

# DEN GEWINN STEIGERN MIT GEKONNTER PRÄSENTATION

**Wer wirkungsvoll präsentieren kann, vermag andere für sich und sein Anliegen zu gewinnen. Wie die attraktive Verpackung eines Produkts steigert eine gelungene Präsentation aber auch den Wert der Leistung selbst.**

*Text: Stefan Jenny; Bilder: iStock*

Zwei Gründe sprechen besonders stark für eine Präsentation beim Kunden: Erstens veranschaulicht sie Probleme und Ursachen eingängiger als jedes trockene Gespräch. Zweitens vertieft sie die Beziehung zum Kunden, weil sie alle Sinne anspricht. Mit Hilfsmitteln wie Bildern, Mustern oder audiovisuellen Medien machen Präsentationen Spass und bereiten den Boden für Ihren Lösungsvorschlag.

Nehmen wir als Beispiel Gärtner Willy. Soeben erhielt er einen Anruf von Frau Muster: Ihr Rasen treibe sie in den Wahnsinn, er sei voller Unkräuter und total uneben. Schon morgen besucht Willy Frau Muster in ihrem Garten. Gezielt wendet er in der Beratung die Präsentationsstruktur von Einleitung, Hauptteil und Schluss an.

## **Einleitung: Persönlich werden**

Dass Frau Muster ihre Nachbarin Neugier hinzuzieht, macht die Sache erst richtig spannend. Willy ist Profi und gut vorbereitet. Seine freundliche Begrüßung beinhaltet die Vorstellung mit Namen. Zunächst erläutert er, was ihn persönlich mit dem Thema verbindet. Auch sein Rasen werde von seinen

Kindern malträtiert. Willy vergleicht den Rasen mit einem fleckigen Teppich, der Gästen ins Auge sticht, und zeigt damit die Dringlichkeit einer Sanierung auf.

Die Damen ahnen nicht, dass sie in den nächsten Minuten Zeuge einer bühnenreifen Aufführung werden. Zuhörer wollen immer wissen, an welcher Stelle sich die Präsentation befindet und was auf sie zukommt. Also verkündet Willy Ablauf und Ziel: «Wir untersuchen, warum Ihr Rasen in diesem Zustand ist. Danach machen wir uns Gedanken über Lösungen. Einverstanden?»

## **Hauptteil: Bildhaft zeigen, was Sache ist**

Langsam schreitet Willy mit den Frauen den Rasen ab. Von Zeit zu Zeit drückt er mit den Schuhen auf den Rasen, bemerkt die Unebenheiten. Er legt einen Meter auf den Rasen, fährt mit der Hand darüber und erklärt, dass mit einer Halmdichte von unter achtzig Prozent jedes Spiel der Kinder unweigerlich die Hosen verschmutze, was Frau Muster bestätigt. Er benennt die sichtbaren Unkräuter, sticht sie mit dem Messer aus und erklärt, was diese «Zeigerpflanzen» bedeuten. Der fette Wege-

**Gärtner Willy trifft mit seiner Präsentation mitten ins Herz der Kundin.**





Willy zeigt anschaulich, was dem Rasen fehlt.

rich: ein Zeichen für stark verdichtete Böden. Der Klee: Stickstoffmangel. Die Vogelmiere und kriechender Hahnenfuss: Feuchtigkeit. Die Damen sind beeindruckt.

Willy bittet die zwei, eine 15-Liter-Kanne mit Wasser zu füllen. Mit dem mitgebrachten Spaten sticht er einen Rasenwürfel aus. Er entnimmt dem Loch etwas Erde, knetet sie zu einem Klumpen und riecht daran. Er fordert Frau Muster auf, das Wasser ins Loch zu giessen. «Wir wollen sehen, wie lange das Versickern dauert. Frau Neugier, bitte kündigen Sie uns alle 20 Sekunden an.» Das Wasser blubbert beim Hineingiessen – und bleibt stehen. Willy kommentiert: «In maximal 60 Sekunden sollte es versickert sein.» «40 Sekunden, 60 Sekunden, fertig!», sagt Frau Neugier, das Wasser ist noch da. Willy erklärt: «Es versickert nur zögerlich. Nach einem Regen stehen die Rasenwurzeln lange nass. Das mögen sie gar nicht. Sie trinken gern und viel, aber sie hassen es, lange im Feuchten zu stehen. So wie sich unsere Haut bei zu viel Feuchtigkeit zusammenzieht, so zieht der Rasen seine Wurzeln zurück.»

Willy schneidet einen Rasenbüschel samt Wurzeln aus. Er spült die Erde ab und legt den nackten Büschel auf ein weisses Blatt, das er aus seiner Tasche gekramt hat. Deutlich ist das feine Wurzelgeflecht zu erkennen. «Ein gesunder Rasen sollte sieben bis zehn Zentimeter lange Wurzeln haben», erläutert Willy. Frau Muster misst, Willy notiert: vier Zentimeter. In einem dicken Buch zeigt er ein Bild mit Angaben zur Wurzellänge eines gesunden und strapazierfähigen Rasens. Die Ursache für den Rasenzustand scheint gefunden.

Willy erklärt: «Der Boden in den Unterschichten muss besser atmen können, das Problem buchstäblich an den Wurzeln gelöst werden. Das Surfen an der Oberfläche mit Vertikutieren oder Aerifizieren würde hier keine echte Verbesserung bringen.»

Die Frauen haben das Problem klar vor Augen. Frau Neugier fragt, ob man den Boden einfach auswechseln könne?

Willy fragt zurück, welche Anforderungen die Familie an den Rasen stellt. Er erkundigt sich, wer den Rasen mäht, welche Aktivitäten darauf stattfinden, will Kinderzahl, Alter, Hund, Katze – und auch die Toleranz gegenüber Unkraut in Erfahrung bringen. Willy weist auf Alternativen zu Zierrasen hin und möchte wissen, was die Besitzerin von Blumenwiesen hält.

Auf einem Blatt zeigt er mit einfachem Strich die Lösung auf: «Für einen Zierrasen muss die Erde raus. Der Boden muss luftig und wasserdurchlässig werden. Ob er gesät oder als Rollrasen verlegt wird, hängt von Ihrer Geduld ab.» Das Blatt zeigt Erdschichten; der Oberboden, der ausgewechselt werden muss, ist schraffiert. Willy erklärt das Vorgehen, weist auf die günstige Bodenwärme im Herbst hin und erklärt die ungefähren Kostentreiber. Demonstrativ notiert er: Aushub, Abfuhr, Zufuhr und Einbau, Ansaat, Maschinen und Geräte, Arbeit usw. Dann kommt Willy zum Schluss.

#### **Zusammenfassung: Das Wichtigste in Kürze**

Willy weiss, dass bei einer Präsentation von mehr als fünfzehn Minuten Dauer die Vorteile wiederholt werden müssen, und fasst zusammen. Er vermeidet neue Gedanken, wiederholt einzig die Kernaussagen und betont deren Wichtigkeit. Dann beantwortet er gerne die Fragen der Frauen. Schliesslich bespricht er die nächsten Schritte und bedankt sich für die interessante Stunde.

Ob Willy den Auftrag zur Rasensanierung erhält, wissen wir nicht. Aber er hat die Investition bildhaft fassbar gemacht. In der Regel kann der Preis eines Lösungsangebots nicht wesentlich gesenkt werden. Die gelungene Präsentation aber kann dessen Wert drastisch erhöhen. Willy weiss das und kommt deshalb gerne wieder. Mit der Offerte in der Hand. Denn: Eine Präsentation steigert den Wert der Leistung – und auch der Offerte!