

**Mini
Book**

Anita Hermann-Ruess

Speak Limbic – Wirkungsvoll präsentieren

Liebe Leserinnen und Leser,

ich freue uns, dass Sie Interesse an diesem Thema haben.

Wenn Ihnen dieses **Mini**Book gefällt, dann machen Sie es doch auch anderen Lesern zugänglich und:

- schicken Sie es doch einfach an einen Bekannten weiter,
- bieten es auf Ihrer Website zum Download an,
- berichten in Ihrem Newsletter/Blog darüber
- ...

Viel mehr zum Thema finden Sie übrigens in meinem Buch *Speak Limbic – Wirkungsvoll präsentieren*, das im Juli 2009 im BusinessVillage Verlag erschienen ist.

Natürlich freue ich mich auch über Ihr Feedback. Sie erreichen mich über den Verlag

Ihre

Anita Hermann Ruess

Weitere Bücher von Anita Hermann-Ruess

Anita Hermann-Ruess
ad hoc präsentieren
Kurz, knackig und prägnant
argumentieren und überzeugen
Erscheint im Herbst 2012

208 Seiten; 21,80 Euro
ISBN 978-3-86980-187-2; Art.-Nr.: 899



Anita Hermann-Ruess
**Speak Limbic –
Wirkungsvoll präsentieren**
Präsentationen effektiv vorbereiten,
überzeugend inszenieren und erfolgreich
durchführen
2. Auflage 2009

130 Seiten; 21,80 Euro
ISBN 978-3-938358-27-6; Art.-Nr.: 625

Anita Hermann-Ruess
**Wirkungsvoll präsentieren – Das Buch
voller Ideen**
Rhetorik-Highlights, Argumente,
Formulierungen und Methoden für
emotionale Präsentationen
1. Auflage 2010

456 Seiten; 29,80 Euro
ISBN 978-3-86980-075-2; Art.-Nr.: 846



**Mit frischen
Präsentationsstrategien
auf die Überholspur**



Wenn Sie wirklich gut präsentieren lernen möchten, dann ist es wichtig, sich von den Irrtümern heutiger Präsentationen zu befreien und die ausgetretenen Pfade zu verlassen. Sie fahren heute auch keinen Golf der ersten Generation mehr. Warum also nicht auch in der Präsentationstechnik innovative, effektive und erfolgreichere Strategien anwenden? Warum nicht mit einem schnellen, kraftvollen Flitzer auf die Überholspur wechseln? Inzwischen hat sich viel getan, auch in der Rhetorik. Vor allem die Gehirnforschung liefert uns täglich neue Erkenntnisse darüber, was in den Köpfen der Menschen vor sich geht. Dieses noch wenig bekannte Wissen gilt es zu nutzen um die Präsentation zielgenau auf die anwesenden Zuhörer auszurichten. Inzwischen hat auch die Präsentationstechnologie Fortschritte gemacht. Beamer und PowerPoint haben unsere Präsentationen jahrelang dominiert – und sind gerade dabei, wieder auf ein gesundes Maß zurechtzuschumpfen und ihren Platz als ausgezeichnetes Hilfsmittel einzunehmen. Das Wirkungsvollste aus Rhetorik, Gehirnforschung und Präsentationstechnik bilden die drei Säulen für Ihren Erfolg im **Konzept „Speak Limbic!“**

Die **Rhetorik** ist eine empirische Wissenschaft. Sie beobachtet seit 2500 Jahren die Praxis und beschreibt, was funktioniert und was nicht funktioniert. Daraus leitet sie dann Regeln und Methoden ab. Die zweite Säule bildet die moderne **Gehirnforschung**, vor allem das Modell der „limbischen Instruktionen“ von Hans Georg Häusel und die Denkstilanalyse von Ned Herrmann. Die Gehirnforschung schaut den Menschen in die Köpfe und ergündet, welche Menschentypen es gibt, wie diese Informationen aufnehmen, verarbeiten und zu Entscheidungen kommen. Wir wissen heute, dass es unterschiedliche „Gehirntypen“ gibt und wie sich diese unterscheiden. Das bedeutet: Es gibt auch vier sehr unterschiedliche Präsentationsstile, die Präsentierende kennen sollten,

