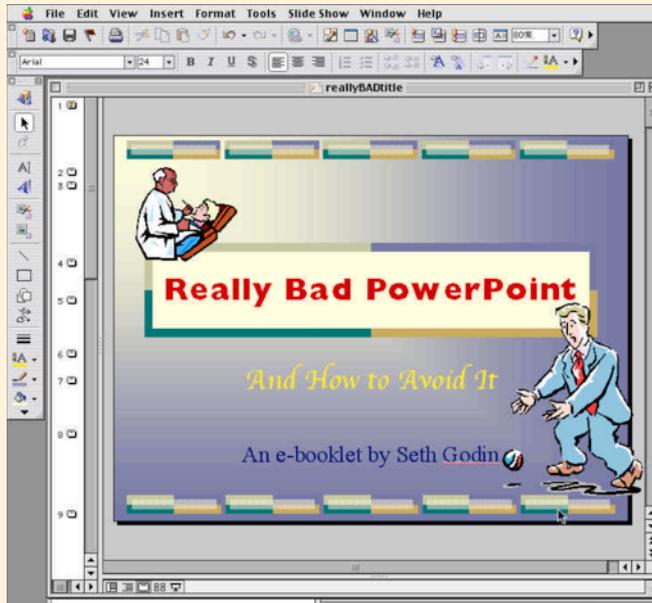


Echt **schlechtes** PowerPoint

(und wie man es vermeidet)

von Seth Godin





Ja, das ist absichtlich schlecht. Puuh.

Dieses eBook kann frei ausgedruckt und weiter verteilt werden. Die Datei ist nicht kopiergeschützt, sie können also die digitale Version frei verteilen.

Das Buch gehört zu dem viel längeren und detaillierteren *The Big Red Fez*. Klicken sie [hier](#) für mehr Informationen zu diesem Bestseller über Webdesign.

Mehr Informationen über andere Do Yoo Zoom-Produkte (einschließlich eBooks, freie Newsletters, neue Bücher, alte Bücher etc.) erhalten sie, indem sie [hier klicken](#). Oder besuchen Sie <http://www.sethgodin.com>.

Sie können einen Freund über dieses Produkt informieren, indem sie [hier klicken](#). Danke für ihre Unterstützung.

© 2001, Do You Zoom, Inc.

Warum ist ihr PowerPoint so schlecht? (Hinweis: Es ist nicht ihre Schuld)

Was würden wir ohne Microsoft PowerPoint machen? Wie würden wir miteinander kommunizieren?

PowerPoint wurde von Ingenieuren als ein Werkzeug entwickelt, das ihnen helfen sollte, mit der Marketing-Abteilung zu kommunizieren – und vice versa. Die Programmierer von PowerPoint sahen es als einen cleveren Trick – einen Weg, Zeit und Geld zu sparen, anstatt Dias auf die alte Weise herzustellen. Allerdings, einmal freigelassen, hat PowerPoint plötzlich ein Eigenleben entwickelt.

Es ist ein bemerkenswertes Werkzeug, weil es eine sehr dichte verbale Kommunikation gestattet. Ja, sie können ein Memo verschicken, aber niemand liest so etwas mehr. So wie unsere Unternehmen schneller und schneller werden, brauchen wir einen Weg, Ideen von

einer Gruppe zu einer anderen zu kommunizieren. Steigen sie in PowerPoint ein.

PowerPoint könnte das mächtigste Werkzeug auf ihrem Computer sein. *Aber das ist es nicht.*

Eigentlich ist es ein trostloser Fehlschlag. Fast jede PowerPoint-Präsentation nervt einen zu Tode. Und einen großen Teil der Schuld trägt Microsoft.

Microsoft hat Assistenten und Vorlagen direkt in PowerPoint eingebaut. Und diese «hilfreichen» Werkzeuge sind der Hauptgrund dafür, daß wir nun mit Seiten voller Aufzählungspunkte leben müssen, mit riesigen Überschriften und grauenvollen Hintergründen. Von der mitgelieferten Clip-Art ganz zu schweigen.

