

Ali Baba und die 40 Folien.

Präsentieren ohne Powerpoint ... oder wie man sich durch den eigenen Auftritt von der Konkurrenz abheben kann.

Was macht eine Geschichte, z.B. einen Westernfilm spannend? Ich sage es Ihnen: Nicht das Pferd, auch nicht der Revolver, schon gar nicht die Landschaft. Es ist der Held, es sind die Menschen und die Beziehungen dieser Menschen.

So ist es auch mit Ihrer Präsentation. Sie wird nicht spannend durch einen Beamer. Sie wird auch nicht spannend durch irgendein Gerät oder Medium, das Sie einsetzen. Schon gar nicht wird sie spannend mit Powerpoint und 40 Folien.

Ihre Präsentation wird spannend durch Sie und das, was Sie Ihrem Publikum zu bieten haben. Das ist so, weil Menschen an Menschen interessiert sind.

Stundenlange Beamerschlachten mit 40 Folien oder mehr sind megaout!

Eine gute Präsentation ist unterhaltsam und informativ, aktionsgeladen und abwechslungsreich. Sie kommt ohne Powerpoint aus.

Das Problem Powerpoint

Als ich vor fast 20 Jahren die erste Version von Powerpoint kennen lernte, war ich hellauf begeistert. Das Programm konnte wenig, aber das was es konnte, reichte aus, um uns und unsere Kunden zu beeindrucken.

Es war ein einfaches Programm, um Texte und Grafiken auf einer Seite zu platzieren.

Am Ende druckten wir die Folien aus und legten sie auf den Overhead-Projektor.

Unsere Folien waren in der Qualität deutlich besser, als die handgezeichneten oder fotokopierten Folien unserer Konkurrenten. Da wir uns aber nicht auf die Folien verließen, sondern diese nur als Unterstützung der Präsentation nutzten, waren wir erfolgreich.

Warum? Wir waren anders und hoben uns ab.

Gleichzeitig hielten wir uns an die wichtigsten zeitlosen Regeln des Präsentierens. Wir sorgten für Abwechslung, integrierten unser Publikum in das Präsentationsgeschehen und konzentrierten uns auf das Wesentliche.

Etwa Mitte der 90er Jahre, begann der große Schulungsrun auf dieses Programm. Jeder glaubte plötzlich, zum Foliendesigner geboren zu sein. Die Corporate-Design Abteilungen großer Firmen sahen sich gefordert, Layoutvorgaben zu erstellen.

Plötzlich gab es eine Inflation schlechter und bunter Folien mit zig Farben und kleinen Schriften, um den Zuschauern die Augen zu verderben. Aus Textfolien mit ein paar wenigen Aufzählungspunkten wurden Romanfolien. Der Präsentator platzierte seinen gesamten Vortrag auf der Folie und las ihn ab. Anstatt mich, als Zuschauer und Adressaten der Präsentation anzusehen, schaute er selbstverliebt auf seinen Monitor. Und während er noch laut den Text vorlas (ohne mich zur Kenntnis zu nehmen), hatte ich den Text (soweit ich ihn in der Winzigkeit der Schrift entziffern konnte), bereits selbst gelesen.

Irgendwann gab es dann die Bildschirmpräsentation mit Animationseffekten. Seitdem fliegen die Buchstaben aus allen Richtungen in die Folie und finden wie durch ein Wunder immer wieder ihre Zeilen. Ebenso wie auch die Kugeln im Western immer wieder ihr Ziel finden.

Als Zuschauer solcher Präsentationen hatte ich schnell die Nase voll. Es war immer dasselbe und die Effekte hatten keinerlei Bezug zum Thema. Es war anstrengend und die Langeweile nahm zu. Mal ehrlich, wie geht es Ihnen, wenn Sie Zuschauer und Zuhörer bei Powerpoint-Präsentationen sind?

Das grundlegende Ziel einer Präsentation ist es, dass Sie in Erinnerung bleiben. Wenn Sie in Erinnerung bleiben, dann auch Ihre Botschaft, denn diese ist mit Ihnen verbunden. Dafür müssen Sie auffallen und sich abheben von der Konkurrenz. Mit Powerpoint tun Sie das nicht!