wenn sie Erfolg haben wollen. Die dritte Säule bildet die **Präsentationstechnik**: Beamer, Laptop, Multimedia bestimmen heute unser Bild von Präsentationen – und immer mehr kritische Stimmen werden angesichts der langweiligen Folienschlachten laut. Irrtum PowerPoint? Chance und Risiko zugleich. Wie können wir die technischen Möglichkeiten intelligent und kreativ nutzen, ohne uns ihnen auszuliefern? Doch welche sinnvollen Alternativen zu langweiligen und einschläfernden PowerPoint-Präsentationen gibt es?

Lassen Sie uns gemeinsam bessere Wege in die Köpfe und zu den Emotionen Ihrer Zuhörer entdecken. Doch vorher stellen wir uns die Frage, warum eigentlich so viele Präsentationen scheitern.

Zwei grundlegende Irrtümer heutiger Präsentationspraxis



1. Irrtum PowerPoint: In Folienschlachten gibt es keine Sieger

Kaum ein Medium eignet sich besser dazu, seine Zuhörer in Trance zu reden, als das Duo Beamer und PowerPoint. Eine Technik, die ursprünglich dazu diente, uns Präsentierenden das Leben zu erleichtern, hat sich – vielleicht genau aus diesem Grund – verselbstständigt. Sie öffnet PowerPoint und zählt in Stichworten alles auf und gliedert es ein wenig. Das geht schnell und ist einfach – und ist deshalb so verlockend. Solange Ihre Mitbewerber auch so präsentieren und Ihre Teilnehmer nur diesen Standard kennen, können Sie so weitermachen ohne große Verluste, denn im freien Wettbewerb reicht es, wenn man nur ein bisschen besser ist als der Mitbewerber oder der Meinungsgegner.

Kennen Sie diese Situation? Sie sitzen als Teilnehmer in einer Präsentation. Der Raum: leicht abgedunkelt. Leise summt der Beamer. Vorne: ein Mensch. Er hantiert mit Kabeln und Steckern. Um Sie herum: Kollegen, Ihre Vorgesetzten. Die schenken sich Kaffee ein und lehnen sich skeptisch und verschlossen zurück. Mitten ins Gemurmel beginnt der Mensch dort vorne seine Präsentation. Auf einer leuchtenden großen Leinwand steht: „Herzlich willkommen!“ Er schaut die Wand an und wiederholt, was Sie schon längst gelesen haben: „Herzlich willkommen“. Die Teilnehmer sinken noch tiefer in ihre Stühle. Was jetzt kommt, Sie ahnen es: die professionelle Aufzählungs-Folienschlacht. Prima strukturiert, mit perfekten Bildern, Animationen, sogar mit Video und 3D-Grafiken. Mit viel Text, mit vielen Vorteilen, mit anscheinend hohem Nutzen für Sie und Ihre Kollegen und Vorgesetzten. Mit einem von einer renommierten Werbeagentur gestalteten Master. Die Folie blendet langsam ein, dehnt sich aus und zieht sich beim Ausgang wieder zusammen, während im Halbdunkel eine monotone Stimme die Charts mit den vielen Aufzählungen abliest,

den Blick starr auf die leuchtenden Folien gerichtet. Eine Folie löst die andere ab: 10...20...30 Folien. Sie nutzen die Zeit, um sich von Ihrem anstrengenden Berufsalltag zu erholen, und dösen mit geöffneten Augen. Was unser Präsentator leider nicht bemerkt – kehrt er Ihnen und Ihren Kollegen doch hauptsächlich seinen Rücken zu.

Die Diskussion danach ist hart: Kritische Fragen werden laut, Vorbehalte geäußert, Entscheidungen vertagt. Das kostet Zeit, das kostet Nerven, das kostet Geld. Oder, wenn es sich um eine Akquise-Präsentation handelte: Das kostet Aufträge! Ein Teufelskreis, der nicht nur unseren Präsentierenden schädigt, sondern ganze Unternehmen, die ganze Volkswirtschaft.

