

Powerpoint Tipps für die perfekte Präsentation

Datum: 17.03.2011
URL: <http://www.computerwoche.de/2367415>

Wer bei der Sesamstraße gut aufgepasst hat, kann bei der Präsentation wenig falsch machen. Powerpoint-Profi Simon Schoop verrät sein Rezept für die perfekte Präsentation.



*Powerpoint, Notebook, Beamer und fertig ist die Präsentation? Ganz so einfach ist es dann doch nicht...
Foto: Fotolia.de/Dmitry Goygel-Sokol*

Simon Schoop arbeitet seit 1999 mit Microsoft Powerpoint und weiß aus eigener Erfahrung, wie zeitaufwändig es ist, gute Präsentationen zu erstellen: nicht überladen, klar in der Aussage und mit dem berühmten roten Faden. "Ich verbringe auch heute noch mehr Zeit mit Powerpoint als mit meiner Frau und meinen Kindern", sagt der Geschäftsführer der henscho group GmbH augenzwinkernd über sich. Sein Startup bietet darum einen **Online-Service**¹ an, der kleinen und mittelständischen Firmen hilft, Powerpoint-Präsentationen zu erstellen. Für die COMPUTERWOCHE hat Schoop einige Tipps für die perfekte Präsentation zusammengestellt:



Simon Schoop, Henscho Group: "Wer mit Powerpoint gut präsentieren will, sollte zunächst die W-Fragen beantworten."

Foto: 4-advice

Wer eine Präsentation erstellt, sollte sich vorab fragen, was er mit dieser erreichen will. Gut geeignet zur Vorplanung sind die W-Fragen, die die meisten von uns schon aus der **Sesamstrasse**² kennen: Wer, wie, was - wieso, weshalb, warum ?

Wer?

Wer liest die Präsentation, wer bekommt sie vorgetragen? Handelt es sich um Menschen, die eine gewisse Vorbildung in dem Thema haben oder nicht? Ist eine stärker bildliche Sprache der Präsentation hilfreich? Oder sollten Daten und Fakten im Vordergrund stehen? Wenn Sie wissen, wen Sie mit der Präsentation erreichen wollen, tun Sie sich viel leichter in der Wort- und Bildwahl.

Wie?

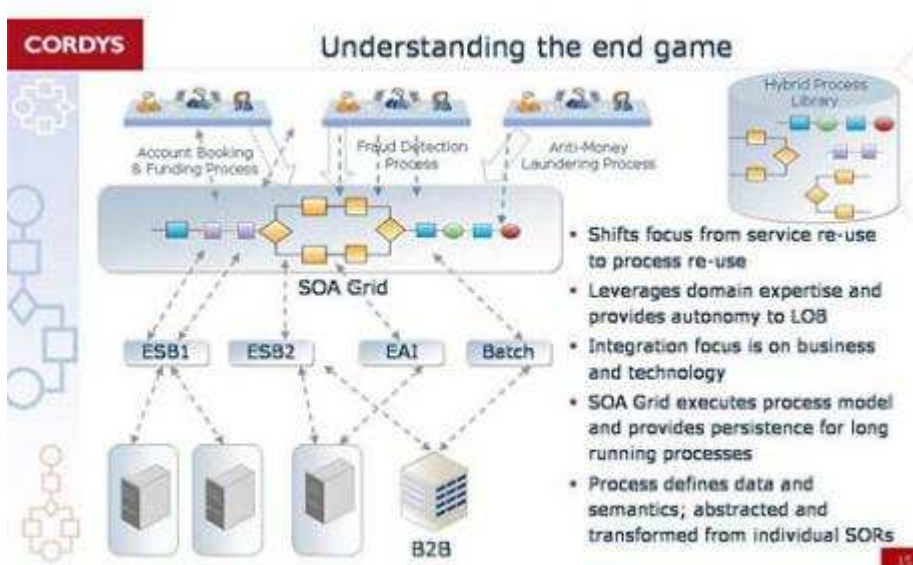
Das "Wie" ist auch eine Frage der Schriftgröße. Kleine Größen von 12 oder 10 Punkt machen nur Sinn, wenn die Präsentation ausgedruckt wird und an einem Tisch zwischen zwei bis drei Personen etwa als Ergebnisdokumentation eines Projekts diskutiert wird. Für eine Präsentation vor einem größeren Auditorium sollten Sie Schriftgrößen von 16 Punkt und mehr wählen, damit auch die Zuhörer in den hinteren Reihen noch etwas erkennen können.

Um das richtige "Wie" für Ihre Präsentation zu wählen, sollten sie auch an die Software denken, die Ihr Chef, Kunde oder Geschäftspartner nutzt. Wissen Sie nicht, ob Ihr Kunde bereits mit der aktuellen Powerpoint Version 2010 arbeitet, speichern Sie die Präsentation immer als ältere Version zur Versendung. Aber Achtung: Die Dateigröße kann sich bei diesem Speichervorgang stark vergrößern. Verschicken Sie die Präsentation am besten als PDF-Datei, damit sie beim Empfänger genauso angezeigt wird wie bei Ihnen. Bei der Verwendung von Freeware, mit der PDF-Dateien über die Druckfunktion erzeugt werden, kann es aber vorkommen, dass einige Zeichen nicht korrekt dargestellt werden und aus den Bullet Points der Punktlisten auf einmal Paragraphen-Zeichen werden...



