

Index

1-7-7-Regel, 150
16:9-Folien, 199
2D und 3D, 148
3D-Tortendiagramme, 145
4:3- und 16:9-Seitenverhältnis, 138–139

A

Albert Einstein als Philosoph und Naturforscher, 280
Alpha-Werkzeug, Keynote, 204
Älterer Arbeitnehmer (*sempai*), 83
Analog, 47, 97
»Anders denken«, 14. *Siehe auch* Unterschied
Anderson, Chris, 12
Ansatz versus Methode, 8, 25
Anwendungen, 11
Anwesend sein, 235–236
Arden, Paul, 194
Ashley, Shena, 214
Atkinson, Cliff, 71
»Auf einer Pobacke spielen«, 246–247
Aufzählungspunkte, 150–151, 153, 195
Auge des Betrachters führen, 173–175
Augenblick, 245–249
Augenblick. *Siehe* Im Augenblick aufgehen
Augenkontakt zum Publikum, 262–263
Ausrichtung, Prinzip, 187, 195
Aussagen verankern, 111
Austin, Dennis, 10
Authentic Happiness, 276
Authentizität von Geschichten, 92–93
Auto und Fahrrad im Vergleich, 54–55
A Whole New Mind, 19

B

B-Taste nutzen, 295
Bader, David, 232
Beitrag im Gegensatz zu Erfolg und Misserfolg, 245–246
bento-Präsentation, 5–6, 25
»Beschäftigt« versus »geschäftig«, 49
Beschränkung, 41–45
Arbeiten mit, 41–45
bei der Vorbereitung, 7
und *shizen* (Natürlichkeit), 121
zeigen, 109–111
zeitliche, 134
Bewegung, zweckorientierte, 260–261
Bewusstsein erhöhen, 308

Beziehungen zwischen Konzepten darstellen, 17
Bilder. *Siehe auch* Leinwand füllen
Abmessungen, 158–159
Leinwand füllen, 158–159
nutzen, 155
Teile entfernen, 204
und Text, 164–167
vergleichen/Änderungen hervorheben, 154
Bildüberlegenheitseffekt
Leinwand füllen, 158–159
Schriftarten, 160–162
Text in Bildern, 164–167
Visualisierung, 152–157
Zitate, 163
zweisprachige Folien, 168–169
Botschaften, haftende, 80–83. *Siehe auch* Geschichten
Botschaften verankern, 80
Bourdain, Anthony, 165
Brain Rules, 100–101, 274
Brainstorming
durchführen, 24
ohne Computer, 111
und Geschichtenerzählen, 98
Breeze, James, 173
Breitbildfolien, 139
Brown, Sunni, 220
Buchholz, Ester, 51
Buddha, 63
Budo Secrets, 243
Burns, Ken, 22

C

Cannon Beach, Oregon, 129
Casablanca, 22
Case by Case (*keisu bai keisu*), 137
Cazalot, Clement, 225
Chancen ergreifen, 36
Chancen suchen, 306
Cicero, 270
Citizen Kane, 22
Coltrane, John, 253
Comics
Kunst, 127–131
und Film, 22
Computer, Platzierung, 293
*Conversations with the Great Moviemakers of Hollywood's
Golden Age at the American Film Institute*, 259
Cosmos, 133

