

Kernbotschaften Der Satz, der bleibt

Eine Kernbotschaft ist kein Slogan und kein Claim. Sie ist der eine Satz, an dem du dich festhältst, wenn es unruhig wird — und der Satz, den dein Publikum behält, wenn alles andere längst verblasst ist.

Kein Ratgeber zum Überfliegen. Ein Arbeitspapier — mit Modell, Werkzeugen, einer Übung auf jeder Seite und einem Check zum Ankreuzen.



Klarheit

Du weißt in einem Satz, worum es geht.

Sicherheit

Du hast einen Punkt, zu dem du zurückkehrst.

Wirkung

Dein Publikum kann dich zitieren.

Tim Christopher Gasse — Rhetoriktrainer seit 2014. Der schnellste Test für deine Kernbotschaft ist deine eigene Stimme.



Warum ein Satz den Unterschied macht

In mehr als zehn Jahren Training erlebe ich immer wieder dasselbe: Menschen bereiten Inhalte vor und vergessen dabei die Botschaft. Sie sammeln Argumente, bauen Folien, füllen die Zeit. Am Ende bleibt beim Publikum ein Eindruck — aber kein Satz.

Die Kernbotschaft schließt genau diese Lücke. Sie ordnet deinen Inhalt, bevor du das erste Wort sagst. Sie gibt dir Halt, wenn dich eine Zwischenfrage aus dem Konzept bringt. Und sie ist das, was Menschen zitieren, wenn sie später über dich sprechen.

Dieses Papier zeigt dir, wie du deine Kernbotschaft findest, formulierst, prüfst, platzierst und sprichst. Der wichtigste Test kommt dabei nicht aus dem Kopf, sondern über die Lippen.

Tim Christopher Gasse · Gründer der Rhetorikhelden, Rhetoriktrainer, ehem. Journalist und Moderator

— INHALT

03	Das Kernproblem	14	Dosierung: die Wiederholung
04	Was eine Kernbotschaft ist	15	Sprechen: Pause, Tempo, Blick
05	Der Weg: fünf Schritte	16	Die Headline-Technik
06	Dein Nutzen	17	Wenn es unruhig wird
07	Ergebnisse statt Lösungen	18	Botschaften aus der Praxis
08	Die vier Merkmale	19	Dein Sieben-Tage-Plan
09	Der Lippen-Test	20	Die Checkliste
10	Finden: vom Thema zur Botschaft	21	Essenz
11	Formulieren: vom Rohsatz zum Satz	22	Über die Rhetorikhelden
12	Sechs Sätze, die nichts bewirken	23	Drei Wege zu echter Wirkung
13	Platzieren auf der Redeachse	24	Dein nächster Schritt

Gut vorbereitet und trotzdem vergessen

Die meisten Auftritte scheitern nicht an fehlendem Wissen. Sie scheitern daran, dass hinterher niemand sagen kann, worum es eigentlich ging.

Der Ablauf ist fast immer gleich: Das Thema steht, die Folien sind gebaut, die Argumente sitzen. Was fehlt, ist die Entscheidung, **welcher eine Gedanke hängen bleiben soll**. Also wird alles gleich wichtig — und was gleich wichtig ist, wird vorgelesen.



Ohne Botschaft keine Variation: Wer Inhalte abarbeitet, spricht monoton — und monotone Tonspuren werden nicht erinnert.



Volle Folien, flache Tonspur: Wer Inhalte abarbeitet, gibt dem Publikum keinen Satz zum Mitnehmen.

■ Kein Fokus

Alles wirkt wichtig, also bleibt nichts hängen. Das Publikum sortiert selbst — meistens falsch.

■ Kein Anker

Eine Zwischenfrage bringt dich raus, weil du keinen Punkt hast, zu dem du zurückkehrst.

■ Keine Erinnerung

Am nächsten Tag erinnert sich niemand an einen Satz von dir. Auch nicht sinngemäß.

► REFLEXION · DER ERINNERUNGSTEST

Denk an deine letzte Präsentation zurück. Schreib in einem Satz auf, was dein Publikum davon behalten sollte. Dauert das länger als zehn Sekunden oder brauchst du mehr als einen Satz, dann hattest du keine Kernbotschaft — sondern ein Thema.



— DEFINITION

Ein Satz mit vier Aufgaben

Eine Kernbotschaft ist der Satz, den dein Publikum behalten soll, wenn es alles andere vergisst. Kurz, sprechbar, aus deiner Haltung heraus formuliert — und im besten Fall so konkret, dass er ohne dich funktioniert.

Roter Faden

Sie ordnet deinen Inhalt. Jedes Argument zählt auf sie ein oder fliegt raus.