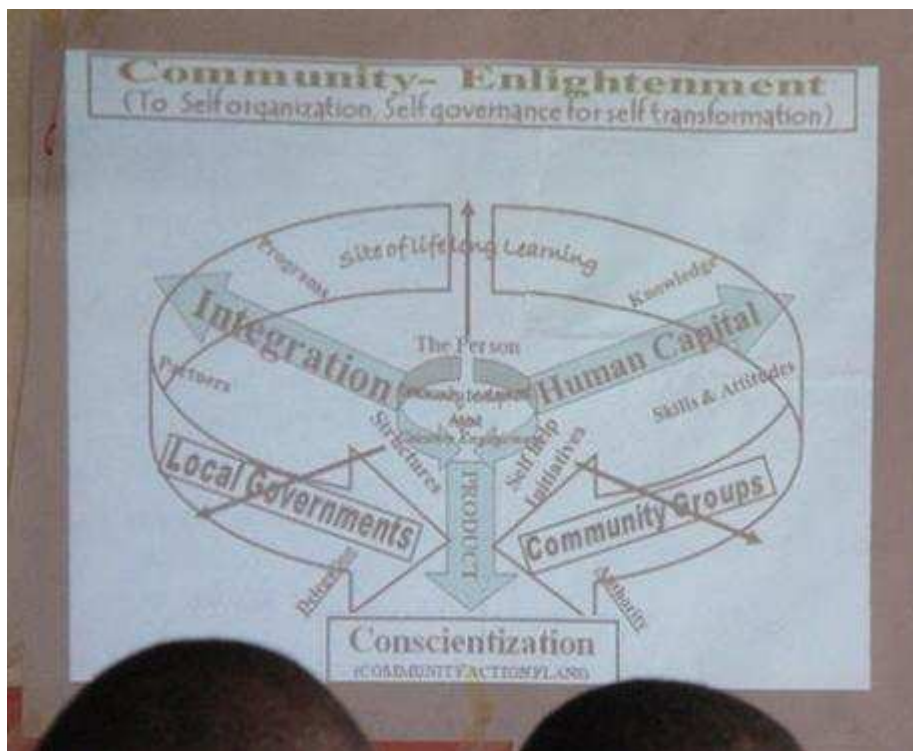
Bill Gates in den Wolken

Powerpoint sollte Rednern idealerweise dabei helfen, den Kern des Vortrags darzustellen. Mit Unmengen an Logos, Elementen und Texten wird das Auditorium dagegen überfordert und verwirrt. Experten raten zu möglichst wenigen Informationen pro Folie, etwa ein Bild pro Seite und kurzen, knappen Texten.



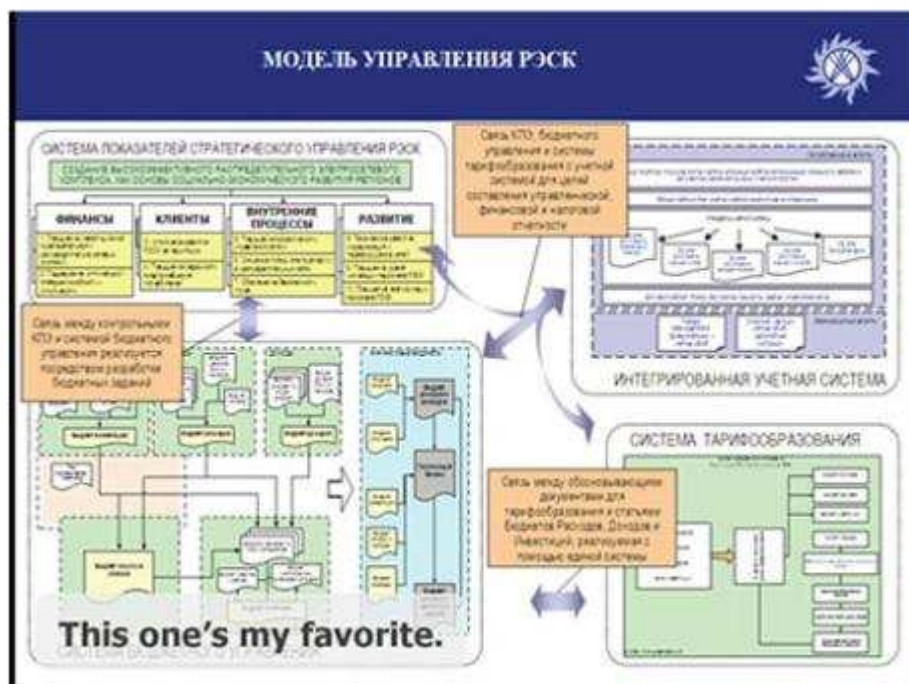
Viel Spaß mit Pfeilen, Teil 1

Dieser verunglückte Powerpoint-Vortrag stammt von Jan Baan, Gründer des gleichnamigen Softwarehauses und heute Chairman von Cordys. Verschiedene Pfeile, Symbole und Rahmen sowie zuviel Text machen diesen Vortrag zur "schlimmsten Powerpoint-Präsentation, die je von einem CEO gezeigt wurde", findet Seth Godin, Marketing- und Präsentations-Experte in den USA.



Viel Spaß mit Pfeilen, Teil 2

Diese Folie hat <http://www.flickr.com/photos/jlaugesen/3104104113> Jesper Laugesen entdeckt. Laugesen ist ebenfalls davon überzeugt, die weltweit schlimmste Powerpoint-Folie gefunden zu haben.



