

# PETER MOHR

## DONT GET SHOT

EINWÄNDE UND ANGRIFFE VOR PUBLIKUM MEISTERN



BAND 4 AUS DER BUCH-REIHE

ERFOLGREICH VORTRAGEN UND PRÄSENTIEREN

**PETER MOHR**

## **DONT GET SHOT**

**EINWÄNDE UND ANGRIFFE VOR PUBLIKUM MEISTERN**



**BAND 4 AUS DER BUCH-REIHE**

**ERFOLGREICH VORTRAGEN UND PRÄSENTIEREN**

Für Kirsten

*»Wenn Du willst mit Kirsten diskutieren, musst Du wissen,  
Du wirst verlieren!«*

# **PETER MOHR**

## **DONT GET SHOT**

**FRAGEN, EINWÄNDE UND ANGRIFFE  
VOR PUBLIKUM SOUVERÄN MEISTERN**

**BAND 4 AUS DER BUCH-REIHE**

**ERFOLGREICH VORTRAGEN UND PRÄSENTIEREN**

# Impressum

## **Bibliographische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbiographie. Detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

## **Rechtlicher Hinweis:**

Die Inhalte und Angaben dieses Buches sind sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet worden. Sie erfolgen dennoch ohne jegliche Verpflichtung, Garantie oder Gewähr des Autors. Der Autor und der Verlag übernehmen daher keine Verantwortung oder Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Verantwortung oder Haftung übernehmen.

## **Urheberrechtlicher Hinweis:**

Das Werk einschliesslich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung, Mikroverfilmung, Verbreitung und Übersetzung, sind vorbehalten.

Kein Titel des Werkes (auch auszugsweise) darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Autors reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

<b>Titel:</b>	<b>DONT GET SHOT</b>
<b>Autor:</b>	<b>Peter Mohr</b>
<b>Originalausgabe:</b>	<b>09/2010</b>
<b>Copyright:</b>	<b>©2010 by Peter Mohr</b>
<b>Herstellung und Verlag:</b>	<b>Books on Demand GmbH, Norderstedt</b>
<b>ISBN:</b>	<b>978-3-8391-9670-0</b>

## Zum Autor



**PETER MOHR**

Herr Diplom-Pädagoge Peter Mohr studierte Erwachsenen-Pädagogik (Andragogik).

Nach seinem Studium absolvierte er die Ausbildung zum Trainer für das betriebliche und berufliche Bildungswesen.

Bis 1995 arbeitete er als Offizier der Luftwaffe in Führungs- und Stabsfunktionen für das Bundesministerium der Verteidigung.

Neben einer Tätigkeit als Lehrgangsleiter war er u.a. auch als Leiter einer Personalabteilung und in der Öffentlichkeitsarbeit tätig.

Seit 1995 arbeitet er als spezialisierter Fachtrainer und Fachbuchautor für die Themenbereiche Rhetorik und Präsentation.

Herr Mohr hat schon mehr als 1000 Präsentationstrainings durchgeführt und mehrere tausend Präsentatoren und Redner (bis zur Vorstandsebene) trainiert und gecoacht.

Die Publikationen von Herrn Mohr finden Sie am Ende dieses Buches aufgeführt.

