



POWER ON POINT

Präsentieren, ohne dich hinter Folien zu verstecken — ein Arbeitspapier mit Modell, zehn Schritten und einer Übung je Schritt.



- **Klarer strukturieren**
- **Präsenter wirken**
- **Freier sprechen — auch ohne Folien**



— WORUM ES GEHT

Nicht die Folie wirkt. Du wirkst

Du kennst dein Thema. Trotzdem fühlt sich der Auftritt oft eng an: Du klickst dich durch einen Foliensatz, der dich mehr führt als du ihn. Am Ende hast du alles gezeigt — und trotzdem das Gefühl, nicht angekommen zu sein.

Der Grund liegt selten in fehlender Rhetorik. Er liegt in der Reihenfolge: Die meisten bauen zuerst die Folien und überlegen danach, was sie sagen. Dieses Paper dreht das um — vom Menschen über die Botschaft zur Folie.

DER LEITGEDANKE

Power on Point heißt: Die Kraft liegt im Menschen — die Folie verstärkt sie nur.

— WAS DICH ERWARTET

- 1 Das Kernproblem: der Ritter im Fitnessstudio
- 2 Der Klassiker und der doppelte Content
- 3 Was oder Wie — und die fünf Mythen
- 4 Die Definition: Was eine Präsentation ist
- 5 Das Modell: Mensch → Botschaft → Folie
- 6 Zehn Schritte mit je einer konkreten Übung
- 7 Kernbotschaft, Pyramide, Chronologie, Headlines
- 8 Der Selbsttest: die ersten fünf Minuten
- 9 Checkliste für deinen nächsten Auftritt

— DAS KERNPROBLEM

Der Ritter im Fitnessstudio

Stell dir einen Ritter im Fitnessstudio vor. Er trainiert Kraft, Ausdauer und Beweglichkeit — in voller Rüstung, dreißig Kilo Stahl. Er kann trainieren, so hart er will: Solange die Rüstung anbleibt, bleibt jede Bewegung schwer.

Genauso ist es beim Präsentieren. Du kannst noch so viel an klaren Botschaften, an Körpersprache und an deiner Stimme arbeiten — es verpufft in dem Moment, in dem du dich von einem Foliensatz leiten lässt, der dir die Luft zum Atmen nimmt. Dann entscheidet nicht mehr dein Können über deine Wirkung, sondern das, was du mit dir herumträgst.



MERKE

Nicht du bist zu unbeweglich. Deine Rüstung ist zu schwer.



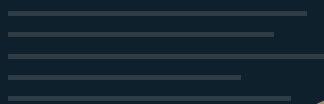
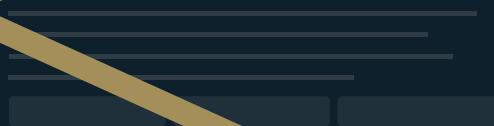
— DER KLASSIKER

Alles drauf — nichts drin

Diese Folie gibt es in jedem Unternehmen. Sie ist der sichtbare Beweis für Fleiß — und der Grund, warum Menschen schon nach wenigen Sekunden überfordert sind: Die Informationen auf der Folie und das, was der Mensch davor sagt, stehen nicht miteinander in Einklang.

DER KLASSIKER**DIE FIRMA IM ÜBERBLICK – GESCHÄFTSENTWICKLUNG**

GRÜNDUNG	Mitarbeiter	SCHULUNGEN	ZUFRIEDEN	EK-QUOTE
2014	253	4720	98,5	100 %

KUNDENWACHSTUM PRO JAHR**5 + SCHLÜSSELKOMPETENZEN**

Quelle: Diese Folie ist ein Paradebeispiel dafür, wie du es nicht machen solltest.

SO NICHT**— WAS HIER SCHIEFGEHT**

- ✗ **Fünf Botschaften gleichzeitig** — also keine
- ✗ **Kein Blickanker:** Das Auge weiß nicht, wo es anfangen soll
- ✗ **Text zum Vorlesen,** damit er überhaupt einen Sinn ergibt
- ✗ **Zahlen ohne Deutung** — Größe ersetzt Bedeutung
- ✗ **Ein Diagramm,** das eine eigene Erklärung bräuchte

MERKE

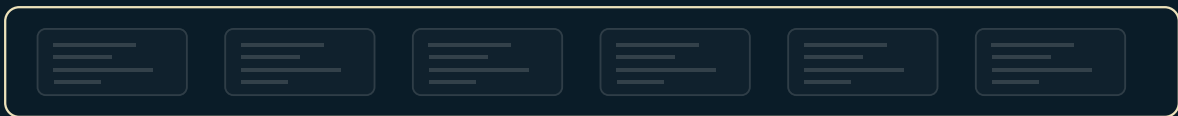
Eine Folie, die alles zeigt, zeigt nichts. Du konkurrierst mit deiner eigenen Folie um Aufmerksamkeit — und verlierst.



