wachsen.

Weitere Details und Daten findest du auf momentumpresent.ch.

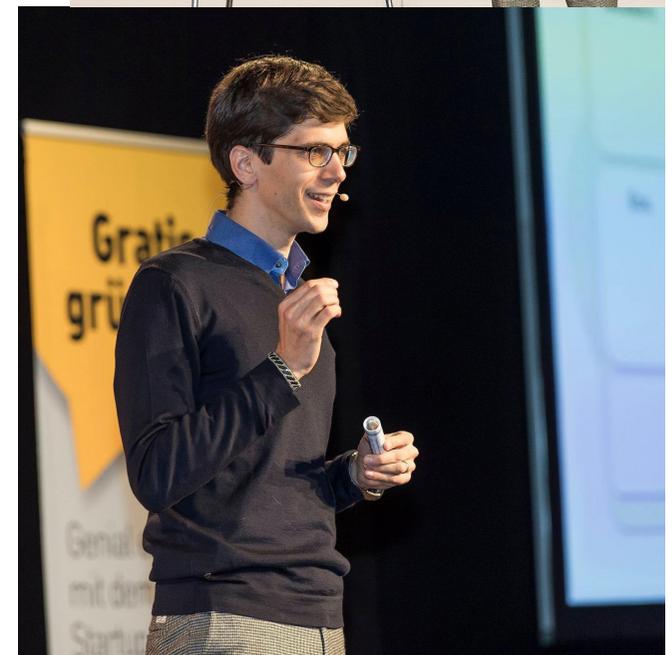
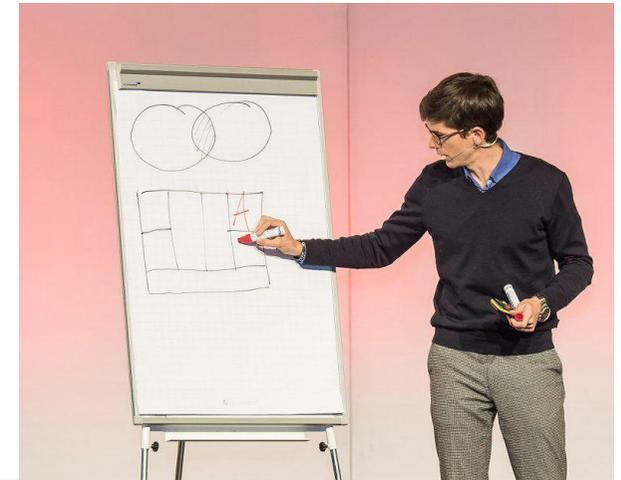


Angebot 6

Masterclasses

Als Trainerin, Coach oder Berater arbeitest du mit deinen Kunden an anspruchsvollen Strategien. Sind diese erarbeitet, müssen diese von allen Mitwirkenden auch akzeptiert werden. Erst dann kann der Kunde tatsächlich mit der Umsetzung beginnen und von deiner Arbeit profitieren. In den Masterclasses lernst du in der Kleingruppe (max. 5 Personen), wie du den Key Message Canvas in der Beratungstätigkeit einsetzt. Mit Fabio Sandmeier tauchst du ein in die Details der Methodik und bist danach fähig, diese selber zu vermitteln.

Weitere Details und Daten findest du auf momentumpresent.ch



Freude an Präsentationen,
für dich und dein Team.

Erfahre mehr
KeyMessageCanvas.com

