

Mario Klarer ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

# PRÄSENTIEREN AUF ENGLISCH

Alles für einen professionellen Auftritt –  
mit vielen Praxisbeispielen



Mario Klarer

# **Präsentieren auf Englisch**



Mario Klarer

# Präsentieren auf Englisch

Alles für einen professionellen Auftritt  
mit vielen Praxisbeispielen

**REDLINE** | VERLAG

### **Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

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

### **Für Fragen und Anregungen:**

[info@redline-verlag.de](mailto:info@redline-verlag.de)

Aktualisierte und erweiterte Neuflage 2019

© 2019 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,  
Nymphenburger Straße 86  
D-80636 München  
Tel.: 089 651285-0  
Fax: 089 652096

Für Wilfried Klarer (1940-1982)

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.  
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Christiane Otto, München  
Lektorat: Sonja Rose  
Umschlaggestaltung: Laura Osswald, München  
Satz: ZeroSoft, Timisoara  
Druck: Florjancic Tisk d.o.o., Slowenien  
Printed in the EU

ISBN Print 978-3-86881-665-5  
ISBN E-Book (PDF) 978-3-86414-950-4  
ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-86414-949-8

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter \_\_\_\_\_

**[www.redline-verlag.de](http://www.redline-verlag.de)**

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter [www.m-vg.de](http://www.m-vg.de)

# Inhalt

Einleitende Vorbemerkungen. . . . .	7
1. Kulturkompetenz	
Was amerikanische Präsentationstechnik auszeichnet . . . . .	9
2. Aufbau	
Teile einer englischsprachigen Präsentation im Überblick . . . . .	11
3. Einleitung	
Wie Amerikaner das Publikum ins Zentrum rücken. . . . .	13
4. Hauptteil	
Wie Amerikaner für Orientierung sorgen . . . . .	27
5. Schluss	
Wie Amerikaner das Erinnerungsvermögen lenken. . . . .	31
6. Die Geschichte	
Erzählen statt <i>aufzählen</i> . . . . .	37
7. Gliederung	
Wie amerikanische Präsentationen strukturiert sind . . . . .	44
8. Zusammenfassungen	
Warum Amerikaner Meister der Zwischenbilanzen sind. . . . .	50
9. Rhetorische Fragen	
Wie Amerikaner virtuelle Dialoge mit dem Publikum führen. . . . .	56
10. Notizen und Handouts	
Wozu PowerPoint-Slides eingesetzt werden . . . . .	64
11. Navigieren in PowerPoint	
Wie ich die Kontrolle behalte . . . . .	70
12. Visualisierung	
Wie Amerikaner Gefahren von PowerPoint umgehen. . . . .	76
13. Erklären von Diagrammen	
Wie man mit komplexen Charts umgeht . . . . .	84
14. Standposition	
Wie ich »natürlich« stehe . . . . .	90

15. Raumnutzung	
Wo ich mich und Geräte platziere . . . . .	94
16. Bewegung	
Wann ein Positionswechsel sinnvoll ist . . . . .	98
17. Gestik	
Was meine Hände tun . . . . .	101
18. Zeigen	
Die natürlichste Körpersprache . . . . .	103
19. Augenkontakt	
Warum man sich dem Publikum »zuwendet«. . . . .	109
20. Stimme	
Das Publikum ansprechen . . . . .	112
21. Vorbereitung	
Präsentationen planen und proben . . . . .	114
22. Short Statements	
Spontane Mini-Präsentationen . . . . .	119
23. Meetings	
Amerikanische Präsentationstechnik als Moderation . . . . .	125
24. Berichte	
Amerikanische Präsentationstechnik für schriftliche Texte . . . . .	132
25. Sprachtraining	
Übung zu den Sprachmodulen . . . . .	136
Anhang . . . . .	155
Kurzbiografie des Autors . . . . .	157

# Einleitende Vorbemerkungen

Mit natürlicher Sicherheit, unterhaltsamer Lockerheit und einem Blick für das Wesentliche fesseln amerikanische Vortragende ihre Zuhörer auf eine Art und Weise, die viele deutschsprachige Präsentatoren neidisch macht.