Hear Reports on Achievements

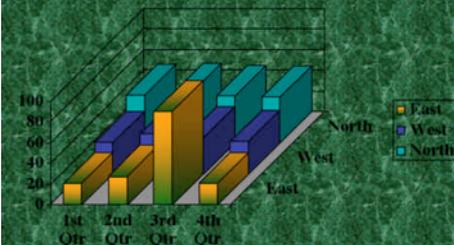
- Congratulate award winners.
- Note areas of growth.
- Have impromptu reports on success.

Ich habe mir das nicht ausgedacht! Als ich mich hingesetzt habe, um diesen Text zu schreiben, war ich besorgt, ich würde nicht genug hinreichend schlechtes Material finden – ich dachte, die Leute würden es verstecken. Erstaunlicherweise fand ich dieses Dia und die beiden anderen in PowerPoint eingebaut. Das sollen die guten Beispiele sein!

Competitive Analysis

- Competitors
 - (You may want to allocate one slide per competitor)
- Strengths
 - Your strengths relative to competitors
- Weaknesses
 - Your weaknesses relative to competitor

WHAT AN ASTONISHING GRAPH!



Das ist nicht «kommunizieren»

Das ist das magische Wort. Der Zweck von PowerPoint ist, mit ihrem Publikum zu kommunizieren. Anstatt zum Kommunizieren wird PowerPoint unglücklicherweise dazu benutzt, drei Funktionen zu erfüllen, von denen keine zu einer guten Präsentation führt.

Die erste Funktion, für die die meisten Leute PowerPoint einsetzen, ist die Verwendung als Teleprompter! Denken sie an alle Präsentationen, die sie erlebt haben, wo der Präsentator seine Dias *vorliest*. Mußte ihr Publikum wirklich den langen Weg zu einem Meeting kommen, um ihnen beim Vorlesen ihrer Dias zuzuhören? Warum kann man sie dann nicht gleich an die Leute schicken?

Die zweite Funktion ist die Erstellung einer gedruckten Sicherheits-Dokumentation dessen was präsentiert wurde. Mit dem Verteilen der

ausgedruckten Dias nach dem Meeting (oder schlimmer noch: davor) vermeidet der Präsentator die Arbeit, einen schriftlichen Bericht zu erstellen, und stellt sicher, daß er sich auf die implizite Zustimmung beziehen kann, die er auf dem Meeting bekommen hat.

Die dritte Funktion ist, es ihrem Publikum leichter zu machen, sich an alles zu erinnern, was sie gesagt haben. Irgendwie so ähnlich wie die Dias vorlesen, nur besser. Immerhin, wenn sie ihre Dias vorlesen und dann noch dem Publikum ein Transcript dessen geben, was sie gesagt haben, was sollte daran falsch sein?

Kommunikation ist der Transfer von Emotionen

Wenn eine Datei voller Fakten und Zahlen alles ist, was sie wollen, dann sagen sie ihr Meeting ab und verschicken sie einen Bericht. Erstellen sie die Datei in PowerPoint, wenn sie wollen.

Aber dies ist keine Präsentation, es ist ein Bericht. Er enthält, was immer sie niederschreiben, aber glauben sie nicht eine Sekunde lang, daß sie so schlagkräftig Ideen kommunizieren.

Kommunikation heißt, ihre Sichtweise anderen nahe zu bringen, ihnen verstehen zu helfen, warum sie, der Präsentator, so begeistert sind (oder traurig oder optimistisch oder was immer sie sind). Es ist furchtbar schwierig, das in einem Bericht zu tun – es sei denn, sie sind ein begnadeter Autor.