Sich abheben von der Masse der Präsentationen ist ganz leicht. Dafür müssen Sie noch nicht einmal ein herausragender Präsentator sein. Sie dürfen nur nicht dieselben Fehler machen, wie Ihre Konkurrenten ... und das gelingt Ihnen allemal. Heben Sie sich ab von der Konkurrenz! Ein anderes Design oder andere Farben sind nicht genug. Denn Powerpoint ist das Problem!
Bleiben Sie als Person, bleiben Sie als Mensch in Erinnerung! Das aber setzt voraus, daß Sie im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen und nicht das Medium.

Wir wollen hier nicht über die typischen Powerpoint-Folien-Fehler reden, wie z.B. viel zu kleine Schrift, viel zuviel Information auf jeder Folie, überflüssige Animationseffekte und vieles mehr.

Lassen Sie uns nur einen kurzen Blick auf die drei wichtigsten Probleme einer typische Powerpoint-Präsentation werfen.

Problem 1:

Bei Powerpoint wird die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf das Medium gezogen, weg vom Menschen, der die Inhalte präsentiert. Die Folie wird an die Wand projiziert. Die Aufmerksamkeit der Zuschauer ist plötzlich auf diese Wand gerichtet, denn dort geschieht etwas. Vielleicht stehen Sie als Präsentator sogar noch einige Meter entfernt, weil Sie einen Laserzeiger nutzen. Damit rücken Sie noch weiter aus dem Zentrum der Aufmerksamkeit.

Das Wegziehen der Aufmerksamkeit geschieht ganz automatisch und ist vom Medium selbst nicht zu trennen. Es ist das Licht, das vom Beamer ausgestrahlt wird, das die Aufmerksamkeit mit sich zieht. So wie Licht Motten anzieht, so wie Licht in einem Schaufenster die Aufmerksamkeit potentieller Käufer anzieht, so wie ein strahlendes Gesicht die Aufmerksamkeit anderer Menschen auf sich lenkt, so zieht das Licht einer projizierten Folie die Aufmerksamkeit weg von Ihnen und lässt sie nicht mehr zurück. Die Aufmerksamkeit ist immer auf die Stelle gerichtet, wo das Licht scheint und das Licht an der Wand scheint stärker als Ihr Licht als Präsentator. Sie stehen nicht mehr im Mittelpunkt, Sie stehen im Schatten. Es ist plötzlich nicht mehr der Film über den Westernhelden. Es ist der Film über sein Pferd.

Problem 2:

Die zweite Folie wird eingeblendet. Logischerweise ist die erste Folie ausgeblendet, ist nicht mehr da. Wie gut Sie Ihre Argumente auch mit den Informationen auf der Vorgängerfolie gekoppelt und verankert haben mögen, dies wirken nicht mehr. Das Medium, das als visueller Anker dient, ist nicht mehr sichtbar. Das Argument ist noch im Kurzzeitgedächtnis und wird allmählich vergessen, da es nicht wiederholt und von neuen nachfolgenden Informationen überdeckt wird.

Das entspricht nicht der Arbeitsweise unseres Gehirns, das erst durch stete Wiederholung Informationen gewichtet und dauerhaft abspeichert.

Lassen Sie ihre Information nicht mit dem Aufblenden der nächsten Folie im Nirwana verschwinden. Es gilt die Regel: Aus dem Auge, aus dem Sinn.

Problem 3:

Sie halten wie Ihre Konkurrenten eine Powerpoint-Präsentation. Powerpoint Präsentationen werden inzwischen mehrheitlich als langweilig eingestuft. „Schon wieder Powerpoint“ ... wie oft haben Sie das schon gehört, vielleicht auch selbst gedacht? Versetzen Sie sich in Ihre Zuhörer: Die dritte Powerpoint Präsentation am Tag. Sie als Präsentator starten mit einem Handicap! Und Sie tun das auch noch freiwillig. Würden Sie das auch bei einem Wettkampf tun? Freiwillig einen Nachteil in Kauf nehmen und den sicher geglaubten Sieg riskieren?

Die Ziele einer guten Präsentation

Die 3 wichtigsten Ziele einer guten Präsentation sind:

- Auffallen und sich unterscheiden,
- Aufmerksamkeit erzeugen,
- In Erinnerung bleiben.

Die Werkzeuge, die Ihnen dabei helfen, sind älter als Powerpoint und gerade wegen Powerpoint heute wirkungsvoller als früher. Vorausgesetzt, Sie nutzen Sie richtig.

