

Wie Sie Präsentationen bauen, die in Management-Meetings bestehen

Wolfgang Keller

Situation Complication Solution

Wie Sie Präsentationen bauen, die in
Management-Meetings bestehen

Wolfgang Keller

Dieses Buch wird verkauft unter <https://leanpub.com/slides>

Diese Version wurde veröffentlicht am 2026-04-06



Dies ist ein [Leanpub](#)-Buch. Leanpub bietet Autoren und Verlagen, mit Hilfe von Lean-Publishing, neue Möglichkeiten des Publizierens. [Lean Publishing](#) bedeutet die wiederholte Veröffentlichung neuer Beta-Versionen eines eBooks unter der Zuhilfenahme schlanker Werkzeuge. Das Feedback der Erstleser hilft dem Autor bei der Finalisierung und der anschließenden Vermarktung des Buches. Lean Publishing unterstützt den Autor darin ein Buch zu schreiben, das auch gelesen wird.

© 2026 Wolfgang Keller

Inhaltsverzeichnis

Bevor es losgeht	i
Über den Autor	i
Danksagungen	i
Vorwort	ii
Was noch vor mir liegt - warum das Buch bei 80% steht	iii
Der Brückenschlag zwischen Elfenbeinturm und Maschinenraum (Ein fiktiver Review)	iv
Verwendung des generischen Maskulinums	v
1: Einleitung und Überblick	1
1.1: Warum dieses Buch	1
1.2: Beispiel für eine Folie mit Verbesserungspotential	1
1.3: Das Meridian-Deck: Unser Referenzbeispiel	2
1.4: Das Problem, das dieses Buch löst	7
1.5: Promise to the Reader	10
1.6: Überblick über das Buch	12

Teil A - Warum Beraterfolien funktionieren **14**

2: Anatomie von Beraterfolien	15
2.1: Die drei Schichten jeder Beraterfolie	15
2.2: Wie das Auge eine Beraterfolie liest	15
2.3: Der Blättertest	15
2.4: Die Folie als Argumentationseinheit	15

Teil B - Denken vor dem Gestalten **16**

3: Mit der Antwort beginnen: Das Pyramidenprinzip auf einer Seite . . .	17
--	-----------

3.1: Barbara Mintos Kernidee in fünf Minuten	17
3.2: Top-down vs. Bottom-up: Warum Berater mit der Antwort anfangen	17
3.3: Die Pyramide an einem konkreten Beispiel	17
3.4: MECE: Überschneidungsfrei und vollständig	17
3.5: Induktiv oder deduktiv?	17
3.6: Der Frage-Antwort-Dialog	17
3.7: Die vertikale und die horizontale Logikprobe	18
3.8: Ein typischer Fehler: Tätigkeiten statt Argumente	18
4: Von der Frage zur Struktur: Hypothesenbäume und Issue Trees . . .	19
4.1: Das Problem Statement Worksheet	19
4.2: Von der Frage zum Issue Statement	19
4.3: Hypothesenbäume: Wenn man genug weiß, um zu vermuten . . .	19
4.4: Issue Trees: Wenn man noch zu wenig weiß	19
4.5: Priorisierung: Nicht alles ist gleich wichtig	19
4.6: „Get to paper quickly“: Der erste Entwurf darf unvollständig sein	19
5: Die Storyline: Von der Pyramide zur Erzählung	21
5.1: Was Struktur allein nicht kann	21
5.2: SKL: Die Grundstruktur jeder Beratergeschichte	21
5.3: Die SKFA-Variante: Wenn die Frage explizit sein soll	21
5.4: Das Geisterdeck: Die Storyline sichtbar machen	21
5.5: Storyline vs. Agenda: Der entscheidende Unterschied	21
5.6: Wie die Storyline auf die Folienstruktur abbildet	21
5.7: Die Eröffnung: Warum die ersten drei Folien entscheiden	22
5.8: Die iterative Schleife: Wie ein Deck wirklich entsteht	22
5.9: Wenn die Storyline kippt: Warnsignale	22
5.10: Genug Planung. Bauen.	22
6: Action Titles: Die wichtigste Einzelfähigkeit	23
6.1: Was ein Action Title ist und was er nicht ist	23
6.2: Die Grammatik des Action Titles	23
6.3: Länge: Eine Botschaft pro Folie	23
6.4: Der Zeitungstest	23
6.5: Die Konsistenzregel: Was im Titel steht, muss im Schaubild stehen	23
6.6: Zehn Folientitel: vorher und nachher	23
6.7: Die „So what?“-Probe	24
6.8: Fortgeschrittenes: Action Titles als Übergänge	24
6.9: Warum es sich lohnt, Action Titles ernst zu nehmen	24

