

X . media . press





Joachim Böhringer (Jahrgang 1949): Studium der Druck- und Medientechnik sowie Geschichte in Stuttgart und Darmstadt, anschließend Referendariat. Danach Lehrer für Drucktechnik an der Berufsfachschule Druck und Medientechnik in Reutlingen. Mitbegründer und Leiter der Fachschule für Informationsdesign FIND in Reutlingen. Mitgliedschaft und Mitarbeit u.a. in der Lehrplankommission für Mediengestalter und Drucker, in der Zentralen Projektgruppe Multimedia am Landesinstitut für Schulentwicklung Stuttgart sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien.



Peter Bühler (Jahrgang 1954): 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 an der Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart, im Bereich Druckvorstufe und Computertechnik Fachberater für Druck- und Medientechnik am Oberschulamt sowie am Seminar für Schulpädagogik, Stuttgart. Mitgliedschaft und Mitarbeit u.a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter für Digital- und Printmedien sowie Bild und Ton, in IHK-Prüfungsausschüssen, der Zentralen Projektgruppe Multimedia am Landesinstitut für Schulentwicklung Stuttgart sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien.



Patrick Schlaich (Jahrgang 1966): Studium der Elektrotechnik an der Universität Karlsruhe; Abschluss 1992 als Diplom-Ingenieur, danach Referendariat an den Gewerblichen Schulen Lahr, zweites Staatsexamen 1995. Seither Tätigkeit als Lehrer im Bereich Informationstechnik und Digitale Medien, Mitarbeit u. a. in den Lehrplankommissionen Mediengestalter und Medienfachwirt, Mitgliedschaft in der Zentralen Projektgruppe Multimedia am Landesinstitut für Schulentwicklung Stuttgart sowie im Zentral-Fachausschuss für Druck und Medien.

J. Böhringer · P. Bühler · P. Schlaich

Präsentieren

in Schule, Studium und Beruf

Mit 150 Abbildungen und CD-ROM

 Springer

Dipl.-Wirt.-Ing. Joachim Böhringer
Pfullingen

Dipl.-Ing. Peter Bühler
Affalterbach

Dipl.-Ing. Patrick Schlaich
Seelbach

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

ISSN 1439-3107

ISBN 978-3-540-45704-6 Springer Berlin Heidelberg New York

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Springer ist nicht Urheber der Daten und Programme. Weder Springer noch die Autoren übernehmen die Haftung für die CD-ROM und das Buch, einschließlich ihrer Qualität, Handels- und Anwendungseignung. In keinem Fall übernehmen Springer oder die Autoren Haftung für direkte, indirekte, zufällige oder Folgeschäden, die sich aus der Nutzung der CD-ROM oder des Buches ergeben.

Springer ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media
springer.de

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2007

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. Text und Abbildungen wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet. Verlag und Autor können jedoch für eventuell verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen weder eine juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung übernehmen.

Satz und Herstellung: LE-TEX, Jelonek, Schmidt & Vöckler GbR, Leipzig
Umschlaggestaltung: KünkelLopka Werbeagentur, Heidelberg
Gedruckt auf säurefreiem Papier 33/3180 YL - 5 4 3 2 1 0

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 Erfahrung in Schulen und in der Lehrerbildung 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

Handling

Struktur des Buches

Bevor Sie mit dem eigentlichen Inhalt beginnen, sollten Sie einige Minuten investieren, um die Struktur des Buches kennenzulernen.

Das Buch ist in vier Teile gegliedert, 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.

Die gestalterischen Grundlagen beschäftigen sich mit dem gezielten Einsatz von Schrift, Farbe und Bildern sowie dem Layouten Ihrer Präsentationen.

Medien

Während die Grundlagen noch weitgehend unabhängig von einem bestimmten Präsentationsmedium sind, werden diese im zweiten Teil vorgestellt.

Glauben Sie nicht den weit verbreiteten Irrtum, dass Präsentieren und PowerPoint das Gleiche meint. Es gibt zahlreiche andere Möglichkeiten des Präsentierens: OH-Projektor, Plakat, Flipchart, Metaplan, Tafel,...

Software

Im dritten Teil des Buches wird die Software vorgestellt, die Sie zur Erstellung Ihrer Präsentationen benötigen. Sämtliche nichtkommerzielle Software befindet sich auf der CD-ROM zum Buch. Im einführenden Kapitel 12 wird beschrieben, wie Sie die Programme installieren. Es handelt sich, mit Ausnahme von PowerPoint und MindManager, um kostenlose Vollversionen, die Sie uneingeschränkt nutzen dürfen.

Checklisten

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

Sie finden alle Checklisten auch in digitaler Form auf CD-ROM. Sie können ausgedruckt und zur Vorbereitung Ihrer Präsentationen genutzt werden.

