

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Dan Post	xvi	
Einführung	xviii	
1 WARUM SOLLEN SIE RESONANZ ERZEUGEN? 1		
Die Macht der Überzeugung	2	
Resonanz bewirkt Veränderung	4	
Veränderung ist gesund	6	
Präsentationen sind langweilig	8	
Ton in Ton	10	
Menschen sind interessant	12	
Fakten allein greifen zu kurz	14	
Geschichten vermitteln Sinn	16	
Sie sind Nicht der Held	18	
Das Publikum ist der Held	20	
Resonanz-Regel Nr. 1	23	
2 LEKTIONEN AUS SAGEN UND FILMEN 25		
Bringen Sie Geschichten ins Spiel	26	
Drama ist alles	28	
Erzählmuster schaffen Struktur	30	
Die Reise des Helden	32	
Das Überschreiten der Schwelle	34	
Die Kontur von Kommunikation	36	
Der Anfang und Ruf zum Abenteuer	38	
Der Mittelteil: Kontrast	40	
Handlungsaufforderung	42	
3 MACHEN SIE BEKANNTSCHAFT MIT DEM HELDEN 55		
Finden Sie die gemeinsame Frequenz	56	
Segmentieren Sie das Publikum	58	
Fallstudie: Ronald Reagan	60	
Lernen Sie den Helden kennen	64	
Lernen Sie den Mentor kennen	66	
Schaffen Sie eine gemeinsame Basis	68	
Kommunizieren Sie aus der Schnittmenge	70	
Resonanz-Regel Nr. 3	73	
4 BESTIMMEN SIE DIE REISEROUTE 75		
Wie Sie die Reise des Publikums vorbereiten	76	
Die große Idee	78	
Planen Sie die Reise des Publikums	80	
Werkzeuge für die Routenplanung	82	
Erkennen Sie Risiken an	84	
Wie Sie mit Widerständen umgehen	86	
Sorgen Sie dafür, dass es sich lohnt	88	
Fallstudie: General Electric	90	
Resonanz-Regel Nr. 4	95	

5 SCHaffen Sie sinnvolle Inhalte	97	7 UNVERGESSLICHE MOMENTE	147
Alles und noch viel mehr	98	Erzeugen Sie einen STAR-Moment	148
Mehr als nur Fakten	100	Fallstudie: Michael Pollan	151
Seien Sie nicht so kopflastig	103	Wiederholbare Kernaussagen	152
Kontrast schafft Kontur	104	Anschauliche Bilder	154
Verwandeln Sie Ideen in Sinn	107	Fallstudie: Pastor John Ortberg	156
Rufen Sie sich Geschichten in Erinnerung	108	Die Sparkline von John Ortberg	158
Machen Sie aus Informationen Geschichten	110	Fallstudie: Rauch Foundation	160
Fallstudie: Cisco Systems	112	Fallstudie: Steve Jobs	163
Weniger Fakten, mehr Bedeutung	117	Die Sparkline von Steve Jobs	164
»Murder your darlings« – Bringen Sie Ihre Lieblinge um	118	Resonanz-Regel Nr. 7	167
Von Ideen zu Botschaften	120		
Resonanz-Regel Nr. 5	123		
6 STRUKTUR ENTHÜLLT ERKENNTNISSE	125	8 ES GIBT IMMER RAUM FÜR VERBESSERUNGEN	169
Schaffen Sie Struktur	126	Verstärken Sie das Signal, verringern Sie Störgeräusche	170
Seien Sie logisch	128	Hinterlassen Sie einen positiven ersten Eindruck	172
Fallstudie: Richard Feynman	130	Verlassen Sie den Elfenbeinturm	174
Die Sparkline von Richard Feynman	132	In der Kürze liegt die Würze	176
Ordnen Sie Botschaften nach Wirkung	134	Nabeln Sie sich von den Folien ab	178
Schaffen Sie emotionale Kontraste	136	Sorgen Sie für ausgewogene Emotionen	180
Gestalten Sie Ihren Vortrag kontrastreich	138	Veranstalten Sie einen Testlauf mit ehrlichen Kritikern	182
Wie Sie Ihre Präsentation auf die Leinwand bringen	140	Fallstudie: Dr. Markus Covert	184
Zusammenfassung	142	Fallstudie: Leonard Bernstein	187
Resonanz-Regel Nr. 6	145	Resonanz-Regel Nr. 8	191

9 VERÄNDERN SIE IHRE WELT	193
Es ist schwierig, die Welt zu verändern	194
Tragen Sie mit Ihren Präsentationen zur Veränderung der Welt bei	196
Missbrauchen Sie Präsentationen nicht	199
Die Präsentationen von Enron während des Zusammenbruchs	200
Gewinnen Sie Wettbewerbsvorteile	202
Fallstudie: Martin Luther King jr.	204
Die Sparkline von Martin Luther King jr.	206
Fallstudie: Martha Graham	210
Seien Sie transparent, damit die Menschen Ihre Ideen sehen	214
Sie können Ihre Welt verwandeln	216
INSPIRATION IST ÜBERALL	221
Fallstudie: Wolfgang Amadeus Mozart	222
Die Sparkline einer Sonate	224
Fallstudie: Alfred Hitchcock	226
Fallstudie: E. E. Cummings	228
Resonanz-Regel Nr. 9	233
Anmerkungen	234
Bildnachweise	237
Stichwortverzeichnis	239
Besonderer Dank	245