Bildspur und Tonspur

Jede Präsentation hat zwei Spuren: die Bildspur — deine Folien. Und die Tonspur — dich. Und beide erzählen selten dasselbe: Auf der Tonspur ordnest du ein, lieferst Hintergrund und Zwischentöne — also genau das, was so nicht auf der Folie steht. Dein Publikum bekommt dadurch zwei verschiedene Inhalte gleichzeitig: Es liest das eine, während es das andere hört — und versteht beides nur halb.

BILDSPUR · FOLIE



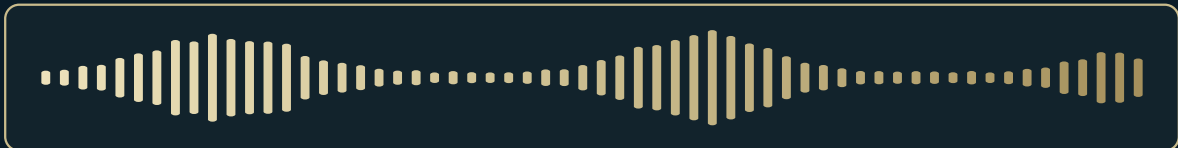
Das Publikum liest das eine ...

**DOPPELTER
CONTENT**

... und hört gleichzeitig das andere



TONSPUR · MENSCH



Bildspur · Folie

Zeigt, was Sprache schlecht kann: Bilder, Strukturen, Größenverhältnisse. Ein Gedanke je Folie — mehr nicht.

Tonspur · Mensch

Erklärt, gewichtet, ordnet ein und überzeugt. Hier entsteht Bedeutung — nicht im Textfeld.

MERKE

Wenn die Folie schon alles sagt, bist du nur noch die Vorlesestimme.



Die Rhetorikpower ist in dir

Dein Fachwissen ist die Eintrittskarte — es unterscheidet dich nicht. Ob dein Punkt ankommt, entscheidet das Wie: Reihenfolge, Betonung, Pausen, Haltung. Genau das kann keine Folie für dich übernehmen.

WAS ODER WIE

WAS oder WIE präsentiere ich (mich)?

DAS WAS

Die Eintrittskarte

AUSTAUSCHBAR

- Inhalt, Daten, Fakten
- Vollständigkeit
- Fachliche Tiefe
- Belege und Quellen

DAS WIE

Der Unterschied

UNVERWECHSELBAR

- Reihenfolge und Aufbau
- Betonung und Pausen
- Bedeutung geben
- Präsenz im Moment

DIE RHETORIKPOWER IST IN DIR

MERKE

Du musst nichts dazulernen, was du nicht längst kannst. Du musst es nur nicht mehr an deine Folien abgeben.

► ÜBUNG · DER WIE-CHECK

Nimm deinen letzten Auftritt und streiche gedanklich alles, was auch im Dokument stehen könnte. Was übrig bleibt, ist dein Anteil — und genau daran arbeitest du.



Was alle glauben — und was wirklich gilt

Diese fünf Überzeugungen halten sich hartnäckig. Sie sind der Grund, warum Foliensätze immer schwerer werden.

01 „Rhetorik ist deine Schwäche“

Rhetorik ist selten dein Problem. Der überladene Foliensatz ist es.

02 „Fakten, Fakten, Fakten“

Du konzentrierst dich auf das Was — und vergisst das Wie. Verstanden wird das Wie.

03 „Viel hilft viel“

Zu viele Informationen in zu kurzer Zeit. Was bleibt, ist Erschöpfung statt Erkenntnis.

04 „Chronologie ist wichtig“

Chronologie ist der größte Abturner: Erst am Ende kommt der Punkt — da hört keiner mehr zu.

05 „Handout gleich Präsentation“

Foliensätze, die alles enthalten, sind Handouts. Handouts verschickt man, man zeigt sie nicht.

→ Der größte Mythos

„Wenn es auf der Folie steht, wird es auch verstanden.“ Gelesen ist nicht verstanden.



— DIE RICHTIGE DEFINITION

Mensch + Botschaft + Folie = Präsentation

Es gibt eine richtige Definition von Präsentation — und genau sie gerät im Alltag fast immer in Vergessenheit. In vielen Unternehmen ist das Wort längst zum Synonym für Foliensatz geworden: Wer eine Präsentation anfordert, meint eine Datei. Genau da beginnt das Missverständnis — und mit ihm der Druck, alles auf die Folien zu packen.

DIE RICHTIGE DEFINITION**DIE RICHTIGE DEFINITION**

Erst wenn ein Mensch mit einer Botschaft davorsteht, entsteht eine Präsentation. Alles andere ist ein Dokument mit Seitenzahlen — egal, wie gut es aussieht.