Auffallen und sich unterscheiden:

- Nutzen Sie andere Medien als Ihre Konkurrenz.
Am besten greifen Sie zu Flipchart sowie Pinnwand und Moderationskarten.
Und nutzen Sie diese Medien gekonnt.
- Rücken Sie sich selbst ins Licht, in den Fokus der Aufmerksamkeit.
Ihre Aktion während der Präsentation muss in Erinnerung bleiben, damit Ihre Präsentation in Erinnerung bleibt.
- Zeigen Sie, wie Sie für den Kunden arbeiten und entwickeln.
Am Flipchart skizzieren Sie kurz und knapp einmalige Bilder und visuellen Anker und schreiben die wesentlichen Stichworte an. Das kann ganz leicht gelernt werden. Aber wichtig dabei: anschreiben und kurz vor der Vollendung zu den Zuhörern wenden, verbal vervollständigen und erst dann am Flipchart vervollständigen. Reden Sie prinzipiell nur, wenn Sie zum Publikum gewandt sind!
- Komplizierte Darstellungen lassen sich auch als Flipchart vorbereiten und ganz einfach während der Präsentation ergänzen.
- Bauen Sie einen Spannungsbogen auf.
Spannung ist immer mit Menschen verbunden. Ein guter Spannungsbogen lebt davon, dass Sie Ihrem Publikum etwas voraus haben und diese Information in passenden Happen zur rechten Zeit präsentieren. Dazu später mehr.

Mein Tipp für Sie:

Bereiten Sie das Plakat mit der Skizze vor und bereiten Sie die Stichworte auf Moderationskarten vor. Während der Präsentation kleben Sie dann die Stichworte nur noch auf das Plakat.

Aufmerksamkeit erzeugen:

- Langeweile ist verboten.
Lassen Sie Ihre Zuschauer nicht wegdösen. Integrieren Sie Ihr Publikum in die Präsentation. Stellen Sie Fragen, lassen Sie etwas tun und wenn es nur ist, dass Sie eine Frage stellen und Ihre Zuschauer mit Handzeichen antworten sollen. Wichtig dabei ist, dass Sie Ihr Publikum bereits zu Beginn Ihrer Präsentation aktivieren. Wenn Sie zu lange warten, treten ein Gewöhnungseffekt und eine Konsumhaltung ein und es wird immer schwieriger Ihre Teilnehmer ins Tun zu bringen: Also: so früh wie möglich Action!
- Lassen Sie das Publikum den Entstehungsprozess Ihrer Visualisierung live erleben.
Letztlich zeigen Sie Ihren Zuschauern damit, dass Sie sich für sie engagieren.
- Wechseln Sie die Medien.
Zwei Flipcharts, eines links, das andere rechts. Dazwischen noch eine Pinnwand. Wenn Sie die Medien wechseln, werden Sie sich zwischen diesen Medien ganz automatisch bewegen. Action pur.
- Präsentation ist Konversation mit dem Publikum.
Die eine und einzige Aufgabe: Das Publikum davon zu überzeugen, dass Ihre Sichtweise der Dinge die richtige Sichtweise der Dinge ist. Wie wollen Sie das tun, wenn Sie das Publikum zu Tode langweilen? Um die Aufmerksamkeit zu erhalten (in der doppelten Bedeutung des Begriffs) müssen Sie unterhalten und zum Unterhalter werden. Der große amerikanische Komiker Jerry Lewis sagte „They won't like you, if they don't like your Show“* und um das zu vervollständigen sage ich Ihnen noch: „If they don't like you, they won't like your arguments.“**

* „Sie werden Dich nicht mögen, wenn sie Deine Show nicht mögen.“

** „Wenn sie Dich nicht mögen, dann werden sie auch Deine Argumente nicht mögen.“

In Erinnerung bleiben:

