

## Kreative Ideen richtig präsentieren

**Jeder, der im Bereich Marketing oder Kommunikation tätig ist, kennt die Situation: Die Werbeagentur hat ein paar kreative Ansätze vorgelegt und nun ist es an Ihnen, diese Ideen intern weiter zu verkaufen und Ihre Kollegen oder Ihren Chef davon zu überzeugen.**

**Im Folgenden möchten wir Ihnen ein paar Tipps mit auf den Weg geben, wie Sie mit der richtigen Präsentation dafür sorgen können, dass kreative Ideen auch eine entsprechend professionelle Beachtung bei den Entscheidern in Ihrem Unternehmen finden:**

Generell gilt natürlich: die Agentur sollte Ihre Ergebnisse selbst präsentieren. Das gilt auch und besonders für Vorstands- / oder Geschäftsführungspräsentationen. Indem die Agentur selbst vor wichtigen Entscheidern Ihres Unternehmens auftritt, bekommt sie auch ein besseres Ansehen. Gehen Sie dabei jedoch immer sicher, dass der Agentur die branchen- und unternehmensinternen Sensibilitäten bekannt sind. Teilen Sie Ihrer Agentur daher genau mit, was die spezifischen *do's and don'ts* für die Präsentation sind, damit es nicht letztendlich am Umgang scheitert und eine gute kreative Idee dadurch schon im Vorfeld zum Scheitern verurteilt ist. Auch auf einzelne Teilnehmer und deren Erwartungshaltung sollte die Agentur vorbereitet sein. Natürlich sollten Sie Ergebnisse im Vorfeld einer internen Präsentation immer persönlich prüfen, bevor der Führung Ihres Unternehmens etwas präsentiert wird. Denn schließlich sind Sie der Spezialist, der für die Arbeit der Agentur gerade stehen muss. Tun Sie das nicht, stehen Sie sonst eventuell selbst unvorbereitet in der Schusslinie.

Sollten Sie aus internen Gründen jedoch einmal selbst präsentieren müssen, muss Ihnen klar sein, dass sich kreative nicht einfach so verkaufen. Gerade bei diesem Thema spielen häufig Sensibilitäten und Eitelkeiten eine Rolle, die eine gute Idee schnell ins Wanken bringen können. Um solche Faktoren von Vorne herein auszuschließen, kann Ihnen die folgende Checkliste helfen, ein besseres Ergebnis zu erzielen:

- Prüfen Sie, dass die kreativen Ergebnisse inhaltlich und formal dem Briefing entsprechen.
- Überlegen Sie sich, ob sie Ihre Kollegen mit den Ideen begeistern werden.
- Prüfen Sie auch kritisch, aus Ihrem und dem Blickwinkel des Publikums, die Wichtigkeit der Präsentation und Ihre Fähigkeiten überzeugend zu präsentieren:
  - Was wird erwartet?
  - Welche Art von Präsentator wird erwartet?
  - Wie viel wird Ihnen, der Agentur und dem kreativen Produkt an Vertrauen und Aufmerksamkeit geschenkt?
  - Wie wichtig ist die Kampagne / das Werbemittel?
  - Gibt es Druck von irgendeiner Seite?
  - Welche Ausprägung wird von der Kreation in der Präsentation erwartet – Layout oder fertig gestaltet, Scribble oder Dummy?
- Ist es eine sehr wichtige Präsentation, empfiehlt es sich, vor einem wohlgesonnenen Kollegen zu üben, der möglichst kritische Fragen stellen sollte.
- Versuchen Sie, die Präsentation in vertrauter Umgebung zu halten, damit Sie auf alle Rahmenbedingungen am besten Einfluss nehmen können.
- Wenn Sie zum Termin erscheinen, sorgen Sie dafür, dass alles was Sie benötigen an seinem Platz ist und funktioniert, und dass genug Platz vorhanden ist, um herum zu laufen.

- Versuchen Sie, bevor Sie in die Präsentation einsteigen, die Gefühlslage der Anwesenden zu testen: Stress, Ablehnung, Zeitdruck, Aufgeschlossenheit, etc.
- Versuchen Sie, das Eis zu brechen, indem Sie eine Einführung mit etwas Small-Talk verbinden, Getränke anbieten und zur aktiven Teilnahme animieren.
- Sprechen Sie im Vorfeld über die grobe Gliederung der Präsentation und den benötigten Zeitrahmen. Bei großen Präsentationen sollten Sie vorab eine Agenda an alle Teilnehmer verschicken.
- Die Gliederung könnte sich so anhören:
  - Rückblick auf das Briefing und weitere Hintergrundinformation
  - Die kreativen Prämissen und die Markterkenntnisse
  - Die kreative Annäherung an die Idee
  - Die Konzeptpräsentation
  - Was hat das Konzept von den Vorgaben erreicht – Checkliste
  - Fragen zum Konzept
  - Die nächsten Schritte
- Um erfolgreich zu präsentieren, müssen Sie für gespannte Aufregung sorgen, jedoch nicht übertreiben.
- Legen Sie die Dinge, die Sie zum Präsentieren benötigen, offen aus, so dass sie von allen gesehen werden können.
- Konzentrieren Sie sich nicht nur auf die Entscheidungsträger, aber halten Sie guten Blickkontakt.
- Gehen Sie durch die Punkte Ihrer Präsentation, indem Sie selbstsicher eine Geschichte erzählen, an die Sie fest glauben.
- Bevor sie präsentieren, müssen Sie diese Geschichte auseinandernehmen, lernen und erforschen. Demonstrieren Sie Ihr vollstes Verständnis, Ihre Leidenschaft und Ihren Glauben an das, was Sie präsentieren.
- Geben Sie Ihren Kollegen die notwendige Zeit, Konzepte zu verstehen und Ideen aufzunehmen. Wenn Ideen stofflich sind, lassen Sie die Produkte herumreichen und anfassen.
- Gehen Sie alle Unklarheiten durch: Logistik, Kosten, Produktion, etc.
- Auch wenn Sie nicht alle Antworten parat haben, lassen Sie nichts unerwähnt und im Unklaren, und reichen sie fehlende Informationen und Antworten umgehend nach.
- Übergeben Sie am Ende der Präsentation Informationen und die Ideen, damit sie verteilt und weiter besprochen werden können. Im einfachsten Fall sind das Kopien der Ideen. Wenn die Situation etwas Professionelleres verlangt, sollte ein ganzes Packet hinterlassen werden. Darin sollten Fragen und Antworten zur Präsentation zu finden sein, die Idee und die Herleitung, das ursprüngliche Briefing und weitere Hintergrundinformationen.