D

Daido, John, 148
Dakara nani? (Na und?), 68
Dalai Lama, 175, 277
»Das Gehirn achtet nicht auf langweilige Dinge«, 185
Das Urteil hängt von den Umständen ab (*toki to baai ni yotte*), 137
DataStory: Explain Data und Inspire Action Through Story, 104
Datenfolien, 147
Davis, Miles, 252
Decker, Bert, 265
Dekoration und Design, 16
Denken, verschiedene Arten, 14
Design. *Siehe auch* Grafikdesign-Prinzipien; Einfachheit
Einfachheit, 7
Zweck, 195
Designkompetenz, 15–16, 135
Designprinzipien, 140–141
Diagramme und Schaubilder; Alternativen, 74
Die »Fisch-Geschichte«, 125
Digitales Geschichtenerzählen, 96. *Siehe auch* Geschichtenerzählen
Digitale Storyboards, 106–107. *Siehe auch* Storyboards
Digitale Werkzeuge, 283
Digitaltechnologie, 11
Diktiergerät nutzen, 53
Direkte Kommunikation, 12
Dokumente vorbereiten, 70–74
»Donuts: Gibt es irgendetwas, das sie nicht können?«, 190
Dopamin, 274
»Do Schools Kill Creativity«, 36
Dr. Seuss, 166
Drahtlosmikrofon nutzen, 264, 299
Dreidimensionale Diagramme, 148
Drittelregel und Raster, 178–181
Drucker, Peter, 76
Duarte, Nancy, 104–105, 108
Duchene-Lächeln, 276
dukkha (Leiden, Schmerz, Verlust, Unzufriedenheit), 63
»Dunkle Seitex im Geschichtenerzählen, 87
Dytham, Mark, 43

E

Ebenen und Transparenzeffekt, 204–205
Einfeldt, Andreas, 222–224
Eineckstil, 127, 128–129

Einfachheit. *Siehe auch* Design
anwenden, 7, 44–45
beibehalten, 278
erlangen, 135
Herausforderungen, 134
kanso, 121
Konzept, 117–118
und Klarheit, 135
wabi-sabi, 123–124
Engagement
B-Taste nutzen, 295
bemerken, 298
Emotionen und Gedächtnis, 274
Licht anlassen, 296–297, 299
Macht des Lächelns, 276–277
Neugier anregen, 280–281
Notwendigkeit, 273
Schranken abbauen, 279
Spiegelneuronen, 274–276
und digitale Werkzeuge, 283
Einsamkeit, Wichtigkeit, 50–51, 62, 77
Einschränkungen, arbeiten mit, 41–45
Einstein, Albert, 118, 280–281
ekiben (Lunchbox), 269
Eleganz (*shibumi*), 122
Eliot, T. S., 40
Emotionen
und Gedächtnis, 274
und Geschichten, 87, 89
übertragen, 20
wecken, 273–274
Empathie als Kompetenz, 15, 17
Energie in Webinaren, 213
Enthusiasmus annehmen, 37, 288
Entschleunigung, 49–55, 76–77
Entschuldigungen zu Beginn vermeiden, 258–259
Entspannen, 248
Erfahrungen und Dinge verkaufen, 275
Erfolg und Misserfolg, 245–246
Erkennen, wann Sie aufhören müssen, 243
Ernsthaftigkeit versus Spiel als Kompetenz, 15, 18
Erster Eindruck, Wichtigkeit, 278
Ersttheatersalter, durchschnittliches, 193
»Erzählerische Bildhaftigkeit«, 16
Etwas bewegen, 13. *Siehe auch* »Anders denken«
Evans, Bill, 252

F

Fahrradvergleich, 54–55
Fahrstuhltest, passing, 68–69
Fakten und Geschichtenerzählen, 94, 111
Fast Company, 96
Faulenzen, Wichtigkeit, 37
Fehler, Umgang, 246, 249
Fernbedienung nutzen, 294, 299
Feynman, Richard, 37, 193
Film und Comics, 22, 25
Finnische Landesfläche, 191
Fisher, Ross, 38–39
Fluch des Wissens, 80
Folien. *Siehe auch* PowerPoint Folien
 aufbauen, 212
 Elemente, 198
 gestalten, 135
 Größen, 138–139
 handgezeichnete, 225
 Neugestaltung, 200–201
 Projektion, 72
 verbessern, 20–21
 versus Folien und Handouts, 71
 Verteilung vermeiden, 70
 Verzicht auf, 287
 Überarbeitungen, 143–145
Foliensätze
 Denken Sie wie ein Designer, 211
 Doodler, vereinigt euch!, 220–221
 Etikette beim Besuch heißer Quellen
 Factfulness, 216–217
 in Japan, 218
 Schülerpräsentationen im Bildungswesen des 21. Jahrhunderts, 226–228
 Sei wie der Bambus, 208–210
 Takahashi-Methode, 219
 Wandel im Stipendienwesen, 214–215
 Was ist Innovation, 225
 Übersicht, 207
Foliensortieransicht, 97, 99
Folien verbessern, 20–21
Foliumente vermeiden, 72–74
Foo Fighters, 255
Fragen stellen, 63–69
Fragen verfeinern, 63–69, 77
Freistellen-Werkzeug, PowerPoint, 204
Frühlingsspaziergang (Gemälde), 128
Funktionen vergleichen und herausstellen, 291

