

Die Geschichte mit den Helden

So präsentieren Sie spannend – und Ihr Publikum hört zu.

Es ist 3 Uhr nachts, als das Telefon klingelt. Herr Prinz tastet schläfrig nach seinem Handy. Wer ruft denn um diese Zeit an? Sein Chef: „Sie müssen sofort kommen. Jemand ist in unser Computernetz eingedrungen.“

Was passiert als nächstes? In einer spannenden Geschichte ist das die entscheidende Frage, die uns zum Weiterlesen verleitet, Satz für Satz, Seite für Seite. Aber warum stellen wir sie überhaupt?

Finden Sie Ihren Helden

Weil es einen Helden gibt, in den wir uns hineinversetzen. So wie in den IT-Manager Prinz, der mitten in der Nacht aus dem Schlaf gerissen wird. Fragen wie „Wer ruft da an?“ oder „Ist etwas passiert?“ würden uns durch den Kopf schießen, wenn wir selbst in Herrn Prinz' Situation wären. Dieselben Fragen stellen wir uns, wenn wir nur Beobachter einer Geschichte sind, denn wir versetzen uns unbewusst in die Lage des Helden.

Wer aber ist der Held Ihrer Präsentation? Eine Person, mit der sich Ihr Publikum besonders gut identifizieren kann, z.B. weil beide ganz ähnliche Probleme haben. In einer Präsentation für IT-Manager versetzen sich die Zuhörer sicher leicht in Herrn Prinz' Lage. Im Grunde könnte auch jemand aus dem Publikum dieser Held sein.



Spannende Geschichten brauchen einen Helden.
Welcher passt zu Ihnen?

In jedem Fall braucht Ihr Held einen Namen. Wir fühlen nämlich nicht mit einer abstrakten Gruppe („den IT-Managern“), sondern mit einer konkreten Person (Herrn Prinz). Statt „die Steuerberater“ ist „Frau Schmieder“ Ihre Heldin, statt „die Schulkinder“ ist es der achtjährige Felix.

Spannend wird die Geschichte Ihres Helden aber erst, wenn er ein echtes Problem bewältigen muss, nicht nur ein Problemchen. Ein Anruf

nachmittags um vier mit der Frage: „Herr Prinz, wie ändere ich das Hintergrundbild auf meinem Bildschirm?“ wäre als Aufhänger für Ihre Präsentation wahrscheinlich uninteressant.

Spannend wird es erst dadurch, dass nicht offensichtlich ist, ob und wie der Held das Problem löst. Wie begegnet Frau Schmieder

Die Geschichte mit den Helden

So präsentieren Sie spannend – und Ihr Publikum hört zu.

der zunehmenden Konkurrenz durch Online-Steuerberater? Und wie findet Felix in seinem von den Eltern viel zu voll gestopften Terminkalender noch Zeit, um einfach mal zu spielen?

Schicken Sie Ihren Helden auf die Reise

Haben Sie Held und Herausforderung gefunden, müssen Sie einen spannenden roten Faden spinnen. Aber wie? So wie in allen spannenden Geschichten, die jemals erzählt wurden: nach dem Prinzip der Heldenreise.

Dieses Prinzip wurde erstmals formuliert von Joseph Campbell, einem amerikanischen Mythologen. Er hat entdeckt, dass sämtliche Sagen und Mythen, die weltweit erzählt werden, einem einheitlichen Bauprinzip folgen. Er nannte es „Die Heldenreise“.

Demnach lernt man am Anfang der Geschichte den Helden in seiner gewohnten Umgebung

kennen. Diese „heile Welt“ wird jedoch erschüttert: Die Ehefrau findet den Brief der Geliebten; der Vorstadt-Boxer bekommt die unerwartete Chance auf einen Weltmeisterschaftskampf; oder ein IT-Manager wird nachts aus dem Schlaf gerissen, um die Firma zu retten.

Das Problem bringt den Helden in eine Konfliktsituation. Er wird, durch inneren oder äußeren Antrieb, dazu aufgefordert, sich dieser Herausforderung zu stellen. Dabei muss er Hürden überwinden, Rückschläge einstecken und schwierige Entscheidungen fällen – kurz: immer wieder neue Herausforderungen meistern. Am Ende aber wird er (meist) triumphieren und um Erfahrung reicher in seinen Alltag zurückkehren.

So wird Herr Prinz vielleicht den Schaden des Hacker-Angriffs beheben, jedoch folgt der Rückschlag beim nächsten Angriff, bei dem er wieder aus dem Bett geklingelt wird. Erst wenn er (dank

Ihrer Methode) eine Art Impfung seiner Systeme vornimmt, ist sein Problem endgültig gelöst und seine Heldenreise beendet.

Dieses Happy End löst dann oft beim Leser das Gefühl aus: „Das kann ich auch.“ oder: „Das will ich auch.“ – und zwar umso mehr, je besser er sich mit dem Helden identifiziert.

Ködern Sie Ihr Publikum

Das Prinzip der Heldenreise können Sie unmittelbar auf Ihre Präsentationen anwenden. Dazu schildern Sie zunächst Ihre Ausgangssituation, die „heile Welt“ (des Publikums). Diese wird erschüttert, indem Sie das Problem schildern, das Ihr Held lösen soll, eine letztlich für das Publikum unbequeme Situation. Die Lösung dieses Problems liefert am Ende Ihr Produkt oder Ihre Idee.

Dazwischen erzeugen Sie eine Kette von Konflikten und Teillösungen. Nachdem Sie die erste Teillösung geschildert haben, stellen Sie sich die Frage, welchen Einwand Ihr Publikum dagegen vorbringen könnte: das ist der neue Konflikt. Dafür finden Sie wieder eine neue Teillösung usw. Sinnvoll ist es, wenn Sie nach der Schilderung einer Teillösung ein Beispiel, etwa in Form einer Anekdote oder einer Statistik, erwähnen.

Durch diese Konflikt-Lösungsschleifen erzeugen Sie immer erst das Verlangen nach Informationen, bevor Sie sie dem Publikum geben. Sie geben Ihrem Publikum also einen Grund für die Frage: „Was passiert als nächstes?“

Mit dem Prinzip der Heldenreise können Sie jedes Thema spannend präsentieren.



Die richtige Geschichte finden

Jedes Publikum ist anders. Wie wählen Sie Held und Heldenreise für Ihres aus?

Sprechen Sie persönliche Belange an

Auf einer Tagung für Produktionsleiter könnten Sie erzählen, wie der Stillstand einer großen Fabrik einen Produktionsleiter beinahe den Job gekostet hätte.

Erzählen Sie authentisch

Am authentischsten sind die Geschichten, die Sie selbst erlebt haben. Wenn Sie mit

eigenen Augen eine Tankexplosion gesehen haben, dann berichten Sie in Ihrem Vortrag über Arbeitsschutz davon.

Nutzen Sie geografische Nähe

Bei einem Vortrag über Katastrophenschutz in Köln könnte Ihre Geschichte im Kölner Karneval spielen.

Wecken Sie Neugier mit Promis

Der Branchenführer, der ins Straucheln gerät, sorgt für mehr Aufmerksamkeit als ein unbekannter Mitbewerber, dem das gleiche passiert.