

**THE FLOOR IS YOURS**



**THE FLOOR  
IS YOURS**  
LEREN PRESENTEREN  
VAN BRAINSTORM  
TOT APPLAUS

---

**Hans Van de Water**  
**Toon Verlinden**

ACADEMIA  
PRESS

Uitgeverij Academia Press  
Prudens Van Duyseplein 8  
9000 Gent  
België

[info@academiapress.be](mailto:info@academiapress.be)  
[www.academiapress.be](http://www.academiapress.be)

Uitgeverij Academia Press maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,  
de boeken- en multimediativisie van Uitgeverij Lannoo nv.

ISBN 978 94 014 5708 8  
D/2018/45/551  
NUR 810

Hans Van de Water en Toon Verlinden  
The Floor is Yours.  
Leren presenteren van brainstorm tot applaus  
Gent, Academia Press, 2018, 248 p.

Tweede, herwerkte versie

[www.thefloorisyours.be](http://www.thefloorisyours.be)

Vormgeving cover: Studio Lannoo  
Vormgeving binnenwerk: Peer De Maeyer

© Hans Van de Water en Toon Verlinden & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt

*Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.*

# Inhoud

Beter presenteren, moet dat echt? 7

## STORY

*Waarom mag ik niet alles vertellen wat ik wil?* 17

### IMPACT

De zin van een presentatie ... Is dat een filosofische vraag? 20

### STRUCTUUR

Hoe zorg ik dat het publiek na slide 3 de weg niet kwijt is? 33

### STORYTELLING

Waarom lukt het me wel op café? 67

### HELDER

En wat als ik het zelf niet helemaal begrijp? 79

## SHOW

*Moet ik echt een berenpak aandoen?* 91

### PERFORMANCE

Waar verstop ik me het best? 95

### STRESS

Kan de volgende al beginnen? Ik moet dringend naar het toilet. 111

### AANDACHT

Mag ik het publiek wakker maken? 122

### INTERACTIE

Moet het een Mexican wave zijn? 132

### VRAGEN

Bestaan domme vragen echt niet? 138

## TIJD

Als ze het interessant vinden, kan ik dan doorgaan? 146

## SLIDES

*Hoezo, die dienen niet om vol te proppen?* 149

## TEKST

Mag het ietsje meer zijn? 157

## AFBEELDINGEN

Zijn selfies ook oké? 173

## TEMPLATES

Is daar iets mis mee? 192

## DATA

Een cijferindigestie, bestaat dat? 196

**Eindelijk duidelijk en interessant** 204

## POSTERS

*Wat doet dit in een boek over presentaties?* 205

## INHOUD

Wat kan ik zeggen op 1 m<sup>2</sup>? 210

## DESIGN

In welk hoekje kan ik mijn afbeelding nog kwijt? 217

## SHOW

Heb je een goede openingszin voor mij? 227

## EN DAN NOG

*Heb je nog niet genoeg?* 233

# Beter presenteren, moet dat echt?

## DE PENICILLINE-PRESENTATIE

In 1928 ontdekte Alexander Fleming eerder per toeval penicilline, het allereerste antibioticum. Ontdekken is echter relatief. Fleming was een notoir slechte communicator en kwam niet graag met zijn onderzoek naar buiten. De resultaten van de ontdekking werden gepubliceerd in een weinig gelezen paper en het wonderlijke medicijn bleef in zijn laboratorium liggen. Hij had het evengoed niet kunnen ontdekken.

Tien jaar later, we zijn al 1938, botste een groep wetenschappers op Flemings publicatie. Ze gingen ermee aan de slag en pas twee jaar later begrepen ze ten volle het belang van zijn ontdekking. Met penicilline konden ze bacteriële infecties bestrijden en zo massaal veel mensenlevens redden! Jammer genoeg kwam de oplossing voor vele mensen te laat, want de Tweede Wereldoorlog was al uitgebroken. De productie van penicilline begon pas echt goed te lopen toen de Amerikanen bij de oorlog betrokken raakten en massa's geld pompten in de ontwikkeling ervan. Pas tegen D-Day, in 1944, was er voor elke gewonde soldaat voldoende penicilline beschikbaar.

