

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Planung einer PowerPoint Präsentation	2
2.1	Sinn und Zweck einer Präsentation.....	2
2.2	Ausgangslage	2
2.3	Planen.....	2
2.4	Kommunikation	3
2.5	Publikumsanalyse	5
2.6	Raumgrösse und technische Hilfsmittel.....	6
2.7	Vermeiden Sie Störfaktoren!.....	7
2.8	Zusammenfassung.....	8
3	Präsentationsablauf	9
3.1	Checkliste zur Vorbereitung einer Präsentation.....	9
3.2	Formalstufenplan für Präsentationen	11
4	Präsentationsrichtlinien.....	12
4.1	Welches Design	12
4.2	Bilder sprechen lassen.....	13
4.3	Einsatz von Schriften	13
4.4	Text- und Zahlendarstellung.....	17
4.5	Wirkung von Farben	19
5	Spezial Diagramme.....	22
5.1	Gemischte Diagramme.....	22
5.2	Aufgabe: Bootsferien - Gemischtes Diagramm	29
6	Bildbearbeitung	30
6.1	Bilder spiegeln	31
6.2	Bilder drehen.....	32
6.3	Symbolleiste Grafik	36
6.4	Bildfarben	36
6.5	Verkleinern von Bilddateien	38
6.6	Erstellen von transparenten Bereichen in einem Bild.....	39
6.7	MS Office Picture Manager	40
6.8	Farbtiefe von Bildern ändern	41
6.9	Bildgrösse	43
6.10	Bild in andern Bildformaten abspeichern	44
6.11	Bildeffekte hinzufügen.....	46
7	Tabulatoren	48
7.1	Das Lineal	48
7.2	Arbeiten mit dem Lineal	48
7.3	Tabulatoren	49
7.4	Aufgabe: Tabulatoren	49
7.5	Aufgabe: Bootsferien: Tabulatoren in Tabelle einsetzen.....	50
8	Weiteres über den Umgang mit Objekten	51
8.1	Drag und Drop	51
8.2	Die Zwischenablage.....	51
8.3	Objekteigenschaften kopieren.....	52
8.4	Objekte gruppieren, Gruppierung aufheben.....	52
8.5	Ausrichten und Verteilen von Objekten.....	53
8.6	Objekte nach vorn oder nach hinten stellen	54
8.7	Aufgabe: Objekt-Management.....	54

9	Aufzählungszeichen und Nummerierungen ändern.....	56
9.1	Aufzählungszeichen und Nummerierungen.....	56
9.2	Aufgabe: Bootsferien: Logo als Aufzählungszeichen.....	58
10	Drucken und Seitenansicht	61
10.1	Aufgabe: Drucksache.....	64
10.2	Schwarzweissansicht.....	64
10.3	Aufgabe: Schwarz und weiss	65
11	Folien zusammenführen	66
11.1	Aufgabe: Bootsferien - Folien zusammenführen	68
12	Multimedia	69
12.1	Film/Sound einbinden.....	69
12.2	Aufgabe Bootsferien: Sound einbinden	73
13	Datenaustausch.....	75
13.1	Gliederung aus Word importieren.....	75
13.2	Aufgabe: Gliederung importieren	76
13.3	PowerPoint Objekte nach Word.....	77
13.4	PowerPoint im Internet	78
13.5	Folien Exportieren und Importieren.....	79
13.6	Folien und Notizen nach Word senden	80
13.7	EXCEL Tabelle in PowerPoint	81
13.8	EXCEL Diagramm in PowerPoint	81
13.9	Daten in PowerPoint verknüpfen	82
13.10	Aufgabe: Datenaustausch.....	84
13.11	Zusammenführen von Hoch- und Querformat-Folien	86
13.12	Aufgabe: Folien zusammenführen	90
14	Makros in PowerPoint	91
14.1	Aufgabe: Makros erstellen.....	95
14.2	Makro einem Symbol zuweisen	97
15	Tastenkombinationen für Power Point.....	101

1 Einleitung

Der Zweck von PowerPoint ist die Erstellung von Dokumenten zur Präsentation von Informationen.

Folgende Dokumente können mit PowerPoint erstellt werden.

