

19. Presenteren met effect – Essentie van Leiderschap

19.1 Essentie

Aristoteles wist het al, ver voor de geboorte van Christus: wanneer je een publiek daadwerkelijk wilt overtuigen of boeien draait het niet zozeer om de inhoud maar om de presentatie daarvan. Twee verschijnselen spelen hierbij een cruciale rol, 'ethos' en 'pathos'. Ethos betekent letterlijk 'karakter' of 'persoonlijkheid'. Tegenwoordig vertalen we dat met 'uitstraling' of 'imago'. Volgens Van de Geer (2001) zijn mensen met een sterke uitstraling geloofwaardiger. Het is daarom van belang dat de spreker die een presentatie geeft, gelooft in wat hij vertelt en weet waar hij over praat. Als dat het geval is zal hij ook uitstralen dat hij kennis van zaken heeft en zelfverzekerd is wat betreft zijn thema. Een goede uitstraling begint bij passie voor het onderwerp. Het verhaal moet een spreker aan zijn hart gaan, het moet hem interesseren. Maar passie alleen is niet voldoende, een goede voorbereiding is onmisbaar. Zo bedenkt een spreker van tevoren precies wat hij wil overbrengen en met welk doel hij dit doet. Daarnaast brengt hij van tevoren een duidelijke structuur in zijn presentatie aan. Gedegen voorbereiding is dan ook een van de belangrijkste basisregels bij presenteren.

Waar ethos betrekking heeft op de presentatie van de *persoon zelf*, gaat pathos over het inspelen op de emoties van het *publiek*. Een spreker wil zijn luisteraars écht raken, overtuigen en tot nadenken aanzetten. U zult u als spreker dus moeten verdiepen in de toehoorders en u kunnen inleven in hun wereld. Wie is mijn publiek?, wat is het (opleidings)niveau?, hoe bekend zijn zij met het onderwerp?, hoe kijken zij tegen het onderwerp aan? Allemaal zaken waar u rekening mee moet houden, wilt u de toehoorders kunnen boeien en hun aandacht vasthouden. Daarbij is het uitermate belangrijk dat een spreker spanning weet op te bouwen en zo zijn luisteraars mee voert in wat hij vertelt. Dit verkleint de kans dat het publiek 'afhaakt'. Echt contact maken doet een spreker door zich open op te stellen, zijn toehoorders aan te kijken en actief te zoeken naar interactie. Dat vraagt van hem wel dat hij onbevangen en kwetsbaar voor een zaal durft te staan en zijn vooraf bedachte structuur op momenten los kan laten.

Hoe waardevol zijn de inzichten van de oude Grieken nu nog? Wij zijn ons steeds meer gaan verschuilen achter technische hulpmiddelen zoals PowerPoint en overheadprojector. Een extreem toekomstbeeld zou kunnen zijn dat er helemaal geen spreker meer is en dat alleen de slidepresentatie wordt afgespeeld op een groot projectiescherm. Bij de generatie van nu (de generatie die houdt van zappen en veel visuele en audiovisuele prikkels krijgt toegediend) zou dat wel passen. Maar zeg nou eerlijk, wie heeft iemand ooit horen zeggen: 'Ik heb nou toch een interessante sheetpresentatie gezien...'? Nooit waarschijnlijk. (Akkerma, 2002) De vraag naar het gesproken woord zal altijd blijven bestaan en de lessen van Aristoteles hebben niets aan waarde verloren. Presenteren is en blijft mensenwerk. Zorg daarom dat u als spreker daadwerkelijk aansluiting vindt bij uw publiek en dat u een goede uitstraling hebt.

19.2 Case

U bent student en loopt de collegezaal in. Het eerste college van een nieuw semester. U hebt al gehoord dat de docent die dit vak geeft een van de meest toonaangevende docenten is binnen zijn vakgebied en bijzonder intelligent schijnt te zijn. U loopt langs de rijen stoelen en zoekt een plaats uit in het midden. De opkomst voor dit college is hoog, er zijn bijna geen lege plaatsen meer. De professor komt binnen en start zijn presentatie op. Hij doet de lichten uit en is vervolgens zelf slecht zichtbaar. Op het projectiescherm verschijnt zijn eerste PowerPoint pagina.

