

4 Layout

Grundgedanke und Ziel jeder Informationsvermittlung ist, dass der Empfänger die Botschaft so empfängt, wie sie vom Sender intendiert ist. Also soll auch eine Präsentation so angelegt sein, dass die Inhalte im Mittelpunkt stehen. Eine Binsenweisheit, die jedoch angesichts der Vielfalt der Möglichkeiten, die zur Verpackung der Inhalte angeboten werden, nicht oft genug betont werden kann. Wenn von einem Programm wie PowerPoint eine Fülle von Funktionen zur Foliengestaltung bereitgestellt wird, so muss stets im Auge behalten werden, dass diese Funktionen zur Unterstützung der Informationsvermittlung einzusetzen sind und nicht dazu da sind, Leerstellen in der Argumentation oder auf der Folie zu füllen. Layout, Grafik, Animation, Ton usw. sollen nie Selbstzweck sein. Gestaltungsmittel wie der Einsatz von Farbe, der Aufbau der Folie, die Wahl der Schriftart usw. sollen stets dem obersten Ziel, der Übermittlung eines Inhalts, dienen.

Aus diesem Grund ist für eine gelungene Foliengestaltung unabdingbare Voraussetzung, dass Sie sich über den Gegenstand der Präsentation und über die zu vermittelnde Botschaft im Klaren sind; nur so können Sie aus den vorhandenen Mitteln die passenden wählen und gezielt einsetzen.

Die Gestaltung, für die PowerPoint lediglich das Werkzeug zur Verfügung stellt, liegt in Ihren Händen. Sie sind derjenige, der die kreative Arbeit leisten muss, Sie entscheiden über die Darreichungsform. Design ist immer auch eine Geschmacksfrage, und de gustibus non est disputandum (über Geschmack lässt sich nicht streiten). Halten Sie sich aber an den einfachen Grundsatz: Erlaubt ist, was sinnvoll ist. Auch innerhalb dieser Vorgabe sind die Grenzen noch so weit gesteckt, dass für Ihre Kreativität genügend Platz bleibt. Wenn hier im Folgenden einige Punkte zur optischen Aufbereitung angerissen werden, so können sie nur den Charakter von Empfehlungen und Tipps haben und wollen nicht mehr als Anregungen und Denkanstöße sein.

4.1 Seitenformat

Bevor zur eigentlichen Gestaltung übergegangen werden kann, müssen Sie – abgestimmt auf das Ausgabemedium – die Fläche festlegen, die Ihnen als Informationsträger zur Verfügung steht. Diese Einstellung treffen Sie im Dialogfenster *Seite einrichten*.

Ausgabeformat



Dialogfenster *DATEI* > *Seite einrichten*. Unter *Papierformat* legen Sie das Ausgabemedium fest. Darunter können über *Breite* und *Höhe* individuelle Abmessungen eingegeben werden.

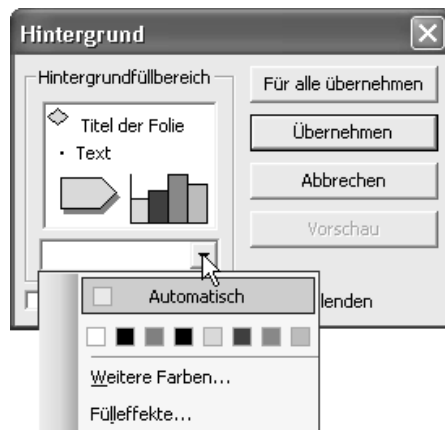
Mit dieser Festlegung haben Sie die Dimensionen jener Fläche definiert, die es zu gestalten gilt. Ihre Aufgabe ist es, sie optimal für Ihre Zwecke zu nutzen.

4.2 Hintergrund

Der Hintergrund bildet quasi die Umgebung für die auf der Folie dargestellte Information. Zugleich aber wird er durch seine Gestaltung selbst Informationsträger: Farbgebung, Musterung oder Verläufe erzeugen – richtig eingesetzt – eine den zu vermittelnden Inhalten entsprechende Grundstimmung beim Betrachter.