Dokument	Beschreibung, Anwendung	Ausgabe
Folien	■ für Overhead Projektion, Ausdruck in s/w oder Farbe	Drucker
	■ für Bildschirmprojektion auf Monitor oder Video-Beamer	Monitor, Beamer
	■ für Dia-Projektion in s/w und Farbe	Diabelichter
Handzettel	■ mit 1, 2, 3, 4, 6 oder 9 Folienbildern pro Seite	Drucker
Notizblätter	■ mit Folienbild und Notizen des Referenten	Drucker
Gliederungen	■ gegliederte Darstellung des in einer Präsentation enthaltenen Textes	Drucker
Webseite	■ automatische Erstellung von Webseiten aus einer Präsentation, zur Veröffentlichung im Internet	Speichern als HTML
Word Dokument	■ Export von Folien in ein Worddokument zur besseren Dokumentation und Veröffentlichung des Inhalts	Senden an WORD

Die in einer Folie dargestellten Objekte können folgenden Ursprung haben:

Objekt Art	Herkunft der Daten	Eingabe von
Text	■ direkte Eingabe	Tastatur
	■ anderes Programm	Zwischenablage
	■ Gliederung aus Word	Import
	■ Scanner und OCR Software	Hard-/Software
Tabellen	■ direkte Eingabe	Tastatur, Maus
	■ Excel	Zwischenablage
	■ Word	Zwischenablage
Diagramme	■ direkte Eingabe	Tastatur
	■ Excel	Zwischenablage
Grafiken	■ ClipArt-Gallery	integrierte Software
	■ WordArt Objekt	integrierte Software
	■ Organigramm	integrierte Software
	■ schematische Darstellungen	integrierte Software
	■ AutoFormen	Zeichnen mit Maus
	■ Scanner, Kamera	Hard-/Software
Multimedia	■ Video-Kamera	Hard-/Software
	■ Mikrofon	Hard-/Software
	■ Dateien	Import

Anmerkung: PowerPoint 2003 ist sehr umfangreich. *Es ist nicht möglich, den vollen Funktionsumfang innerhalb dieses Lehrmittels detailliert abzudecken.* Verwenden Sie die Online-Hilfe von PowerPoint um mehr zu einem Thema zu erfahren.

2 Planung einer PowerPoint Präsentation

2.1 Sinn und Zweck einer Präsentation

In diesem Kapitel versuchen Sie anhand eines Beispiels eine Planung einer Präsentation in PowerPoint zu erarbeiten.

2.2 Ausgangslage

Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis möchten Sie die kürzlich erlebten, erholsamen Hausbootsferien auf den Mecklenburgischen Seen, nördlich von Berlin an einem geselligen Vortragabend näher bringen. (Alle Angaben für diese Präsentation wurden im Einverständnis der Firma Aquatravel, Frau Romy Lanz, Zürich zur Verfügung gestellt – www.aquatravel.ch).

Bevor Sie sich in ihrem Eifer an den PC stürzen und versuchen, in PowerPoint eine Präsentation zu erstellen, müssen Sie sich bereits Gedanken über den Inhalt des Vortrages machen. Sie sollten sich von Anfang an im Klaren sein, was Sie Ihrem Publikum mitteilen wollen. Die Auflistung von möglichen Themen nennt man auch ein Präsentationskonzept.

Diese Themen können Sie mit einfachen Handnotizen, Brainstorming in der Gruppe, Mindmap, Kartenmethode oder mit einem vorgegebenen Formular (Lineare Projektbeschreibung) zusammentragen oder aber Sie erhalten bereits ein Konzept - in der Regel müssen Sie für einen Firmenauftritt (das Corporate Design) übernehmen - das Sie nur noch in PowerPoint umsetzen müssen.

Je mehr Zeit Sie sich für diese Arbeit nehmen, um so weniger Probleme erhalten Sie bei der Erstellung ihrer Präsentation.

Mit den folgenden vier bewährten Schritten erleichtern Sie sich das Erstellen einer Präsentation:



- 1. Planen**
- 2. Vorbereiten**
- 3. Üben**
- 4. Präsentieren**

Wenn Sie diese Richtlinien befolgen wird Ihr Auftreten und Ihre Aussagen einen bleibenden Eindruck beim Publikum hinterlassen.