Sicherheitsanker

Wenn du den Faden verlierst, sprichst du sie aus. Danach bist du wieder da.

Struktur-Element

Sie markiert Einstieg, Übergänge und Schluss — ohne Gliederungsfolie.

Rhetorik-Booster

Sie gibt dir Betonung, Pause und Tempo vor. Ein Satz mit Bedeutung klingt anders.

MERKE

Ein Thema beantwortet die Frage „worüber spreche ich?“ Eine Kernbotschaft beantwortet die Frage „was soll danach anders sein?“ Das ist ein Unterschied von wenigen Wörtern — und von der halben Wirkung.

► ÜBUNG · THEMA ODER BOTSCHAFT

Notiere den Titel deines nächsten Auftritts. Prüfe: Ist das ein Thema oder eine Botschaft? Formuliere daneben einen zweiten Satz, der eine Aussage enthält — kein Etikett, sondern eine Haltung.



Fünf Schritte zu deinem Satz

Eine Kernbotschaft entsteht nicht im Kopf und nicht am Reißbrett. Sie entsteht in fünf Schritten — und jeder davon hat eine eigene Prüfung.

01

Finden

Was soll hängen bleiben? Drei Fragen führen dich zum Rohsatz.

02

Formulieren

Kürzen, konkretisieren, ins Bild setzen. Drei bis sieben Wörter.

03

Prüfen

Laut aussprechen. Glaubst du dir den Satz selbst?

04

Platzieren

Einstieg, Übergänge, Schluss — bewusst gesetzt.

05

Sprechen

Pause davor, Tempo raus, Blick auf eine Person.

GEDANKE

WIRKUNG

Die meisten überspringen Schritt drei. Sie schreiben einen Satz, finden ihn gut und tragen ihn nie laut vor — bis zum Ernstfall. Dann merken sie, dass er sich nicht sprechen lässt. Ein Satz, der im Dokument funktioniert, ist noch keine Kernbotschaft.

► REFLEXION · STANDORTBESTIMMUNG

Bei welchem der fünf Schritte steigst du heute aus? Markiere ihn. Lies dieses Papier mit genau dieser Frage im Kopf — und arbeite den Schritt zuerst durch.

DIE REIHENFOLGE ZÄHLT

Formulieren kommt vor Prüfen, Prüfen vor Platzieren. Wer zuerst über die Platzierung nachdenkt, feilt an einem Satz herum, der den Sprechtest noch gar nicht bestanden hat.

Rechne mit einer Woche. Nicht, weil die Arbeit so aufwendig ist — sondern weil dein Satz zwischendurch liegen muss. Der Abstand von einem Tag bringt dich weiter als zwei Stunden am Stück.



Was ein Satz für dich leistet

Die Kernbotschaft ist nicht nur ein Geschenk an dein Publikum. Sie arbeitet vor allem für dich — vor dem Auftritt, während des Auftritts und danach.

01

Sie stärkt dich in deiner Rhetorik

Ein Satz mit Bedeutung verändert deine Stimme. Du sprichst ihn langsamer, betonst anders, machst eine Pause. Diese Variation entsteht nicht durch Technik, sondern durch Inhalt.

02

Sie ist dein Sicherheitsanker

Wenn du den Faden verlierst, wenn eine Frage dazwischenkommt, wenn plötzlich zehn Minuten fehlen: Du sprichst deine Kernbotschaft aus und hast wieder Boden unter den Füßen.

03

Sie verleiht dir Redestruktur

Deine Botschaft ist die Klammer. Alles, was nicht auf sie einzahlt, kannst du streichen. Das macht Vorbereitung schneller und Inhalte schärfer.

04

Sie unterscheidet dich von anderen

Fachlich seid ihr oft austauschbar. Eure Zahlen ähneln sich, eure Argumente auch. Was bleibt, ist der Satz, für den nur du stehst.

► ÜBUNG · VIER FRAGEN AN DEINEN SATZ

Nimm deine aktuelle Botschaft und prüfe sie an diesen vier Punkten. Wo sie durchfällt, notierst du in einem Halbsatz, was fehlt: Bedeutung, Halt, Struktur oder Unterschied.

DER NEBENEFFEKT

Deine Vorbereitung wird schneller. Wer die Botschaft zuerst festlegt, entscheidet in Minuten, welche Folie bleibt und welche fliegt — statt drei Abende lang Material zu sortieren.

Diese vier Wirkungen treten zusammen auf. Du merkst sie zuerst an der Stimme: Wer weiß, worauf er hinauswill, spricht automatisch langsamer und betont anders.



