

Leitfaden „zielgruppenadaptives Präsentieren“

Forschung „aus dem Elfenbeinturm“ holen und verständlich präsentieren?
Das ist leichter gesagt als getan. Mit den Tipps in diesem Leitfaden gelingt's!
Das Wichtigste zuerst: Im Zentrum der „**Taschenlampe**“ steht nicht der oder die Vortragende, sondern das Publikum!

Bereiten Sie Ihre Inhalte so auf, dass Sie die Sprache und Perspektive Ihrer Zuhörer/innen treffen – nur so werden Ihre Inhalte verstanden, behalten und idealerweise auch weitergedacht!

Allgemeines zum wissenschaftlichen Präsentieren:

- **Komplexe Inhalte verständlich machen:** Setzen Sie auf klare Strukturen, konkrete Beispiele und anschauliche Visualisierungen.
- **Relevanz aufzeigen: Machen Sie deutlich,** warum das Thema für die Zielgruppe von Bedeutung ist.
- **Dialog statt Monolog: Nutzen Sie Fragen,** Rückbezüge oder interaktive Elemente, um das Publikum einzubeziehen.
- **Auf Augenhöhe kommunizieren:** Achten Sie auf eine Sprache und Tonalität, die der Zielgruppe entspricht – ohne unnötige Fachbegriffe oder komplizierte Sätze.
- **Weniger ist mehr:** Konzentrieren Sie sich auf zentrale Aussagen und vermeiden Sie Überfrachtung mit Details.

Mit diesem Leitfaden wird Ihre Präsentation nicht nur verständlich, sondern auch wirkungsvoll!

Aufbau des Leitfadens

1. Was ist Zielgruppenadaptation?
2. Ziele von Präsentationen
3. Ziele des Publikums
4. Struktur einer Präsentation
5. Visualisierung: Darauf kommt es an

Was ist Zielgruppenadaptation?

Zielgruppenadaptation meint im Transfer von Forschung in die Praxis die gezielte Anpassung wissenschaftlicher Inhalte an die Bedürfnisse, Vorerfahrungen und Handlungskontexte konkreter Zielgruppen. Ziel ist es, Forschung so aufzubereiten, dass sie verständlich, relevant und nutzbar wird. Für Präsentationen bedeutet das insbesondere: Auswahl und Gewichtung der Inhalte, eine passende Sprache sowie anschauliche Beispiele und Visualisierungen, die den Praxisbezug klar machen und den Transfer in konkretes Handeln unterstützen.

Im Zentrum stehen die
Rezipienten,
nicht die Produzenten!

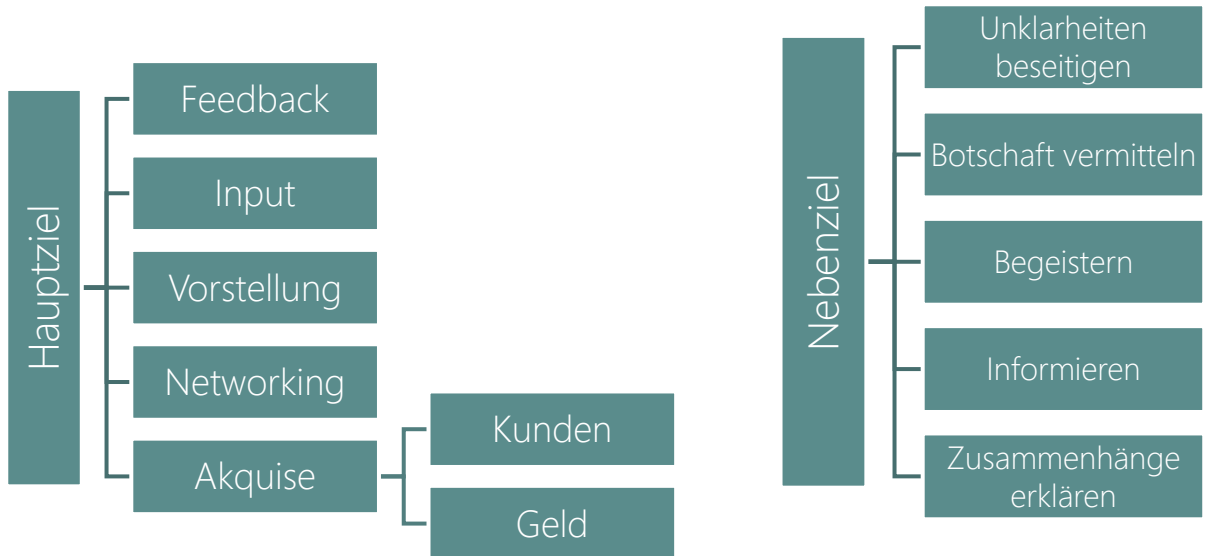
Die Inhalte so aufbereiten,
dass sie...

