



# Effektive Online-Business-Präsentationen

Nina-Nike Höllinger

## **Präsentieren ist längst nicht mehr nur ein Agendapunkt für Führungskräfte und Manager.**

Eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation abhalten zu können, gehört zum Handwerkszeug eines jeden Projektleiters, Vertriebsmitarbeiters oder Selbständigen.

In einem zunehmend globalen Wirtschaftsumfeld gehören Online-Präsentationen zum Basis-Handwerkszeug. Doch wie erreichen Sie Ihre Teilnehmer und Teilnehmerinnen online und wie lässt sich Lampenfieber in den Griff kriegen?

**Dieses Whitepaper verrät die Antworten.**

## Inhaltsangabe

Einleitung	4
Publikumsanalyse	4
Zwei Arten von Publikum	8
Mit Kreativität zum Erfolg	9
Mindmap – der rote Faden	10
Lückenlose Argumentationskette	11
Planen Sie Start und Ende der Online-Präsentation	11
Der konzeptionelle Aufbau	12
PowerPoint- in Online-Präsentationen umwandeln	14
Die Stimme macht den Unterschied	15
Ohne Atem keine Stimme	18
Lockerungsübungen vor Online-Präsentationen	19
Resümee: 10 Key Facts für eine effektive Online-Business-Präsentation	20

## Einleitung

Die Fähigkeit, gut und überzeugend zu reden, schlummert fast in jedem von uns – bei den meisten bleibt sie jedoch unentdeckt. Am Anfang jeder Online-Präsentation sollte deshalb eine gute und detaillierte Planung stehen. Überlegen Sie sich genau, was Sie dem Publikum mitteilen möchten. Formulieren Sie für sich ein klares Ziel für Ihre Präsentation! Fragen Sie sich: Was soll jeder Einzelne im Publikum am Ende meiner Präsentation wissen?



## Publikumsanalyse

Der Aufbau einer Präsentation ist immer abhängig vom Publikum. Hier gilt es, viele Faktoren zu berücksichtigen. Die folgende Grafik zeigt die einzelnen Bestandteile des rhetorischen Umfelds, in dem Sie sich als Präsentator oder als Präsentatorin während Ihrer Präsentation bewegen. Noch bevor Sie mit Ihrem Brainstorming oder einer Mindmap zur Strukturierung Ihrer Präsentation beginnen, sollten Sie stets diese „Situationsanalyse des rhetorischen Umfelds“ durchführen. Der folgende Fragenkatalog hilft Ihnen dabei.

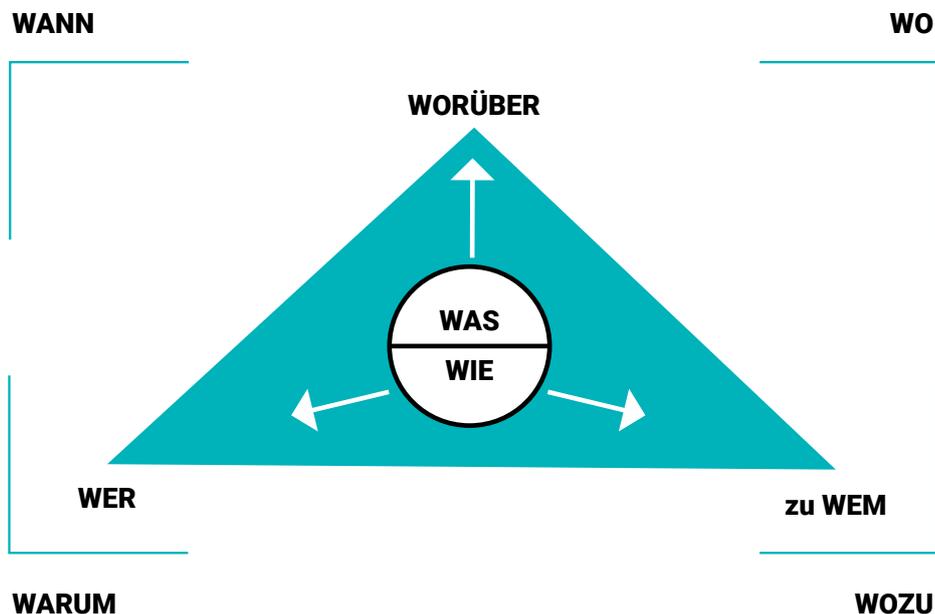
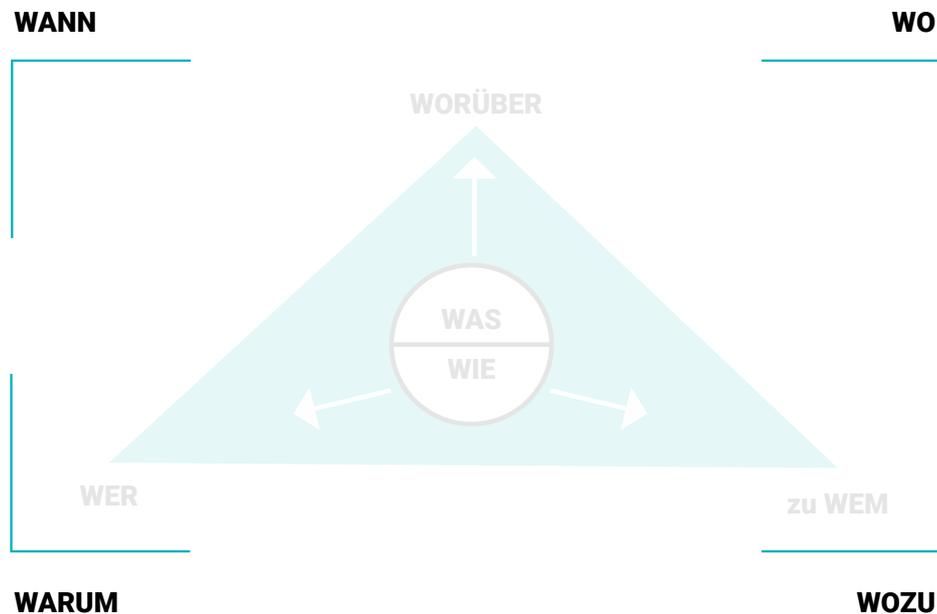