Het is verdomd jammer dat Fleming niet eerder naar buiten is gekomen met zijn ontdekking, want sinds het antibioticum op de markt is, redde het medicijn naar schatting 83 miljoen mensenlevens.

Als hij zijn onderzoek beter had gecommuniceerd, was penicilline misschien zelfs voor de start van de oorlog op de markt gekomen en had het nog veel meer levens gered.

Misschien denk je nu dat jouw project of onderzoek niet zo belangrijk is, dat je er zeker geen 83 miljoen levens mee zal redden, maar Fleming had ook geen flauw benul van het belang van zijn ontdekking. Juist om die mogelijke impact te ontdekken, is het belangrijk om over je project te vertellen en het niet te verstoppert in een obscure paper. Hoe kun je verwachten dat andere onderzoekers of disciplines met je werk aan de slag gaan, als ze nooit van je hebben gehoord?

We leven in een maatschappij met een waslijst aan uitdagingen die snaken naar oplossingen. Problemen zoals klimaatverandering, migratie, digitalisering, radicalisering of werkloosheid zijn te complex om vanuit één invalshoek te benaderen. We moeten over de disciplines heen aan de slag en samenwerken met wetenschappers, beleidsmakers, ondernemers, maatschappelijke organisaties en burgers.

En dat doe je niet als ieder zijn eigen taaltje spreekt of zich zoals Alexander Fleming opsluit in zijn laboratorium. Laat dus van je horen!

## SPREEK JE INNERLIJKE EGOÏST AAN

‘De wereld verbeteren’ en ‘mensenlevens redden’ zijn maatschappelijk relevante redenen om beter te presenteren, maar op zich heb je daar persoonlijk misschien niet zo ongelooflijk veel aan. Op je eigen curriculum vitae staat ‘de wereld verbeteren’ ook maar een beetje vreemd.

Daarom is het belangrijk om even te focussen op de redenen om beter te presenteren, waar je zelf ook iets aan hebt. Welk verschil kan een sterke presentatie voor jou maken? Het kan je drie dingen opleveren: steun, nieuwe ideeën en/of financiering.

**Meer steun:** lang niet iedereen is overtuigd van het belang van jouw onderzoek of project. Hoe meer steun je krijgt, hoe sterker je staat. Want stel je



voor dat er door besparingen gesnoeid wordt. Dan wil je toch vooral jouw project gevrijwaard zien? Een presentatie maakt mensen bewust van het belang van je onderzoek of project en kan een draagvlak creëren.

**Nieuwe ideeën:** uit een vraag of opmerking van het publiek of uit een conversatie nadien, kunnen verrassende invalshoeken komen, frisse ideeën waar je nooit zelf zou opkomen. Soms leidt het tot nieuwe projecten, partnerschappen of doorbraken. Heel wat multidisciplinair onderzoek is ontstaan uit ‘ideeën die seks hebben met elkaar’, zoals de Britse schrijver en wetenschapper Matt Ridley het noemt.

**Meer financiering:** wanneer mensen in je project geloven en erop vertrouwen dat je het tot een goed einde kunt brengen, dan zijn ze soms na enkele minuten al bereid om je financieel te steunen via projectfinanciering of een beurs. Financierende instanties organiseren daarbij steeds vaker pitchwedstrijden, waarbij de jury een prijs of beurs toekent aan de persoon met de meest overtuigende presentatie.

