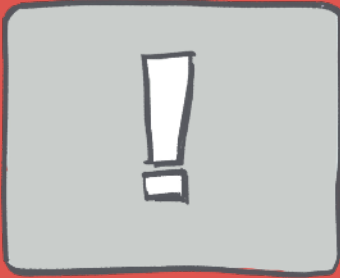
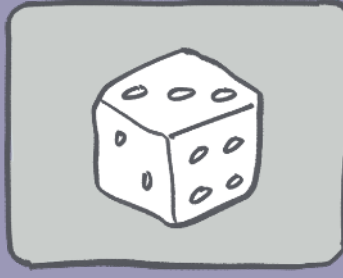


Der KickStart

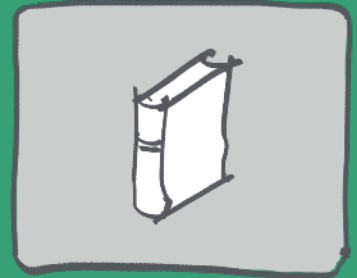
Die besten Einleitungen für Vortrag / Präsentation / Webinar / Video



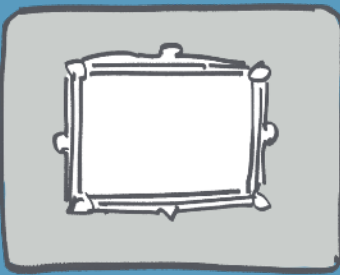
Statement



Zahl



Story



Bild



Rätsel



Paradox



Frage



Humor



Beziehung

Gebrauchsanweisung

So nutzt du die Liste und findest den richtigen Kick für deinen Start

Natürlich weißt du, dass die ersten Sekunden deines Vortrags, Webinars, Videos oder deiner Präsentation entscheidend sind. Hier hast du noch die volle Aufmerksamkeit deiner Zuschauer und hier entscheidet sich, ob sie dir weiter zuhören oder gelangweilt abschalten. Das macht dir natürlich Druck, einen besonders tollen Einstieg zu finden.

Bevor du einen Knoten im Kopf bekommst, überlege dir lieber:

Was willst du schon am Beginn bei deinen Zuschauern emotional *auslösen*?

Wenn du einen konkreten Auftritt vorbereitest, kreuze in der folgenden Checkliste an, welche emotionale Wirkung du mit deiner Einleitung beim Publikum erzielen willst:

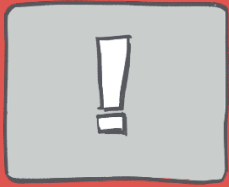
Provokation, Widerspruch, Motivation, Energie 	Erstaunen, Aha-Moment, Inspiration, Umdenken 	Unterhaltung, Finalspannung, Suspense 
Die ganze Gefühls-Palette von Erstaunen, Lachen über Besorgnis bis Schock 	Neugierde, Interesse, Mitdenken, Spannung, Kreativität 	Irritation, Provokation, Komik, Überraschung, Aha-Moment, neue Perspektive 
Aktivierung, Wachrütteln, Interaktion, Unterstützung 	Schmunzeln, Lachen, Leichtigkeit, Zustimmung, Optimismus 	Verbindung, Vertrauen, Anteilnahme, Harmonie, Überzeugung 

Wenn du jetzt weißt, welche Wirkung du zuerst bei deinem Publikum auslösen willst, dann weißt du jetzt auch, welche der 9 Einleitungen am besten dafür geeignet ist. Denn ich habe die emotionalen Wirkungen farblich zugeordnet:

Wenn du z.B. dein Publikum am Anfang gerne aus der Reserve locken und provozieren möchtest (rot), wirst du mit einem Statement (ebenfalls rot) sofort einen Nerv bei deinen Zuschauern treffen u.s.w.

Natürlich könnte auch ein entsprechendes Bild oder eine aufrüttelnde Story eine solche Wirkung haben. Dies sind also nur erste Anhaltspunkte.

Auf den folgenden Seiten stelle ich dir die 9 Einleitungen noch genauer vor und gebe dir Beispiele und Ideen, wie du sie für deinen Auftritt nutzen kannst.



Statement

Beschreibung:

überraschende Aussage zum Thema; steile These; deine Botschaft oder Fake-Botschaft

Wirkung:

Provokation, Widerspruch, Motivation, Energie

Wenn du deine Zuschauer *bewegen* willst, ist das Statement ein unverzichtbares Tool

„If you never want to have sex again - get married!“

Es braucht etwas Mut, wenn du dich bereits im ersten Satz ganz klar mit einer überraschenden Aussage, deiner Meinung oder einer steilen These positionierst. Die Aufmerksamkeit ist dir dann allerdings sicher.