Hintergrund-
gestaltung

Zugang zu den Hintergrundeinstellungen erhalten Sie über *FORMAT > Hintergrund*. Rufen Sie diesen Befehl von der Masteransicht aus auf, wenn Sie für die gesamte Präsentation den Hintergrund einstellen wollen. Soll abweichend davon für eine einzelne Folie der Hintergrund eingestellt werden, rufen Sie den Befehl aus der Normalansicht auf.



Dialogfenster *FORMAT > Hintergrund*.

Im aufgeklappten Menü werden zunächst die 8 Farben des jeweiligen Farbschemas angeboten. Über *Weitere Farben* gelangt man zur Farbauswahl mit allen zur Verfügung stehenden Farben. *Fülleffekte* führt zu Verläufen, Mustern, Strukturen und zur Importmöglichkeit von Grafiken.

Hintergrund
im
Hintergrund
halten

Das Wesentliche bei der Gestaltung des Hintergrundes ist, dass er auch tatsächlich im Hintergrund bleibt und von dort aus wirkt. Dies kann vor allem erreicht werden:

- ▼ durch deutlichen Kontrast zu den im Vordergrund befindlichen Objekten (Text und Grafik)
- ▼ durch Vermeidung warmer Farben (kräftige Rot-, Orange- und Gelbtöne) und Bevorzugung kalter Farben (Blau und dunkle Grüntöne)
- ▼ durch den Einsatz von Grautönen, die sich auch mit geringen Anteilen anderer Farben mischen lassen, um dem Einheits-Grau zu entgehen.

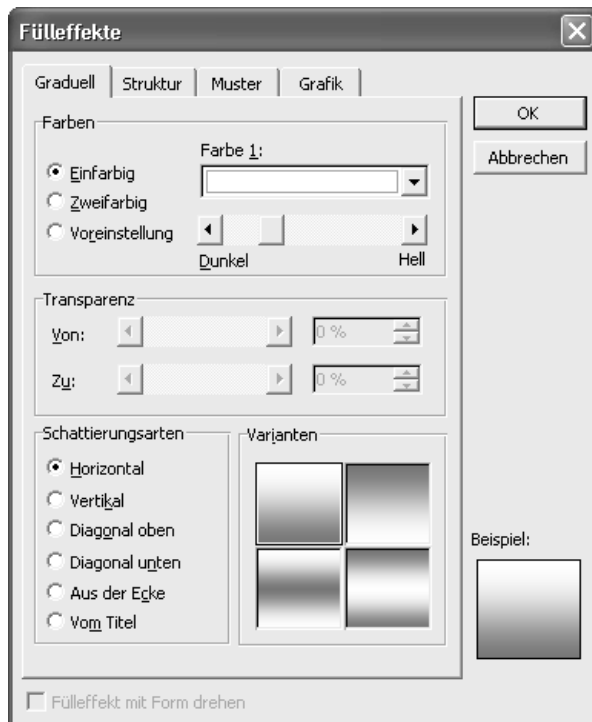
Besondere Fülleffekte

Farbverläufe

PowerPoint bietet darüber hinaus die Möglichkeit an, Flächen mit Farbverläufen zu füllen (Einstellung *Graduell*). Dabei geht eine gewählte Farbe fließend in Weiß oder Schwarz oder in eine andere zu wählende Farbe über. Solche Verläufe wirken als Hintergrund „spannend“, weil sich die im Vordergrund befindlichen Objekte plastisch abzuheben scheinen.

Die Farben können horizontal, vertikal, diagonal oder aus dem Zentrum bzw. den Ecken der Folie heraus verlaufen. Zusätzlich lässt sich die Deckkraft der einzelnen Verlaufs-farben stufenlos variieren.