# **Inhalts-Verzeichnis**

**Impressum**

**Zum Autor**

**Vorwort**

**Informationen zu diesem Buch**

**Einige grundlegende Begriffe vorab**

**Einwände auf der intra-personellen Ebene meistern**

**Einwände auf der inter-personellen Ebene meistern**

**Fangen Sie Einwände sanft ab-Mit der Judo-Methode**

**Werfen Sie keine Kieselsteine**

**Managen Sie mögliche Konfrontationen**

**Bleiben Sie nicht am Frager kleben**

**Legen Sie vorab Spielregeln fest**

**Einwände auf der inhaltlich-argumentativen Ebene meistern**

**Managen Sie bewusst den Zeitpunkt und den Umfang Ihrer Antworten**

**Verwenden Sie die Einwand-Vorwegnahme-Technik**

**Entschärfen und Positivieren Sie negative Trigger-Punkte**

**Die INFO-Technik**

**Die BUMERANG-Technik**

**Die WAAGE-Technik**

**Wappnen Sie sich mit einer Einwand-Entkräftungs-Matrix**

**Setzen Sie einen passenden Rahmen für Ihre Einwand-Entkräftungen**

**Konsens muss nicht immer sein**

**Besonderheiten beim Umgang mit Fragen**

**Besonderheiten beim Umgang mit Störungen**

**Besonderheiten beim Umgang mit Angriffen**

**Besonderheiten beim Umgang mit Vorwürfen**

**DONT-GET-SHOT-Ultra-Kurz-Fahrplan**

**Ein Nachwort**

## Vorwort

Der Titel DONT GET SHOT wird Sie vielleicht überraschen. Denn dieser Titel hört sich sehr militärisch an. Dennoch habe ich diesen provokativen Titel ganz bewusst gewählt. Denn ich habe oft erlebt, wie hervorragend vorbereitete Präsentatoren eine hervorragende Präsentation darboten – und danach dennoch in der Fragerunde komplett abgeschossen wurden. Entweder konnten die Präsentatoren die vorgeworfenen Einwände nicht überzeugend entkräften – oder die Präsentatoren haben beim Entkräften der Einwände auf der zwischenmenschlichen Ebene »verbrannte Erde« bei den Zuhörern hinterlassen.

Im Laufe von mehr als 1000 Präsentations-Trainings habe ich festgestellt, dass gerade die Art und Weise, wie ein Präsentator mit Einwänden und Angriffen umgeht, oft gerade das Zünglein an der Waage für den gesamten Präsentationserfolg darstellt.

Und Obwohl – oder gerade weil – klassische Präsentations-Trainings dieses Thema nicht oder nur extremst oberflächlich und banal behandeln, hat sich dieses Thema zu einem starken Schwerpunkt meiner Trainings entwickelt.

Und in diesem Sinne habe ich diesem Thema hier auch ein ganzes Buch gewidmet.

Falls Ihnen die Gedanken in diesem Buch schon zu feingliedrig und zu speziell erscheinen, dann ist dies ein gutes Zeichen – denn dann sind Ihre Zuhörer Ihnen und Ihren präsentierten Konzepten recht wohlwollend gegenüber eingestellt – dann hatten Sie bisher glücklicherweise keine allzu diffizilen DONT-GET-SHOT-Situationen.

Dieses Buch ist im Sinne des Worst-Case geschrieben: Ich versuche daher all die wesentlichen Gedanken in voller Dichte darzustellen, die Ihnen bei wirklich kritischen Einwand-Situationen einen Leitfaden geben können.

Sie nehmen sich aus diesem Buch einfach das, was Sie momentan brauchen und was Ihnen derzeit notwendig erscheint und gut tut.

Einige der Ideen in diesem Buch werden Sie vielleicht schon kennen

- diese Ideen können Sie getrost zur Seite legen.

Einige andere Ideen in diesem Buch werden zwar neu für Sie sein, aber diese halten Sie vielleicht für nicht sinnvoll oder umsetzbar

- auch diese Ideen können Sie getrost zur Seite legen.

Aber es werden auch einige Ideen in diesem Buch sein, die für Sie neu und auch sinnvoll sind

- und alleine diese werden das Lesen dieses Buches für Sie lohnenswert machen

Setzen Sie sich ruhig kritisch mit den Inhalten dieses Buchs auseinander.

Sie brauchen und sollen nicht alle Tipps umsetzen, von denen manche vielleicht gar nicht zu Ihnen passen. Wichtig ist, dass Sie sich bei der Anwendung dieser Tipps wohl fühlen und authentisch bleiben.