► ÜBUNG · DIE WORTPROBE

Achte eine Woche lang darauf, wie oft im Haus „Präsentation“ gesagt und dabei „Datei“ gemeint wird. Sag stattdessen bewusst: „Ich schicke dir die Unterlagen — präsentieren tue ich am Dienstag.“ Allein diese Trennung verändert, was du baust.



Mensch. Botschaft. Folie

Wirksame Vorbereitung läuft von innen nach außen. Die meisten Präsentationen entstehen genau andersherum: Erst wird der Foliensatz gebaut, danach wird überlegt, was man dazu sagt.

01

Mensch

Du bist die Tonspur.
Haltung, Stimme,
Präsenz — hier entsteht
Wirkung, bevor die
erste Folie erscheint.



02

Botschaft

Ein Satz, den alle
behalten sollen. Er
ordnet die Argumente
und gibt dir Sicherheit
im Moment.



03

Folie

Der Verstärker. Sie
unterstützt einen
Gedanken — sie ersetzt
weder dich noch das
Dokument.

INNEN · WIRKUNG

AUSSEN · WERKZEUG

ZUERST

Wer sitzt vor mir — und
was soll danach anders
sein?

DANN

Was ist der eine Satz,
der alles
zusammenhält?

ZULETZT

Welche Folie verstärkt
welchen Moment?

MERKE

Die Folie ist der letzte Schritt deiner Vorbereitung — niemals der erste.



Von der Rüstung zur Beweglichkeit

Zehn Schritte, die du nacheinander gehen kannst. Jeder Schritt hat eine Übung, die in wenigen Minuten funktioniert.

01

Reihenfolge umdrehen

Erst du, dann die Botschaft, dann die Folie.

02

Kernbotschaft festlegen

Ein Satz, der alles zusammenhält.

03

Pyramidal denken

Das Wichtigste zuerst — nicht zuletzt.

04

Spuren trennen

Bildspur und Tonspur erzählen Verschiedenes.

05

Headline-Technik

Jede Folie macht eine Aussage.

06

Ein Gedanke je Folie

Eine Denkaufgabe, nicht sieben.

07

Auftritt und Handout trennen

Zwei Formate, zwei Dokumente.

08

Zahlen übersetzen

Aus Daten wird erst durch dich Erkenntnis.

09

Momente planen

Pausen, Blicke, Übergänge statt Durchlauf.

10

Ohne Folien proben

Sicherheit kommt aus dir, nicht aus der Rüstung.



Erst der Mensch, dann die Datei

Diese beiden Schritte entscheiden, ob du deinen Auftritt führst — oder deine Datei dich.

01

Die Reihenfolge umdrehen

Öffne nicht als Erstes das Präsentationsprogramm. Kläre zuerst: Wer sitzt vor dir, was soll danach anders sein, und was ist dein Punkt? Die Folien entstehen zum Schluss — als Verstärker für Entscheidungen, die längst getroffen sind.

► ÜBUNG · DER LEERE BILDSCHIRM

Erzähl dein Thema fünf Minuten laut, ohne Folien und ohne Notizen. Was du dabei sagst, ist dein Auftritt. Alles andere ist Material.

02

Die Kernbotschaft festlegen

Formuliere einen einzigen Satz, den dein Publikum behalten soll. Nicht das Thema, sondern die Aussage. Dieser Satz wird dein roter Faden — und dein Sicherheitsanker, wenn du im Moment den Faden verlierst.

► ÜBUNG · DER EIN-SATZ-TEST

Vervollständige: „Wenn mein Publikum morgen nur einen Satz erinnert, dann diesen: ...“
Passt er nicht in eine Zeile, ist er noch nicht fertig.

MERKE

Wer zuerst die Folien baut, baut sich seine Rüstung selbst.



Struktur, die trägt

Struktur ist kein Selbstzweck. Sie nimmt dir die Last, alles erklären zu müssen — und deinem Publikum die Mühe, dir folgen zu müssen.

03

Pyramidal denken

Oben steht die Kernbotschaft, darunter die wichtigsten Argumente, ganz unten Zahlen, Daten und Hintergrund. So versteht dein Publikum ab Sekunde eins, worum es geht — statt am Ende auf die Pointe zu warten.

► ÜBUNG · DIE UMKEHRPROBE

Nimm deine letzte Präsentation und schiebe die Schlussfolgerung nach vorn. Prüfe: Wird der Rest dadurch überflüssig — oder endlich verständlich?

04

Die zwei Spuren trennen

Entscheide für jede Aussage, ob sie auf die Folie gehört oder in deinen Mund. Was du sagst, muss nicht stehen. Was steht, musst du nicht sagen. So verschwindet der doppelte Content.