- das Publikum/die Leserschaft erreichen,
- vom Publikum/die Leserschaft verstanden und behalten werden.

Einflussfaktoren



Ziele von Präsentationen



Anlässe für Präsentationen

Ergebnispräsentationen, Disputation, Messen, Projektanträge, Gastvorträge, Akquisen, Bewerbungsvorträge, Pressekonferenzen, Posterausstellungen, Verteidigungen, Stand-Up-Meetings, Reports, Konferenzen, Demonstrationen, Lehrveranstaltungen, Meetings, Kundengespräche, Technikverteidigungen, Unternehmensvorstellungen, Abschlusspräsentationen, Kick-Off-Veranstaltungen, Teamsitzungen, Produktvorstellungen, Anträge, Auftragsvergabe, Kolloquien, Berufungsvorträge, Fachtagungen, Besprechungen, Präsidiumsvorträge, Vorstellungsgespräche, Führungen, Telefon-/Videokonferenzen, Workshops, Feierlichkeiten ...



Ziele des Publikums

1. Primär problemlösungsorientiert

Diese Formen richten sich vor allem an **Organisationen**, Politik oder Wirtschaft, mit dem Ziel, **konkrete Probleme zu lösen**.

- **Wissenstransfer**
 - In Wirtschaftskooperationen (z. B. Technologieentwicklung)
 - In nicht-kommerziellen Kooperationen (z. B. NGOs)
- **Wissenschaftliche Beratung**
 - Politikberatung (z. B. Studien für Parlamente)
 - Organisationsberatung (z. B. Verwaltungen, Schulen)

Zielgruppen: Entscheidungsträger/innen, Organisationen, Wirtschaftspartner*innen

2. Primär öffentlichkeitsorientiert

Hier steht die **breite Öffentlichkeit** im Fokus – Ziel ist die **Verständlichkeit, Sichtbarkeit und Akzeptanz von Wissenschaft**.

- **Wissenschaft in der Medienöffentlichkeit**
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Wissenschaftsjournalismus
- **Erfahrbare Wissenschaftsformate**
 - Klassische Wissensvermittlung
 - Unterhaltungsformate (z. B. Science Slams, Dokus)

• **Zielgruppen:** Allgemeine Öffentlichkeit, Medienkonsument*innen

3. Mischformen – Öffentlichkeits- & problemlösungsorientiert

Diese Bereiche vereinen beide Perspektiven und sind **besonders relevant in Krisen oder für gesellschaftlichen Wandel**.

- **Bürgerwissenschaft / Citizen Science**
- **Krisenkommunikation**
 - Aufklärung in Krisen
 - Umgang mit Skandalen
- **Politische Kommunikation**
 - Lobbyismus, Public Affairs
 - Protestgebundene Kommunikation

Zielgruppen: Zivilgesellschaft, Politik, Medien, betroffene Gruppen

Anwendung im Präsentationskontext:

- Wissenschaft & Politik/Wirtschaft: Fokus auf Relevanz, Lösungswege, Evidenz.
- Wissenschaft & Öffentlichkeit: Fokus auf Verständlichkeit, Geschichten, Visualisierung.
- Krisen/Kontroverse Themen: Fokus auf Transparenz, Vertrauen, Beteiligung.

Struktur einer Präsentation

Anfang

- ✓ Energisch starten
- ✓ Freundliche Begrüßung des Publikums
- ✓ Vorstellung der eigenen Person und der Einrichtung, die man repräsentiert
- ✓ Nutzen der Präsentation für den Zuhörer aufzeigen
- ✓ Vorgehensweise bei Fragen klären

Aufmerksamkeit schaffen:

- Aufhänger, um das Thema mit dem Vorwissen des Publikums zu verknüpfen
- Fokus auf die Motivation/das Ziel des Vortrags lenken
- Ggf. Bezug zum Vorredner nehmen

Hauptteil

- ⚙ Überleitungen schaffen, die dem Publikum helfen, logisch nachzuvollziehen
- ⚙ Einfache und klar nachvollziehbare Gedankenstruktur wählen
- ⚙ Die stärksten Argumente zu Anfang und zum Schluss
- ⚙ Logische chronologische Folge der Aussagen

Ende

- Letzte Worte ankündigen
- Nächste Schritte aufzeigen
- Kurze Zusammenfassung
- Schlussfolgerungen mit Interpretationen und evtl. Handlungsempfehlungen
- Diskussion gezielt einleiten
- Quelle für weiterführende Informationen
- Bedanken (und zwar nicht für das Zuhören – das sollte selbstverständlich sein)

Zeitmanagement

Wenn die Redezeit für den Inhalt nicht reicht...