(Achten Sie bei der Festlegung eines horizontalen Verlaufs darauf, dass – bei großem Helligkeitsunterschied der Verlaufs-farben – die dunklere Farbe von unten nach oben in die hellere übergeht, damit er nicht drückend wirkt.)



Dialogfenster *FORMAT* > *Hintergrund* > *Fülleffekte* > *Graduell*.

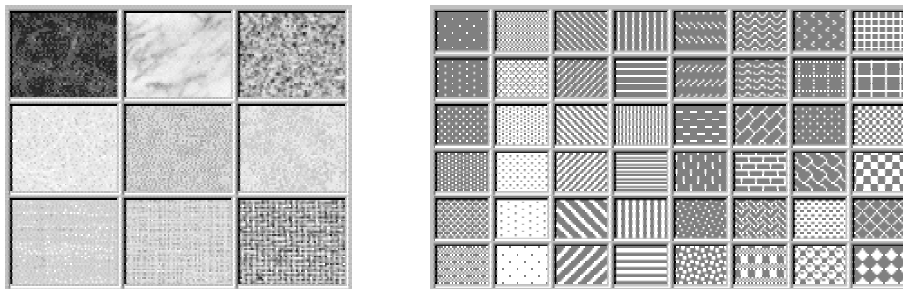
Der Verlauf kann als einfarbig (von der gewählten Farbe zu weiß oder schwarz verlaufend) oder zweifarbig (zwischen zwei gewählten Farben verlaufend) definiert werden.

Der Verlauf kann horizontal, vertikal, diagonal oder aus dem Zentrum bzw. den Ecken heraus definiert werden. Die Verlaufsrichtung kann unter *Varianten* ausgewählt werden.

Um den Hintergrund lebhafter zu machen, bieten sich auch Strukturen an.

Der Vorteil von dezenten Strukturen ist, dass sie den Hintergrund im Hintergrund belassen und ihm dennoch ein Eigengewicht geben, und Sie durch die Wahl einer geeigneten Struktur die gewünschte Grundstimmung leichter als mit reiner Farbe erzeugen können.

Der Nachteil ist, dass in Präsentationen meist dieselben Strukturen verwendet werden, nämlich die im Programmumfang enthaltenen. Das hat zur Folge, dass beispielsweise *Weißer Marmor* mittlerweile schon die Grundstimmungen für Kosmetikprodukt-Präsentationen ebenso wie für Multimedia-Projektplanungen erzeugt, und somit nicht einmal mehr für die Firmenpräsentation eines Steinmetzbetriebes zu empfehlen ist.



Eine Auswahl an vorgefertigten Strukturen (links) und komponierbaren Mustern (rechts), wie sie über *FORMAT* > *Hintergrund* > *Fülleffekte* > *Struktur* bzw. > *Muster* zur Verfügung stehen.

Noch mehr Vorsicht sollte man beim Einsatz von Mustern und Hintergrundgrafik walten lassen. Auch sie lassen den Hintergrund aufgelockert wirken als eine plane, einheitliche Farbfläche. Doch benötigt man bei Verwendung solcher Hintergründe Fingerspitzengefühl, um nicht eine irritierende, vom Eigentlichen ablenkende Wirkung hervorzurufen. Besonders Hintergrundbilder führen nicht selten zu überladenen Folien und dazu, dass die Aussage im Vordergrund vom Hintergrundbild „geschluckt“ wird.

Bei der Gestaltung des Hintergrundes prinzipiell zu berücksichtigen ist, dass die Farbwahl auch auf das Ausgabemedium abgestimmt sein muss: Overheadprojektionen beispielsweise verlangen nach hellen Hintergründen, Diapositive nach dunklen. Und beachten Sie, dass Farben am Monitor meist kräftiger wirken als auf der Projektionsfläche.