7: Was Sie als Berater über Ihr Publikum wissen sollten	25
7.1: Drei Fragen, bevor die erste Folie entsteht	25
7.2: Pyramidentiefe: Wie viel Beweis braucht dieses Publikum?	25
7.3: Die vier Schreiberrollen	25
7.4: Das vorverkabelte Deck	25
7.5: Das unbequeme Deck	25
7.6: Den Raum navigieren	25
7.7: Die Absicherungsfolie	26
7.8: Der Unterschied zwischen Schreiben und Kommunizieren	26

Teil C - Das Handwerk der Beraterfolien . 27

8: Lead-Ins, Deckstruktur und die Fünf-Teile-Architektur	28
8.1: Der Lead-In: die Brücke vom Titel zum Schaubild	28
8.2: Die Fünf-Teile-Architektur	28
8.3: Das Meridian-Deck als Archetyp	29
8.4: Warum diese Reihenfolge funktioniert	29
8.5: Was vor dem ersten Schaubild entschieden sein muss	29

9: Schaubildgestaltung: Konzeptfolien	31
9.1: Die Folie, die alles zeigte und nichts sagte	31
9.2: Was eine Konzeptfolie leisten soll	31
9.3: Die Grammatik visueller Elemente	31
9.4: Die sechs Grundtypen als Werkzeugkasten	31
9.5: Wenn das Template die Botschaft ersetzt	31
9.6: Erst die Botschaft, dann das Schaubild	31
9.7: Die Meridian-Folie, zweiter Versuch	32
9.8: Wo man 150 weitere Typen findet	32
9.9: Handwerk bedeutet Entscheiden	32

10: Schaubildgestaltung: Datenfolien	33
10.1: Die Folie, die nicht log und trotzdem täuschte	33
10.2: Die drei Mechanismen des unbeabsichtigten Betrugs	33
10.3: Zelaznys Methode: Botschaft zuerst	33
10.4: Die drei Typen, die 80 Prozent der Fälle abdecken	33
10.5: Ein Wort über die anderen neun	33
10.6: Anatomie eines glaubwürdigen Diagramms	33
10.7: Die "1 Botschaft"-Regel und die Rolle von Annotationen	34
10.8: Datenintegrität als Handwerk	34