► ÜBUNG · DER STUMMTEST

Zeig deine Folien ohne Ton. Versteht man alles? Dann bist du überflüssig. Versteht man nichts? Dann ist die Folie zu leer. Gut ist: Man ahnt den Punkt und will die Erklärung.

MERKE

Chronologie erzählt, wie du gearbeitet hast. Dein Publikum interessiert, was dabei herauskommt.



Jede Folie sagt etwas

Jetzt geht es an die Folien selbst — an das Handwerk, das aus Textwüsten Wirkung macht. Zwei Regeln genügen dafür.

05

Die Headline-Technik nutzen

Die Überschrift einer Folie soll nicht das Thema benennen, sondern eine Aussage machen. Nicht „Umsatzentwicklung“, sondern „Der Umsatz wächst — aber nur in zwei Regionen“. Wer nur die Headlines liest, versteht deinen roten Faden.

► ÜBUNG · VOM THEMA ZUR AUSSAGE

Geh deinen Foliensatz durch und ersetze jede Substantiv-Überschrift durch einen Aussagesatz. Bleibt eine Folie ohne Aussage, hat sie keinen Grund zu existieren.

06

Ein Gedanke je Folie

Eine Folie stellt genau eine Denkaufgabe. Alles, was zusätzlich darauf liegt, konkurriert mit dir um Aufmerksamkeit. Lieber drei ruhige Folien als eine überfrachtete.

► ÜBUNG · DER EIN-GEDANKE-TEST

Deck deine Folie zu und frag dich: Welchen einen Gedanken soll mein Publikum hier mitnehmen? Alles, was diesen Gedanken nicht trägt, wandert ins Briefing oder in den Anhang.

MERKE

Wer nur deine Headlines liest, muss deinen Gedankengang verstehen.



Weniger zeigen, mehr bedeuten

Die meisten Foliensätze sind zu schwer, weil sie zwei Aufgaben gleichzeitig erfüllen sollen: überzeugen und dokumentieren.

07

Auftritt und Handout trennen

Ein Foliensatz, der ohne dich funktioniert, ist ein Dokument — kein Auftritt. Baue beides getrennt: schlanke Folien für den Moment, ein eigenständiges Briefing zum Nachlesen. Das erspart dir die halbe Rüstung.

► ÜBUNG · DIE ZWEI-DOKUMENTE-REGEL

Frag bei jeder Information: Muss mein Publikum das jetzt sehen — oder nur wissen, wo es später steht? Alles Zweite gehört ins Briefing.

08

Zahlen in Erkenntnis übersetzen

Eine Zahl ist noch keine Aussage. Erst die Deutung macht sie wertvoll: Was bedeutet sie, im Vergleich wozu, und was folgt daraus? Sonst entsteht ein Datenfriedhof, den niemand betritt.

► ÜBUNG · DER UND-DAS-HEISST-SATZ

Sprich jede Zahl in diesem Muster: „17 Prozent — und das heißt für uns: ...“ Wenn dir der zweite Teil nicht einfällt, streiche die Zahl.

MERKE

Ein Foliensatz, der alles enthält, ist ein Handout. Verschick ihn — zeig ihn nicht.



Sicherheit ohne Rüstung

Zum Schluss geht es um den Moment selbst: um Ruhe, Pausen und das Vertrauen, dass du auch ohne Folien trägst.

09

Momente planen statt durchlaufen

Wirkung entsteht in den Sekunden zwischen den Folien: im Blick, in der Pause, im Übergang. Plane drei Momente, in denen du bewusst nichts zeigst und nur sprichst.

► ÜBUNG · BLICK STATT KLICK

Sprich deinen Kernsatz, halte drei Sekunden Blickkontakt — und klicke erst danach. Die Pause gehört dir, nicht der Technik.

10

Ohne Folien proben

Probe deinen Auftritt einmal komplett ohne Folien. Was du frei erzählen kannst, sitzt. Danach legst du die Folien darüber — als Marker, nicht als Manuskript. So legst du die Rüstung ab, ohne den Schutz zu verlieren.

► ÜBUNG · DER RÜSTUNGS-CHECK

Frag dich vor jedem Auftritt: Was passiert, wenn der Beamer ausfällt? Wenn die Antwort Panik ist, gehört dein Auftritt noch der Folie — nicht dir.

MERKE

Sicherheit entsteht durch Vorbereitung — nicht durch Vollständigkeit.

Der rote Faden

Die Kernbotschaft ist das stärkste Strukturelement deines Auftritts. Sie taucht mehrfach auf: am Anfang, an den Übergängen und am Schluss — in unterschiedlicher Größe, aber immer als derselbe Gedanke.