Hierzu ein schönes Bild:

Sie sind wie ein Rohdiamant und dieses Buch ist lediglich ein Schleifstein, der sich für Sie dreht. Das Buch kann Ihnen auf dem Weg zum geschliffenen Brillanten helfen. Wo, wie, wann und wie stark Sie sich und Ihre Redekompetenzen an diesem Schleifstein verfeinern wollen, bleibt aber allein Ihnen überlassen.

Die Inhalte und Gedanken in diesem Buch beruhen auf den Erfahrungen aus mehr als 1000 Präsentationstrainings und aus Hunderten von beobachteten und selbst durchgeführten Präsentationen. Neben meinen eigenen Gedanken und Erfahrungen sind vor allem Tausende von Gedanken und Feedbacks von Teilnehmern direkt oder indirekt in dieses Buch mit eingeflossen. Denn jeder Trainer – sofern er hochgradig spezialisiert ist – verkörpert auch immer ein Sediment von jahrelangem Nachdenken über ein Thema – Und zwar ein Sediment des eigenen Nachdenkens – Aber noch viel mehr das Sediment des Nachdenkens der eigenen erlebten Seminar-Teilnehmer.

Dieses Buch ist Band 4 von mehreren Bänden zum Thema »Erfolgreich Vortragen und Präsentieren«.

Im nächsten Kapitel finden Sie finden Sie weitere Infos zu den weiteren Bänden.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen des Buches und viel Erfolg beim Umsetzen der dargestellten Gedanken, Tipps und Tricks.

Wenn Sie Anregungen, Feedback oder Fragen zu den dargestellten Inhalten haben, würde es mich freuen, wenn Sie Kontakt zu mir aufnehmen würden. Dann kann ich diese Fragen sicherlich für Sie klären.

**Senden Sie Ihre Gedanken einfach an folgende E-Mail-Adresse: [peter.mohr@instatik.de](mailto:peter.mohr@instatik.de)**

**Und über folgende Internetseite können Sie mich und mein Team erreichen: [www.instatik.de](http://www.instatik.de)**

Peter Mohr  
August 2010

Heidelberg, im

Diplom-Pädagoge und Fachtrainer für Rhetorik und Präsentation

**[www.instatik.de](http://www.instatik.de)**

## **Informationen zu diesem Buch**

Im Folgenden finden Sie einige Gedanken, die es Ihnen einfacher machen, mit der Systematik und der Struktur dieses Buchs zu arbeiten.

### **Die Gesamt-Buch-Reihe »Erfolgreich Vortragen und Präsentieren«**

Das Thema »Erfolgreich Vortragen und Präsentieren« ist zu wichtig und zu umfangreich, um es in einem einzigen Buch ausführlich behandeln zu können.

Daher stellt dieses Buch den Band 4 in einer Reihe von mehreren geplanten Bänden zum Thema »Erfolgreich Vortragen und Präsentieren« dar.

In den 4 Bänden der gesamten Reihe werden folgende Themen behandelt.

#### **Band 1 - Personale Rhetorik:**

Im Band 1 wird die personale Rhetorik behandelt. Hierbei geht es darum, wie wir als Person mit einer bestmöglichen Ausstrahlung und Wirkung vor Publikum auftreten, stehen und bestehen können.

#### **Band 2 - Präsentations-Dramaturgie:**

Im Band 2 geht es um die Struktur und Dramaturgie von Vorträgen und Präsentationen. In diesem Band 2 wird behandelt, wie man Präsentationen vorbereitet, gliedert und strukturiert, so dass diese Präsentationen auch genau ihre Ziele erreichen. Diese Ziele sind meist Überzeugen, Verkaufen, Informieren oder eine Stimmung schaffen – oder eine Mischung daraus. Zudem wird behandelt wie man Präsentationen gezielt vorbereitet und wie man den roten Faden während dem Präsentieren hält.

Auch einen sehr tiefen Exkurs in die Verkaufs-Psychologie werden wir im Band 2 behandeln. Denn Präsentieren ist oft eine Sonderform des Verkaufens.

