Visualisieren – mehr als bunte Bildchen

Es gibt kaum noch Berufe oder Kontexte, in denen nicht visualisiert wird: Ob der Tierarzt dem Hundehalter die Therapiemöglichkeiten am Whiteboard erklärt, der Verkäufer dem Kunden die Produktmerkmale am Tisch skizziert oder der Fußballtrainer die Aufstellung und Taktiken am Flipchart näherbringt – rein verbale Informationen werden immer seltener eingesetzt. In allen Fällen hilft Visualisierung, komplexe Zusammenhänge zu verdeutlichen, die Aufmerksamkeit zu erhöhen und den Behaltenswert zu verbessern. Visualisierungen bieten auch schnelle Orientierung – stellen Sie sich die Inhalte der Straßenverkehrsschilder in Textform vor!

Doch was macht Visualisierungen eigentlich genau aus? Der Begriff steht für die Umsetzung von Informationen in Bilder mit Hilfe von textlichen oder grafischen Mitteln. Das heißt, im weiteren Sinne umfasst Visualisieren die Darstellung von

- reinen Texten, z. B. mit Aufzählungspunkten, die dem Text eine optische Struktur verleihen,
- Informationen mit grafischen Mitteln, z. B. als Diagramm, Foto oder Zeichnung,
- komplexen Zusammenhängen in einem Schaubild oder einer Infografik.

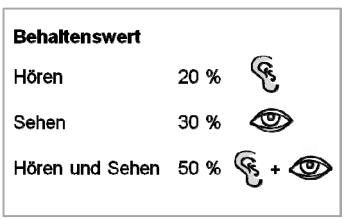
Die folgende Abbildung zeigt unterschiedliche Arten von Visualisierung:

Hier wurde der Text übersichtlich strukturiert und bietet einen schnellen Überblick.

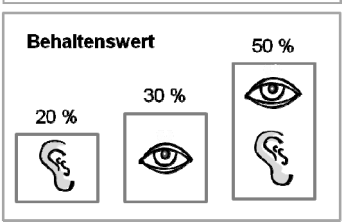
Behaltenswert

Hören	20 %
Sehen	30 %
Hören und Sehen	50 %

Hier wurde der Text mit Symbolen für Ohr und Auge ergänzt.



Dieses Bild veranschaulicht die unterschiedlichen Grade des Behaltenswerts durch die Höhe der Säulen (zum Zusammenhang von Bildern und Behaltenswert, siehe S. 10).



Unterschiedliche Visualisierungsarten

Manchmal wird Visualisieren als Aufforderung missverstanden, willkürlich Bilder in die Präsentation einzubringen – Texte mit ClipArts oder Fotos zu ergänzen, ist jedoch kaum mehr als eine Dekoration der Folien. Effektives Visualisieren hingegen setzt Schwerpunkte und ist wesentlich mehr als bloßes Ornament.

Übersicht: Die Effekte guter Visualisierungen

- Visualisierungen verdeutlichen etwas, sie bringen eine Aussage auf den Punkt, so dass sie mit einem Blick erfassbar ist. Beispiel „Symbole": Statt langer Anweisungen genügt ein einziges Bild, das genau die *eine* Botschaft signalisiert, auf die es ankommt.
- Visualisierungen machen komplexe Aussagen (Entwicklungen, Kausalbeziehungen u.a.), die rein textlich nur mit komplizierten Sätzen darstellbar ist, leichter und schneller erfassbar. Beispiel: Umsatzentwicklungen oder Einflussfaktoren auf den Umsatz in einem Diagramm.
- Visualisierungen lenken die Aufmerksamkeit auf das, was wichtig ist. Beispiel „Farbe": eine farbige Hervorhebung, eine Umrandung oder ein farbiges Textfeld (Kasten).
- Visualisierungen unterscheiden, gruppieren und stellen Zusammenhänge her: Unterschiede/ Gemeinsamkeiten von Informationen werden im Bild klarer. Beispiel: die verschiedenen Ebenen in einem Organigramm.
- Durch wiederkehrende Elemente wird ein roter Faden geschaffen, der durch die gesamte Präsentation führt.