- Was sind die Geheimnisse der amerikanischen Vortragstechnik?
- Worin unterscheidet sich die amerikanische Präsentationstechnik von der deutschsprachigen?
- Wie kann ich als Nicht-Muttersprachler diese amerikanische Technik für mich nutzen und dabei trotzdem authentisch bleiben?

*Präsentieren auf Englisch* gibt vielfältige Antworten auf diese Fragen. Zahlreiche Praxisbeispiele aus mehr als zwanzig Jahren Coachingerfahrung erläutern, wie amerikanische Präsentationsmethoden die eigene Vortragsweise verbessern und folglich Kommunikation in allen kulturellen Kontexten erleichtern. Alle Vorschläge besitzen nicht nur für Präsentationen in der Fremdsprache Englisch, sondern auch für andere Sprachen beziehungsweise Kulturen weitgehende Gültigkeit.

Themenschwerpunkte des Buches sind:

- logischer Präsentationsaufbau
- effiziente Visualisierung
- authentisches Auftreten

Die vorgestellten Tipps und Methoden haben hohen Praxisbezug und sind leicht umzusetzen. Dies hat sich über viele Jahre in meiner Tätigkeit als Trainer und Berater im Topmanagement von namhaften internationalen Unternehmen und Großkonzernen bestätigt.

Neben klassischen Präsentationen werden in diesem Handbuch auch sogenannte Kurzstatements als zentrale Kommunikationskompetenzen behandelt. Als eigene Gattungen weitgehend unberücksichtigt bleiben jedoch Meeting, Workshop oder Diskussion, die eine stark dialogisch ausgerichtete Interaktion zwischen Moderator und Teilnehmern erfordern. Mein ebenfalls bei Redline erschienener Begleitband *Meetings auf Englisch* nimmt sich gezielt dieser Kommunikationssituationen an.



## **Vorwort zur 6. Auflage**

Für die 6. völlig überarbeitete und erweiterte Auflage von *Präsentieren auf Englisch* wurde das bewährte Grundkonzept früherer Auflagen beibehalten, aber tiefgreifende Ergänzungen im Bereich Visualisierungen und Körpersprache gemacht und gleichzeitig die Benutzerfreundlichkeit erhöht. Konkrete Praxisbeispiele aus Trainings und Coachings mit internationalen Konzernen aus zwei Jahrzehnten bilden die Ausgangspunkte der einzelnen Kapitel oder Abschnitte. Alle Fallbeispiele gehen auf reale Situationen zurück, wobei aber aus Datenschutzgründen Hinweise auf konkrete Personen, Funktionen und Firmen verfremdet und anonymisiert wurden.

Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten und die Sätze zu vereinfachen, wurde beim folgenden Text auf Wunsch des Verlags nur die männliche Form verwendet. Diese schließt die weibliche Form mit ein.

Besonderer Dank geht an Bernadette Rangger für ihre inhaltlichen Rückmeldungen zu allen Kapiteln dieser überarbeiteten Neuauflage und an Julia Ott für die Arbeit an den Druckfahnen.

Brunntal, im November 2018

# 1. Kulturkompetenz

## Was amerikanische Präsentationstechnik auszeichnet

In meiner Tätigkeit als Trainer und Berater bei internationalen Unternehmen konnte ich über zwei Jahrzehnte folgende fundamentale Unterschiede zwischen deutschsprachigen und amerikanischen Vortragenden beobachten:

deutschsprachige Vortragende	amerikanische Vortragende	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ beginnen mit Details</li> <li>■ berichten alles, was sie wissen</li> <li>■ sprechen mit der Leinwand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ holen das Publikum ab</li> <li>■ betonen, was für das Publikum wichtig ist</li> <li>■ kommunizieren mit dem Publikum</li> </ul>	Kommunikation mit dem Publikum
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ reihen Listen aneinander</li> <li>■ lieben theoretische Analysen</li> <li>■ schauen in die Vergangenheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ erzählen Geschichten</li> <li>■ geben praktische Beispiele</li> <li>■ blicken in die Zukunft</li> </ul>	»Geschichten« erzählen statt Listen aufzählen
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ fürchten, dumm zu erscheinen</li> <li>■ betonen Komplexität</li> <li>■ geben nur Antworten</li> <li>■ lesen von Slides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ befürchten, das Gegenüber zu überfordern</li> <li>■ vereinfachen Strukturen</li> <li>■ stellen auch Fragen</li> <li>■ interagieren mit Visualisierung</li> </ul>	Das Publikum steht im Mittelpunkt