“Welkom bij dit college. Ik zal maar direct van start gaan.” (de professor kijkt ondertussen naar zijn laptop en praat binnensmonds)

Het onderwerp boeit u in hoge mate en u doet uw best alles wat de professor vertelt te begrijpen. Na tien minuten komt u erachter dat dat lastig gaat worden. De docent kijkt nauwelijks naar zijn publiek en het is dus moeilijk om zijn aandacht te trekken en een vraag te stellen. Op het moment dat een van de studenten toch een vraag weet te stellen, lijkt de spreker niet te snappen wát het is dat de student niet begrijpt. In plaats van door te vragen, geeft hij een kort antwoord en vervolgt snel zijn verhaal. Inmiddels heeft u de hoop opgegeven alles te begrijpen en probeert u in ieder geval de belangrijkste zaken op te pikken. Het valt u na verloop van tijd op dat de professor nogal saai spreekt. Hij komt mat over en heeft een monotone stemgebruik. De docent straalt weinig energie en inspiratie uit. U merkt dat u moe begint te worden en last heeft bij de les te blijven. Uw gedachten dwalen af...”o ja, ik moet die opdracht nog maken, moest die nou vandaag al af zijn?”, “wat zal ik eten vanavond?”, “tot hoe laat duurt dit college eigenlijk?”... Plotseling schrikt u wakker en hoort zeggen:

“Voor de volgende keer is het de bedoeling dat jullie hoofdstuk één tot en met vijf bestudeerd hebben en de eerste drie opdrachten hebben ingeleverd.” (de professor pakt ondertussen zijn aktetask in)

De docent is blijkbaar aan het eind van zijn college gekomen. Een dag later weet u nauwelijks meer waar de professor over heeft gesproken, hij heeft u niet daadwerkelijk geboeid en zodoende is weinig informatie bij u blijven hangen. Uw motivatie om naar zijn volgende college te komen, is tot een waar dieptepunt gedaald.

19.3 Interview

De heer R.H. Berkvens, CEO Damen Shipyards Group.

Berkvens geeft regelmatig presentaties. Zo presenteerde hij kort geleden nog de nieuwe strategie van Damen Shipyards Group aan zijn medewerkers. Hij vindt het nog altijd spannend om te spreken in het openbaar. "Presentaties duren vaak te lang. Als ik merk dat mij dat overkomt, ben ik al te laat, dan kan ik niet meer terug. Zoiets komt door slecht voorwerk, er is dan niet zorgvuldig nagedacht. Een goed verhaal begint met een degelijke voorbereiding. Nadenken over *wie* je publiek is en *wat* je ze wil vertellen. Maar vooral ook wat je wil dat blijft hangen", aldus Berkvens. "Ik had een keer een gesprek over adverteren met de baas van een reclamebureau in New York. Hij zei: het mooie van ons vak is dat iedereen weet dat de helft van wat wij doen niet effectief is, alleen we weten niet welke helft. Zo is het met presentaties ook. Wat effectief is aan jouw presentatie is van tevoren moeilijk te bepalen. Bovendien, wat bij de één blijft hangen is niet hetzelfde als bij de ander." Berkvens zorgt zelf dat de kern van zijn betoog blijft hangen door voorbeelden te noemen. Dat spreekt volgens hem tot de verbeelding en beklift bij de luisteraars. Naast een goede voorbereiding is persoonlijke uitstraling volgens Berkvens onmisbaar. "Mijn persoonlijke uitstraling gebruik ik voortdurend. Ik wil mensen aanspreken en gebruik zodoende de passie en overtuiging die ik voel voor wat ik vertel om mijn boodschap te laten aankomen." Volgens Berkvens gaat een presentatie niet over de inhoud maar over andere dingen, zoals verschijning en uitstraling. De casus herkent hij dan ook volledig. Iemand kan inhoudelijk wel zeer sterk onderlegd zijn maar dat betekent niet dat hij dit kan overbrengen op zijn publiek. Berkvens ziet enorme verschillen tussen goede sprekers. Mensen die goed kunnen presenteren zijn niet perse de mensen die de techniek van het spreken in het openbaar geweldig beheersen. Het zijn volgens Berkvens juist de mensen die met totale overgave hun verhaal staan te vertellen, die effectief zijn. "Iemand mag best te snel spreken, soms stotteren of af en toe iets fouts zeggen. Dat heeft iets menselijks, dat maakt hem echt. Als iemand authentiek en met overgave voor de zaal staat weet hij zijn overtuiging goed over te brengen." Interactie met zijn publiek vindt Berkvens noodzakelijk. "Er zitten veel mensen in de zaal die zelf lichaamstaal laten zien, zij reageren op wat ik zeg. Ze schudden hun hoofd van 'ja' of 'nee'. Daar kun jij als spreker dan weer op reageren, zo krijg je interactie met de zaal. Je kunt bijvoorbeeld zeggen: "Ik zie dat jij nee schudt, ik begrijp waarom, maar ...". Ik vind het positief om voor een zaal te staan die heftig reageert, dat maakt het leuker. Een zaal met passieve en apathische mensen vind ik niet bepaald inspirerend." Berkvens maakt soms gebruik van technische ondersteuning, vooral bij langere presentaties. Dit doet hij alleen als hij zijn verhaal kan ondersteunen met plaatjes. Lijsten met punten vind hij niet effectief. "In zijn algemeenheid vind ik dat er té veel PowerPoint gepresenteerde presentaties zijn. De presentatie loopt dan weg met zijn presentator, de spreker wordt langzaam slaaf van zijn plaatjes." Bij Damen worden belangrijke presentaties regelmatig van tevoren geoefend.