G

Gapminder-Website, 216, 267
Gaskins, Robert, 10
Gates, Bill, 119–120, 228
Gedanken organisieren, 75
Gedächtnis und Emotionen, 274

Gefühle

 in Botschaften verpacken, 82
 und Spiegelneuronen, 274, 276
Gehirnhälften, 14, 20, 25
Geist des Anfängers, 33–34, 179
Geist des Experten, 33
Geist des Kindes, 33–34
Gerard, Alexis, 152
Geschichten bearbeiten, 109–110
Geschichten. *Siehe auch* Botschaften und Authentizität,
 92–93
 bearbeiten, 109–110
 Fakten, 94
 Konflikt, 87
 Kontraste, 88
 Probleme, 88–89
 und Emotionen, 89
 Wirksamkeit, 86–87
Geschichtenerzählen. *Siehe auch* Digitales Geschichtenerzählen;
 visuelles Geschichtenerzählen
 Brainstorming, 98
 Erzählerstimme finden, 95
 Folien skizzieren, 100
 kamishibai (visuelles Geschichtenerzählen), 90
 Lernen, 22
 Prinzipien, 88–89
 Storyboards, 97, 99
 Vorgang, 97
 »Erzählerische Bildhaftigkeit«, 16
Geschichtenerzählen als Kompetenz, 15–16, 38
Gesichter, Wirkung, 173–175
Glaubwürdigkeit durch Zitate, 163
Gleichgewicht, Leerraum, 176–177
Godin, Seth, 10, 20–21, 190
Goldener Schnitt, 178
Goldener Schnitt, 178
Goldstein, Bob, 152
Grafikdesign-Prinzipien. *Siehe auch* Design
 Ausrichtung, 187, 195
 Kontrast, 183–185, 195
 Nähe, 187–193, 195
 Wiederholung, 186, 195
Grohl, Dave, 254–255, 279
Große Ideen zulassen, 37
Großes Ganzes
 fehlendes, 50
 formulieren, 17

H

haiku, 44
Hanagan, John, 247
Handmikrofon nutzen, 264
Handouts
 nutzen, 70–74, 77
 versus Folien und Notizen, 71

Han Shimizu, Eiji, 283
Happy, 283
hara hachi bu (iss nur, bis du zu 80% satt bist), 172,
268–269, 271
Hauptpunkte. *Siehe auch* Inhalt
finden, 65–69, 76–77
Konzentration auf, 111
Heath, Dan, 80, 83
Helle und dunkle Designaspekte (*notan*), 176
Herausforderungen, 33
»High-touch«- und »High-concept«-Kompetenzen, 14, 19
Hochformat, Aufnahmen, 202–203
Humor, 248, 257–258, 271
Hurricane Katrina, 82

I

Ichium, Odagiri, 9
Ideen
einladen, 37
gruppieren und finden, 98
skizzieren, 56–59, 77
verkaufen, 20
If You Want to Write, 35, 239
iiseki ni cho (zwei Vögel mit einem Stein erlegen), 81
Ikiru, 22
Im Augenblick aufgehen, 239
Informationen
präsentieren, 94
verarbeiten, 10
vermitteln, 155
Informationszeitalter, 14, 17
Inhalt
Wegweiser, 213
Wichtigkeit, 35
Inspiration finden, 308
Ishigaki, Okinawa, 129
Iss nur, bis du zu 80 Prozent satt bist (*hara hachi bu*),
268–269, 271