Folienschlachten kann keiner gewinnen. Weder Sie noch Ihre Zuhörer – höchstens Ihr Wettbewerber oder Meinungsgegner. Da sich in letzter Zeit viele Foren, Experten und sogar MicroSoft kritisch zu einseitigen PowerPoint-Aufzählungs-Präsentationen geäußert haben, wird es immer mehr Unternehmen und Präsentierende geben, die anders präsentieren werden. Das bedeutet für Sie: schaffen Sie sich heute schon Vorsprung gegenüber denjenigen, die noch nicht gehirntypgerecht präsentieren.

2. Irrtum: Eindimensionale Rhetorik oder Das Gießkannenprinzip

Die oben beschriebene „professionelle Folienschlacht“ hat noch einen gravierenden Nachteil. Wahlos werden Vorteile und Nutzen des Angebots in Stichworten aufgezählt. Je mehr Argumente wie mit einer Gießkanne über die Teilnehmer gegossen werden, desto besser. Doch so funktioniert der Überzeugungsprozess nicht! Ganz im Gegenteil. Viele Argumente machen angreifbar, unter vielen Argumenten ist immer ein

schwaches dabei, viele Argumente machen die Präsentation unkontrollierbar. Und viele Argumente ermüden.

Besser ist es, mit wenigen, aber **passenden und somit treffenden** Argumenten auszukommen. Diese sollten mitten ins Herz (in der Sprache der Gehirnforschung: mitten ins Werte- und Emotionssystem) Ihrer Teilnehmer treffen. Gute Präsentatoren kommen mit wenigen Argumenten aus! In der Vorbereitung überlegen sie sehr lange, welches genau das eine Argument sein wird, mit dem sie überzeugen werden.

Konstantin Wecker erzählte in der Talkshow „Nachtcafé“ des SWR, dass viele Menschen ihn überzeugen wollten, keine Drogen mehr zu nehmen. Doch er empfand sie alle als langweilige Spießer. Doch dann hat ein einziger Satz seiner Mutter ihn zur Umkehr bewegt. Sie sagte „Wie kann ein Mensch, dem Freiheit so viel bedeutet, sich von einem Stoff so abhängig machen?“

Die Mutter hat genau die richtige Taste auf der Klaviatur der Werte und Emotionen getroffen, indem sie den höchsten Wert und den höchsten Anti-Wert Ihres Sohnes zum Anklingen brachte: Freiheit und Abhängigkeit. Und ähnlich wie die unsichtbaren Schwingungen der Musik breiten sich solche Sätze in uns Menschen aus: sie wirken mächtig über unsere Jahrmillionen alten limbischen Instruktionen. Mit nur einem einzigen Satz!

Vorgehensweise: Visualisierung einer Präsentation

3

1. Erst die Strategie

Bevor Sie mit der endgültigen Gestaltung Ihrer Visualisierungen beginnen, ist es wichtig, über die Strategie nachzudenken:

- Welche komplexen Zusammenhänge wollen Sie visualisieren?
- Wer braucht visuelle Überzeugungsmittel? Das heißt: Wo können Sie Bilder als Argumente einsetzen? Ihre Teilnehmer können sehen, dass Ihre These (Kernbotschaft) stimmt.
- Welche Überzeugungsmittel wollen Sie visualisieren?
- Welcher Redestil schätzt welche Visualisierungen?
 - Der logische Redestil: zum Beispiel Tabellen; Zahlengrafiken; Funktionsdarstellungen
 - Der strukturierte Redestil: zum Beispiel Abläufe; Struktogramme; Organigramme
 - Der gefühlvolle Redestil: zum Beispiel Bilder von Menschen; humorvolle Bilder
 - Der experimentelle Redestil: zum Beispiel Überblicksdarstellungen; ästhetisch ansprechende Bilder; visualisierte Analogien
- Welche emotionalen Aussagen Ihrer Kernbotschaften können Sie über Bilder emotional verstärken?

