

Persönlichkeit stärken

Eine Prise Charisma, bitte!

Jemand betritt den Raum, ohne etwas zu sagen. Die Gespräche verstummen. Alle Blicke richten sich auf den Neuankömmling. Das ist Charisma. Ursprünglich hat es eine göttliche Gnadengabe bezeichnet, also die Gabe, Einsicht und Offenbarung zu empfangen. Heute benennen wir damit eine begeisternde, mitreißende Wirkung.

Bestimmt haben Sie die eine oder andere Keynote von Steve Jobs gesehen, zumindest in Auszügen. Seine Präsentation des ersten iPhones ist einer dieser Auftritte, an die ich mich auch in Jahrzehnten noch erinnern werde. Er betritt die Bühne, das Publikum ist mucksmäuschenstill, und er sagt – nichts. Nach einigen Sekunden dann sinngemäß der erste Satz: „Heute ist es endlich so weit, der Tag, auf den ich 2 ½ Jahre gewartet habe.“ Dann wieder eine Pause von mehreren Sekunden. Gänsehaut pur. Unglaublich, der Mann hatte es echt drauf!



Expertenrat

Aber Sie müssen sich nicht gleich an Steve Jobs orientieren suchen Sie sich Vorbilder in Ihrem Umfeld! Fakt ist, es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen – und Charisma auch nicht. Jeder von uns hat die gleiche Chance, charismatisch zu werden. Vorausgesetzt, wir nehmen die Herausforderung an und arbeiten an uns. Dafür brauchen wir nicht mal zwingend einen Prominenten als Vorbild. Schauen Sie sich einmal um – mit Sicherheit gibt es in Ihrer Familie oder in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis jemanden, von dem Sie jeden Tag lernen können.

Core Telling = Kernaussage + Beispiele + Emotion!

Charismatischen Menschen ist eines gemeinsam: Sie begeistern andere, weil ihr Verhalten nicht aufgesetzt wirkt. Das ist im Grunde genommen schon das ganze „Geheimnis“. Sie wollen mit Ihrer Präsentation Ihre Mitarbeiter motivieren und begeistern? Dafür brauchen Sie

nicht erst massenhafte Trainings, um die perfekte Rhetorik, Körpersprache, Körperhaltung, Kleidung und so weiter für sich zu entdecken. Natürlich sind das alles nützliche Werkzeuge, sie sind jedoch nicht erfolgsentscheidend. Um es mit den Worten von Wagner in Goethes Faust zu sagen: „Allein der Vortrag macht des Redners Glück“. Und für eine gelungene Präsentation brauchen Sie gerade mal drei Dinge: Ihre Kernaussage, passende Beispiele und Inszenierungen und Ihre emotionale Haltung dazu. Ich habe diese Methode Core Telling genannt: die Vorbereitung aus dem Kern heraus.

Des Pudels Kern oder worum es eigentlich geht

Bevor Sie sich an Ihre Präsentation machen, müssen Sie klar wissen, was Sie eigentlich sagen wollen. Klingt erst mal blöd – ist es aber nicht. Wovon sprechen Sie überhaupt, und was ist das Wichtigste daran? Viele Redner neigen dazu, Ihre Präsentation so dermaßen aufzublasen, dass die eigentliche Message völlig unter dem Radar der Zuschauer durchgeht. Thema verfehlt! Wenn Sie nur einen einzigen Satz hätten, um Ihr Thema zu beschreiben – was würden Sie sagen? Das ist Ihre wichtigste Kernaussage. Alles, was Sie außerdem in Ihrer Präsentation sagen, muss diese Kernaussage stützen und unterfüttern. Sie müssen dafür sorgen, dass Ihren Zuhörern in jedem Moment klar ist, worauf Sie sich beziehen und welche Position Sie vertreten. An diesem Punkt blicke ich meist in entsetzte Gesichter, in denen geschrieben steht „Was?! Nur ein Satz? Meine Arbeit ist so bedeutend, ich würde mindestens zehn Sätze brauchen.“ Nein, brauchen Sie nicht. Gehen Sie nicht so verkopft an die Sache ran, hören Sie stattdessen auf Ihren Bauch.