— DAS ZIEL

Ergebnisse statt Lösungen

Stell den Mehrwert für deine Zuhörer in den Fokus. Rhetorisch verkaufst du in jedem Auftritt — auch wenn du nichts verkaufst. Die Frage ist nur, ob du über dich sprichst oder über das, was sich für dein Publikum ändert.

Wörter wie „Lösung“, „Optimierung“ oder „Prozess“ sind Absenderwörter. Sie beschreiben, was du tust. Dein Publikum interessiert, was danach anders ist: weniger Aufwand, mehr Zeit, weniger Ärger, mehr Sicherheit. Sprich das Ergebnis aus.

SO KLINGT DER ABSENDER

„Wir bieten ganzheitliche Prozesslösungen.“

„Unser Tool optimiert die Ressourcenplanung.“

„Wir setzen auf moderne Kommunikation.“

SO KLINGT DAS ERGEBNIS

„Wir sparen euch drei Stunden pro Woche.“

„Ihr wisst freitags, wer montags arbeitet.“

„Bei uns weiß jeder, woran er ist.“

PRÜFFRAGE

Sag deine Botschaft laut und hänge innerlich an: „Und was habe ich davon?“ Wenn dir darauf keine Antwort einfällt, sprichst du noch über dich.

► ÜBUNG · ERGEBNIS STATT TÄTIGKEIT

Schreibe auf, was du fachlich tust. Dann übersetze es in ein Ergebnis für deine Zuhörer — ohne Fachwort, ohne Firmenname. Sprich beide Varianten laut. Die zweite klingt fast immer kürzer.



Die vier Merkmale einer starken Botschaft

Es gibt keine perfekte Kernbotschaft. Aber es gibt vier Merkmale, die fast jede starke Botschaft teilt — und an denen du deine eigene messen kannst.

01 · Pronomen

Wir, ich, euch, ihr. Pronomen machen aus einem Bericht eine Beziehung. Sie zeigen, wer handelt und wen es angeht.

02 · Drei bis sieben Wörter

Kurz genug zum Merken, lang genug für eine Aussage. Wird der Satz länger, streichst du — meistens Adjektive.

03 · Emotionaler Wert

Ein Bild, eine Haltung, ein Gefühl. Sätze ohne Temperatur werden gehört, aber nicht behalten.

04 · Aktivierung

Dein Publikum soll etwas tun, denken oder entscheiden. Eine Botschaft ohne Richtung ist eine Feststellung.

„Gemeinsam gestalten wir Zukunft“ · „Raus aus der Komfortzone“ · „Wir sitzen alle in einem Boot“

Drei Botschaften aus unseren Coachings: Pronomen, kurze Form, klares Bild.

► ÜBUNG · VIER HÄKCHEN

Prüfe deinen Satz Merkmal für Merkmal. Fehlt ein Pronomen, setz eines ein. Zähle die Wörter. Streiche jedes Adjektiv und lies erneut. Frag zuletzt: Was soll mein Publikum jetzt tun?

KEIN MERKMAL IST PFLICHT

Es gibt starke Botschaften ohne Pronomen und wirksame Sätze mit neun Wörtern. Aber wenn drei der vier Merkmale fehlen, ist es fast immer kein Satz — sondern eine Überschrift.

— DER TEST

Sie muss dir gut über die Lippen gehen

Das ist der wichtigste Test in diesem Papier — und der einzige, den du nicht am Schreibtisch bestehen kannst. Eine Kernbotschaft, die du nicht flüssig sprechen kannst, wird dir auch niemand glauben.

Am Reißbrett entstehen Sätze, die stimmen, aber stolpern. Zu viele Zischlaute, zu viele Substantive, ein Rhythmus, der nicht zu dir passt. Du merkst das erst, wenn du den Satz aussprichst — und dabei innerlich zögerst. Genau dieses Zögern hört dein Publikum.

Die „perfekte“ Kernbotschaft entsteht nicht im Kopf — sondern im Gespräch

► ÜBUNG · SELFIE-TEST

Smartphone raus, Aufnahme starten, eine Minute über dein Thema sprechen — und deine Botschaft dreimal einbauen. Nicht stoppen, wenn ein „Ähm“ kommt. Danach ansehen: An welcher Stelle sprichst du den Satz am sichersten? Diese Fassung nimmst du.



Eine Minute, unvorbereitet: Auf der Aufnahme hörst und siehst du sofort, wo dein Satz stolpert.

WARUM DAS FUNKTIONIERT

Im SELFIE-Coaching vergleichst du dein Selbstbild mit dem, was tatsächlich ankommt. Beim Sprechen fühlt sich ein holpriger Satz nur unangenehm an — auf der Aufnahme siehst du, dass genau an dieser Stelle dein Blick wegrutscht.