Abb. 1: Situationsanalyse des rhetorischen Umfelds



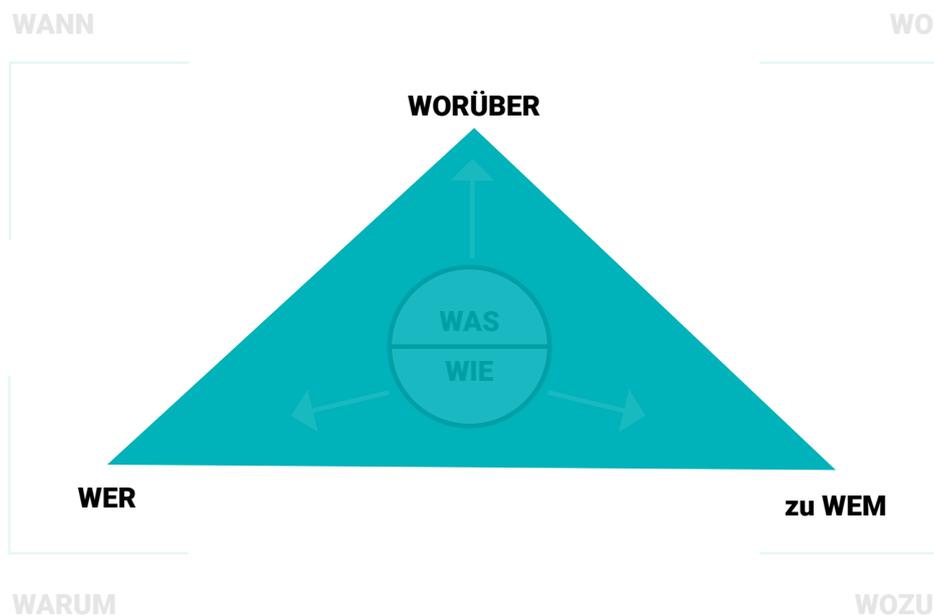
Sehen wir uns zuerst die Punkte des äußeren Rechtecks an:

**WARUM** spreche ich überhaupt vor diesem Publikum? Was ist der Grund?

**WOZU** halte ich meine Präsentation? Was ist der Sinn und Zweck? **WO** findet meine Präsentation statt? Wie ist der Meetingraum ausgestattet? Habe ich all die Hardware (Beamer, Flipchart, Moderationskoffer etc.)? Bei ONLINE-Präsentationen müssen Sie gesondert noch den technischen Support des Mediums bedenken! Über welche Software stehe ich mit meinen Präsentationsteilnehmern in Verbindung? Haben alle Teilnehmer Zugangscodes etc.?

**WANN** findet meine Präsentation statt? Diese Frage betrifft in erster Linie den Zeitpunkt der Präsentation: Hierbei sollten Sie sich beispielsweise fragen:

- a) In welcher Verfassung wird mein Publikum wahrscheinlich sein?
- b) Sind die Teilnehmer müde nach dem Mittagessen oder in Eile, weil sie schon bald auf dem Weg nach Hause sein werden?
- c) Findet die Präsentation morgens statt und viele wollen eventuell nebenbei noch E-Mails checken oder müssen sich aus Zeitnot bereits während Ihrer Präsentation auf ein danach folgendes Meeting vorbereiten?



Nun wollen wir auf das innere Dreieck eingehen:

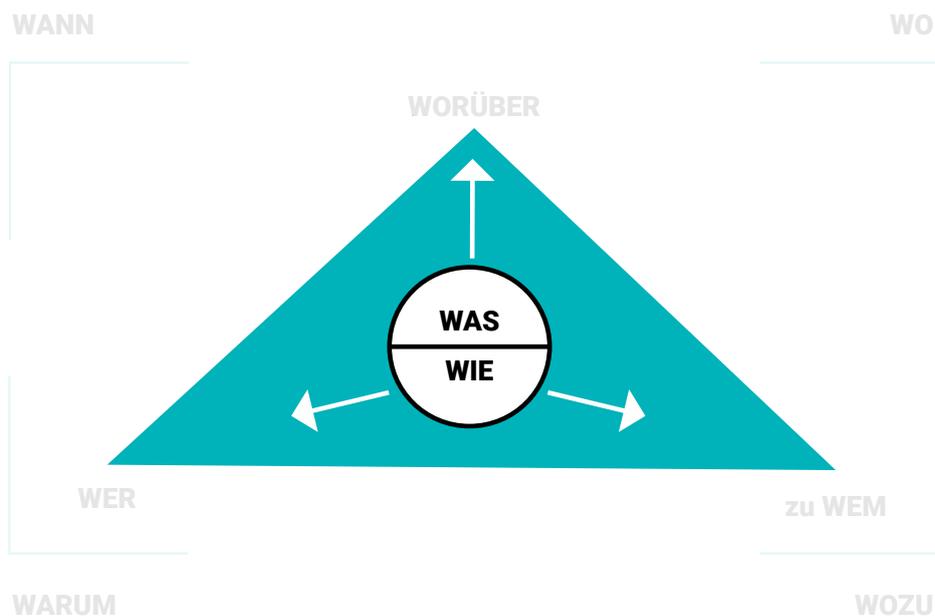
**WER** bin ich in diesem Konstrukt? Bin ich die Expertin, ein Teammitglied, Vorgesetzter oder eine hierarchisch gleichgestellte Kollegin? Diese Fragen sind wichtig, da sie den Level Ihres persönlichen Engagements determinieren.