- Seien Sie die Animation.
Ihre Aktivität während der Präsentation, die Art, wie Sie mit Ihrem Material umgehen, bleibt länger und tiefer in Erinnerung als jede Animation, die auf einer Powerpoint-Folie stattfindet. Das ist so, weil die Aktion am Flipchart von Ihnen, einem Menschen ausgeführt wird, während die Aktion auf der Folie von Powerpoint kommt und nur technisch ist.
- Beteiligen Sie die Zuschauer.
Wenn ein Einwurf oder ein Argument kommt: schreiben sie es an, notieren Sie es auf einem Flipchart-Papier oder schreiben Sie es auf eine Moderationskarte und pinnen es auf eine Pinnwand. Versuchen Sie das mal mit einer Powerpoint-Folie.
- Und jetzt: Ganz wichtig! Sorgen Sie dafür, daß Ihre Argumente nachwirken: blättern Sie Ihr Flipchart-Poster, das ja der visuelle Anker Ihrer Argumente ist, nicht einfach um. Sondern nehmen Sie es ab und hängen Sie es an die Wand. Sorgen Sie dafür, dass dieser Anker weiterhin im Fokus der Aufmerksamkeit bleibt und nachwirkt.
- Und jetzt schließen Sie ihre Augen! Stellen Sie sich den Abschluss Ihrer Präsentation vor: Alle Ihre Argumente sind reihenweise aufgehängt und sichtbar. Die Struktur, der Ablauf Ihrer Präsentation kann von jedem Beteiligten nachvollzogen und erinnert werden. Jetzt erhält selbst eine kurze Zusammenfassung, ein kurzes Resümee Ihres Vortrags mehr Inhalt und Gewicht als eine reine sprachliche Zusammenfassung. Machen Sie das mal mit Powerpoint.
- Am Ende können Sie Ihre Flipchart-Poster ja sogar bei Ihrem Kunden belassen, als Geschenk, als Erinnerung an eine besondere Präsentation und als ein Versprechen Ihrer Leistung.

Mein Tipp für Sie:

Malerkrepp ist bestens geeignet, um ein Flipchart-Poster an der Wand zu befestigen ... ohne die Wand zu beschädigen!

Und denken Sie bitte immer daran: Man kann über alles reden, nur nicht über 20 Minuten!

Wie ist nun eine gute Präsentation aufgebaut?

Machen Sie Ihre Präsentation zu einer guten Geschichte. Nehmen Sie sich ein Beispiel an einem spannenden Film, z.B. einem Western. Der einzige Unterschied ist der, dass ein Film meist 90 Minuten oder länger dauert, während eine gute Präsentation nicht länger als 20 Minuten umfassen sollte.

Welche Abschnitte hat z.B. einer der berühmtesten Westernfilme der Filmgeschichte, „High Noon“ („12 Uhr Mittags“)?

Zuerst wird kurz das Thema des Films benannt: Der einsame Held, der Ruhe finden will. Dann werden die Menschen vorgestellt: Will Kane, der Marshall, der ein neues Leben mit seiner jungen Frau anfangen will; danach der Bösewicht und die feigen Bürger.

Als nächstes wird das Problem, die Aufgabe angesprochen: Der Mörder will Rache.

Dann beginnt die Suche nach der Lösung, der Hilfe. Die Spannung und damit die Betroffenheit der Zuschauer wächst bis zum Show-Down.

Am Schluss erleben wir das Happy End.

Es sind fünf Abschnitte, wie auch bei einer guten Präsentation.

Der 1. Abschnitt: Das Thema des Films (bei „High Noon“ der einsame Held, der Ruhe finden will) ist nur der Anstoß für die Geschichte, ist für die Geschichte selbst aber nicht weiter von Bedeutung und wird im Laufe der Geschichte auch nicht mehr erwähnt.

Dieser Abschnitt ist quasi das Startsignal. Er hat die Aufgabe, die Aufmerksamkeit zu bündeln und Ruhe ins Publikum zu bringen.

So ist es auch bei Ihrer Präsentation. Der Anlass ist vielleicht eine Ausschreibung für einen Auftrag oder die Notwendigkeit, Ihre Mitarbeiter und Kollegen zu informieren.

In Ihrer Präsentation widmen Sie dem Thema etwa 5 % der Zeit. Bei 20 Minuten Präsentationsdauer ist das ca. 1 Minute. Und so wie in einem Film der Vorspann läuft und der Titel des Film gezeigt wird, haben

Die fünf Abschnitte einer Präsentation:

	Inhalt	Zeitumfang
1.	Thema	5 %
2.	Menschen	15 %
3.	Problem, Aufgabe	20 %
4.	Lösung	50 %
5.	Happy End	10 %

Sie in Ihrer Vorbereitung ein Plakat gestaltet mit dem Thema Ihrer Präsentation. Dann nehmen Sie es ab und befestigen es, gut sichtbar, an der Wand.