DER ROTE FADEN



Ein Satz — dreimal platziert:

Struktur · Sicherheitsanker · Rhetorik-Booster

Struktur

Sie ordnet Argumente und macht Kürzen einfach: Was nicht auf sie einzahlt, fliegt raus.

Sicherheitsanker

Wenn du den Faden verlierst, kehrst du zu ihr zurück. Das rettet jeden Moment.

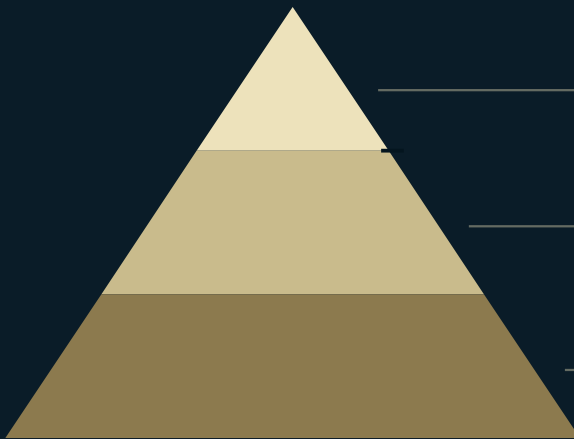
Rhetorik-Booster

Wiederholung erzeugt Erinnerung. Ein Satz, dreimal platziert, bleibt hängen.

Pyramidal präsentieren

Das Wichtigste zuerst — die Begründung danach. So arbeiten Nachrichtenredaktionen seit jeher, und so funktioniert Aufmerksamkeit auch im Meeting, im Vortrag und in der Führungskommunikation.

PYRAMIDAL PRÄSENTIEREN



KERNBOTSCHAFT

Das Wichtigste zuerst

ARGUMENTE

Begründung, Einordnung, Beispiel

ZAHLEN · DATEN · FAKTEN

Details, Anhang, auf Nachfrage

Oben

Kernbotschaft zuerst —
alternativ ein Einstieg,
der sie erlebbar macht.

Mitte

Die wichtigsten
Argumente: Begründung,
Einordnung, Beispiel.

Unten

Zahlen, Daten, Fakten
und Hintergrund — auf
Nachfrage oder im
Anhang.

Der Punkt kommt zu spät

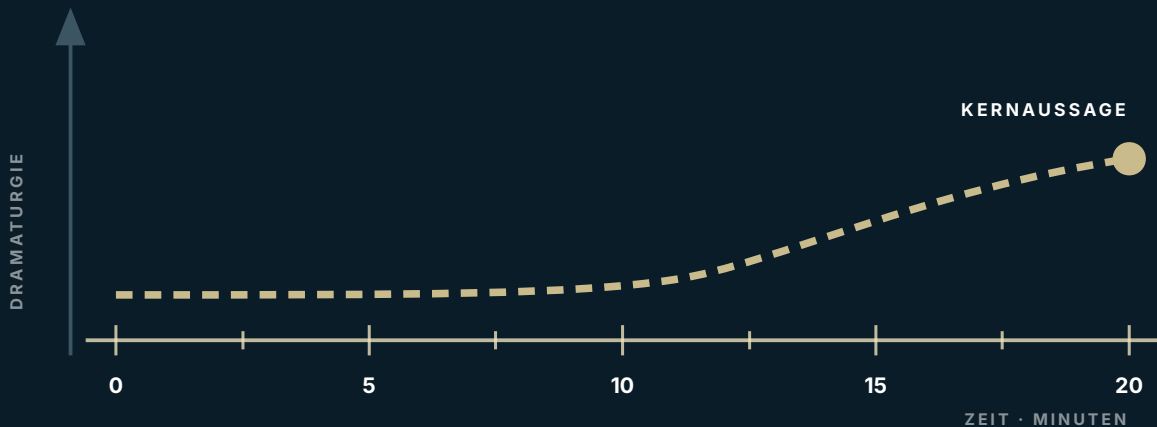
Die klassische Präsentation erzählt in der Reihenfolge, in der gearbeitet wurde: erst Hintergrund, dann Ablauf, ganz am Ende die Kernaussage. Die Dramaturgie steigt damit erst kurz vor Schluss — genau dann, wenn die Zeit fast abgelaufen ist.

CHRONOLOGIE IN PRÄSENTATIONEN

- Hintergrund
- Geschichte
- Referenzen
- Ausgangslage
- Agenda

- Ablauf
- Aktivitäten
- Erfahrungen
- Ergebnisse
- Aktuelles

- Ziele / To-dos
- Empfehlungen
- Nächste Schritte
- Forderungen
- **KERNAUSSAGE**



MERKE

Wer chronologisch erzählt, verschenkt die ersten zwanzig Minuten — und liefert die Kernaussage an Menschen, die längst auf die Uhr schauen.