Der Fall aus der Praxis

Ich habe einmal einen Unternehmer gecoach, der aufgrund der Wirtschaftskrise etliche Mitarbeiter entlassen musste. Eine kritische Situation. Er hat sehr unter den drohenden Vorwürfen gelitten, die ihn von Seiten der Mitarbeiter und Medien erwarteten. Sein erster spontaner Impuls war „Leckt mich doch alle am A...!“ Gut, nicht unbedingt der ideale Kernsatz, aber ausbaufähig. Im Zuge unseres Gespräches haben wir gemeinsam erarbeitet, dass die Situation keine andere Entscheidung zulässt, da er sonst die Existenz des Unternehmens gefährden würde. Und dann wären alle ohne Arbeit, für immer. So sind wir zu dem Kernsatz gekommen: „Es geht nicht anders, so leid mir das tut.“ Mit diesem Satz ist der Unternehmer durch alle Situationen gekommen, Mitarbeiterversammlung, Presseinterviews, Gespräche.

Vertrauen Sie Ihrer Kernbotschaft!

Was ich Ihnen damit sagen möchte: Ihr Kernsatz stimmt immer! Kernsätze sind essentiell. Sie retten zwar keine Leben, aber sie entscheiden über Erfolg oder Niederlage einer Rede. Ohne „I have a dream“ wäre Martin Luther King gescheitert. Wenn Obama während seines ersten Wahlkampfes nicht mehr weiter wusste, war „Yes, we can!“ immer richtig. Dieser Satz ist Ihr roter Faden, der immer wieder hervorblitzen darf und sollte. Er lässt Sie strahlen, denn er ist der Grund, weshalb Sie überhaupt reden.

Die Botschaft zum Leben erwecken

Sie haben Ihren Kernsatz gefunden? Sehr gut, das Skelett Ihrer Präsentation steht damit. Jetzt muss es aber noch mit Fleisch versehen werden. Mit welchen Beispielen, Anekdoten und Geschichten können Sie Ihre Message zum Leben erwecken und greifbar machen? Einer der häufigsten Fehler: Abstrahierte Vorgänge als Beispiele anbieten. Niemand kann sich etwas darunter vorstellen, wenn Sie sagen, dass die Sicherheitsvorkehrungen Ihres Unternehmens sehr streng sind. Was genau bedeutet das? Häufiger Auslöser ist hier der Irrglaube, dass die Schilderung eines Arbeitsschrittes als Beispiel die Zuhörer langweilt. Ich versichere Ihnen, das Gegenteil ist der

Fall! Wenn Sie etwa erzählen, dass Ihre Produktionsleiter jedes Jahr vier Wochen lang Fortbildungen besuchen, das sich im technischen Bereich so viel Neues tut, ist das ein beeindruckendes Detail. Lassen Sie Ihre Zuhörer einen Blick hinter die Kulissen werfen!



Expertenrat

Ihnen will einfach kein passendes Beispiel einfallen? Damit Sie sich damit in Zukunft leichter tun, sollten Sie sich einen „Geschichtenspeicher“ anlegen. Sammeln Sie zu Ihrem Thema/Fachgebiet täglich Storys und Begebenheiten. Wenn Sie mit offenen Ohren und Augen darauf achten, werden Sie viel Material finden. Es ist aber wichtig, dass Sie sich diese Erlebnisse aufschreiben. Legen Sie sich einen „Geschichtenspeicher“ an – wenn Sie das nächste Mal eine Präsentation vorbereiten, werden Sie plötzlich einen reichen Schatz an Geschichten haben.

Noch einmal mit Gefühl

Sie haben eine Botschaft und passende Beispiele, doch der Funke will einfach nicht überspringen? Wahrscheinlich, weil Sie einen entscheidenden Faktor übersehen haben: Die Emotion. Wie wichtig die für einen Redner ist, hat Faust bereits erkannt:

Wenn ihr's nicht fühlt, ihr werdet's nicht erjagen,

Wenn es nicht aus der Seele dringt,

Und mit urkräftigem Behagen

Die Herzen aller Hörer zwingt.

Was berührt Sie wirklich! Sagen Sie es!

