

Muss Ihre Präsentation überarbeitet werden?

Der 15-Punkte-Check für Pitch-, Verkaufs-, Messe- und Keynote-Präsentationen. In zehn Minuten wissen Sie, wo Sie stehen.

Präsentationen veralten nicht mit einem Knall. Sie veralten leise. Eine neue Folie hier, eine aktualisierte Zahl dort, ein Diagramm aus dem Geschäftsbericht – und irgendwann ist aus dem Foliensatz, der einmal überzeugt hat, ein Archiv geworden.

Das Unangenehme daran: **Sie bekommen die Rechnung nie präsentiert.** Kein Einkäufer sagt Ihnen, dass die Folien der Grund waren. Kein Investor schreibt, dass die Story nicht getragen hat. Kein Veranstalter erklärt, warum die Anfrage fürs nächste Jahr ausbleibt. Sie hören „Wir melden uns“ – und dann hören Sie nichts mehr. Der Auftrag geht an jemanden, der nicht besser war – nur überzeugender.

Dieser Check macht sichtbar, was Ihre Kunden und Ihr Publikum längst sehen. Er ist bewusst unbequem – genau darin liegt sein Wert.

So gehen Sie vor

Schritt 1

Eine Präsentation auswählen

Nicht alle. Nehmen Sie die eine, mit der Sie den größten Auftrag gewinnen oder auf der Bühne stehen.

Schritt 2

15 Fragen beantworten

Ja = 0 Punkte, Teilweise = 1 Punkt, Nein = 2 Punkte. Ehrlich, nicht wohlwollend.

Schritt 3

Punkte addieren

Die Auswertung auf Seite 4 zeigt, ob Feinschliff genügt oder ein Relaunch ansteht.

Drei Alarmsignale, für die Sie keine 15 Fragen brauchen

- ◆ Ihr Foliensatz ist in den letzten 24 Monaten nicht grundlegend überarbeitet worden – sondern nur ergänzt.
- ◆ Ihre Vertriebs- und Führungskräfte bauen sich eigene Versionen, weil die offizielle nicht passt.
- ◆ Sie selbst überspringen im Termin Folien: „Das lassen wir jetzt mal weg.“

Trifft eines davon zu, kennen Sie die Antwort schon. Der Check zeigt Ihnen, wo genau Sie ansetzen.

A Erster Eindruck und Markenwirkung

Fragen 1–4

		Ja	Teilweise	Nein
1	Die Fünf-Sekunden-Probe: Wer Ihre Titelfolie fünf Sekunden sieht, erkennt sofort, um wen es geht und worum es geht. <i>Testen Sie es mit jemandem, der Ihr Unternehmen nicht kennt – nicht mit dem eigenen Team.</i>	☐	☐	☐
2	Der Foliensatz entspricht Ihrem aktuellen Corporate Design – inklusive aller Änderungen an Logo, Farben, Schriften und Bildsprache der letzten drei Jahre. <i>Häufigster Fund: die Marke ist weiter, die Präsentation nicht.</i>	☐	☐	☐
3	Die Präsentation ist frei von Design-Altlasten: 4:3-Format, Standardvorlage, Schlagschatten, Clipart, generische Stockfotos, SmartArt. <i>Solche Details datieren einen Foliensatz auf das Jahr, in dem er entstand.</i>	☐	☐	☐
4	Im direkten Vergleich mit Ihren drei stärksten Wettbewerbern wirkt Ihre Präsentation nicht älter, sondern souveräner. <i>Entscheider sehen Ihre Folien selten allein – sondern direkt nach denen der Konkurrenz.</i>	☐	☐	☐