Besonders, wenn du mit der Aussage dein Publikum aus der Reserve lockst und neugierig machst. Und mit dieser Form der Einleitung bist du sofort beim Thema. Das bringt Dynamik in deine Präsentation.

Und wenn dein Statement auch noch humorvoll ist, zauberst du schon ein erstes Schmunzeln auf die Gesichter deiner Zuschauer.

Maureen McGrath schafft beides gleich zu Beginn ihrer TED-Rede.

Das hat gesessen! Und schon sind wir mitten im Thema! Jetzt sind wir neugierig, wohin die Reise geht.

Das Statement kann auch bereits deine Botschaft enthalten - oder einen Teil deiner Botschaft, die du dann in deinem Vortrag weiter ausführst und belegst.

Besonders raffiniert ist es, eine Fake-Botschaft zu verkünden, die du dann Stück-für-Stück widerlegst, um am Ende deiner Präsentation bei einer ganz anderen Botschaft zu landen...



Zahl

Beschreibung:

Eine Zahl, mit der niemand gerechnet hat; Gegenüberstellung mehrerer Zahlen

Wirkung:

Erstaunen, Aha-Moment, Inspiration, Umdenken

Schaffe mit einer Zahl gleich zu Beginn einen Aha-Moment, der deine Zuschauer in Erstaunen versetzt und inspiriert

„Der weltweite Stromverbrauch liegt aktuell bei (...). Die Technik, die ich Ihnen zeigen möchte, kann diesen Wert um 5% reduzieren.“

Oder lass deine Zuschauer schätzen, so wie ich es einem Marketing-Leiter empfohlen habe: „*Wir haben 473 Produkte. Was schätzen Sie: Wie viele davon werden von unseren Kunden nie gekauft?*“ Als er die tatsächliche Zahl seinen Vertriebs-Kollegen nannte, war das Erstaunen groß! Und auch die Bereitschaft, etwas an dem unsinnigen Zustand zu ändern.

Steuere unseren Blick auf dein Thema, mit einer Interpretation deiner Zahlen:

„Freude kostet viel weniger Muskelkraft als Sie denken: Zum Stirnrunzeln benötigen wir Menschen 40 Muskeln. Zum Lächeln aber nur 17.“

Zahlen, Daten, Fakten - kurz „ZDF“ - sind oft unverzichtbar. Aber sie können deinen Auftritt schnell überfrachten und uns als Zuschauer langweilen. Spätestens, wenn die Zahlen, die du präsentierst, abstrakt bleiben und wir sie nicht wirklich verstehen, werden wir abschalten.

Deshalb solltest du in deiner Präsentation mit Zahlen *spielen*. Stelle sie in einen neuen Zusammenhang oder stelle unterschiedliche Zahlen gegenüber.



Beschreibung:

Eine eigene Anekdote;
eine fremde Geschichte;
ein Märchen

Wirkung:

Unterhaltung,
Finalspannung,
Suspense

Nichts ist so fesselnd, wie eine gute Geschichte

Aber bitte erkläre deinen Zuschauern nicht: „Ich möchte Ihnen jetzt eine Geschichte erzählen...“ - sondern spring gleich an den Punkt, wo es interessant wird: „Ich werde den Moment nie vergessen, als mein Vater sagte...“

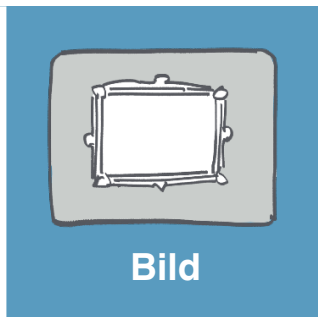
Einzige Ausnahme: Ein Märchen startet immer mit „Es war einmal...“ selbst wenn es dann ganz modern weiter geht - was sehr unterhaltsam sein kann.

Nicht alles an einer Geschichte ist gleich wichtig. Darum fokussiere dich auf das Wesentliche. Du lenkst den Blick der Zuschauer: „Stellen Sie sich vor, Sie sitzen im Zug und Ihnen gegenüber sitzt...“

Und bitte erzähle nicht jedes Detail, sondern schildere Details nur, wenn sie zum Verständnis nötig sind oder wenn du damit eine bestimmte Atmosphäre erschaffen kannst.