Der 2. Abschnitt ist bereits wesentlich wichtiger. Eine Geschichte ist nur mit Menschen interessant und spannend. So wie im Film alle wesentlichen Charaktere vorgestellt werden und damit der Zuschauer in die Handlung mit einbezogen wird, so integrieren Sie nun Ihre Zuhörer in Ihre Präsentation.

Sagen und zeigen Sie Ihnen, warum die Präsentation, die Sie nun halten, für die Zuhörer wichtig und von Nutzen ist. Jetzt machen Sie ein Versprechen. Vielleicht haben Sie dieses auch auf einem Plakat vorbereitet oder notieren es auf einem frischen Blatt.

Treten Sie in Interaktion mit Ihrem Publikum, ziehen Sie es in die Präsentation. Fragen Sie z.B. Ihre Zuhörer etwas und lassen Sie sie durch Handzeichen antworten. Oder bringen Sie einen passenden Witz, der ihre Zuhörer zum schmunzeln bringt. Auf jeden Fall sorgen Sie dafür, dass Sie Ihre Zuschauer in die Präsentation integrieren.

Für diese Phase nehmen Sie sich etwa 15 % der verfügbaren Zeit, also ca. 3 Minuten.

Mein Tipp für Sie:

Bereiten Sie Ihr Versprechen, den Nutzen für die Zuschauer, als ein Plakat vor. Platzieren Sie dieses Plakat während der gesamten Präsentation gut sichtbar im Blickfeld des Publikums.

Im 3. Abschnitt wird das Problem, die Aufgabe, die Kernaussage angesprochen. Wichtig: das Problem ist nicht das Thema des 1. Abschnitts.

Das Problem ist die eigentliche Herausforderung, vor der sich Ihre Zuschauer befinden.

Es ist die Herausforderung deretwegen sie gerufen wurden.

Es ist die Herausforderung, für die sie eine Antwort von Ihnen erwarten und für die Sie eine Antwort und Lösung geben. Während Sie das Problem beschreiben, stellen Sie immer wieder den Bezug zu den Menschen, also Ihren Zuhörern her.

Für diesen Abschnitt haben Sie etwa 4 Minuten. Das entspricht etwa 20 % der verfügbaren Zeit.

Mein Tipp für Sie:

Nutzen Sie im Gestalten Ihrer Präsentationsmaterialien Farbcodes. So bietet es sich an, das Präsentationsmaterial dieser Phase des Problems z.B. in einem Farbton „Rot“ zu gestalten.

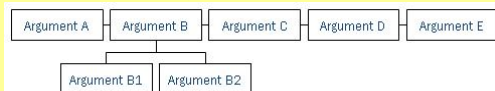
Der 4. Abschnitt ist der Lösung vorbehalten. Hier stellen Sie sich als der weiße Ritter dar, der Held, der das Problem für die Menschen löst. Jetzt sind Sie der Marshall Will Kane, der seine Pflicht wahr nimmt. Für diesen Abschnitt haben Sie die Hälfte Ihrer Präsentationszeit zur Verfügung, also 10 Minuten. Konzentrieren Sie sich dabei auf die wesentlichen Aussagen.

Nutzen Sie die Erkenntnisse aus der modernen Lernbiologie:

- Wir Menschen filtern einen großen Teil der Informationen die uns erreichen, so dass nur ca. sieben Informationseinheiten (plus/minus zwei) in unser Bewusstsein dringen. Also an guten Tagen neun, an schlechten Tagen fünf.
Hier gilt der altbekannte Kommunikationsgrundsatz: Der Sender ist für den Empfang der Nachricht verantwortlich. Bereiten Sie Ihre Botschaft so auf, dass sie auch adäquat verarbeitet werden kann.
- Wir wissen, dass der erste und der letzte Punkt einer Aufzählung mit hoher Wahrscheinlichkeit erinnert werden, dass Zwischenpunkte häufig wieder verloren gehen. Bringen Sie also Ihr wichtigstes Argument zuerst und bringen Sie das zweitwichtigste am Schluss. Platzieren Sie die schwächeren Argumente in der Mitte.
- Wir wissen, dass neue Informationen die kurz vorher aufgenommenen Informationen überdecken und vergessen machen. Informationseinheiten müssen verschiedene Gedächtnisse passieren (Ultrakurzzeit-, Kurzzeit-, Mittelfrist-Gedächtnis), um dann im Langzeitgedächtnis abgespeichert zu werden. Sorgen Sie also durch entsprechende Visualisierungen, z.B. Flipchart-Plakate, die Sie anschließend umhängen, für eine längere Wirkungsdauer. In der Lernbiologie nennen wir das periphere Stimuli.