Tod durch Powerpoint

Schlimme Verfehlung listet Alexei Kapterev in seinem Diavortrag <http://www.slideshare.net/thecroaker/death-by-powerpoint> Dead by Powerpoint auf Slideshare auf. Dort gibt er auch Gestaltungsratschläge für gute Präsentationen. Unabhängig davon, dass der Text in der hier dargestellten Grafik in Kyrillisch verfasst und von Vielen wohl nicht zu entziffern ist, zeigt die Folie beispielhaft, wie sich eine Seite überladen lässt.

My trip to Beijing sales office

- Met with sales team in Beijing three times
- TALKED ABOUT 2010 STRATEGY AND WAYS TO REDUCE COSTS
- Met executives at hotel facility
- Stayed at 2 hotels / 1 nice / 1 not so good
- Aimed to raise \$1M
- Took lots of photos for team **Climbed part of the Great Wall!**

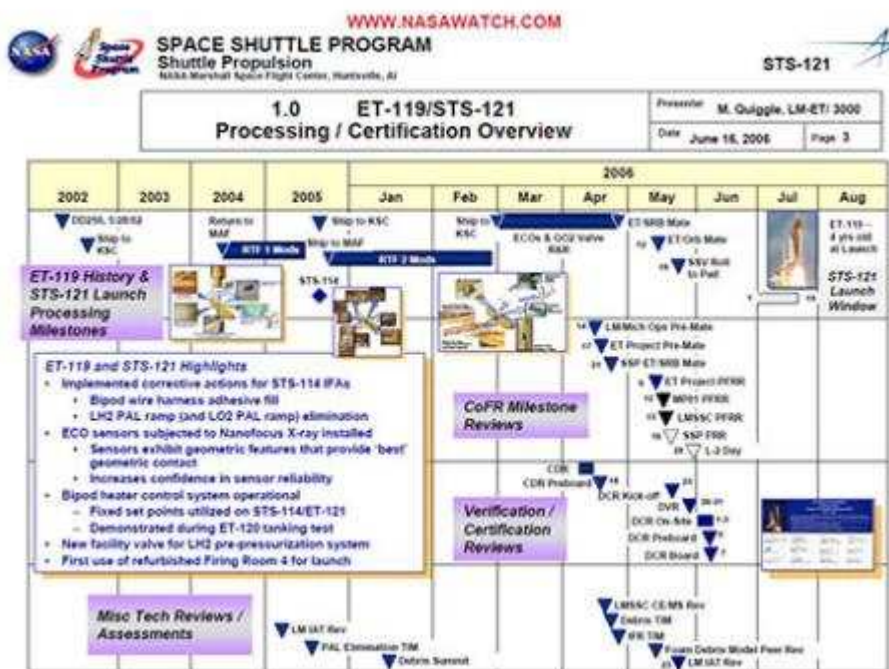
Besuch in Peking

Powerpoint-Folien sollten wenige Wörter enthalten, keine billigen und kitschigen Fotos zeigen und Überblendeffekte möglichst meiden. Auch eine Untermalung mit Ton und Musik ist verpönt, Sound-Effekte sollten allenfalls sparsam eingesetzt werden.



Übung, Übung, Übung

Vor dem Vortrag steht die Übungseinheit. Experten raten zu zehn Übungsstunden je Vortragsstunde. Darüber hinaus sollte das technische Equipment im Vorfeld getestet werden. Microsoft-Fehlermeldungen während der Präsentation sind peinlich und lenken das Auditorium ab. Von Guy Kawasaki, Venture Capitalist und Vortragsreisender, stammt die 10/20/30-Regel: Maximal zehn Slides, höchstens 20 Minuten Vortrag, Schriftgröße mindesten 30 Punkte.



Nasa-Desaster

Diese Powerpoint-Folie aus dem Jahr 2006 zeigt Teile des Space-Shuttle-Programms zur Abnahme der externen Treibstoff-Tanks. Es steht zu hoffen, dass die Zuhörer die Folie verstanden haben. "Präsentations-Sauerei", sagte Design-Guru Edward Tufte beim Anblick der Folie. Sie zeuge nicht gerade von Ingenieurs-Intelligenz.



Yes we Can

Wie Barack Obamas Botschaft an die Nation als Präsentation aussehen könnte, ist auf der Web-Site Slidshare zu sehen. Dargestellt ist die letzte von insgesamt elf Powerpoint-Folien mit der Zusammenfassung von Obamas Rede. Die Präsentation veranschaulicht die Grenzen von Powerpoint als Kommunikationsmittel.

Benutzen Sie einen Schriftsatz, der nicht standardmässig mit Microsoft Office ausgeliefert wird, dann zeigt Powerpoint die Schriftsätze meist in Arial an. Dadurch können wodurch unschöne Formatierungen entstehen. Hier

gibt es eine einfache Abhilfe: Gehen Sie auf "Start/ Speichern Unter" auf den unscheinbaren "Tools" Button neben der Speichern-Schaltfläche. Dort klicken Sie auf "Optionen speichern" und markieren links den Tab "Speichern". Nun sehen Sie als letzten Menüpunkt eine Option "Schriftarten in Datei einbetten". Hier sollten Sie nun den Haken setzen und "Alle Zeichen einbetten" auswählen. Dann kann der Empfänger Ihrer Präsentation auch mit Ihrer Präsentation so weiter arbeiten, als hätte er Ihren Schriftsatz bei sich auf dem Computer installiert. Auch hier sollte man allerdings vor dem Versenden an den Empfänger nochmals die Dateigröße kontrollieren, da sich durch das Einbetten der Schriftart die Datei vergrößern kann.