Ziel: Sie möchten Ihr Anliegen, Ihre Thesen, Ihre Ideen, Ihre Gefühle dem Besucher mitteilen und visuell die wichtigsten Elemente zeigen/aufzeichnen, so dass er am Schluss des Vortrages positiv beeindruckt den Raum verlässt.

2.3 Planen

Zeitaufwand

Bei der Planung der Präsentation muss das Auftrittsdatum als End-Meilenstein festgelegt werden. Ab diesem Datum sollten Sie nichts mehr an der Präsentation ändern, denn Sie haben den Vortrag geübt und können den Ablauf "fast" auswendig. Alle Änderungen die Sie noch vornehmen, werden den reiblosen Ablauf stören und Sie treten nicht als der/die souveräne PräsentatorIn auf und gehen das Risiko ein, dass die Zuhörer Ihren Vortrag als improvisiert empfinden.

Die Länge von PowerPoint Vorträgen ist selten kürzer als 15 Minuten und länger als 3 Stunden. Das lange Zuhören, Zusehen und Verarbeiten des Gehörten verlangt von den Teilnehmern eine grosse Aufmerksamkeit. Um dem Rechnung zu tragen, sollten Sie alle ca. 60 Minuten (themenabhängig) eine Pause einplanen.

2.4 Kommunikation

Wenn wir normalerweise vom Begriff „Kommunikation“ sprechen, verstehen wir ihn als sprachlichen Informationsaustausch. Kommunikation ist aber mehr als nur die Sprache, Kommunikation geht viel weiter: wir kennen die NON-VERBALE und VERBALE Kommunikation.

Zur **NON-verbale Kommunikation** gehören unter anderem:

- gestikulieren
- erröten
- gähnen
- verschränken die Arme
- Stirne runzeln
- Augen "rollen"
- "irgdwohin gucken" = geistig abwesend sein

etc. Die NON-verbale Kommunikation ist riskant, denn sie ist interpretierbar und kann falsch gedeutet und verstanden werden.

Das Bedürfnis zum Austauschen von Gedanken und Gefühlen entsteht überall dort wo unter Menschen etwas Neues und Unerwartetes geschieht – man reist lieber zu zweit als alleine, man sieht ungern alleine Fernsehen. Kommunikation ist ein gesellschaftliches Phänomen: ohne Gesellschaft keine Kommunikation – ohne Kommunikation keine Gesellschaft. Ohne Kommunikation gehen wir psychisch zugrunde. Wir müssen uns mitteilen, müssen Äusserungen und Reaktionen anderer Mitmenschen erwarten können. Wir geraten jedoch ausser Fassung, wenn wir keine Reaktion auf unsere "Kommunikation" erhalten.

Sender und Empfänger

Präsentieren bedeutet an einer Veranstaltung ein Produkt vorzuzeigen, Neuigkeiten mitteilen, oder neue Erkenntnisse gewinnen. Zwischen dem Publikum und der Präsentation findet permanent ein Wechsel von verschiedenen Aktivitäten statt. Diese Aktivität nennt man auch Interaktion.

Der Präsentator (Sender) kann spüren, ob das Publikum angespannt zuhört, ob es mitgerissen wird oder aber ob es sich langweilt. Auf der andern Seite spürt das Publikum (Empfänger), ob der Vortragende das Thema beherrscht oder nicht, improvisiert er oder hat der Vortrag einen roten Faden, steht der Vortragende hinter dem, was er mitteilt, oder wirkt er gelangweilt.

Die Nachricht sollte auf die Empfänger abgestimmt werden. Die Sprache sollte von allen verstanden werden. Der Empfänger formt die Informationen die er erhalten hat für sich selber um – Betrachtungsweise durch seine Brille. Er hört nur die Informationen, die im Moment seinen Bedürfnissen entsprechen und für die er empfänglich ist.

Damit der Sender das Optimum an die Empfänger weitergeben kann, sollten Sie einige Merkmale beachten:



- Inhaltlich klare Informationen (kein Zick-Zack zu den verschiedenen Themen)
- Erkennbares Ziel der Präsentation
- Strukturierte Aufbereitung der Daten
- Richtige Dosierung der Informationsabgabe
- Sinnvolle Zusammenfassung des Vortrages
- überprüfen, ob das Ziel des Vortrages beim Empfänger auch richtig angekommen und verstanden wurde.

