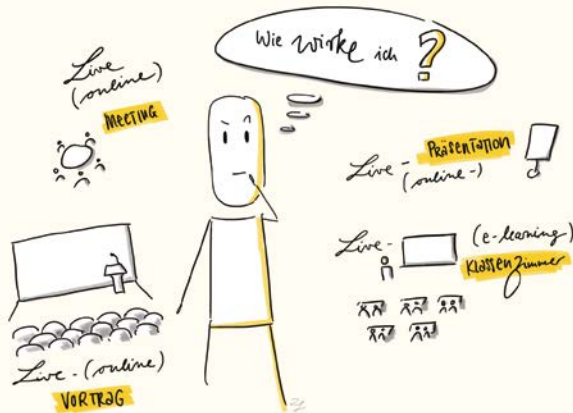


Rebekka Ludwig | Eberhard Schuy

Visuelle Wahrnehmung

Sich und das Thema erfolgreich präsentieren –
live, on- und offline



BELTZ

Leseprobe aus Ludwig/Schuy, Visuelle Wahrnehmung, ISBN 978-3-407-36810-2

© 2022 Verlagsgruppe Beltz, Weinheim Basel

<http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-407-36810-2>

Inhalt

1 EINFÜHRUNG

- Kennen Sie es? 8
- Grundsätzliches vorab 9
- Wir stellen uns vor 11

2 NUN GEHT ES LOS

- Schaffen Sie sich Ihre Bühne 16
- Die erste Präsentation 17
- Der erste Blick 20
- Der letzte Blick 23
- Die optische Klammer 27
- Die ersten Worte 29

3 Online

- Die Besonderheiten 32
- Die Gefahren des Onlinespiegels 34
- Der »Call« 36
- Die Präsentierenden 38
- Die verkehrte Darstellung 49
- Das richtige Setting 52

Inhalt

Das Meeting in großer Runde 63

Ein Interview 65

Ein Onlinekurs 68

4 OFFLINE

Was ist gefragt? 72

Kleiner Raum 74

Großer Raum 77

Kleiner Beweis zwischendurch? 78

Auf der Bühne 80

Mögliche Posen 84

Große Leinwand und Beamer 86

Roll-ups – auf professionelle Gestaltung achten 88

Mit Sicherheit das richtige Setting 90

5 HILFSMITTEL

Spickzettel – Ablenkung oder Hilfe? 92

Tafel und Flipchart 94

Am Flipchart schreiben 97

6 ANHANG

Die Checkliste 100

Fazit 102



EINFÜHRUNG



Immer wenn wir, Ihre Autoren, im Dialog schreiben oder auch von persönlichen Erfahrungen berichten, erkennen Sie das an den farbigen Balken, die unsere persönlichen Texte markieren.

Kennen Sie es?

Das Gefühl, das durch die Macht eines Bildes so stark beeinflusst ist, dass es sogar unser spontanes Handeln bestimmt.

Wahrscheinlich können auch Sie sich an einen bestimmten, besonders spannenden Kriminalfilm erinnern, an Filmsituationen, die uns so sehr in den Bann ziehen, dass wir fast nicht bemerken, was um uns herum geschieht. Jede noch so kleine Ablenkung empfinden wir als störend.

Es gibt allerdings ebenso Szenen, die eine völlig konträre Wirkung haben: Ausschnitte aus freundlichen Familienkomödien zum Beispiel. Sie wirken mit freundlichen, an Urlaub erinnernden Bildern mit hellem Strand, flimmerndem Meeresspiegel, Booten, lachenden und gut gelaunten Menschen und einer Akustik, die an ausgelassene Kinder, entspannt genossene Getränke und Freizeit erinnert.

Im erstgenannten Beispiel, dem Kriminalfilm, sind Ihre Gedanken fokussiert, jede Kleinigkeit möchten Sie wahrnehmen, jedes Detail könnte Ihnen wichtige Informationen geben, um die Situation erklärbar zu machen, um vielleicht sogar bereits vorweg auf eine Lösung zu kommen.

Im zweiten Beispiel passiert das Gegenteil: Sie erinnern sich an viele Details. Die meisten davon werden Ihnen bekannt vorkommen, Sie könnten sie sofort mit Ihren lieben Menschen teilen, sie mit eigenen Erkenntnissen anreichern und natürlich auch ein wenig ins Träumen verfallen.