11: Visuelle Konsistenz und Formatierung	35
11.1: Das Template als Vertrag	35
11.2: Die Schrift-Entscheidung	35
11.3: Farbe ist Funktion, nicht Dekoration	35
11.4: Weißraum, das unterschätzteste Gestaltungsmittel	35
11.5: Das Raster	35
11.6: Die 3-Sekunden-Regel	35
11.7: Ein Sündenkatlog	36
11.8: Was das Meridian-Deck tut und was es nicht tut	36
11.9: Die Referenzkarte als Werkzeug	36
11.10: Konsistenz ist Disziplin	36
12: Perspektiven schärfen: Die vier Distinctiveness Practices	37
12.1: Warum gute Technik allein nicht reicht	37
12.2: Expand: Mehrere Brillen aufsetzen	37
12.3: Link: Aus Datenpunkten Muster machen	37
12.4: Distill: Mut zur Weglassung	37
12.5: Challenge: Beunruhigend weit zurücktreten	37
12.6: Wie die vier Practices zusammenspielen	37
12.7: Die Practices in den Arbeitsprozess integrieren	38
 Teil D - Das Deck bauen	 39
13: Vom Geisterdeck zum fertigen Produkt	40
13.1: Der POWER-Workflow	40
13.2: P wie Profile: den Auftraggeber und das Publikum verstehen	40
13.3: O wie Organise: Pyramide und Storyline	40
13.4: W wie Write: das Geisterdeck	40
13.5: Drei Wege zum Geisterdeck	40
13.6: Das Geisterdeck-Review: der wichtigste Quality-Gate	40
13.7: Die Einfach-losschreiben-Regel	41
13.8: E und R: Der Review-Zyklus	41
13.9: Das Zeitmanagement: die 40-30-20-10-Regel	41
13.10: Die persönliche Folienbibliothek	41
13.11: Der Workflow als Gerüst, nicht als Korsett	41
14: Gängige Decktypen und ihre Muster	42
14.1: Das Grundgerüst, das für alle gilt	42
14.2: Die Strategieempfehlung: Wenn man das Rennen gewinnen will	42

14.3: Das Projekt-Statusupdate: Die Kunst des Weglassens	42
14.4: Der Architecture Decision Record als Deck: Strukturiertes Denken für technische Entscheidungen	42
14.5: Der Business Case: Wenn der Anwalt mitliest	42
14.6: Leseexemplar und Vortragsdeck: Warum man manchmal zwei Dokumente braucht	43
14.7: Die 3-Folien-Version: Zuerst verdichten, dann ausbauen	43
14.8: Was die Decktypen gemeinsam haben und was nicht	43
15: Ein echtes Beraterdeck sezieren: Die USPS-Fallstudie	44
15.1: Die Krise, die niemand ignorieren konnte	44
15.2: Die SKL-Storyline des Decks	44
15.3: Progressive Disclosure: Das Basisszenario zuerst	44
15.4: Action Titles: Was gute Folientitel wirklich leisten	44
15.5: Datenfolien: Wasserfälle, Szenarien und quantifizierter Impact	44
15.6: MECE-Strukturierung der Empfehlungen: Was es leistet und wo es endet	44
15.7: Was dieses Deck von einem durchschnittlichen Strategiedeck unterscheidet	45
15.8: Was man von einem politisch unbequemen Deck lernt	45
15.9: Die Grenzen der Fallstudienanalyse	45
16: Qualitätssicherung: Die fünf Review-Checklisten	46
16.1: Warum die Reihenfolge zählt	46
16.2: Checkliste 1: Relevanz und Vollständigkeit	46
16.3: Checkliste 2: Kürze und Klarheit	46
16.4: Checkliste 3: Überzeugungskraft und Stil	46
16.5: Checkliste 4: Ton und Zielgruppenpassung	46
16.6: Checkliste 5: Schlussredaktion	46
16.7: Die fünf Folien, die man immer streichen sollte	47
16.8: Was eine starke Schlussfolie ausmacht	47
16.9: Der „Frische-Augen“-Check	47
16.10: Warum der Prozess mehr ist als die Checklisten	47
Teil E - Jenseits der Folie	48
17: Ein Beraterdeck präsentieren	49
17.1: Die Unterbrechung als Qualitätsmerkmal	49
17.2: Den Raum lesen, nicht die Folie	49