2. Dann das Konzept

Skribbeln Sie Ihr Konzept. Benutzen Sie hierzu die oberen leeren Bereiche der Notizenseiten Ihres Manuskriptes und einen Bleistift. Wählen Sie das passende Medium. Hierzu ein paar Beispiele:

- **Flip-Chart:** wirkt dynamisch und auflockernd, vor allem wenn Sie spontan zeichnen
- **Tisch-Flip:** schafft Nähe; funktioniert auch wenn Technik versagt (zum Beispiel Stromausfall, kein Beamer) oder wenn Ihre Teilnehmer keine Beamerpräsentation wünschen
- **Moderationswand:** wirkt strukturiert und ordentlich
- **Plakate:** wirken professionell und verankern Botschaft im Gedächtnis
- **PowerPoint:** wirkt professionell; kann Abläufe animieren; kann ins Internet

Es gibt Medien, mit denen Sie Ihre Botschaften für die gesamte Dauer der Präsentation visualisieren. Das sind zum Beispiel Flip-Charts, Plakate, Moderationswände. Die eignen sich für die Botschaften, die permanent sichtbar sein sollen, zum Beispiel Tagesordnungspunkte oder sehr wichtige Zusammenhänge. Dann gibt es flüchtige Medien wie zum Beispiel Beamer, Overheadprojektor. Diese zeigen Ihre Botschaft nur für kurze Dauer (ohne zu stören). Beachten Sie auch hier: Was sollten Sie permanent sichtbar visualisieren und was nicht?

3. Zum Schluss die Ausgestaltung

Dann erst gestalten Sie die endgültigen Anschauungsmittel so, wie Ihre Teilnehmer sie sehen werden. Wählen Sie ein einheitliches Design pro Kernbotschaft – schließlich schätzen unterschiedliche limbische Codierungen auch unterschiedliche Formen und Farben (Häusel: 2004, Seite 179 f.).

Designpräferenzen (erweitert nach Häusel):

Design für den logischen Redestil: „Form follows function“

- Klare geometrische Formen, auf die Funktion reduziert
- Keine Abweichung von der Minimalform (keine Schnörkel)
- Mit einem Ausdruck von Kraft und Stärke
- Farben: rot/schwarz/blau/grau/matt glänzendes Metall
- Wenige, aufeinander abgestimmte Farben
- Fotos: Bilder, die sein limbisches Emotions- und Wertesystem spiegeln (Stärke, Urbanität, Status)

Design für den strukturierten Redestil: „Tradition und Konvention“

- Gewohnte Farb- und Formenwelt
- Das, was gerade modern ist
- Farben: grün/braun/gedämpft/was gerade in ist – aber nicht flippig
- Solide Materialien
- Klassisch-gediegen-stilvoll
- Einfach-praktisch-schlicht
- Fotos: Bilder, die sein limbisches Emotions- und Wertesystem spiegeln (zum Beispiel Bilder von Details, die Sorgfalt und Sicherheit ausdrücken; Fotos von allen Generationen, zum Beispiel

der Gründer mit dem Enkel auf dem Schoß; vorher Hölle – nachher Himmel-Fotos)

Design für den gefühlvollen Redestil: „Wärme und Menschlichkeit“

- Weichere, rundere, verspieltere Formen
- Warme Farben
- Naturholz; Naturmaterialien
- Kleine verspielte Accessoires
- Wohlproportioniertes; harmonische Formen und Maße
- Stilvoll schön; geschmackvoll; ansprechend
- Fotos: Bilder, die sein limbisches Emotions- und Wertesystem spiegeln (mit sympathischen Menschen, das ganze Team, Kinder, Natur, Humor)

Design für den experimentellen Redestil: „ Anders als die anderen!“

- Farben, Formen, Stile kreativ mixen
- Individualität, Einzigartigkeit
- Neue Trends; Außergewöhnliches; noch nie Dagewesenes
- Laute, starke, ausgefallene Formen
- Farben: spezielle Kombinationen, eher schrill
- Fotos: Bilder, die sein limbisches Emotions- und Wertesystem spiegeln (originelle Motive; eigenwillige Schnitte; ausgefallene Perspektiven)

Wichtig: Wechseln Sie nicht innerhalb einer Kernbotschaft das Design. Wählen Sie zum Beispiel entweder Clip-Arts oder Fotos aus. Wenn Sie sich für Fotos entscheiden, dann nur aus einer Serie.

