Wie ich früher dachte

Aber wir kennen es nicht anders, und das ist das Problem! Früher predigte ich noch: Man muss PowerPoint nur *richtig* einsetzen, dann ist alles in Butter. Ich war zwar damals schon radikaler als 95 Prozent aller Rhetoriktrainer, bin aber seither noch einen Schritt weitergegangen. Ich stelle Ihnen im Folgenden all jene Regeln vor, nach denen – wie ich früher dachte – man Folien zu erstellen hätte.

Eine Folie, die sich selbst erklärt, ist eine schlechte Folie.

Eine Folie braucht zum Verständnis immer den Redner. Damit erübrigen sich alle Textfolien, auf denen komplette Aussagen stehen. Das gilt auch für alle selbsterklärenden Diagramme. Wenn das Publikum auf der Folie liest: „Herausforderung Komplexität – Drastische Zunahme der Modell- und Produktvielfalt" und ich erkläre es in denselben Worten nochmals, dann kann man mich als Redner wegräumen.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Die Botschaft einer Folie muss in maximal zwei Sekunden zu erfassen sein.

Dabei ist es gleichgültig, ob Sie ein Schaubild auflegen oder ob Sie ein Textfragment zeigen oder einen Cartoon. Machen Sie den Test vorher mit einem Kollegen.

Schalten Sie Ihre Folie zwei Sekunden an und löschen Sie sie wieder. Fragen Sie, ob er alles zusammenfassen kann, was auf der Folie stand. Wenn nicht, taugt die Folie nichts.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Auf der Folie sollen nur Rumpfbotschaften stehen.

Das heißt: Mit dem, was dort steht, darf der Zuhörer ohne Ihre erklärenden Worte nichts anfangen können. Nur so entsteht Spannung! Dort stehen nur Stichwörter, Schlagwörter und Abkürzungen – beispielsweise: „28,4%". Und der Redner sagt: „China hat von 2004 auf 2005 seinen Export um 28,4 Prozent gesteigert." Das eingeblendete Kürzel liefert nur den Anlass, um noch Unmengen an frei gesprochenem Text zu erzählen.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Das gesprochene Wort muss zeitgleich mit der Folienbotschaft kommen.

Der Zeitpunkt, wann Sie den Overheadprojektor mit der Folie anknipsen, ist wichtig. Für obiges Beispiel bedeutet das, dass Sie die Folie „28,4%" genau dann einblenden, wenn Sie auch „28,4 Prozent" sagen.

„China hat von 2004 auf 2005 seinen Export um (Knips) 28,4 Prozent gesteigert." Niemand macht das so. Alle zeigen erst das Ergebnis, und dann wird darüber gesprochen – und gelangweilt.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Auf einer Folie darf nur eine Botschaft stehen.

Die Botschaft kann eine Zeichnung, ein Bild, ein Diagramm oder ein Satzfragment sein. Wie im Leben auch, müssen Sie bei Präsentationen Aufmerksamkeit fokussieren und nicht dividieren. Mit mehreren Botschaften, mit mehreren Fotos, mit mehreren Diagrammen dividieren Sie die Aufmerksamkeit und damit die Energie für Ihre Botschaft.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Jedes Element, das der Hauptbotschaft Leseenergie wegfrisst, muss von der Folie weg.

Das gilt für alle grafischen Spielereien, alle Quellenangaben, alle Seitenzahlen, alle Fußzeilen, alle zusätzlichen Einblendungen von Übersichten: weg damit. Was bleibt, ist eine pure, nackte Botschaft.

Prüfen Sie nach dieser Regel Ihre Folien, und Sie werden sehen: 90 Prozent davon landen im Papierkorb.

Auf einer Folie hat das Firmenlogo nichts zu suchen.

Das Firmenlogo hat keinen Informationsgehalt, frisst natürlich auch Leseenergie und muss deshalb weg. Wenn das Logo auf jeder Folie steht, lenkt das ständig Aufmerk-