Basics

Medien

Software

Checklisten

Bedienungshilfen

Um Ihnen die Orientierung im Buch zu erleichtern, werden einige grafischen Icons mit folgender Bedeutung verwendet:



Hinweis auf Übungsdateien, die Sie im jeweiligen Ordner auf CD-ROM finden.



Ein Hinweis oder Tipp hebt besonders wichtige Textstellen hervor.



Der Bleistift symbolisiert eine Übung auf Papier oder am Computer.



Der Zeigefinger verweist Sie auf eine andere Textstelle, deren Seitenzahl angegeben ist.

Die Verwendung von Tastenkürzeln statt Maus spart einiges an Zeit. Einige wichtige Tastenkombinationen, die in allen Programmen gleich sind, finden Sie hier in der Zusammenfassung:



Datei > Speichern



Datei > Drucken



Datei > Schließen



Bearbeiten > Alles auswählen (markieren)



Bearbeiten > Kopieren (in die Zwischenablage)



Bearbeiten > Ausschneiden



Bearbeiten > Einfügen (aus Zwischenablage)



Hilfe (Online-Hilfe zum Programm)

Das passende Präsentationsmedium

Die Auswahl des für Ihre Präsentation optimalen Präsentationsmediums soll Ihnen mit Hilfe dieser Checkliste erleichtert werden.

Kurzanleitung

1. Drucken Sie die Checkliste „Medienwahl.pdf“ auf der CD-ROM aus.
2. Gehen Sie die Checkliste durch und kreuzen Sie an, welche Aussagen für Ihre Präsentation zutreffen und welche nicht.
3. Streichen Sie alle Zeilen, in denen Sie „trifft nicht zu“ angekreuzt haben.
4. Zählen Sie nun senkrecht für jedes Medium die erreichten Punkte zusammen.



Ergebnis: Das Medium mit den meisten Punkten ist für Ihre Präsentation am besten geeignet.

Anwendungsbeispiel

Nehmen Sie an, Ihre Aufgabe besteht darin, eine Zwischenpräsentation einer Projektarbeit vor zehn Mitschülern und dem Lehrer zu halten. Im Anschluss soll der weitere Projektverlauf im Team besprochen werden.

Rechts sehen Sie ein mögliches Ergebnis. Natürlich ist immer auch eine Kombination mehrerer Medien sinnvoll: So könnten Sie Metaplan durch Plakate und/oder Flipchart ergänzen.

	trifft zu	trifft nicht zu	Beamer	OH-Projektor	Metaplan	Plakat	Flipchart	Whiteboard/Tafel
Mein Publikum besteht aus max. 15 Personen.	X		4	4	4	4	4	4
Im Publikum sind bis zu 50 Personen.		X	4	4	4	4	4	4
Im Publikum sind über 100 Personen.	X		4	4	4	4	4	4
Professionelle Gestaltung ist mir wichtig.	X		4	4	4	4	4	4
Ich lege Wert auf farbige Grafiken und Bilder.	X		4	3	1	2	2	1
Das Handling soll möglichst einfach sein.	X		3	3	1	4	3	3
Die Präsentation muss flexibel (transportabel) sein.	X		3	2	1	1	2	0
Meine Präsentation enthält viele Informationen.	X		4	3	3	1	1	0
Meine technischen Kenntnisse sind gering.	X		0	0	1	1	1	1
Ich will die Zuschauer möglichst stark einbeziehen.	X		0	3	4	2	3	3
Ich bereite mich bevorzugt am Computer vor.	X		4	4	0	2	3	0
Meine Zuschauer sollen ein „Handout“ erhalten.	X		4	4	1	1	3	0
Abläufe will ich mit Animationen veranschaulichen.	X		4	2	0	0	0	0
Ich möchte eher moderieren als präsentieren.	X		0	1	4	1	3	3
Die Informationen sollen die ganze Zeit sichtbar sein.	X		0	0	4	4	1	2
Ich habe wenig Zeit zur Vorbereitung.	X		1	1	4	2	2	3
Die Präsentation muss mehrfach wiederholt werden.	X		4	1	0	0	0	0
Zur Vorbereitung nutze ich Dateien (Text, Bilder,...).	X		4	4	0	3	2	0
Ich will meine Präsentation spontan ergänzen.	X		0	3	4	2	3	4
Sound/Video sollen meine Präsentation ergänzen.	X		0	0	0	0	0	0
Ich will die Präsentation optimal planen/vorbereiten.	X		4	4	3	4	3	1
Summen:			16	22	26	24	23	23