"Die Optik der Präsentation sollte immer den Inhalt unterstützen und unterstreichen, nur so erreichen Sie die maximale Wirkung und den angestrebten "Wow"-Effekt beim Adressaten Ihrer Präsentation", sagt Schoop.

Was?

Viele Präsentationen sind zwar optisch ansprechend, aber nicht durchgängig und darum unverständlich. Layout, Formensprache, Bildsprache und textliche Gestaltung sollten nicht von Folie zu Folie variieren, sondern konsistent sein. Denn nur so schafft man optisch und inhaltlich einen Gleichklang und kann dem Zuhörer eine stimmige Kernbotschaft als roten Faden vermitteln.



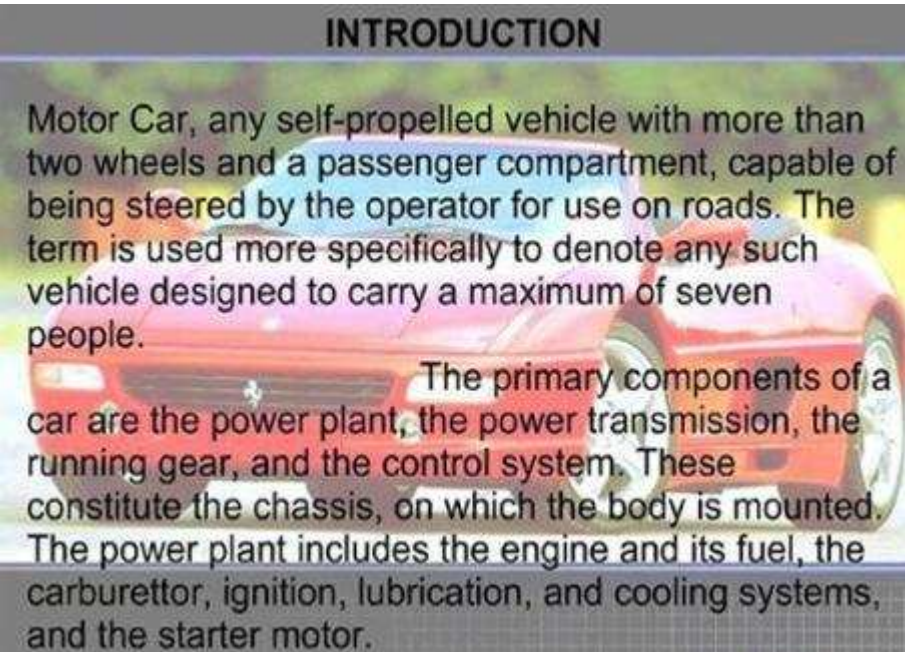
So nicht!

Die meisten kennen die Regeln. Powerpoint-Präsentationen sollten nie mit Text oder Media-Elementen überladen werden. Und doch halten sich erstaunlich viele Menschen nicht daran, wie unsere folgende Bildergalerie zeigt.

INTRODUCTION

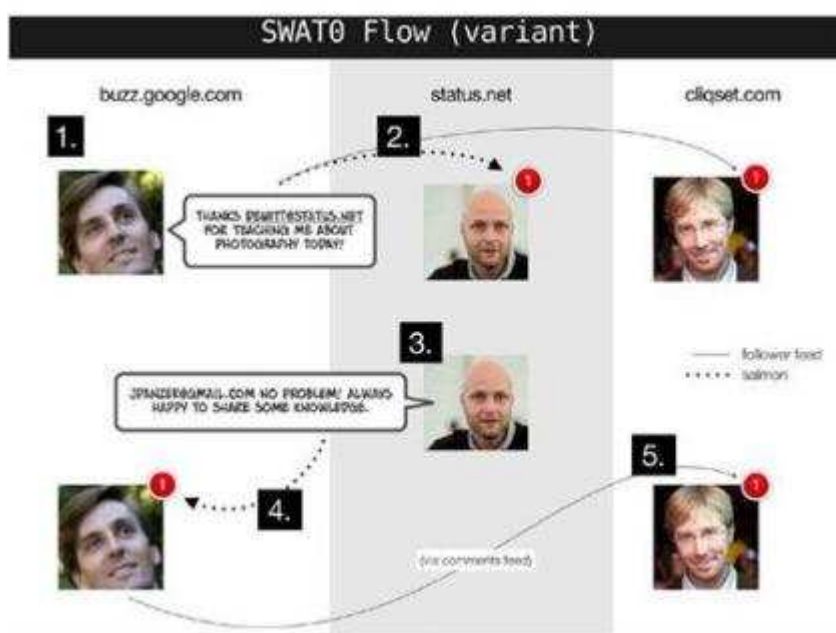
Motor Car, any self-propelled vehicle with more than two wheels and a passenger compartment, capable of being steered by the operator for use on roads. The term is used more specifically to denote any such vehicle designed to carry a maximum of seven people.

The primary components of a car are the power plant, the power transmission, the running gear, and the control system. These constitute the chassis, on which the body is mounted. The power plant includes the engine and its fuel, the carburettor, ignition, lubrication, and cooling systems, and the starter motor.



Lesbarkeit

Diese Folie ist ein klarer Fall für den Designdoktor. Die Zuschauer können beim Betrachten weder den Text gut lesen noch das Auto im Hintergrund erkennen.



Sinn

Während der Präsentation hat der Redner die Gelegenheit für Erläuterungen. Eine gute Powerpoint-Präsentation sollte man allerdings auch ohne Erläuterungen verstehen. Diese Präsentation über soziale Netzwerke dient als schlechtes Beispiel und hinterlässt viele Fragezeichen.



