

# 4

## Meetings und Präsentationen

Meetings verlaufen in amerikanischen Unternehmen zielorientiert. Im Vorfeld wird eine Agenda verschickt, wobei erwartet wird, dass sich jeder auf sein Thema vorbereitet. Häufig werden auf der Agenda genaue Zeiten angegeben, die jeweils für einen Besprechungspunkt vorgesehen sind. Die Themen werden im Meeting strukturiert abgearbeitet. Normalerweise kann man nicht zu einem bereits besprochenen Punkt zurückkehren.

Geht es in einem Meeting um den reinen **Informationsaustausch**, bringen Sie mehr Informationen als nötig wie auch übersichtliche Handouts mit. Halten Sie sich ans jeweilige Thema und schweifen Sie nicht ab. Wenn es sich als nötig erweist, auf ein Nebenthema einzugehen, kündigen Sie es vorher an: *›I need to digress now to make my point.‹* Finden Sie vor einem Meeting heraus, wer teilnehmen wird, damit Sie Ihre Gesprächsführung darauf einstellen können. Wer anwesend ist, hängt vom Thema und seiner Tragweite ab. Wollen Sie

gemeinsam mit einer Gruppe **Ideen und Pläne entwickeln**, dürfen Sie unstrukturierter vorgehen. Dann wird auch die Zeitplanung lockerer ausfallen.

### Meeting-Etikette

Meetings werden pünktlich begonnen und pünktlich beendet. Kommen Sie zu spät, unterbrechen Sie das Meeting nicht durch eine Entschuldigung oder eine Erklärung. Das wäre eine Störung und Ihre Gründe interessieren höchstwahrscheinlich nicht. Am besten ist es, die Entschuldigung in der Pause vorzubringen.

Der Chef/Entscheider wird am Kopfende des Tisches sitzen, der Moderator ihm gegenüber. Hier gibt es jedoch im amerikanischen Geschäftsleben normalerweise kein striktes Protokoll. Warten Sie, bis Ihnen ein Platz zugewiesen wird. Fragen Sie, wenn Ihnen Informationen fehlen: Amerikaner werden Ihre Fragen z.B. zur Position, Funktion oder Entscheidungsbefugnis der einzelnen Teilnehmer im Raum offen beantworten. Laden Sie zu einem Meeting ein, beziehen Sie nur die Leute ein, die Sie für das Thema unbedingt brauchen.

Der **Gesprächsstil** ist in einem Meeting sachlich und höflich. Was das Multitasking betrifft, ist es in den USA nicht anders als in den deutschsprachigen Ländern. Zu Meetings werden Laptops und Handys mitgenommen, um ständig erreichbar zu sein. Während des Meetings zu telefonieren, wäre jedoch ein grober Fehler. Falls Sie unbedingt telefonieren müssen, verlassen Sie den Raum und zwar ohne irgendetwas zu sagen, damit sich die anderen nicht gestört fühlen. Erwarten Sie während des

Meetings einen dringenden Anruf, sollten Sie das vorher ankündigen.

## Präsentationen

Um vor Ihrer Präsentation eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, sollten Sie sich mit Ihren amerikanischen Zuhörern unterhalten, vielleicht bei einer Tasse Kaffee im Vorraum. Ist das nicht möglich, begrüßen Sie jeden persönlich an der Tür. Wechseln Sie ein paar nette Worte. Entspannen Sie sich. Ihr Publikum will, dass Sie gut sind! Bedenken Sie, dass aus diesem Grund in den USA oftmals nicht die Techniker/Erfinder/Entwickler ihr Produkt präsentieren, sondern geschulte Marketing-Fachleute.

Eine Präsentation vor amerikanischem Publikum benötigt einen **umgekehrten Aufbau**  **GKUSA4** (Das Video *Präsentation International* zeigt die Unterschiede im Aufbau einer Präsentation.) als im deutschsprachigen Geschäftsleben üblich. Sie muss kurz, prägnant und zielorientiert sein. Nicht die Firmen- oder Produkthistorie kommt am Anfang, sondern der Kundennutzen wird herausgestellt. Dann zeigen Sie die Hauptpunkte, Ergebnisse und Schlussfolgerungen. Im Anschluss erklären Sie anhand praktischer Beispiele, wie Ihr Produkt/Service funktioniert. Wiederholen Sie noch einmal, welchen Nutzen Ihre Kunden davon haben. Zum Schluss betonen Sie, warum man mit Ihnen zusammenarbeiten sollte. Nennen Sie erneut, welche Vorteile das Ihren Kunden bietet. Vergessen Sie den abschließenden **Appell** nicht, um den Auftrag zu bekommen. Sagen Sie beispielsweise: *›I don't know about you,*