	trifft zu	trifft nicht zu	Beamer	OH-Projektor	Metaplan	Plakat	Flipchart	Whiteboard/Tafel
Mein Publikum besteht aus max. 15 Personen.			4	4	4	4	4	4
Im Publikum sind bis zu 50 Personen.			4	4	0	1	1	3
Im Publikum sind über 100 Personen.			4	4	0	0	0	1
Professionelle Gestaltung ist mir wichtig.			4	4	0	2	2	1
Ich lege Wert auf farbige Grafiken und Bilder.			4	3	1	2	2	1
Das Handling soll möglichst einfach sein.			3	3	1	4	3	3
Die Präsentation muss flexibel (transportabel) sein.			3	2	1	4	2	0
Meine Präsentation enthält viele Informationen.			4	3	0	1	1	0
Meine technischen Kenntnisse sind gering.			0	3	4	4	4	4
Ich will die Zuschauer möglichst stark einbeziehen.			0	3	4	2	3	3
Ich bereite mich bevorzugt am Computer vor.			4	4	0	2	2	0
Meine Zuschauer sollen ein „Handout“ erhalten.			4	4	1	1	1	1
Abläufe will ich mit Animationen veranschaulichen.			4	2	0	0	0	0
Ich möchte eher moderieren als präsentieren.			0	1	4	1	3	3
Die Informationen sollen die ganze Zeit sichtbar sein.			0	0	4	4	1	2
Ich habe wenig Zeit zur Vorbereitung.			1	1	4	2	2	3
Die Präsentation muss mehrfach wiederholt werden.			4	4	0	4	2	0
Zur Vorbereitung nutze ich Dateien (Text, Bilder,...).			4	4	0	3	2	0
Ich will meine Präsentation spontan ergänzen.			0	3	4	2	3	4
Sound/Video sollen meine Präsentation ergänzen.			4	0	0	0	0	0
Ich will die Präsentation optimal planen/vorbereiten.			4	4	0	4	2	1
Summen:								

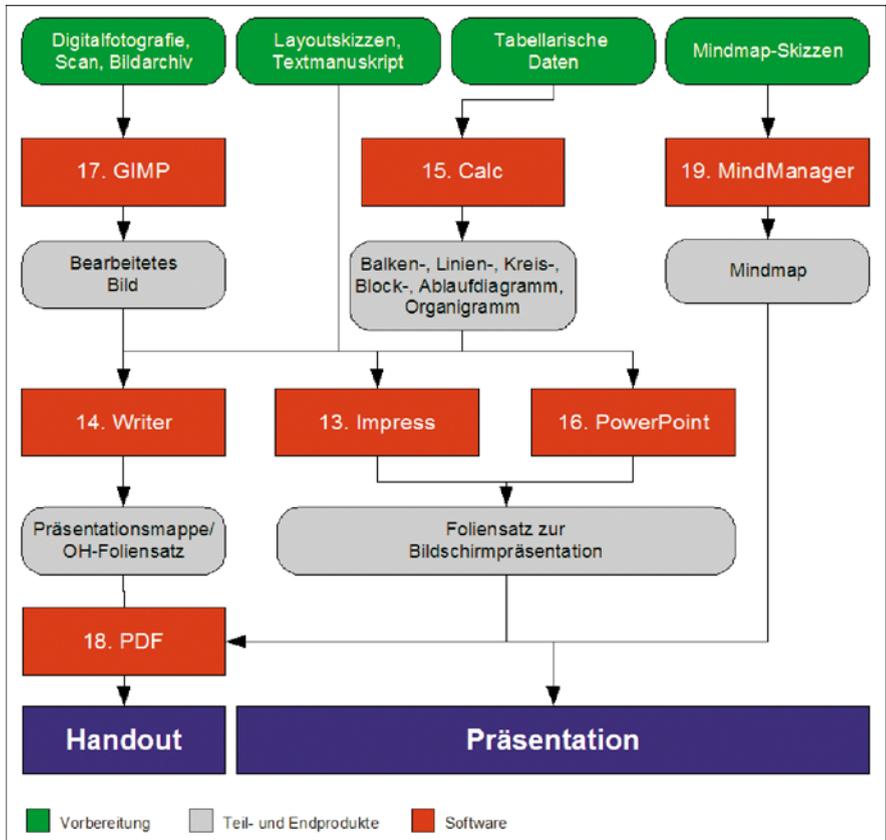
Platz für Ihre Notizen:

XII Handling

Software

Wenn Sie bisher in der „Microsoft-Welt“ gelebt haben, werden Ihnen die neuen Namen und Programme zunächst unbekannt sein.

Die Grafik hilft Ihnen bei der Beantwortung der Frage: Welche Software benötige ich für welchen Zweck?



Erläuterungen

- Bei GIMP, Calc, Impress und Writer handelt es sich um so genannte Open-Source-Programme. Diese sind als Vollversionen kostenlos verfügbar und befinden sich auf der CD-ROM. Lesen Sie in Kapitel 12.2 und 12.4, wie Sie die Programme installieren.



- PowerPoint ist ein kommerzielles Programm, das wir Ihnen aus diesem Grund auf CD-ROM nicht zur Verfügung stellen können. Für PowerPoint können Sie als Schüler(in), Student(in) oder Lehrer(in) eine relativ kostengünstige SSL-Lizenz erwerben. Diese beinhaltet neben PowerPoint auch Word und Excel. Weitere Informationen finden Sie in Kapitel 12.3.



