

Präsentationen

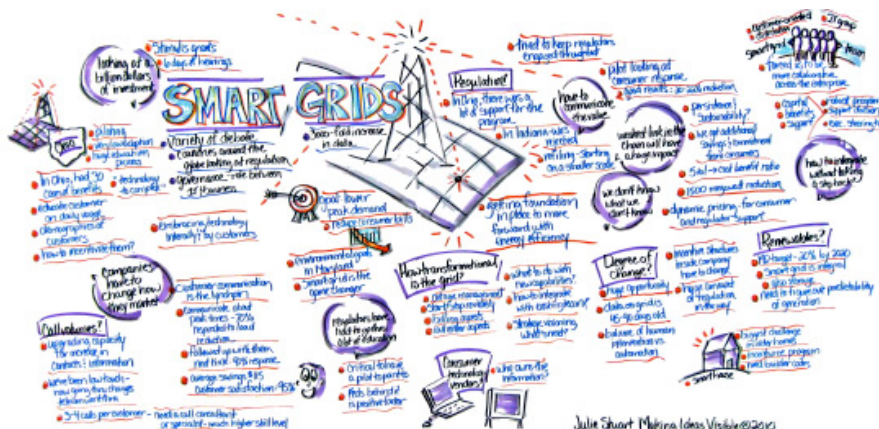
Das Ende der Powerpoint-Parade

Powerpoint-Präsentationen haben etwas Einschläferndes. Von den Folien bleibt oft nur wenig im Gedächtnis hängen. Ein Ausweg: Illustratoren halten eine Besprechung auf einer Leinwand fest.

Von Julia Löhner

18. Dezember 2010 Waren Sie in letzter Zeit mal wieder bei einer Powerpoint-Präsentation dabei? Haben Sie sich im Sessel eines Konferenzraums zurückgelehnt, Folie um Folie an sich vorüberziehen und die Gedanken langsam, aber sicher davon schweifen lassen? Vielleicht zwischendurch noch auf dem Blackberry verstohlen die neuesten E-Mails abgerufen? Woraan können Sie sich noch erinnern? Aus der Präsentation wohlgeremert, nicht aus Ihren Mails. An so gut wie gar nichts? Keine Sorge, Sie sind nicht allein.

Jeden Tag wiederholt sich dieses Schauspiel in Bürogebäuden, Hotels und Kongresshallen auf der ganzen Welt. Eine Aneinanderreihung von Schlagwörtern und Diagrammen, auf sorgsam mit Firmenlogos designten Powerpoint-Folien, stundenlang geht das mitunter so, und mit jeder Folie schalten mehr Zuhörer innerlich ab. Da hilft es auch nichts, dass die Teilnehmer derartiger Runden das Ganze am Ende gelegentlich noch in gedruckter Form ausgehändigt bekommen. Der entsprechende Ordner verstaubt fortan ungeöffnet im Regal. Böse Zungen behaupten gar, je weniger jemand zu sagen habe, desto umfangreicher würden seine Powerpoint-Präsentationen ausfallen.



Vom Illustrator gezeichnet: „Graphic Recording“ nennt sich die neue Form der Wissensvermittlung

Doch langsam setzt ein Umdenken ein. Das gilt selbst in der traditionell besonders Powerpoint-begeisterten Beraterbranche. „Berater tun sich sicherlich keinen Gefallen damit, sich bei öffentlichen Auftritten hinter Folien zu verschanzen. Davon müssen wir wegkommen“, sagte unlängst Frank Mattern, Deutschlandchef des Branchenprimus McKinsey. Eine ungewöhnliche Selbstkritik. „Ich selbst zeige bei meinen Vorträgen kein einziges Schaubild“, fügte Mattern noch hinzu (siehe auch F.A.Z.-Interview: „Wir sind Berater, keine Hellscher“). Auch andere Unternehmen merken, dass die Powerpoint-Festspiele ihrer Mitarbeiter zwar einen professionell-geschäftigen Eindruck machen, die Halbwertszeit des Präsentierten jedoch begrenzt ist. Einige experimentieren deshalb nun mit einer anderen Form der Wissensvermittlung. „Graphic Recording“ nennt sich diese und verspricht, deutlich länger im Gespräch und im Gedächtnis zu bleiben.