Eine Geschichte bringt die Finalspannung ins Spiel: Als Zuschauer wollen wir wissen, wie sie ausgeht. Vorher finden wir keine Ruhe. Besonders, wenn sich die Handlung zum Ende hin zuspitzt. Genau damit arbeitet der klassische Cliffhanger, der uns ungeduldig auf die nächste Folge einer Serie warten lässt, weil der zentrale Konflikt noch nicht gelöst ist.

Das kannst du für deinen Vortrag nutzen, in dem Du am Anfang eine kurze Geschichte erzählst, die auf spannende Art direkt in dein Thema führt. Du kannst aber auch eine längere Story starten, die du nur bis zu einem bestimmten Punkt erzählst, um sie später im Vortrag wieder aufzugreifen und vielleicht sogar erst am Schluss zum Ende zu führen.



Beschreibung:

Ein Bild mit emotionaler
Wirkung; Foto;
Gemälde; Grafik

Wirkung:

Die ganze Gefühls-
Palette von Erstaunen,
Schmunzeln, über
Besorgnis bis Schock

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte und eröffnet eine ganze Welt

Die Künstlerin Alexa Meade startet ihren TED-Talk mit einem ihrer eindrucksvollen Gemälde und den Worten: „Hinter diesem Bild steckt mehr, als sie mit bloßem Auge erkennen können. Ja, es ist das Gemälde eines Mannes. Aber ich habe es nicht auf Leinwand gemalt, sondern auf den Mann selbst.“

Und schon sind wir neugierig, wie dieses Bild entstanden ist und wir folgen ihr in ihre Welt. Gute Bilder sind nicht immer schön. Sie können uns Zuschauer auch verstören und sogar nachhaltig erschüttern.

Ich werde nie vergessen, wie uns ein Speaker gleich zu Beginn seines Vortrags mit einem schockierenden Foto konfrontierte: es zeigte einen toten Wahlfisch, der sich den Bauch mit Plastikmüll vollgeschlagen hatte. Die Brisanz des Themas war sofort klar. Er hätte sie mit dem Aufzählen von Zahlen, Daten und Fakten zur Umweltverschmutzung nie so eindrücklich vermitteln können.

Ein Bild ist eine starke visuelle Alternative. Es kann eine ganze Geschichte erzählen, ohne dass wir ein einziges Wort verlieren.

Darum lass es wirken und sage nur das Nötigste, wie z.B.: „Das Bild, das sie gleich sehen werden, hat mein Leben verändert.“ Oder: „Ich zeige Ihnen jetzt ein Foto, das den Gesetzen der Physik zu widersprechen scheint.“

Das Bild muss allerdings beeindruckend sein - oder die Geschichte, die sich dahinter verbirgt.



Rätsel

Beschreibung:

Ein rätselhafter Sachverhalt; ein ungelöstes Problem; ein vorweg genommenes Ergebnis

Wirkung:

Neugierde, Interesse, Mitdenken, Spannung, Kreativität

Ein Rätsel ist der Krimi unter den Einleitungen, weil es nach einer Auflösung schreit

Gib den Zuschauern gleich zu Beginn eine Nuss zu knacken, und du gewinnst ihre Aufmerksamkeit. Denn wenn in ihrem Kopf eine Wissenslücke entsteht, will ihr Verstand die Lücke schließen. So werden Zuschauer zu Mitdenkern - oder Mittätern.

Dies erreichst du auch, in dem du dein Thema von einer unerwarteten Seite aufziehst: „Eine der folgenden 4 Aussagen ist nicht wahr!“ Die eine oder andere wahre Aussagen kann als Unwahrheit erscheinen, obwohl sie absolut zutreffend ist, während sich die scheinbar zutreffende Aussage als falsch herausstellt. Auf diese Art kannst du sehr überraschend mit Vorurteilen zu deinem Thema aufräumen.

Eine starke Variante des Rätsels ist das Geheimnis: Wenn du rätselhafte Tatsachen schilderst, aber erst im Laufe deiner Präsentation die Ursachen beleuchtest, schaffst du eine Wissenslücke mit der Sogwirkung eines Thrillers.

Auch wenn du das Ergebnis deines Vortrags vorweg nimmst, entsteht eine Wissenslücke. Der Gedächtnistrainer Markus Hofmann leitet seine Vorträge gerne so ein: „Sie werden am Ende meines Vortrags sehr begeistert sein - und zwar nicht von mir, nein, Sie werden von *sich selbst* begeistert sein!“

Jetzt wollen wir natürlich wissen, warum - und machen jede seiner Gedächtnis-Übungen.