### **Band 3 - Optische Rhetorik und Visuelle Argumentation:**

Im Band 3 behandeln wir, wie man Optische Rhetorik und Visuelle Argumentation sinnvoll in Präsentationen integriert. Es geht also darum, wie man den Zuhörer zum Zuschauer werden lässt und ihn dann mit dessen eigenen Augen überzeugt.

Dazu werden jene Themen behandelt, wie man Visualisierungen gestalten soll, welche Medien man wann und wofür einsetzen sollte und was beim handwerklichen Einsatz der Medien zu beachten ist. Hierbei werden sehr griffige und praxisnahe Tipps und Tricks zur Präsentationstechnik ausführlich und praxisnah mit vielen Beispielen thematisiert.

### **Band 4 - DONT GET SHOT:**

Im Band 4 (dieser Band) behandeln wir, wie man beim Präsentieren souverän mit Fragen, Einwänden, Angriffen und Vorwürfen umgehen kann. Dieser Band 4 hat daher auch den Titel DONT GET SHOT, da es darum geht, sich beim Vortragen und Präsentieren nicht durch kritische Situationen oder durch kritisches Publikum »abschiessen«

zu lassen. Denn selbst wenn die eigentliche Präsentation sehr gut läuft, kann man durch einen ungeschickten Umgang mit Fragen oder Einwänden sehr viel an Wirkkraft verlieren oder gar kaputt machen.

Alle 4 Bände sind aus einem Guss und bauen einerseits lückenlos und andererseits überschneidungsfrei aufeinander auf.

**Als Gesamtheit ergeben diese 4 Bände ein Kompendium zum Thema »Erfolgreich Vortragen und Präsentieren«**

## **Hinweise zum Lesen und Arbeiten in diesem Buch**

Wir verwenden in diesem Buch lediglich 1 Abkürzung:  
PDKS

Diese Abkürzung steht je alternativ für:

Produkt - Dienstleistung - Konzept - Sachverhalt

PDKS steht also als Variable für die von Ihnen in Ihrer Präsentation dargestellten Inhalte, die Sie Ihren Zuhörern mit Überzeugungskraft darstellen wollen. Diese Inhalte können entweder klassische Produkte oder Dienstleistungen sein - dies wird vor allem bei externen Präsentationen gegenüber Kunden der Fall sein.

Inhalte können aber auch Konzepte und Sachverhalte sein - dies wird vor allem bei internen Präsentationen gegenüber Vorgesetzten, Kollegen oder Mitarbeitern sein, bei denen Sie von etwas überzeugen oder auch lediglich über etwas berichten bzw. reporten wollen.

Bei der Rechtschreibung habe ich bewusst genau jene Regeln verwendet, die mir persönlich sinnvoll erscheinen - das gönne ich mir - und das mute ich Ihnen auch zu.

Keine Angst: die Abweichungen von der Norm sind minimal und recht logisch.

Der besseren Lesbarkeit wegen habe ich für Personen immer die männliche Bezeichnung gewählt.

Der Inhalt ist jedoch für Frauen genauso zutreffend.

Zudem habe ich die Begriffe Rede, Vortrag und Präsentation immer wieder mal synonym und abwechselnd verwendet.

Im Grunde ist dabei stets die gleiche Grundsituation gemeint:

Sie stehen vor Publikum und möchten von sich und Ihren Gedanken bestmöglich überzeugen.

Ich habe versucht, unnötige Fachbegriffe so weit wie möglich zu vermeiden.

Dennoch werden Sie einige bewusst gewählte Fachbegriffe kennen lernen, die innerhalb des Themas so wichtig sind, dass man auf diese nicht verzichten sollte.

Wichtige Begriffe und Begrifflichkeiten habe ich im laufenden Text durch Fettdruck hervorgehoben.

So können Sie einzelne Gedankengänge schnell wiederfinden.