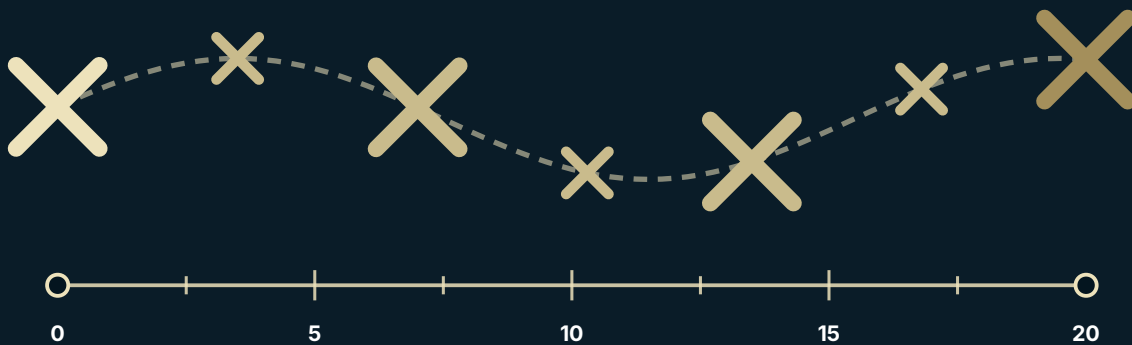
► ÜBUNG · DIE RÜCKWÄRTSPROBE

Nimm deine letzte Präsentation und lies nur die letzten drei Folien. Genau dort steht meistens das, womit du hättest anfangen müssen.

Botschaften statt Chronologie

Wir drehen die Kurve um: Kernbotschaften werden über den ganzen Auftritt verteilt — große an den Ankerpunkten, kleine dazwischen. Das Publikum ist ab Minute eins im Thema, statt auf die Pointe zu warten.

KERNBOTSCHAFTEN VERTEILEN



20 MIN · CHRONOLOGISCH

7 MIN · MIT BOTSCHAFTEN

2/3

DER PRÄSENTATIONSDAUER
LASSEN SICH EINSPAREN

MERKE

Nicht schneller sprechen. Früher auf den Punkt kommen.

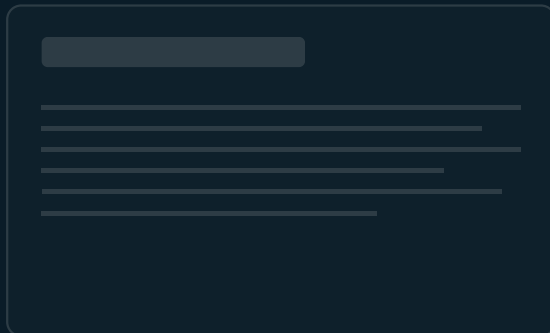
► ÜBUNG · DREI ANKERPUNKTE

Lege vor dem Bauen drei Momente fest, an denen deine Kernbotschaft fällt: im Einstieg, in der Mitte, am Schluss. Alles dazwischen ist Begründung.

Die Headline-Technik

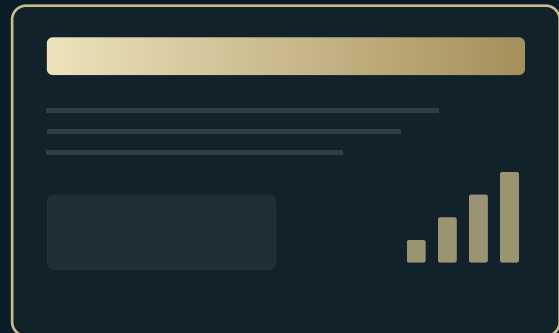
Die meisten Folienüberschriften benennen nur das Thema. Stark wird eine Überschrift erst, wenn sie eine Aussage macht. Die Headline übernimmt die Führung, der Rest der Folie belegt sie. Wer nur die Überschriften liest, versteht deine Argumentation.

NUR DAS THEMA



„Umsatzentwicklung 2026“
benennt nur das Thema

DIE AUSSAGE



„Der Umsatz wächst —
aber nur in zwei Regionen“

Thema (schwach)

„Umsatzentwicklung 2026“ · „Projektstatus“
· „Marktumfeld“ — benennt nur, worum es
geht. Danach weiß dein Publikum nicht mehr
als vorher.