Sind Sie zum Beispiel der Vorgesetzte Ihres Publikums, so werden Sie eher mit wenig Gegenstimmen zu den von Ihnen präsentierten Inhalten rechnen müssen. Haben Sie aber am Ende Ihrer Präsentation auch eine Diskussionsrunde geplant, so müssen Sie die Teilnehmer an dieser Stelle noch aktiver zur Mitarbeit motivieren, sie ehrlich einladen. Ansonsten könnte es sein, dass das Publikum zu zurückhaltend ist und eine eventuell gegenteilige Meinung nicht kundtun will oder Hemmungen hat, neue Lösungsvorschläge einzubringen, aus Angst vor Vergeltungsmaßnahmen.

Sind Sie hingegen als Präsentator Teil des Teams und präsentieren vor Ihren Vorgesetzten, dann gilt es bereits während der Präsentation höchst motiviert und strukturiert zu agieren, unter Berücksichtigung der möglichen Gegenstimmen. Nehmen Sie kritische Punkte bzw. Gegenargumente vorab in Ihre Präsentation auf, um so Ihren Kritikern aktiv den Wind aus den Segeln zu nehmen. In einer möglichen Diskussionsrunde nach der Präsentation werden Sie in dieser Konstellation eher weniger Schwierigkeiten mit offener Meinungsäußerung seitens des Publikums haben.

**ZU WEM** spreche ich bei meiner Präsentation? Stammt das Publikum aus Ihrem Unternehmen? Haben alle denselben Wissensstand? Kennt jeder im Auditorium die Bedeutung von eventuellen Wortabkürzungen in Ihrer Präsentation? Sollte beispielsweise auch nur eine einzige Person im Publikum eine Abkürzung nicht kennen, so müssen Sie diese erläutern und zumindest einmal ausschreiben, ansonsten wird jene Person geistig zu sehr mit der Klärung des Begriffs beschäftigt sein und Ihrer Präsentation inhaltlich nicht mehr folgen können.

**WORÜBER** spreche ich in meiner Präsentation? Was ist mein übergeordnetes Thema? Diese Frage ist meist leicht zu beantworten. Hier sprechen wir von einem riesigen Pool an Informationen, Fakten, Daten, Erfahrungen etc. zu einem Themengebiet. Jedoch wird niemals alles davon Platz in Ihrer tatsächlichen Präsentation finden. Das bedeutet, Sie müssen entscheiden, welche Inhalte tatsächlich in die Präsentation kommen und welche Sie zwar wissen und auch darüber sprechen könnten, Sie aber nicht in die geplante Struktur Ihrer Präsentation einbinden werden. Dies führt uns zum Kern der Analyse.



### Das Zentrum des rhetorischen Umfelds:

**WAS** muss ich an inhaltlichen Fakten in meine Präsentation einbauen, um das Ziel meiner Präsentation zu erreichen? Diese Frage impliziert auch schon die Vorgehensweise bei der Selektion von Inhalten. Anhand Ihrer Zielformulierung können Sie bestimmen, welche Inhalte zielführend sind und somit Teil der Präsentation werden und welche außen vor bleiben müssen!

**WIE** präsentiere ich die ausgewählten Inhalte am besten? Es gibt viele Möglichkeiten, Informationen zu transportieren: Beispiele, Anekdoten, Fotos, Film-Clips, Charts, Grafiken, Text. Natürlich spielen auch die Stimme und die Körpersprache an diesem Punkt der Analyse eine wichtige Rolle. Dazu aber später mehr.



## Zwei Arten von Publikum

Gerade bei Online-Präsentationen gilt es stets, ein „Wir-Gefühl“ mit dem Publikum herzustellen. Sie müssen eine Verbindung aufbauen und dem Publikum die Möglichkeit geben, sich mit Ihrem Präsentationsthema und den Inhalten zu identifizieren. Nur wer sich persönlich angesprochen und betroffen fühlt, wird zuhören! Nur wer im Publikum einen expliziten Mehrwert für sich erkennt, wird sein Verhalten ändern, bzw. Ihren in der Präsentation gegebenen Handlungsempfehlungen folgen.

Ein Wir-Gefühl lässt sich am einfachsten durch Gemeinsamkeiten erzeugen. Dazu können Sie sich überlegen, was Sie mit Ihrem Publikum gemeinsam haben. Was macht Sie und Ihr Publikum „homogen“? Was differenziert sie, was macht sie alle zu einer „inhomogenen“ Gruppe? Siehe dazu auch Abbildung 2.

Beides, Homogenität und Inhomogenität, sind stets gleichzeitig der Fall. Doch der kleinste gemeinsame Nenner ist immer das Hier und Jetzt – das bedeutet, der Moment, in dem Sie gerade Ihre Präsentation halten, ist auch der einfachste Moment, ein Wir-Gefühl zu erzeugen. Dies gelingt Ihnen, indem Sie sich auf Dinge beziehen, die gerade vor sich gehen. Zu dieser Zeit sind alle Personen im Publikum zumindest technisch gesehen online. Ob Ihnen auch alle gedanklich folgen, hängt von Ihrer Art zu präsentieren und dem Aufbau der Präsentation ab.

Welche Art von Publikum befindet sich in Ihrem virtuellen Raum?