Vom Thema zur Botschaft

Deine Kernbotschaft steckt fast immer schon in dir. Sie liegt nur unter zu vielen Wörtern. Drei Fragen legen sie frei — in dieser Reihenfolge.

01

Was soll hängen bleiben?

Stell dir vor, dein Publikum erinnert sich in vier Wochen an genau einen Gedanken von dir. Welcher wäre das? Schreib ihn auf, ohne auf die Formulierung zu achten.

02

Was ändert sich dadurch?

Übersetze den Gedanken in eine Konsequenz für dein Publikum. Nicht was du weißt, sondern was daraus folgt — für ihre Arbeit, ihre Entscheidung, ihren Tag.

03

Wofür stehe ich dabei?

Eine Botschaft ohne Haltung ist ein Merksatz. Ergänze, was dir daran persönlich wichtig ist. Genau dieser Teil unterscheidet dich von deinen Mitbewerbern.

DER ROHSATZ

Setze die drei Antworten zu einem einzigen Satz zusammen. Er darf noch zu lang sein und holprig klingen — er ist Material, kein Ergebnis. Alles Weitere ist Kürzen.

► ÜBUNG · ZEHN MINUTEN, EIN ROHSATZ

Beantworte die drei Fragen schriftlich, je zwei Minuten, ohne zu korrigieren. Dann bau aus den Antworten einen Satz. Sprich ihn laut aus und lass ihn liegen — bis Seite elf.

Die drei Antworten

Niemandem wird der Job kaputtgemacht. · Weniger Doppelarbeit, mehr Zeit für Kunden. · Niemand wird abgehängt.

Der Rohsatz daraus

„Wir stellen um, ohne dass jemand abgehängt wird — und gewinnen Zeit für unsere Kunden.“



Vom Rohsatz zum Satz

Formulieren heißt streichen. Aus einem Rohsatz wird eine Botschaft, indem du alles entfernst, was nicht trägt — und das Verbleibende schärfst.

■ Streichen

Weg mit Adjektiven, Füllwörtern und Relativsätzen. Was nach dem Streichen fehlt, holst du zurück.

■ Konkretes Verb

Ein starkes Verb ersetzt drei Substantive. Aus „Optimierung erfolgt“ wird „wir sparen“.

■ Bild statt Begriff

Boot, Faden, Leuchtturm, Kopf. Bilder haften, Abstraktionen rutschen ab.

ROHSATZ

„Wir möchten die interne Kommunikation nachhaltig verbessern.“

„Unser Ziel ist eine deutliche Reduktion der Bearbeitungszeit.“

„Ich möchte Ihnen die Sorge vor der Umstellung nehmen.“

BOTSCHAFT

„Bei uns weiß jeder, woran er ist.“

„Wir geben euch den Freitag zurück.“

„Macht euch bitte keine Sorgen.“

Achte beim Kürzen auf den Rhythmus. Sätze mit drei bis sieben Wörtern haben einen Takt, den man nachsprechen kann. Genau deshalb bleiben sie hängen — und genau deshalb funktionieren sie auch als Folientitel und im Gespräch.

► ÜBUNG · DREI FASSUNGEN

Schreibe deinen Rohsatz in drei Varianten: einmal so kurz wie möglich, einmal mit einem Bild, einmal mit einem Pronomen am Anfang. Sprich alle drei laut. Behalte die, die dir am leichtesten über die Lippen geht.



Sechs Sätze, die nichts bewirken

Diese sechs Muster begegnen mir in fast jedem Training. Sie sind nicht falsch — sie sind nur wirkungslos. Und jedes davon lässt sich in einer Minute reparieren.

Die Floskel

„Der Kunde steht im Mittelpunkt.“

→ Sag, was das konkret ändert: „Wir rufen zurück, bevor ihr fragt.“

Der Bericht

„Ich stelle Ihnen heute unser Projekt vor.“

→ Das ist ein Ablauf, keine Aussage. Nenn das Ergebnis.

Das Abstraktum

„Wir schaffen Synergien im Prozessumfeld.“

→ Übersetze in Alltag: „Zwei Teams, ein Werkzeug.“

Der Bandwurm

„Wir wollen nachhaltig und zukunftsorientiert ...“

→ Über sieben Wörter wird nichts erinnert. Streichen.

Die Absicherung

„Wir versuchen, das möglichst gut umzusetzen.“

→ Konjunktive schwächen. Sag, was ihr tut.