Aussage (stark)

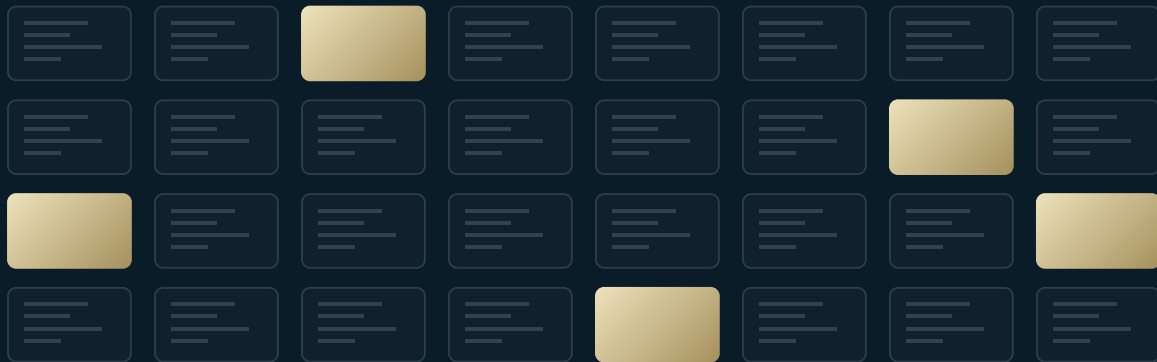
„Der Umsatz wächst — aber nur in zwei
Regionen“ · „Das Projekt läuft, der Zeitplan
nicht.“



Vom Datenfriedhof zur Erkenntnis

Nur ein kleiner Teil dessen, was auf Folien steht, wird im Auftritt überhaupt ausgesprochen. Der Rest liegt da — sichtbar, unerklärt und wirkungslos.

WAS AUF DEN FOLIEN STEHT



10–20 %

werden im Auftritt wirklich artikuliert.

Der Rest liegt da — sichtbar, unerklärt, wirkungslos.

10–20 %

DER FOLIENINHALTE WERDEN
WIRKLICH ARTIKULIERT

MERKE

Jede Zahl braucht einen Menschen, der sagt,
was sie bedeutet. Sonst ist sie Dekoration.

► ÜBUNG · DIE STREICHPROBE

Streiche in deinem nächsten Foliensatz jede Zahl, zu der dir kein Satz einfällt, der mit „und das heißt“ beginnt. Was übrig bleibt, ist deine Argumentation.

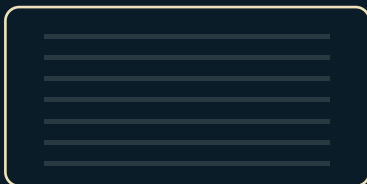


Die ersten fünf Minuten

Ein Experiment für deine nächste Probe. Es dauert rund zwölf Minuten — und verändert deinen Blick auf Foliensätze dauerhaft.

DIE ERSTEN 3-5 MINUTEN DEINER PRÄSENTATION

SCHRITT 1



Trage die ersten Minuten wie gewohnt vor — mit Beamer und Folien.

5 MIN.

SCHRITT 2



Schalte das Beamerbild ab. Sprich weiter, schaue nur noch auf deinen Laptop.

4 MIN.

SCHRITT 3



Sprich frei — ohne Folien, ohne Laptop. Nur du und deine Botschaft.

2-3 MIN.

DIE RHETORIKPOWER IST IN DIR

► ÜBUNG · DER DREISCHRITT

Nimm alle drei Durchgänge mit dem Handy auf und schau sie dir hintereinander an. Frage dich: Wo war ich am klarsten, am schnellsten, am überzeugendsten? Fast alle antworten: im dritten Durchgang — ohne Folien.

MERKE

Die Rhetorikpower ist in dir — nicht in der Datei.



Vor deinem nächsten Auftritt

Zwanzig Punkte, die du abhaken kannst — bevor du das erste Mal klickst.

Bevor du baust

- ☒ Ziel und Publikum geklärt
- ☒ Kernbotschaft in einem Satz
- ☒ Zeitrahmen realistisch geplant
- ☒ Format gewählt: Auftritt oder Dokument
- ☒ Fünf Minuten frei erzählt

Beim Bauen

- ☒ Jede Headline ist eine Aussage
- ☒ Ein Gedanke je Folie
- ☒ Bildspur und Tonspur getrennt
- ☒ Pyramide statt Chronologie
- ☒ Details ins Briefing verschoben

Kurz davor

- ☒ Einstieg frei gesprochen
- ☒ Drei Ankerpunkte im Kopf
- ☒ Drei bewusste Pausen markiert
- ☒ Technik geprüft, Plan B da
- ☒ Kernbotschaft am Schluss gesetzt

