

Präsentation tötet Werbespot!

Jährlich sterben unzählige Ideen grundlos und grausam.

So starben in Deutschland nach offiziellen Angaben im vergangenen Jahr 7013 Ideen!

Grund sind eklatante Mängel in der Präsentationsvorbereitung, schlechte, überladene PowerPoint-Präsentationen. Doch angesichts des riesigen Konkurrenzdrucks geht manchen Agenturen die Luft aus und der Präsentationsdruck steigt.

Präsentationen in Deutschland gelten als die langweiligsten der Welt. Nirgendwo sonst schlafen so viele Zuhörer in abgedunkelten Konferenzräumen, trotz mehrerer Liter Kaffee, ein.

Und die Gefahren werden ignoriert!

Ein Team von zehn Mitarbeitern (darunter Kreative, Berater und Planner) arbeiten insgesamt durchschnittlich 1200 Stunden unter Hochdruck bis die Kampagnenidee steht. „Da kommen schon mal schnell Kosten in Höhe eines Mercedes Mittelklassewagens auf die Agentur zu“, so der Chief Financial Officer einer Agentur, der nicht genannt werden will.

„Die Präsentationen werden in der Nacht vorher fertig, von einem Probedurchgang können wir nur träumen. In der Präsentation wird die Strategie möglichst verwirrend präsentiert und die Pappen einfach umgedreht und dazu erzählt, was man eh schon sieht“, so ein Agenturmitarbeiter, der ebenfalls anonym bleiben will.

Wir haben zu diesem Thema einen Ex-Agenturmitarbeiter befragt, der unbedingt genannt werden will: Jörg Blömeling (34), Geschäftsführer von Neue-Kommunikative, dem Präsentations- und Rhetorik-Trainingsunternehmen, das sich auf Werbeagenturen spezialisiert hat.

Neue: Herr Blömeling, was macht Ihr Präsentationstraining besonders?

Blömeling: Wir bieten den Agenturen die Rhetorik-ACADEMY. Das Tagesseminar allein reicht nicht aus! Nach dem Motto „Präsentieren lernt man nur durch Präsentieren“ können die Mitarbeiter z. B. alle zwei Wochen in der Agentur an ihren rhetorischen Fähigkeiten feilen und Präsentationstechniken trainieren. Natürlich unter professioneller Anleitung.

Neue: Für wen haben Sie das Programm schon durchgeführt?

Blömeling: McCann Erickson, Saatchi & Saatchi, OgilvyOne, Publicis-Sasserath ...

Neue: Woran erkennt man eine gute Präsentation?

Blömeling: Sie ist wie gute Werbung – **einfach, exakt** und **einfallsreich**. Die Idee muss einfach auf den Punkt gebracht und erlebbar gemacht werden. Eine gute Präsentation ist ein genauso kreativer Prozess wie die Entwicklung der Kampagne selbst.

Neue: Haben Sie Angst, dass noch mehr unschuldige Ideen sterben müssen?

Blömeling: Es ist ein Wettlauf mit der Zeit – die Überlebenschancen einiger Ideen sind ziemlich schlecht. Wir wollen gemeinsam mit den Agenturen möglichst viele Ideen vor dem Fall in die Bedeutungslosigkeit bewahren.

Fazit: Die Idee muss einfach auf den Punkt gebracht und erlebbar gemacht werden. Alles Weitere unter: Neue-Kommunikative – Tel.: 0761-47 97 237 oder bloemeling@neue-kommunikative.de.