



X . media . press

**Peter Bühler
Patrick Schlaich**

X.media.press ist eine praxisorientierte Reihe zur Gestaltung und Produktion von Multimedia-Projekten sowie von Digital- und Printmedien.

2. Auflage

Präsentieren in Schule, Studium und Beruf



Springer Vieweg

X . media . press





Peter Bühler: Lehre als Chemigraf, Studium der Druck- und Reproduktionstechnik an der FH für Druck, Stuttgart. Gewerbelehrerstudium für Drucktechnik und Geschichte an der TH Darmstadt. Seit 1984 Lehrer für Mediengestaltung und Medientechnik an der Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart, Fachberater für Druck- und Medientechnik am Regierungspräsidium Stuttgart, Lehrbeauftragter für Fachdidaktik Medientechnik am Staatlichen Seminar für Didaktik und Lehrerbildung in Stuttgart. Mitgliedschaft u.a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter Digital und Print sowie Industriemeister Printmedien/Medienfachwirt Print und Digital, in IHK-Prüfungsausschüssen, der Koordinierungsgruppe Druck und Medien am Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien.



Patrick Schlaich: Studium der Elektrotechnik an der Universität Karlsruhe; Abschluss 1992 als Diplom-Ingenieur, danach Referendariat an der Gewerblichen Schule Lahr, zweites Staatsexamen 1995. Seither Tätigkeit als Lehrer in der Aus- und Weiterbildung im Bereich Informationstechnik und Digitale Medien. Mitarbeit u.a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter, Technisches Gymnasium (Profil Gestaltungs- und Medientechnik) und Medienfachwirt sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien, seit 2003 Fachberater für Medien- und Informationstechnik am Regierungspräsidium Freiburg, seit 2008 Professor am Staatlichen Seminar für Didaktik und Lehrerbildung (Berufliche Schulen) in Freiburg, Lehraufträge für Informatik und Medientechnik.

Peter Bühler • Patrick Schlaich

Präsentieren in Schule, Studium und Beruf

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

Peter Bühler
Affalterbach, Deutschland

Patrick Schlaich
Kippenheim, Deutschland

ISSN 1439-3107

ISBN 978-3-642-37941-3

DOI 10.1007/978-3-642-37942-0

ISBN 978-3-642-37942-0 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2007, 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.springer-vieweg.de

Vorwort zur 1. Auflage

Wenn Sie bei Amazon das Stichwort „Präsentation“ eingeben, dann listet Ihnen der weltgrößte Online-Buchhandel etwa 600 Treffer auf. Wozu also das 601. Buch über Präsentation? Nach unseren Beobachtungen lassen sich die meisten Bücher über Präsentation in zwei Kategorien unterteilen:

Die erste Gruppe setzt sich sehr allgemein und wenig konkret mit dem Thema auseinander. Mit Aussagen wie „Wählen Sie eine geeignete Schriftgröße!“ oder „Schreiben Sie leserlich!“ ist wenig anzufangen, denn Ihre Fragen lautet doch: Wie groß muss eine Schrift sein, damit sie optimal lesbar ist? Wie schreibt man leserlich?

Die zweite Gruppe an Präsentationsbüchern beschäftigt sich sehr detailliert mit einem speziellen Aspekt des Präsentierens. So ergibt allein das Stichwort „PowerPoint“ über 300 Suchergebnisse bei Amazon. Dabei brauchen Sie für Ihre Präsentation überhaupt kein PowerPoint. Und wenn Sie ehrlich sind: Die vielen (schlechten) PowerPoint-Präsentationen kann doch kein Mensch mehr sehen.

Die große Anzahl an Büchern über das Präsentieren unterstreicht aber auch die große Bedeutung des Themas. Präsentieren ist quer durch alle Schultypen und -stufen Thema des Unterrichts und fast immer auch der Abschlussprüfungen. Ob in der Ausbildung oder im Studium – das professionelle Aufbereiten und Darstellen von Information ist eine berufliche Kernkompetenz. Denn in der Arbeitswelt müssen Sie sowohl betriebsintern als auch im Kontakt mit den Kunden präsentieren. Spätestens dann können Sie fehlende Kenntnisse teuer zu stehen kommen.