## Een aanbod voor een topfunctie dankzij een geslaagde presentatie

Dat een goede presentatie een grote persoonlijke impact kan hebben en je meer steun oplevert, ondervond professor John Creemers:

‘Ik was als docent uitgenodigd als spreker op een *Gordon Research Conference*. Al mijn collega’s waren aanwezig. Al tijdens mijn presentatie voelde ik de interactie met het publiek. Ze hingen aan mijn lippen. Mijn grootste concurrent – die mij nooit citeert! – kwam me na de presentatie feliciteren en een andere persoon vroeg me of ik niet wilde solliciteren voor de functie van departementsvoorzitter in het topinstituut waar hij directeur was, een functie die normaal enkel openstaat voor hoogleraren.’

(PS Uiteindelijk ging John Creemers niet in op het voorstel, maar het geeft wel aan dat een presentatie je leven weleens grondig kan veranderen.)

# JE KRIJGT HET NIET VAN SLAPENDE MENSEN

## Is je presentatieruimte een slaapkamer?

Een presentatie kan dus meer steun, ideeën of financiering opleveren. Maar daarvoor moet je publiek je boodschap wel begrijpen of op zijn minst aandachtig zijn.

Kijk je even mee naar het publiek in de zaal, terwijl jij een presentatie geeft? Daar op de derde rij, links achteraan, zit David. David tokkelt op zijn smartphone. Hij leest liever zijn e-mails dan naar jou te luisteren. En op de vierde rij in het midden zit Charlotte. Zij is in slaap gevallen. Jammer! Van hen beiden zul je alvast geen steun krijgen.

Het feit dat Charlotte slaapt tijdens je presentatie ligt gelukkig niet alleen aan jou. De presentatieruimte leent zich daar goed toe. In een standaard presentatieruimte is er:

- gedimd licht;
- ergens vooraan de zachte monotone stem van de spreker;
- geen enkele activiteit of interactie met het publiek.

De standaard presentatieruimte vertoont op die manier veel overeenkomsten met een slaapkamer. Ook hier weerklinken zachte stemmen in de verte, is er gedimd licht en geen of weinig activiteit. Het zal je dus niet verbazen dat je publiek in slaap valt en jij daardoor je broodnodige steun, ideeën en geld niet krijgt.

Als je er dus enigszins invloed op hebt, is onze eerste tip: haal het slaapkamergehalte van je presentatieruimte naar beneden. Open de gordijnen, doe de lichten aan en zet een raam open. Een beetje zuurstof en licht doen wonderen voor je publiek.

‘Ja, maar door al dat licht zijn de slides niet meer zichtbaar,’ zul je misschien denken. We spreken verder in het boek nog over slides, maar wat we je alvast kunnen meegeven, is dat jij als spreker veel belangrijker bent dan je slides.

Bovendien zijn de beamers tegenwoordig krachtig genoeg om ook bij daglicht helder te projecteren.

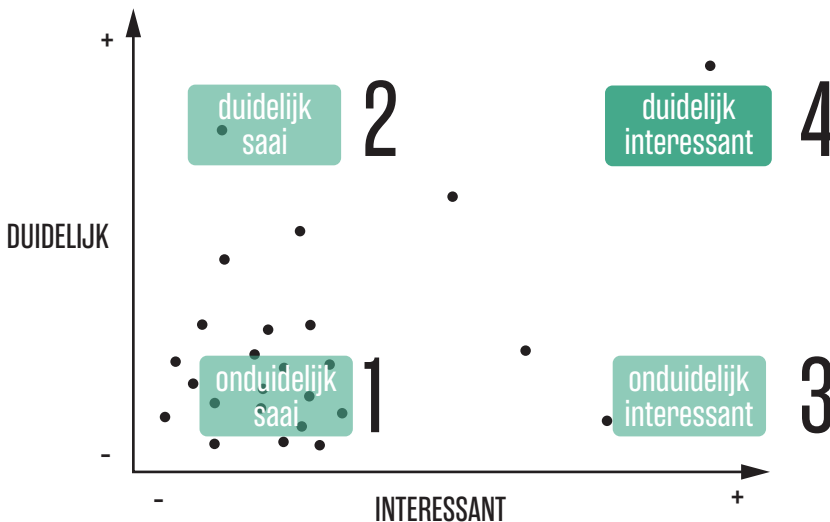
## Niet allemaal de schuld van de presentatieruimte

Het is echter niet allemaal de schuld van de presentatieruimte. Het zou natuurlijk leuk zijn als we het daar volledig op kunnen steken, maar het feit dat je publiek in slaap valt of de aandacht verliest, ligt jammer genoeg ook voor een deel aan jou en je presentatie.