Die Fremdbotschaft

„Aus dem Leitbild übernommen.“

→ Wenn du sie nicht selbst glaubst, hört man das.

► REFLEXION · DER STREICHTEST

Lies deine Botschaft und markiere jedes Wort, das keine Bedeutung trägt. Streiche es. Sprich den Rest laut. Wenn der Satz jetzt hart klingt, ist er meistens richtig.

Die Achse deiner Rede

Eine Kernbotschaft, die nur einmal beiläufig fällt, ist keine Kernbotschaft. Sie ist eine Bemerkung. Erst die bewusste Platzierung macht aus dem Satz eine Struktur.



Gesetzt statt zufällig: Einstieg, Übergänge und Schluss tragen dieselbe Botschaft — in gleicher Formulierung, in unterschiedlicher Dosierung.

■ Am Anfang

Sag deine Botschaft in den ersten neunzig Sekunden. Danach weiß dein Publikum, wohin die Reise geht.

■ An den Übergängen

Jeder neue Abschnitt beginnt mit dem Bezug zur Botschaft. Das ersetzt jede Agenda-Folie.

■ Am Schluss

Der letzte Satz ist die Botschaft — wörtlich wie am Anfang. Kein neuer Gedanke danach.

WICHTIG

Formuliere die Botschaft an jeder Stelle gleich. Wer variiert, klingt zwar abwechslungsreich — aber es entsteht kein Wiedererkennungswert. Wiederholung ist hier kein Stilfehler, sondern das Mittel.

► ÜBUNG · DREI MARKER SETZEN

Nimm die Gliederung deines nächsten Auftritts und markiere drei Stellen: Einstieg, Mitte, Schluss. Schreibe deine Botschaft an jede dieser Stellen wörtlich hin. Lies die Gliederung laut von oben nach unten.

Acht Mal in siebzehn Minuten

Martin Luther King spricht seine berühmteste Formulierung in einer siebzehnminütigen Rede acht Mal aus. Nicht aus Verlegenheit — sondern weil Wiederholung das stärkste Mittel der Rhetorik ist.



Wir haben Angst davor, uns zu wiederholen. Diese Angst stammt aus dem Schreiben: In einem Text wirkt Wiederholung wie ein Mangel an Vokabular. Beim Sprechen ist es genau umgekehrt. Dein Publikum hört einmal, kann nicht zurückblättern und ist zwischendurch abgelenkt. **Was du nur einmal sagst, hat die Hälfte nicht gehört.**

Das bekannteste Beispiel der Rhetorikgeschichte: eine Formulierung, acht Mal gesetzt — immer im gleichen Wortlaut.

Alle drei bis vier Minuten

Das ist der Takt, in dem eine Botschaft präsent bleibt, ohne aufdringlich zu wirken.

Immer wörtlich gleich

Gleicher Wortlaut, gleiche Betonung. Variationen erzeugen zwei Botschaften statt einer.

Mit Pause davor

Eine Sekunde Stille kündigt an, dass jetzt etwas Wichtiges kommt. Das kostet nichts.

► ÜBUNG · DER ACHTERTEST

Plane deinen nächsten Auftritt mit Stoppuhr. Trage in deine Notizen alle drei bis vier Minuten ein Zeichen ein — dort sprichst du deine Botschaft. Wenn sie dabei nervt, ist sie zu lang. Kürze sie, statt sie seltener zu sagen.

Pause, Tempo, Blickkontakt

Der beste Satz verliert, wenn er im Fließtext untergeht. Deine Kernbotschaft braucht eine eigene Behandlung — hörbar und sichtbar.



Mit Botschaft entsteht Variation: Tempo, Lautstärke und Pausen bekommen eine Aufgabe.

01

Eine Sekunde Stille davor

Die Pause macht den Unterschied zwischen Information und Bedeutung. Sie fühlt sich für dich lang an und für dein Publikum genau richtig.

02

Tempo raus, Betonung auf ein Wort

Sprich die Botschaft langsamer als den Rest. Betone genau ein Wort — nicht drei.

03

Blick auf eine Person, Hände ruhig

Während du die Botschaft sprichst, hältst du Blickkontakt und stehst still. Bewegung verwässert den Moment.



Der Moment der Botschaft: Pause davor, Blick auf eine Person, Hände ruhig.

► ÜBUNG · EIN SATZ, DREI WIRKUNGEN

Sprich deine Kernbotschaft dreimal: einmal sachlich, einmal ermutigend, einmal eindringlich. Verändere nur Tempo, Pause und Betonung. Eine Minute, vier bis fünf Wiederholungen — bis du hörst, welche Fassung zu dir passt.



