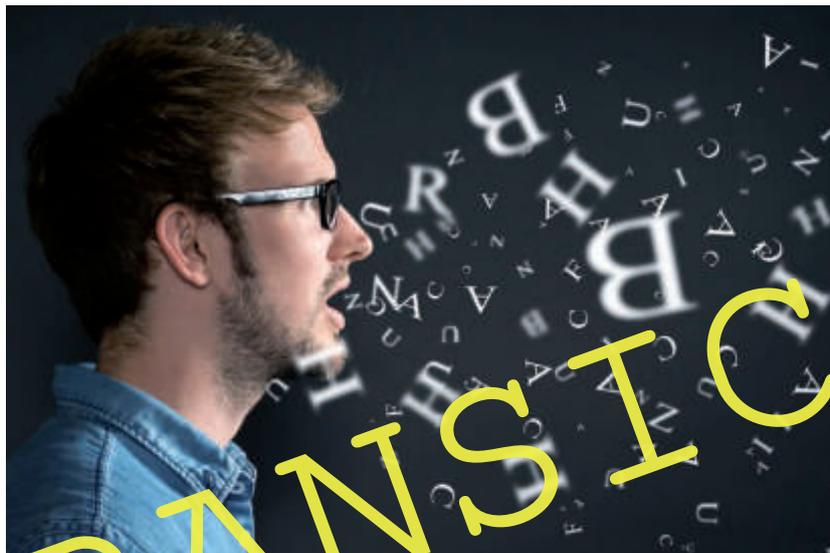


Gekonnt präsentieren! – Präsentationen strukturieren, medial aufbereiten und vortragen



© fotolia / lassedesigns

Wie präsentieren professionell? Bereiten Sie Ihre Schüler optimal aufs Berufsleben vor.

Von Richard Lamers, Frechen

Das professionelle Präsentieren ist im Berufsleben unerlässlich: Ob die Vorstellung eines neuen Produktes, Änderungen im Arbeitsablauf oder die Darstellung wichtiger Hintergrundinformationen – die Ergebnisse wollen ordentlich präsentiert sein. Auch in der Schule gehört das mündliche Referat zu den gängigen Anforderungen. Diese Einheit soll einen Einstieg in das Thema bieten. Dabei wird ein etwas unkonventioneller Ansatz gewählt. Statt alles richtig zu machen, dürfen die Schüler auch mal versuchen, die schlechteste Folie der Welt zu gestalten oder eine furchtbar langweilige Rede zu halten.

Das Wichtigste auf einen Blick

Kompetenzen:

- Die Schüler lernen die verschiedenen Redetypen zu unterscheiden und zu nutzen.
- Sie verstehen, was eine gute Rede von einer schlechten Rede unterscheidet.
- Sie planen und organisieren einen eigenen Vortrag.
- Sie lernen die Gestaltungsregeln für gute Folien kennen.

Ihr Plus: PowerPoint-Folien zur freien Formatierung

Materialübersicht

1. Stunde: Das betrifft jeden - Vorträge im Berufsleben

- M 1 (Ab) Das betrifft jeden! – Vorträge im Berufsleben
 M 2 (Ab) Formen von Vorträgen – informieren und überzeugen

2./3. Stunde: Lass uns reden – Langweilige und spannende Vorträge

- M 3 (Tx) Tucholskys Ratschläge für schlechte und gute Redner

4./5. Stunde: Wie gehe ich vor? Einen Vortrag planen

- M 4 (Ab) Vortrags-Thema 1: E-Mobilität
 M 5 (Ab) Vortrags-Thema 2: Mediennutzung
 M 6 (Ab) Vortrags-Thema 3: Kundenorientierung in der Verwaltung
 M 7 (Ab) Vortrags-Thema 4: Der ergonomische Computer-Arbeitsplatz
 M 8 (Ab) Der Weg zum gelungenen Vortrag – Checkliste
 M 9 (Ab) Von der Planung zur Umsetzung – Checkliste

6./7. Stunde: Gute Folien – schlechte Folien

- M 10 (Ab) PowerPoint-Folie Marketing – Verbesserungstipps
 M 11 (Ab) PowerPoint-Folie Marketing – gelungenes Beispiel
 M 12 (Ab) Foliengestaltung – Allgemeine Gestaltungsregeln

8./9. Stunde: Die Stunde der Wahrheit – Präsentationen als Leistungserfolgskontrolle

- M 13 (Lk) Präsentationen beurteilen – Feedbackbogen

Bedeutung der Abkürzungen

Ab = Arbeitsblatt; **Tx** = Text; **Lk** = Lernerfolgskontrolle

Zusatzmaterial auf CD:

Die Beispiele für gute und schlechte Folien sind auf der CD als editierbare PowerPoint-Präsentationen zu finden.