Zwei unterschiedliche Bilder haben wir gerade beschrieben, zwei Bilder, zu denen Sie sich mit etwas Fantasie als Protagonistin oder Protagonist hinzufügen können. Nun schauen Sie nicht mehr »in oder auf das Bild«, sondern Sie schauen aus dem Bild heraus, auf die Menschen, die zu Ihnen hinblicken.

Im Bild eins schauen Sie konzentriert und sind fixiert auf die Informationen, die Sie aufnehmen können. Im zweiten Bild inspirieren Sie die vielen Details, zu denen sich automatisch Assoziationen aufbauen. Sie sind entspannt und werden eingeladen, Ihren persönlichen Gedanken nachzugehen.

Beide Bilder können durchaus sympathisch wirken und selbstverständlich wurden sie von der Regie ganz bewusst so gestaltet. Stellen Sie sich aber nun einmal vor, Sie als Teil des Bildes wollen den Zuschauenden ganz gezielt eine bestimmte Botschaft mit Nachdruck vermitteln.

Krimi oder Komödie? Wir nehmen an, bis auf die vielleicht dunkle Atmosphäre, die wir schnell einem Kriminalfilm zusprechen, wünschen wir uns alle die Aufmerksamkeit, die wir durch Konzentration auf das Wesentliche erreichen. In ganz seltenen Fällen nur möchten wir von unseren Inhalten so weit ablenken, dass zwar eine gute Stimmung entsteht, uns aber gedanklich nicht mehr gefolgt wird.

Nun haben Sie Bilder im Kopf, werden Sie ein Teil davon!

Grundsätzliches vorab

Wir freuen uns, dass Sie gerade in diesem Moment beginnen, in unserem Buch zu lesen. Das kann natürlich viele Gründe haben und wir können vermuten, dass Sie beruflich mit Präsentationen zu tun haben oder im Privatem ein Amt ausfüllen, in dem Sie zumindest hin und wieder etwas präsentieren dürfen.

Wir beide, Ihre Autoren Rebekka Ludwig und Eberhard Schuy, stehen sehr häufig vor Menschen. Manchmal haben wir sogar das Vergnügen, zusammen auf einer Bühne stehen zu dürfen. Nicht immer ist es die große Bühne. Sehr oft finden die wirklich wichtigen Präsentationen oder Vorträge vor einer sehr kleinen, aber ausgesuchten Gruppe statt. Dann scheint unser Verhältnis zu unserem Publikum deutlich intimer. Aber es scheint nur so. (Auch wenn die Wahrscheinlichkeit, dass ein kleiner Fehler von drei Menschen bemerkt wird, kleiner ist, als wenn wir vor 200 Menschen sprechen würden.) Es ist also egal, vor wie vielen Menschen wir präsentieren. Wichtig ist unsere Sicherheit, mit der wir auftreten! Und das gilt gleichermaßen bei digitalen Veranstaltungen.

Sie werden in diesem Buch sehr viel von *»visuellen Wahrnehmungen«* lesen. Wir wissen, dass dieser Begriff in vielerlei Hinsicht verwendet wird. Für unser Thema, in dem Sie selbst als Präsentierender, als Vortragende ein Teil des Bildes werden, das Ihr Publikum wahrnimmt, geht es genau um die optische Wahrnehmung, die sinnvollerweise unsere Persönlichkeit und die Inhalte, die wir vermitteln möchten, ergänzt.

Haben wir wirklich ein ganz klares Bewusstsein dafür, welches Bild wir dem Gegenüber im Moment unseres Sprechens abgeben? Wie sehen uns die Menschen, die da gerade auf uns schauen? Und was in unserem Umfeld zieht die Aufmerksamkeit im gleichen Moment auf sich und lenkt von uns und dem Vortrag oder der Präsentation ab?

Der gesamte Bereich, in dem wir uns bei unserem Vortrag bewegen, präsentiert uns. Dabei ist es egal, ob wir vor einer »Webcam« und dem Computer sitzen, in einer Besprechung am Tisch etwas präsentieren oder vor mehr oder weniger vielen Menschen etwas vortragen.