Mit dem vorliegenden Buch haben wir versucht, alle Aspekte des Präsentierens zur Sprache zu bringen. Dabei war unser primäres Ziel, möglichst konkret und anschaulich zu bleiben und Ihnen „Kochrezepte“ an die Hand zu geben, die das Planen und Umsetzen Ihrer Präsentationen ermöglichen. Aus langer Erfah-

rung in Schulen und in der Lehrerausbildung ist uns bekannt, wo die typischen Schwierigkeiten und „Stolpersteine“ liegen.

Ein weiteres Ziel des Buches war es, dass die Software zur Erstellung von Präsentationen nichts kosten darf. Denn insbesondere für Schüler und Studenten ist die private Investition in Software nicht zumutbar. Ohne Programme kann jedoch nicht geübt werden, und wie überall gilt auch beim Präsentieren: Übung macht den Meister!

Aus diesem Grund stellen wir Ihnen in diesem Buch nicht nur die Standardsoftware PowerPoint vor, sondern eine Reihe von „Open-Source“-Programmen. Diese sind kostenlos und dürfen frei genutzt werden, ermöglichen aber ein ebenso professionelles Arbeiten wie ihre kommerziellen Alternativen. Testen Sie diese Programme – sie befinden sich auf der Begleit-CD zum Buch. Alternativ können Sie die Programme, wenn neuere Versionen verfügbar sind, kostenlos im Internet herunterladen. Sie werden staunen, wie gut diese Programme funktionieren!

Zum Schluss geht unser herzliches Dankeschön an Herrn Engesser und sein Team vom Springer-Verlag – sie haben uns wieder einmal den notwendigen kreativen Freiraum gelassen. Vielen Dank auch an Sigrid, Christel und Michaela, die etliche Abende und Wochenenden ohne ihre Männer verbringen mussten.

Nun hoffen wir, dass Sie Spaß an der Lektüre dieses Buches haben, und wünschen Ihnen guten Erfolg bei Ihren Präsentationen.

Heidelberg, im Frühjahr 2007

Joachim Böhringer

Peter Bühler

Patrick Schlaich

Vorwort zur 2. Auflage

Sechs Jahre nach Erscheinen der mittlerweile komplett ausverkauften Erstauflage halten Sie die vollständig überarbeitete und erweiterte 2. Auflage in den Händen.

Was hat sich geändert? Kurze Antwort: so einiges. Zum einen hat sich die Medienlandschaft verändert: Während Visualizer und Interaktive Whiteboards vor einigen Jahren noch exotische Besonderheiten waren, stehen vielen Schulen und Bildungseinrichtungen diese Geräte mittlerweile in großer Anzahl zur Verfügung. Ältere Medien wie Dia- oder Overhead-Projektoren haben hingegen an Bedeutung verloren.

Mit einer endlosen Fülle an Bildern, Sounds und Videos ist das Internet multimedial und interaktiv geworden. Gute Präsentationen verzichten weitgehend auf Text – denn diesen können Sie viel besser über Sprache kommunizieren –, und beziehen dafür visuelle und multimediale Inhalte ein. In einem neuen Kapitel *Multimedia* zeigen wir, dass und wie multimediale Inhalte in Präsentationen eingebunden werden können.

Medienrechtliche Grundkenntnisse sind heute unerlässlich, das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Wenn Sie Materialien für Ihre Präsentation herunterladen möchten, müssen Sie die Urheber- und Nutzungsrechte beachten. Wir haben für Sie das Wichtigste in einem neuen Kapitel zusammengefasst.

Schließlich hat sich die Software geändert. PowerPoint wurde grundlegend überarbeitet und die Open-Source-Programme Impress und GIMP stehen mittlerweile in stabil laufenden und leistungsfähigen Versionen zur Verfügung.