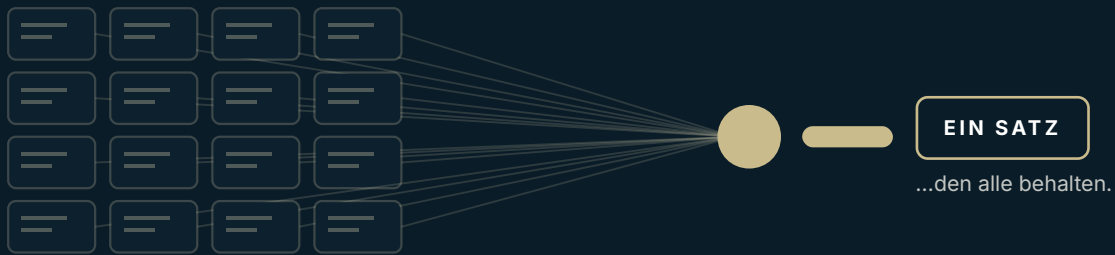
Im Moment

- ☒ Blick ins Publikum statt zum Screen
- ☒ Erst sprechen, dann klicken
- ☒ Zahlen gedeutet, nicht vorgelesen
- ☒ Pausen ausgehalten
- ☒ Mit der Botschaft geendet

Leg die Rüstung ab

Es geht nicht darum, ohne Folien zu arbeiten. Es geht darum, dass du sie führst — und nicht sie dich. Wer seinen Punkt kennt, braucht keine vierzig Seiten Rückversicherung.

KOMPLIZIERTES AUF DEN PUNKT



40 FOLIEN · ALLES GESAGT

Nicht weniger wissen — weniger zeigen.



Der Ritter, der die Rüstung ablegt, verliert nichts von seiner Kraft. Er merkt zum ersten Mal, wie beweglich er wirklich ist. Genau das passiert, wenn du deinen nächsten Auftritt vom Menschen her denkst.

MERKE

Du hast das Wissen. Lerne, dir selbst zu vertrauen — statt deinen Folien.



— DIE ESSENZ

Worauf es ankommt

Präsentieren heißt nicht, alles zu zeigen, was du weißt — sondern das Richtige im richtigen Moment verständlich zu machen.

Mensch

Du bist die Tonspur.
Wirkung entsteht, bevor
die erste Folie erscheint.

Botschaft

Ein Satz, der trägt. Er gibt
Struktur, Sicherheit und
Erinnerung.

Folie

Ein Gedanke, ein
Moment. Verstärker statt
Manuskript.

— DEINE NÄCHSTEN DREI SCHRITTE

01

Formuliere für deinen nächsten Termin einen einzigen Satz.

02

Erzähl ihn fünf Minuten frei — ohne Folien, ohne Notizen.

03

Baue erst danach die Folien, die diesen Satz verstärken.

UND JETZT

Wirkung beginnt mit einer Entscheidung: dranzubleiben. Nicht alles auf einmal — sondern Schritt für Schritt, mit den zehn Schritten und Übungen aus diesem Paper.



Wirkung mit System

Die Rhetorikhelden sind eine Marke der NEOP Consulting, New Era of Presence. Wir glauben nicht an das nächste isolierte Training — wir entwickeln die Ebene darunter: Präsenz, Klarheit und innere Führung, damit deine Wirkung in jeder Situation trägt.



Tim Christopher Gasse

Leitender Coach & Gründer · ehem. Journalist & Moderator

— WIE WIR ARBEITEN

Statt Themen für ein bis drei Tage „druckzubetanken“, arbeiten wir mit Learning Journeys — Entwicklung über Zeit, mit Raum für Reflexion, Übung und echtes Feedback.

Der alte Weg

Ein Thema, ein bis drei Tage, danach kaum Zeit zum Üben. Gearbeitet wird an Situationen — nicht an dir.

Der Rhetorikhelden-Weg

Wir entwickeln die Ebene darunter: Präsenz, Klarheit, innere Führung. Verändert sich das, verändert sich deine Wirkung fast von selbst.

DER LEITSATZ

Wir trainieren Menschen. Und keine Situationen.

#KeinerHELDdichauf

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

— SO GEHT ES WEITER

Drei Wege mit uns

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-Coaching für
souveräne
Kommunikation als
Geschäftsführung oder
C-Level.



THE NEW SPEAKER CODE

The New Speaker Code

→ **Inhouse-Speaker-
Ausbildung**

Menschen machen den
Unterschied, wenn sie
Bedeutung schaffen.

MERKE

Der einfachste erste Schritt ist ein Gespräch — unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.



Lerne, deine Präsentationen zu genießen

Ohne Rüstung, ohne Textwüsten — mit Freude am eigenen Auftritt. Lass uns gemeinsam herausfinden, welches Training zu dir passt. Ein kurzes Gespräch, unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.

**Malena Gahr**

Geschäftsführerin und Leitung
Kommunikation

**Natalie Bertram**

Leitung Seminarmanagement

Lieber erst eine kurze Frage?

Schreib uns per WhatsApp: **0152 06189964**

[Erstgespräch buchen](#)

TELEFON

0800 / 88 111 80

WEBSEITE

neweraofpresence.de

E-MAIL

info@neop-consulting.de