Wir selbst – mit unserer Persönlichkeit – sind dabei das kleinste Risiko, dass etwas schiefgeht. Selbstverständlich sind wir gut vorbereitet, das Thema ist vernünftig strukturiert, wir sind sachlich und emotional fokussiert. Aber wie sieht es mit unserem Umfeld aus? Welches Licht wirft das auf uns? Wir können noch so charmant sein, aber wenn die Präsentationsfläche, in der wir uns bewegen nicht uns, unserem Thema und vor allem nicht den Ansprüchen der Situation genügt, haben wir es mit einem riesigen Handicap zu tun, das wir kaum ausgleichen können.

WICHTIG

Fragen Sie sich daher: Welche Wertschätzung möchte ich meinen Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern entgegenbringen? Wie möchte ich wahrgenommen werden?

Alles, was Ihr Gesprächspartner sieht – das Gesamtbild (inklusive Hintergrund) – ist entscheidend dafür, wie professionell Sie wahrgenommen werden. Denken Sie daran: Sie wirken immer in Verbindung mit Ihrem Umfeld, denn beides zusammen hinterlässt einen Eindruck. Diesen Eindruck werden Sie in Zukunft in Einklang mit Ihrer Persönlichkeit und Ihrer Expertise bringen. Präsentieren Sie mit perfekter optischer Wirkung auf der Bühne und vor der Kamera in jeder Situation!

Es gibt grundsätzlich keine Unterschiede in den Verhaltensweisen der Präsentierenden im Online- und Offlinebereich. Man muss sich im Onlinebereich im Klaren sein, dass sich alles auf die Fläche des Monitors konzentriert und die Konzentration auf den Sprechenden deutlich größer ist. Offline jedoch spielen Vortragende und Raum gleichermaßen eine große Rolle. Und genau das sollte uns bewusst sein.

Wir haben uns in diesem Buch dafür entschieden, darauf zu achten, dass sich Wort (Text) und Bild zwar ergänzen, aber niemals in Konkurrenz zueinander stehen. Wenn wir sprechen, möchten wir die Aufmerksamkeit ganz bei uns haben und wenn wir etwas zeigen (illustrieren), möchten wir die Aufmerksamkeit dort haben. Wenn Sie also Text und Illustration in Verbindung, aber nacheinander wahrnehmen, werden Sie auch hier bereits merken, wie viel nachhaltiger die Dinge wirken. Wenn Sie Ihren Zuhörerinnen und Zuhörern eine besonders wichtige Erkenntnis mitteilen, werden Sie sie zunächst in Ihrem Vortrag erwähnen und erst danach in einem Bild verdeutlichen. Es ist wichtig, die Konzentration des Hörens genauso wichtig zu nehmen wie die Konzentration des Sehens. Zeigen Sie markante Bilder parallel zu wichtigen Inhalten, zu denen Sie sprechen, werden Ihre Zuhörenden nur maximal 50 Prozent des Inhalts (sowohl Text als auch Bild) aufnehmen können. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Teilnehmenden die Chance haben, sich auf Ihre gezeigten und Ihre gesprochenen Inhalte voll zu konzentrieren. Sie können damit spielen, ob die Bilder, Diagramme oder Visualisierungen Ihre Worte nachträglich verstärken oder ob Sie sie als Einführung zu Ihrem anschließenden Inhalt zeigen.

Vielleicht erkennen Sie hier schon die Möglichkeit, wie Sie mit Bild und Wort Ihren Vortrag verstärken können.

Wir alle kennen das, wenn wir vor lauter Smartphone-Fotografie nicht mehr mit der Konzentration im direkten Geschehen sind und das Erlebnis nicht mehr voll mit allen Sinnen wahrnehmen können. Es ist erwiesen, dass das Fotografieren während eines Vortrags oder einer Präsentation es deutlich erschwert, sich später an das gesprochene Wort zu erinnern. Dieser Prozess wird kognitive Entladung genannt.

Aus diesem Grund lassen Sie immer noch einen Moment das Bild stehen, wenn die Gedanken gesprochen sind. So geben Sie Ihren Teilnehmenden die Möglichkeit, sich in Ruhe Smartphone-Fotos für ihre Unterlagen oder Notizen zu erstellen. Bereits diese Aufmerksamkeit wird besonders dankbar angenommen.

