

Ideen, die kleben

Dr. Michael Gerharz



Geschichten haben eine einmalige Überzeugungs- und Motivationskraft, weil sie unsere Gefühle und unser Einfühlungsvermögen ansprechen.

– JEREMY HSU

Ein einfaches Notizbuch?

1998 bringt die italienische Firma Modo & Modo ein Notizbuch auf den Markt, das einen festen schwarzen Einband hat, mit einem Gummiband verschlossen werden kann, und im Rückeneinband ein Fach für lose Notizblätter hat.

Das Unternehmen vergleicht das Notizbuch, dem es den Namen „Moleskine“ gibt, mit den

Notizbüchern von Künstlern wie Picasso und van Gogh und Schriftstellern wie Hemingway und Chatwin. Dadurch werden die Moleskine-Notizbücher zu Kultobjekten.

Wer ein Moleskine kauft, der kauft nicht einfach ein Notizbuch, sondern ein Buch, das ihn inspiriert, das ihm kreative Möglichkeiten eröffnet; kurz: er kauft ein gutes Gefühl.



Moleskine-Notizbücher haben sich seit ihrem Erscheinen zum Kultobjekt entwickelt.

Geschichten

Die Moleskine-Strategie funktioniert, weil Geschichten eine Überzeugungs- und Motivationskraft haben, die reine Fakten nicht bieten. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass ein Publikum generell Geschichten aufgeschlossener gegenübersteht als Fakten.

Geschichten sind eine uralte Form, um Weisheit weiterzugeben, auch heute noch lernen

wir in unserer Kindheit wesentlich durch Geschichten.

Geschichten erlauben uns, Fakten in unseren Erfahrungshorizont einzuordnen und uns in eine Situation hineinzusetzen. Sie ermöglichen uns daher häufig einen einfacheren Zugang zu neuen Ideen, die uns auf diese Weise vertrauter vorkommen.



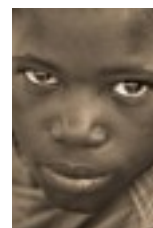
Ernest Hemingway war einer der großen Geschichtenerzähler des letzten Jahrhunderts

Emotionen

Fakten sind wichtig, um die Glaubwürdigkeit einer Präsentation zu untermauern. Um sein Publikum aber für ein Thema wirklich zu interessieren, muss man es auch gefühlsmäßig berühren. Dabei kommt es nicht so sehr darauf an, dass man möglichst dramatische Geschichten verwendet, sondern dass die Geschichten greifbar sind.

So sind z.B. 6 Millionen verhungerte Kinder jährlich eine große Zahl, aber emotional greifbarer ist die äquivalente Zahl, nach der alle 5 Sekunden ein Kind verhungert.

Aber auch bei so trockenen Themen wie einer Geschäftszahlenpräsentation ist es wichtig, die Mitarbeiter zu motivieren, im nächsten Jahr ein besseres Ergebnis zu erzielen.



Das reine Aufzählen von Fakten zeigt fehlendes Einfühlungsvermögen.



Neugierig, was ich dazu zu sagen habe?
Buchen Sie mich: praesentationscoach.de



© Michael Gerharz 2008. Lizenziert unter einem Creative-Commons-3.0-Deutschland-Lizenzvertrag. Um die Lizenz anzusehen, gehen Sie bitte zu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>



Überraschungen

Um eine Präsentation im Gedächtnis verankern zu können, ist es zuallererst einmal wichtig, die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu gewinnen. Der typische PowerPoint-Einstieg mit Gliederungsfolie und Vorgeschichten führt jedoch eher dazu, dass Ihre Zuhörer abschalten, bevor Sie zu Ihren wichtigen Punkten kommen.

Wirkungsvoller ist es daher, Ihre Präsentation etwas ungewöhnlicher zu beginnen. Auch während des Vortrags kann ein Überraschungseffekt helfen, die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu steigern.

Aus wissenschaftlicher Sicht haben Überraschungen einen positiven Effekt auf das Langzeitgedächtnis. Der Hippocampus, gewissermaßen der Neuheitsdetektor im Gehirn, schüttet Dopamin aus, sobald er neue Informationen erkennt. Dopamin wirkt sich positiv auf das Langzeitgedächtnis aus.

In anderen Studien konnte gezeigt werden, dass das Verständnis deutlich unterstützt wird, wenn vor der Erklärung ein Rätsel oder eine überraschende Erkenntnis vorausgeschickt wird. Robert Cialdini von der Arizona State University formuliert das so: „Der Aha-Effekt ist umso größer, wenn ihm ein Hä?-Effekt vorausgeht“.



Der Hippocampus schüttet bei neuen Informationen Dopamin aus, was einen positiven Einfluss auf das Langzeitgedächtnis hat.

Wie passt das alles zusammen?

Wenn Sie heute eine PowerPoint-Präsentation halten, so erwartet Ihr Publikum eine typische Form – und schaltet schon bei der Einleitung ab, um sich vielleicht hin- und wieder einzuklinken. Einprägsame Botschaften können Sie so nicht platzieren.

Es ist daher sinnvoll, diese Erwartungshaltung von vorneherein aufzubrechen und nicht typisch zu beginnen; so erhöhen Sie die nötige Aufmerksamkeit für Ihre Inhalte.

Ihre Botschaft wird besonders einprägsam, wenn es Ihnen gelingt, Sie in Geschichten zu verpacken, die für Ihre Zuhörer relevant und greifbar sind. Sie appellieren so an das Einfühlungsvermögen und die Emotionen der Zuhörer. Fakten sind natürlich wichtig, um die Glaubwürdigkeit Ihres Vortrags zu unterstreichen, aber für die Einprägsamkeit Ihrer Botschaft ist eine emotionale Ansprache wirkungsvoller.

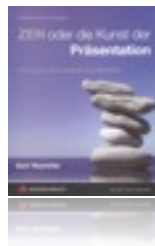


Botschaften sind einprägsamer, wenn Sie durch relevante, greifbare Geschichten anschaulich gemacht werden.

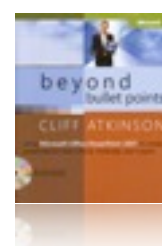
Buchempfehlungen



Chip & Dan Heath
Was bleibt
Hanser



Garr Reynolds
Zen oder die Kunst der Präsentation
Addison-Wesley



Cliff Atkinson
Beyond Bullet Points
Microsoft Press

Ihre Notizen



Neugierig, was ich dazu zu sagen habe?
Buchen Sie mich: praesentationscoach.de



© Michael Gerharz 2008. Lizenziert unter einem Creative-Commons-3.0-Deutschland-Lizenzvertrag.
Um die Lizenz anzusehen, gehen Sie bitte zu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>