Diese plakativen Gegenüberstellungen von deutschen und amerikanischen Präsentationsmustern sind natürlich grobe stereotype Vereinfachungen. Sie spiegeln aber Grundtendenzen dieser beiden Kulturkreise wider, wie sie sich über viele Jahre in der Präsentationsberatung von internationalen Konzernen herauskristallisiert haben.

Präsentationen sind wie jegliche Art der Kommunikation zutiefst kulturabhängig. Wichtig ist in jedem Fall, authentisch zu bleiben und nicht zu versuchen, sich fremdbestimmte Verhaltensweisen anzueignen. Dennoch gibt es einige Konstanten in der Kommunikation, die allgemeine Gültigkeit besitzen und gerade die amerikanische Kommunikation auszeichnen. Der Grund, warum die amerikanische Art des Präsentierens über Kulturunterschiede hinweg erfolgreich ist, liegt nicht nur in der dominanten Stellung des Englischen, sondern viel mehr darin, dass amerikanische Präsentationen das Publikum in den absoluten Mittelpunkt stellen.

Die Fokussierung auf das Gegenüber in amerikanischen Präsentationen zieht sich wie ein roter Faden durch alle Dimensionen des Vortrages, wie sie auch in diesem Buch dargestellt werden: vom Aufbau über die Visualisierung bis hin zur Körpersprache.

## 2. Aufbau

# Teile einer englischsprachigen Präsentation im Überblick

### Auf einen Blick: Grobstruktur einer Präsentation

#### Einleitung

Ich kündige an,  
was kommen wird  
und warum es wichtig ist.

#### Hauptteil

1  
2  
3

Ich behandle,  
was ich angekündigt habe.

#### Schluss

Ich fasse zusammen,  
was wichtig ist.

#### Diskussion

Ich kläre, was unklar ist.

## Auf einen Blick: Abschnitte einer Präsentation mit ihren Teilaspekten

### Einleitung

- Begrüßen + Wertschätzen
- Vorstellen (Name + Funktion)
- Thema + Relevanz
- Teile der Präsentation (Fahrplan)
- Zeitrahmen
- Fragemodus

### Hauptteil

#### 1. Teil

- Beginn des 1. Punktes signalisieren
- Ausführungen zum 1. Punkt
- Ende des 1. Punktes signalisieren
- Kurzzusammenfassung + Überleitung

#### 2. Teil

- Beginn des 2. Punktes signalisieren
- Ausführungen zum 2. Punkt
- Ende des 2. Punktes signalisieren
- Kurzzusammenfassung + Überleitung

#### 3. Teil

- Beginn des 3. Punktes signalisieren
- Ausführungen zum 3. Punkt

### Schluss

- Ende der gesamten Präsentation ankündigen
- Wiederholen der Relevanz
- Zusammenfassen (basierend auf Relevanz)
- Dank an das Publikum
- Überleiten zur Frageperiode

### Frage- und Antwortperiode

# 3. Einleitung

## Wie Amerikaner das Publikum ins Zentrum rücken

Auf einen Blick		
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Begrüßen (+Wertschätzen) Was bewegt das Publikum?</li> <li>■ Sich vorstellen</li> <li>■ (Name + Funktion) Wie bin ich für mein Thema qualifiziert WER? WIE?</li> </ul>		Persönliches
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Thema + Relevanz Was kann das Publikum mit der Information tun? WAS? WARUM?</li> <li>■ »Fahrplan« 3-Punkte-Gliederung WANN?</li> </ul>		Thematisches
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zeitrahmen Nicht länger als 20 Minuten</li> <li>■ Fragenmodus Gründe für Fragen nach der Präsentation angeben</li> </ul>		Organisatorisches