Zwischensumme Teil A

B Botschaft und Dramaturgie

Fragen 5–8

		Ja	Teilweise	Nein
5	Sie können die eine Kernbotschaft in einem Satz sagen – und dieser Satz steht auch so in der Präsentation. <i>Wenn drei Personen aus Ihrem Haus drei verschiedene Sätze nennen, fehlt die Botschaft.</i>	☐	☐	☐
6	Die Präsentation ist aus Kundensicht aufgebaut – Problem, Konsequenz, Lösung, Beweis, nächster Schritt – und beginnt nicht mit Firmenhistorie und Standorten. <i>Die ersten drei Folien entscheiden, ob Ihnen zugehört oder mitgelesen wird.</i>	☐	☐	☐
7	Der messbare Kundennutzen steht vor Produktmerkmalen, Technik und Prozessdetails – in Zahlen, nicht in Adjektiven. <i>„Effizient“, „innovativ“, „ganzheitlich“ sind keine Argumente, sondern Platzhalter dafür.</i>	☐	☐	☐
8	Die Präsentation endet mit einem konkreten nächsten Schritt – nicht mit „Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit“ und der Kontaktfolie. <i>Der Abschluss ist die teuerste Folie im ganzen Satz. Meist ist sie die schwächste.</i>	☐	☐	☐

Zwischensumme Teil B

C Folien, Zahlen und Aktualität

Fragen 9–11

		Ja	Teilweise	Nein
9	Jede Folie trägt genau eine Aussage und ist in unter zehn Sekunden erfassbar – keine Textwände, keine Listen, die vorgelesen werden. <i>Solange gelesen wird, wird nicht zugehört. Beides gleichzeitig geht nicht.</i>	☐	☐	☐
10	Zahlen und Diagramme sind so aufbereitet, dass die Aussage sofort sichtbar ist – statt Excel-Screenshots, Tabellenfriedhöfen und Legenden in 8 Punkt. <i>Prüfen Sie es auf dem Beamer aus der letzten Reihe – nicht am Monitor.</i>	☐	☐	☐
11	Alle Inhalte sind auf dem aktuellen Stand: Kennzahlen, Referenzen, Kundenlogos, Team, Portfolio, Roadmap, Preise, Zertifikate. <i>Eine Referenz von 2019 beweist nichts – sie datiert Sie.</i>	☐	☐	☐

Zwischensumme Teil C

D Einsatz, Skalierung und Ergebnis

Fragen 12–15

		Ja	Teilweise	Nein
12	Für jede Einsatzsituation gibt es die passende Fassung: Pitch im Besprechungsraum, Keynote auf der Bühne, Messescreen ohne Sprecher, Versand-PDF, Videocall. <i>Eine Datei für alles heißt: überall Kompromiss – auf der Bühne am deutlichsten.</i>	☐	☐	☐
13	Ihr Vertrieb kann die Präsentation eigenständig, schnell und markenkonform auf einen Kunden zuschneiden – über Master und freigegebene Module. <i>Kostet Zuschneiden Stunden, wird nicht zugeschnitten. Dann pitchen Sie mit Standard.</i>	☐	☐	☐
14	Es existiert genau eine verbindliche, aktuelle Version – nicht fünf Varianten in verschiedenen Postfächern, Ordnern und Laptops. <i>Prüfen Sie es: Bitten Sie drei Kollegen um „die aktuelle Version“.</i>	☐	☐	☐
15	Sie kennen Ihre Quote: Sie wissen, wie viele Termine und Auftritte mit dieser Präsentation zum nächsten Schritt führen – und die Quote ist besser als vor zwölf Monaten. <i>Ohne Zahl bleibt die Präsentation Geschmacksfrage statt Vertriebsinstrument.</i>	☐	☐	☐

Zwischensumme Teil D

Gesamtsumme

Teil A	Teil B	Teil C	Teil D	Ihr Ergebnis	von 30

Übertragen Sie Ihr Ergebnis von Seite 3

Je höher die Punktzahl, desto größer die Lücke zwischen dem, was Sie leisten, und dem, was Ihre Präsentation davon zeigt.

von 30 Punkten

0 – 5

Feinschliff

Ihre Präsentation ist ein Asset. Halten Sie sie es.

Sie arbeiten auf einem Niveau, das im Mittelstand selten ist. Jetzt geht es um Pflege statt Reparatur: ein fester Aktualisierungsrhythmus, saubere Versionsführung und Feinschliff an den Folien, die im Termin die Entscheidung tragen.