J

»Jage zwei Hasen und du erlegst keinen« (*Nito o oumono wa itto mo ezu*), 72
Japanische bento-Präsentation, 5–6, 25
Japanische Kakipflaume, 185
Jazz, 252–253
Jobs, Steve, 54, 118–120, 167, 237–239, 286–291
Judo, Learning vom, 243–244
»Jüngerer Arbeitnehmer« (*kohai*), 83

K

Kaku, Michio, 280
Kakuzo, Okakura, 166

Kameras, globale Verfügbarkeit, 202
kamishibai-Bildgeschichten, 90
Kano, Jigoro, 243–244
kanso (Einfachheit), 121
karoshi (Tod durch Überarbeitung), 89
Kataria, Madan, 18
Katsushika, Hokusai, 181
Kawaguchi, Judit, 175
Kawamura, Sachiko, 41
Kawana, Koichi, 121
Kawasaki, Guy, 265
Kay, Alan, 57
keisu bai keisu (Case by Case), 137
Kennedy, John F., 81, 84–85, 174, 192
Keynote
Alpha-Werkzeug, 204
B-Taste, 295
Keynote-Präsentationen, 198
Kind of Blue, 252
King, Stephen, 175
Klaphake, Jay, 264
Klarheit
fehlende, 50
und Einfachheit, 44–45
Kleidung, 260, 271
Klein, Astrid, 43
Kognitive Belastungstheorie, 10
kohai (jüngerer Arbeitnehmer), 83
Kolosseum, 159
Komplexes einfach darstellen, 253
Kommunikation
als emotionaler Austausch, 20
Barrieren abbauen, 278, 284–285, 299
direkte, 12
Konflikt in Geschichten, 87
Konkretheit, 81
Kontrast
in Geschichten, 88
Prinzip, 183–185, 195
und Weichzeichnereffekt, 206
Konzeptzeitalter, 17. *Siehe auch* Präsentationen
Kreative, Merkmale, 50
Kreativer Prozess, 31–32
Kreativität
Chancen wahrnehmen, 36
Präsentation über, 206
trainieren, 307
verbessern, 53
»Kunst ist eine großzügige Handlung«, 190
»Kunst wäscht den Staub des Alltags von der Seele«, 185
Kurosawa, Akira, 22, 110
Kyoto, exploring, 180
Kyotoku Maru No. 18, 153

L

- Langeweile, 276
- Lao-tzu, 310
- LCHF-Diät (Low Carbohydrate, High Fat), 224
- Leerraum
 - Gleichgewicht, 176–177
 - nutzen, 172
 - Raster und Drittelregel, 178–181
 - Sehen und verändern, 195
 - Wirkung, 141
 - Übersicht, 171
- Leiden, Schmerz, Verlust, Unzufriedenheit, 63
- Leinwand füllen, 158–159. *Siehe auch* Bilder; Leinwände
 - Ebenen und Transparenzeffekt, 204–205
 - Hochformat-Fotos, 202–203
 - Kontrast und Weichzeichnereffekt, 206
 - vom Text zum Bild, 200–201
 - Übersicht, 198–199
- Lesen und Lernen, 306
- Li, Qing, 53
- Licht anlassen, 296–297
- Linke Gehirnhälfte, 14, 20, 25
- Logisches Denken, 14
- Logos auf Folien, 149
- Loslassen als Kunst, 23
- Lunchbox (*ekiben*), 269
- Länge, Wichtigkeit, 268–269, 290
- Löwe sein 37

M

- Macht des Lächelns, 276–277
- Made to Stick*, 80–81, 83
- Maeda, John, 41
- Markenbildung, 149
- »Maximaler Effekt mit minimalem Aufwand«, 229
- May, Rollo, 62
- McCloud, Scott, 126–127, 131
- McGowan, Tara, 90
- McKee, Robert, 87, 89
- Medien, Rolle in Präsentationen, 38
- Medina, John, 100, 274
- Meditation (*zazen*), 235
- Medizinische Präsentationen, 38–39
- Medizinisches Symposium, 222–224
- Meerheimb, Jasper, 41
- Memory und Imagination*, 54
- Menschliche Verbindung, 255
- Methode versus Ansatz, 8, 25
- miegakure*, 121
- Mikrofon nutzen, 264
- Minimalismus, 146
- Misserfolg und Erfolg und Gegensatz zu Beitrag, 245–246
- Mogi, Kenichiro, 281
- Mondlandung, 80, 84
- Monitore nutzen, 292