Was haben wir nicht geändert? Die dreiteilige Buchstruktur in Grundlagen (Basics), Medien und Software wurde von vielen Lesern für gut befunden und deshalb von uns so belassen. Sinnvoll und nützlich sind auch die Checklisten, die Sie weiterhin im Anhang finden. Auf die CD-ROM haben wir hingegen verzichtet, weil das Buch hierdurch günstiger angeboten werden kann und weil Sie die Programme mit Ausnahme von

PowerPoint ohnehin in der jeweils aktuellen Version aus dem Internet herunterladen können.

Alles in allem sind wir überzeugt, dass wir mit der Überarbeitung und Erweiterung das Buch deutlich verbessern konnten. An zahlreichen Beispielen lernen Sie, worin sich eine gute von einer schlechten Präsentation unterscheidet. Das Buch ist einerseits zum Selbststudium, andererseits zur gezielten Unterrichtsvorbereitung oder zur Verwendung im Unterricht gedacht.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Auseinandersetzung mit diesem spannenden Thema und sind uns sicher, dass das Buch Ihnen dabei helfen wird, ansprechende und erfolgreiche Präsentationen zu erstellen.

Heidelberg, im Frühjahr 2013
Peter Bühler
Patrick Schlaich

Handling

Bevor Sie mit dem eigentlichen Inhalt beginnen, sollten Sie einige Minuten investieren, um die Struktur des Buches kennenzulernen. Das Buch gliedert sich in vier Teile, wobei jedem Teil eine Kennfarbe zugeordnet wurde:

Basics

Im ersten Teil lernen Sie die theoretischen und gestalterischen Grundlagen des Präsentierens kennen. Hierzu gehören neben den Grundbegriffen der Kommunikation und Rhetorik auch der Einsatz Ihrer Sprache und Körpersprache und nicht zuletzt Tipps gegen Lampenfieber. Im Kapitel *Medienrecht* erfahren Sie, was zu beachten ist, wenn Sie fremde, also nicht selbst erstellte Materialien aus dem Internet in Ihrer Präsentation verwendet möchten.

Die gestalterischen Grundlagen beschäftigen sich mit dem gezielten Einsatz von Schrift, Farbe, Bilder und Grafiken sowie dem Layouten Ihrer Präsentationen. Unter *Multimedia* finden Sie Hinweise, wie Sie Videoclips, Sound und Animationen in Ihren Präsentationen einsetzen können.

Medien

Glauben Sie nicht den weit verbreiteten Irrtum, dass Präsentieren und PowerPoint das Gleiche meint.

Nicht immer ist eine Bildschirmpräsentation das Medium der Wahl. Möchten Sie beispielsweise eine „interaktive“ Präsentation durchführen, bei der Sie das Publikum stark einbeziehen, dann sind ein Visualizer oder eine Metaplanwand besser geeignet. Zur Kombination von Bildschirmpräsentation und handschriftlichen Notizen eignet sich in idealer Weise ein interaktives Whiteboard.

Die Beispiele zeigen, dass die Wahl des Präsentationsmediums von vielen Faktoren abhängig ist. Auf Seite 148 stellen wir Ihnen deshalb ein Raster vor, mit dessen Hilfe Sie das für

einen bestimmten Zweck am besten geeignete Medium herausfinden können.

In einer kompakten Zusammenfassung lernen Sie in diesem Kapitel alle derzeit relevanten Präsentationsmedien vom Beamer bis zur Metaplanwand kennen. Wir stellen deren Vorteile und mögliche Stolpersteine vor und zeigen auf, was beim Einsatz zu beachten ist. Ziel hierbei ist, Ihnen die erforderliche Sicherheit für die Verwendung eines für Ihre Zwecke geeigneten Präsentationsmediums zu geben.

Software

Im dritten Teil des Buches wird die Software vorgestellt, die Sie zur Erstellung Ihrer Präsentationen benötigen. Die gute Nachricht ist, dass sämtliche Software, die Sie für Ihre Präsentation benötigen, kostenfrei im Internet verfügbar ist. Einzige Ausnahme bildet die kommerzielle Software *PowerPoint* als Teil des Microsoft-Officepakets, für die es jedoch für Schüler, Studenten und Lehrer eine günstige Bildungslizenz gibt. Nähere Informationen zur Software finden im Kapitel *Übersicht* (Seite 184).