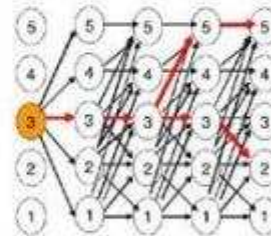
Verwirrung

Farben sind ideal, um Aufmerksamkeit zu erregen. Mehr als zwei oder drei verschiedene Farben sollten es allerdings nicht auf einer Folie sein. Zu viele Farben hinterlassen schnell einen unübersichtlichen Eindruck, wie diese Folie zeigt.

Modeling customer dynamics

- **Model 1: Lost-for-good (Dwyer 1989)**
 - Two-state model: customer / no customer
 - Customer who has left never returns
 - Modeling issue: lifetime analysis

- **Model 2: Always-a-share**
 - multi-state model
 - More complete dynamics (includes Lost-for-good dynamics)
 - Modeling issues: describe state changes
 - Classical model: Markov Chains (Pfeiffer/Carraway (2000), Piersma/Jonker (2000), Tirenni (2005))
 - Basic assumption: the probability of a state change („hazard rate“) does not depend on the past, in particular not on the sojourn time!



Frontiers in Service Conference, Karlstad, June 10-13, 2010



Text-Bild-Schere

Die strukturierte Textdarstellung ist gut. Wer nichts falsch machen möchte, greift wie hier zu einem Template. Die Grafik rechts im Bild trägt allerdings nichts zum weiteren Verständnis bei.

US Wireless Market – Q2 2010 Update

Executive Summary

The US wireless data market grew 6% Q/Q and 22% Y/Y to exceed \$13.2B in mobile data service revenues in Q2 2010 - on track so far to meet our initial estimate of \$54B for the year.

Having narrowly edged NTT DoCoMo last quarter for the first time, Verizon Wireless continued to maintain its number one ranking for the 1H 2010 in terms of the operator with the most mobile data revenues (though the difference was thinner than the average membership). The total wireless connections for Verizon were almost 150M with 92.1M being the traditional subscriber base. Rest of the 3 top US operators also maintained leading positions amongst the top 10 global mobile data operators.

Sprint had the first positive net-add quarter in 3 years and has been slowly and steadily turning the ship around. T-Mobile did better on the postpaid net-adds but overall additions declined again. The larger question for the market is if 4 large players can stay competitive. Generally, the answer is no, but there are different times and there are a number of permutations and combinations that are possible.

The US subscription penetration crossed 95% at the end of Q2 2010. If we take out the demographics of 5 yrs and younger, the mobile penetration is now past 100%. While the traditional net-adds have been slowing, the "connected device" segment is picking up so much that both AT&T and Verizon added more connected devices than postpaid subs in Q2 2010. Given the slow postpaid growth, operators are fiercely competing in prepaid, enterprise, connected devices, and M2M segments.

Data traffic continued to increase across all networks. By 1H 2010, the average US consumer was consuming approximately 230 MB/mo up 55% in 6 months. US has become ground zero for mobile broadband consumption and data traffic management evolution. While it lags Japan and Korea in 3G penetration by a distance, due to higher penetration of smartphones and datacards, the consumption is much higher than its Asian counterparts. Given that it is also becoming the largest deployment base for HSPA+ and LTE, most of the cutting edge research in areas of data management and experimentation with policy, regulations, strategy, and business models is taking place in the networks of the US operators and keenly watched by players across the global ecosystem.

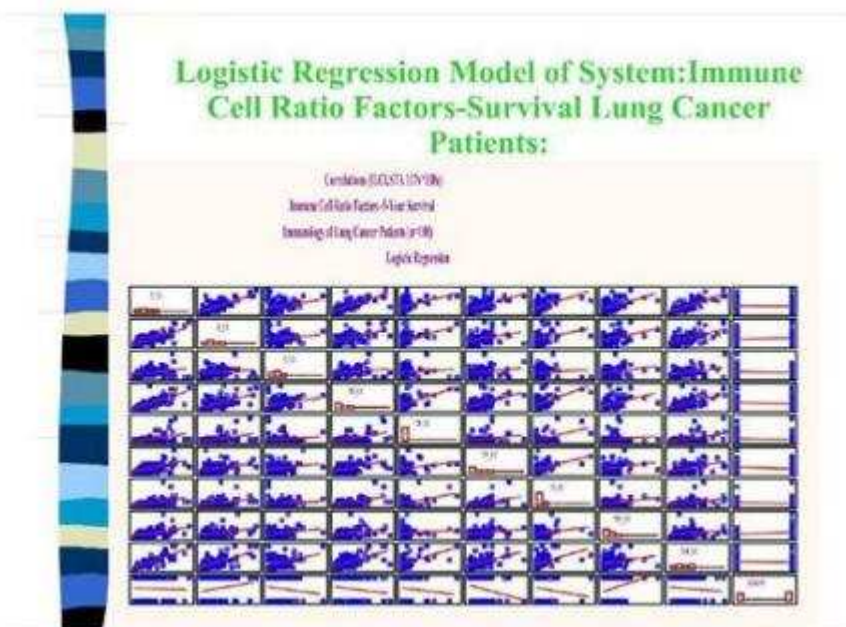
As we had forecasted, the tiered pricing structure for mobile broadband touched the US shores with AT&T becoming the first major operator to change its pricing plan based on consumer consumption. We will see the pricing evolve over the next few quarters as the US mobile ecosystem adjusts to the new realities and strategies for mobile data consumption.