Störungsquellen aus der Sicht des Senders und Empfängers.

Sender (hat Gedanken)	Übertragung	Empfänger (verarbeitet Gedanken)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vereinfachung ▪ Unterschiedliche Blickwinkel ▪ ungleiche Definitionen ▪ Widersprüche ▪ Vergessenes ▪ Zensur ▪ usw. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unklare Sprache ▪ Müdigkeit ▪ Störungen, die als Zweitsender wirken ▪ mangelnde Aufnahmebereitschaft des Empfängers ▪ usw. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interpretation ▪ Nichtverstehen ▪ Verzerrung ▪ Vorurteile ▪ Misstrauen ▪ falsche Schlüsse ziehen ▪ usw.

Zusammenfassung der Kommunikation



- WANN** Kommunikation findet immer statt
- WO** Kommunikation hat eine Sach- und eine Beziehungsebene
- WIE** Kommunikation ist verbal und nonverbal
- WIE** Kommunikation findet auf gleicher/ und ungleicher Ebene statt

Aufnahme und Verarbeitung von Informationen

Gehen Sie davon aus, dass Sie pro Sekunde ca. 60'000'000 Kleinst-Eindrücke wahrnehmen. Diese Menge an Informationen werden mit dem Auge, dem Ohr, der Nase, dem Tastsinn, dem Mund, der Zunge, den Haaren etc. wahrgenommen.

Das Ultra-Kurzzeitgedächtnis (Blitzlicht)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 20 Sekunden bleibt das Wissen aktiv ▪ ca. 100 Eindrücke werden erkannt ▪ ca. 97% der Eindrücke werden vergessen ▪ ca. 3% der Eindrücke werden im Kurzzeitgedächtnis weiterverarbeitet
Das Kurzzeitgedächtnis (Entwickelt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 20 Minuten bleiben die Eindrücke aktiv ▪ ca. 90% der Eindrücke werden vergessen ▪ ca. 3 Eindrücke werden ans Langzeitgedächtnis weitergeleitet
Das Langzeitgedächtnis (Papierabzug)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Wissen bleibt unbegrenzt abrufbar ▪ ca. 0.3% aller Eindrücke werden gespeichert

Die Aufnahmefähigkeit der Zuschauer hängt von den eingesetzten Sinnen ab, wie Sie als Präsentator das Gesprochene unterstreichen:



Gehen Sie davon aus, dass

- | | |
|---------------------------------|---|
| – nur lesen | ca. 10% des Gelesenen bleibt haften |
| – nur hören | ca. 20% des Gehörten bleibt haften |
| – nur riechen | ca. 20% des Gerochenen bleibt haften |
| – ein Produkt probieren | ca. 20% bleibt haften |
| – nur sehen | ca. 30% des Gesehenen bleibt in Erinnerung |
| – mit den Händen etwas anfassen | ca. 45% bleibt in ihren Erinnerungen haften |
| – selber den Text vortragen | ca. 70% des Gesagten wird gespeichert |
| – selber etwas tun | ca. 90% des Selber Ausgeführten bleibt haften |

Kombinieren Sie wenn möglich die verschiedenen Wahrnehmungen, so dass für die Teilnehmer der grösstmögliche Erinnerungs- und Memory-Effekt entsteht!

Sie hören dem Vortragenden zu und unterstreichen das Gesprochene mit Bildern, Tabellen etc. . So werden Ihre Zuhörer ca. 50% der Eindrücke speichern.

2.5 Publikumsanalyse

In der Regel wird vergessen, das Publikum zu analysieren und zu hinterfragen, aus welchem Grund Sie Ihren Vortrag halten. Es passiert immer wieder, dass der Vortrag nicht dem Publikum entspricht, oder es sitzt das falsche Publikum im Vortrag. Es darf nicht sein, dass das Publikum nach dem Vortrag mit Fragen, Unwahrheiten oder mit der Aussage: "schade um die verlorene Zeit, hätte die Zeit besser nutzen können" den Raum verlässt.