- Auch beim MindManager handelt es sich um kommerzielle Software. Auf CD befindet sich eine Demoversion des MindManagers, die Sie drei Wochen lang testen können. Eine uneingeschränkte Vollversion muss käuflich erworben werden.



- PDF-Dateien können (ohne zusätzliche Software) direkt aus Writer, Calc oder Impress erzeugt werden. Aus PowerPoint ist dies bislang nicht möglich. Zum Öffnen von PDF-Dateien ist der kostenlose Adobe Reader erforderlich. Auch dieses Programm befindet sich auf der CD-ROM.
- Die Grafik links könnte den Eindruck erwecken, dass ein Handout nur im PDF-Format ausgedruckt werden kann. Dies ist so nicht richtig, da Sie aus jedem der genannten Programme auch direkt drucken können. Der Weg über das PDF ist allerdings zu empfehlen, wenn Sie das Handout an Ihr Publikum in digitaler Form weitergeben. Insbesondere für den Versand per E-Mail bietet sich die Verwendung des geschlossenen und kompakten PDF-Formats an.

Inhalt

Vorwort	V
Handling	VII
Struktur des Buches	VIII
Bedienungshilfen	IX
Das passende Präsentationsmedium	X
Software	XII
Inhalt	XV

Basics

1

1. Kommunikation	3
1.1 Was ist Kommunikation?	4
1.2 Kommunikationsziele	4
1.3 Kommunikationsmodelle	5
1.3.1 Modell von Claude Shannon & Warren Weaver	5
1.3.2 Modell von Paul Watzlawick	6
1.3.3 Modell von Friedemann Schulz von Thun	9
1.4 Arbeits- und Zeitplanung	10
1.5 Erarbeitung der Inhalte	12
1.5.1 Themenfindung	12
1.5.2 Stoffsammlung	12
1.5.3 Stoffearbeitung	13
1.5.4 Stoffauswahl	13
1.6 Rhetorik	14
1.6.1 Die fünf Schritte der Rhetorik	14
1.6.2 Grundsätzlicher Aufbau eines Vortrages	15
1.6.3 Argumentationstechniken	16
1.6.4 Stichwortkärtchen	19
1.7 Körpersprache	19
1.8 Stimme und Sprache	23
1.9 Zeitplanung	23
1.10 Lampenfieber	24
1.11 Entspannungstechniken	25
1.12 Unterlagen – Handout	26
1.13 Selbsteinschätzung und Üben	27

2. Farbe	29
2.1 Farbwirkung	31
2.2 Farbpalette – Farbschema	32
2.3 Harmonie und Spannung.....	32
2.4 Farbkontraste	35
2.5 Farben bewerten und auswählen	36
2.6 Technische Farbe.....	36
2.6.1 Additive Farbmischung	36
2.6.2 Subtraktive Farbmischung.....	37
2.6.3 Farbmodus – Farbwerte	38
3. Schrift	41
3.1 Schrift und Präsentation.....	42
3.1.1 Schrift – Grundlage visueller Kommunikation	42
3.1.2 Charakter einer Schriftwahl.....	42
3.1.3 Schrift polarisiert.....	43
3.1.4 Polaritätsprofile von Schriften	43
3.1.5 Schrift und Emotionen	43
3.1.6 Schrift und Inhalt	45
3.1.7 Schriftwirkung in Präsentationen	47
3.2 Typografie	49
3.2.1 Definition.....	49
3.2.2 Typografische Grundbegriffe	49
3.2.3 Schriftklassen	50
3.2.4 Schriftschnitte.....	52
3.2.5 Schriftauszeichnungen	53
3.2.6 Schriftmischung	54
3.2.7 Schriftgrad.....	55
3.2.8 Zeilenabstand	55
3.2.9 Satzarten.....	57
3.2.10 Zeilenbreite und Lesbarkeit	60
3.2.11 Typografieregeln.....	61
3.3 Schriften für Präsentationen	62
3.3.1 Schriftauswahl.....	62
3.3.2 Schriftverwendung am Monitor	64
3.3.3 Schriftgrößen bei projizierten Präsentationen	66
3.3.4 Anwendungsbeispiele.....	68
3.4 Handschrift	70
3.4.1 Grundlagen	70
3.4.2 Visualisierung durch Schrift.....	71
3.4.3 Schriftübungen	71
3.4.4 Schriftbeispiele	74

