



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](http://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 rechtfinden, 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

<b>Kommunikation .....</b>	<b>3</b>
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
<b>Medienrecht . . . . .</b>	<b>33</b>
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
<b>Farbe .....</b>	<b>51</b>
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
<b>Layout .....</b>	<b>117</b>
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.

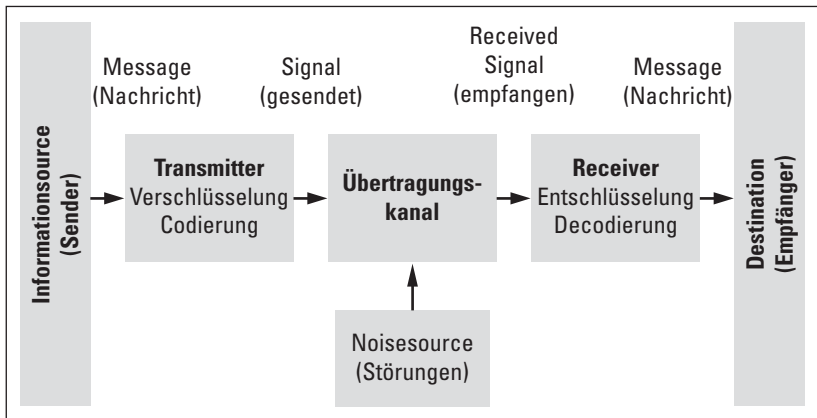
### Modell von Claude Shannon & Warren Weaver

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-