designlotsen

designlotsen | Foto © Eselsohren / photocase.de

präsentation 4p

Einfach besser präsentieren

präsentation 4p

einfach besser präsentieren

Wann waren Sie zuletzt in einer Präsentation? Und – wie war es?

Und wann haben Sie Ihre letzte eigene Präsentation vorbereitet? Wie lange haben Sie gebraucht, bis Sie nicht mehr um den Schreibtisch geschlichen sind, sondern wirklich angefangen haben?

Vor einiger Zeit war ich auf einem Unternehmertreffen. Dort gab es die Möglichkeit, sich und das eigene Unternehmen in fünf Minuten zu präsentieren. Die Vorgabe war, mit Powerpoint zu arbeiten. Völlig unterschiedliche Themen, Unternehmen und Persönlichkeiten. Aber eine ist mir bleibend in Erinnerung geblieben.

Es war ein Unternehmen, das verschiedene Dienstleistungen im Bereich Buchhaltung angeboten hat. Was dann kam: Schrift Arial, schwarz auf weißem Grund in kaum lesbarer Größe. Auf jeder Seite stand das - in diesem Fall, so genannte -„Firmenzeichen“. Es gab keine Farbe, kein Bild, nichts. Die eigentliche Präsentation war genau und nur das, was auf den Folien stand, wortwörtlich und vorgelesen. Und da der Text nicht wirklich saß, drehte sich der Präsentierende auch noch dauernd um - und stand dann mit dem Rücken zum Publikum.

Nach diesem Erlebnis war mir klar, dass ich meine Kunden dabei unterstützen möchte und unterstützen werde, damit sie es bessern machen. In der Folgezeit habe ich gesammelt und gelesen, zugehört und zugeschaut. Und daraus diesen Leitfaden für bessere Präsentationen gemacht.

Es gibt Theaterstücke, die so schlecht sind, dass man nicht pfeifen kann, weil man gähnen muss.

Oscar Wilde

Präsentationen: Tod durch Aufzählungspunkte?

Warum sind Präsentationen eigentlich oft so langweilig? Ich glaube, viele Menschen denken, sie müssen sich in einer Präsentations-Situation in einen anderen Menschen verwandeln. Sie verstecken sich hinter Zahlen, Diagrammen, Statistiken. Sie verwenden eine verschwurbelte Fachsprache, weil sie meinen, das sei professionell. Und weil sie vermuten, dass es so und nicht anders erwartet wird. Mag sein, dass es in der Anfangszeit von PPTs (und Keynote, Prezi ...) so war. Aber heute können Sie niemanden damit beeindrucken, dass sie so viele Zahlen im Kopf haben.

Was mich u.a. an PPT (und Keynote und allen anderen ...) nervt: die unübersichtlichen und scheinbar unendlichen Möglichkeiten zu Umsetzung und Gestaltung. Die braucht kein Mensch und vor allem sind (Gestaltungs-) Laien damit vollständig überfordert. Vergessen Sie am besten 90 % der Möglichkeiten, Spielereien, Vorlagen ... die Ihnen Powerpoint & Co. bieten. Sie sind überflüssig und lenken vom Wesentlichen ab. Denn je mehr Möglichkeiten Sie haben, umso eher verzetteln Sie sich.

Investieren Sie lieber in mehr Zeit für die Vorbereitung, denn umso besser wird Ihre Präsentation werden. Powerpoint ist ein tolles Werkzeug – wenn Sie es richtig einsetzten und sich von dem Gedanken lösen, ALLES in diese 10, 20 oder 30 Folien zu stecken.

Kommunikation ist die Weitergabe von Gefühlen.
Garr Rexnolds

Vorbereitung_1

Plan

Stellen sie **die wichtigste Frage an den Anfang Ihrer Vorbereitung**. Wenn Ihre Zuhörer eine Aussage, einen Aspekt, einen zentralen Satz Ihres Vortrags behalten sollen: Welcher ist das? Schreiben Sie diesen Satz auf! Am besten in die Mitte eines großen Papierbogens. Sehr hilfreich ist die Arbeit mit Mind Maps (-> Seite 8)

Was ist für Ihre Zuhörer wichtig? Nehmen Sie dabei die Perspektive der Zuhörer ein – und vergessen Sie Ihre Expertensicht: Außensicht statt Innensicht. Diese Methode ist aus meiner Sicht das wichtigste, denn sobald wir die Perspektive wechseln, weitet sich unser Blick. Wenn Sie es schaffen, sich die Fragen zu stellen, die Ihre Zuhörer haben, sind Sie auf dem besten Weg. Unser Problem ist oft, dass wir mit unserer Expertensicht so „tief drin stecken", dass uns die einfachen Fragen (warum ist dies oder jenes wichtig) nicht mehr einfallen. Oder uns zu nichts sagend erscheinen.

