

Norbert Franck
Joachim Stary

Gekonnt visualisieren

Medien wirksam einsetzen



Schöningh

UTB



UTB 2818

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Beltz Verlag Weinheim · Basel

Böhlau Verlag Köln · Weimar · Wien

Wilhelm Fink Verlag München

A. Francke Verlag Tübingen und Basel

Haupt Verlag Bern · Stuttgart · Wien

Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft Stuttgart

Mohr Siebeck Tübingen

C. F. Müller Verlag Heidelberg

Ernst Reinhardt Verlag München und Basel

Ferdinand Schöningh Verlag Paderborn · München · Wien · Zürich

Eugen Ulmer Verlag Stuttgart

UVK Verlagsgesellschaft Konstanz

Vandenhoeck & Ruprecht Göttingen

vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Verlag Barbara Budrich Opladen · Farmington Hills

Verlag Recht und Wirtschaft Frankfurt am Main

WUV Facultas Wien

NORBERT FRANCK / JOACHIM STARY

Gekonnt visualisieren

Medien wirksam einsetzen

FERDINAND SCHÖNINGH
PADERBORN · MÜNCHEN · WIEN · ZÜRICH

Dr. *Norbert Franck* leitet in Berlin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eines Umweltverbandes. Er ist Lehrbeauftragter an der Universität Osnabrück und unterrichtet in der wissenschaftlichen Weiterbildung und Erwachsenenbildung. Veröffentlichungen u.a. zu den Themen Kommunikation, Rhetorik, Schreiben.

Dr. *Joachim Stary* ist Leiter der „Pädagogischen Werkstatt“ der Freien Universität Berlin. Zahlreiche Veröffentlichungen zur Hochschuldidaktik und Wissenschaftspropädeutik.

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.

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier.

© 2006 Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn
(Verlag Ferdinand Schöningh GmbH, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)
ISBN 3-506-75656-7

Internet: www.schoeningh.de

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany.
Herstellung: Ferdinand Schöningh, Paderborn
Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

UTB-Bestellnummer: ISBN 3-8252-2818-7

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1 Warum und wozu visualisieren?	11
1.1 Aufmerksamkeit wecken	13
1.2 Das Verstehen unterstützen, das Behalten erleichtern.	16
1.3 Kommunikation fördern.	18
1.4 Handlungen steuern	19
2 Was visualisieren?	21
2.1 Zahlen	21
2.2 Strukturen und Zusammenhänge	36
2.3 Abläufe	45
3 Worauf es bei einem Vortrag, einem Referat ankommt	47
3.1 Ausgangs-, Bezugspunkt und Struktur: Die Vorbereitung	48
3.2 Es genügt nicht zur Sache zu reden: Der Auftritt	68
3.3 Tausend Paukenschläge ergeben noch keine Symphonie: Medien gezielt einsetzen	77
4 Womit visualisieren?	89
4.1 Klassiker: Die Tafel	90
4.2 Nachfolger: Das Flipchart.	92
4.3 Neo-Klassiker: Der Overhead-Projektor.	92
4.4 Mobil: Das Tagungsposter	94
4.5 Standard: Der Datenprojektor.	98
4.6 Zukunft: Die elektronische Tafel.	99
5. Wie visualisieren?	103
5.1 Farbe	103
5.2 Schrift	105
5.3 Gestalt-„Gesetze“	107
5.4 Folien-Gestaltung.	111
5.5 Bilder suchen – Bilder verwenden	117

6 PowerPoint: Ein nützliches Werkzeug.....	125
6.1 Die Vorzüge von PowerPoint	125
6.2 Visualisieren mit PowerPoint – Empfehlungen und Regeln	133
6.3 Damit PowerPoint nicht zur Plage wird	137
Abbildungsverzeichnis.....	141
Abbildungsnachweis	143
Sachregister.....	145

Einleitung

„Man muss etwas zu sagen haben, wenn man reden will.“ Meinte Goethe. „Haben Sie PowerPoint oder etwas zu sagen?“ – lautet die Überschrift eines Artikels in einer Tageszeitung, in dem über die Folgen des Triumphzugs von PowerPoint und Beamer durch Kongress- und Tagungsräume, durch Hörsäle und Seminare berichtet wird.