### Homogenes Publikum

*Unternehmen, Ausbildung/  
Studium, Altersgruppe,  
Bildungsniveau, Interesse  
am Inhalt, Qualität der  
www.Verbindung,  
Störfaktoren etc.*

### Inhomogenes Publikum

*Charakter, Hobbies,  
familiäre Situation,  
Auffassungsgabe,  
Geschmack, Empfindung,  
Erfahrung, Wissensstand,  
Abteilung im Unternehmen  
etc.*

Abb. 2: Homogenes versus inhomogenes Publikum

## Mit Kreativität zum Erfolg

Der nächste Schritt in der Vorbereitung Ihrer effektiven Online-Präsentation ist eine freie Assoziation nach Sigmund Freud. Diese kennen die meisten von Ihnen unter dem Begriff „Brainstorming“. Die wenigsten sind in ihrem angespannten Arbeitsalltag jedoch dazu in der Lage, sich geistig wirklich aus gewohnten Denkmustern und Strukturen zu lösen und frei zu denken.



Was sollen Sie tun? Starten Sie mit einem leeren Blatt Papier (kann natürlich auch digital durchgeführt werden, ist aus meiner Erfahrung als Trainerin aber weniger effektiv). Schreiben Sie Ihr übergeordnetes Thema auf das Blatt. In unserer Situationsanalyse des rhetorischen Umfelds haben wir dies mit „WORÜBER sprechen Sie“ definiert.

Nun schreiben sie alles, ich meine wirklich alles, was Ihnen zu diesem Thema einfällt, auf. Das können einerseits Fakten, Zahlen, Projekte, Beispiele sein, aber auch Filme oder Musik, die Sie mit dem Thema assoziieren. Farben, Gerüche, Speisen, Länder, Orte, Bauwerke, Menschen, Anekdoten aus Ihrem Leben, persönliche Erfahrungen.... etc. Ich könnte diese Liste schier endlos weiterführen. Und Sie können das auch – wenn Sie sich die Zeit nehmen und Ihre Gedanken schweifen lassen.

Wieso sollen Sie das tun? Das Brainstorming ist quasi Ihre Schatzkiste für den Aufbau Ihrer Präsentation.

Hier sammeln Sie alle möglichen aber nicht zwingend verwendbaren Inputs. In der späteren Disposition können Sie auf diesen Ideenpool zugreifen und finden dort Stichwörter für einen kreativen Start oder wichtige Aktivierungen für Ihr Publikum während der Präsentation. Nun versuchen Sie, alle Stichwörter, die Sie im Brainstorming gesammelt haben, zu clustern, also in Gruppen einzuteilen. Ideen, die sich in keine Gruppe einteilen lassen, können Sie extra stehen lassen. So sehen Sie rasch, zu welchem Bereich Sie viel Input haben und welche Bereiche eher schwächer sind. Das Einschätzen von inhaltlichen Gewichtungen in Ihrer Präsentation ist so sehr einfach.

## Mindmap – der rote Faden

Der richtige Aufbau ist entscheidend für den Erfolg Ihrer Präsentation. Der erste Schritt hierbei ist Ihre Zielformulierung. In unserer Situationsanalyse des rhetorischen Umfelds haben wir dies mit „WOZU sprechen Sie, welches Ziel verfolgen Sie“ und „WAS möchten Sie sagen“ definiert.



Zeichnen Sie auf ein neues Blatt Papier Ihre **Mindmap** und schreiben Sie Ihren **Zielsatz** auf. Bei der Formulierung des Ziels kann es Ihnen helfen, folgende Frage zu beantworten: Was sollen alle Teilnehmer meiner Online-Präsentation am Ende wissen, wovon sollen Sie überzeugt sein, was sollen Sie fortan tun? Die Mindmap sollte nicht mehr als fünf Hauptstränge und jeweils zwei Seitenstränge haben, wie von mir in Abbildung 3 anhand eines Beispiels skizziert.

Je einfacher und klarer die Struktur Ihrer Präsentation gewählt ist, umso besser werden Ihre Botschaften vom Publikum verstanden. Denn wir wollen nicht, dass Ihr Publikum selbständig denkt! Das mag komisch klingen, ich erkläre Ihnen aber gleich, weshalb das so wichtig ist. Sie folgen einem roten Faden durch Ihre Präsentation. Das ist Ihre Story-Line. Alle Inhalte sind nacheinander positioniert und die Reihenfolge darf nicht verändert werden. Solange es Ihnen möglich ist, Inhalte innerhalb der Präsentation wahllos zu verschieben, haben Sie noch nicht die optimale Struktur gefunden. Nun müssen Sie sich vorstellen, dass Sie Ihr Publikum an der Hand nehmen und durch Ihre Präsentation führen. Schritt für Schritt bringen Sie das Publikum Ihrem Redeziel näher und vermitteln die Key Messages unmissverständlich.



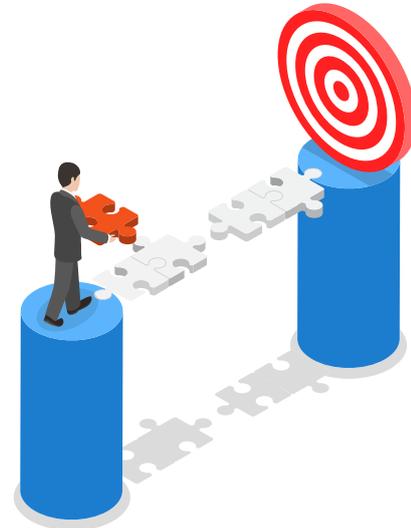
Abb. 3: Mindmap: 5-Satz-Struktur

## Lückenlose Argumentationskette

Während Ihrer Präsentation dürfen Ihnen keinerlei Gedankensprünge passieren. Es dürfen keine Fehler in der Logik oder Lücken in Ihren Argumentationsketten entstehen. Denn können die Zuhörer Ihrer Online-Präsentation nicht Schritt für Schritt folgen, das heißt nicht verstehen, was Sie meinen, so müssen Sie eine selbständige Denkleistung erbringen, um diese Logikfehler auszubessern oder Argumentationslücken

für sich zu schließen. Ist dies der Fall, so ist es der Person im Publikum unmöglich, Ihnen gleichzeitig zuzuhören, während sie selbständig nachdenkt. Ein Teufelskreis beginnt – denn nun gehen wieder wichtige Inputs verloren und dies kann am Ende dazu führen, dass es für das Publikum zu anstrengend wird, Ihnen zu folgen. Ihr Publikum wendet sich dann geistig anderen Themen zu (das nächste Meeting, Feierabendgestaltung, etc.). In diesem Fall hätten Sie Ihr Publikum „verloren“.