### 3.1 Begrüßen und Wertschätzen

#### Aus der Praxis: Unerwartete Kürzungen am Standort

Vor einigen Jahren habe ich bei einem großen internationalen metallverarbeitenden Unternehmen eine Präsentation gehalten. Mir war bereits vor Beginn des Vortrages aufgefallen, dass die ersten sich einfindenden Teilnehmer sehr angeregt miteinander diskutierten. Ich erfuhr, dass die Konzernspitze an diesem Morgen eine geplante Kürzung der Belegschaft am Standort über die Medien kommuniziert hatte. Ich bin daher folgendermaßen vorgegangen:

Ich habe in der Begrüßung kurz erwähnt, dass ich von dem drohenden Personalabbau weiß und großes Verständnis dafür habe, wenn die Anwesenden dadurch abgelenkt sein könnten. Etwa so:

*Good morning and welcome to my presentation. A few minutes ago I found out—like all of you—that the company is planning a massive restructuring process here in your plant. I know how difficult a situation like this must be for you right now and I fully understand if this does not make it easy for you to concentrate on my presentation today. However, I assure you that I very much appreciate your presence here today, especially under these adverse circumstances.*

Ich weiß, was das Publikum bewegt und sage es auch

Bereits in der allerersten Phase der Präsentationseinleitung rücken amerikanische Vortragende das Publikum ins Zentrum. Sofort nach der eigentlichen Begrüßung, die vom einfachen »Hallo« bis zu einer sehr formellen Anrede reichen kann, wird diese Publikumsorientierung fortgesetzt, indem man dem Publikum fürs Kommen dankt.

Das »*I appreciate that you are here*« erscheint uns als Floskel, gehört aber im Kontext anglo-amerikanischer Kommunikation zur Begrüßung wie das Amen im Gebet. Die Wichtigkeit dieser Geste tritt meist erst in Erscheinung, wenn sie unterlassen oder vergessen wird — ganz besonders in einem englischsprachigen Kontext.

Um dem Publikum Wertschätzung authentisch vermitteln zu können, muss es mir ein Anliegen sein, herauszufinden, mit *wem* ich es zu tun habe und *was* mein Gegenüber bewegt. Im Idealfall kommuniziere ich bereits vor dem eigentlichen Beginn der Präsentation mit den Anwesenden und bin offen für ihre Signale.

Für eine effektive Wertschätzung der Zuhörer finde ich heraus, was das Publikum gerade beschäftigt und baue mit diesem Wissen eine Verbindung zu den Zuhörern auf. Je konkreter ich benennen kann, welche Herausforderungen oder Probleme das Publikum gerade beschäftigen (Arbeitsaufgaben, Umstellungen, Deadlines, Events etc.), desto besser fühlen sich die Zuhörer von der ersten Minute an verstanden und sind dem Vortragenden gegenüber positiv gestimmt. Nach dieser persönlichen Wertschätzung des Gegenübers leite ich dann zu mir als Präsentator über.

»I appreciate that you are here« ist keine Floskel

»Wertschätzungsformel«: Ich sage, was das Publikum auf dem Herzen haben könnte

### 3.2 Sich vorstellen

#### Aus der Praxis: Meine Funktion als »Selbstmarketing«

Viele meiner eigenen Vorträge kreisen um das Thema »Präsentieren im globalen Kontext«. Zu Beginn dieser Auftritte vor Managern in internationalen Unternehmen erwähne ich in der Einleitung neben meinem Namen auch, dass ich Lehrstuhlinhaber

und Universitätsprofessor für Amerikanistik bin und seit mehr als zwei Jahrzehnten das Topmanagement von internationalen Großkonzernen im Bereich Präsentations-technik trainiere und berate.

*My name is Mario Klarer. I am chair and university professor of American Studies at the University of Innsbruck, Austria. In addition to my academic career I also own a consulting company that specializes in business communication. In this capacity my associates and I have been providing training and consulting for the upper and top management of internationally operating companies such as Sony, Siemens, Red Bull, Swarovski, Hilti and Kraft Foods. What you will hear today about "Presentations in a Global Context" is based on my work and experience with these companies over the past two decades.*

Meine Funktion  
ist meine  
Qualifikation

Mit einer kurzen Erwähnung meiner Funktion beziehungsweise meiner Funktionen signalisiere ich nebenbei, dass ich für das Thema meines heutigen Vortrages höchst qualifiziert sein sollte. Dies hat nichts mit Selbstlob zu tun, sondern ist notwendiges Selbstmarketing, um bereits am Beginn eine positive Erwartungshaltung und Aufmerksamkeit beim Publikum zu erzeugen.