In dieser Frage wird unterstellt, wer mit PowerPoint arbeite, habe nichts zu sagen. Das ist starker Tobak. Doch diese Übertreibung greift ein wachsendes Unbehagen auf: Es wird viel Folie um Nichts gemacht; es werden viele Folien statt strukturierter und pointierter Aussagen präsentiert. Der Referent, die Studentin konzentrieren sich auf die Erstellung einer PowerPoint-Präsentation und nicht auf das, was warum in welcher Reihenfolge gesagt und mit welchen Argumenten und Beispielen belegt bzw. verdeutlicht werden soll. Der Medieneinsatz ist Selbstzweck. Das Medium wird zur Message.

Kritik an dieser Entwicklung ist nicht zu verstehen als Plädoyer, sich bei Vorträgen, Referaten oder der Vorstellung von Projekten und Planungen allein auf das gesprochene Wort zu beschränken. Wir stimmen nicht in die kulturkritischen Klagen über die zunehmende Bilderflut ein.

Die Tatsache, dass inzwischen manche die Augen verdrehen, wenn ein Referent seinen Rechner an einen Beamer anschließt, die Tatsache, dass in manchen Fachbereichen – zum Beispiel Wirtschaftswissenschaften – die PowerPoint-Präsentation zwar zum „guten Ton“ gehört, aber die Funktion von Medien und des Visualisierens im Rahmen eines Vortrags bzw. Referats Studierenden nicht vermittelt wird, die Tatsache, dass in vielen beruflichen Zusammenhängen – vorzugsweise in der Werbung – selbst die schlichsten Sätze auf Folie präsentiert werden, die Tatsache, dass also mit der technischen Ausstattung eines Rechners nicht die Kompetenz zunimmt, einen Sachverhalt angemessen ins Bild zu setzen – all dies sind keine Argumente gegen das Visualisieren und den Einsatz von Medien. Vielmehr unterstreichen diese Tatsachen die Notwendigkeit sich damit vertraut zu machen, wie man *gekonnt* visualisiert und Medien *gezielt* einsetzt.

Wir wollen die Leserinnen und Leser, die bisher keine oder nur wenig Erfahrungen im Visualisieren und dem Einsatz von Medien haben, ermutigen, ihre Vorträge und Referate sach- und adressatengerecht ins Bild zu setzen.

Wir wollen die Leserinnen und Leser, für die der Medieneinsatz mehr oder minder Routine ist, ermuntern, ihre Praxis zu optimieren.

Wir vermitteln das Know-how, das notwendig ist, um zum Beispiel

- als Studentin Referate durch Medien zu unterstützen;
- als Lehrender Seminare, Vorlesungen und Kurse durch Visualisierungen interessanter und anschaulicher zu machen;
- als Wissenschaftlerin auf Kongressen und Tagungen einen Vortrag professionell ins Bild zu setzen oder ein Poster zu präsentieren, das sich sehen lassen kann;
- als (young) Professional Arbeitsvorhaben, Projektergebnisse, Analysen und Planungen überzeugend präsentieren zu können.

Aus diesem Anwendungsbezug ergibt sich unsere Schwerpunktsetzung. Wir gehen zunächst den Fragen nach, was warum visualisiert werden kann und visualisiert werden sollte (Kapitel 1 und 2).

Vorträge und Referate sind kein Nachweis technischer Kompetenz. Sie sollen vielmehr belegen, dass man inhaltlich etwas zu sagen hat. Bei einem Referat steht das Thema im Vordergrund. An zweiter Stelle steht der Referierende bzw. die Vortragende. Erkenntnisse, Aussagen, Thesen oder Beispiele können beeindrucken, Menschen können überzeugen – technische Hilfsmittel nicht. Verschwinden Thema und Referent „hinter“ den Medien, werden Sinn und Zweck eines Vortrags verfehlt. Kurz: Der Einsatz moderner Medien macht noch keinen guten Vortrag, ergibt noch kein interessantes Referat. Die Grundregel des Medieneinsatzes lautet daher: Inhalte zuerst. Zunächst ist zu klären, was gesagt und wie ein Vortrag aufgebaut werden soll. Erst dann, wenn die Kernbestandteile zu Papier gebracht sind, geht es um die Frage, ob und wie Aussagen, Daten, Fakten, Beispiele und Belege visualisiert werden können. Deshalb steht im dritten Kapitel die Frage im Mittelpunkt, was einen guten Vortrag, ein

gelungenes Referat ausmacht, und wie der Einsatz von Medien zum Erfolg eines Vortrags bzw. Referats beitragen kann.