Deshalb stricken Sie bitte immer ein engmaschiges logisches Argumentationsnetz, das Sie Schritt für Schritt verfolgen. Ihre Präsentationsinhalte sollen aufeinander aufbauen bzw. sich gegenseitig bedingen.



## Planen Sie Start und Ende der Präsentation

Ein kreativer, aktivierender **Start** (z.B. eine rhetorische Frage) sollte sich auch am **Ende** Ihrer Präsentation wiederfinden – die inhaltliche Klammer wird somit geschlossen. Es ist jedem Teilnehmer im Publikum klar, dass Ihre Präsentation zu Ende ist, und Sie können auf die wenig intelligente „Danke für Ihre Aufmerksamkeit“-Folie verzichten. Versuchen Sie Ihrem Publikum zu Beginn Ihrer Präsentation klarzumachen, worin der persönliche Vorteil für jeden einzelnen im Publikum liegt. Was ist Ihr Ziel bei dieser Präsentation? Formulieren Sie den Mehrwert Ihrer Präsentation wörtlich für das Publikum. Wieso sollen Ihnen die Leute zuhören und zusehen? Was werden sie dadurch besser verstehen, als würden sie diese Informationen im Intranet oder in Handouts nachlesen? Können Sie diese Frage nicht für sich beantworten und somit auch nicht an das Publikum vermitteln, ist es wahrscheinlich besser, keine Präsentation zu halten, da diese nicht der beste Weg zu sein scheint, um Ihr Kommunikationsziel zu erreichen.



## Der konzeptionelle Aufbau

Nach der Einleitung folgen im **Mittelteil** drei Hauptinhaltskapitel, bevor Ihre Präsentation mit einem Resümee, einer Handlungsempfehlung oder einem Ausblick endet. Die drei Hauptinhalte ergeben sich aus Ihrer Mindmap, siehe dazu auch die von mir als Beispiel gezeichnete Mindmap in Abbildung 3.

In Summe hat Ihre Präsentation somit fünf Bausteine. Man spricht hier auch von einer 5-Satz-Struktur. Die Anordnung dieser fünf Bausteine hängt von Ihrem Ziel und dem Inhalt Ihrer Präsentation ab. In Abbildung 4 sehen Sie ein Beispiel für einen klassischen Positionsvergleich. Auch hier haben Sie fünf Steps.

### 5-Satz: Positionsvergleich

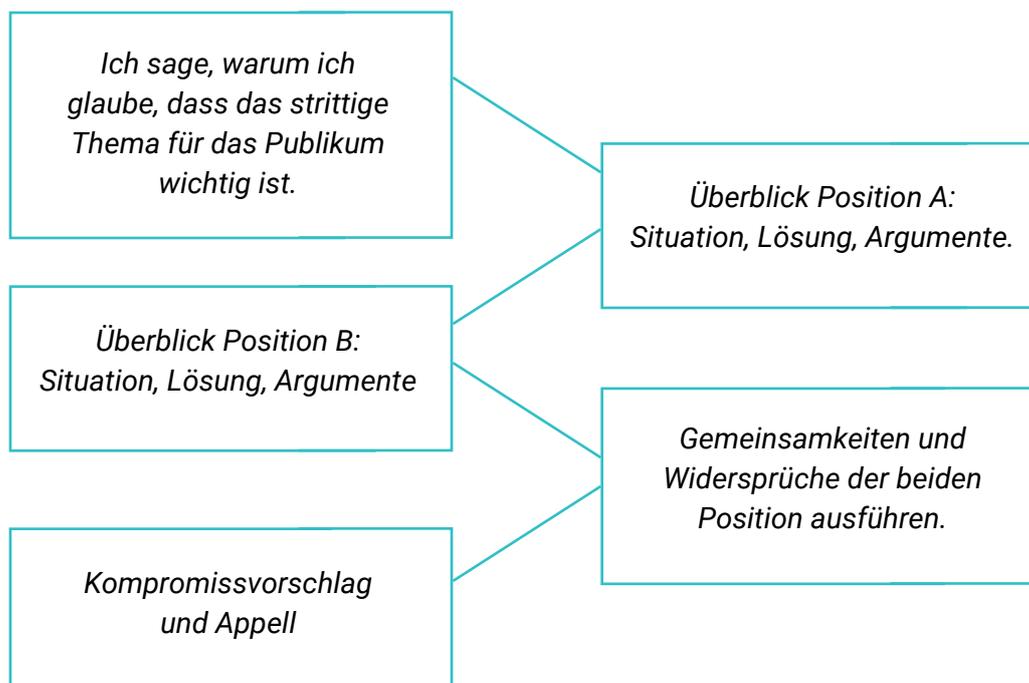
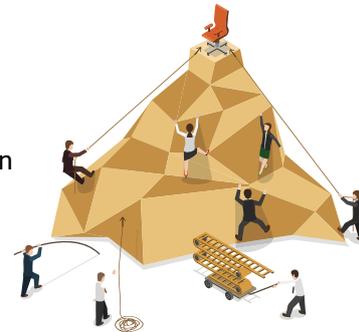


Abb. 4: Präsentationskonzept für einen Positionsvergleich

Ein besonders interessantes Präsentationskonzept folgt einer auch im NLP (Neuro-Linguistisches Programmieren) angewandten Technik namens „Reframing“. Hierbei setzen Sie Inhalte in neue zeitliche oder lokale „Rahmen“.