Minimalplan

Sie haben nur drei Stunden Zeit, um das Thema Präsentation in Ihrem Unterricht zu behandeln? Dann wählen Sie am besten folgende Materialien aus:

Stunde 1:	Formen von Vorträgen: informieren und überzeugen	M 2
	Tucholskys Ratschläge für schlechte und gute Redner	M 3
Stunde 2/3:	Gute und schlechte Folien	M 10–M 12



Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format auf der **CD RAAbits Deutsch Berufliche Schulen (CD 33)**. Bei Bedarf können Sie die Materialien am Computer gezielt überarbeiten, um sie auf Ihre Lerngruppe abzustimmen.

M 1 Das betrifft jeden! – Vorträge im Berufsleben



Aufgaben

1. Oben sehen Sie eine angefangene Mindmap. Überlegen Sie, welche Aufgabenstellung der Schüler hatte.
2. In der Gruppe:
Bilden Sie Dreier- oder Vierergruppen. Überlegen Sie in der Gruppe, welche Anlässe und Themen es gibt, um im Berufsleben etwas zu präsentieren. Führen Sie hierzu zuerst ein Brainstorming durch und stellen Sie das Ergebnis anschließend in Form einer Mindmap dar. Zur Methodik lesen Sie zunächst die Informationen im Kasten „Brainstorming und Mindmapping“.
3. Präsentieren Sie anschließend das Ergebnis in der Klasse. Die Präsentation kann durch einen Einzelnen, ein Tandem oder durch die gesamte Gruppe erfolgen.

Methodentraining: „Brainstorming und Mindmapping“

Bei einem „**Brainstorming**“ (im Deutschen mit „Ideenfindung“ übersetzbar) geht es darum, möglichst viele Ideen zu einem Thema zu entwickeln. Brainstorming soll einen kreativen Gedanken- und Gefühlsprozess freisetzen, der nicht durch Einwände, Bewertungen und Bedenken begrenzt wird. Ein Brainstorming soll alle Ideen zulassen und ist nicht strukturiert.

Im Gegensatz dazu wird bei einer „**Mindmap**“ versucht, vorhandene Ideen zu strukturieren. Dabei entsteht eine Art Landkarte mit Hauptlinien und Abzweigungen.

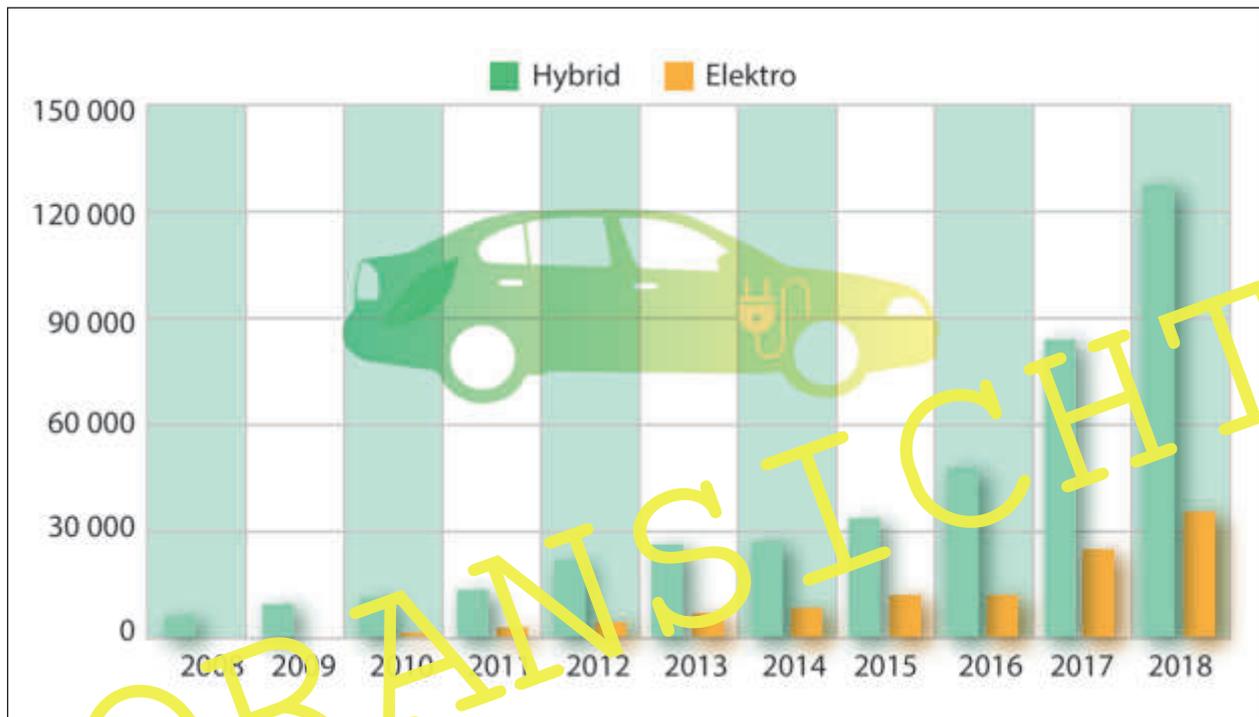
Die beiden Methoden lassen sich sehr gut kombinieren, wenn zuerst im „Brainstorming“ für das Notieren jedes Gedankens, eine Karte benutzt wird. Die Karten werden dann später in Form einer Mindmap sinnvoll geordnet.