2

© Charles Moore Consulting. All Rights Reserved. Aug 2010

Textbombe

Eine Folie mit so viel Text wie in diesem Beispiel ist immer eine schlechte Idee. Das Schlimmste: Die Zusammenfassung wird auf der nächsten Folie fortgesetzt.



Charts ja, aber richtig!

Charts und Grafiken sind ideal für Powerpoint. Sie machen das Gesagte anschaulich und lockern auf. Aber wie in diesem Beispiel 100 Charts auf eine Folie zu packen, macht die Folie unübersichtlich und unleserlich.



My Snoring Solution | Chin Straps and Jaw Supporters Deemed Most Effective Anti-Snoring Device!

For a limited time, get a **2-for-1 Bonus!** I Bought It And the My Snoring Solution Jaw Supporter Proved to be the only effective non-invasive snoring cure. Read my story at my personal blog.

<http://www.Buy-MySnoringSolution.com>



Liebllosigkeit

Das Online-Banner oben im Bild zielt jede einzelne Seite der Präsentation. Die Werbung hätte auf der letzten oder der ersten Seite völlig genügt. Und wenn schon Banner von Web-Seiten nötig werden, sollte man sich wenigstens die Mühe machen, den Special-Offer-Button bei der Bildbearbeitung wegzuschneiden.



(Un-)Sichtbarkeit

In dieser Folie wurde der Einsatz der Media-Elemente übertrieben. Wenn man klickt, erscheint Text, andere Bausteine verschwinden dann allerdings. Das erschwert das Lesen gewaltig.

The Delegation Temptation

Leaders are understandably tempted to outsource or delegate responsibility for social media initiatives for the following reasons:

- They are already extremely busy pursuing a host of other priorities and feel unable to add one more thing to their jam-packed To Do lists.
- They have limited familiarity with social media themselves and have barely begun to climb their own social media learning curves. Consequently, they may not feel qualified to assume a direct leadership role.
- Their lack of familiarity may also contribute to the perspective that social media initiatives are independent, add-on projects rather than projects that should be integrated into the pursuit of the organization's mission and priorities.
- Because there are low barriers to accessing and using many social media platforms and tools, as well as a seemingly low financial commitment, they may underestimate the strategic complexity of social media.
- Underestimating the strategic complexity of social media can lead them to assume the necessary approaches are primarily tactical, an assumption that is reinforced by the widespread emphasis on specific tactics such as blogging, microblogging, and social networking. Consequently, they may conclude these activities can be carved out and handled by someone who's not engaged in core organizational functions.
- There's no shortage of "hire me!" social media service providers who reinforce the idea that social media activities can easily be outsourced and still produce great results.

© 2010 Strategic Solutions



Bullet-Debakel

Wer Bulletpoints einfach an den Anfang von ganzen Absätzen setzt, hat ihr Prinzip falsch verstanden. Die Aussagen sollten knackig sein, nicht wie hier lang und damit unübersichtlich. Als Faustregel gilt: Wer auf Schriftgröße zehn bis zwölf verkleinern muss, damit der Text auf die Folie passt, muss kürzen.

Wer inhaltlich den roten Faden knüpfen will, muss sich gut vorbereiten und sollte am Anfang ein Inhaltsverzeichnis und seine Kernbotschaft definieren. Dann sollten Sie - wie früher bei einem Deutschaufsatz in der Schule - den Spannungsbogen mit einer Einleitung, einem Hauptteil und einem Schlussteil aufbauen. Zudem ist es dem roten Faden zuträglich, die Grammatik und Interpunktion der Überschriften konsistent zu halten. Schreiben Sie also nicht auf einer Folie knapp "100% Überstunden = 12.000€ mehr Umsatz je Monat" und auf der nächsten Folie lang "Durch die geleisteten Überstunden wurden über die letzten 12 Monate über 144.000€ zusätzlicher Umsatz erwirtschaftet." Bleiben Sie bei einem durchgängigen sprachlichen Stil in Ihren Formulierungen.

Wieso, Weshalb, Warum?

Wieso: Erstellen Sie eine Präsentation für sich selbst, wissen Sie, wofür Sie diese benötigen. Erarbeiten Sie die Präsentation jedoch für andere Personen wie Ihren Chef oder einen Kunden, dann sollten Sie sich fragen, wieso diese Person die Präsentation benötigt. Ist sie für seine Selbstdarstellung, für einen Erkenntnisgewinn durch das Zusammenfassen und die Dokumentation Ihrer eigenen Arbeit, die Sie für diese Person gemacht haben oder für einen anderen Zweck?

Wenn Sie wissen, wieso der Adressat Ihrer Präsentation diese erstellt haben möchte, können Sie den roten Faden, die Kernbotschaft Ihrer Präsentation darauf abstimmen. Warum wurden gerade Sie damit beauftragt, die Präsentation zu erstellen? Die Antwort hilft Ihnen, sich auf das von Ihnen geforderte Wissen und Ihre Qualifikationen zu besinnen. Schließlich erwartet Ihr Chef, dass sie diese auch einbringen.

Stellen Sie sich bei der finalen Qualitätskontrolle immer wieder die Frage, ob alles aus Sicht des Adressaten nachvollziehbar ist. Haben Sie Abkürzungen verwendet, die Sie nicht erklärt haben? Haben Sie alle Elemente Ihres zu Beginn aufgestellten Inhaltsverzeichnis abgearbeitet?