6 – 13

Punktuell
nachscharfen

Die Substanz stimmt, die Wirkung nicht überall.

Typisches Muster: gute Inhalte, aber Story und Dramaturgie tragen nicht durch, einzelne Folien fallen sichtbar ab. Meist entscheiden 20 Prozent der Folien über 80 Prozent der Wirkung – eine gezielte Überarbeitung dieser Folien bringt hier den größten Hebel.

14 – 21

Überarbeitung nötig

Ihre Präsentation arbeitet gegen Sie – und niemand sagt es Ihnen.

In diesem Bereich kostet die Präsentation Aufträge, ohne dass es jemand so benennt. Sie erklären mehr, als Sie überzeugen, und Ihr Vertrieb kämpft gegen das eigene Material. Erforderlich ist eine grundlegende Überarbeitung von Struktur, Story und Design – kein neues Farbschema.

22 – 30

Relaunch

Kein Facelift. Neu denken.

Der Foliensatz ist über Jahre gewachsen und lässt sich nicht mehr sinnvoll reparieren. Der schnellere und günstigere Weg ist ein Neuaufbau: Kernbotschaft, Dramaturgie, Foliendesign und ein Baukasten, aus dem Ihr Team künftig in Minuten die passende Fassung baut.

Die Rechnung, die selten aufgestellt wird

Angenommen, Ihr durchschnittlicher Auftragswert liegt bei **50.000 Euro** und Sie präsentieren **20 Mal** im Jahr. Dann entscheiden Ihre Folien über ein Volumen von **einer Million Euro** – und jeder einzelne Prozentpunkt Abschlussquote ist **10.000 Euro** wert.

Setzen Sie Ihre eigenen Zahlen ein. Die Überarbeitung einer Präsentation kostet in der Regel einen Bruchteil eines einzigen verlorenen Auftrags. Der Unterschied: Die Investition sehen Sie in der Bilanz. Den verlorenen Auftrag nicht.

Wie aus einem gewachsenen Foliensatz wieder ein Vertriebsinstrument wird

Eine Überarbeitung beginnt nicht in PowerPoint. Sie beginnt mit der Frage, welche Entscheidung Ihr Gegenüber am Ende treffen soll – und was er dafür sehen, verstehen und glauben muss.

Analyse

Wir sehen uns an, was Ihre Präsentation heute tut

Zielgruppe, Entscheidungssituation, Wettbewerbsumfeld, Wirkung der bestehenden Folien. Ergebnis ist eine klare Diagnose statt eines Geschmacksurteils.

Story

Kernbotschaft und Dramaturgie

Eine Argumentationslinie, die aus Kundensicht führt: vom Problem über den Beweis bis zum nächsten Schritt. Das ist die Arbeit, die über Gewinnen oder Verlieren entscheidet.

Design

Folien, die für Sie arbeiten

Professionelles Slide-Design auf Basis Ihres Corporate Designs, mit belastbarem Master, klarer Informationshierarchie und Grafiken, die man nicht erklären muss.

Baukasten

Damit es nicht wieder veraltet

Freigegebene Module und Vorlagen, aus denen Ihr Team in Minuten die passende Fassung für Pitch, Keynote, Messe, Vertrieb oder Vorstand baut – markenkonform, ohne Umweg über die Agentur.

Sprechen wir 30 Minuten über Ihre Punktzahl

Sie schildern uns Ihre Situation und Ihr wichtigstes Präsentationsziel. Wir sagen Ihnen ehrlich, ob Feinschliff genügt, wo der größte Hebel liegt und in welchem Rahmen sich eine Überarbeitung bewegt. Unverbindlich und ohne Verkaufsgespräch.

smavicon Best Business Presentations

Matthias Garten · Präsentationsexperte und KI-Strategie
[Telefon und E-Mail hier eintragen]

www.smavicon.de

Termin vereinbaren

Über 20.000 realisierte Präsentationen in mehr als 150 Branchen, seit über 30 Jahren. Wir entwickeln Präsentationen, die nicht nur gut aussehen, sondern überzeugen, bewegen und in Erinnerung bleiben.