Daraus ergeben sich folgende hauptsächliche Einsatzgebiete im beruflichen Kontext:

- Unterstützung des gesprochenen Wortes in Präsentationen,
- Fragestellungen, Arbeitsanleitungen und Dokumentation von Ergebnissen in Moderationen und Besprechungen,
- Ersatz von komplexen Texten in Infografiken.

Das Lernen und Verstehen fördern

Bilder spielen bei der Wissensaufnahme und -verarbeitung eine besondere Rolle. Wie dies funktioniert, lässt sich anschaulich anhand folgender Übung erleben: Lesen Sie den nächsten Absatz zweimal durch und wiederholen Sie dann das Gelesene, ohne dabei auf den Text zu schauen.

Beispiel

Ein Zweibein sitzt auf einem Dreibein und isst ein Einbein. Da kommt ein Vierbein und klaut dem Zweibein das Einbein. Da nimmt das Zweibein das Dreibein, droht damit dem Vierbein, und das lässt das Einbein wieder fallen. (Bekannt geworden durch Vera F. Birkenbihl)

Konnten Sie diesen Text nach zweimaligem Lesen exakt wiedergeben, ohne hinzuschauen? Wenn nein, dann sind Sie nicht allein: Diese scheinbar sinnlose Aneinanderreihung von abstrakten Ausdrücken kann das Gehirn nur schwer verarbeiten. Kaum haben Sie den Text gelesen, haben Sie ihn schon wieder vergessen. Wie es leichter geht? Wenden Sie ein Grundprinzip des effizienten Lernens an, nämlich: mit Bildern arbeiten. Verknüpfen Sie den Text also mit Bildern: Stellen Sie sich vor, das Zweibein ist ein Mensch, das Dreibein ein dreibeiniger Hocker, das Vierbein ein Hund und das Einbein ein Hühnerschenkel. Dann lesen Sie die obige Geschichte ein weiteres Mal. Sehen Sie diese Dinge und die beschriebenen Ereignisse beim Lesen des Textes vor Ihrem inneren Auge? Jetzt haben Sie die Bilder im Kopf, wie ein Mensch auf einem Hocker sitzt und einen Hühnerschenkel isst, ein Hund dazu kommt usw. Das heißt, sobald Sie trockene Informationen in

lebendige Bilder umwandeln, freut sich Ihr Gehirn und arbeitet erfolgreich mit.

Den Behaltenswert erhöhen

In Trainings und in der Literatur finden Sie oft Prozentangaben über den unterschiedlichen Behaltenswert von Informationen, je nachdem, durch welchen Wahrnehmungskanal sie in unserem Gehirn eingehen. Angegeben wird, dass Menschen 20 % durch Hören, 30 % durch Sehen und in der Addition 50 % durch Hören und Sehen behalten – wissenschaftliche Quellen werden dabei nicht benannt (Abb. S. 7). Nachgewiesen scheint aber zumindest zu sein, dass Informationen, die über zwei Eingangskanäle (Ohren und Augen) kommen, besser verankert werden, soweit sie gut koordiniert bzw. synchronisiert sind (vgl. Klimsa, Paul, Information und Lernen mit Multimedia, 3. Aufl. 2002).

Berücksichtigen Sie auch, dass Ihr Publikum bis zum Beginn Ihres Vortrages vielfältigen – bildhaften – Eindrücken ausgesetzt ist: der Raum, die Landschaft draußen, Ihre Person, Gegenstände und Logos rundherum. Gegen solche Einflüsse kommen Sie mit reinen Textfolien oder -charts oft nur schwer an. Wenn Sie rasch und sicher informieren, motivieren und überzeugen sowie Ihre Zuhörer auch emotional ansprechen wollen, dann gibt es nur eines: Gewichtsverlagerung vom Text zum Bild.

