

INHALTSVERZEICHNIS

EINFÜHRUNG	11
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
 1. DIE PYRAMIDE VERSTEHEN — STELLEN SIE IHRE ARGUMENTATION AUF EINE FESTE BASIS	 32
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
 2. DIE AUFGABE DEFINIEREN — FORMULIEREN SIE IHRE KERNFRAGE	 51
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: Harrys Gourmetimbiss	59
Zusammenfassung	63

3. DIE AUFGABE STRUKTURIEREN — DURCHDRINGEN SIE DAS THEMA **65**

Erkenntnis durch Fragen schaffen	66
Mit dem strukturierten Fragebaum jede Themenstellung in den Griff bekommen	68
Themenstrukturierung Top-down oder Bottom-Up	70
Der »Goldene Schnitt« ermöglicht den perfekten Fragebaum	72
Das MECE-Prinzip stellt die Logik sicher	74
Fragebäume sind ideal zum Planen eines Projektes	76
Sammeln von Daten und Fakten zur Beantwortung des Fragebaums	78
Case: Harrys Gourmetimbiss	79
Zusammenfassung	81

4. ADRESSATENANALYSE — DENKEN SIE SICH IN IHRE ZIELE UND ZIELGRUPPEN HINEIN **83**

Zeit ist das wertvollste Gut	84
Die Individuelle Ansprache entscheidet über die Zielerreichung	85
Analyse der wichtigsten Zielpersonen	87
Typische Kommunikationsfehler	88
Wissen (über die Zielgruppe) ist Macht	90
Die Adressatenanalyse — wer ist unser Gegenüber?	91
Das Problem der gemischten Gruppe	94
Case: Harrys Gourmetimbiss	95
Zusammenfassung	97

5. DIE KERNBOTSCHAFT DEFINIEREN – FORMULIEREN SIE IHRE ZENTRALE AUSSAGE	99
Notwendigkeit der Key Message	100
»Make your point«	101
Gute Kernbotschaften »kleben«	103
Das SUCCES-Prinzip	105
Der Frage-Antwort-Dialog	107
»Elevator Pitch«	108
Case: Harrys Gourmetimbiss	109
Zusammenfassung	111
 6. DIE PYRAMIDE ENTWICKELN – »VERARGUMENTIEREN« SIE IHRE KERNBOTSCHAFT	 113
Der rote Faden	114
Die Storyline – der strukturierte Bauplan	115
Die Einführung	117
Der Hauptteil	119
Die Logische Gruppe	120
Die Logische Kette	124
Logische Gruppe versus Logische Kette	128
Das GÜTE-Siegel überprüft die Qualität unserer Aussagen	130
Der Abschluss	132
Die Pyramide	133
Case: Harrys Gourmetimbiss	135
Zusammenfassung	137
 7. PRÄSENTATIONEN VISUALISIEREN – GEBEN SIE IHREN GEDANKEN EIN GESICHT	 139
Visualisierung im Spannungsfeld zwischen Standards und Kreativität	140
(1) Einfachheit, Prägnanz und Relevanz	141
(2) Storyboard	145

(3) Corporate Standards	148
(4) Fünf Goldene Regeln	168
(5) Kreativität	180
(6) Sprache	193
Bei aller Kreativität: Bleiben Sie »straight«	196
Case: Harrys Gourmetimbiss	197
Zusammenfassung	201

8. FOLIEN PRODUZIEREN — NUTZEN SIE ERFAHRUNG, TRICKS UND TECHNIK **203**

Sie haben es fast geschafft	204
Case: Harrys Gourmetimbiss	205
Platzhirsch PowerPoint	217
Professionelle Anwendung der Präsentationssoftware PowerPoint	220
Nehmen Sie sich ausreichend Zeit	222
Bedienen Sie sich etablierter Hilfsmittel	223
Unterstützende Tools	225
Zusammenfassung	227

PREZI **229**

Beginn einer neuen Ära?	230
Das Prezi-Wow	231
Prezi versus PowerPoint	233
The Making of a powerful Prezi	234

BEMERKUNGEN **235**

Probieren Sie es aus, der Erfolg wird Ihnen recht geben	236
Die Autoren	238
Quellenverzeichnis	240