Je woonde zelf waarschijnlijk al eens een presentatie bij in een goed verlichte en verluchte ruimte, waarbij je aandacht toch afdwaalde van het praatje. Misschien begon je plots te denken aan de boodschappen die je nog moest doen, aan die ongelezen paper op je bureau of aan dat kabeltje dat je nog in je proefopstelling moest solderen. Je deed waarschijnlijk je uiterste best om naar de spreker te luisteren, maar het lukte niet: hij raakte je elke keer weer kwijt. Na een tijdje begon je je af te vragen waarom je je tijd hier verdeed. Herken je dat gevoel?

# WELK TYPE PRESENTATIE GEEF JIJ?

We kunnen presentaties onderverdelen in vier categorieën. Om dat te illustreren, gebruiken we een grafiek. Op de horizontale as zie je of de presentatie al dan niet interessant is en op de verticale as of de boodschap duidelijk is of niet. Als we beide criteria met elkaar combineren, krijgen we vier mogelijke categorieën van presentaties:



*De meeste presentaties zijn onduidelijk en saai*

**1. Onduidelijk en saai.** De meeste presentaties bevinden zich in de linkerbenedenhoek. Ze zijn doodsaaï om bij te wonen en je begrijpt er niets van. Deze presentaties zijn tijdverlies voor iedereen. Zowel voor de presentator die veel tijd en moeite investeert om de presentatie te maken, als voor het publiek dat er niets aan heeft. Bij dit type komen al snel de smartphones en laptops boven. Logisch: het publiek is wanhopig op zoek naar iets dat hun aandacht kan afleiden.

**2. Duidelijk en saai.** Je begrijpt alles van deze presentatie, maar de presentator brengt ze op een saaie manier. Dit zijn presentaties waar mensen

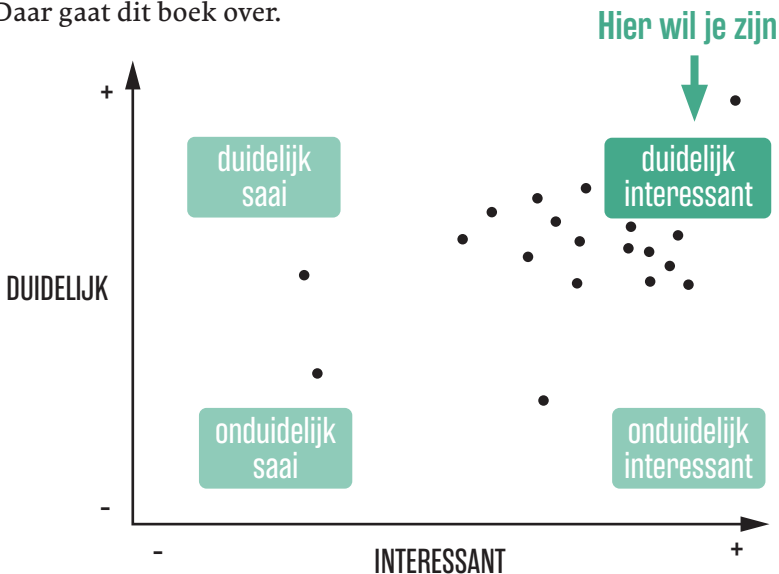
zo snel mogelijk weg willen: ze weten al wat er zal komen en dat het weinig zin heeft om te blijven zitten. Bij dit type presentaties is er altijd wel iemand die doet alsof zijn mobiele telefoon gaat, de zaal verlaat om op te nemen en nooit meer terugkeert.