Die Headline-Technik

Die meisten Folientitel sind Etiketten: ein Thema, ein Zeitraum, eine Abteilung. Dabei ist die Titelzeile der Platz mit der größten Aufmerksamkeit — und damit der Platz für deine Botschaft.

Quartalszahlen Q3

Wir wachsen dort, wo wir zuhören

Gleiche Folie, gleicher Inhalt. Links steht, worüber gesprochen wird. Rechts steht, was hängen bleiben soll — und der Rest der Folie liefert den Beleg dafür.

■ Aussage statt Etikett

Jede Folie bekommt einen ganzen Satz als Titel. Wenn dir keiner einfällt, brauchst du die Folie nicht.

■ Eine Aussage pro Folie

Zwei Botschaften auf einer Folie heben sich gegenseitig auf. Lieber zwei Folien.

■ Der Rest ist Beleg

Zahlen, Bilder und Details stützen die Titelzeile — sie ersetzen sie nicht.

AUS ETIKETT WIRD AUSSAGE

„Marktentwicklung 2026“ wird zu „Der Markt wächst — nur nicht bei uns“. Und „Status Projekt Nord“ wird zu „Projekt Nord läuft, zwei Wochen früher“.

► ÜBUNG · TITELZEILEN UMSCHREIBEN

Nimm deine letzten fünf Folien und schreibe jeden Titel als Aussagesatz neu. Lies danach nur die fünf Titel hintereinander. Ergeben sie deine Argumentation? Dann steht dein roter Faden.

Nebeneffekt: Wer Aussagesätze als Titel schreibt, merkt sofort, welche Folie keine Aussage hat — die kann in den Anhang.

Wenn es unruhig wird

Im Training ist die Botschaft leicht. Im Ernstfall kommen Zwischenfragen, Einwände und die Ansage, dass aus zwanzig Minuten jetzt acht werden. Genau dafür hast du sie.

Die Zwischenfrage

Antworte kurz und kehre mit einer Brücke zurück. Danach folgt deine Botschaft — die Frage ist beantwortet, der Faden ist wieder da.

Der Einwand

Nimm ihn an, ohne deine Aussage zu verlassen. Dein Satz bleibt stehen, du belegst ihn mit einem anderen Argument.

Die Zeitkürzung

Streiche Beispiele, nie die Botschaft. Acht klare Minuten wirken stärker als zwanzig vollständige.



Drei Menschen, eine Botschaft: Im Team entscheidet der gemeinsame Wortlaut.

DIE BRÜCKE

Drei Formulierungen, die dich zurückführen: „Der Punkt bleibt ...“ · „Und genau deshalb ...“ · „Worauf es ankommt, ist ...“

Im Team gilt dasselbe mit einer Ergänzung: Wenn drei Personen präsentieren, braucht ihr eine gemeinsame Botschaft im gleichen Wortlaut. Sonst hört das Publikum drei Meinungen.

► ÜBUNG · STÖRFEUER

Bitte eine Kollegin, dich während einer dreiminütigen Erklärung dreimal zu unterbrechen. Deine Aufgabe: jedes Mal kurz antworten und über eine Brücke zur Botschaft zurückkehren. Danach fragst du sie, welchen Satz sie behalten hat.



Botschaften aus der Praxis

Diese Sätze stammen aus unseren Coachings — von Teams, Führungskräften und Projektverantwortlichen. Sie sind nicht zum Abschreiben gedacht, sondern zum Ausprobieren: laut sprechen, umformulieren, zu deiner eigenen machen.

ZUSAMMENARBEIT

- „Gemeinsam gestalten wir Zukunft“
- „Mit dir sind wir wir“
- „Wir sitzen alle in einem Boot“
- „Offenheit muss man leben“

VERÄNDERUNG

- „Gehen wir neue Wege“
- „Die Transformation beginnt im Inneren“
- „Raus aus der Komfortzone“
- „Transformation ist kein Sprint“

HALTUNG

- „Arbeitszeit ist Lebenszeit“
- „Menschen vor Methoden“
- „Ich möchte Klarheit schaffen“
- „Einfach machen“

WIRKUNG

- „Wir hinterlassen Spuren“
- „Kleine Marke, große Wirkung“
- „Wir liefern, was wir versprechen“
- „Das ist unser Moment“

Achte beim Lesen auf deine Reaktion. Bei manchen Sätzen denkst du sofort: **Das würde ich nie sagen.** Das ist eine gute Information — sie zeigt dir, wo deine eigene Sprache anfängt.