Strukturen

Muster
und
Bilder

4.3 Objektordnung

Die Folie bietet den Platz für die Information; sie ist zunächst vergleichbar mit einem leeren Blatt Papier. Bei der Anordnung der einzelnen Elemente (Text, Bild, Grafik etc.) auf der Folie sind vor allem drei Gesichtspunkte zu berücksichtigen:

- ▼ Der Platz, den die Folie zur Verfügung stellt, ist nicht dazu da, restlos mit Information (Text oder Grafik) aufgefüllt zu werden. Halten Sie hier eine ökonomische Denkweise hinten.
- ▼ Ein strukturierter Aufbau (der sich auch über alle Folien der Präsentation zieht) erlaubt rascheres Erfassen der dargebotenen Information als ein wirres Durcheinander (das auf jeder Folie anderen „chaotischen Gesetzen“ folgt).
- ▼ Der Schau-Vorgang des Betrachters folgt einem gewissen – von der Lesegewohnheit herrührenden – Muster. Wichtige Aussagen sollten daher an den bevorzugten Schau-Punkten platziert sein.

Leerräume

Denken Sie an den Betrachter: Schauen ist anstrengend. Überladen Sie also die Folien nicht und schieben Sie (möglicherweise vorhandene) Ängste vor leeren Flächen beiseite. Die Leerfläche ist ein Gestaltungselement. Und sie ist nötig, um den Betrachter nicht zu überfordern, seinem Auge einen Platz zum Ausruhen zu bieten. Damit kann er seine Aufmerksamkeit verstärkt auf vorhandene Objekte lenken.

Besonders den Randbereich der Folie sollten Sie frei halten – abgesehen eventuell von einem bewusst platzierten Element. Ein genügend breiter Rand (oben, unten, rechts, links) bewirkt ein kompakteres Erscheinungsbild und erleichtert die Informationsaufnahme.

Weniger ist mehr. Das betrifft auch und vor allem Textfolien. Ein Aufzählungstext beispielsweise soll – so die Faustregel – nicht mehr als sieben Aufzählungspunkte umfassen, damit (bei entsprechend lesbarer Schriftgröße) der Platz auf der Folie ausgenützt wird, die Folie aber auch nicht überladen wird.

Kontinuität

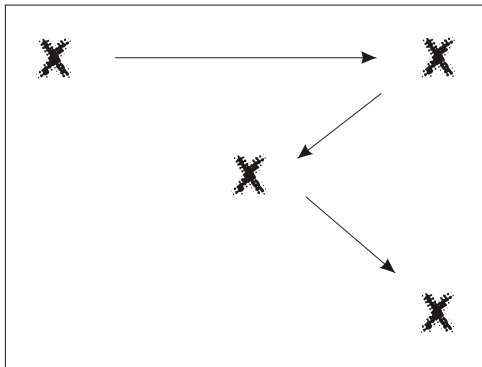
Der grundlegende Folienaufbau sollte über die gesamte Präsentation durchgehalten werden. (Deshalb gibt es auch die sehr zweckmäßige Einrichtung des Folienmasters.) Der Grund dafür ist einsichtig: Durch gleich bleibenden Aufbau erleichtern Sie dem Betrachter die Orientierung. Er muss nicht bei jedem Folienübergang einen neuen Aufbau „lernen“ und kann sich ganz auf den dargebotenen Inhalt konzentrieren.

Die Titelfolie und (bei umfangreicheren Präsentationen) die Folien mit den Kapitelüberschriften) sollen wie die übrigen Folien auf demselben Layout basieren, sich dabei aber von diesen deutlich abheben. Diese Abgrenzung kann durch größeren Schriftgrad, Positionierung des Schriftzuges in der Mitte der Folie, andere Farbgebung u.Ä. erreicht werden; stets müssen jedoch Charakteristika aufscheinen, die die Zusammengehörigkeit mit den übrigen Folien klar ersichtlich machen.

Blickfolge

Der Blick des Betrachters wandert von links nach rechts und von oben nach unten (entsprechend unserer Schreib- und Leseweise: wir schreiben und lesen von links nach rechts und zeilenweise von oben nach unten); Haltepunkte sind dabei der linke obere Eckbereich, der rechte obere Eckbereich, die Folienmitte und der untere rechte Eckbereich.