Die Einarbeitung in die Software erfolgt mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen an konkreten Projekten, so dass Sie sich auch zu recht finden, wenn Sie noch keine oder nur geringe Vorkenntnisse haben.

Anhang

Zur Arbeitserleichterung und um Ihnen ein schnelles und kompaktes Nachlesen zu ermöglichen, haben wir die wichtigsten Themen des Buches in Form von Checklisten zusammengefasst.

Weitere Hilfe bieten wir Ihnen in Form eines Glossars der wichtigsten Fachbegriffe sowie eines Stichwortverzeichnisses.

Inhalt

Vorwort	V
Handling	X
Inhalt	XIV

Basics

1

Kommunikation	3
Präsentation? – Kommunikation!	4
Begriffsbestimmung	4
Kommunikationsziele	4
Kommunikationsmodelle	5
Modell von Claude Shannon & Warren Weaver	5
Modell von Paul Watzlawick	6
Die fünf Grundsätze der Kommunikation von Paul Watzlawick	7
Modell von Friedemann Schulz von Thun	10
Verständlichkeit nach Friedemann Schulz von Thun ...	11
Rhetorik	12
Die fünf Schritte der Rhetorik	12
Arbeits- und Zeitplanung bei der Erstellung	13
Erarbeitung der Inhalte	15
Themenfindung	15
Stoffsammlung	16
Stoffearbeitung	16
Stoffauswahl mit der Reduktionsmethode	17
Stoffauswahl mit der A-B-C-Analyse	17
Grundsätzlicher Aufbau einer Präsentation	18
Argumentationstechniken	19
Fünfsatztechnik	19
AIDA	21
Stichwortkärtchen	22
Körpersprache	22

Auftritt	23
Stand	23
Körperhaltung	24
Gestik	25
Mimik	25
Blick	26
Abgang	26
Zum Schluss	26
Stimme und Sprache	26
Zeitplanung der Durchführung	27
Lampenfieber	27
Entspannungstechniken	29
Atemübungen	29
Phantasiereise	29
Unterlagen – Handout	30
Manuskript	30
Thesenpapier	30
Muster	30
Selbsteinschätzung und Üben	31

Medienrecht 33

Ohne Bilder geht gar nichts!	34
Kommunikationsgrundrechte	34
Urheberrechtsgesetz UrhG	35
Geschützte Werke	36
Verwertungsrechte und Nutzungsrechte	38
Bearbeitung und Umgestaltung	39
Amtliche Werke	40
Texte nutzen	40
Stand- und Bewegtbilder nutzen	42
Panoramafreiheit	42
Recht am eigenen Bild	43
Bilddatenbanken	45
Design und Marken	46

Alternative Lizenzmodelle	48
Public Domain	48
Freie Software	48
Copyleft	48
Creative Commons	49
Farbe	51
Farbwirkung	53
Harmonie und Spannung	54
Gleichabständige Farbkombinationen	54
Nebeneinanderliegende Farbkombinationen	54
Variation der Sättigung und Helligkeit eines Farbtons ..	55
Farbkontraste	56
Komplementärkontrast	56
Simultankontrast	56
Warm-kalt-Kontrast	57
Farbpalette – Farbschema	57
Farben bewerten und auswählen	58
Farben anwenden	59
Briefing	59
Farbharmonie	59
Farbkontrast	60
Farbschema	61
Fazit	61
Technische Farbe	62
RGB-System	62
CMYK-System	63
Farbauswahl und Farbwerte	64
Farbatlas	64
Adobe Kuler	66
Farbschema – Farbklima in der Praxis	68
Farbschema der Bundesregierung	68
Sport	69
Technik	69

Natur	69
Farbige Schrift	70
Farbe und Kontrast	70
Farbe und Aussage	71

Schrift 73

Weniger ist mehr	74
Schriften bewerten und auswählen	75
Lesbarkeit	76
Schriftgröße	76
Zeilenabstand	78
Zeilenlänge	79
Satzart	79
Schriftmischung	80
Schriftschnitte	80
Schriftklassen	81
Schriftdarstellung	82
Bildschirmauflösung	82
Systemschriften	83
Anwendungsbeispiele	84
Handschrift	86
Handschrift ist schön	86
Lesbarkeit	87
Schriftgröße	88
Strichstärke	89