PDF

Planen Sie Ihre Präsentation zweigleisig. Unterscheiden Sie zwischen der eigentlichen Präsentation und dem, was Sie Ihren Zuhörern mitgeben möchten. Wenn Ihre Folien so sind, dass Sie sie ausgedruckt mitgeben – dann können Sie sich den Vortrag auch gleich sparen. Wenn es wichtige zusätzliche und weitergehende Informationen gibt, die Ihren Vortrag „unterfüttern": Packen Sie alles in ein Extra-Papier (PDF oder Ausdruck). Wichtig ist: Die tauchen nicht in Ihrem Vortrag auf. Ihr Vortrag oder Ihre Präsentation ist das, was Ihre Zuhörer neugierig machen soll, sie begeistern, bewegen und von Ihrer Idee überzeugen.

Und wenn Sie alle zusätzlichen Informationen und Details in ein extra Dokument packen, tappen Sie nicht in die Falle, die Folien zu detailliert zu machen. Die einzelne Folie in einem Vortrag oder einer Präsentation ist dazu da, die gesprochenen Worte des Vortragenden zu unterstützen - nicht sie zu wiederholen.

Papier

Weg vom Rechner, ran an's Papier. Schreiben Sie diesen Satz auf! Am besten in die Mitte eines großen Papierbogens.
Jetzt beginnen Sie, alles, was Ihnen zu dieser Aussage einfällt, aufzuschreiben. Ohne Schere im Kopf, ungefiltert: fallen Ihnen Bilder dazu ein? Zitate? Wichtige Zahlen? Welche Informationen sind unerlässlich? Welche Assoziationen haben Sie? Welche Geschichten, Anekdoten, persönliche Erfahrungen fallen Ihnen dazu ein? Sammeln Sie. Alles. Streichen werden Sie später ...

Power Points

... streichen werden Sie ab jetzt: **Kommen Sie auf den Punkt:** reduzieren, streichen, vereinfachen Sie. Jede einzelne Folie in einem Vortrag oder einer Präsentation ist dazu da, die gesprochenen Worte des Vortragenden zu unterstützen – nicht, sie zu wiederholen. Wählen Sie entsprechend pro Folie *eine* Aussage, *einen* Satz, *einen* Aspekt aus.

Power Points sind auf englisch die Schnittpunkte geometrischer Linien. Ich finde, das ist ein perfektes Bild für eine gute Präsentation: der Schnittpunkt aus unseren Gedanken und den Fragen der Zuhörer ergibt die wichtigen Stichworte für die Folien.

Ehrlich, das stimmt ..., siehe https://en.wikipedia.org/wiki/Power_of_a_point

Passion

Was bewegt Sie an Ihrem Thema, was ist Ihnen wichtig (auch, wenn Ihr Chef Sie z.B. mit einer PPT-Präsentation beauftragt hat).

Wenn Sie es schaffen, *Ihren* Standpunkt und *Ihr* Anliegen zu finden, können Sie Ihren Vortrag mit Schwung, Passion und Überzeugung präsentieren. Lösen Sie sich von dem, was „man" erwartet. Überraschen Sie, zeigen Sie was Neues, begeistern Sie.

Menschen wollen begeistert und bewegt werden. Das heißt nichts anderes als: Emotionen sind bei einem Vortrag wichtig. Finden Sie einen persönlichen Zugang zu Ihrem Thema und erzählen Sie eine persönliche Geschichte, die Ihr Anliegen unterstreicht. Die Brüder Chip und Dan Heath haben dazu ein Buch geschrieben und nennen darin sechs Eigenschaften, die darüber entscheiden, ob wir etwas behalten oder nicht.

Es sollte

- einfach
- unvorhersehbar
- konkret
- glaubwürdig und
- emotional sein und
- eine Geschichte erzählen.

Die Financial Times, Deutschland meint dazu:

> „‘Was bleibt‘ hebt sich angenehm von der Werberliteratur ab, die im eigenen Saft der Branche schmort und die immergleichen Vorbildunternehmen präsentiert. Bei den Heath-Brüdern stammen die Vorbilder auch aus Universitäten und der Politik.[...] Was die Heath-Brüder so unwiderstehlich macht, ist ihre Mischung - und dass sie ihre eigenen Regeln konsequent angewendet haben. Genau deshalb bleibt ihr Buch hängen.“
> Financial Times Deutschland, Juni 2008

Vorbereitung_2

Sprache

Texte werden weder besser noch verständlicher, wenn Sie Fremdworte, Fachchinesisch, Nominalisierungen und Passivkonstruktionen benutzen. Schreiben Sie möglichst so, wie Sie sprechen. Niemand wird wichtiger oder professioneller, wenn sie oder er sich kompliziert ausdrückt und mit Fachbegriffen um sich wirft. Schreiben Sie einfach und in kurzen unverschachtelten Sätzen. Schreiben Sie aktiv.