Multimedia

- Chancen, 13
- Kompetenzen, 15
- Potenzial, 11, 22
- Spiel als Kompetenz, 18
- verwenden, 9–10, 25
- Überlegungen, 287
- Musik, Sprache der, 246–247, 251
- Muster erkennen, 17
- Mündliche Präsentationen, 10. *Siehe auch* Präsentationen

N

- Nara, Japan, 53
- Natur, Aufenthalt in der, 53
- Natürlichkeit (*shizen*), 121
 - im Vortrag, 7
- Na und? (*Dakara nani?*) 68
- Neuartigkeit, 257, 271
- Neugier anregen und wecken, 280–281
- Nichtstun, Wichtigkeit, 37
- Nirvana (Band), 255
- Nito o oumono wa itto mo ezu* (Jage zwei Hasen und du erlegst keinen), 72
- notan* (dunkle und helle Designaspekte), 176
- Notizen versus Folien und Handouts, 71
- Nähe, Prinzip, 187–193, 195

O

- Okazaki, Seichiro H., 243
- Omega-3-Gehalt, 185
- Onsen-Etikette 101, 180

P

- Pan-American-Lächeln, 276
- PechaKucha-Methode, 43–45, 306
- Perera, Gihan, 212–213
- Perfektion und Unperfektion, 255
- Performance, 279
- Persönliche Beispiele in Präsentationen, 224
- Persönliches, 256, 271
- Peters, Tom, 163
- Picasso, Pablo, 31, 94, 185
- Pink, Daniel H., 14, 19, 96, 245
- Pinselmalerei (*sumi-e*), 176–177, 252
- Planking: ein Training mit viel Potenzial, 190
- Planung, Vorteile, 75–76
- Post-it Notizen nutzen, 60–61, 99
- Powell, Richard, 44
- PowerPoint, 54
 - B-Taste, 295
 - kognitiver Stil, 54
 - Seth Godin, 20
 - Ursprung, 10
 - Freistellen-Werkzeug, 204

Präsentationen. *Siehe auch* Konzeptzeitalter; Mündliche Präsentationen; Vorträge
als Auftritt, 245
als ganzheitliche Kompetenz, 25
Beginn, 256
Bestandteile, 38
das Beste zum Schluss aufheben, 290
Klarheit und Fokus, 288
Kunst der, 9
Lektionen von Steve Jobs, 287–291
persönliche Beispiele, 224
Qualitäten, 13
Raum für Verbesserung, 11
Technologie, 11
Vielfalt, 9
Vortrag, 38
wechselnde Geschwindigkeitpace und Techniken, 290
Wirksamkeit, 12–13

Präsentationsprogramme
bei Bedarf nutzen, 56
Problem mit, 97

»Presentation Excellence 56«, 163

Presentation Zen
Ansatz, 7–9
Prinzipien, 25
Website, 6

Presentation Zen Storyboarding Sketchbook, 100

Primäreffekt, 256

Prinzipien, Konzentration auf, 9

Probleme finden in Geschichten, 88–89

Projizierte Folien. *Siehe* Folien

Präsentationsbildschirm. *Siehe* Leinwand füllen

Präsentationsgeneration, 12–13

Präsentator, Selbstdarstellung, 260–264

Präsentieren im Gegenwind, 244

Publikum. *Siehe auch* Verbindung
anblicken, 261
Aufmerksamkeit erlangen und erhalten, 258
Beziehung herstellen, 288, 294
durch Spiel begeistern, 18
Erwartungen, 273
faszinieren, 13
Größe, 199
hungrig nach mehr, 269
im Hinterkopf behalten, 109
Konzentration, 279
nahe herantreten, 292–293
Respekt erlangen, 244
Schonfrist, 258
Selbstdarstellung, 260–264
Verbindung schaffen, 9, 253, 271