Die drei Funktionen, für die die meisten Leute PowerPoint benutzen, stehen in direktem Gegensatz dazu, was eine großartige Präsen-

tation tun sollte. Unser Gehirn hat zwei Seiten. Die rechte Seite ist emotional, musisch und launisch. Die linke Seite konzentriert sich auf Geschicklichkeit, harte Fakten und Zahlen.

Wenn sie kommen um ihre Präsentation halten, wollen die Leute beide Teile ihrer Gehirne benutzen. Sie nutzen also die rechte Seite, um zu beurteilen wie sie präsentieren, sich kleiden, und um ihre Körpersprache zu analysieren. Oft haben die Leute ein abschließendes Urteil über ihre Präsentation gefällt, während sie gerade ihr zweites Dia erreichen. Danach ist es meistens zu spät für ihre Aufzählungszeichen, um noch viel auszurichten.

Sie können einen Kommunikationsprozeß mit lausiger Logik oder ungesicherten Fakten zerstören, aber sie können ihn nicht vollenden ohne Emotionen. Logik ist nicht genug. Wenn

Logik alles wäre, das man braucht, dann würde niemand Zigaretten rauchen. Niemand hätte Angst, in einem Flugzeug zu fliegen. Und jeder intelligente Vorschlag würde angenommen werden. Nein, sie gewinnen nicht durch Logik. Logik ist wichtig, aber ohne Emotionen reizen sie nicht ihr volles Blatt aus.

PowerPoint eröffnet die erstaunliche Möglichkeit, die Leinwand zu benutzen, um emotionell

die rechte Gehirnhälfte ihres Publikums anzusprechen (über ihre Augen), während ihre Worte über die Ohren die linke Gehirnhälfte ihres Publikums erreichen.

Stephen Spielberg tut es. Für ihn scheint es zu funktionieren.

Es ist Verkaufen

Wenn jeder im Raum ihnen zustimmen würde, bräuchten sie keine Präsentation, nicht wahr? Sie können also jede Menge Zeit sparen, indem sie eine einseitige Projektdokumentation ausdrucken und an alle verteilen. Nein, der Grund für unsere Präsentationen liegt darin, einen Unterschied zu machen, eine oder mehrere Ideen zu verkaufen.

Aber verkaufen ist schwierig. Die meisten Leute wollen nicht einmal zugeben, daß sie verkaufen. Anstatt die Gelegenheit zu ergreifen und zu *versuchen*, den Leuten mit der Präsentation etwas zu verkaufen, machen wir also unsere Präsentationen langweilig. Was für eine Verschwendung.

Wenn sie an ihre Idee glauben, dann verkaufen sie sie. Machen sie es so gut sie können und holen sie sich das, wofür sie gekommen sind. Ihr Publikum wird es ihnen danken, weil wir alle, tief in uns drin, etwas verkauft bekommen wollen.

Vier Komponenten einer großartigen Präsentation

Erstens, machen sie sich Indexkarten. Eigentlich sollte dies als Funktion in PowerPoint eingebaut sein, aber das ist es nicht. Sie sollten ihre Indexkarten auf dem Monitor ihres Laptops sehen, während das Publikum die Dias auf der Leinwand sieht. Leider müssen sie bis auf weiteres ihre Indexkarten auf die altmodische Art schreiben.

Jetzt können sie ihre Indexkarten benutzen um sicher zu gehen, daß sie auch das sagen, was sie sagen wollten.

Zweitens, machen sie Dias, die ihre Worte *unterstützen*, nicht wiederholen. Gestalten sie Dias, die – mit emotionaler Sicherheit – veranschaulichen, daß das was sie sagen *wahr* ist und nicht einfach nur akkurat.

Sie sprechen über Luftverschmutzung in Houston? Warum zeigen sie mir anstelle von vier Aufzählungspunkten mit Daten von der Environmental Protection Agency nicht ein Foto mit toten Vögeln, Smog oder gar einer erkrankten Lunge? Erstaunlicherweise macht das mehr Spaß als auf die altmodische Art. Und es ist effektive Kommunikation.