- ↓ „In Anbetracht der Redezeit komme ich nun zum Schluss...“
- ↓ „Leider muss ich an dieser Stelle aufhören. Für weiterführende Informationen...“

Wenn der Inhalt für die Redezeit nicht reicht...

- 📍 Fragen zulassen
- 📍 Zusätzliche Folien oder Materialien mit weiterführendem Inhalt/Diskussionsfragen vorbereiten (Back-Up-Folien, Notfallkarte)



Visualisierung: Darauf kommt es an

- ✓ Beherrschen Sie die Grundlagen: Form- und Farbsprache, Typografie, Layout, Umgang mit Medien...
- ✓ Weniger ist mehr: Pro Präsentation maximal 2-3 Medien einsetzen
- ✓ Gute Text-Bild-Kombinationen als didaktisches Traumpaar: Sprache (begründen und argumentieren) und Bilder (zeigen und veranschaulichen) richtig ergänzen lassen

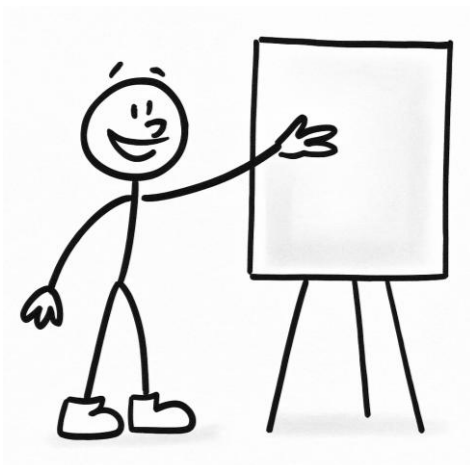


So wirkt es richtig



- Einheitliche Gestaltung: Verwenden Sie durchgehend eine serifenlose Schriftart – auch in Tabellen, Zeichnungen und Diagrammen.
- Konzentration aufs Wesentliche: Maximal 7 Zeilen pro Folie und höchstens 7 Wörter pro Zeile (7x7-Regel).
- Klar und verständlich formulieren: Verwenden Sie Kurzsätze statt Schlagworte – so bleibt die Botschaft nachvollziehbar.
- Struktur schaffen: Gliedern Sie Ihre Inhalte logisch und übersichtlich.
- Komplexität reduzieren: Zerlegen Sie komplexe Inhalte in einzelne, gut verständliche Teilaspekte.
- Weniger ist mehr: Entfernen Sie alles, was von der Kernbotschaft ablenkt oder die Lesbarkeit stört.

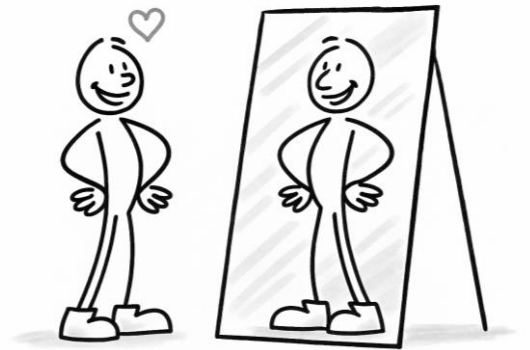
Der perfekte Auftritt



- ③ „Warm“ sprechen und Glas stilles Wasser bereitstellen
- ③ Redegeschwindigkeit regulieren
- ③ Pausen setzen
- ③ Intonation und Lautstärke als Spannungsmittel und zur Betonung
- ③ Einbezug der Zuhörer durch Körpersprache
- ③ Blickkontakt halten

Tipps gegen Lampenfieber

- ↓ Positive Grundeinstellung zur eigenen Person, zum Thema und zum Publikum
- ↓ Anfang und Ende auswendig lernen
- ↓ Schwierige Übergänge und Aussprache von Wörtern üben
- ↓ Vertrautheit und Entspannung aufbauen
- ↓ Generalprobe durchführen



Was tun, wenn plötzlich alles weg ist?



- ✓ Langsames Sprechtempo mit Pausen
- ✓ Zusammenfassung und Gedankenwiederholung
- ✓ Fragen zulassen
- ✓ Überleitung zum nächsten Teil
- ✓ „5-Minuten-Pause“ machen
- ✓ Offen zugeben, den Faden verloren zu haben