Können Sie Ihr Argument in der derzeitigen Situation und mittels eines realen Beispiels nicht überzeugend vermitteln, kann es beispielsweise helfen, den von Ihnen vorgeschlagenen Lösungsansatz für das Projekt, ausgehend von der derzeitigen Situation weiterzuspinnen und die Auswirkungen auf das nächste Quartal, Halbjahr oder die nächsten fünf Jahren doch noch überzeugend aufzuzeigen (zeitliches Reframing).

Sie können auch ein lokales Reframing betreiben, um Ihr Publikum zu überzeugen. Dazu weiten Sie beispielsweise Ihren Lösungsansatz, ausgehend von Ihrer Unternehmensniederlassung, auf alle Standorte in Österreich, Deutschland, Europa oder gar global gesehen aus und zeigen die daraus resultierenden Folgen auf.

Die dritte Möglichkeit wäre, vom allgemeinen Sachverhalt auf ein besonderes Detail zu schließen (siehe Abbildung 5) und umgekehrt.

### Vom Allgemeinen zum Besonderen

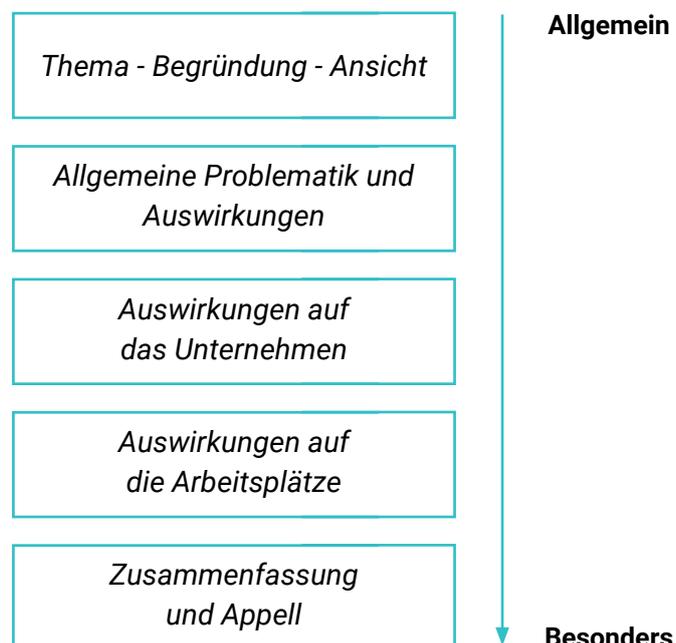


Abb. 5: Präsentationskonzept Reframing



## Die Stimme macht den Unterschied

Vor allem bei Online-Präsentationen kommt es auf den richtigen „Ton“ an. Ihre Stimme ist in einigen Fällen Ihre einzige Möglichkeit, die emotionale Ebene in der Kommunikation zu bedienen, z.B. wenn einige Ihrer Teilnehmer zu wenig Internetbandbreite haben, um Ihren Webcam-Stream zu empfangen. Alle Informationen, die für gewöhnlich über die Körpersprache vermittelt werden, fallen dann weg. Was bleibt, ist die Intonation in unserer Stimme.



Jede Art von Kommunikation erfolgt zu 70 % auf der emotionalen Ebene und nur zu 30 % auf der Sachebene. Das bedeutet: Auch wenn Sie sich inhaltlich mit Daten, Fakten, Zahlen, Handouts, Folien etc. optimal vorbereitet haben, sind nur maximal 30 % Ihres Präsentationserfolgs garantiert, wenn Sie Ihr Publikum emotional nicht erreichen. Deshalb wollen auch die übrigen 70% gut vorbereitet sein. Sie müssen sich fragen: „Wie“ kann ich meinen Inhalt optimal weitergeben? Wie muss ich sprechen, um Missverständnisse möglichst zu vermeiden? Sprechtempo, Lautstärke und vor allem Pausen sind hierbei die wichtigsten Stilmittel!

Wichtige Passagen bzw. Satzteile mit Kernaussagen müssen langsamer gesprochen werden, als weniger wichtige Nebensätze. Ein Beispiel dazu in Abbildung 6.

### Auf das Tempo kommt es an



Abb. 6: Die richtige Sprechgeschwindigkeit

Ein und derselbe Satz kann je nach Betonung des Wortes eine ganz andere Bedeutung erlangen. Dabei reicht es völlig aus, wenn Sie sich in Gedanken absolut klar darüber sind, welches Wort für Sie wichtig ist (leider ist das bei vielen Präsentatoren nicht der Fall). Die Intonation wird dann automatisch richtig sein und Sie werden das wichtige Wort etwas mehr betonen, langsamer sprechen und danach eine kleine ein- bis zweisekündige Pause machen, um das Wort vor der Pause noch stärker hervorzuheben. Pausen sind in der gesprochenen Sprache gleichzusetzen mit Anführungszeichen, fetter Schrift und unterstrichenen Wörtern in der schriftlichen Sprache. Je länger Ihre Pause nach einem essenziellen Wort oder Satzteil ist, umso stärker heben Sie es hervor, umso mehr Gewicht bekommt es und umso leichter können Ihre Zuhörer verstehen, was Ihnen wichtig ist und wie Sie die Informationen verstanden wissen sollen.

### Ein Satz mit vielen Bedeutungen

*Wir werden uns an diesem Unternehmen beteiligen.*

Abb. 7: Die Betonung unterschiedlicher Wörter vermittelt Unterschiedliche Inhalte!