Bilder

Bilder transportieren oft viel besser, was man ausdrücken möchte. Sie können das Gesagte unterstützen, ironisch brechen, illustrieren. In der Planungsphase können Sie sich schon Stichworte zu passenden Bildern machen.

Farben

Haben Sie ein professionell gestaltetes Erscheinungsbild für Ihr Unternehmen? Prima, dann haben Sie ja schon ein bewusst geplantes und gestaltetes, visuelles Erscheinungsbild, das mindestens diese Elemente enthält: Wortmarke oder Wortbildmarke (Signet, Firmenzeichen und bitte nicht LOGO ...), Hausschrift, **Hausfarben**. Im weiteren spricht man dann von einem Corporate Design. Das beinhaltet allerdings weitaus mehr: Bildkonzept, Gestaltungsraster, Farbkonzept ...
Wenn Sie Hausfarben haben: Nutzen Sie sich, aber setzen Sie sie sparsam ein.

Schrift

das gleiche gilt für Ihre **Hausschrift**: nutzen Sie sie, wo immer es möglich ist und verabschieden Sie sich von der Allzweckwaffe Arial. Da sie alle einsetzen, ist sie austauschbar geworden. Heutzutage müssen Sie nicht zwangsläufig Rücksicht auf das System des Veranstaltungsortes nehmen, denn Sie können Ihre PPT-Präsentation auch komplett abspeichern und auf einem eigenen USB-Stick (o.ä.) mitbringen. Damit machen Sie sich unabhängig – und bleiben individuell und unverwechselbar.

Signet

S.o. Brauchen Sie - klar, wenn Sie sich von anderen Unternehmen, die womöglich das Gleiche (aber anders) tun, unterschieden möchten. Das Signet muss aber niemand auf jeder Seite Ihrer Präsentation sehen: Es reicht, wenn es auf der Titelseite und auf Ihrer letzten Seite steht, die bestenfalls einen Dank an die Zuhörer und den Hinweis auf Kontaktmöglichkeitn bietet. Mehr nicht.

Folien

Vor nicht allzu langer Zeit habe ich noch ausschließlich das Prinzip von Gay Kawasaki „10, 20, 30“ vertreten. Das drückt wundervoll einfach aus, dass man in Präsentationen nicht mehr als 10 Folien in 20 Minuten und mit einer Schriftgröße von mindestens 30 Punkt zeigen sollte.
Inzwischen sehe ich das etwas anders, denn, ob 10, 20 oder 30 Folien: wichtig ist, dass sie auf unterhaltsame und bemerkenswerte Art und Weise Ihre zentralen Aussagen unterstützen.