Diese Blickfolge können Sie nutzen, um die wichtigen Elemente der Folie an den genannten Stellen zu platzieren, oder gezielt ablenken, indem Sie an „ungünstigen“ Stellen die wichtigen Elemente stark hervorgehoben (etwa durch Schriftgrad, Farbgebung, grafische Gestaltung) positionieren. Mit beiden Verfahren erreichen Sie, dass die wesentlichen Aussagen wahrgenommen und als solche erkannt werden.



Blickfolge beim Betrachten einer Folie. Den Lesegewohnheiten entsprechend erfolgt die Informationsaufnahme von links nach rechts und von oben nach unten. Der linke untere Bereich wird am wenigsten wahrgenommen.

Bei Textfolien enthält der Titel die Kernaussage und wird daher entsprechend gestaltet: Sein Gewicht erhält er durch den größeren Schriftgrad (oder sonstige Hervorhebung) und durch die Positionierung im oberen Bereich der Folie, meist links oder mittig.

4.4 Schrift

Das Bedürfnis des modernen Menschen nach Schriften scheint unersättlich, das zeigt schon das beinahe unerschöpfliche Reservoir an angebotenen Fonts. Und doch gelangt man meist zur Erkenntnis, dass man mit einer Handvoll gezielt ausgewählter Schriftarten sein Auslangen findet. Für den Einsatz am Bildschirm gilt das noch mehr als für den Druck, weil hier die – im Vergleich zum Druck – schlechte Bildschirmauflösung zu noch größerer Beschränkung zwingt.

Bei der Wahl der Schriftart(en) sollten Sie bedenken, dass die meisten Präsentationen den Großteil der transportierten Information in Gestalt von Text vermitteln. Dieser Umstand wird bei der Gestaltung gerne übersehen; man konzentriert sich auf die eingebundenen Grafiken und Fotos und verabsäumt, sich Gedanken über das Schriftbild zu machen.

Folgende Aspekte sollten bei der Festlegung der Schriftart(en) Berücksichtigung finden:

- ▼ Schrift muss lesbar sein. Der Betrachter darf weder Zeit noch Kraft dafür aufwenden müssen, sie zu entziffern.
- ▼ Schrift soll nicht Selbstzweck sein. Ihre erste Aufgabe ist, unauffällig für die Informationsaufnahme zu sorgen. Nicht die Formgebung der Lettern steht im Vordergrund, sondern der Inhalt des Textes, der durch sie konstituiert wird.
- ▼ Eine Anhäufung von Schriftarten und Schriftschnitten und Schriftauszeichnungen und Schrifteffekten auf der Folie erfüllt weder ästhetische Ansprüche noch den eigentlichen Zweck, Information zu vermitteln. Auch hier gilt: Weniger ist mehr.
- ▼ Die gewählte Schrift soll zum Gegenstand der Präsentation passen. Über die Schriftart können Sie Informationen liefern, die die Aussage des Textes unterstützen; zumindest sollten sie nicht in irritierendem Gegensatz dazu stehen.

Anforderungen

Was die Lesbarkeit von Schriften auf Bildschirm und Projektionsfläche betrifft, so lassen sich klare Aussagen treffen: Leichter lesbar sind serifenlose Schriften und Schriften mit weiterem Zeichenabstand und breiteren Lettern. Schlechter lesbar sind Serifenschriften und schmale, hohe Schriften.

Lesbarkeit

Auf kursive Schriftschnitte sollte man wegen der schlechten Bildschirmauflösung verzichten (außer man stellt in der Systemsteuerung des Vorführ-PC die Option *Bildschirmschriftarten glätten* unter *Einstellungen > Systemsteuerung > Anzeige* ein).