Paradox

Beschreibung:

Überraschende Idee; unerwartete Wendung

Wirkung:

Irritation, Provokation, Komik, Überraschung, Aha-Moment, neue Perspektive

Das Paradox ist zunächst ein Widerspruch, der uns dann eine neue Perspektive eröffnet

Ein echtes Paradox ist ein Widerspruch in sich: „Ich lüge gerade.“

Aber auch die Schilderung eines widersprüchlichen Aspekts deines Themas, provoziert bei deinen Zuschauern Irritation und ermöglicht dann ein Reframing: einen anderen Blick auf die Sache.

„Wie soll ich Erfahrungen für einen Job sammeln, wenn ich ständig wegen mangelnder Erfahrung für diesen Job abgelehnt werde?“

Kombiniere zwei Dinge, die sich eigentlich ausschließen und du schaffst eine Zuspitzung deines Themas:

„In Deutschen Unternehmen sucht man händeringend Fachkräfte. Sind die Leute dann endlich an Bord, behandelt man sie, als seien sie nichts wert.“

Besonders erhellend wirkt ein Paradox, wenn du dich deinem Publikum vorstellst:

“Schon als Biologie-Student habe gemerkt, dass ich im Labor nur Chaos stifte. Im Gegensatz dazu wurde mir klar, dass ich gut darin bin, im Daten-Chaos Ordnung zu schaffen.“

So wird der Umgang mit dem Chaos plötzlich positiv.



Eine Frage ist die einfachste Möglichkeit, dein Publikum zu aktivieren

Und das Beste daran: du brauchst nicht mal eine Antwort! Denn deine Zuschauer denken automatisch über eine mögliche Antwort nach. Du musst allerdings vorher für dich entscheiden, ob du eine Antwort aus dem Publikum wirklich möchtest, oder ob du die Frage wie eine rhetorische Frage nutzt.

Bei einer rhetorischen Frage geht es lediglich darum, dein Publikum zum Mitdenken zu aktivieren. Es soll dir in Gedanken zustimmen oder widersprechen. Damit kannst du auch weiter spielen: „Sie denken jetzt sicher...“ Oder als neue Frage: „Denken Sie jetzt auch...?“

Bei einer echten Frage erwartest du auch eine Antwort. Das kann deine Zuschauer gerade am Anfang überfordern. Vor allem, wenn sie dich noch nicht kennen, und nicht einschätzen können, ob du sie bloßstellst, wenn sie eine falsche Antwort geben.

Außerdem ist es spannender, die Antwort erst später zu geben. Die Speakerin Vera Birkenbihl stellte am Anfang gerne Schätzfragen, die sie erst im Laufe des Vortrags auflöste. Das schafft eine Finalspannung wie ein Cliffhanger bei einer guten Serie.

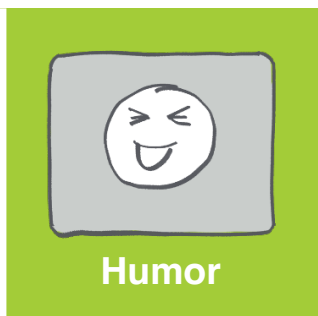
Aber auch während des Vortrags kannst du mit einer Frage oder rhetorischen Frage dein Publikum re-aktivieren. Darum ist eine Frage das beste rhetorische Mittel, um mit deinem Publikum in einen Dialog zu kommen.

Beschreibung:

einfache klare Frage, die direkt oder indirekt zum Thema führt;
rhetorische Frage oder Doppelfrage;
Schätzfrage;
Scherzfrage

Wirkung:

Aktivierung,
Wachrütteln, Interaktion,
Unterstützung



Humor öffnet die Herzen deiner Zuschauer - aber nur, wenn du ihren Geschmack triffst

Wenn nicht, erntest du eisige Ablehnung. Darum solltest du zum Einstieg keine mehr oder weniger bekannten Witze erzählen, sondern die Komik aus deinem Thema „herauskitzeln“. Hier 3 erprobte Techniken.