Klären Sie vorher ab, welche Besucher Sie zu erwarten haben: sind es Jugendliche, Erwachsene, Freunde, Laufpublikum oder handelt es sich um ein Fachpublikum (Fachspezialisten wie Techniker, Kaufleute oder Ärzte). Je nach dem, wie Sie dieses Zielpublikum analysiert haben, können Sie mit Bildern, Tabellen, Zahlen, Musik, Videos, Grafiken, Farben etc. den Vortrag unterschiedlich aufbauen.

Folgende Fragen helfen Ihnen bei der Publikumsanalyse weiter:



- welche Teilnehmer werden an diese Präsentation kommen?
- welchen Wissensstand haben sie?
- wie viele Zuhörer werden es sein?
- Weshalb kommen die Teilnehmer an diesen Vortrag (Bedürfnis oder Zwang)?
- mit welchen Äusserungen können Sie bei den Teilnehmern positive oder negative Reaktionen auslösen?

Sie wissen nun, welche Leute Sie bei Ihrem Vortrag zu erwarten haben. Aus diesem Grund überlegen Sie sich nun den Zweck des Vortrages und welchen "Auslöser" Sie beim Publikum erreichen wollen. Wollen Sie ...



- ... Informieren
- ... Überzeugen
- ... zum Handeln motivieren
- ... Verkaufen
- ... Unterrichten oder Ausbilden

Im Grossen und Ganzen werden zwei Ziele unterschieden: **Informieren** oder **Überzeugen**

Informierende Präsentation

Es werden nur Fakten (Bericht, Fortschritt eines Projekts etc.) im Vortrag eingesetzt. Es wird keine Beeinflussung oder Meinungsänderung des Teilnehmers angestrebt.

Überzeugende Präsentation

Sie versuchen bewusst die Teilnehmer zu beeinflussen, so dass es zu einer Meinungsänderung kommt (Beispiel Wahlpropaganda).

2.6 Raumgrösse und technische Hilfsmittel

Ein wichtiger Bestandteil der Planung besteht in der Überprüfung des Raumes sowie deren technischen Hilfsmittel. Was steht Ihnen zur Verfügung? Mit solchen Fragen müssen Sie sich auseinandersetzen.

Raumgrösse

Stellen Sie sich vor, Sie besuchen einen Vortrag und betreten einen Raum, der voller leerer Stühle ist. Nur wenige Zuhörer haben sich in grossen Abständen zueinander nieder gelassen. Wo setzen Sie sich hin...?

Die typische Reaktion auf einen zu grossen Raum mit vielen leeren Stühlen ist, sich in eine Reihe zu setzen, die noch frei ist. Auch zuvorderst Platz zu nehmen kommt nicht in Frage, denn der Moderator könnte einen auffordern etwas zu sagen oder zu tun. Deshalb wählt man lieber den hinteren Teil des Raumes aus.



MERKE

Lieber einen kleineren Raum mit weniger Stuhlreihen organisieren. Sollte das aber nicht möglich sein, dann wirken Sie auf die Zuhörer aktiv ein die vorderen Sitze zu benutzen. Der Abstand zwischen Ihnen und dem Publikum sollte keine Barriere sein.

Raumausstattung

Versuchen Sie möglichst früh mit dem Raumanbieter in Kontakt zu treten, um die technischen Einrichtungen zu überprüfen und auszuprobieren. Probieren Sie die verschiedenen Möglichkeiten anhand einer "alten Präsentation" aus:

- Wie wirken die Farben, sind sie blass oder kräftig?
- Welche Schriftgrösse muss eingesetzt werden?
- Wie kann die Sitzordnung optimal auf ihren Vortrag umgesetzt werden?
- Welche Einwirkung auf die Präsentation haben die Fenster?
- etc.

Ein besonderes Augenmerk sollte dem Beamer und dem Overheadprojektor gelten. In der Regel treffen Sie ältere Geräte an. Das bedeutet, dass der Raum relativ dunkel sein muss um ein optimales Bild anzeigen zu können. Die Geräte sind nicht auf Tageslicht oder Halbdunkel ausgelegt. Die Lichtstärke der Geräte ist zu schwach.



MERKE

Je düsterer der Raum ist, um so weniger haben Sie mit den Zuhörern Blickkontakt. Die Leute sind nur noch auf die Projektion fixiert und hören Ihnen nicht so genau zu.