Sehen wir uns Abbildung 7 genauer an. Der Satz kann unterschiedliche Bedeutungen vermitteln, je nachdem, welches Wort Ihnen wichtig ist und welches Sie somit betonen.

“ Wir werden uns an diesem Unternehmen beteiligen. ”

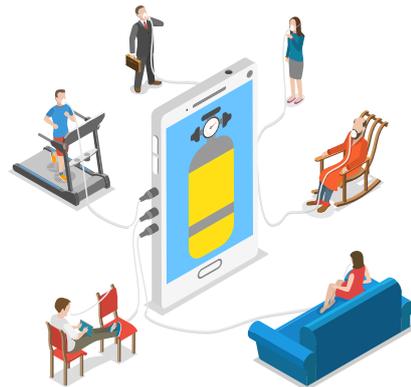
WIR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Betonung:</b> WIR werden uns an diesem Unternehmen beteiligen.</li> <li>▶ <b>Bedeutung:</b> Nicht der Mitbewerber, sondern WIR!</li> </ul>
WERDEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Betonung:</b> Wir WERDEN uns an diesem Unternehmen beteiligen.</li> <li>▶ <b>Bedeutung:</b> Es steht außer Frage, wir WERDEN das tun!</li> </ul>
DIESEM	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Betonung:</b> Wir werden uns an DIESEM Unternehmen beteiligen.</li> <li>▶ <b>Bedeutung:</b> Wir hatten zwei Unternehmen zur Auswahl, doch wir haben uns dafür entschieden, uns an DIESEM zu beteiligen!</li> </ul>
UNTERNEHMEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Betonung:</b> Wir werden uns an diesem UNTERNEHMEN beteiligen.</li> <li>▶ <b>Bedeutung:</b> Es handelt sich hierbei um keinen Verein, sondern um ein UNTERNEHMEN!</li> </ul>
BETEILIGEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Betonung:</b> Wir werden uns an diesem Unternehmen BETEILIGEN.</li> <li>▶ <b>Bedeutung:</b> Wir werden das Unternehmen nicht kaufen, sondern uns BETEILIGEN.</li> </ul>

## Ohne Atem keine Stimme

Um mit starker und sicherer Stimme überzeugend sprechen zu können, bedarf es auch einer guten Atemtechnik. Unsere Atmung funktioniert dank zahlreicher Muskeln – diese können trainiert werden. Hier einige Übungen dazu:

Alles beginnt mit dem natürlichen Atmen. Lehnen Sie sich in Ihrem Sessel zurück oder legen Sie sich auf den Rücken. Versuchen Sie sich zu entspannen und legen Sie Ihre Hände rechts und links von Ihrem Bauchnabel locker auf die Bauchdecke. Atmen Sie ruhig ein und aus. Dabei ist es wichtig, dass Ihr Bauch sich beim Einatmen nach außen wölbt und beim Ausatmen wieder in seine Ausgangsposition zurückkehrt. Achten Sie darauf, dass Ihre Schultern ruhig bleiben und Sie diese nicht nach oben in Richtung Ohren ziehen während Sie einatmen! Babys atmen von Geburt an richtig. Im Laufe unseres Lebens verlernen wir das aber oftmals. Schuld daran sind meist Stress, Anspannung, Nervosität oder vielleicht auch Sorge um ein gutes Aussehen (flacher Bauch).

Wichtig für eine gute Atemtechnik ist auch unser Zwerchfell. Es trennt den Brust- vom Bauchraum und ist eine drei bis fünf Millimeter dicke Muskelplatte, ohne die wir nicht atmen könnten. Zieht sich das Zwerchfell zusammen, wölbt es sich nach unten und drückt auf unsere Organe, wodurch unser Bauch größer wird. Es entsteht ein Unterdruck und wir atmen ein. Entspannt sich das Zwerchfell wieder, atmen wir aus. Führen Sie diese Bauchatmung nicht optimal durch und ziehen stattdessen Ihre Schultern beim Einatmen hoch, nützen Sie viel weniger Lungenvolumen und haben dadurch weniger Luft zum Sprechen zur Verfügung. Die Folge ist, dass Sie beim Sprechen an unpassenden Stellen im Satz einatmen müssen und dadurch Atempausen entstehen, die für das Publikum keinen Sinn ergeben oder Missverständnisse bedingen.





## Lockerungsübungen vor Online-Präsentationen

Schon mit relativ einfachen Atemübungen können Sie sich stimmlich optimal auf Ihre Präsentation vorbereiten. Noch besser ist es, Sie führen die Übungen regelmäßig durch, mit der Zeit führen Sie diese dann ganz unbewusst aus. Lassen Sie sich von dem positiven Effekt auf Ihre zukünftigen Präsentationen überraschen.

<p><b>HECHELN</b> wie ein Hund</p>	<p>Zunge herausstrecken wie ein Hund und rasch ein- und ausatmen. Lockert das Zwerchfell, begünstigt die natürliche Bauchatmung.</p>
<p><b>SCHNÜFFELN</b> wie ein Hase</p>	<p>Rasches Ein- und Ausatmen durch die Nase, Bauchdecke soll sich schnell nach vorne wölben und wieder abflachen. Lockert das Zwerchfell, begünstigt die natürliche Bauchatmung.</p>
<p><b>SCHNAUBEN</b> wie ein Pferd</p>	<p>Lippen locker schließen, durch den Mund ausatmen, so dass die Lippen vibrieren. SEHR GUTE ÜBUNG vor Präsentationen – verbessert die Aussprache deutlich!!! Standardübung von RadiomoderatorInnen zur Lockerung der Mundmuskulatur.</p>

Oft kommt es vor Präsentationen zu Nervosität... viele von uns neigen dann dazu, mehr Luft ein- als auszuatmen. Die Folge ist, dass wir, obwohl unsere Lungen voll gefüllt sind, paradoxerweise keine Luft zum Sprechen haben. Die folgende Übung kann Ihnen dabei helfen, vor Ihrer Online-Präsentation Ihr Zwerchfell zu lockern und die Atmung zu normalisieren! Eine sehr empfehlenswerte, da auch völlig unauffällige Übung.