**PowerPoint ganzheitlich,
zweckmäßig und
überzeugend einsetzen**



PowerPoint ist ein Computerprogramm mit der Funktion, Ihnen die Arbeit zu erleichtern. PowerPoint soll Sie unterstützen und nicht Ihnen die Show stehlen. Sie haben es dann richtig eingesetzt, wenn niemand darüber spricht! Wenn es wie selbstverständlich seinen Platz in Ihrer Gesamtinszenierung einnimmt, sie jedoch nicht dominiert. Wenn ich von ganzheitlicher PowerPoint-Anwendung spreche, meine ich das Zusammenspiel der vier Ansichten: Normal (Folien: Visualisierung); Foliensortierung (Struktur und Gliederung), Notizenseiten (Manuskript) und Bildschirmpräsentation (Live-Auftritt). (Atkinson: 2005). Außerdem stehen Ihnen beim Ausdrucken noch die Optionen Handzettel und Gliederungsansicht zur Verfügung. Ebenfalls ganzheitlich ist das Zusammenspiel mit anderen Office-Programmen – so können Sie ganz einfach Zahlen aus Excel-Tabellen oder Texte aus Word-Dokumenten importieren. Über das Internet sind Sie mit Datenbanken, Fotodiensten und natürlich Millionen anderen Computern vernetzt. Sie können Ihre Präsentation einfach und leicht verschicken, auf Ihre Homepage stellen oder als Unterlagen für Ihre Teilnehmer ausdrucken. Sie können mit Ihrem Team gemeinsam an einer Präsentation arbeiten, schnell und einfach Änderungen durchführen und Teile davon in zukünftige Präsentationen mühelos einfügen.

Sie haben während der Vorbereitung Ihrer Präsentation schon Bekanntschaft mit dieser ganzheitlichen PowerPoint-Methode gemacht, als Sie Ihr Manuskript auf den Notizenseiten herstellten.

Multimedia-Learning: Wissenschaftliche Erkenntnisse

Jetzt erhalten Sie noch die wichtigsten Regeln zur Gestaltung von PowerPoint-Folien. Ich beziehe mich auf neueste wissenschaftliche Erkenntnisse (Atkinson/Mayer: 2004), die meine praktischen Erfahrungen

mit PowerPoint bestätigen. Richard E. Mayer ist Professor an der University of California und erforscht seit 1975, wie Lernen mit Multimedia am besten funktioniert (Mayer 2001). Hier seine wichtigsten Erkenntnisse, die er mit Atkinson zusammen auf PowerPoint übertragen hat.

Die Atkinson/Mayer-Regeln für PowerPoint

MERKE

1. **Das Kohärenzprinzip.** Menschen lernen besser, wenn alle irrelevanten Informationen weggelassen werden.

2. **Das Multimediaprinzip.** Menschen lernen besser über eine Kombination von Text und Bild als über Text allein.

3. **Das Redundanzprinzip.** Menschen lernen besser, wenn der Text nur gesprochen wird und nicht gesprochen und gleichzeitig von der Projektionsfläche abgelesen werden muss.

4. **Das Signalisierungsprinzip.** Menschen lernen besser, wenn Informationen mithilfe klarer inhaltlicher Gliederungen und aussagekräftiger Überschriften präsentiert werden.

5. **Das Segmentierungsprinzip.** Menschen lernen besser, wenn Informationen portionsweise präsentiert werden.

6. **Das Modalitätsprinzip.** Menschen lernen besser durch eine Kombination aus Animation und Gesprochenem als durch eine Kombination von Animation und geschriebenem Text auf der Folie.