“Bijvoorbeeld als iemand op een conferentie voor honderden mensen moet spreken. Er is dan geen tweede mogelijkheid of kans, je moet het in één keer goed doen en dan kan er niet genoeg getraind worden.” Berkvens raadt jonge managers dan ook aan het eens zonder technische ondersteuning te proberen en presentaties te oefenen met collega's. Berkvens gaat binnenkort zelf iets nieuws proberen tijdens een presentatie: “Denk aan de oude bedrijfsfilm en knip die op. Daar ga ik dan op 'MTV-achtige' wijze doorheen, in hoog tempo. Ik maak dan eerst een stevige indruk met korte fragmenten en foto's van onze schepen. Daarna houd ik een persoonlijk en toegespitst verhaal waarbij ik volledige aandacht voor mijn publiek heb en de beamer uit staat.”

19.4 Tips en Aanbevelingen

Vooraf..

- Stel voordat u een presentatie houdt vast wie uw publiek is (type toehoorder, omvang gezelschap, aanwezige kennis, attitude tegenover het onderwerp).
- Vraag u vervolgens af wat de kern is van de boodschap die u wilt overbrengen, wat is het doel van uw presentatie?
- Kies daarna de meest geschikte vorm van overdracht en bedenk een bijpassende structuur.
- Bereidt uw presentatie zorgvuldig voor, neem de tijd.
- Oefen uw presentatie.

Tijdens..

- Geef uw presentatie een spannend begin. In die eerste minuten moet u de aandacht van de luisteraars zien te vangen.
- Breng uw verhaal op overtuigende wijze. Niet uw woorden, maar de manier waarop u ze uitspreekt, uw houding, uw mimiek, uw oogopslag en uw bewegingen vestigen de belangrijkste indruk.
- Zorg dat het onderwerp van uw presentatie u aan uw hart gaat en dat u dit uitstraalt. Praat met enthousiasme en interesse over uw onderwerp.
- Neem een actieve maar tegelijkertijd rustige houding aan.
- Spreek duidelijk en bondig.
- Maak oogcontact met uw toehoorders.
- Zorg dat uw gebaren uw verhaal ondersteunen.
- Probeer op alle mogelijke manieren aan te sluiten bij uw publiek. Stel hen bijvoorbeeld vragen of geef hen een verrassende stelling en vraag om hun mening.
- Let op non-verbale feedback uit het publiek en doe hier iets mee.
- Benut visuele ondersteuning op een slimme manier. De technische middelen zijn puur ter *ondersteuning* en moeten niet de basis vormen voor uw presentatie.
- Wees creatief. Doe iets wat nooit iemand doet en u heeft het publiek voor u gewonnen.

