

## Das Personalentwicklungs-Interview

# „Die PowerPoint-Folie ist tot. Es lebe die PowerPoint-Folie!“



Quelle: Dr. Schwab

Wollen die deutschen Wohnungsunternehmen künftig Fachpersonal gewinnen und auch halten, ist eine nachhaltige Weiterbildung unerlässlich. Zu Auftrittsverhalten, Präsentation, Moderation und Kommunikation – den wesentlichen Elementen der Weiterbildung – haben wir Dr. Christoph Schwab befragt. Der Kommunikationsexperte berät und trainiert Führungskräfte verschiedener Branchen. Zudem lehrt er an der Hochschule für Ökonomie und Management (FOM) das Modul „Kommunikation, Präsentation, Moderation“.

### **Herr Schwab, warum ist eine Weiterbildung in den Bereichen Präsentation und Kommunikation gerade für die Führungskräfte in der Wohnungswirtschaft so wichtig?**

Komplexität, Digitalisierung, Agilität und Marktdruck erfordern mehr denn je einen seriösen Auftritt der Immobilienspezialisten. Dabei ist die immobilienwirtschaftliche Fachkompetenz die eine Seite. Wichtiger denn je wird in Zukunft ein sicheres Auftreten sein, das sämtliche Möglich-

keiten moderner Kommunikation nutzt und das vor allem Vertrauen und Sicherheit schafft über die angesetzten Botschaften bei den Empfängern und so eine möglichst langfristige Bindung initiiert. Nur mit ausgebildeten Fachleuten, die es verstehen, ihre Inhalte erfolgreich an interessierte Gesprächspartner rüberzubringen, wird das gelingen.

### **Wie sieht Ihrer Meinung nach eine gelungene Präsentation aus?**

Da hat sich enorm viel verändert in den letzten Jahren. Die PowerPoint-Folie an sich ist tot. Es lebe die PowerPoint-Folie! Der Immobilienkaufmann muss stark in der Auswahl seiner Kommunikationsmittel und -formen sein. Für die „Verkäufer“ bedeutet das: Sei glaubwürdig in dem, was du sagst; bringe nachvollziehbare Geschichten mit Sympathie und Vorstellungsvermögen rüber und stelle alles an inhaltlichen Argumenten in logischen Kausalketten dar. Die Beweise für deine inhaltlichen Aussagen müssen stimmig sein. Auch diese Reihenfolge sollte eingehalten werden.

### **Ist die „Folien-Schlacht“ passé?**

Die Folie bildet den emotionalen Teppich. Das bedeutet, eine ausgestaltete Bildspur dient dem Sendenden zur Übermittlung und vor allem Verankerung seiner Botschaften. Wir sprechen von

einer metaphorischen Begleitung. Konkret bedeutet das, dass wir im wahrsten Sinne greifbare Symbole und Bilder bringen, die jeder gut verstehen kann. So merkt jeder Empfänger: Da sprechen Fachleute, die es nicht nur ernst meinen, sondern die auch sinnvolle Lösungen im neuen, erweiterten Immobiliengeschäft bereithalten.

### **Wie wichtig sind Bilder und die Bildfolge?**

Bilder sind wirksame Opener und verlässliche Paten für eine sog. Informationsverankerung. Sie können durch eine stimmige Bildgeschichte wirklich große „Aha-Erlebnisse“ hervorrufen. Die Präsentationen und Darstellungen von fachkompetenten Produkten haben sich jahrelang nur auf Inhalte konzentriert. Das ist schon lange vorbei. Bei der unvorstellbar großen Auswahl an Immobilienprodukten, -konzeptionen und Hintergrundinformationen im rechtlichen und personellen Bereich ist es heute unabdingbar, ein absolutes Vertrauensverhältnis aufzubauen.

### **Wie lässt sich das erreichen?**

Das geht dann nur über die Verankerung von Werten wie Zuverlässigkeit, Integrität, Professionalität, Feedback-Management in jeder Minute. Das sind die oft besprochenen Soft Skills, die jeder junge Immobilienexperte, -fachwirt, -ökonom lernen und trainieren muss. Als Grund- und Basiskurs

### **WEITERBILDUNG IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT**

Der Arbeitgeberverband der Deutschen Immobilienwirtschaft e. V. und der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e. V. haben im Juni 2016 das Thesenpapier „Aus- und Weiterbildung in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft 2020“ verabschiedet (siehe DW 9/2016, S. 66). „Wir dürfen uns nicht zurücklehnen, sondern müssen im Kampf um die klugen Köpfe weiter vorne mit dabei sein“, sagte GdW-Präsident Axel Gedaschko zum Thema Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf den demografischen Wandel und die Digitalisierung.

## Raus aus dem Spam



E-Mail-Marketing gehört in die digitale Mottenkiste? Mitnichten, denn richtig eingesetzt gehören Mail und Newsletter nach wie vor zu den erfolgreichsten Marketinginstrumenten. In seinem Buch gibt der Autor dem Leser einen Leitfaden an die Hand, wie es richtig geht. Von den Basics des E-Mail-Marketings, dem Aufbau eines Verteilers und der Gestaltung professioneller Mails und Newsletter über die besten Marketingsysteme und die neuesten Trends und Entwicklungen gibt er einen aktuellen und umfassenden Überblick über alles, was momentan möglich und angesagt ist. Eine Auflistung aktueller Urteile hilft, teure Stolperfallen zu vermeiden und sich gegen Missbrauch zu schützen. Checklisten, Übungen und Tipps, die zum Download zur Verfügung stehen, bieten zusätzlichen Praxisnutzen.

**Torsten Schwarz, Erfolgreiches E-Mail-Marketing, 1. Auflage 2017, Haufe, 287 Seiten, 34,95 €, ISBN: 978-3-648-09538-6**

sollte dieses in der Ausbildung und im Studium unbedingt einen hohen Anteil gewinnen. Duale Studiengänge eignen sich hier hervorragend, um die Studierenden optimal auf einen Weg vorzubereiten und mit Kunden vorzubereiten und zu begleiten.

### **Was kann ein junger Immobilienfachwirt oder Betriebswirt selbst machen?**

Man kann Präsentationsleitlinien für sich selbst entwerfen, ein sprechsprachliches Textgerüst bauen für eine gelungene Präsentation, die mit spannenden weitflächigen Bildern aufbauen kann, dann vor großem Spiegel selbst proben und mit Freunden oder Kollegen auf Kamera aufnehmen und dann reflektieren. So etwas kann man natürlich auch mit einem professionellen Coach machen, der sich in der Medien- und Präsentationsbranche gut auskennt. Und dann lautet das Motto: Wie ein Spitzensportler: Üben - üben - üben und sich immer wieder hinterfragen.

**Vielen Dank für das Interview.**

Die Fragen stellte David Spoo.



Weitere Informationen:  
[www.dr-schwab.de](http://www.dr-schwab.de)