Drittens, erstellen sie ein schriftliches Dokument, etwas das sie dalassen können. Tun sie so viel Fußnoten und Details hinein wie sie wollen. Wenn sie dann mit ihrer Präsentation beginnen, sagen sie den Zuhörern, daß sie ihnen alle Details ihrer Präsentation geben werden, nachdem sie geendet haben, und daß es nicht nötig ist, alles aufzuschreiben, was sie sagen.

Wichtig: Händigen sie das Schriftliche nicht am Anfang aus. Tun sie es nicht! Wenn sie es tun, werden die Leute das ganze Ding durchlesen und sie ignorieren während sie reden. Stattdessen ist es ihr Ziel, daß die Leute sich zurücklehnen, ihnen vertrauen und die emotionalen und intellektuellen Aussagen ihrer Präsentation aufnehmen.

Viertens, initiieren sie einen Feedback-Zyklus. Dient ihre Präsentation dazu, die Zustimmung zu einem Projekt zu bekommen, dann händigen sie den Leuten ein Zustimmungsformular aus und bringen sie sie dazu das zu bestätigen, damit später auch nicht die kleinste Unklarheit darüber besteht, was da gerade bestätigt wurde.

Also, was ist auf ihren Dias?

Hier sind fünf Regeln, die sie sich merken sollten, um beeindruckende PowerPoint-Präsentationen zu machen:

1. Nicht mehr als sechs Worte auf einem Dia.
Niemals!
2. Keine geschmacklosen Bilder. Benutzen sie stattdessen professionelle Bilder von corbis.com. Sie kosten \$ 3 pro Bild oder ein wenig mehr für <professionelle Nutzung>.
3. Keine Überblendungen, Drehungen oder andere Übergänge. Keine.
4. Toneffekte können wenige Male in der Präsentation genutzt werden, aber niemals (nie und nimmer) die eingebauten Toneffekte, die mit dem Programm kommen. Holen sie sich ihre Töne und Musik von CDs

und nutzen sie den Proustischen Effekt, den dies haben kann.

5. Verteilen sie keine Ausdrucke von ihren Dias. Die Dias sind emotionell und werden nicht funktionieren, wenn sie nicht anwesend sind. Wenn jemand ihre Dias möchte, um sie «dem Chef» zu zeigen, dann sagen sie ihm daß ihre Dias kommen, wenn sie kommen.

Der Rest ist schnell beschrieben: Sie zeigen ein Dia. Es löst eine emotionale Reaktion beim Publikum aus. Sie horchen auf und wollen wissen, was sie sagen werden, das zu diesem Bild paßt. Dann, wenn sie als Präsentator es richtig machen, werden sie jedes Mal, wenn sie das Bild sehen daran denken, was sie gesagt haben (und vice versa).

Ach, das ist schwieriger als das, was sie jetzt machen

Aber was sie jetzt machen, ist faul und ineffizient. Es langweilt die Leute und kommuniziert nicht mit ihnen. Wenn sie einmal diesen Prozeß verstehen, ist es eigentlich schon viel einfacher, eine großartige Präsentation zu machen. Ein Publikum, das hören will, was sie zu sagen haben, hört viel eher zu. Und sie bekommen viel eher was sie wollen. Geht es nicht genau darum?

Das wirklich tolle ist die Art, wie sie zukünftig Präsentationen machen werden. Anstatt Dias zu kreieren, die Aufzählungspunkten folgen, werden sie die Präsentation emotionell organisieren, sie lassen die Dias den Prozeß antreiben.

Denken sie daran, daß nicht jedes Dia für sich selbst stehen muß. Sie können auf einem Dia einen Punkt vorbereiten und ihn mit dem nächsten Dia «nach Hause» bringen.

