

Dienstag, 13. Dezember 2011

START | LOKALES | NACHRICHTEN | SPORT | MEINUNG | FREIZEIT | RATGEBER | ABO &amp; S

Geld & Finanzen | Computer & Medien | Natur & Umwelt | Bildung & Wissen | Auto & Mobilität | Gesundheit  
Liebe & Familie | Haus & Garten | Zisch | Zischup |

TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE PRÄSENTATION

## PowerPoint statt klares Denken

**PowerPoint ist nützlich. Referenten lieben es. Doch Zuhörer sind schnell durch peinliche Dekorationen und eine unklare Argumentation gelangweilt. Das lässt sich verhindern.**



Wann trifft eine Präsentation ins Schwarze? Rolf Hichert zeigt Gefahren auf.  
Foto: IDG

**von Rolf Hichert. Dieser Artikel stammt von unserer Schwesterpublikation CFOWorld.**

PowerPoint ist ein leistungsfähiges und für viele Zwecke sinnvoll einsetzbares Software-Produkt. Man kann Fotos an die Wand projizieren, Filme integrieren und komplexe Tatbestände schrittweise aufbauen. Mit diesem Produkt geht aber eine ganz besondere "Kultur" einher, die klares Denken verhindert.

### Bilder, Bulletpoints, Blabla

Diese Kultur ist durch eine mehr oder weniger synchron zum Vortrag verlaufende Verwendung von Textschaubildern, nichtssagende Auflistungen (Bullets) und mehr vom "schönen" Design als vom Inhalt geprägten Konzeptschaubildern gekennzeichnet. "Corporate Design" und "Folienvorlagen" stehen im Mittelpunkt, Logos und nichtssagende Rahmen sowie unnötige Hintergründe dominieren den visuellen Eindruck.

Die zu vermittelnde Botschaft wird nicht klar gesagt und Zuhörer verstehen die gedanklichen Zusammenhänge nicht. Warum das so ist und wie es besser geht, zeigen die folgenden drei Warnungen ([mehr Tipps zur Gestaltung von Vorträgen finden Sie hier](#)).



WERBUNG

### Erster Fehler mit PowerPoint: Keine Botschaft

Fehlerquelle Nummer eins sind fehlende oder unklare Botschaften. Eine Botschaft kann eine Feststellung sein, vielleicht auch eine Erklärung – am besten aber eine Empfehlung, die der Referent zu Beginn der Präsentation klar und deutlich nennt. Es ist ratsam, die Botschaft zuvor schriftlich zu fixieren, um sich selbst Klarheit über die dann folgende Argumentationskette zu verschaffen. Zuhörer einbinden

„Nun will ich Ihnen mal unser Produkt vorstellen“ ist in diesem Sinne eine wenig interessante Botschaft, und die Zuhörer werden am Ende nicht wissen, ob sie nun alles gesehen haben. Besser ist es, wenn Sie Zuhörer mit der Botschaft „Unser Produkt senkt Ihre Druckkosten um mindestens 1.000 Euro pro Monat“ ansprechen. Das ist eine für das Publikum relevante Aussage, die sie auf ihren Wahrheitsgehalt überprüfen können ([mehr Tipps zur Vorbereitung von Meetings finden Sie hier](#)).

### Zweiter Fehler mit PowerPoint: Falsche Schaubilder

Jedes Schaubild sollte nur einen Zweck verfolgen: Inhalte vermitteln, die mit Worten nicht oder nicht deutlich genug vermittelt werden können. Aus diesem Grund sollten Sie Textschaubilder prinzipiell vermeiden, und die beliebten "Bulletlisten" ebenfalls.

Zwar kann man sich das Gesehene und das Gehörte besser merken – aber nicht das GELESENE und das Gehörte! Ausnahmen: Der Referent redet ÜBER einen Text wie beispielsweise ein neues Gesetz, oder Vortragende und Zuhörende sprechen nicht, oder nicht gut genug, die gleiche Sprache. Gute Schaubilder

Gute Schaubilder zeichnen sich dadurch aus, dass eine Botschaft vermittelt wird, ohne banal zu sein. Die Aussage "Unser Projekt hat vier Phasen" ist banal. Dagegen könnte folgende Aussage das Publikum interessieren: "Wenn wir nicht in Phase 2 dies tun, dann könnte folgendes passieren..." Gute Schaubilder heben zudem die Botschaft in geeigneter Form hervor, sei es durch Einkreisen, Unterstreichen, Pfeile oder andere Hilfsmittel.

### Dritter Fehler mit PowerPoint: Zu viel Dekoration

Rahmen, Ränder, Schatten, Hintergründe und Farben ohne Bedeutung, übergroße Firmenlogos und die nicht vermeidbaren Corporate-Design-Vorgaben: In der Regel haben PowerPoint-Folien eine etwas zu bunte, laute und aufwändige Dekoration. Relevant statt hübsch

Sie sollten prinzipiell auf alles verzichten, was keine Bedeutung hat und lediglich der Vorstellung eines "gefälligen Aussehens" dient. So ist es wenig hilfreich, wenn die Farbe Rot einerseits für Corporate Design und bedeutungsloses Design eingesetzt wird, andererseits aber für Hervorhebungen wie Ampeln und besondere Abweichungen.

Insbesondere Farben und Formen sind gut für die Vermittlung und Hervorhebung von komplexen Tatbeständen geeignet – es ist ungeschickt, wenn Farben und Formen allein der Dekoration geopfert werden.

(CFOWorld/ph)

© IDG / In Zusammenarbeit mit [computerwoche.de](#)