**3. Onduidelijk en interessant.** De spreker zorgt voor entertainment. Je mag al eens lachen en elke slide zou aan de muur van een kunstgalerie kunnen hangen, maar op het einde van de presentatie weet je eigenlijk niet waarover het nu precies ging. De presentator heeft goed nagedacht over de vorm, maar niet over de inhoud. Jammer.

**4. Duidelijk én interessant.** We willen de meeste presentaties in de rechterbovenhoek krijgen. Bij deze presentaties hangt het publiek aan je lippen én begrijpt het alles. Vorm en inhoud zijn goed op elkaar afgestemd.

Hoe maak je je presentatie duidelijk én interessant? En hoe doe je dat op een pijnloze manier? Zonder gedoe, gierende zenuwen of enorm op je bek te gaan.

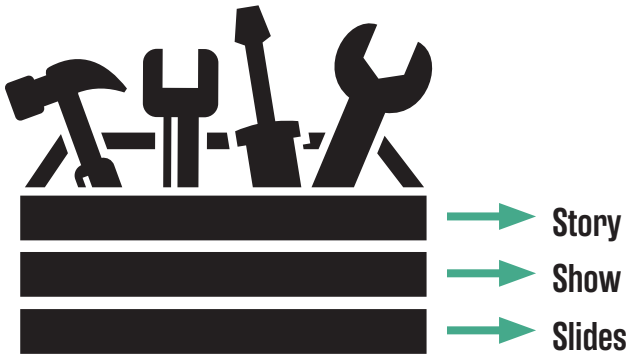
Daar gaat dit boek over.



*Waar we naartoe willen: duidelijke en interessante presentaties!*

## WAT VIND JE IN DIT BOEK?

Om je presentatie te verbeteren, hebben we een gereedschapskist samengesteld. Die bestaat uit drie vakken.



**STORY** Hoe breng je een complex verhaal op een duidelijke, gestructureerde en eenvoudige manier? De tools die we je hier aanreiken, dienen om een presentatie te maken met een sterke boodschap.

**SHOW** Hoe krijg je de aandacht van je publiek en behoud je die tot op het einde? We helpen je om een interessante presentatie op te bouwen.

**SLIDES** Aantrekkelijke en heldere slides maken, zonder dat je een designer bent? Het kan! We vertellen je hoe.

Als extraatje krijg je er nog een vierde onderdeel bij:

**POSTERS** Eenmaal je jouw presentatie hebt uitgewerkt is het een kleine stap om een aantrekkelijke wetenschappelijke poster te maken. Je gebruikt immers voor een groot deel dezelfde elementen. We tonen je hoe.

Met de tools die we je meegeven in dit boek, heb je alles om een duidelijke, interessante én mooie presentatie te geven, die je meer steun, ideeën en geld zal opleveren. En dat is niet alleen beter voor jezelf, maar ook voor je publiek en de wereld.

## HOE GEBRUIK JE DIT BOEK HET BEST?

Je kunt dit boek van voren naar achteren lezen. Zo krijg je waarschijnlijk het meest samenhangende verhaal. Maar je kunt ook op zoek gaan naar het antwoord op die specifieke vraag waarmee je worstelt. De onderzoekers en professionals waar we al mee samenwerkten, zaten waarschijnlijk met dezelfde vragen als jij. De kans dat je het antwoord terugvindt in dit boek, is dus erg groot. Heb je het hele boek doorgenomen en is dat toch niet het geval? Dan bezorgen we je op het einde onze contactgegevens en helpen we je graag verder.