Ein paar Beispiele zum Warmwerden

Sagen wir, sie arbeiten für eine gemeinnützige Organisation und halten eine Präsentation für ihre Geldgeber bei United Way. Sie wollen mehr Geld für ein Programm, das alternden Vietnam-Veteranen hilft, die soziale und mentale Therapie zu bekommen, die sie benötigen.

Früher hätten sie begonnen mit einem Balkendiagramm über die alternde Bevölkerung und fünf Aufzählungspunkten, wie sie das Problem angehen wollen.

Warum verwenden sie stattdessen nicht dieses Foto*:

** Vietnam Veterans Memorial in Washington D.C.
Auf der Wand sind die Namen von über 58.000 in Vietnam gefallenen oder vermißten amerikanischen Soldaten eingraviert.*



Dann, noch während das Publikum die Luft anhält und mit den Erinnerungen beschäftigt ist, die das Bild zurückbringt, erzählen sie ihre Geschichte. Erzählen sie die Geschichte so, wie sie sie einem Kollegen erzählen würden. Erklären sie, warum sie das Programm durchführen wollen und wem es helfen wird. Danach weisen sie das Publikum auf die Zahlen und Fakten hin, die sie in wenigen Minuten aushändigen werden. Zeigen sie ein paar digitale Schnappschüsse der Leute, die bereits in ihrem Programm sind. Schließen sie ein paar Fotos von Leuten ein, die das Programm absolviert haben und nun ein produktives Leben ohne ihre Hilfe führen ...

Oder wie wäre es mit etwas einfacherem. Sie versuchen, ihren Chef davon zu überzeugen, ein Budget für das Redesign ihrer Website zu bewilligen. Es scheint, daß die Mitbewerber Marktanteile gewinnen, weil ihr Webauftritt so lahm ist.

Statt ihn mit Statistiken zu verwöhnen, *zeigen* sie es. Machen sie zehn Screenshots einen nach dem anderen, um den Ablauf eines Einkaufs in ihrem Online-Store zu veranschaulichen. Dann zeigen sie die drei Schritte, die die Kunden ihres Mitbewerbers benötigen. Es dauert nur 30 Sekunden um die Schritte durchzugehen. Aber wenn sie das getan haben, haben sie einen realen Bedarf bei ihrem Publikum erzeugt. Zeigen sie das Problem und es ist leichter, die Lösung zu verkaufen.

Entschuldigungen

Entschuldigung dafür, daß dieses kleine Buch so kurz ist. Es wäre es eigentlich länger, hätte ich nicht so viel Zeit darauf verwendet. Was ich beschrieben habe, ist einfach, effektiv und schwierig. Zuerst werden sie sich wehren. Sie werden sagen, daß in ihrem Unternehmen so nicht gearbeitet wird. Sie werden sich an das letzte Mal erinnern, als sie jemanden mit einer ähnlichen Methode scheitern sahen.

Indem ich es kurz mache, anschaulich und auch übertrieben, verfolge ich das Ziel, sie herauszufordern, es zu wagen. Wagen sie es ohne Kompromisse.

Ich hoffe, sie versuchen es – trotz geringer Erfolgsaussichten. Wenn etwas es wert ist, zehn (oder hundert) Leute in einem Raum zu versammeln, dann sollte es auch wert sein, es richtig zu machen, denke ich. Sie sind vielleicht

nicht so groß wie Abraham Lincoln oder so eloquent wie Winston Churchill, aber sie sind fähig, hervorragende Präsentationen zu halten. Genießen sie es.



Seth Godin ist der Autor der Bestseller *Permission Marketing*, *Unleashing the Ideavirus* und *The Big Red Fez*. Sein neues Buch, *Survival is Not Enough*, erscheint bei Free Press im Januar 2002. Und seine PowerPoint-Präsentationen sind nicht langweilig.



**Dies ist ein freies
Megaphone eBook**

Mehr Megaphone eBooks
bei www.wendelberger.com