*but this product makes a lot of sense to me. I think you would benefit a lot from working with us. What do you think?*  
(Ich weiß nicht, wie Sie das sehen, aber dieses Produkt halte ich für sehr sinnvoll. Ich glaube, Sie könnten einen großen Nutzen aus der Zusammenarbeit mit uns ziehen. Was denken Sie?) Oder leiten Sie den nächsten Schritt ein: *I'll give you an estimate. Look it over. I will call you next Monday to work out the best option for you.*  
(Ich erstelle einen Kostenvoranschlag für Sie, den Sie nochmals prüfen können. Nächsten Montag rufe ich Sie an und wir arbeiten die beste Alternative für Sie aus.)

Ihr Vortrag muss immer die praktischen Aspekte in den Vordergrund stellen, denn Amerikaner haben keine Geduld für lange theoretische Ausführungen. Halten Sie Ihre Präsentation vor einem **gemischtem Publikum** (CEO, Fachexperten, Marketing-Chef, Controller), sollte sie allgemeiner gehalten sein. Bieten Sie für Details ein gesondertes Gespräch an oder weisen Sie auf Ihr Handout hin.

### Präsentationsstil

In der Kürze liegt die Würze! Informieren Sie Ihr Publikum, wie lange Ihre Präsentation dauern wird und wann Fragen gestellt werden können. Es ist besser, die Fragen auf das Ende zu verlegen, damit Sie die vorgesehene Redezeit einhalten können. Sobald Sie merken, dass die Präsentation doch länger dauern wird als zuvor angekündigt, teilen Sie das Ihren Zuhörern mit. Das **Überziehen der Zeit** kommt normalerweise nicht gut an, außer Ihre Zuhörer haben dies durch interessierte Zwischenfragen selbst verursacht. Möchten Sie Ihrem Publikum eine Freude machen, werden Sie früher fertig!

Lesen Sie auf gar keinen Fall von Ihren PowerPoint-Folien ab. Erzählen Sie möglichst frei und nutzen Sie Ihre Folien lediglich als Leitfaden. Es heißt oft, dass man beim Präsentieren witzig sein soll. Das setzt allerdings voraus, dass Ihr **Humor** dem Ihrer Zuhörer entspricht. Da dies von Mensch zu Mensch sehr unterschiedlich sein kann, ist von diesem potenziellen Minenfeld eher abzuraten.

Ein Tipp: Es gibt Situationen, in denen Sie spontan eingeladen werden, Ihr Produkt oder eine Idee zu präsentieren. Lernen Sie Ihren **USP (Unique Selling Proposition)** **auswendig** und punkten Sie, in dem sie ihn locker aus dem Handgelenk schütteln.

### Handouts

Zahlenkolonnen und komplizierte Details gehören nicht in eine Präsentation. Damit diese trotzdem vermittelt werden, geben Sie Ihren Zuhörern ein Handout. Berücksichtigen Sie die unterschiedlichen Interessen, indem Sie beispielsweise für die Budgetplaner, für die Techniker und für die Marketing-Leute jeweils ein separates Handout vorbereiten.

### Auf einen Blick

- Meetings verlaufen zielorientiert. Bereiten Sie sich der zuvor verschickten Agenda entsprechend vor.
- Halten Sie sich in einem Meeting an die Themenfolge. Sprechen Sie kurz und prägnant, schweifen Sie nicht ab.

- Laden Sie zu einem Meeting nur Personen ein, die das Thema wirklich betrifft.
- Starten Sie in Ihrer Präsentation mit dem Kundennutzen, dann zeigen Sie die Hauptpunkte, Ergebnisse und Schlussfolgerungen. Präsentieren Sie nur das Nötigste. Details gehören in das Handout.
- Falls Sie PowerPoint verwenden, nutzen Sie lediglich wenige Folien zum Visualisieren. Lesen Sie die Folien nicht ab.
- Lernen Sie den *USP* Ihrer Firma oder Ihres Produkts auswendig!

### **Achtung!**

- Die größte Falle beim Präsentieren vor amerikanischem Publikum ist die Produktverliebtheit, die zu übermäßig detaillierten Erklärungen und ausschweifenden Beschreibungen führt.
- Jeder hat einen anderen Humor. Seien Sie mit witzigen Bemerkungen vorsichtig oder lassen Sie sie am besten ganz weg.