Beispiele für wörtliche Formulierungen sind im laufenden Text kursiv dargestellt.

Bei der Schriftgrösse habe ich mich bewusst für jene kompakte Schriftgrösse entschieden, die sonst auch für hochwertige Fachbücher verwendet wird.

Jeweils neue inhaltliche Gedanken beginnen bewusst jeweils auf neuen Seiten dieses Buches.

So entspricht die äußere Struktur des Buches auch gleich der gedanklichen Struktur.

Ausserdem kann dadurch der Leser im Sinne eines auffrischenden Lesens rein durch das Lesen der Abschnitts-Überschriften die wesentlichen Gedanken ganz schnell wiedererinnern und bei Bedarf auch in einige Untergedanken vertiefend eintauchen.

An manchen Stellen erlaube ich mir ganz kurze Exkurse in Thematiken, die man in diesem Buch auf den ersten Blick

vielleicht nicht erwarten würde.

Am Ende von wichtigen Abschnitten finden Sie jeweils kurze Zusammenfassungen.

Diese bringen in wenigen Worten das Wesentliche noch mal auf den Punkt.

Wenn Sie allerdings lediglich diese Zusammenfassungen lesen, werden Sie diese nicht gänzlich verstehen können.

Aber nach der Lektüre des gesamten Textes eignen sich diese für einen weiteren Schnelldurchgang.

Dieses Buch ist als ein umfassender Einstieg gedacht. Zu jedem Kapitel könnte man ein separates Buch schreiben. Sehen Sie dieses Buch daher als eine Art zentrale Plattform an, von der aus Sie in die Ihnen besonders wichtigen Unterthemen vertiefend eintauchen können.

Ein Buch, das sich mit dem Themengebiet Rhetorik beschäftigt, kann nicht die Qualität der vom Redner präsentierten Inhalte ersetzen.

Auch können und sollen mit diesem Buch jene Ideen, Konzepte, Produkte oder Dienstleistungen keine magische Überzeugungskraft gewinnen, wenn diese an sich nicht sinnvoll oder stimmig sind.

Genau so wenig kann kein Produkt über eine noch so gut Präsentation verkauft werden, wenn vorab in der Produktentwicklung, der Abgrenzung zu Mitbewerbern, der Qualitätssicherung, dem Marketing und der Preispolitik grobe Fehler gemacht wurden.

Und das ist auch gut so.

## **Die Struktur des Buchs**

Ich gehe in diesem Buch über mehrere Perspektiven an die Thematik DONT GET SHOT ran.

Einerseits soll es darum gehen, wie wir als Präsentator in unserem inneren Denken und Wahrnehmen damit umgehen, dass wir mit Fragen, Einwänden, Angriffen, Störungen und Vorwürfen konfrontiert bzw. attackiert werden. Hierbei geht es noch gar nicht mal darum, wie wir dann auf diese Konfrontationen reagieren – sondern es geht eher darum, was diese Konfrontation mit uns macht und wie wir diese motivational und emotional gut managen können. Es geht also darum, wie wir in uns selbst – also intra-personal – mit solchen Konfrontationen umgehen.

Daher haben wir in diesem Buch dazu eine Perspektive mit dem Titel:

Einwände auf der intra-personellen Ebene meistern

Nachdem wir als Präsentator innerlich mit den Konfrontationen sinnvoll umgehen können, müssen wir uns einer nächsten Aufgabe stellen: Wie gehen wir mit dem konfrontierenden Publikum um. Es geht also um die Frage, wie wir die Beziehung zum konfrontierenden Publikum bzw. zum konkreten Einwander oder Angreifer sinnvoll managen. Es also darum, wie wir zwischenmenschlich – also inter-personal – mit den Zuhörern umgehen.

Daher haben wir in diesem Buch dazu eine Perspektive mit dem Titel:

Einwände auf der inter-personellen Ebene meistern

Wir müssen schliesslich aber auch inhaltlich die Fragen und Einwände aus dem Publikum sinnvoll bearbeiten. Es

geht also dann auch noch um die inhaltlich-argumentative Ebene.