Bild und Grafik 91

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte	92
Bildauswahl	92
Bildausschnitt	94
Drittel-Regel	96
Bild und Text	98
Grafik	99

Diagramme	99
Balkendiagramm	100
Liniendiagramm	101
Kreis- oder Tortendiagramm	102
Logos, Symbolgrafiken und Cliparts	102
Logos	102
Symbolgrafiken	103
Cliparts	104
Technische Bild- und Grafikparameter	105
Pixel und Vektor.	105
Auflösung	106
Farbtiefe	107
Farbmodus	107
Dateiformat	108
Quellen für Bilder und Grafiken	109
Web-Bilddatenbanken	109
Firmenbilddatenbanken.	110
Bilder von CD und DVD.	110
Digitalfotografie.	111
Scannen	111
Selbst Zeichnen.	112
Geometrische Grundformen	113
Objekte und Menschen	115
Layout	117
Querformat	118
Seitenverhältnis	118
Gestaltungsraster	119
Gute Layouts entwerfen	121
Drittel-Regel	122
Goldener Schnitt	123
Symmetrie	123
Weißraum.	123
Balance	124

Lese(r)führung	125
Anwendungsbeispiele	127
Layout mit Fuß- oder Kopfbereich	127
Layout mit einheitlichen Rändern	127
Layout mit randabfallenden Bildern	128
Layout mit formatfüllenden Bildern	129
Kombination von Layouts	129
Layouts für analoge Medien	130

Multimedia 133

Einführung	134
Was sind multimediale Inhalte?	135
Animation	136
Ein- und Ausblenden	136
Animierte Grafiken	137
Animation als Videoclip	138
Keine Spielereien	138
Video	139
Technische Grundlagen	139
Videos aufnehmen	141
Videos schneiden	142
Videos streamen	143
Sound	144
Technische und rechtliche Grundlagen	144
Sound aufnehmen.	145
Sound bearbeiten	145

Medien

147

Das passende Medium	148
Checkliste zur Medienwahl	148
Anwendungsbeispiele.	150

Beamer	152
Vorbereitung	153
Anschluss	153
Einstellungen	154
Presenter	155
Visualizer	156
Vorbereitung	157
Anschluss	157
Bedienung	157
Interaktives Whiteboard	158
Vorbereitung	159
Inbetriebnahme	159
Bedienung	160
Overheadprojektor	160
Vorbereitung	161
Aufstellung	161
Projektion	161
OH-Folien und -Stifte	162
Folienformat	163
Metaplan	164
Materialien	164
Präsentation	167
Plakat	170
Plakate kommunizieren	171
Plakate gestalten	172
Flipchart	174
Flipchart erstellen	175
Tafel und Whiteboard	176
Filzstifte oder Kreide	177
Tafelbild	178

Übersicht 183

Software für Präsentationen	184
Microsoft Office	185
Welche Version?	185
„Home and Student“-Lizenz	186
Mieten statt kaufen?	186
Download und Installation	186
Open Source	187
Definition	187
Merkmale von Open-Source-Software	187
Lizenzierung	187
OpenOffice und LibreOffice	188
Impress	188
Download und Installation	189
Portable Version	189
GIMP	190
Download und Installation	190
Portable Version	190
Adobe Reader	190
Download und Installation	191
Portable Version	191
FreeMind	191
Download und Installation	191

PowerPoint 193

Einführung	194
Präsentieren gleich PowerPoint?	194
Das Problem mit den Versionen	194

Kostenlose Alternative	195
Benutzeroberfläche	195
Aufgabenstellung	196
Folienmaster	197
Folien	199
Titelfolie	199
Folien mit Text und Bild	200
Folien mit Tabelle oder Diagramm	201
Folie mit Videoclip	202
Folienübergänge und Animationen	204
Folienübergänge	204
Animationen	205
Hyperlinks	208
Folienreihenfolge	209
Präsentation testen	210
Präsentationsansicht	211
Präsentation verpacken	212
Handout	213