4. Bild und Grafik	77
4.1 Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.....	79
4.2 Bildauswahl.....	79
4.3 Bildausschnitt.....	80
4.4 Grafik	82
4.4.1 Clipart	82
4.4.2 Organigramm.....	83
4.4.3 Informationsgrafik	84
4.5 Animation.....	88
4.6 Audio und Video	89
4.6.1 Audio	89
4.6.2 Video.....	89
4.7 Anschauungsmittel.....	89
4.8 Technische Bild- und Grafikparameter	90
4.8.1 Pixel und Vektor	90
4.8.2 Auflösung.....	90
4.8.3 Farbtiefe.....	91
4.8.4 Farbmodus	91
4.8.5 Dateiformat	92
4.9 Quellen für Bilder und Grafiken	93
4.9.1 Web-Bilddatenbanken	93
4.9.2 Firmenbilddatenbanken	94
4.9.3 Bilder von CD und DVD.....	94
4.9.4 Digitalfotografie.....	95
4.9.5 Scannen.....	95
4.10 Selbst Zeichnen.....	99
4.10.1 Geometrische Grundformen.....	100
4.10.2 Objekte und Menschen	101
5. Layout	105
5.1 Layout – was ist das eigentlich?	106
5.1.1 Aufgabe der Layoutentwicklung.....	106
5.1.2 Layoutentwicklung	106
5.2 Layouts skizzieren.....	109
5.2.1 Schrift skizzieren	110
5.2.2 Flächen zeichnerisch darstellen	111
5.3 Präsentationsformate	112
5.4 Gestalten einer Bildschirmpräsentation	118
5.4.1 Seiten- oder Folienlayout.....	118
5.4.2 Layoutvorlagen	122
5.4.3 Präsentationsaufbau.....	124
5.5 Printlayout.....	126
5.5.1 Gestaltungsraster	128
5.5.2 Layouts für Plakate und Schautafeln.....	130

Medien 133

- 6. Beamer 135**
 - 6.1 Grundlagen 136
 - 6.2 Technik..... 137
 - 6.2.1 Technologien..... 137
 - 6.2.2 Kennwerte 137
 - 6.3 Handling 139
 - 6.3.1 Komponenten 139
 - 6.3.2 Laptop und Beamer 139
 - 6.3.3 Projektionsfläche..... 141
 - 6.3.4 Verdunklung 141

- 7. OH-Projektor 143**
 - 7.1 Grundlagen 144
 - 7.2 Technik..... 145
 - 7.2.1 Funktionsprinzip 145
 - 7.2.2 Lampe..... 145
 - 7.2.3 Weitere Merkmale 146
 - 7.3 Handling 147
 - 7.3.1 Komponenten 147
 - 7.3.2 Aufstellung..... 147
 - 7.3.3 OH-Folien und -Stifte..... 149
 - 7.4 Gestalten von OH-Folien 150
 - 7.4.1 Format 150
 - 7.4.2 Schriftgröße 151
 - 7.4.3 Farbkontrast 152
 - 7.4.4 Dynamische OH-Folien 152

- 8. Metaplan 155**
 - 8.1 Grundlagen 156
 - 8.1.1 Einführung..... 156
 - 8.1.2 Materialien 156
 - 8.2 Präsentation 159
 - 8.2.1 Gliederung und Layout 159
 - 8.2.2 Reihenfolge 160
 - 8.2.3 Gestaltungsmittel 160
 - 8.2.4 Vortrag 161

9. Plakat	163
9.1 Grundlagen	164
9.1.1 Einführung.....	164
9.1.2 Erstellung eines Plakats	164
9.2 Plakattypen.....	166
9.2.1 Präsentationsplakat	166
9.2.2 Lernplakat.....	167
9.2.3 Stand-alone-Plakat	168
10. Flipchart	171
10.1 Grundlagen	172
10.1.1 Einführung.....	172
10.1.2 Aufstellung.....	172
10.1.3 Einsatzmöglichkeiten.....	173
10.2 Handling	174
10.2.1 Bedeutung der Schriftgröße	174
10.2.2 Arbeiten mit dem Flipchart	175
11. Tafel und Whiteboard	179
11.1 Tafel.....	180
11.1.1 Funktionen der Tafel.....	180
11.1.2 Tafelarten.....	182
11.1.3 Materialien	182
11.1.4 Was kommt auf das Tafelbild?	183
11.1.5 Planung des Tafelbildes	184
11.1.6 Tafelbildlayout	185
11.1.7 Visualisierungsregeln.....	187
11.1.8 Technik des Schreibens	188
11.2 Whiteboard	189
11.2.1 Whiteboard-Arten	189
11.2.2 Whiteboards – die modernen Tafeln.....	189
11.2.3 Whiteboards beschriften und reinigen	190
11.2.4 Layout auf Whiteboards	190
11.2.5 Interaktives Whiteboard	191