Daher haben wir in diesem Buch dazu eine Perspektive mit dem Titel:

Einwände auf der inhaltlich-argumentativen Ebene meistern

## **Einige grundlegende Begriffe vorab**

**Dialektik - Einwand - Frage - Störung - Angriff - Vorwurf**

### **Zum Begriff »Dialektik«**

Der Begriff Dialektik kommt aus dem Altgriechischen und heisst dort so viel wie »Kunst der Unterredung«. Es ist auch gleichbedeutend zu dem lateinischen »(ars) dialectica« - also der »(Kunst) der Gesprächsführung«.

Dialektik ist ein schon in der Antike nicht ganz einheitlich gebrauchter Begriff. Bis in die Neuzeit jedoch behält er im Wesentlichen die Bedeutung einer auf einem Gespräch fundierten Disziplin oder Methode bei, die zur Wahrheitsfindung dient. Die Wahrheitsfindung entsteht durch einen Diskurs, in dem einer bestehenden Auffassung oder Überlieferung als These ein Aufzeigen von Problemen und Widersprüchen als Antithese gegenübergestellt wird, woraus sich eine Lösung oder ein neues Verständnis als Synthese ergibt. Diesem Gedanken liegt das Bild zugrunde, dass man dann am Besten die Wahrheit - oder eine beste Lösung - findet, wenn man die verschiedenen konträren Argumente aneinander reibt. Durch ein kritisches Hin- und Her-Schütteln von verschiedenen Ansichten kristallisiert sich die beste bzw. wahre Lösung heraus. Aufgrund dieses Bildes gibt es den Begriff der Dialektik daher auch in der Philosophie und in politisch-historischen Theorien wie dem Marxismus.

Dialektik wird im Rahmen der Rhetorik meist vereinfachend und enger gefasst. Und zwar als Rede und Gegenrede oder als ein Disputieren oder als ein Streiten um Überzeugungskraft von Argumenten.

**Es gibt daher 2 unterschiedliche Typen von Dialektik:**

**1. Dialektik des gemeinsamen Suchens der besten Position:**

Bei dieser Dialektik versuchen alle Beteiligten die beste Lösung durch ein Aneinanderreiben von Argumenten zu finden. Ein Beispiel hierfür wäre ein Meeting, bei dem ein Team eine neue Werbe-Strategie für ein Unternehmen finden möchte. Jeder der Teilnehmer will, dass letztendlich für das Unternehmen die beste Lösung gefunden wird. Der Diskurs ist hierbei ein partnerschaftlicher Prozess des Suchens und Abwägens und Optimierens. Das Interesse jedes einzelnen Beteiligten ist es lediglich, dass die bestmögliche Position gefunden wird, egal wie diese lauten wird - Dies ist natürlich der real nie hundertprozentig existierende Idealfall.

Das Ziel bzw. die Lösung, die dann letztendlich gewählt wird, ist hier für alle Beteiligten an sich mehr oder weniger offen, solange es der Optimierung der Entscheidung dient. Alle Beteiligten können dann mit der getroffenen Entscheidung leben, wenn diese sehen, dass es die objektiv beste Lösung ist. Und dies ist unabhängig davon, ob einzelne Beteiligte vorher eine bestimmte Position schon deutlich favorisiert hatten oder völlig wertfrei in den Diskurs reingegangen sind.

Diesem Gedanken liegt das Dialektik-Bild zugrunde, bei dem sich dann am Besten die beste Lösung herauskristallisiert, wenn man die verschiedenen konträren Argumente aneinander reibt.