Wir stellen uns vor

Wer sind »wir« - Ihre Autoren - und was bewegt uns, dieses Buch zu schreiben?



Mein Name ist **Rebekka Ludwig**. Ich komme ursprünglich aus der Gestaltung, habe Kommunikationsdesign studiert und gelernt, wie man Menschen durch visuelle Reize (Schrift, Farbe, Formen, Layout und Bilder) unterbewusst ansprechen und in gewisser Weise zum Nachdenken anregen kann.

Wir alle sind in der heutigen Zeit unglaublich vielen Reizen ausgesetzt. Die Ablenkung winkt uns bereits an der nächsten Ecke zu. Umso wichtiger ist es, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Nach der Devise: »Weniger ist mehr«.

Mein zweites Standbein neben Grafikdesign ist meine Rolle als Autorin und Trainerin. Nach über zehn Jahren, in denen ich als Trainerin in Kreativ-Workshops und Schulungen oder Verkaufs-Produkt-Trainings unterwegs war, sowohl online als auch in Präsenz, durfte ich in meiner Business-Trainer-Ausbildung erneut lernen, wie wichtig das Motto »Weniger ist mehr« auch beim Trainieren und Präsentieren ist. Man möchte etwas vermitteln, näherbringen, um am Ende etwas zu bewirken, andere zu befähigen oder ein Projekt nach einem Meeting weiterzubringen. Je weniger dabei von mir als Präsentierende ablenkt, desto besser ist die Wirkung. Das bedeutet: Ich als Präsentierende gestalte meine Umgebung, meine »Bühne« mit Bedacht. Ich wähle Hilfsmittel wie ein Flipchart, eine Keynote in der (PowerPoint-) Präsentation gezielt aus oder lasse sie weg, um mich und meine Aussagen zu unterstützen.

Sowohl im realen Raum als auch im digitalen durfte ich lernen, welche Bereicherung es ist, im Team zu arbeiten. Mit Kollegen und Kolleginnen, denen es genauso wichtig ist, auf Details zu achten, achtsam miteinander umzugehen, sich gegenseitig zu bereichern, um am Ende den Zuhörenden einen Mehrwert zu bieten. Ich durfte ein Format mit meinem Kollegen Eberhard Schuy umsetzen, das so vieles, was visuelle Wahrnehmung und Wirkung angeht, vereinte und dazu noch eine Menge Spaß machte. Ich weiß noch wie heute, wie ich in einem Präsenzkurs von Eberhard saß. Ich erinnere mich an die unglaubliche Ruhe, Präsenz und Kompetenz, die er im Workshop ausstrahlte. Ich war beeindruckt, wie er komplexe Abhängigkeiten einfach und klar erklärte, wie er schon damals auf die visuelle Wahrnehmung aufmerksam machte. Im Laufe der Zeit haben wir immer wieder Ideen und Impulse aufgegriffen, weitergedacht. Und umso mehr freue ich mich, dass wir gemeinsam dieses Thema als Buch angehen und auch hier bei den Leserinnen und Lesern vielleicht den ein oder anderen Impuls auslösen.

Kapitel 1 Einführung



Mein Name ist **Eberhard Schuy** und bevor ich mich vorstelle, möchte ich auf die liebe Kollegin eingehen, mit der ich gemeinsam dieses Buch verfassen durfte. Als ich als Trainer vor vielen Jahren gefragt wurde, ob ich mir jemand vorstellen könnte, mit dem ich gern Trainings aufzeichnen würde, in denen es um allgemeine Tipps zur Gestaltung und zur Fotografie geht, fiel mir spontan der Name genau

dieser Kollegin ein. Rebekka kannte ich von einigen Trainings, die ich mir angeschaut hatte. Ich bewunderte sofort die Klarheit, die Struktur und letztendlich auch die verbindliche Freundlichkeit, mit der sie die Inhalte präsentierte. So kam es zur Zusammenarbeit, die nicht nur sehr viel Spaß macht, sondern auch immer von Engagement, Professionalität und einer klaren, visuellen Sprache bei der Vermittlung der Inhalte geprägt ist. Was also lag näher, als mit ihr auch dieses Buch über visuelle Wahrnehmung und optische Regeln mit all den neuen, auch digitalen Herausforderungen im Geschäftsalltag zu schreiben.

