

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Dan Post	xvi	Der Schluss	44
Einführung	xviii	Was ist eine Sparkline?	46
		Fallstudie: Benjamin Zander	48
		Die Sparkline von Benjamin Zander	50
		Resonanz-Regel Nr. 2	53
1 WARUM SOLLEN SIE RESONANZ ERZEUGEN?	1	3 MACHEN SIE BEKANNTSCHAFT MIT DEM HELDEN	55
Die Macht der Überzeugung	2	Finden Sie die gemeinsame Frequenz	56
Resonanz bewirkt Veränderung	4	Segmentieren Sie das Publikum	58
Veränderung ist gesund	6	Fallstudie: Ronald Reagan	60
Präsentationen sind langweilig	8	Lernen Sie den Helden kennen	64
Ton in Ton	10	Lernen Sie den Mentor kennen	66
Menschen sind interessant	12	Schaffen Sie eine gemeinsame Basis	68
Fakten allein greifen zu kurz	14	Kommunizieren Sie aus der Schnittmenge	70
Geschichten vermitteln Sinn	16	Resonanz-Regel Nr. 3	73
Sie sind Nicht der Held	18		
Das Publikum ist der Held	20		
Resonanz-Regel Nr. 1	23		
2 LEKTIONEN AUS SAGEN UND FILMEN	25	4 BESTIMMEN SIE DIE REISEROUTE	75
Bringen Sie Geschichten ins Spiel	26	Wie Sie die Reise des Publikums vorbereiten	76
Drama ist alles	28	Die große Idee	78
Erzählmuster schaffen Struktur	30	Planen Sie die Reise des Publikums	80
Die Reise des Helden	32	Werkzeuge für die Routenplanung	82
Das Überschreiten der Schwelle	34	Erkennen Sie Risiken an	84
Die Kontur von Kommunikation	36	Wie Sie mit Widerständen umgehen	86
Der Anfang und Ruf zum Abenteuer	38	Sorgen Sie dafür, dass es sich lohnt	88
Der Mittelteil: Kontrast	40	Fallstudie: General Electric	90
Handlungsaufforderung	42	Resonanz-Regel Nr. 4	95

5 SCHAFFEN SIE SINNVOLLE INHALTE 97

Alles und noch viel mehr	98
Mehr als nur Fakten	100
Seien Sie nicht so kopflastig	103
Kontrast schafft Kontur	104
Verwandeln Sie Ideen in Sinn	107
Rufen Sie sich Geschichten in Erinnerung	108
Machen Sie aus Informationen Geschichten	110
Fallstudie: Cisco Systems	112
Weniger Fakten, mehr Bedeutung	117
»Murder your darlings« – Bringen Sie Ihre Lieblinge um	118
Von Ideen zu Botschaften	120
Resonanz-Regel Nr. 5	123

6 STRUKTUR ENTHÜLLT ERKENNTNISSE 125

Schaffen Sie Struktur	126
Seien Sie logisch	128
Fallstudie: Richard Feynman	130
Die Sparkline von Richard Feynman	132
Ordnen Sie Botschaften nach Wirkung	134
Schaffen Sie emotionale Kontraste	136
Gestalten Sie Ihren Vortrag kontrastreich	138
Wie Sie Ihre Präsentation auf die Leinwand bringen	140
Zusammenfassung	142
Resonanz-Regel Nr. 6	145

7 UNVERGESSLICHE MOMENTE 147

Erzeugen Sie einen STAR-Moment	148
Fallstudie: Michael Pollan	151
Wiederholbare Kernaussagen	152
Anschauliche Bilder	154
Fallstudie: Pastor John Ortberg	156
Die Sparkline von John Ortberg	158
Fallstudie: Rauch Foundation	160
Fallstudie: Steve Jobs	163
Die Sparkline von Steve Jobs	164
Resonanz-Regel Nr. 7	167

8 ES GIBT IMMER RAUM FÜR VERBESSERUNGEN 169

Verstärken Sie das Signal, verringern Sie Störgeräusche	170
Hinterlassen Sie einen positiven ersten Eindruck	172
Verlassen Sie den Elfenbeinturm	174
In der Kürze liegt die Würze	176
Nabeln Sie sich von den Folien ab	178
Sorgen Sie für ausgewogene Emotionen	180
Veranstalten Sie einen Testlauf mit ehrlichen Kritikern	182
Fallstudie: Dr. Markus Covert	184
Fallstudie: Leonard Bernstein	187
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