## **2. Dialektik des Überzeugens von einer bestimmten Position:**

Bei dieser Dialektik versuchen die Beteiligten sich gegenseitig von einer jeweils bestimmten Lösung mit Argumenten zu überzeugen. Verschiedene Teilnehmer des Diskurses sehen jeweils eine bestimmte Position schon vorab als die Bestmögliche an. Es geht den Beteiligten des Diskurses darum, dass sie die anderen Beteiligten von der von ihnen favorisierten Position überzeugen. Hierbei sind die Beteiligten von Interessen geleitet, die bestimmte Positionen deutlich favorisieren.

Ein Beispiel hierfür wäre ein Diskurs um die Frage, ob die Werbe-Abteilung eines Unternehmens outgesourct wird. Der Leiter der Werbe-Abteilung wird schon vorab das Interesse haben, dass die Abteilung nicht outgesourct wird, um nicht seinen Job zu verlieren. Und von dieser favorisierten Position aus wird er sich in den Diskurs einbringen und versuchen von dieser Position zu überzeugen.

Auch ein Präsentator, der vor einem Zuhörerkreis (z.B. einem potentiellen Kunden-Unternehmen) ein Konzept (z.B. Produkt) präsentiert, hat meist das Interesse, dass er das Konzept überzeugend rüberbringen bzw. verkaufen kann. Daher ist solch eine Präsentation ein Prozess des Überzeugens von einer bestimmten Position. Diese Position lautet: Das präsentierte Konzept ist richtig und gut und wichtig.

Bei dieser Dialektik des Überzeugens gibt es noch graduelle Unterschiede, inwiefern sich die Beteiligten dann letztendlich doch noch von anderen Positionen überzeugen lassen würden. In vielen Fällen wird dies nicht oder kaum möglich sein. Das wohl deutlichste Beispiel hierfür sind politische Reden vor dem politischen Gegner im Parlament. Kaum ein Politiker wird sich von einer Rede eines politischen Gegners deutlich von seiner Position abbringen

lassen. Solche Reden sind dann auch eher als Statements gegenüber dem zuschauenden Dritt-Publikum - wie beispielweise den Fernseh-Zuschauern - gedacht, mit der Hoffnung, bei diesen überzeugende Umdenkprozesse anzuregen.

In diesem Buch geht es vor allem darum, den Begriff der Dialektik als ein Überzeugen von einer bestimmten Position zu verstehen. Denn das ist bei Präsentationen der typische Fall. Dialektik welche die bestmögliche Position sucht wird dagegen eher in Meetings und Moderationen angewandt.

Im Gegensatz zu einem Meeting oder einer Moderation hat der Präsentator bei einer klassischen Überzeugungs-Präsentation das deutliche Ziel, von einem ganz bestimmten Konzept zu überzeugen. Die Zuhörer bringen dann im Gegenzug meist kritische Einwände gegen die Argumentation des Präsentators hervor. Diese Einwände können - und so sind diese auch oft vom Einwender gemeint - den Präsentator und dessen Überzeugungskraft angreifen und manchmal sogar »abschiessen«. Daher heisst dieses Buch auch bewusst DONT GET SHOT - denn es sollen Methoden dargestellt werden mittels denen der Präsentator beim Überzeugen von dem propagierten Konzept vermeiden kann, abgeschossen zu werden.

## **Zum Begriff »Einwand«**

Wir verstehen unter Einwand eine Äußerung eines Zuhörers der Präsentation, die eine vom Präsentator getroffene Aussage kritisch anzweifelt.

Beispiele:

Ein Zuhörer zweifelt an, dass eine vom Präsentator propagierte Maschine tatsächlich so gut (schnell, genau, fehlerfrei, günstig) wie dargestellt funktioniert.

Ein Zuhörer zweifelt an, dass eine vom Präsentator propagierte Maschine tatsächlich so viel Geld wert ist, wie vom Präsentator dargestellt.

Wichtig ist hierbei, dass der Einwender an sich wohlwollend gegenüber dem Diskurs eingestellt ist. Daher ist auch ein unangenehmer Einwand nicht mit einem Angriff zu verwechseln, solange der Einwender den Einwand im Sinne des Diskurses gestellt hat.