M 4**Vortrags-Thema 1:
E-Mobilität**

Das Thema E-Mobilität bewegt seit Jahren die Medien und die Politik. In der Bevölkerung scheint es aber nur langsam anzukommen.

Hybrid-Autos liegen bei Deutschen im Trend

Neuzulassungen von Hybrid- und Elektroautos in Deutschland

**Aufgaben****Gruppenarbeit:**

Bilden Sie eine Gruppe von 3–4 Schülern. Erstellen und präsentieren Sie gemeinsam zum Thema E-Mobilität eine ansprechende Präsentation. Das Publikum des Vortrags sind Vertreter der deutschen Auto-Industrie.

Gehen Sie folgendermaßen vor:

- Obige Statistik ist als erster Einstieg zu betrachten. Nutzen Sie diese, um erste Thesen abzuleiten.
- Planen Sie nach der ALPEN-Methode (vgl. **M 8**) Ihren Zeitbedarf sowie die einzelnen Arbeitsschritte (vgl. **M 9**). Teilen Sie in der Gruppe die Aufgaben sinnvoll auf.
- Beschäftigen Sie sich vor der medialen Umsetzung mit den Arbeitsblättern **M 10** bis **M 12**.

M 10

Eine Einstiegsfolie zum Thema Marketing – Verbesserungstipps

Marketing beschäftigt sich mit der Frage, wie der Markt am besten zu bearbeiten ist. Hier eine Einstiegsfolie zum Thema.

Was bedeutet Marketing?

- Der Begriff Marketing oder (deutsch) Absatzwirtschaft bezeichnet zum einen den Unternehmensbereich, dessen Aufgabe (Funktion) es ist, Produkte und Dienstleistungen zu vermarkten (zum Verkauf anbieten in einer Weise, dass Käufer dieses Angebot als wünschenswert wahrnehmen); zum anderen beschreibt dieser Begriff ein Konzept der ganzheitlichen, marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen von Kunden und anderen Interessengruppen (Stakeholder). Damit entwickelt sich das Marketingverständnis von einer operativen Technik zur Beeinflussung der Kaufentscheidung.
- In der Betriebswirtschaftslehre ist das Marketing ein Teil des unternehmerischen Gesamtprozesses. Dies beginnt mit der Planung eines Konzeptes, worauf der Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten (Vorleistungen) folgt, führt weiter zur Produktion (Erstellung von Gütern oder Dienstleistungen) und endet mit der Vermarktung (Marketing bzw. Vertrieb) der erstellten betrieblichen Leistungen. Hinzu kommen unterstützende Prozesse wie zum Beispiel Innovation, Finanzierung, Verwaltung, Personalwirtschaft. Diese Prozesse werden auch als betriebliche oder unternehmerische Funktionen bezeichnet. Damit diese Prozesse möglichst reibungslos funktionieren, bedarf es der Managementfunktionen. Dazu gehören Planung (einschließlich Zielsetzung), Organisation, Führung und Kontrolle (Erfolgs- und Fortschrittskontrolle) im Hinblick auf die Zielsetzung.
- Quelle:
https://de.wikipedia.org/wiki/Marketing#Alternative_Marketingdefinition_und_deren_Entstehungsprozess



Aufgabe

Bewerten Sie die Folie. Schreiben Sie heraus, was der Verfasser falsch gemacht hat