Impress 215

Einführung	216
Präsentieren ohne PowerPoint?	216
OpenOffice oder LibreOffice?	216
Benutzeroberfläche	217
Aufgabenstellung	218
Folienmaster	218
Folien	221
Titelfolie	221
Folien mit Text und Bild	222
Folien mit Tabelle oder Diagramm	223
Folie mit Videoclip	224
Folienübergänge und Animationen	225
Folienübergänge	226
Animationen	227

Interaktion	230
Folienreihenfolge	231
Präsentation testen	232
Präsentationsansicht	233
Präsentieren ohne Impress	234
Handout	235

GIMP 237

Einführung	238
Bildbearbeitung	238
Bild öffnen...	238
Farb- und Tonwertkorrektur	239
Gradationskorrektur.	240
Bild skalieren.	242
Bildausschnitt rechtwinklig freistellen	242
Bildausschnitt figürlich freistellen	243
Bild scharfzeichnen	246
Bild weichzeichnen	247
Bild retuschieren	248
Leinwandgröße ändern	249
Bild transformieren	250
Farben bearbeiten	251
Bild speichern oder exportieren	253

PDF 255

Einführung	256
Austauschformat	256
Vor- und Nachteile	256
PDF erstellen	257
PDF aus PowerPoint	257
PDF aus Impress	258
PDF anzeigen	259
Adobe Reader	259

Webbrowser 261

FreeMind 263

Einführung	264
Erstellung einer Mind Map	264
Schritt für Schritt	265
Mindmapping mit FreeMind	266
Neue Mind Map	267
Hauptäste anlegen	268
Knotenebene mit Nebenästen anlegen	268
Mind Map speichern	269
Knoten und Äste verschieben	269
Mind Map gestalten	269
Externe Elemente einfügen	271
Mind Map exportieren	271

Anhang

273

Checklisten 275

Kommunikation	276
Farbe	277
Schrift	278
Bild und Grafik	279
Layout	280
Präsentationsmedium	281
Software	282
Bewertung der Präsentation – Profil	283
Bewertung der Präsentation – Noten	284
Bewertung der schriftlichen Ausarbeitung	285
Präsentationsanordnungen	286

Index 289

Links und Literatur 295

Abbildungen 301

Basics

Kommunikation

Präsentation? – Kommunikation!

Eine Präsentation ist mehr als ein Vortrag oder eine Rede. Eine gute Präsentation ist keine einseitige Veranstaltung bei der einer redet und, wenn Sie Glück haben, viele zuhören. Eine gute Präsentation ist wie ein erweitertes Gespräch zwischen Ihnen und Ihrem Publikum. Dabei werden Sie unterstützt von guten und klug eingesetzten Präsentationsmedien. Diese dienen der Veranschaulichung und Verstärkung Ihrer Botschaft.

Begriffsbestimmung

Das Wort Kommunikation hat seinen Ursprung in der lateinischen Sprache: *communicatio* – Mitteilung, *communicare* – teilhaben, *communis* – gemeinsam. Kommunikation bedeutet also Verbindung, Austausch und Verständigung zwischen Menschen.

Kommunikationsziele

Natürlich möchten Sie mit Ihrer Präsentation bestimmte Ziele erreichen. Bevor Sie aber ein Ziel formulieren, müssen Sie zu-

Fragen zur Analyse und Bestimmung der Kommunikationsziele

- Wer ist mein Publikum?
- Welche Ideen und Inhalte möchte ich vermitteln?
- Welche Handlungen möchte ich auslösen?
- Warum sollte mein Publikum meinen Vortrag hören?
- Welche Kommunikationsmittel und -medien kann ich einsetzen?
- Wie viel Zeit habe ich?
- Bietet die Präsentation etwas Neues?
- Kann/muss ich mein Publikum aktiv beteiligen?
- Ist mein Ziel realistisch?

nächst Ihren eigenen Standpunkt bestimmen. Erst dann können Sie das Ziel und den Weg zum Erreichen des Ziels festlegen. Die Fragen auf der linken Seite sollen Ihnen bei der Analyse und zielorientierten Vorbereitung helfen.