Nutze die **Analogie**, um etwas abstraktes auf humorvolle Weise anschaulich zu machen:

„Der Unterschied zwischen dem richtigen Wort und dem beinahe richtigen Wort ist wie der zwischen Blitz und Glühwürmchen.“

Durch **Übertreibung** kannst du z.B. eine Situation auf die Spitze treiben:

„Ich will mir in einem dieser coolen CoffeeShops nur schnell einen Kaffee holen. Doch dann muss ich mich entscheiden: Small, Tall, Grande, To Go, To Stay, To Drive, One Shot, Double Shot, No Shot, Full Fat, Low Fat, No Fat - ich bin völlig überfordert und sage: Ich nehme alles!“

Lass **Dinge** sprechen:

„Als Corona-Virus würde ich sagen...“

„Ich habe mal den Teamgeist befragt, und der sagt dazu nur...“

Am sichersten ist es, wenn du dich nicht über andere lustig machst, sondern dich selbst hoch nimmst. Denn das ist die Grundvoraussetzung, um wirklich witzig zu sein: Du solltest es vertragen, wenn andere über dich lachen.

Beschreibung:

„Jedes Ding hat 3 Seiten: eine positive, eine negative und eine komische“

Wirkung:

Schmunzeln, Lachen,
Leichtigkeit,
Zustimmung,
Optimismus



Beziehung

Beschreibung:

persönliche
Erwartungen, Wünsche,
Sorgen und Probleme
bei sich und den
Zuschauern benennen

Wirkung:

Verbindung, Vertrauen,
Anteilnahme, Harmonie,
Überzeugung

Baue gleich zu Beginn eine Beziehung zu deinem Publikum auf, um Vertrauen zu schaffen

Das gelingt am Besten, wenn du die Erwartungen, Befürchtungen oder die größte Herausforderung deiner Zuschauer aussprichst:

„Ich weiß, Sie haben ein großes Problem: Sie sitzen nicht freiwillig hier.“

„Sie wissen, was jetzt kommt: Ich werde Ihnen gleich die Zahlen des letzten Halbjahres präsentieren, und ich sehe in Ihren Gesichtern: Sie können es kaum erwarten!“

„Ich werde Ihnen am Ende eine Lösung präsentieren, von der Sie nie geglaubt hätten, dass es sie gibt.“

So fühlen sich deine Zuschauer verstanden und in ihrem Kern ernst genommen.

Die andere Möglichkeit ist, dass du etwas Persönliches von dir preisgibst:

„Jetzt bin ich doch etwas aufgeregt, denn das Thema ist mir wichtig...“

Oder eine Gemeinsamkeit betonst, und damit eine Beziehung herstellst:

„Ich kann Sie gut verstehen: Auch mir macht die aktuelle Situation schwer zu schaffen.“

„Sie denken jetzt sicher: Hallo, geht's noch?! Und das denke ich auch. Darum lassen Sie uns...“

Wer könnte sich dann deinem Vorschlag verweigern?

Wie geht's weiter?

Ich hoffe, du hast Ideen für eine gute Einleitung deines Vortrags bekommen?

Wähle deine Einleitung nicht nur danach aus, was am effektivsten ist, sondern was dein Thema anschaulich und greifbar werden lässt. Und denke vom Schluss her: Worauf läuft dein Vortrag hinaus? Welche Botschaft willst du transportieren? Und wie kannst du das am Anfang vorbereiten?

Darum halte Ausschau nach den **E-Mails**, die ich dir in der Folge sende. Hier zeige ich dir, wie du die nächsten Schritte gehst und gebe dir konkrete Tipps und Tricks für die weitere Entwicklung deines Vortrags und deinen gelungenen Auftritt.

Wenn du **Fragen** hast oder mir **Feedback** zum KickStart geben willst (worüber ich mich sehr freuen würde!), antworte mir einfach auf meine Mails oder schreibe an: mail@matthias-messmer.de

Und wenn du Lust bekommen hast, mit mir zu arbeiten, dann melde dich für eine einmalige **KOSTENLOSE 1:1-Online-Session** bei mir: [Klicke auf diesen Link](#).

In dieser persönlichen 1:1-Online-Session

✓ sehen wir uns die Herausforderungen an, die dich bisher davon abgehalten haben, mit erfolgreichen Vorträgen, Webinaren, Präsentationen, Videos etc. dein Business voranzubringen

✓ du erhältst einen Schritt-für-Schritt-Plan, wie du mit deinem aktuellen Projekt weiterarbeitest und einen ordentlichen Motivationsschub dazu

Darum melde dich bei mir, wenn du auf der Bühne, im Netz und vor der Kamera professionell durchstarten willst.

Ich freue mich auf dich!