Software 193

12. Installation	195
12.1 Open Source	196
12.1.1 Definition.....	196

12.1.2	Lizenzierung	196
12.2	OpenOffice.org.....	197
12.2.1	„Freies“ Office-Paket	197
12.2.2	Komponenten	197
12.2.3	Vorteile gegenüber Microsoft Office	199
12.2.4	Download und Installation.....	200
12.2.5	Änderungen oder Deinstallation	201
12.3	Microsoft PowerPoint 2003.....	202
12.3.1	SSL-Lizenz.....	202
12.3.2	Office 2007	202
12.4	GIMP	203
12.4.1	Download und Installation.....	203
12.4.2	GIMP auf Deutsch	203
12.5	Adobe Reader (PDF)	204
12.5.1	PDF-Dateien.....	204
12.5.2	Download und Installation.....	204
12.6	Mindjet MindManager.....	205
12.6.1	Download und Installation.....	205
12.6.2	Installation des Viewers	205
13.	Impress	207
13.1	Einführung.....	208
13.1.1	Präsentieren ohne PowerPoint?	208
13.1.2	Benutzeroberfläche.....	208
13.2	Folienmaster	210
13.3	Folien	212
13.3.1	Folien mit Text und Bild	212
13.3.2	Folien mit Tabellen	214
13.3.3	Folien mit Diagramm.....	216
13.3.4	Übersichtsfolie	217
13.3.5	Titelfolie.....	218
13.4	Folienübergänge und Animationen	220
13.4.1	Folienübergänge.....	220
13.4.2	Animationen.....	220
13.5	Präsentieren	222
13.5.1	Software	222
13.5.2	Handout.....	223
14.	Writer	227
14.1	Einführung.....	228
14.1.1	Writer statt Word	228
14.1.2	Benutzeroberfläche.....	228
14.2	Präsentationsmappe.....	230
14.2.1	Einführung.....	230
14.2.2	Layout.....	230

14.2.3	Formatvorlagen	234
14.2.4	Abbildungen.....	238
14.2.5	Seitenumbruch und -vorschau	242
14.2.6	Inhaltsverzeichnis	243
14.3	OH-Folien.....	245
14.3.1	Einführung.....	245
14.3.2	Layout.....	245
14.3.3	Format- und Dokumentvorlagen	248
14.3.4	Folien	249
14.4	Drucken.....	251
14.4.1	Anschluss und Funktion	251
14.4.2	Papiere oder Folien.....	251
14.4.3	Einstellungen	253
15.	Calc	255
15.1	Einführung.....	256
15.1.1	Es geht auch ohne Excel	256
15.1.2	Infografiken und Diagramme	256
15.1.3	Benutzeroberfläche.....	257
15.2	Diagramme	259
15.2.1	Balkendiagramm	259
15.2.2	Liniendiagramm.....	261
15.2.3	Kreisdiagramm	264
15.2.4	Blockdiagramm	266
15.3	OLE (Objekt Linking and Embedding).....	267
16.	PowerPoint	271
16.1	Einführung	272
16.1.1	Präsentieren gleich PowerPoint?.....	272
16.1.2	Benutzeroberfläche.....	273
16.2	Folienmaster	274
16.3	Folien	276
16.3.1	Folien mit Text und Bild	276
16.3.2	Folien mit Tabelle	278
16.3.3	Folien mit Diagramm.....	279
16.3.4	Titelfolie.....	281
16.4	Folienübergänge, Animationen, Aktionen	282
16.4.1	Folienübergänge.....	283
16.4.2	Animationen.....	283
16.4.3	Aktionen	285
16.5	Präsentieren	286
16.5.1	Software	286
16.5.2	Handout.....	287

17. GIMP	291
17.1 Einführung.....	292
17.1.1 Startdialogfenster.....	292
17.1.2 Bildfenster	295
17.2 Bildbearbeitung	296
17.2.1 Werte – Tonwertkorrektur.....	296
17.2.2 Kurven – Gradationskorrektur	297
17.2.3 Bildgröße – Bildausschnitt	299
17.2.4 Stempel – Bildretusche	301
17.2.5 Ebenen – Bildmontage	302
17.2.6 Farben bearbeiten.....	304
17.2.7 Scharfzeichnen – Weichzeichnen.....	306
17.2.8 Transformieren	309
17.2.9 Leinwandgröße – Arbeitsfläche	311
17.2.10 Screenshots aus allen Programmen erstellen	311
17.2.11 Scannen.....	312
17.2.12 Speichern – Dateiformate	313
18. PDF	315
18.1 Einführung.....	316
18.2 PDF erzeugen	317
18.2.1 Kein PDF mit Microsoft Office	317
18.2.2 PDF mit OpenOffice.org	317
18.3 PDF anzeigen.....	320
18.3.1 Adobe Reader	320
18.3.2 Webbrowser	321
18.4 PDF verarbeiten	322
19. Mindmap.....	325
19.1 Mindmapping – Grundlagen.....	326
19.2 Mindjet MindManager.....	328
19.2.1 Die Benutzeroberfläche	328
19.2.2 Anlegen einer Map	330
19.2.3 Markierungspalette.....	331
19.2.4 Bibliothek und Map Parts.....	332
19.2.5 Hyperlinks, Dateiaufruf und Zweiglinks.....	333
19.2.6 Mindmaps exportieren.....	334
19.2.7 Mindmaps präsentieren	335

Checklisten

339

20. Checklisten..... 341

20.1	Kommunikation	342
20.2	Farbe	343
20.3	Schrift.....	344
20.4	Bild und Grafik	345
20.5	Layout.....	346
20.6	Präsentationsmedium	347
20.7	Software	348
20.8	Bewertung der Präsentation – Profil	349
20.9	Bewertung der Präsentation – Noten	350
20.10	Bewertung der schriftlichen Ausarbeitung	351
20.11	Präsentationsanordnungen	352

Anhang

355

Index	357
Links und Literatur	363

Basics

1. Kommunikation

1.1 Was ist Kommunikation?

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.