Die gute Nachricht: Sie müssen keinen Pakt mit dem Teufel schließen, um zu einem mitreißenden Redner zu werden. An vielen amerikanischen Universitäten gibt es das Modell der „last lecture“. Einmal im Jahr halten die Professoren dort eine Vorlesung, als wäre es die letzte ihres Lebens. Ein erschreckender Gedanke? Erschreckend, ja – aber auch inspirierend. Stellen Sie sich vor, Ihre nächste Präsentation wäre zugleich Ihre allerletzte Gelegenheit, über Ihre Arbeit zu sprechen. Mit Sicherheit würden Sie dann nicht kurz vor dem Vortrag

ein paar Notizen auf einen Zettel kritzeln und das Vorbereitung schimpfen. Stattdessen würden Sie wirklich über die Quintessenz Ihrer Arbeit nachdenken und Ihr ganzes Herzblut in die Formulierung der Gedanken stecken. Ich verrate Ihnen etwas: So sieht die Vorbereitung jeder wirklich gelungenen Präsentation aus! Also Schluss mit den Ausreden, nehmen Sie sich die Zeit und finden Sie heraus, wofür Sie wirklich brennen. Wir schleppen so viel mit uns herum, dass wir dabei manchmal gar nicht mehr sehen, was uns wirklich wichtig ist. Und auch wenn Sie nicht explizit sagen, dass Sie sich Gedanken dazu gemacht haben, was für Sie ganz persönlich wichtig an Ihrem Thema ist – Ihre Zuschauer werden es spüren. Denn wahre Begeisterung ist ansteckend.



Der Praxis-Tipp

Starten Sie durch – von Anfang an und liefern Sie die Begeisterung direkt zu Beginn: Der entscheidende Moment bei Ihrer Präsentation ist der Start. Sie haben kaum Zeit, das Publikum zu gewinnen – oder werden es in Tiefschlaf versetzen. Legen Sie mit einer Emotion oder Ihrer Kernbotschaft los. So können Sie Ihre Zuhörer direkt in den ersten Sekunden packen. Und sie dann nach und nach mit Ihren anschaulichen Argumenten fesseln, die Sie mit Fakten untermauern. Anschließend: Genießen Sie den Applaus. Mit so einer charismatischen Rede haben Sie ihn sich wirklich verdient. ☺

Magische Momente für die Ewigkeit

Sie haben Ihre Kernaussage gefunden, begleitende Beispiele gewählt und sich aus ganzem Herzen vorbereitet? Dann kann eigentlich nichts mehr schief gehen, Sie sind bestens gewappnet! Als absoluter Vollprofi könnten Sie allerdings noch einen Schritt weitergehen und einen „Magic Moment“ vorbereiten. Das ist ganz hohe Schule. Es bedeutet, dass Sie einen besonders wichtigen Moment in Ihrer Präsentation inszenieren und sich damit unauslöschbar in die Köpfe der Zuschauer einbrennen. Bill Gates beispielsweise hat in Kalifornien einst über Malaria gesprochen und wie wich-



Wichtiger Hinweis

Viel entscheidender als die Tatsache, ob der Wunsch des Beschwerdeführers nun sofort erfüllt werden kann, sind Art und Weise, wie die Mitarbeiter mit ihm reden. Fühlt er sich verstanden und ernst genommen, ist eine Verschiebung des Werkstatttermins eine Bagatelle, die er billigend in Kauf nimmt. Mehr noch: Kunden, um die man sich gerade in diesen Momenten der Unzufriedenheit bemüht, werden besonders treue und kooperative Kunden.

tig die Prophylaxe ist. Sie können sich vorstellen, dass dieses Thema die Zuhörer im sicheren Kalifornien nicht gerade vom Hocker gerissen hat. Sein unglaublicher magischer Moment hat dann alles verändert: Bill Gates hat erzählt, dass Malaria extreme Auswirkungen auf die Wirtschaft hat. Und dass die Krankheit über Stechmücken übertragen wird, also jeden treffen kann. So weit, so gut – aber was kam dann?

Zum Abschluss: Die perfekte Inszenierung

Und dann sagte er: „Damit Sie sich ein wenig in die Situation hineinversetzen können, habe ich einige von diesen Stechmücken mitgebracht und lasse sie mal ein wenig im Auditorium herumfliegen“. Dabei ging er zu einer Glasbox, schraubte den Deckel ab und lies – vermeintlich – die Moskitos frei. Was meinen Sie, was da im Publikum los war? Aufgerissene Augen, offene Münder – Volltreffer! Der Effekt ist voll angekommen. Das tolle an so einem „Magic Moment“: Sie durchbrechen die intellektuelle und emotionale Barriere zum Publikum, die Botschaft landet direkt im Herzen der Zuhörer. Und wissen Sie, wie viel so etwas kostet? Nichts. Außer ein bisschen Hirnschmalz. ■



Autor: Georg Wawschinek ist Kommunikationsprofi und Experte für charismatische Auftritte. Er begleitet das Top-Management internationaler Konzerne, Politiker und all jene, die ihr Charisma und ihre Wirkung verbessern wollen.