

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>11</b>
Showdown am Beamer .....	12
Al Gores »Unbequeme Wahrheit« .....	13
Was dieses Buch leistet .....	15
Karriereturbo Kommunikation .....	16
Seien Sie verständlich .....	17
Logik ist der Schlüssel .....	19
Structure first .....	20
Training ist alles .....	22
Aus der Praxis für die Praxis .....	23
Grundlagen strukturierter Kommunikation .....	28
Triangologie .....	31
 <b>1. DIE PYRAMIDE VERSTEHEN — STELLEN SIE IHRE ARGUMENTATION AUF EINE FESTE BASIS</b>	 <b>32</b>
Pyramiden — die stabilsten Bauwerke der Welt .....	38
Zuspitzung auf das Wesentliche .....	39
Miss Marple versus Columbo .....	40
Das »110-Prinzip« .....	45
Trennung von Denk- und Schreibprozess .....	46
Zusammenfassung .....	49
 <b>2. DIE AUFGABE DEFINIEREN — FORMULIEREN SIE IHRE KERNFRAGE</b>	 <b>51</b>
Ihre Gedanken brauchen Platz .....	52

Kernfrage — der zentrale Ankerpunkt .....	53
Die Kernfrage basiert auf der Ausgangssituation .....	55
Die Kernfrage berücksichtigt auch etwaige Herausforderungen und Problemstellungen .....	56
Formulierung der Kernfrage .....	57
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	59
Zusammenfassung .....	61
 <b>3. DIE AUFGABE STRUKTURIEREN — DURCHDRINGEN SIE DAS THEMA</b>	<b>63</b>
Erkenntnis durch Fragen schaffen .....	64
Mit dem strukturierten Fragebaum jede Themenstellung in den Griff bekommen .....	66
Themenstrukturierung Top-down oder Bottom-Up .....	68
Der »Goldene Schnitt« ermöglicht den perfekten Fragebaum .....	70
Das MECE-Prinzip stellt die Logik sicher .....	72
Fragebäume sind ideal zum Planen eines Projektes .....	74
Sammeln von Daten und Fakten zur Beantwortung des Fragebaums .....	76
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	77
Zusammenfassung .....	79
 <b>4. ADRESSATENANALYSE — DENKEN SIE SICH IN IHRE ZIELE UND ZIELGRUPPEN HINEIN</b>	<b>81</b>
Zeit ist das wertvollste Gut .....	82
Die Individuelle Ansprache entscheidet über die Zielerreichung .....	83
Analyse der wichtigsten Zielpersonen .....	85
Typische Kommunikationsfehler .....	86
Wissen (über die Zielgruppe) ist Macht .....	88
Die Adressatenanalyse — wer ist unser Gegenüber? .....	89
Das Problem der gemischten Gruppe .....	92
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	93
Zusammenfassung .....	95

<b>5. DIE KERNBOTSCHAFT DEFINIEREN — FORMULIEREN SIE IHRE ZENTRALE AUSSAGE</b>	<b>97</b>
Notwendigkeit der Key Message .....	98
»Make your point«.....	99
Gute Kernbotschaften »kleben«.....	101
Das SUCCEs-Prinzip.....	103
Der Frage-Antwort-Dialog.....	105
»Elevator Pitch«.....	106
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	107
Zusammenfassung .....	109
 <b>6. DIE PYRAMIDE ENTWICKELN – »VERARGUMENTIEREN« SIE IHRE KERNBOTSCHAFT</b>	 <b>111</b>
Der rote Faden.....	112
Die Storyline — der strukturierte Bauplan .....	113
Die Einführung.....	115
Der Hauptteil .....	117
Die Logische Gruppe .....	118
Die Logische Kette .....	122
Logische Gruppe versus Logische Kette.....	126
Das GÜTE-Siegel überprüft die Qualität unserer Aussagen .....	128
Der Abschluss .....	130
Die Pyramide .....	131
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	133
Zusammenfassung .....	135
 <b>7. PRÄSENTATIONEN VISUALISIEREN — GEBEN SIE IHREN GEDANKEN EIN GESICHT</b>	 <b>137</b>
Visualisierung im Spannungsfeld zwischen Standards und Kreativität.....	138
(1) Einfachheit, Prägnanz und Relevanz.....	139
(2) Storyboard.....	143

(3) Corporate Standards .....	146
(4) Fünf Goldene Regeln .....	166
(5) Kreativität .....	178
(6) Sprache .....	191
Bei aller Kreativität: Bleiben Sie »straight« .....	194
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	195
Zusammenfassung .....	199
 <b>8. FOLIEN PRODUZIEREN — NUTZEN SIE ERFAHRUNG, TRICKS UND TECHNIK</b>	<b>201</b>
Sie haben es fast geschafft .....	202
Case: Harry's Gourmetimbiss .....	203
Platzhirsch PowerPoint .....	214
Professionelle Anwendung der Präsentationssoftware PowerPoint .....	217
Nehmen Sie sich ausreichend Zeit .....	219
Bedienen Sie sich etablierter Hilfsmittel .....	220
Unterstützende Tools .....	222
Zusammenfassung .....	225
 <b>BEMERKUNGEN</b>	<b>227</b>
Probieren Sie es aus, der Erfolg wird Ihnen recht geben .....	228
Die Autoren .....	230
Quellenverzeichnis .....	232