Q

Queens Live-Aid-Auftritt, 278–279

Querformat versus Hochformat, 202–203

R

»Radio Ga Ga«, 279

Raster und Drittelregel, 178–181

Raum mit Tatami-Matten (*washitsu*), 171

Really Bad PowerPoint, 10

Rechte Gehirnhälfte, 14, 20, 25

Rede, unterhaltsam versus formal, 95

»Red Fuji«, 181

Relevanz, 212

Rich, Haley, 105

Robinson, Ken, 36

Rose, David S., 70

Rosling, Hans, 216, 267, 281

S

Sagan, Carl, 132–133, 173

Schmerz, Leiden, Verlust, Unzufriedenheit, 63

Schriftarten, 160–162

Schriftarten, 160–162

Schwarze Folien, 295. *Siehe auch* Leinwand füllen

Schwertkämpfer, 237–239, 249

Schülerpräsentationen im Bildungswesen des 21. Jahrhunderts, 226–228. *Siehe auch* Präsentationen

Scott, Kathleen, 177

Sechs Kompetenzen
Design, 15–16
Empathie, 15, 17
Geschichten, 15–16
Sinn, 15, 19
Spiel, 15, 18
Symphonie, 15, 17
Übersicht, 14–15

Sechsendreißig Ansichten des Berges Fuji, 181

Selbstdarstellung vor dem Publikum, 260–264

Selbstmordrate in Japan, 89

Seligman, Martin, 276

sempai (älterer Arbeitnehmer), 83

Serifen- und serifenlose Schriftarten, 160–162

Shaw, George Bernard, 165

shibumi (Eleganz), 122

shinrin-yoku, 53

shizen (Natürlichkeit), 121

Signal-/Rauschverhältnis, 141–149, 195

Simpson, Homer J., 190

Sinnggebung als Kompetenz, 15, 19

Skizzieren
Folien von Hand, 225
Ideen, 56–59, 77
Visualisierungen, 100–102

Software, 11, 55

Spiegelneuronen, 274–276

Spiel auf einer Pöbache, 247

Spiel versus Arbeit, 15, 18, 180

Star Wars, 22, 88, 109

Statistiken in medizinischen Präsentationen, 223

Stevens, George, Jr., 259
 Stevens, John, 243
 Stift und Papier nutzen, 58, 77
 Stimme
 beim Geschichtenerzählen, 95
 Energie, 263–264
 Stimmung verbessern, 53
 Störenfriede, Umgang mit, 244
 Storyboards. *Siehe auch* Digitale Storyboards
 am Computer, 102–103
 Ideen, 111
 und Präsentationsdesign, 104–105
sumi-e (Pinselmaltechnik), 176–177, 252
 Suzuki, Daisetz T., 9, 170, 238, 240
 Suzuki, Shunryu, 34
 Sweller, John, 10
 Symmetrisches Design, 176
 Symphonie als Kompetenz, 15, 17
 Säulendiagramme, 146

T

Tabellen als Visualisierung, 145
 Tech-Konferenzen, 219
 Technik
 Besessenheit von, 64
 Ideen, 9
 Technologie, 11, 55
 TED (»Technology, Entertainment, Design«), 13, 36, 131, 220, 266
 TEDx events, 13, 266, 306
 TEDxKyoto, 264
 TEDxTokyo, 208, 283
 Teilzeit-Arbeitskräfte in Japan, 155–157
The Articulate Executive, 256
The Art of Possibility: Transforming Professional und Personal Life, 245
The Laws of Simplicity, 41
The Naked Presenter, 103, 256
The Non-Designer's Design Book, 141, 187
 Thesen untermauern, 223
 »The Visual Magic of Comics«, 131
The World's Greatest Gigs, 278
The Zen of Creativity, 148
This Is Marketing, 20
 Thoreau, Henry David, 114, 282
 Tinten-/Datenverhältnis, 148
 Toastmasters, 306
 Tod durch Überarbeitung (*karoshi*), 89
toki to baai ni yotte (Das Urteil hängt von den Umständen ab), 137
 Toogood, Granville N., 256
 Training, Wichtigkeit, 249
 Transparenz und Ebenen, 204–205
 Tsunami, Tohoku, 82

