

Form dominiert Inhalt

PowerPoint schafft Kommunikationswege

(ab)

DAS PROBLEM

Ob in Meetings, Konferenzen oder Vorträgen – PowerPoint ist aus unserem Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken. Ein Großteil unserer Kommunikation wird mittlerweile mit Hilfe des Präsentationsprogramms gestaltet. Seit seiner Einführung in den 1990er-Jahren haben sich Menschen daran gewöhnt, Informationen in Bullet-Point-Listen und Schlagworten aufzubereiten, animiert darzustellen und dem Adressaten eine schnelle Erfassung dieser zu ermöglichen. Genauso lange formulieren „Kritiker“ bereits die Schattenseiten von PowerPoint: Gezwungenes Formulieren von komplexen Zusammenhängen als kurze, meist unzureichende Stichpunkte, sowie das Verwenden graphischer Darstellungen um über schwache Analysen hinwegzutäuschen. Sind wir mit PowerPoint wirklich so effektiv und effizient, wie wir möchten? Und wie gut sind PowerPoint-Präsentationen als Informations- und Entscheidungsgrundlage geeignet?

DIE WISSENSCHAFT

Der US-amerikanische Wissenschaftler Edward Tufte stieß 2003 die Diskussion darüber an, ob PowerPoint das Format unserer Präsentationen wichtiger mache als ihren Inhalt. Dies illustriert er mit dem fatalen „NASA Columbia Disaster“ im Jahr 2003. Techniker bei der NASA nutzten PowerPoint zu Dokumentationszwecken ihrer Arbeit – der entscheidende, den Unfall auslösende Fehler wurde als Stichpunkt in der vierten Ebene genannt und seine Bedeutung dadurch womöglich unterschätzt (Presidential Commission On Space Shuttle Challenger / Rogers 1986). Die Folgen waren tödlich.

Hier wird deutlich: Das Verpacken von komplexem Wissen in Stichpunkten kann problematisch werden, wenn PowerPoint für Zwecke genutzt wird, die über die ursprüngliche Verwendung, nämlich die der Face-to-Face-Präsentationen, hinausgeht. Auch im Unternehmenskontext stellen PowerPoint-Präsentationen oft ein wesentliches Endprodukt von Projektarbeiten dar, die vor einem Entscheidungsgremium präsentiert werden. Doch wie hoch kann die Qualität von Managemententscheidungen sein, die auf Basis zwar attraktiver, aber unergiebigere Stichpunkte ohne tiefere Erläuterungen getroffen werden?

Wissenschaftler sprechen etwas resigniert davon, dass nur ein Prozent der Praktiker wissenschaftliche Artikel liest. Diese handeln somit überwiegend intuitiv. Die Kolumne „Evidenz to Go“ setzt dem etwas entgegen und geht den Überzeugungen des (Personal-)Managements auf den Grund: Sind die vielfach unterstellten Zusammenhänge und Annahmen mit einer empirischen Evidenz belegbar?

Eine Studie von Schoeneborn (2013) untersucht die Verwendung von PowerPoint in einem internationalen Beratungsunternehmen. Hier zeigt sich, dass PowerPoint neben der Unterstützung von Face-to-Face-Kommunikation mit Kunden auch zur internen Kommunikation, zum Beispiel zur Projektdokumentation, verwendet wird. Diese Projektdokumentationen erfüllen leider nur selten ihren Zweck – nämlich den des projektübergreifenden Lernens und Austausches. Schoeneborn stellte fest, dass die starke Zusammenfassung und die knappen Formulierungen es fast unmöglich machen, den Kontext des beschriebenen Projekts zu verstehen. Spitz formuliert: Das Präsentationsprogramm mit seinen jeweiligen Charakteristiken bestimmt die Art und Weise, wie in Organisationen kommuniziert wird und wie Informationen weitergegeben werden.

DIE PRAXIS

Es wäre jedoch zu einfach, die negativen Effekte von PowerPoint lediglich der Software zuzuschreiben. Vielmehr hat es jeder Nutzer selbst in der Hand, PowerPoint kreativ und kontextabhängig zu nutzen. Hier ist besonders die Unterscheidung zwischen der Nutzung als Unterstützung in Face-to-Face-Präsentationen oder als digital zu versendende (Projekt-)Dokumentation wichtig. Wenn sich beide Arten der Nutzung vermischen, leidet die Qualität, da der Umfang der Informationen für eine Präsentation meist zu hoch und für eine detaillierte Dokumentation viel zu gering ist (Yates / Orlikowski 2007).

Ein Anstoß für die Praxis: Auch wenn es manchmal so scheint – es muss nicht immer PowerPoint sein. Und auch wenn es bequem ist, sollten wir seine Nutzung öfter mal hinterfragen. ●

Literatur

- Presidential Commission On Space Shuttle Challenger / Rogers, W. P. (1986): Report of the presidential commission on the space shuttle challenger accident
- Schoeneborn, D. (2013): The pervasive power of PowerPoint: How a genre of professional communication permeates organizational communication, in: *Organization Studies*, 34 (12), 1777-1801
- Tufte, E. R. (2003): *The cognitive style of PowerPoint*, Cheshire/CT
- Yates, J. / Orlikowski, W. J. (2007): The PowerPoint presentation and its corollaries: How genres shape communicative action in organizations, in: Zachry, M. / Thralls, C. (Eds.): *The cultural turn: Communicative practices in workplaces and the professions*, Amityville/NY, 67-92

DIE AUTORINNEN



GRETA MÜLLER ▶
Trainerin und Organisationsberaterin bei HRpepper GmbH & Co. KGaA, Berlin. Ihr Schwerpunkt liegt in der Gestaltung wirksamer Partizipationskonzepte für Organisationen.



LUISA LINGEMANN ▶
Projektpartnerin bei HRpepper GmbH & Co. KGaA, Berlin. Sie setzt sich mit der Praxistauglichkeit von wissenschaftlichen Erkenntnissen aus der Personal- und Organisationsforschung auseinander.