► ÜBUNG · DREI AUSWÄHLEN, EINEN BEHALTEN

Wähle drei Sätze, die dich ansprechen. Sprich sie laut aus, jeweils dreimal. Formuliere danach jeden so um, dass er zu deinem Thema passt. Ein Satz bleibt übrig — das ist deine Arbeitsfassung.



Sieben Tage, ein Satz

Eine Kernbotschaft entsteht nicht in einer Sitzung. Sie entsteht, indem du sie eine Woche lang benutzt. Zehn Minuten pro Tag reichen.

TAG 1 Rohsatz schreiben

Die drei Fragen von Seite zehn beantworten und zu einem Satz zusammenziehen. Nicht bewerten.

TAG 2 Kürzen

Adjektive und Füllwörter streichen. Ziel: drei bis sieben Wörter. Danach laut sprechen.

TAG 3 Aufnehmen

Ein SELFIE-Video, eine Minute, Botschaft dreimal einbauen. Anschauen, nicht löschen.

TAG 4 Testen

Den Satz zwei Menschen sagen, die dein Thema nicht kennen. Fragen, was hängen geblieben ist.

TAG 5 Schärfen

Mit dem Feedback überarbeiten. Bild oder Pronomen ergänzen, wenn der Satz kalt wirkt.

TAG 6 Platzieren

Botschaft an drei Stellen deiner nächsten Unterlage eintragen: Einstieg, Mitte, Schluss.

TAG 7 Sprechen

Im echten Gespräch verwenden. Danach notieren, wie sich der Satz angefühlt hat.

► ÜBUNG · NACH DER WOCHE

Sprich deinen Satz ein letztes Mal auf Video. Vergleiche mit der Aufnahme von Tag drei. Der Unterschied liegt selten im Wortlaut — meistens in der Sicherheit.

WENN EIN TAG AUSFÄLLT

Häng ihn hinten an, statt zwei Schritte an einem Tag zu machen. Der Abstand zwischen Schreiben und Sprechen ist der eigentliche Wirkstoff.



— CHECK

Ist dein Satz einsatzbereit?

Vier Prüfungen, sechzehn Haken. Was hier durchfällt, kostet dich im Ernstfall Wirkung — und lässt sich in wenigen Minuten reparieren.

INHALT

- ☐ Mein Satz enthält eine Aussage, kein Thema
- ☐ Er beschreibt ein Ergebnis für mein Publikum
- ☐ Ich stehe persönlich dahinter
- ☐ Er funktioniert ohne Fachbegriff

FORM

- ☐ Drei bis sieben Wörter
- ☐ Mindestens ein Pronomen
- ☐ Ein starkes Verb statt drei Substantive
- ☐ Kein Adjektiv, das nichts trägt

KLANG

- ☐ Der Satz geht mir flüssig über die Lippen
- ☐ Ich habe ihn laut aufgenommen und angehört
- ☐ Ich glaube mir den Satz selbst
- ☐ Zwei Außenstehende konnten ihn wiedergeben

EINSATZ

- ☐ Er steht am Anfang, in der Mitte und am Schluss
- ☐ Er ist überall wörtlich gleich formuliert
- ☐ Ich mache eine Pause, bevor ich ihn sage
- ☐ Ich habe eine Brücke für Zwischenfragen

■ Zwölf und mehr

Dein Satz ist einsatzbereit. Nimm ihn mit in den nächsten Auftritt.

■ Acht bis elf

Die Substanz stimmt, die Form noch nicht. Geh zurück auf Seite elf.

■ Unter acht

Du hast ein Thema, keine Botschaft. Beginn mit den drei Fragen auf Seite zehn.

Sechzehn Haken sind das Ziel, nicht die Voraussetzung. Wer bei zwölf startet und die restlichen vier in der Woche darauf nachholt, ist weiter als jeder, der auf den perfekten Satz wartet.



Was bleibt

Wer klar sagen kann, wofür er steht, wird gehört, verstanden — und erinnert

01

Ein Thema ist keine Botschaft

Erst die Aussage macht aus Vorbereitung Wirkung. Entscheide, was hängen bleiben soll.

02

Kurz, konkret, mit Pronomen

Drei bis sieben Wörter, ein starkes Verb, ein Bild. Und ein Ergebnis für dein Publikum.

03

Der Test läuft über die Lippen

Was du nicht flüssig sprichst, glaubt dir niemand. Sprich laut, nimm auf, hör hin.

04

Wiederholung ist Struktur

Anfang, Übergänge, Schluss — wörtlich gleich. Was du nur einmal sagst, hast du nicht gesagt.

05

Der Satz gehört dir

Aus dem Leitbild abgeschrieben wirkt nie. Deine Haltung ist der Unterschied.