Lassen Sie uns nun die Ergebnisse der Wissenschaft für Ihre Präsentation nutzen:

1. Das Kohärenzprinzip

Menschen lernen besser, wenn alle irrelevanten Informationen weglassen werden.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

- Leerer weißer Folienmaster
- Leerer Folienhintergrund, kein Logo, kein Datum, kein Textlayout. Nichts, außer einem Platzhalter für Titel und einem Platzhalter für Visualisierungen
- Einfache Schriften, keine Schnörkel – das heißt serifenlose Schriften.

Vorteile für das limbische Präsentationskonzept:

Der Master enthält wenig Design – passt so als Grundlage für jeden Redestil.

2. Das Multimediaprinzip

Menschen lernen besser über eine Kombination von Text und Bild als über Text allein.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

Suchen Sie Bilder und Metaphern, die Ihren Text unterstützen.

3. Das Redundanzprinzip

Menschen lernen besser, wenn der Text nur gesprochen wird und nicht gesprochen und gleichzeitig von der Projektionsfläche abgelesen werden muss.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

Texte gehören nicht auf Folien, sondern auf Ihr Manuskript. Visualisiert werden nur Bilder und Grafiken. Der Text wird von Ihnen synchron zur Visualisierung gesprochen.

4. Das Signalisierungsprinzip

Menschen lernen besser, wenn Informationen mithilfe klarer inhaltlicher Gliederungen und aussagekräftiger Überschriften präsentiert werden.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

Geben Sie Ihren Folien aussagekräftige Titel, so als ob sie die Überschrift eines Zeitungsartikels wären. Also statt: „Das Problem“ besser „Die Pharmaindustrie durchquert heute ein Meer an Veränderungen“.

5. Das Segmentierungsprinzip

Menschen lernen besser, wenn Informationen portionsweise präsentiert werden.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

Überladen Sie Ihre Folien nicht. Pro Folie nur eine Information. Überprüfen Sie immer wieder in der Ansicht „Gliederung“, ob Ihre Präsentation in mundgerechte Häppchen portioniert ist. Lieber eine Folie mehr einbauen als Folien überladen.

6. Das Modalitätsprinzip

Menschen lernen besser durch eine Kombination aus Animation und Gesprochenem als durch eine Kombination von Animation und geschriebenem Text auf der Folie.

Das bedeutet für Ihre Präsentation:

Animationen veranschaulichen Ihren Text. Sie werden nicht spielerisch eingesetzt. Jedes einzelne visuelle Element, das animiert auf der Folie auftaucht, wird von Ihnen kommentiert. Wenn zum Beispiel drei Pfeile nacheinander erscheinen, da sie drei Phasen darstellen, dann zeigen Sie nur die Pfeile und erklären deren Bedeutung mündlich. Animation und Erklärung werden synchron präsentiert und nicht sukzessive.

Abschied von „Bullet-Charts“

5

Zurzeit nimmt die Präsentationswelt Abschied von den langweiligen Aufzählungsfolien, den sogenannten Bullet-Charts (weil die Aufzählungszeichen aussehen wie die Einschusslöcher von Gewehrkugeln – bullet bedeutet englisch Einschussloch). Die zusammenhanglose Visualisierung von Satzfragmenten ist out! Sie sprechen keinen einzigen limbischen Typ wirklich an. Kein Redestil braucht visualisierte Textsplitter.