Tafel und Flipchart, Overhead-Projektor, Poster, Beamer, Copy- und interaktives Whiteboard – im vierten Kapitel erläutern wir, welche Medien für welchen Zweck geeignet sind und was zu beachten ist, damit diese Medien ihren Zweck erfüllen.

Im fünften Kapitel geht es zunächst um die Gestaltungselemente Farbe, Schrift und grundlegende wahrnehmungspsychologisch begründete Regeln des Visualisierens, um „Gestalt-Gesetze“. Den Einsatz von Farbe und Schrift, die Relevanz der „Gestalt-Gesetze“ für das Visualisieren konkretisieren wir dann am Beispiel der Foliengestaltung.

Im letzten Kapitel übertragen wir unsere Hinweise und Empfehlungen auf das Visualisieren und Präsentieren mit PowerPoint.

Wir gehen also nicht auf das gesamte Feld des Visualisierens ein. Unser Bezugspunkt ist stets das Reden vor anderen, das Referat, der Vortrag, die Lehre (wir scheuen den Ausdruck „Präsentation“, weil er mit der „werblichen Vorführung“ konnotiert ist).

Wir konzentrieren uns auf die Perspektive how-to-do-it. Nicht jede Anregung und Empfehlung ist empirisch abgesichert. „Visualisieren“ ist Gegenstand zahlreicher Wissenschaftsdisziplinen – zum Beispiel der Wahrnehmungs- und Lernpsychologie, der Medien- und Kunstwissenschaften, der in Mode gekommenen „Cognitive Science“-Richtungen. Seit einigen Jahren gibt es Bemühungen, eine „Bildwissenschaft“ zu etablieren. In der freien Enzyklopädie „Wikipedia“ sind dazu interessante Beiträge und viele Literaturhinweise zu finden.¹

Wir visualisieren (und erleiden Visualisierungen) in unterschiedlichen beruflichen Zusammenhängen. Unsere unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven schlagen sich in den Erläuterungen und Beispielen nieder; sie prägen auch den Schreibstil. Wir haben unsere unterschiedlichen Schreibzugänge und Formulierungsvorlieben nicht geglättet.

Auf eine Entscheidung, die wir und unser Lektor getroffen haben, möchten wir noch hinweisen: Wir hätten gerne unsere

1 <http://de.wikipedia.org/>

rund siebzig Abbildungen in Farbe gebracht. Die Umsetzung dieses Wunsches hätte den Preis des Buchs enorm nach oben getrieben. Vor allem mit Blick auf das schmale Budget der meisten Studierenden entschieden wir uns für Schwarz-Weiß-Abbildungen.

Berlin, September 2006

Norbert Franck, Joachim Stary

1 Warum und wozu visualisieren?

Wenn die Bundeskanzlerin eine Regierungserklärung abgibt, wenn sich der US-Präsident mit einer Ansprache an die amerikanische Nation wendet, wenn eine berühmte Filmschauspielerin auf der Berlinale über den europäischen Film spricht – dann legen sie keine Folien auf und setzen keinen Beamer ein.

Wer prominent ist, kann bei einem Vortrag mit großem Interesse des Publikums rechnen. Wer über Wege zum Reichtum, zur ewigen Gesundheit oder ein anderes Thema spricht, das (fast) alle interessiert, kann auf aufmerksame Zuhörerinnen und Zuhörer setzen. Wer ohne Vorschusslorbeeren referiert, wer einen Vortrag über ein weniger aufmerksamkeitsstarkes Thema hält, sollte strukturiert, verständlich und anschaulich sprechen – und Medien einsetzen, um Zusammenhänge und Hintergründe, wichtige Daten und Fakten zu visualisieren.¹

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Sagt man. Das nebenstehende Zeichen (Abbildung 1) sagt den meisten Menschen nichts. Es bedarf zur Erklärung nicht tausend, aber einiger Worte: Dieses Symbol steht in Landkarten für „Nadelwald“. Man kann mit wenigen Zeichen auch viel Verwirrung stiften (Abbildung 2). Und die Visualisierung des ersten Satzes dieses Abschnitts (Abbildung 3) ist überflüssig, weil sie nicht mehr sagt als die sieben Wörter, aber erheblich mehr Arbeit macht.

