

DIE LETZTEN ZWEI MINUTEN IHRER PRÄSENTATION

„Der Schlüssel zu einer guten Rede lautet: Man braucht einen genialen Anfang, einen genialen Schluss und möglichst wenig dazwischen.“

So Peter Ustinovs einfache und klare Erkenntnis, wie eine Rede gegliedert sein sollte. In diesem Artikel beleuchten wir einmal den Schluss einer Präsentation näher.

Der Schluss muss haften bleiben. Er soll motivieren und ein letzter Höhepunkt sein, damit Ihr Publikum überzeugt und beeindruckt ist. Deshalb gilt es, zum Abschluss noch einen wichtigen Anker zu setzen und Ihr Publikum nochmals zu aktivieren/motivieren – durch einen Wunsch/Bitte, eine Erwartung oder eine ganz konkrete Handlungsaufforderung.

CLIFFHANGER

Bei Filmen und vor allem bei Fernsehserien ist der Cliffhanger ein Spannungs-Klassiker. Das kennen Sie. Es kommt der Höhepunkt – und jetzt Werbung. Danach noch der Hinweis, dass es nächste Woche weiter geht. So können Sie auch bei Ihrer Präsentation enden. Sie lassen etwas Wichtiges noch offen, verschieben es auf die Fragerunde oder sogar auf ein späteres Treffen oder Sie versprechen, die Information nachzureichen. Dieser Anker eignet sich sehr gut, wenn Sie Ihr Publikum binnen kurzer Zeit erneut vor sich haben.

Beispiel zum Thema Führung:

„Wir haben nun drei Bausteine des neuen Konzepts kennengelernt. Der vierte Baustein ist noch offengeblieben. Diesen stellen ich Ihnen nächste Woche im Rahmen unseres Führungstreffens vor. Bis dahin wünsche ich mir, dass Sie einmal rekapitulieren, was heute hier aufgezeigt wurde und Sie mögliche Unklarheiten und gerne auch Anregungen nächstes Mal mitbringen. Danke!“

AUF DIE PLÄTZE. FERTIG. LOS!

Klassischerweise können Sie auch nur mit einem Appell, einem Wunsch oder einer Erwartung aussteigen.

Beispiel zum Thema Gesundheitsmanagement:

Appell: „Also kaufen Sie sich Laufschuhe! Gehen Sie in den Wald! Und laufen sie los!“

Wunsch: „Ich wünsche mir, dass wir uns in drei Wochen wiedersehen. Und uns insgesamt mit 30 Kilogramm weniger unterhalten.“

DANKE UND TSCHÜSS!

Mehr gibt es nicht zu sagen? Das kann es auch geben. Sie haben nur informiert oder möchten bewusst das Gesagte einfach so stehen lassen. Dann können Sie auch abrupt und radikal enden, indem Sie sich bedanken und verabschieden oder eine mögliche Fragerunde eröffnen. Mehr nicht!

Beispiel:

„Herzlichen Dank und ich wünsche Ihnen alles Gute.“

HAND DRAUF!

Eines der stärksten, aber auch anspruchsvollsten Finale: Sie geben Ihrem Publikum ein verbindliches Versprechen. Stark, weil ab jetzt jeder im Publikum seinen Erwartungshorizont aufbaut. Alle warten gespannt darauf, ob Sie Ihr Versprechen halten können. Deshalb bleibt ein solcher Schluss mitunter auch Wochen oder Monate im Gedächtnis. Anspruchsvoll, weil Sie halten sollten, was Sie versprochen haben. Wägen Sie die Risiken Ihres Versprechens gut ab.

Beispiel zum Thema Marketingstrategie:

„Ich verspreche Ihnen, meine Damen und Herren, folgen wir konsequent dieser Marketingstrategie, erreichen wir innerhalb von zwölf Monaten ein Umsatzplus von mindestens 6,5 %. Für Sie heißt dies jetzt konkret: volle Konzentration bei der Umsetzung. Helfen Sie sich gegenseitig und informieren Sie mich sofort bei Schwierigkeiten. Viel Erfolg! “

WENN DER DAS SCHON SAGT

Platzieren Sie zum Schluss ein Zitat. Für das Zitat gelten dabei die gleichen Voraussetzungen wie für die Geschichte. Ein Zitat zum Abschluss rundet Ihre Präsentation ab und gibt Ihrem Thema mehr Gewicht.

Beispiel zum Thema Human Resource Management:

„Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, nutzen Sie ab sofort unser Job-Rotations-Modell, denn wie sagt es Werner Otto so schön: ‘Intelligenz ersetzt nicht Erfahrung’.“

DIE FANTASTISCHEN DREI

Bringen Sie zum Schluss die drei wichtigsten Informationen kurz und prägnant auf den Punkt, wie eine kurze Auflistung mit Bullet Points. Keine ausschweifende Zusammenfassung, sondern am besten nur drei Sätze. Punkt. Aus.

Beispiel zum Thema Energie:

„Die Zukunft liegt in der kontinuierlichen Entwicklung moderner Solarzellen. Und das bedeutet wir verlagern unseren Investitionsschwerpunkt im Bereich Energie in genau diesen Sektor. So sichern wir mittel- und langfristig unsere Wettbewerbsfähigkeit. Seien Sie mit dabei, wenn wir die nächsten Schritte Richtung Zukunft gehen. Vielen Dank!“

HAPPY END

So wie Sie mit einer Geschichte anfangen können, können Sie auch enden. Die Geschichte sollte dabei immer Bezug zu Ihrem Thema haben und thematisch den Kreis schließen. Die Geschichte kann dabei zum Beispiel als Appell dienen, die Moral von der Geschichte sein oder zum Nachdenken anregen.

Beispiel zum Thema Automobile:

„Und zum Abschluss entlasse ich Sie noch mit einer kleinen Anekdote: Mein Nachbar fuhr mit seinem neuen Wagen zum Einkauf und parkte auf dem großen Parkplatz eines Supermarktes. Nachdem er mit seinen Einkäufen fertig war und wieder zu seinem Auto ging, bemerkte er eine Frau, die sich an seinem Fahrzeug aufhielt und etwas ratlos wirkte. Nachdem er sie ansprach, stellte sich heraus, dass sie dachte, es handle sich um ihr Fahrzeug, ihr Schlüssel das Fahrzeug aber nicht öffnet. Mein Nachbar machte daraufhin die Dame darauf aufmerksam, dass es sich um sein Fahrzeug handelt. Nur konnte sein Schlüssel den Wagen ebenfalls nicht öffnen. Da kam eine dritte Person hinzu und öffnete ihr Auto.

Nun ja, eine erweiterte Funkwellenreichweite als auch eine Signalfunktion als zusätzliches Feature beim Funkschlüssel scheinen sich also zu lohnen. Bitte teilen Sie in der nächsten Zeit die von Ihnen gewonnenen Einsichten mit Ihren Fachkollegen und geben ihnen bei Bedarf auch gerne weitere Informationen. Ich danke Ihnen.“