<p><b>Anti-Nervositäts-Übung</b></p>	<p>Atmen Sie rasch und ruckweise durch die Nase ein, bis Ihre Lunge gänzlich mit Luft gefüllt ist – Luft kurz anhalten – ruhig durch den Mund ausatmen. Mehrmals wiederholen, bis sich ein ruhiges und natürliches Atemgefühl einstellt.</p>
--------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Bei Stress müssen wir öfter ein- und ausatmen. Deshalb sollten die Sätze in einer Präsentation kurz gehalten und die Sinnbögen nicht zu weit gespannt werden. So können Atempausen natürlich wirken. Wenn wir ihn lassen, reagiert unser Körper von sich aus richtig. Doch meinen Beobachtungen als Trainerin zufolge muss dieses "Lassen" leider immer öfter neu antrainiert werden.

## Resümee: Die 10 Key Facts für eine effektive Online-Business-Präsentation

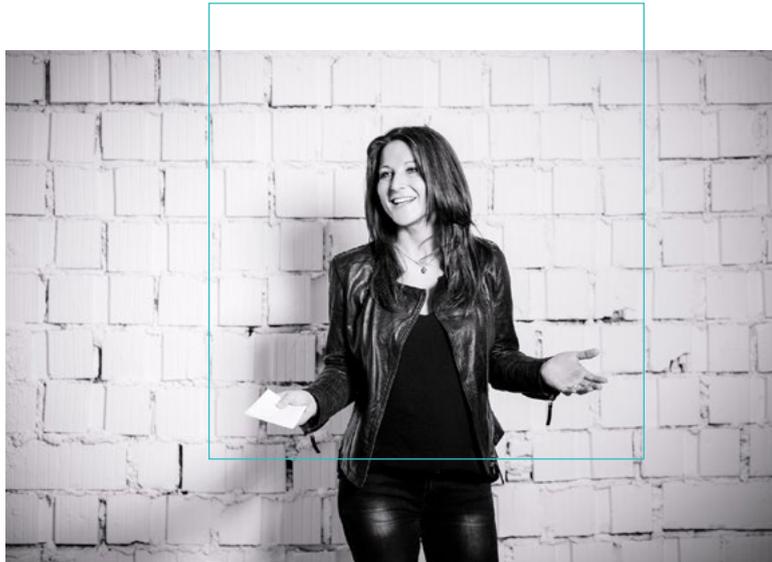
Wie Sie gesehen haben, ist es gar nicht so schwer, eine Online-Präsentation abzuhalten. In vielen Punkten ähnelt sie einer Vor-Ort-Präsentation sogar – sie unterscheidet sich im Wesentlichen durch das zwischengeschaltete Medium Computer. Kompensieren Sie diesen Umstand mit professionellen Folien und durch einen gezielten Einsatz rhetorischer und stimmlicher Stilmittel.



Hier finden Sie die **10 wichtigsten Regeln** noch einmal zusammengefasst:

1. Publikum und rhetorisches Umfeld analysieren.
2. Ziel der Online-Präsentation formulieren.
3. Neue Perspektiven im Brainstorming finden.
4. Mittels Mindmap und Ziel den optimalen Aufbau finden.
5. Argumentationsketten auf Schlüssigkeit prüfen.
6. Gegenargumente von Kritikern aktiv entkräften.
7. Mehrwert Ihrer Präsentation für das Publikum formulieren.
8. PowerPoint-Folien: Wenig Text pro Folie und max. 3 Farben in der Präsentation
9. Stimme bewusst in Online-Präsentation einsetzen.
10. Atemübungen vor Start der Online-Präsentation machen.

Wenn Sie die in diesem Whitepaper beschriebenen Regeln und Tipps einhalten, werden Sie schon bei Ihrer nächsten Präsentation feststellen, dass Sie selbsticherer und erfolgreicher vor Ihrem Publikum präsentieren. Ein letzter Tipp zum Schluss: Speichern Sie dieses Whitepaper auf Ihrem Desktop, so dass Sie es immer griffbereit haben, sobald Sie eine Präsentation planen.



## Die Autorin

Nina-Nike Höllinger berät Unternehmen in allen kommunikativen Bereichen. Die Einzelcoachings, Trainings und Moderationen sind praxisnah und auf den Kunden zugeschnitten. Die Unternehmerin studierte Kommunikationswissenschaften, war Redakteurin und Sprecherin im ORF und Lektorin an der Karl-Franzens-Universität Graz. [www.ninahoellinger.at](http://www.ninahoellinger.at)



## Über GoToWebinar

Möchten Sie die Effektivität Ihrer Präsentationen steigern? GoToWebinar bietet alles, was Sie zur Durchführung von Webinaren benötigen: eine umfassende Registrierungsfunktion (einschließlich einer gehosteten Registrierungs-Webseite und automatischer E-Mail-Korrespondenz), Umfragen, Frage und-Antwort-Runden sowie erweiterte Berichtsfunktionen.

Gerne beraten wir Sie im persönlichen Gespräch oder stellen Ihnen ein kostenloses Testprodukt zur Verfügung. Rufen Sie einfach einen unserer Berater an, unter der gebührenfreien Telefonnummer **0800 182 0591** (Österreich: 0800 836 785; Schweiz: 0800 292 810).

[www.gotowebinar.de](http://www.gotowebinar.de)