Zu meiner Person: Ich leite ein Studio für Werbefotografie, bin kreativer Berater, Trainer und Speaker zu den Themen »Produktdarstellungen«, »Kreativität« und »Visuelle Wahrnehmungen« in der Werbung. Als Werbefotograf und Spezialist für Produktszenierungen – das sind die Fotografien in der Werbung, die auch ohne Personenabbildungen funktionieren müssen – beschäftige ich mich seit vielen Jahren mit der Art, wie Sie als Betrachterin oder Betrachter Bilder anschauen, wann ich Sie oder besser Ihren Blick führen kann, um Sie an die Orte im Bild zu führen, die für die Botschaft besonders wichtig sind. Zu diesen Themen habe ich mehrere Bücher verfasst, die mittlerweile in einige Sprachen übersetzt sind.

Zurück zum Thema des Buches, zum Thema »Bilder«, die wir täglich aufnehmen, ohne sie direkt als Bilder wahrzunehmen. Sie kennen den Spruch: »Welches Bild geben Sie denn gerade ab?« Diese Frage beschäftigt uns, seitdem wir beinahe täglich Online-Meetings, Teambesprechungen, Präsentationen, Bühnenauftritten und so weiter beiwohnen.

So viele fachlich perfekte Vorträge und Präsentationen bekommen nicht das Maß an Aufmerksamkeit, das ihnen gebührt, weil die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden, der Betrachterinnen und Betrachter der Präsentation, nicht auf das gelenkt wird, was gerade relevant ist. Oftmals wird sogar die Aufmerksamkeit massiv von dem oder der Vortragenden und deren Inhalten abgelenkt. Wer sich mit visuellen Gesetzen beschäftigt, bemerkt schnell, welches Potenzial allein durch die Art und die Umgebung der Präsentationen ungenutzt bleibt.

Das Bild, das Sie abgeben, und Ihre Inhalte müssen also synchronisiert werden. Dabei wird Ihnen dieses Buch die richtigen Tipps geben, egal ob Sie im Livevideo etwas mitteilen, an einer Onlinekonferenz teilnehmen oder gar auf der Bühne stehen. Sie werden sich in Zukunft perfekt präsentieren.





nun geht es los



Schaffen Sie sich Ihre Bühne

Egal auf welche Art Sie im Fokus stehen - Ihr Umfeld, Ihre Umgebung nehmen Einfluss darauf, wie Sie wirken

Das, was wir von Waren im Supermarkt gewohnt sind, ist nichts anderes, als die möglichst perfekte Präsentation eines Produkts. Sehr oft werden dazu von spezialisierten Designern Displays gestaltet. Es wird darauf geachtet, wie Sie das Produkt anschauen, von welcher Seite Ihr Blick auf das Display fällt, wohin Sie zuerst schauen und welche markante Stelle Sie wahrscheinlich mehrmals mit dem Blick erfassen. Hier wird nichts dem Zufall überlassen!

Möchten Sie dem Zufall überlassen, wie Sie wahrgenommen werden? Wohl eher nicht, also präsentieren Sie sich! Nein, man wird Sie nicht für besonders eitel halten. Es sei denn, Sie berichten überschwänglich darüber, wie imposant Sie sich darstellen. Vermutlich wird es niemand auf den ersten Blick registrieren. Der zweite Blick wirkt dann besonders professionell und durchaus sympathisch. Sie können als »Profi« wirken, ohne nur ein einziges Wort gesprochen zu haben. Also nutzen Sie die Chance, sich so darzustellen, dass man Ihnen auf jeden Fall gern zuhört. Keine Angst. Es ist nicht so, dass Sie nun groß etwas aufbauen müssen. Schon kleine Tricks helfen dabei, sich perfekt zu präsentieren.