Die Kommunikationskompetenz ist ein wichtiger Teil der Sozialkompetenz. Sie beschreibt neben der Dialogfähigkeit und dem schriftlichen und mündlichen Ausdrucksvermögen, Ihre Fähigkeit zu präsentieren und zu visualisieren.

Kommunikationskompetenz

1.2 Kommunikationsziele

Natürlich möchten Sie mit Ihrem Vortrag, mit Ihrer Präsentation bestimmte Ziele erreichen. Bevor Sie aber ein Ziel formulieren, müssen Sie zunächst Ihren eigenen Standpunkt bestimmen. Erst dann können Sie das Ziel und den Weg zum Erreichen des Ziels festlegen.

Die folgenden Fragen sollen Ihnen bei der Analyse und zielorientierten Vorbereitung helfen.

Fragen zur Analyse und Bestimmung der Kommunikationsziele



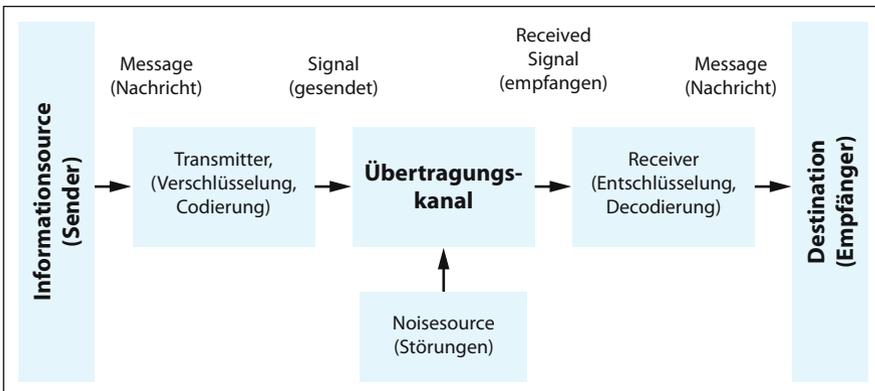
- Wer ist mein Publikum?
- Welche Ideen und Inhalte möchte ich vermitteln?
- Welches Verhalten und Handlungen möchte ich auslösen?
- Warum sollte mein Publikum meinen Vortrag hören?
- Welche Kommunikationsmittel und -medien kann ich einsetzen?
- Wie viel Zeit habe ich?
- Bietet die Präsentation etwas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

Formulieren Sie nach der Analyse – und bevor Sie mit der Erstellung Ihrer Präsentation beginnen – Ihr 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.

1.3 Kommunikationsmodelle

1.3.1 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 Kommunikation. 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.



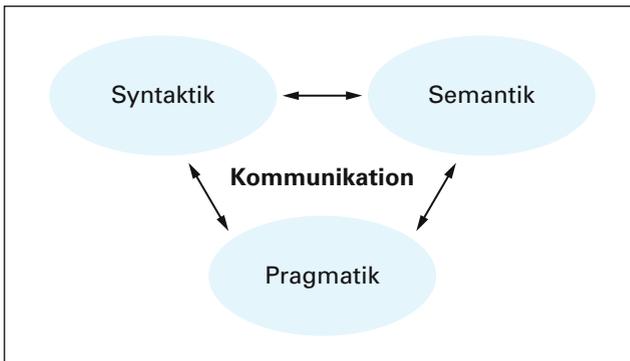
Kommunikationsmodell

Linear gerichtete Informationsübertragung ohne Rückkopplung vom Sender zum Empfänger

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.

1.3.2 Modell von Paul Watzlawick

Paul Watzlawick, ein in den USA lebender Österreicher, entwickelte in seinem 1969 erstmals erschienenen Buch „Menschliche Kommunikation – Formen, Störungen, Paradoxien“ ein Kommunikationsmodell mit pragmatischen Regeln der Kommunikation. Watzlawick teilt das Gebiet der menschlichen Kommunikation in drei Bereiche ein. Der Bereich der Syntaktik befasst sich mit den technischen Problemen der Nachrichtenübertragung. Die Syntaktik entspricht in etwa dem Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver. Der zweite Bereich der Kommunikation ist die Semantik. Sie befasst sich mit der Bedeutung der verwendeten Zeichen und Symbole. Der dritte Bereich ist die Pragmatik. Der pragmatische Aspekt beschreibt das Verhalten der am Kommunikationsprozess beteiligten Personen.