Ich weiß aus meinen Trainings, dass „Bullet-Charts“ beliebt sind. Weil sie schnell zu produzieren sind. Sie öffnen PowerPoint und zählen in Stichworten alles auf und gliedern es ein wenig. Das geht schnell und ist einfach – und ist deshalb so verlockend. Solange Ihre Mitbewerber auch so präsentieren und Ihre Teilnehmer nur diesen Standard kennen, können Sie so weitermachen ohne große Verluste, denn im freien Wettbewerb reicht es, wenn man nur ein bisschen besser ist als der Mitbewerber oder der Meinungsgegner. Wichtig ist, dass Kosten und Nutzen in einer ausgewogenen Relation sind. Wenn Sie zum Beispiel Ihr Produkt auf einer Messe vorstellen, dann empfiehlt es sich, mit professionellen Bildagenturen zusammenzuarbeiten oder sogar mit einer Werbeagentur. Wenn Sie vor Kunden präsentieren, lohnt es sich, mit der hauseigenen Marketingabteilung Kontakt aufzunehmen. Wenn Sie eine Präsentation oft präsentieren werden, lohnt es sich, in professionelles Material zu investieren. Wenn Sie jedoch schnell vor Ihrem Team den Status Ihres Projekts präsentieren, dann ist es viel wichtiger, effektiv zu arbeiten und schnell Ergebnisse zusammenzustellen. Wägen Sie ab und entscheiden Sie, wo auf der Skala zwischen Effektivität und Professionalität Ihre Präsentation liegen soll. Noch eine pragmatische Empfehlung: Sie müssen die Textfolien nicht von heute auf morgen aus Ihrem Repertoire entfernen. Das würde zu Überforderungen auf allen

betrieblichen Ebenen führen. Suchen Sie nach und nach andere Überzeugungsmittel, wechseln Sie nach und nach Textfolien gegen andere Inszenierungen aus. Wählen Sie das Tempo aus, das Ihnen und Ihrer Branche entspricht.

Weitere Bücher für Ihren Erfolg

Constantin Sander
Change – Bewegung im Kopf
Ihr Gehirn wird so, wie Sie es benutzen
3., überarbeitete Auflage 2012

256 Seiten; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-177-3; Art.-Nr.: 881



Wolf Ehrhardt
Ich mache doch, was ich nicht will
Wie wir täglich manipuliert werden, und
wie wir uns dagegen wehren können
1. Auflage 2011

256 Seiten; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-139-1; Art.-Nr.: 864

Winfried Neun
**Warum es uns so schwerfällt,
das Richtige zu tun**
Die Psychologie der Entscheidungen
1. Auflage 2011

208 Seiten; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-112-4; Art.-Nr.: 857



Jan Sentürk
Positive Körpersprache
Entdecke die Sprache des Lebens
2. Auflage 2011

192 Seiten; 17,90 Euro
ISBN 978-3-86980-061-5; Art.-Nr.: 833



Weitere Bücher für Ihren Erfolg

Hans Eigenmann
KLARTEXT!
Wie uns Kommunikation gelingt
1. Auflage 2011

232 Seiten; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-119-3; Art.-Nr.: 853



Valentin Nowotny
Die neue Schlagfertigkeit
Schnell, überraschend und sympathisch
1. Auflage 2009

232 Seiten; 24,80 Euro
ISBN 978-3-938358-97-9; Art.-Nr.: 698

Anita Hermann-Ruess
**Wirkungsvoll präsentieren –
Das Buch voller Ideen**
1. Auflage 2010

456 Seiten; 29,80 Euro
ISBN 978-3-86980-07-5; Art.-Nr.: 846



Sonja Ulrike Klug
**Konzepte ausarbeiten – schnell und
effektiv**
Tools und Techniken für Pläne, Berichte,
Bücher und Projekte
5. Auflage 2012

125 Seiten; 21,80 Euro
ISBN 978-3-938358-82-5; Art.-Nr.: 772



Expertenwissen auf einen Klick



Gratis Download: MiniBooks – Wissen in Rekordzeit

MiniBooks sind Zusammenfassungen ausgewählter BusinessVillage Bücher aus der Edition PRAXIS.WISSEN. Komprimiertes Know-how renommierter Experten – für das kleine Wissens-Update zwischendurch.

Wählen Sie aus mehr als zehn MiniBooks aus den Bereichen: **Erfolg & Karriere, Vertrieb & Verkaufen, Marketing und PR.**

→ www.BusinessVillage.de/Gratis



BusinessVillage
Update your Knowledge!

Verlag für die Wirtschaft