Es ist wie in der Werbung: Nehmen Sie irgendeine Anzeige, ein Plakat oder einen Werbespot. Nicht nur, dass dort meist eine heile Welt vorgegaukelt wird. Auch bei scheinbar ganz sachlichen Anzeigen werden Sie als Betrachter oder Betrachterin immer im Bild geführt. Man lässt Sie die Wege im Bild, die Sie mit Ihren Augen machen, als angenehm und zielführend empfinden. Das ist in der Regel die Grundvoraussetzung dafür, dass Sie ein Produkt für sich entdecken können. Geben Sie also Ihrem Publikum ebenfalls die Chance, Sie zu entdecken. So werden Sie als Inspirationsquelle, Informantin, Coach, Trainerin – oder was auch immer – sicher akzeptiert und als Persönlichkeit wahrgenommen. Dazu gehört natürlich, dass Sie als souveräne Person wahrgenommen werden. Nicht nur Sie, Ihr Platz ist während des Vortrags gleichermaßen der wichtigste Ort. Und das dürfen Sie gern auch ausstrahlen.

Egal ob Sie zu Hause vom Schreibtisch aus oder in einem kleinen Büro präsentieren, im Meetingraum sitzen oder gar auf einer Bühne stehen. Ihren Platz sollten Sie selbst geschaffen und präpariert haben. Und Sie sollten sich absolut im Klaren darüber sein, dass Sie während Ihres Sprechens diesen Raum »beherrschen«.

Tipp

Ein besonders prägnantes Beispiel dafür ist es, wenn Sie auf die Akustik und die Sicht im Raum eingehen können. Bieten Sie daher denjenigen auf weniger günstigen Sitzplätzen vielleicht einen besseren Sitzplatz an. Oder Sie achten während Ihres Vortrags – auch durch Nachfragen – darauf, dass diese Plätze nicht zu stark benachteiligt sind.

Allein diese Aufmerksamkeit lässt Ihre Souveränität erkennen. Auch bei uns zu Hause sollten wir den Platz, an dem wir bei einer Onlineveranstaltung sitzen, bewusst wahrnehmen. Bereits einige schnelle Blicke auf das Smartphone, das vielleicht noch neben dem Laptop liegt, zeigen dem Betrachter, dass Sie nicht voll konzentriert sind. Das bedeutet letztendlich, dass Sie dem Vortrag nicht die volle Aufmerksamkeit liefern, er also nicht in Ihrem Fokus steht. Nicht im Fokus zu sein bedeutet unter anderem auch, dass man Unsicherheit vermittelt und damit an Souveränität verliert.

Die erste Präsentation

Und irgendwann ist der Tag gekommen, Ihre erste Präsentation ist fällig!

Ob Sie nun den Kolleginnen und Kollegen ein neues Produkt vorstellen dürfen, vor der Kundschaft eine individuelle Lösung präsentieren oder einen Sachverhalt mehreren Menschen erklären sollen. Sie wollen es so gut wie möglich machen. Immer mehr wird es durch die modernen Arbeitsstrukturen nötig sein, auch persönlich für seine Arbeitsleistung zu stehen und sie zu präsentieren. Die Berufe, in denen man Tag für Tag seine Arbeit – ohne großen Dialog zu seinen Kolleginnen und Kollegen – erledigt, werden durch die fortschreitende Automatisierung immer weniger.

Da Sie nun in unserem Buch lesen, können wir fast davon ausgehen, dass Präsentationen für Sie ein Thema sind. Sei es beruflich oder auch privat.

Eberhard Schuy: Ich weiß noch sehr genau, wie ich mit schwitzigen Händen und völlig unsicher ein Bildkonzept zur Präsentation eines neuen Automodells vorschlagen sollte. Alles, was ich bis dahin an Präsentationen gesehen hatte, verglich ich mit meiner 15-Minuten-Präsentation: große Leinwand, mächtige Musik, Scheinwerferlicht, Bühne – und ich sollte ein paar Bildvorschläge präsentieren und erklären?

Es war im kleinen Besprechungsraum einer Agentur vor dem Agenturchef, einem Kreativdirektor, einem Etatdirektor und zwei Projektleiterinnen des Kunden.

Okay, zu meiner Entschuldigung, ich war zu dieser Zeit noch sehr jung und als zuständiger Leiter des Fotostudios bereits mitverantwortlich für die Gestaltung der Fotografien in