## **Zum Begriff »Frage«**

Bei Fragen will der Zuhörer eine zusätzliche Information mit der er für sich eine noch offene Wissenslücke schliessen kann. Eine Frage ist als eine Bitte nach einer Information zu sehen.

Beispiele:

Ein Zuhörer fragt, ob die vom Präsentator präsentierte Maschine auch in Räumen mit hoher Luftfeuchtigkeit betrieben werden kann.

Ein Zuhörer möchte wissen, wie lange die typischen Lieferzeiten sind.

Bei Fragen liegt primär nicht das anzweifelnde Element im Vordergrund.

Allerdings kann sich nach einer Frage aufgrund der vom Präsentator als Antwort gegebenen Information daraufhin ein anzweifelnder Einwand ergeben.

Ein Beispiel:

Wenn der Zuhörer aufgrund seiner Frage erfährt, dass die Maschine bis zu 70% Luftfeuchtigkeit betrieben werden kann, formuliert er vielleicht darauf einen Einwand, weil ihm dieser Wert zu niedrig ist.

Allerdings sind Fragen an sich und primär als neutral einzustufen.

Fragen haben nicht per se den kritischen anzweifelnden Unterton eines Einwands.

## **Zum Begriff »Störung«**

Störungen sind Ereignisse während der Präsentation, die den Prozess - und damit auch den geplanten Erfolg - des Präsentierens negativ beeinflussen.

Störungen - wie wir diese hier definieren wollen - sind allerdings vom Störer nicht böswillig produziert.

Beispiele:

Ein Zuhörer kommt verspätet zur Präsentation.

Ein Zuhörer klickt gedankenverloren mit seinem Kugelschreiber.

Ein Zuhörer schläft während der Präsentation ein.

Zwei Zuhörer unterhalten sich während der Präsentation.

Ein Zuhörer ruft während der Präsentation hörbar am Telefon E-Mails ab.

Ein Zuhörer fragt oder kommentiert unheimlich oft oder lange.

Ein Zuhörer unterbricht dauernd andere Zuhörer oder den Präsentator.

Bei einer klassischen Störung meint es der Zuhörer primär nicht böse und ist an sich wohlwollend oder zumindest neutral gegenüber der Präsentation eingestellt.

Der Störer ist sich seines Störens selbst meist auch gar nicht bewusst.

Wenn ein Zuhörer die Störung primär deshalb macht, um dadurch dem Präsentator das Präsentieren schwer zu machen, dann verstehen wir diese Art von Störung schon als Angriff - und zwar als Angriff auf den Präsentations-Prozess.

## **Zum Begriff »Angriff«**

Beim Angriff will der angreifende Zuhörer den Präsentator und dessen Präsentation bewusst angreifen. Entweder wird die Person des Präsentators angegriffen – Oder es wird der Präsentations-Prozess angegriffen.

Beispiele:

Ein Zuhörer ruft immer wieder in dem Raum: »So ein Schwachsinn.«

Ein Zuhörer sagt zum Präsentator: »Sie haben ja überhaupt keine Ahnung.«

Ein Zuhörer macht bewusst und absichtlich störende Geräusche.

Der Unterschied vom Angriff zum Einwand ist jener, dass ein Einwender zum inhaltlichen Diskurs bereit ist, während ein Angreifer den gesamten Präsentations-Prozess an sich hemmen will.

Der Unterschied vom Angriff zur Störung ist jener, dass ein Störer an sich gar nicht stören will und sich seines Störens meist gar nicht bewusst ist, während der Angreifer ganz bewusst und gezielt den Präsentations-Prozess stören will.

Der Angriff ist der einzige Prozess, der vom Zuhörer bewusst nicht wohl-wollend gestartet wird. Denn bei Einwänden, Fragen und Störungen ist der Zuhörer immer noch dem Präsentator und dem Präsentations-Prozess gegenüber wohlwollend eingestellt.