Zeit

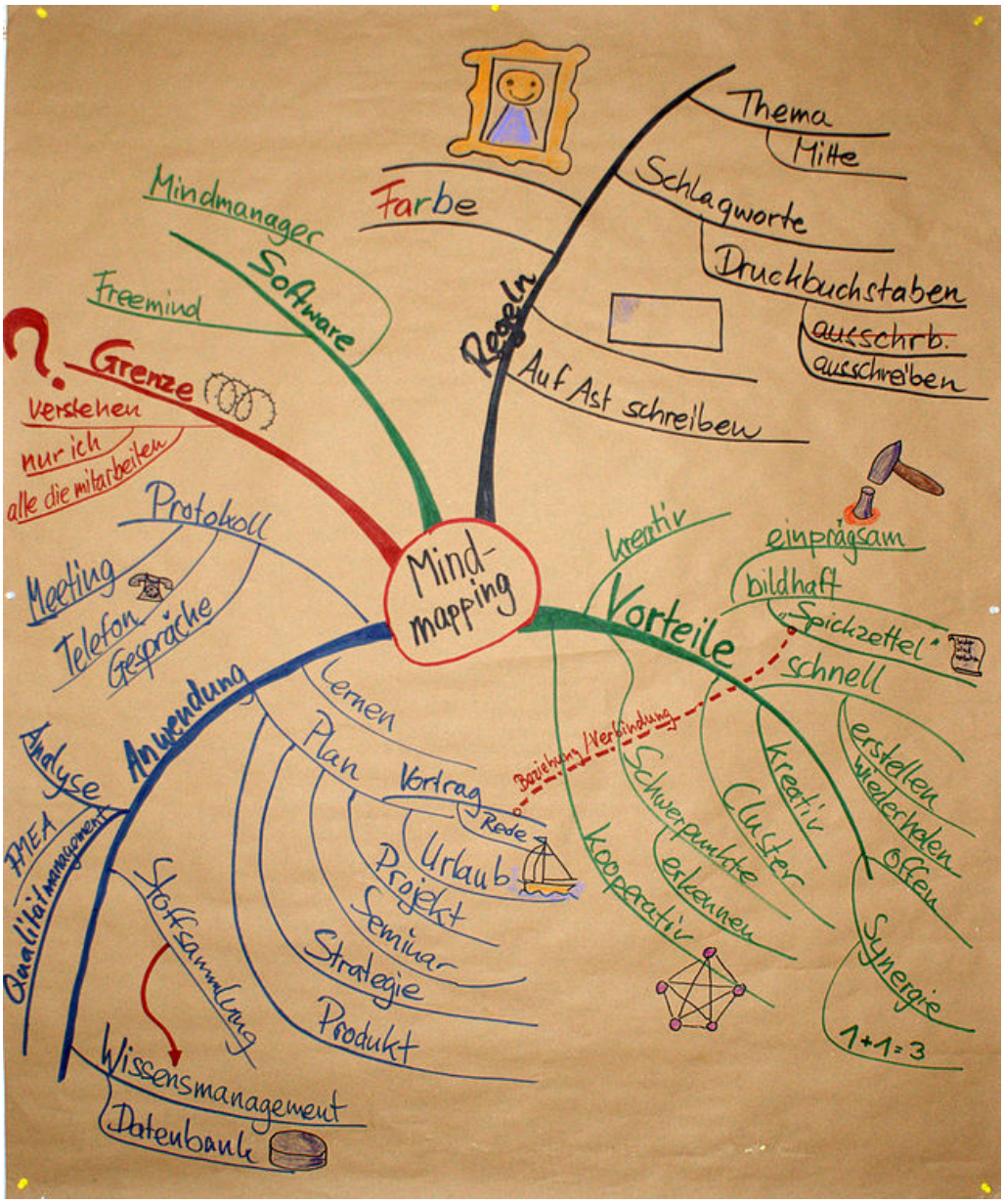
Hier bleibe ich bei allerdings bei den max. 20 Minuten. Inzwischen ist hinlänglich bekannt, dass unsere Aufmerksamkeistsspanne bei ca. 20 Minuten liegt.

Arbeiten Sie schon mit MindMaps? Das ist ein sehr hilfreiche Methode, um seine Gedanken zu strukturieren, Themen zu planen, Verbindungen zu finden.

Exkurs: Mind Maps

https://de.wikipedia.org/wiki/Mind-Map#Methode

Formal gesehen bestehen Mind-Maps aus beschrifteten Baumdiagrammen. Zusätzliche Anmerkungen erläutern Inhalte und Prozesse. Zusammenhänge werden durch gegenseitige Verknüpfungen dargestellt. Wenn Begriffe auch komplexer miteinander verbunden werden können, spricht man von konzeptuellen Karten (conceptual maps), semantischen Netzen oder Ontologien, mit welchen die Mind-Map eng verwandt ist. Diese Karten weisen im Gegensatz zu Mind-Maps auch eine definierte Semantik auf, d. h., die mit Linien und Pfeilen dargestellten Beziehungen zwischen einzelnen Begriffen besitzen eine definierte Bedeutung.



© Markus Bärlocher

Checkliste

Thema, Arbeitstitel	
Zentrale Aussage *(Was sollen die Zuhörer auf jeden Fall „mitnehmen“?)*	
Hausschriften *(welche Schriften nutzen Sie in Ihrem Erscheinungsbild – Wortbildmarke, Fließtext – bitten Sie ggf. Ihr Designbüro um diese Angaben)*	
Hausfarben *(im RGB-Modus, bitten Sie ggf. Ihr Designbüro um die Angaben, falls Sie sie noch nicht haben)*	
Wortbildmarke/Signet *(als JPG-Datei im RGB-Modus)*	
Die Geschichte zum Thema ...	

Checkliste

Zentrale Aussage der einzelnen Folie 1	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 2	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 3	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 4	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 5	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 6	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 7	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 8	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 9	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 10	
Bildmotiv, Dateiname	

Checkliste

Zentrale Aussage der einzelnen Folie 11	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie von 12	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 13	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 14	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 15	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 16	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 17	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 18	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 19	
Bildmotiv, Dateiname	
Zentrale Aussage der einzelnen Folie 20	
Bildmotiv, Dateiname	

designlotsen

konzept, strategie und gestaltung

katja lotze
friedrich-ebert-straße 141a
42117 wuppertal
fon 0170' 9 345 369

mail@designlotsen.de
www.designlotsen.de