Garamond	Humanist
Caslon	Folio
Bodoni	Futura
Times	Arial

Je vier Beispiele für Serifenschriften (links) und serifenlose Schriften (rechts). Unter einer Serife versteht man den feinen Abstrich an den Buchstabenenden. Generell vermitteln Serifenschriften eher ein Gefühl der Konservativität und Tradition, die Serifenlosen eher Modernität.

Schriften mischen

Was das Mischen von Schriften betrifft, so sollten Sie Vorsicht walten lassen. In der Regel werden zwei Schriftarten – eine für Titel und eine für Texte – genügen.

Dabei können Sie auf die Schriftarten einer Familie zurückgreifen, und den Titel beispielsweise fett, den übrigen Text in der Standard-Auszeichnung formatieren.

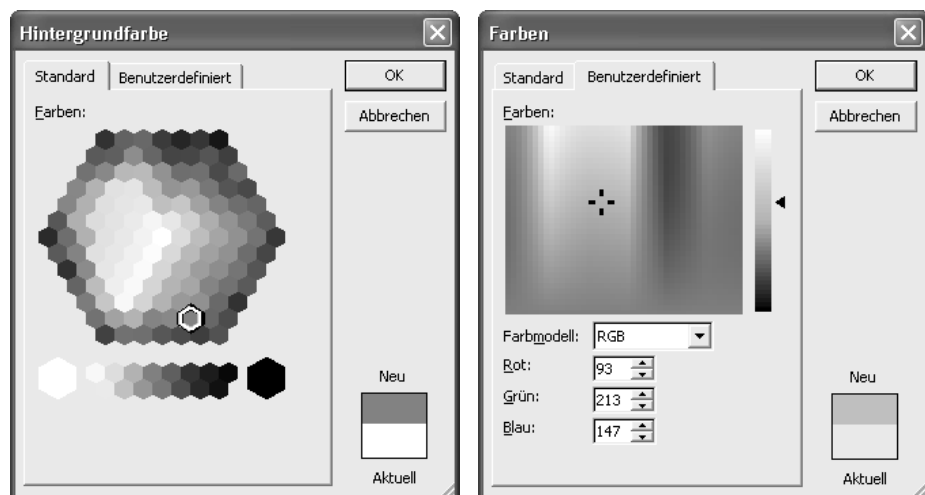
Bei Verwendung von Schriften aus verschiedenen Familien ist darauf zu achten, dass die Schriften nicht zu ähnliche Merkmale aufweisen. So ist beispielsweise die Mischung zweier sich ähnlicher, serifenloser Schriften kein schöner Anblick. Die Mischung einer Serifenschrift mit einer serifenlosen zeitigt ein wesentlich besseres Resultat.

Assoziationen

Was die unterschwellige Aussage von Schriften betrifft, so müssen Sie sich darüber im Klaren sein, dass – auch Sie nehmen das in der Alltagserfahrung unbewusst oder bewusst wahr – mit dem Erscheinungsbild jeder Schrift Assoziationen und Stimmungen geweckt werden. Verwenden Sie also nicht eine leichte, zierliche Schrift, wenn Sie eine Präsentation für ein Tiefbau-Unternehmen erstellen.

4.5 Farbe

Zugriff auf die auf Ihrem PC verfügbaren Farben bietet PowerPoint über Schaltflächen wie *Weitere Farben* oder *Farbe ändern*, die sich bei den Einstellungsmöglichkeiten für Hintergrund, Füllfarbe, Linienfarbe, Farbskala usw. befinden.



Farbauswahl am Beispiel der Füllfarbe für Objekte. Durch Anklicken des Fülleimers in der Zeichen-Symbolleiste und Auswahl der Schaltfläche *Weitere Füllfarben* gelangt man zum Dialogfenster *Farben*. Auf der Registerkarte *Standard* wird eine beschränkte Auswahl geboten. Das Register *Benutzerdefiniert* erlaubt die Mischung aus dem gesamten Farbspektrum mittels Mauszeiger oder Eingabe der HSL-Werte und RGB-Werte.