7 Tipps für eine gelungene Präsentation

Ob Abteilungsleiter, Ingenieur oder Verkäufer - viele Berufstätige müssen heute Produkte und Ideen ihren Kunden, Geschäftspartnern oder Kollegen vorstellen. Untersuchungen zeigen: Mehr als 90 Prozent aller Präsentationen werden von den Zuhörern als ermüdend erlebt. Der Hauptgrund ist der, dass das Publikum zwar mit Informationen überhäuft, aber kaum emotional angesprochen wird.

Foto: pressmaster/Fotolia.de



Tipp 1: Nicht Charts, sondern sich selbst präsentieren

Beachten Sie beim Vorbereiten Ihrer Präsentation: Nicht Ihre Charts sollen die Zuhörer überzeugen, Sie selbst müssen es tun!

Foto: Fotolia.com/CW



Tipp 2: Die Zuhörer begeistern statt in Trance versetzen

Damit Sie beim Präsentieren Ihr Ziel erreichen, muss ihr Auditorium hellwach sein. Vermeiden Sie deshalb alles, was die Zuhörer in Halbschlaf versetzt, also beispielsweise zu dunkle Räume.

Foto: detailblick/Fotolia.com

**Tipp 3: Auch mit den Augen kommunizieren**

Kommunizieren Sie beim Präsentieren mit dem Publikum nicht über Ihre Worte. Suchen Sie auch den Augenkontakt.

Foto: Fotolia, pressmaster

**Tipp 4: Nicht jede Info visualisieren**

Achten Sie beim Erstellen von Charts drauf, dass diese Sachverhalte veranschaulichen und mündliche Aussagen emotional unterstützen. Es sollten nur Dinge auf dem Chart stehen, die Ihre Botschaft verstärken - zum Beispiel eine beeindruckende Zahl, eine aussagekräftige Grafik oder ein emotional ansprechendes Bild.

Foto: Fotolia.com/CW



Tipps 5: Auf eine lebendige Sprache achten

Achten Sie darauf, dass Sie Ihr Auditorium mit Ihren Worten auch emotional packen. Vermeiden Sie einen bürokratischen Nominalstil. Schmücken Sie Ihre Aussagen stattdessen mit vielen Adjektiven und starken Verben.

Foto: pressmaster/Fotolia.com



Tipps 6: Auf Kernbotschaften konzentrieren

Fokussieren Sie Ihre Präsentation auf wenige Kernbotschaften; setzen Sie diese mit Bildern, Zahlen und Zitaten adäquat in Szene.

Foto: TM Design - Fotolia



Tipps 7: Spannung erzeugen und Emotionen wecken

Ein guter Vortrag strebt auf einen Abschluss hin, der im Kopf hängen bleibt. Wie Sie im Detail vorgehen, ist egal. Hauptsache, Sie verpacken Ihre Kernbotschaften unterhaltsam und emotional ansprechend. Gefühle lassen sich auf vielfältige Weise erzeugen. Zum Beispiel durch rhetorische Fragen und gezielt platzierte Sprechpausen. Sie können dem Publikum aber auch (Erfolgs-) Geschichten und Anekdoten erzählen.

Foto: MaikBlume - Fotolia

Die finale Qualitätskontrolle

Nehmen Sie sich Zeit für einen letzten Qualitätscheck. Haben Sie einmal durch alle Folien durchgeklickt und geprüft, ob die Fussnote und die Überschrift immer an der gleichen Position auf der Folie stehen? Haben Sie geprüft, ob Ihre Schriftgrößen variieren oder Ihre Farbwahl konsistent ist?

"Bei uns haben sich Checklisten bewährt, anhand derer wir vor der Versendung unserer Präsentationen an unsere Kunden Layoutaspekte und inhaltlich den roten Faden der Präsentation überprüfen. Ich empfehle jedem, der mit Powerpoint arbeitet, für sich seine individuelle Checkliste zu erstellen und wieder und wieder abzuhaken", sagt Schoop, Gründer des Powerpoint-Service **pptmaker.de**³.



Whitfield Diffie

1984: Für Vorträge vor seinen Vorgesetzten bei der amerikanischen Telefongesellschaft Bell Northern schreibt

Whitfield Diffie ein kleines Präsentationsprogramm. Damit gilt er später vielen als der eigentliche Erfinder von Powerpoint. Diffie wird als Hippie mit langen Haaren geschildert. Bis heute ist er seiner Frisur treu geblieben.



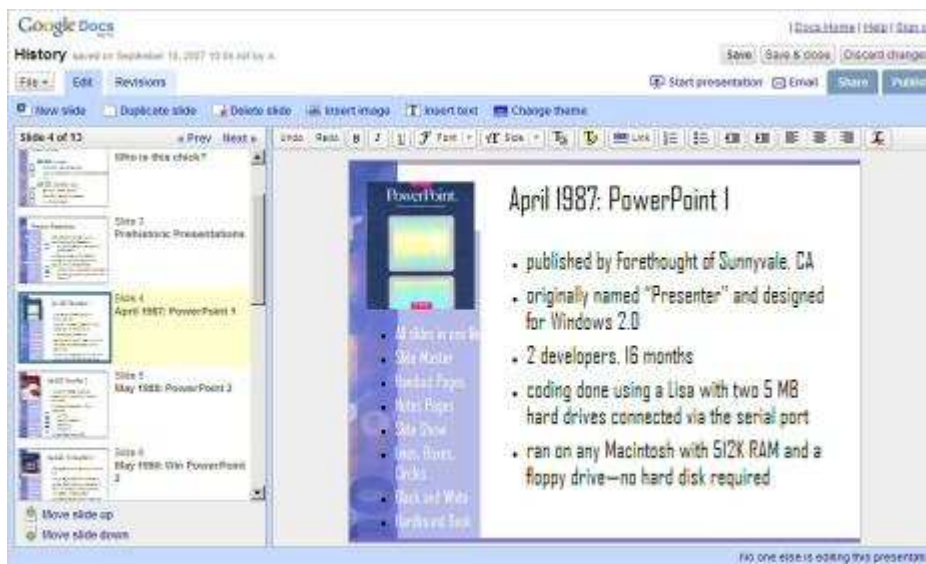
Whitfield Diffie

1975 hat Diffie (rechts) mit Martin Hellman (Mitte) das Verfahren zum Austausch von Schlüsseln (Diffie-Hellman-Algorithmus) entwickelt, das bis heute im Einsatz ist.