UND JETZT

Nimm dir die zehn Minuten von Tag eins. Ein Rohsatz, laut gesprochen, ist mehr wert als drei Stunden Foliengestaltung.

Heute

Zehn Minuten: drei
Fragen beantworten,
Rohsatz schreiben,
einmal laut sprechen.

Diese Woche

Sieben Tage nach Plan.
Ein SELFIE-Video, zwei
Rückmeldungen, eine
Fassung.

Dieser Monat

Der Satz steht in jeder
Unterlage — und du
merkst, wer ihn zitiert.

Dieses Papier ist ein Arbeitsdokument. Nimm es mit in deine nächste Vorbereitung — und arbeite mit Stift, nicht mit Textmarker.



Wir trainieren Menschen. Und keine Situationen

Die Rhetorikhelden — eine Marke der NEOP Consulting, New Era of Presence — sind eine Trainingsmanufaktur für Kommunikation, Rhetorik und Auftritt. Wir arbeiten mit Fach- und Führungskräften, die fachlich längst überzeugen und im Auftritt hinter ihren Möglichkeiten bleiben.

Unser Ansatz ist systemisch: Wir trainieren keine Situationen und keine Textbausteine, sondern Menschen. Wer seine eigene Wirkung kennt, kommt in jeder Situation zurecht — im Pitch, im Meeting, auf der Bühne und im schwierigen Gespräch.



SELFIE-Coaching

Selbstbild und Fremdbild abgleichen: Du nimmst dich auf, wir schauen gemeinsam hin. Nichts verändert Wirkung schneller.

Die Big 5 der Rhetorik

Kernbotschaft, Pause und Stimme, Hände und Gestik, Mimik, Interaktion — fünf Elemente, die jeden Auftritt tragen.

Presence Academy

Unsere E-Learning-Plattform begleitet die Programme zwischen den Terminen — mit Übungen für zehn Minuten am Tag.

#KeinerHELDdichauf

Unser Anspruch: sofort an deiner Präsenz, Klarheit und Wirkung arbeiten. Denn Rhetorik ist das entscheidende Element für sicheres, souveränes Auftreten im Job.

■ Für Fach- und Führungskräfte

Menschen, die inhaltlich überzeugen und im Auftritt mehr Wirkung wollen.

■ Für Teams

Gruppen, die mit einer gemeinsamen Botschaft auftreten — im Pitch und im Projekt.

■ Für Geschäftsführung

Executive Presence: souverän bleiben, wenn Aufmerksamkeit und Druck steigen.



— SO GEHT ES WEITER —

Drei Wege zu echter Wirkung

Kein Einzeltraining von der Stange, sondern Entwicklung über Zeit — passend zu deiner Rolle und deinem Ziel.



PRESENCE AND PERFORMANCE LAB

Presence & Performance Lab

→ Wirkung mit System

Systemisches Kommunikationstraining für Fach- und Führungskräfte.



SPEAKING LEADERS

Speaking Leaders

→ Executive Presence Mentoring

1:1-Mentoring für souveräne Kommunikation auf Geschäftsführungs- und C-Level.



THE NEW SPEAKER CODE

The New Speaker Code

→ Inhouse-Speaker-Ausbildung

Ausbildung im Unternehmen: Menschen machen den Unterschied, wenn sie Bedeutung schaffen.

UNSER PRINZIP

Wir trainieren Menschen. Und keine Situationen.

Alle Formate gibt es als Inhouse-Programm, als offenes Training und als Mentoring. Den passenden Weg klären wir im Erstgespräch — kostenfrei und ohne Verkaufsdruck.



Dein Satz entsteht, wenn du ihn aussprichst

Schick uns dein SELFIE-Video oder buch dir direkt ein Erstgespräch. Du bekommst eine konkrete Ersteinschätzung zu deiner Kernbotschaft und deiner Wirkung — unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.

■ Du sprichst

Ein SELFIE-Video oder eine Minute am Telefon. Deine Botschaft, so wie sie heute klingt.



Malena Gahr

Geschäftsführerin und Leitung
Kommunikation

■ Wir hören zu

Keine Präsentation, kein Verkaufsgespräch. Wir sagen dir, was tatsächlich ankommt.



Natalie Bertram

Leitung Seminarmanagement

■ Du entscheidest

Passt ein Programm, schlagen wir es vor. Passt keines, sagen wir auch das.

**Zwanzig Minuten, kostenfrei
und ohne Verkaufsdruck**

Erstgespräch buchen

TELEFON

0800 / 88 111 80

WEBSEITE

neweraofpresence.de

E-MAIL

info@neop-consulting.de