Eine Leinwand, ein Illustrator - und am Ende eine Art Gemälde

Das Prinzip ist schnell erklärt. Im Konferenzraum wird eine große Leinwand aufgebaut. Ein Illustrator ist während der Besprechung anwesend, hört aufmerksam zu und hält die wichtigsten Fakten und Argumente zeichnerisch fest – in einer Art Gemälde. Einer, der schon einmal so jemanden gebucht hat, ist Mark Papia, Managing Director bei der amerikanischen Beratungsgesellschaft Accenture. Papia berät von Florida aus Unternehmen

aus der Energiewirtschaft und hat vor einiger Zeit auf einer Konferenz mit rund 200 Kunden zum ersten Mal eine Illustratorin eingesetzt. Er ist voll des Lobes: „Die Leinwand war ungefähr drei Meter breit und stand hinten im Raum. Während der Kaffeepause standen alle drumherum und unterhielten sich über das Bild und die Tagung, statt in der Ecke auf dem Blackberry E-Mails zu checken oder zu telefonieren“, erzählt der Berater. Er will auch bei seiner nächsten Kundenveranstaltung wieder mit einem Illustrator zusammenarbeiten.

Zum Thema

Der große Powerpoint-Bluff
„Wir sind Berater, keine
Hellscheer“

„Graphic Recording ist nicht das Aus von Powerpoint“, betont Papia. Powerpoint helfe dem Vortragenden, eine Struktur in seine Präsentation zu bringen. Die Illustration helfe dagegen vor allem den Zuhörern, die Botschaften im Gedächtnis zu behalten. „Es ergänzt die Fakten um ein emotionales Element.“ Rund 2000 Dollar plus Reisekosten

verlangt ein Illustrator am Tag. „Das ist es wert“, sagt Papia.

„Die visuelle Aufbereitung wirkt noch lange nach einer Besprechung nach“, sagt Julie Stuart, jene Zeichnerin, die bei der Accenture-Konferenz im Einsatz war. Bevor sie eine Konferenz grafisch festhält, erhält sie in der Regel einen groben Überblick vom Veranstalter, wer und was sie erwartet. Das Unternehmen bekommt am Ende sowohl das Original als auch eine Fotografie des Bildes, um es mehr Mitarbeitern oder Kunden zur Verfügung zu stellen. „Mit so einer Darstellung können auch Menschen etwas anfangen, die nicht anwesend waren – ein großer Vorteil“, findet Stuart.

„Wir strukturieren Komplexität“

Als Künstlerin will sie sich und ihre Kollegen nicht verstanden wissen. Kunst sei etwas Originäres, ein Kunstwerk entstehe aus dem inneren Antrieb eines Künstlers. Das sei beim „Graphic Recording“ nicht der Fall. Vielmehr sieht sie sich als eine Art Übersetzerin, die Schlüsselwörter und Stimmungen aus dem Gesagten heraushört und versucht, eine Hierarchie in all die Informationen zu bringen. „Wir strukturieren Komplexität“, sagt Stuart, die Politik und Kunst studiert hat und Mitglied des „International Forum of Visual Practitioners“ ist, in dem rund 80 Gleichgesinnte aus aller Welt organisiert sind.

Der mit dicken bunten Filzstiften festgehaltene Besprechungsextrakt stößt auf Interesse in der Managementwelt, nicht zuletzt deshalb, weil er neu ist, eine wohltuende Abwechslung in der täglichen Powerpoint-Routine. Martin Eppler, Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität St. Gallen in der Schweiz, beschäftigt sich sowohl mit professionellen Illustratoren als auch mit Computersoftware, die es Mitarbeitern ohne zeichnerisches Talent ermöglicht, eine Veranstaltung selbst grafisch festzuhalten. „Es ist oft schwierig, Wissen in einem Team miteinander zu teilen“, sagt er. „Visualisierung erhöht die Produktivität von Besprechungen erheblich.“ Bis zu 30 Prozent mehr Inhalt bliebe im Vergleich zu traditionellen Präsentationstechniken im Gedächtnis, so das Ergebnis eines seiner Experimente.

Nach Epplers Aussage bereiten auch in Deutschland schon einige Unternehmen Besprechungen grafisch auf, darunter BMW, DHL und Aral. Auch gebe es entsprechende Dienstleister, etwa die Agentur Kommunikationslotsen, die ihren Sitz im Bergischen Land hat. Noch aber ist „Graphic Recording“ in erster Linie ein amerikanisches Phänomen. Befeuert wird es von Autoren wie Dan Roam, auf dessen Buch „The Back of the Napkin“ früher oder später jedes Gespräch zu diesem Thema kommt. Komplizierte Sachverhalte, so simpel illustriert, dass sie auf eine Serviette passen, das ist Roams Mission, die er als Unternehmensberater weitergibt. Er ist überzeugt: Die Mehrzahl der Nervenzellen im Gehirn, die Reize von außen aufnehmen, ist auf Bilder fixiert.

Text: F.A.Z.

Bildmaterial: Unternehmen

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH 2011.

Alle Rechte vorbehalten.

Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte erwerben



Verlagsinformation

Folgen Sie uns auf Twitter! Abonnieren Sie jetzt die FAZ.NET-Tweets und erhalten Sie ab sofort die aktuellsten Nachrichten in Ihrem Twitter-Account.