Mein Tipp für Sie:

Strukturieren Sie Ihre Präsentation am besten auf maximal 5 Punkte. Bilden Sie Argumentationsgruppen und Hierarchien:



- Um während der Präsentation Ihrer einzelnen Punkte die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu erhalten argumentieren Sie in einer ganz einfachen Struktur:
 - a) Sagen Sie zuerst was kommen wird.
 - b) Sagen Sie es.
 - c) Sagen Sie was kam.

Es ist ähnlich wie im Western:

Auf der Tonspur hören Sie das Tuten der Lokomotive mit der der Schurke Frank Miller kommt.

Dann sehen Sie den Zug und sehen Frank Miller aussteigen.

Zuletzt hören Sie wie einer seiner Kumpane sagt: „Gut dass du endlich da bist Frank“.

Wenn Sie beispielsweise die Umsatzzahlen des letzten Jahres präsentieren wollen, gehen Sie folgendermaßen vor:

- a) Sie blättern ein vorbereitetes Flipchart-Plakat mit einem Diagramm der Umsatzzahlen der letzten drei Quartale auf. Der Platz für die Säule des 4. Quartals ist noch leer. Sie sagen zum Publikum: „Ich zeige Ihnen jetzt unsere Umsatzentwicklung im letzten Quartal.“
- b) Zeichnen Sie nun in Zeitlupe von unten nach oben die letzte Säule. Erst wenn Sie die Spitze erreicht haben, drehen Sie sich zum Publikum, sprechen die Zahl aus und vollenden mit einem zügigen Strich nach unten die Säulenskizze.
- c) Verweisen Sie auf das fertige Flipchart-Plakat und sagen Sie z.B.: „Wie Sie sehen haben wir im letzten Quartal unser Ergebnis verdoppelt.“

So erzeugen Sie Spannung. Es ist wie der Show-Down im Western.

Der 5. und letzte Abschnitt Ihrer Präsentation ist dem Happy End gewidmet.

Dafür haben Sie 2 Minuten Zeit, das sind die restlichen 10 % Ihrer Präsentationszeit.

Das Happy End hat immer etwas mit den Menschen zu tun. Wiederholen Sie jetzt nicht mehr Ihre Sachargumente. Wiederholen Sie hier nochmals das, was Sie versprechen. Sprechen Sie aber deutlich aus, welche Vorteile Sie anzubieten haben. Vorteile, die nicht ausgesprochen sind, sind keine Vorteile!

Benennen Sie die drei wichtigsten Vorteile. In der Visualisierung Ihrer Präsentation bietet es sich an, diese Vorteile als Bilder zu gestalten. Entweder schnell skizziert oder als vorbereitetes Plakat.

Lassen Sie dieses Plakat auf dem Flipchart hängen und wenn es eine Präsentation beim Kunden ist, lassen Sie dieses gemalte Versprechen bei Ihrem Kunden!

Mein Tipp für Sie:

Bereiten Sie Ihre Bilder als dünne Bleistiftskizze vor. Die Bleistiftlinien sind für Ihr Publikum nicht sichtbar. Während der Präsentation zeichnen Sie die Bleistiftlinien nur noch kräftig nach.

Wenn Ihr Publikum nun die Blicke schweifen lässt, sieht es nochmals Ihre gesamte Präsentation in einem Überblick, sieht und hört nochmals all Ihre Argumente, die mit den Plakaten geankert sind und erlebt nochmals Ihre Präsentation.

Sie zeigen Ihrem Publikum damit, dass es etwas von Ihnen bekommt. Sie zeigen ihm, dass Sie sich Arbeit gemacht haben und dass Ihnen Ihr Publikum mehr wert ist als die Technik.

Mein Tipp für Sie: All dies ist lernbar. Leicht und mit viel Spaß



Jürgen Häußner

EARteam

Trainer und Coach
jh@EARteam.com
www.EARteam.com