Formulieren Sie nach der Analyse – und bevor Sie mit der Erstellung Ihrer Präsentation beginnen – Ihr zentrales Kommunikationsziel in einem Satz. Sie sind dadurch gezwungen, es auf das Wesentliche zu reduzieren. Überprüfen Sie nach Ihrer Präsentation, ob Sie Ihr Ziel erreicht haben.

Mein Kommunikationsziel:

Kommunikationsmodelle

Bevor wir uns um die Praxis der Präsentation kümmern, möchten wir Sie mit drei Kommunikationsmodellen bekannt machen. Jedes Modell hat eine eigene Sicht auf die Kommunikation. Welches Modell Ihrer Richtung entspricht oder ob Sie Vertreter eines weiteren Kommunikationsmodells sind, ist nicht so wichtig. Wichtig ist allein, dass Sie sich zunächst mit der Kommunikation zwischen Menschen befassen und sich nicht gleich auf die Technik stürzen. Denn die Präsentation lebt von Ihnen, von Ihrer Authentizität und Ihrer Kompetenz.

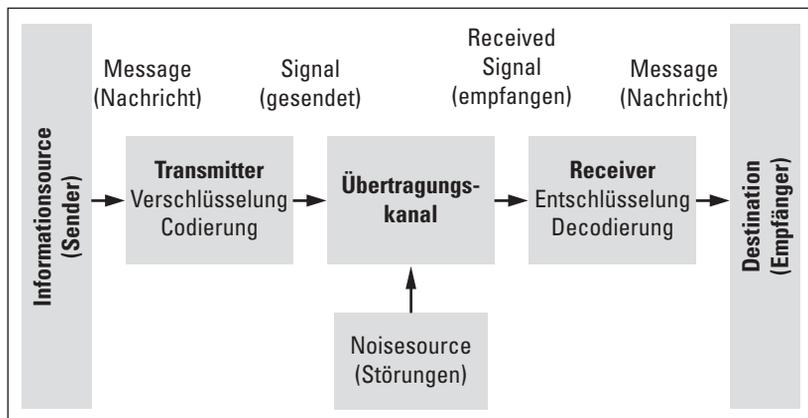
Modell von Claude Shannon & Warren Weaver

Das informationstheoretische Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver aus dem Jahre 1949 ist grundlegend für viele nachfolgende Kommunikationsmodelle. Es besitzt heute noch Gültigkeit für die naturwissenschaftlich-mathematische Seite der Informationsübertragung, d.h. die technische Kom-

munikation. Inhalte, deren Bedeutung oder Sinn spielen in diesem Modell keine Rolle. Shannon sagt sogar ausdrücklich: Information hat keine Bedeutung. Betrachten wir als Beispiel die Übertragung einer E-Mail: Sie schreiben in Ihrem E-Mail-Programm eine E-Mail. Nachdem Sie als Sender den Senden-Button angeklickt haben, codiert die Software Ihre E-Mail und schickt sie über das Internet zum E-Mail-Provider, z.B. GMX oder T-Online. Der Adressat als Empfänger kann jetzt, falls es bei der Übertragung keine technischen Störungen gegeben hat, Ihre Mail mit seinem E-Mail-Programm beim Provider abrufen und auf seinen Computer laden. Nach der Decodierung durch die Software kann der Empfänger die Mail lesen. Der Inhalt Ihrer E-Mail spielt bei dieser Übertragung keine Rolle.

Zwischenmenschliche Kommunikationsprozesse sind mehr als die technische Informationsübertragung zwischen Sender und Empfänger. Es wurden deshalb weitere Kommunikationsmodelle entwickelt, die vor allem die menschlichen Beziehungen als Kommunikationsfaktor einbeziehen.

Lineares Kommunikationsmodell



Modell von Paul Watzlawick

Paul Watzlawick entwickelte in seinem 1969 erstmals erschienenen Buch „Menschliche Kommunikation – Formen, Störun-