Is alles wat we hier neerschrijven in steen gebeiteld? Is het De Ultieme Waarheid? Nee. De Heilige Formule voor de perfecte presentatie bestaat immers niet. Je zult voor jezelf moeten ondervinden wat voor jou het beste werkt. Begin daarbij met een of enkele tips. Probeer bij een volgende presentatie telkens een paar nieuwe toe te passen. Verslik je niet door alles meteen te willen doen. Dat is zoals een eerste keer gaan fitnessen en bij elk toestel een uur lang trainen. Het resultaat: dat je de volgende dag niet meer uit je bed kunt. Het beste trainingsschema: geef elke maand een presentatie en focus telkens op een ander aspect uit het boek. Zo zul je na een jaar merken dat je een gigantische sprong hebt gemaakt.

En misschien denk je tijdens het lezen weleens: ‘Leuk, maar niet toepasbaar op mijn project of onderzoek’, of: ‘Dat kan niet in mijn organisatie’. Als dat gebeurt, pauzeer dan even en denk eens écht na. Vaak is het vooral een kwestie van vindrijkheid en durven, eerder dan van kunnen en niet kunnen.

Elk advies in dit boek is waardevol en elke tip helpt je presentatie vooruit. Zelfs als je maar een paar tips toepast, is je presentatie beter dan de rest. De Italiaanse econoom Vilfredo Pareto stelde in 1906 in zijn Pareto-regel dat 20 procent van de input verantwoordelijk is voor 80 procent van de output. Analoog met Pareto, zeggen we dat als je 20 procent van dit boek toepast, je presentatie er met 80 procent op vooruitgaat. En dat is al een hele verbetering. Pas je het hele boek toe? Dan hangt het publiek aan je lippen, daar zijn we zeker van.







# STORY

Waarom mag ik niet alles vertellen wat ik wil?

Houd die laptop nog even dicht	19
<b>IMPACT. De zin van een presentatie ... Is dat een filosofische vraag?</b>	20
Stap 1: Wat beoog jij met je presentatie?	21
Stap 2: Wat wil je publiek?	23
Stap 3: Wat is je hoofdboodschap?	30
<b>STRUCTUUR. Hoe zorg ik dat mijn publiek na slide 3 de weg niet kwijt is?</b>	33
De kern van je presentatie	34
Nu nog de rest van je presentatie structureren	41
Hoe start je je presentatie?	52
Het einde van je presentatie	60
Als alles goed gaat, ziet je presentatie er nu als volgt uit	61
<b>STORYTELLING. Waarom lukt het me wel op café?</b>	67
De kracht van een verhaal	67
Een verhaal als aperitief	70
Je presentatie als verhaal	72
<b>HELDER. En wat als ik het zelf niet helemaal begrijp?</b>	79
Maak het concreet, begin met een voorbeeld	79
Gebruik eens een vergelijking	80
Jargon: mag het?	83
Het ultieme hulpmiddel (werkt altijd!)	87

## HOUD DIE LAPTOP NOG EVEN DICHT

Je krijgt de vraag om een presentatie te geven. Wat is je eerste stap? Nadenken over de aanpak? Een structuur opstellen? Materiaal verzamelen? Waarschijnlijk niet. Bij veel mensen is de allereerste stap: PowerPoint openen (of Keynote, Prezi of alternatieve software). Maar daar ligt een fundamenteel probleem. De software dwingt je al meteen om de eerste slide te vullen ('klik om titel toe te voegen'), dus dat doe je dan maar. Daarna staat de eerste bulletpoint al klaar ('klik om tekst toe te voegen'), dus doe je dat maar.