Ob ein Bild einem Betrachter oder einer Betrachterin etwas sagt, hängt zum einen von deren Zeichenvorrat ab, von der Fähigkeit, ein Bild „lesen“ zu können. Zum anderen davon, ob das Bild das leistet, was es leisten soll, ob es tatsächlich etwas sagt oder – wie Abbildung 1 und 2 – Rätsel aufgibt.



Abbildung 1:
Symbol für
„Nadelwald“

¹ Wenn wir auf den folgenden Seiten von *Bildern* oder *Visualisierungen* sprechen, so verstehen wir darunter alle nicht-schriftsprachlichen Zeichen (ikonische und symbolische Zeichen). Etwas zu visualisieren heißt für uns, einen Sachverhalt ausschließlich oder mit Hilfe ikonischer und/oder symbolischer Zeichen darzustellen.

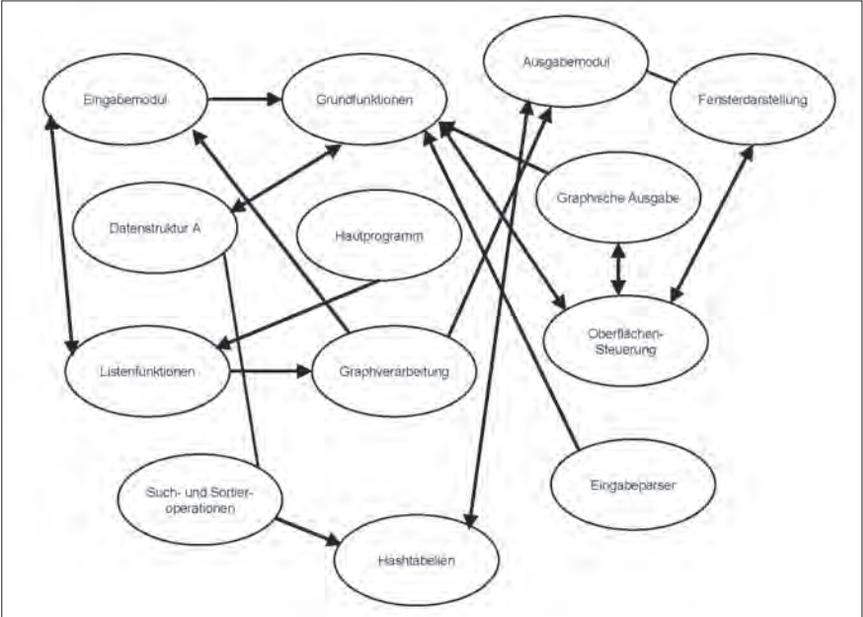


Abbildung 2: Konfusion statt Information

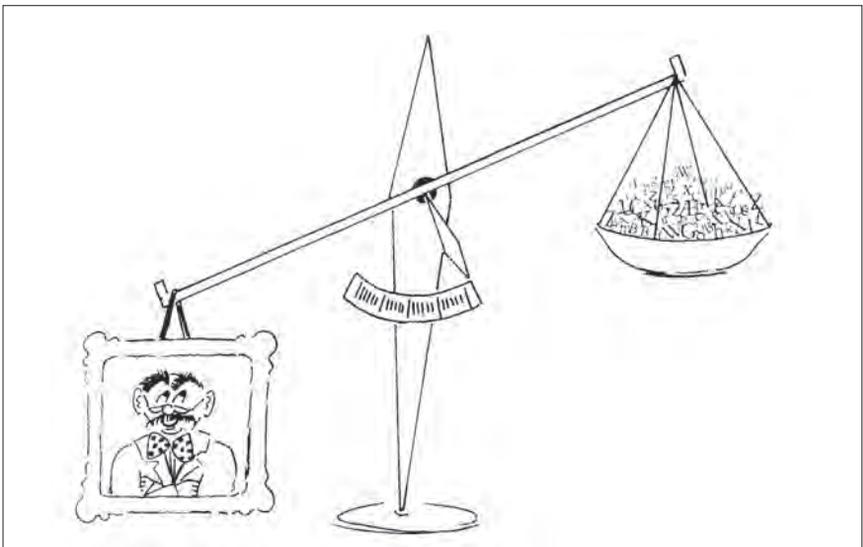


Abbildung 3: Überflüssige Visualisierung

Was können und was sollen Bilder leisten? Warum und wozu sollte man im Unterricht und in der Lehre, auf Kongressen und Tagungen, bei Arbeitsbesprechungen oder Planungssitzungen visualisieren?

Ein Bild sagt nicht immer mehr als tausend Worte, aber es kann häufig bessere Dienste leisten als viele Worte. Bilder können die *Aufmerksamkeit* der Zuhörerinnen und Zuhörer *wecken* und aufrechterhalten; sie können das *Verstehen* komplizierter Sachverhalte *unterstützen*; sie können das *Behalten erleichtern* – und mehr.

