

KARRIEREKOLUMNE

Wen interessiert der Posterpreis?

„Posterpräsentationen sind relevant“, beginne ich einen Workshop zum gleichnamigen Thema. Dieser Einstieg ist bewusst platt, um zum Denken anzuregen. Wäre etwas nicht wichtig, würde es kein Workshopthema sein. Beim Thema Poster ist das allerdings keine triviale Botschaft: Oft nehmen wir das Poster als Pflichtübung wahr. Um an Konferenzen teilnehmen zu dürfen, müssen wir meist einen Beitrag leisten – das Poster gilt als die niederschwellige Variante des prestigeträchtigen Vortrags.

Ich zeige eine Umfrage, die in den *Nachrichten aus der Chemie* erschien [*Nachr. Chem.* 2016, 64(11), 1097]. Darin verraten Chemiker:innen aus der Industrie, welche Fähigkeiten sie sich von Absolvent:innen wünschen. Posterdesign ist mit 46 Prozent auf Platz drei, Posterpräsentation mit 41 Prozent auf Platz fünf. Stolz Zahlen für diese schlichte Pflichtübung.

Ich schaue in die Runde: „Werden Sie als Industriechemikerin Poster präsentieren? Wohl eher nicht. Warum legt die Industrie dann solchen Wert darauf?“ Nach einigem Überlegen meldet sich Olga zu Wort. „Wissenschaftlern wird nachgesagt, sie würden nicht auf den Punkt kommen. Und wenn wir versuchen, ein Full Paper auf ein Poster zu quetschen, dann verbringen wir die Postersession alleine.“

Sie hat recht: Ein gutes Poster informiert prägnant und in Kürze. Der Titel – er zeigt den Besucher:innen, ob das Poster interessant für sie ist – und ein grafischer Blickfang sind zentral für ein gutes Posterdesign. Dazu noch wenige klar erklärte Abbildungen sowie deutlich sichtbare Schlussfolgerungen und fertig ist das Werk.

Was für das Design gilt, sollte auch auf die Posterpräsentation angewendet werden. „Wie ist es für Sie, wenn Sie zu einem Poster gehen und gleich von einem langen Monolog zu einem winzigen Detail erschlagen werden?“ Das Nicken in der Runde zeigt mir, dass das ein wiederkehrendes Phänomen ist. Eine gute Präsentation ist ein Dialog, der sich an den Interessen Ihrer Besucher:innen ausrichtet.

Genau das sind die Gründe, warum die Industrie daran interessiert ist, ob Sie Poster entwerfen und präsentieren können. In der Privatwirtschaft müssen Sie mit einer größeren Bandbreite an Kollegen und Partnerinnen kommunizieren als an der Hochschule. Im Idealfall haben Sie einen Posterpreis, der mit einer schlichten Zeile im Lebenslauf zeigt: Sie können zielgruppenspezifisch kommunizieren und verlieren sich nicht in Details.



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