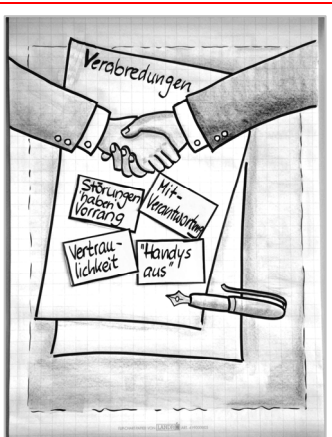
Je mehr Sinne bei der Wissensaufnahme angesprochen werden, desto stärker ist der Behaltenswert der Information.

Die Bedeutung von Emotion

Sicher wissen Sie noch ganz genau, wo Sie gerade waren, als Sie von den Anschlägen auf das World Trade Center am 11. September 2001 erfahren haben. Der Grund ist einfach: Ereignisse mit hoher emotionaler Beteiligung bleiben wesentlich besser im Gedächtnis haften als emotional weniger intensive Situationen. Was bedeutet das für Ihre Visualisierung? Integrieren Sie Bilder in Ihren Vortrag: Bilder lösen eher Emotionen aus als rein verbale Informationen. Dies hat die Hirnforschung durch zahlreiche Untersuchungen belegt und viele Beispiele demonstrieren dies.

Beispiele

Stellen Sie sich vor, Sie sind in einem Workshop zur Konfliktbearbeitung in Ihrem Unternehmen. Der Moderator beginnt mit den Worten: „Bevor wir mit der Konfliktbearbeitung beginnen, sind einige Verabredungen zu treffen. Erstens: ...“ Stellen Sie sich weiter vor, der Referent hat zusätzlich das nebenstehende Flipchart vorbereitet: Die Visualisierung mit dem Handschlag drückt die Verbindlichkeit dieser Verabredungen stärker aus, weil das Bild von zwei Menschen, die sich die Hand geben, in uns entsprechende Emotionen auslöst.



> Auch die Werbung nutzt die emotionsauslösende Wirkung von Fotos für ihre Zwecke. Spendensammler wissen, dass sich viele Menschen nur schwer der Wirkung eines ausgemergelten Kindergesichts oder eines sterbenden, ölverschmierten Tieres mit einer Geschichte dazu entziehen können.

Vielleicht fragen Sie sich jetzt, was Ihr sachlicher, zahlenlastiger Vortrag mit Emotion zu tun hat. Mehr als auf den ersten Blick erkennbar – Sie müssen sich nur fragen, was Sie mit Ihren Zahlen bewirken wollen: Ihre Zuhörer beruhigen, im Sinne von: „Wir haben alles im Griff"? Oder im Gegenteil, mit dramatischen Zahlen Angst machen und erreichen, dass Entscheidungen getroffen und umgesetzt werden? In den Kapiteln zu PowerPoint (ab S. 45) und zum Flipchart (ab S. 71) finden Sie zahlreiche Beispiele, wie Sie neben der reinen Sachinformationen mit Ihren Visualisierungen Emotionen transportieren und auslösen können.

Visualisierungsstile berücksichtigen

Auf Seite 15 sehen Sie vier verschiedene Flipcharts. Vielleicht sagen Sie, eines oder zwei davon könnten von Ihnen gestaltet sein, ein anderes auf keinen Fall? Diese vier Flipcharts stehen für unterschiedliche Visualisierungsstile, von denen per se keiner schlecht ist – sie sprechen lediglich unterschiedliche Zuhörertypen an. Zunächst soll hier kurz das Modell vorgestellt werden, das sich hinter den Visualisierungsstilen verbirgt: Es ist die LIFO®-Methode. Sie hilft Ihnen in vielen Kontexten, Ihr Verhalten und das Ihres Gegenübers besser zu verstehen und sich darauf einzustellen: etwa in der Führung oder im Verkauf und auch bei der Visualisierung.