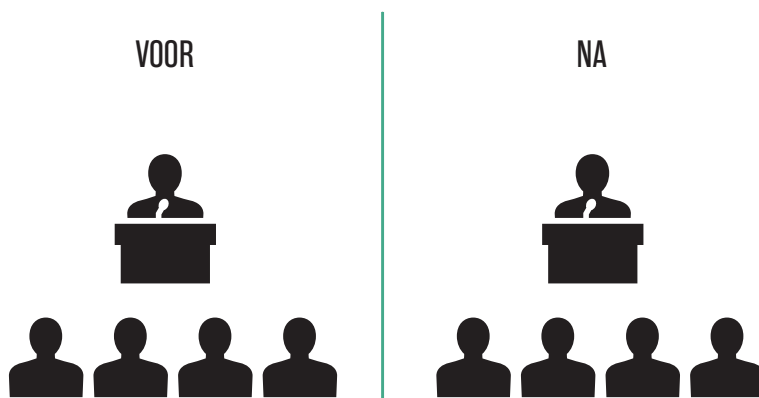
Het gevolg is dat je na een tijd slide na slide gevuld hebt, zonder een masterplan. Je krijgt snel een ongestructureerde opeenvolging van tekst en slides waar niet echt een rode draad in zit. Je hebt waarschijnlijk wel wat nagedacht over de inhoud, maar heb je er écht bij stilgestaan? Is het echt nodig dat je alles bespreekt wat er nu in je presentatie staat? De kans is groot dat je na die *braindump* moet schrappen, verschuiven en bijvoegen. Dat vraagt een massa tijd. Uiteindelijk komt er iets uit dat misschien een beetje structuur heeft, maar vaker heeft het dat niet. Daarom is ons voorstel: laat die laptop nog even dicht. Vul nog geen slides. Het denkproces dat we je voorstellen in het *STORY*-deel van het boek, is eentje dat je best doet met pen en papier. Of met je tekstverwerkingsprogramma. Niet met presentatiesoftware zoals PowerPoint.

Denk dus eerst goed na over wie je publiek is, wat je met je presentatie wilt bereiken en wat je allemaal zult vertellen (en wat niet). Als je de denkoefening een paar keer doet, heb je na verloop van tijd nog maar vijf tot tien minuten nodig om het proces te doorlopen. Je spaart er op termijn heel wat tijd mee uit. Je presentatie zal vanaf de eerste keer goed gestructureerd zijn en er zal instaan wat erin moet staan. Niet meer, niet minder. Het mooie van die brainstorm vooraf? Je kunt het overal doen. Je moet niet achter je bureau of je computer zitten. Het kan evengoed in je hangmat, op café of tijdens een looptraining.

Laat die laptop dus nog even toe.

# IMPACT DE ZIN VAN EEN PRESENTATIE ... IS DAT EEN FILOSOFISCHE VRAAG?

‘Waarom geef je een presentatie?’ Het lijkt de normaalste vraag van de wereld, maar meestal krijgen we als antwoord een ‘euh’, gevolgd door een mond vol tanden. Presentaties horen er nu eenmaal bij. Het is als een ritueel dat vasthangt aan je job. Je doet het omdat ze het je vragen, om kennis te delen of om een stand van zaken van je project mee te geven. ‘Omdat het moet.’ Je denkt meestal niet na over het waarom van een presentatie. Je doet het gewoon.



*Ziet je publiek er voor en na je presentatie hetzelfde uit? Hopelijk niet. Welke veranderingen wil je bij hen teweegbrengen?*

Waarom is de vraag over wat je wilt bereiken met je presentatie zo belangrijk? Omdat als je niet weet wat je eruit wilt halen, je ook niet kunt weten wanneer je presentatie geslaagd is. Vaak komt het erop neer dat we meer steun, ideeën of financiering willen. Maar je krijgt die dingen niet zomaar. Je moet eerst een of andere verandering bij je publiek teweegbrengen. En dan bedoelen we verandering in de ruime zin van het woord: misschien wil je dat ze een specifieke boodschap onthouden, dat ze aan de slag gaan met je advies of dat ze na afloop je conclusie meer genegen zijn. Om een antwoord te kunnen geven op de vraag ‘Waarom geef je de presentatie?’ moet je jezelf dus afvragen: ‘Welke verandering wil ik bij mijn publiek teweegbrengen?’