Falls auch nur *eine* Person unter den Anwesenden mich nicht kennen sollte, stelle ich mich vor. Ich sollte mit Informationen zur eigenen Person nicht sparen – insbesondere in einem amerikanischen Kontext, in dem Persönliches und Berufliches stark verknüpft sind. Gerade für Amerikaner ist es wichtig, einige persönliche oder berufliche Informationen über den Vortragenden zu bekommen.

Meine Funktion und damit indirekt meine Qualifikation dient auch als perfekte Überleitung zwischen meiner Person als Vortragender und dem Thema meiner Präsentation.

### 3.3 Hinführen zum Thema

#### Aus der Praxis: Sonnenuntergang auf dem Dach der Stierkampfarena

Im Rahmen eines Präsentationscoachings hat Wendy, eine Eventmanagerin eines großen Unternehmens, mit einer persönlichen Geschichte auf ihr Präsentationsthema »Motocross in Stierkampfarenen« folgendermaßen hingeführt:

*As you all know, we have been searching for possible events for our Spanish subsidiary for years. In April this year, I received an invitation from Spain to discuss some of their preliminary ideas. At this point the only thing our Spanish colleagues had in mind was something genuinely Spanish, such as bullfighting, that they wanted to combine with*

Meine Präsen-  
tation ist meine  
persönliche  
Geschichte



*our product via a large-scale event. After my arrival they picked me up at the airport and brought me to Spain's largest bullfighting arena. We arrived just in time to watch the sunset while sitting on the roof of the arena. There, in a flash, it dawned on us that a motorcycle acrobatic event in a bullfighting area would be exactly the kind of combination of local culture with the spirit of our product that we had been looking for. How we are going to stage this event and what your specific role in the preparation process will be is the subject of today's presentation.*

Sie werden nun zu Recht sagen: »Was hat es mich zu interessieren, was diese Eventmanagerin auf dem Dach einer Stierkampfarena gemacht hat?« Trotzdem wollte ich so wie auch alle anderen Zuhörer unbedingt wissen, wie die Geschichte ausging. Der Grund dafür ist, dass jede Geschichte aus Anfang, Mitte und Schluss besteht und man deren Ende einfach erfahren will. Auch die Tatsache, dass ich mich nach über zehn Jahren noch genau an diese Präsentation erinnern kann, spricht für diese sehr persönliche Hinleitung zum Thema, die zusätzlich noch vom Allgemeinen zum Spezifischen führte.

**Hinführen des Publikums zum Thema**

Amerikanische Vortragende verwenden sehr viel Zeit und Energie, dem Publikum das Thema der Präsentation im wahrsten Sinne des Wortes schmackhaft zu machen. Auf gar keinen Fall darf ich als Vortragender vergessen oder es nicht für notwendig erachten, das Publikum zum Thema des Vortrages hinzuführen.

- **Vorsicht: Die Zuhörer sind durch Ankündigungen oder Handouts niemals wirklich über das Vortragsthema informiert.**

Setzt man Vorinformationen des Publikums voraus, hat dies meist schwerwiegende Folgen, die den Erfolg einer Präsentation in höchstem Maße beeinträchtigen. Selbst wenn das Publikum ungefähr weiß, wovon die Präsentation handeln wird, muss es dennoch zum konkreten Thema hingeführt werden.

Gerade deutschsprachige Vortragende verwechseln hier gerne das »Thema« mit dem »Titel« der Präsentation.

- **Vorsicht: Titel ist nicht gleich Thema.**

**Erläuterung des Themas**

So kommt es, dass das Thema in der Einleitung oft nur mit einem Schlagwort oder einem Satzfragment — also dem Vortragstitel — abgetan wird und damit das Wichtigste in der Fülle der Einleitungsinformationen untergeht. Um dies zu vermeiden, muss ich zum Thema hinführen. Dazu hole ich etwas weiter aus und gebe Hintergrundinformationen zum Thema und dessen Bedeutung für die Zuhörer.