Tufte, Edward, 54, 142, 148
 Turner, Mark, 16

U

Über sich hinauswachsen, 248
 Ueland, Brenda, 35, 37, 206, 239
 Unbewusstes Bewusstsein, 238–239
Understanding Comics: The Invisible Art, 127, 131
 Unerwartetes, 81, 256, 271
 Unwichtiges »Rauschen«, 146–147
 Unzufriedenheit, Leiden, Schmerz, Verlust, 63

V

Verbeugung und Kundenservice, 179
 Verbindung. *Siehe auch* Publikum
 herstellen, 307
 Kunst der, 252–253
 starke, 256–259
 Verlust, Leiden, Schmerz, Unzufriedenheit, 63
 Verstärkung durch Vereinfachung, 127–131. *Siehe auch* *Einfachheit*
 Vertrauen aufbauen, 249
 Veränderung, 12
Visual Explanations: Images und Quantities, Evidence und Narrative, 142
 Visualisierung, 152–157. *Siehe auch* Visuelles Geschichtenerzählen
 Visualisierungen
 Fernbedienung, 294
 gestalten, 22
 skizzieren, 100–102
 und Aufzählungspunkte, 195
 Visuelle Agenda vermeiden, 259
 Visuelle Einfachheit von Comics, 127–131
 Visuelle Informationen, 10
 Visuelles Geschichtenerzählen. *Siehe auch* Visualisierung;
 Geschichtenerzählen
 Tipps, 207, 229
 Wirkung, 289
 kamishibai, 90–91
 Vom Text zum Bild, 200–201
 Visuelle Vorlagen und Designs, 205
 Visuelle Wirkung, 12
 Vom Text zum Bild, 200–201
 Vorbereitung, 75–76
 Beschränkung, 7
 Vorteile, 75–76, 258–259
 Wichtigkeit, 278
 Vorher/Nachher-Vergleiche, 154
 Vortrag
 Natürlichkeit, 7
 von Präsentationen, 38
 Vorträge ablesen vermeiden, 265, 271. *Siehe auch* Präsentationen

W

wabi-sabi Einfachheit, 123–124
Wabi-Sabi Style, 122
Wabi Sabi Simple, 44
Waldbaden, 52–53, 77
washitsu (Raum mit Tatami-Matten), 171
Webinar Smarts: *The Smart Way for Professional Speakers, Trainers, Thought Leaders und Business Professionals to Deliver Engaging und Profitable Webinars*, 212–213
Websites
 Gapminder, 216, 267
 PechaKucha-Methode, 43, 306
 Presentation Zen, 6
 TEDx-Events, 306
 Toastmasters, 306
Weibliche Teilzeit-Arbeitskräfte in Japan, 155–157
Welles, Orson, 182
»Weniger ist mehr«, 146, 283
Wesen des Menschen (Buddha), 63
»What's Your Story?«, 96
Whiteboards nutzen, 9, 58–59, 77
Why Business People Speak Like Idiots, 273
Wiederholung, Prinzip, 186, 195
Wilder, Billy, 259
Williams, Robin, 141, 187
Winslow Atchley, Dana, 96
Wright, Frank Lloyd, 175

Y

You've Got to Be Believed to Be Heard, 265
Yuan, Ma, 128

Z

Zahlen, Konzentration auf, 288, 290–291
Zander, Ben, 245–248, 298
zazen (Meditation), 235
Zeit alleine verbringen, 50–51
Zeit als Beschränkung, 134
Zeitraumen respektieren, 269
Zen
 als Ansatz, 8
 Bezüge, 7
Zen-Garden, 124
Zen-Praxis, 268
Zen-Ästhetik, 118–124, 252
Zen und japanische Kultur, 238
Zen und Zen-Künste, Einfachheit, 117
Zitate, 163–164, 167, 223
Zweidimensionale-Daten, 148
Zweisprachige Folien erstellen, 168–169. *Siehe auch* Text in Bildern
Zwei Vögel mit einem Stein erlegen (*iiseki ni cho*), 81