Achteraf..

- Vraag luisteraars om kritische feedback.
- Stel hierbij vragen en maak voor uzelf aantekeningen.
- Lees de eerstvolgende keer dat u weer een presentatie gaat houden uw aantekeningen nog eens door.

19.5 Literatuurlijst

Boeken

1. Consten, J. *De beamer voorbij, authentiek presenteren voor ervaren sprekers*. Thema (2006)
Dit is een boek wat verder gaat dan een kant en klaar stappenplan. De schrijver wil zijn lezers aan het denken zetten en motiveren tot ontwikkeling.
2. Geer, P. van der *De kunst van het debat*. Sdu Uitgevers (2001)
Een praktische handleiding over debatteren. Ervaren debaters schaven uw technieken bij en geven u nuttige tips. Bovendien bevat het boek veel spraakmakende anekdotes.
3. Hilgers, F. en J. Vriens. *Professioneel presenteren*. Academic Service (2003)
Dit is een zeer overzichtelijke, praktische en toegankelijke handleiding voor het geven van presentaties. Het boek biedt een simpel stappenplan met diverse checklists.
4. Sterkenburg, P.G.J. van *Lullepot, 'de kunst van het kletsen'*. Scriptum (2006)
Dit is een zeer humoristisch boek dat verschillende manieren van spreken beschrijft. Het bevat een compleet arsenaal aan anekdotes, fabels en volkslegendes die u kunnen helpen wanneer u een presentatie moet houden en interactie met het publiek verlangt.

Artikel

1. Akkerma, F. *Presenteren zonder plaatjes* (deel 1 en 2). www.managementsite.net.
Dit artikel pleit voor het minimaliseren van technische ondersteuning bij presentaties. Deel 2 schetst antwoord op de vraag: 'Hoe dan wel?'.

Websites

1. www.fd.nl - columns Anne Boermans
Anne Boermans is een communicatieanalist die wekelijks politici of zakenmensen analyseert wanneer zij in diverse programma's interviews geven of hun verhaal houden. Als u iets wilt leren over de do's en dont's bij presentaties zijn deze columns uiterst nuttig.
2. http://www.leren.nl/rubriek/persoonlijke_vaardigheden/communiceren/presenteren/
U vindt hier verschillende artikelen over presenteren, zowel in het Nederlands als in het Engels. Ook zijn er verschillende tips, trucs en stappenplannen beschikbaar.
3. www.lichaamstaal.nl
Hier krijgt u een duidelijke uitleg over hoe je lichaamstaal op de juiste manier kunt gebruiken in een presentatie. Ook staan de overige betekenissen van lichaamstaal uitgelegd, dat is altijd handig als u uw publiek goed wilt kunnen lezen!
4. www.onzetaal.nl

Een site met verschillende taalfeiten, nieuwtjes en artikelen. De site heeft vooral een humoristische insteek met bijvoorbeeld een artikel van Youp van 't Hek. Als u wilt weten hoe u taal het beste kunt 'gebruiken' bent u bij deze site op de juiste plaats.

Beschrijving Damen Shipyards Group

Damen Shipyards Group is opgericht in 1927 en uitgegroeid tot een onderneming met meer dan 30 scheepswerven en gerelateerde bedrijven wereldwijd. 8.800 medewerkers zijn actief in deze organisatie die op dit moment marktleider is in het bouwen van schepen aan de hand van gestandaardiseerde ontwerpen. De scheepsbouwactiviteiten bestaan uit een brede range van producten: werkboden, bedrijfsvaartuigen, sleep- en duwboden, vrachtschepen, hydrografische vaartuigen, militaire vaartuigen, pontons en baggervaartuigen, maar ook luxe jachten.