1.1 Aufmerksamkeit wecken

Wenn wir eine Zeitschrift aufschlagen, eine Web-Page oder eine Folie anschauen, geht unser Blick zuerst zum Bild. Bilder lenken die Aufmerksamkeit. Sie machen neugierig. Sie können zum Nachdenken anregen, erheitern oder Betroffenheit auslösen. Drei Beispiele:

1. Ein Referat über das Verhältnis von Medien und Politik, ein Vortrag über die Inszenierung von Politik wird mit einigen Bildern veranschaulicht, die eine sinnliche Vorstellung von inszenierter Politik (Abbildung 4) bzw. dem Verhältnis von Medien und Politik vermitteln (Abbildung 5).



Abbildung 4: Politik-Inszenierung.
(Der Hessische Ministerpräsident Roland Koch auf dem „Drillingstreffen“)



Abbildung 5: Joschka Fischer, ehemaliger Außenminister, brieft Journalisten in einem Airbus

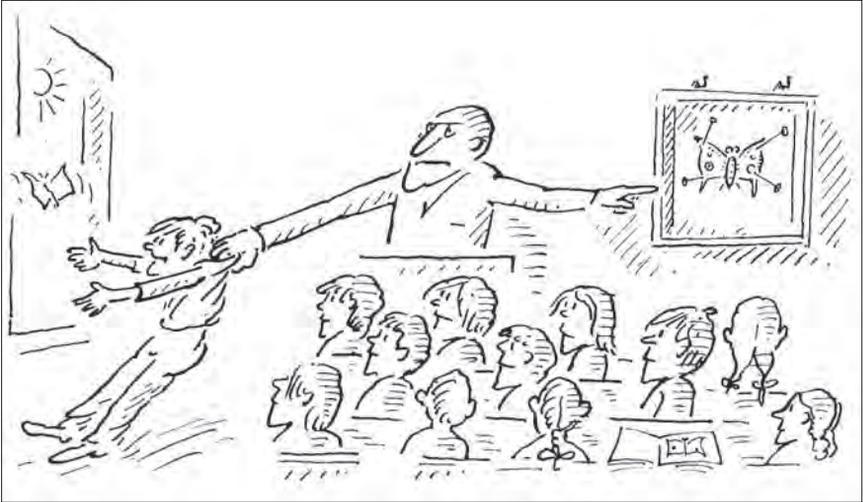


Abbildung 6: Karikatur für einen Unterrichtseinstieg

Halb voll? Halb leer?



2. Ein Vortrag über den Unterricht in unseren Schulen, über die klassische Frage, lernen Schülerinnen und Schüler fürs Leben oder für die Schule, wird mit einer Karikatur von Marie Marcks eröffnet (Abbildung 6), ein Referat über Wahrnehmungsmuster mit einem Bild, das zeigt, wie unterschiedlich ein Objekt wahrgenommen werden kann (Abbildung 7).

Abbildung 7:
Bild für einen Vortragseinstieg