

KARRIEREKOLUMNE

Die Zuhörer:in ist Königin

In einem Präsentations-Workshop schauen wir uns Valters' Präsentation an, die er für sein Industriepraktikum erstellt hat. Er präsentiert lebhaft und anschaulich, seine Folien widersprechen allerdings dem, was wir im Workshop besprochen haben. Vorsichtig erkundige ich mich: „Mussten Sie ein Templat verwenden oder haben Sie das selbst entworfen?“ „Das ist das Corporate Design der Firma“, antwortet er, „cute but useless.“

Auf den ersten Blick sind die Folien recht ansprechend: Nicht überladen, die Farben harmonisieren, es gibt sogar einheitliche Symbole für Standardprozesse.

Zum Corporate Design gehört ein breites, beigefarbenes Band im Folienhintergrund – eine Schwachstelle des Templats. Das Band sieht unschuldig aus, es zieht sich unauffällig durch die linke Hälfte der Folie. Aber es ist nicht nur Hintergrund: Werden Elemente darüber gelegt, verliert man Kontrast. Spart man das Band aus, bleibt nur die rechte Hälfte der Folie für Information.

„Was ist die Funktion der Titelfolie?“, leite ich zu meinem zweiten Kritikpunkt über. „Ich muss darin alle beteiligten Personen und Abteilungen nennen sowie die Logos der betroffenen Produkte zeigen.“ Valters macht keinen Hehl daraus, dass ihn das Templat stört. Der gesamte Inhalt des Titels kann in die Danksagung, die zweitletzte Folie. Die letzte Folie sollte die Zusammenfassung sein, um eine Diskussion zu katalysieren.

„Auf allen Folien befindet sich das Firmenlogo oben links. Was wäre eine bessere Position dafür?“, frage ich in die Runde. Annas Finger schießt in die Höhe: „Nach allem, was wir bislang diskutiert haben, nehme ich an, der Mülleimer.“ Nicht schlecht – und geht das nicht, könnte die Danksagungsfolie ein Kompromiss sein. Es ist eine gängige Sünde von Templates, die prominenteste Position jeder einzelnen Folie mit einem redundanten Logo zu tapezieren.

Alle Probleme, die ich anspreche, zeigen dasselbe: Die Organisation stellt sich selbst in den Mittelpunkt statt der Zuhörenden. Wenn Sie Ihren Zuhörer:innen dienen wollen, dann lassen Sie allen Corporate Nonsense einfach weg. Eine Überschriftenfarbe, die im Logo vorkommt, ist subtiler und völlig ausreichend, um sich abzuheben.

Als Präsentierende sind wir oftmals gezwungen, schlechte Template zu verwenden. Wir können für Änderungen eintreten, doch liegt die Hauptverantwortung bei den Kommunikationsabteilungen: Fokussiert Euch auf die Zuhörer:innen.



Der promovierte Chemiker **Philipp Gramlich** ist Mitgründer von Natural Science.Careers, einem Unternehmen, das Workshops über Karriereentwicklung und Wissenschaftskommunikation anbietet. Für die *Nachrichten aus der Chemie* schreibt er über Beobachtungen aus seiner Beratungstätigkeit. p.gramlich@naturalscience.careers

Illustration: Uta Neubauer