Bevor Sie aus dem reichen Vorrat schöpfen, sollten Sie sich auch hier Selbstbeschränkung bei der Zahl der verwendeten Farben auferlegen und eine klare Zuordnung zu bestimmten Bereichen vornehmen. (Die von PowerPoint zur Verfügung gestellte Funktion der Farbschemata bietet ein gutes Beispiel für sinnvolle Begrenzung.)

Vor allem sollten Sie Überlegungen dazu anstellen, welche Funktion(en) Farben in Ihrer Präsentation übernehmen sollen und welcher Farbe Sie welche Aufgabe zuteilen.

Im Wesentlichen lassen sich Farben dreifach nützen:

- ▼ Farben erzeugen Stimmungen.
- ▼ Farben dienen (im Kontrast zu anderen Farben) der Akzentuierung. Farbe nimmt, abgesehen von (und in Kontrast zu bzw. Übereinstimmung mit) der Hintergrundfarbe, unter den Hervorhebungen den ersten Platz ein.
Aus diesem Grunde soll auch der Text die hellste oder dunkelste Farbe der jeweils verwendeten Palette erhalten.
- ▼ Farben lassen sich zur Strukturierung und als Orientierungshilfe (Farbkennungen, Leitfarben) einsetzen. Um Zusammenhänge deutlicher zu Tage treten zu lassen, geben Sie zusammengehörenden Elementen (auch folienübergreifend) die gleiche Farbe.

Die Farbwahl ist nicht nur auf das Ausgabemedium abzustimmen, sondern natürlich auch abhängig vom Präsentationsgegenstand und der Zielgruppe. Für eine Präsentation vor Wirtschaftstreuhandern etwa wird ein anderes Design und eine dezentere Farbgebung verwendet werden als für eine Präsentation von Freizeitartikeln vor Schülern und Studenten. (Daraus allerdings lässt sich wiederum nicht die starre Regel ableiten, den einen müsse man auf jeden Fall ein „langweiliges“ und „blasses“, den anderen ein „intensives“ und „buntes“ Design vorsetzen. Die Kunst besteht vielmehr darin, eine dem Anlass adäquate und ansprechende Grundstimmung zu erzeugen.) Es gilt auch hier wieder das schon mehrmals Gesagte: Sie müssen sich über Thema, Anlass und Zielgruppe im Klaren sein, bevor Sie Ihre Farben anrühren.

Generell ist Farbgebung eine komplizierte Angelegenheit. Zum einen, weil jeder Mensch Farben und Farbkombinationen verschieden wahrnimmt, zum anderen, weil unterschiedliche Farben unterschiedliche Wirkung hervorrufen und ihnen eine über die Jahrhunderte herausgebildete, starke Symbolik eigen ist.

Rot beispielsweise, die Farbe des Blutes, des Feuers, steht für Leidenschaft, Gefahr (nicht von ungefähr sind Feuerwehrautos, Gefahren- und Verbotsschilder und der Korrekturstift des Lehrers rot). Rot ist aktiv und herausfordernd, vermittelt ein Gefühl von Energie und Nähe.

Blau hingegen wirkt konträr dazu, es wird mit Kühle, Ruhe, Passivität und Ferne in Verbindung gebracht. Und auf ähnliche Weise haben auch die anderen Farben Zuordnungen und Bedeutungen erhalten, denen man sich schwer entziehen kann.

Berücksichtigen Sie also auch diesen Aspekt und setzen Sie die entsprechenden Farben gezielt ein. Wenn Sie eine Werbe- oder Verkaufspräsentation gestalten, werden Sie also eher auf kräftige, warme Farben (Rot, Orange, Gelb) zurückgreifen. Hingegen werden Sie bei Präsentationen, die über längere Zeit hohe Konzentration von den Zuhörern erfordern (etwa bei Schulungen) in eher kühlen Farben (Blautöne, Grau) halten.

Funktionen
von Farbe

Abstimmung
auf den
Präsentations-
Gegenstand

Farbsymbolik
und
Farbwirkung