Kommunikationsmodell

- Syntaktik: Technik der Übermittlung
- Semantik: Bedeutung der Nachricht
- Pragmatik: Beziehung und Verhalten der Teilnehmer

Kommunikation ist immer ein System und damit sind alle am Kommunikationsprozess beteiligten Menschen ein Teil dieses Systems. Somit können wir Kommunikation auch nicht mehr als einen linear ablaufenden Prozess verstehen, sondern als ein zirkuläres System mit Rückkopplung, d.h. Feedback.

Die fünf Grundsätze der Kommunikation

1. *Man kann nicht nicht kommunizieren.*

„Handeln oder Nichthandeln, Worte oder Schweigen haben alle Mitteilungscharakter: Sie beeinflussen andere, und diese anderen können ihrerseits nicht *nicht* auf diese Kommunikation reagieren und kom-

munizieren damit selbst.“ (Watzlawick 2003, S. 51)

Ihre Zuhörer nehmen außer dem Inhalt Ihrer Rede viele verschiedene Informationen wahr. Sie registrieren beispielsweise Ihr Sprechtempo und die Lautstärke, aber natürlich auch die Aspekte Ihrer Körpersprache wie Mimik, Gestik und Körperhaltung. Das Publikum reagiert auf Ihre Signale, Sie wiederum reagieren auf die Reaktion des Publikums. Sie sehen, Kommunikation ist ein dynamischer Prozess.

2. *Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.*

Der Inhaltsaspekt beschreibt das *Was* einer Nachricht. Ebenso wichtig für eine gelungene Kommunikation ist der Beziehungsaspekt, das *Wie* einer Nachricht. Wie möchten Sie als Sender vom Empfänger wahrgenommen und verstanden werden bzw. wie nimmt der Empfänger Sie wahr und wie versteht er die Nachricht. Durch eine Störung des Beziehungsaspektes wird der Inhaltsaspekt entwertet. Erst der menschliche Faktor macht Vorträge erfolgreich. Nur wenn sich Redner und Zuhörer „mögen“, kann Kommunikation erfolgreich sein.

3. *Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bestimmt.*

Kommunikation kennt keinen Anfang und kein Ende, sondern verläuft kreisförmig. Zu jeder Situation gibt es eine vorhergehende und eine darauf folgende Situation. Wir müssen deshalb diesen Kreisprozess der Kommunikation in einzelne unterscheidbare Abschnitte gliedern. Watzlawick nennt dies die Interpunktion von Ereignisfolgen.

Die Partner müssen einen Kommunikationsprozess strukturieren. Dies geschieht analog zur Strukturierung eines Textes durch Satzzeichen. In einer vom Referenten dominierten Präsentation wird die Gliederung vor allem vom Vortragenden vorgegeben. Je stärker Sie Ihr Publikum mit einbeziehen, desto höher wird sein Anteil an der Interpunktion der Kommunikation.

4. *Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten.*

Sie können Objekte auf zwei unterschiedliche Arten darstellen, in einer Analogie, z.B. in einer Zeichnung, oder mittels der verbalen Benennung durch einen Namen. Mit den analogen Kommunikationsformen werden die nonverbale Kommunikation und der Beziehungsaspekt der Kommunikation beschrieben. Teil der analogen Kommunikation sind alle Aspekte der Körpersprache wie die Mimik und die Gestik sowie z.B. der Tonfall eines Menschen. Die Visualisierung eines Inhalts durch ein Bild oder eine Grafik entspricht ebenfalls dem analogen Modus. Der digitale Modus der Kommunikation betrifft die Sprache als System von Zeichen, die einem bestimmten Objekt zugeordnet sind. Wenn Sie im Radio eine fremdsprachige Sendung hören, werden Sie vermutlich die Nachricht nicht entschlüsseln können. Dieses einfache Beispiel zeigt, dass die digitale Kommunikationsform der Sprache einen gemeinsamen Zeichenvorrat von Sender und Empfänger bedingt.

Beide Kommunikationsformen, die analoge und die digitale Kommunikation, ergänzen sich in einer erfolgreichen Kommunikation gegenseitig.

5. *Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär.*

Die Kommunikation zwischen Menschen wird durch ihre soziale Position bestimmt. Die gleiche Position führt zu einer symmetrischen Kommunikation. Eine unterschiedliche Position bedingt eine komplementäre Kommunikation.

Symmetrisch bedeutet spiegelbildlich oder spiegelgleich. Für die Kommunikation heißt dies, dass die Partner einer symmetrischen Kommunikation gleichberechtigt sind. Die Präsentation vor Mitschülern oder Kollegen ist ein Beispiel für eine symmetrische Kommunikationssituation.

Komplementär bedeutet ergänzend. Die ungleichen Kommunikationspartner ergänzen durch ihr unterschiedliches Verhalten die Kommunikation zu einer Gesamtheit. Wenn Sie vor Kunden, Vorgesetzten oder Lehrern präsentieren, dann ist dies ein komplementärer Kommunikationsprozess.