Robert Gaskins

Robert Gaskins, Diffies Chef bei Bell Northern, entwickelt die Software „Presenter“. Sie ähnelt Diffies Präsentationsprogramm. Gaskins kündigt bei Bell Northern und kauft sich in das Softwareunternehmen Forethought ein, um Presenter vermarkten zu können.



Powerpoint 1.0

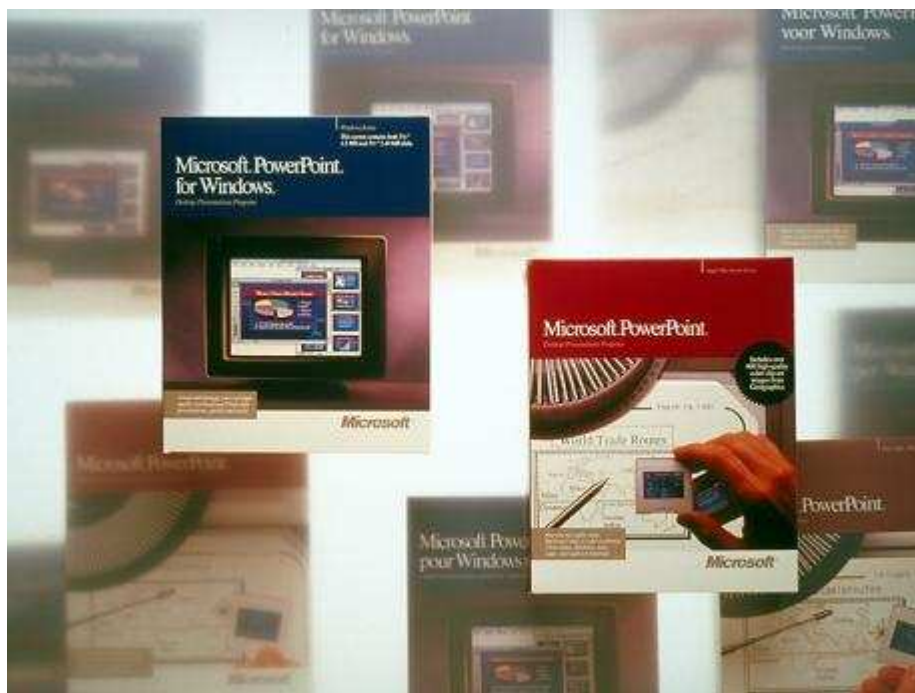
April 1987: Presenter heißt jetzt Powerpoint. Die Version 1.0 (schwarzweiß auf einer Diskette) läuft nur mit dem Apple-Betriebssystem und wird sofort ein großer Erfolg.



Microsoft GBU, Menlo Park

August 1987: Microsoft kauft Forethought samt Powerpoint für 14 Millionen Dollar und entwickelt es in seiner Graphics Business Unit (hier der Eingang) in Menlo Park, Kalifornien weiter. Mai 1990: Die erste Powerpoint-Version für Windows kommt auf den Markt.

Foto: Microsoft



Powerpoint 3.0

1992: Powerpoint wird Teil des Büropakets Office 3.0. Via Office hat sich die Software seither Hunderte Millionen Male verkauft. Gaskins verlässt 1996 Microsoft.



Powerpoint-Folien

Heute, weltweit: Geschätzte 30 Millionen Präsentationen pro Tag enthalten Powerpoint-Elemente.

"Getreu dem Sesamstrassen-Motto: "Wer wie was, wieso weshalb warum - wer nicht fragt bleibt..." ist es äußerst wichtig, schon vor dem Beginn der Präsentationserstellung, also beim Briefing durch Kunden oder Chef, möglichst genau die Antworten auf die fünf "W-Fragen" zu ermitteln. So liefern Sie dann auch garantiert ein gutes Ergebnis ab und Ihre Präsentation erzeugt die gewünschte Wirkung und Resonanz."

Mehr zum Thema Präsentation

- **Zehn Tipps: Gut präsentiert ist halb gewonnen⁴**
- **Präsentieren ist mehr als Powerpoint⁵**
- **So präsentieren Sie sicher⁶**

- **Weniger Folien sagen mehr**⁷

Links im Artikel:

¹ <http://www.pptmaker.de/>

² <http://de.wikipedia.org/wiki/Sesamstra%C3%9Fe>

³ <http://www.pptmaker.de/>

⁴ <http://www.computerwoche.de/karriere/karriere-gehalt/1871114/index.html>

⁵ <http://www.computerwoche.de/management/compliance-recht/1939353/>

⁶ <http://www.computerwoche.de/index.cfm?pid=378&pk=1912957>

⁷ <http://www.computerwoche.de/karriere/karriere-gehalt/1871123/index.html>

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. DPA-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass in Computerwoche unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von Computerwoche aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.