17.3: Der Parkplatz	49
17.4: Zu Backup-Folien navigieren	49
17.5: Wenn der CEO vorblättert	49
17.6: Remote-Präsentationen	49
17.7: Der Vorab-Versand	50
17.8: Vorbereitung und Stresstest	50
17.9: Was bleibt	50
18: Wann die Methode nicht hilft	51
18.1: Wenn Überzeugung das falsche Ziel ist	51
18.2: Wenn der Action Title die Brücke verbrennt	51
18.3: Wenn das Problem noch keine These hat	51
18.4: Was bleibt	51
19: Beraterfolien im Zeitalter der KI	52
19.1: Das Paradox des Verstärkers	52
19.2: Was KI-Tools heute können	52
19.3: Was KI-Tools nicht können	52
19.4: KI in den POWER-Workflow integrieren	52
19.5: Das neue Rauschen	52
19.6: Die Prinzipien werden wichtiger, nicht unwichtiger	52
19.7: Was bleibt	53
Teil F – Anhang	54
20: Das Meridian-Deck – Alle 31 Folien	55
20.1: Folienübersicht und Export-Zuordnung	56
20.2: Der Blätterttest: Nur die Action Titles	57
20.3: Die einzelnen Folien	58
21: Die Geisterdeck-Vorlage	59
21.1: Die Vorlage	60
21.2: Gebrauchsanweisung: Drei Durchläufe	60
21.3: Das Geisterdeck-Review	60
21.4: Das ausgefüllte Meridian-Beispiel	60
22: Action-Title-Spickzettel	61
22.1: Strategie	61
22.2: IT und Architektur	61

22.3: Finanzen und Controlling	61
22.4: Operations und Prozesse	61
22.5: Regulierung und Governance	61
22.6: Personal und Organisation	61
22.7: Gebrauchshinweis	62
23: Diagrammtyp-Entscheidungsbaum	63
24: Die zwölf Berater-Spezialcharts	64
24.1: Die Berater-Spezialcharts erläutert	64
24.2: Warum man einen guten Master verwenden sollte	64
25: Formatierungs-Referenzkarte	65
26: Literatur	66

Bevor es losgeht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Über den Autor

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Danksagungen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Vorwort

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Warum ich das Buch jetzt schreiben konnte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Was noch vor mir liegt - warum das Buch bei 80% steht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Der Brückenschlag zwischen Elfenbeinturm und Maschinenraum (Ein fiktiver Review)

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Die Stärken: Struktur ist kein Design-Problem

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Wo die Methode an ihre Grenzen stößt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Lohnt es sich, das Buch zu kaufen?

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Verwendung des generischen Maskulinums

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

1: Einleitung und Überblick

1.1: Warum dieses Buch

Sie kennen das: Sie sitzen in einem Meeting, jemand zeigt 40 Folien, und nach Folie 12 weiß niemand mehr, worum es eigentlich geht. Die Überschriften heißen „Marktüberblick“ und „Nächste Schritte“, die Diagramme haben keine Quellenangaben, und die Empfehlung steht auf Folie 38, falls man so weit kommt.

Gleichzeitig haben Sie schon Decks von großen Beratungen, wie McKinsey, BCG oder Bain gesehen, bei denen nach fünf Folien klar war, was das Problem ist, warum es drängt und was getan werden muss. Kein Zufall: Die großen Strategieberatungen schulen ihre Leute systematisch in Techniken, die außerhalb dieser Häuser kaum jemand kennt: Pyramidenprinzip, Action Titles, Storyline-Architektur, MECE-Strukturierung.

Dieses Buch macht dieses Wissen zugänglich. Nicht als akademische Abhandlung, sondern als Praxisleitfaden für alle, die Foliendecks bauen, mit denen tatsächlich Entscheidungen fallen: in Vorstandssitzungen, Lenkungsausschüssen, Architecture Review Boards. Geschrieben aus 25 Jahren Erfahrung in der Unternehmens-IT großer Konzerne, aus der Perspektive von jemandem, der diese Decks nicht als Junior-Berater produziert hat, sondern als Auftraggeber bewertet, reviewed und auch selbst gebaut hat.

1.2: Beispiel für eine Folie mit Verbesserungspotential

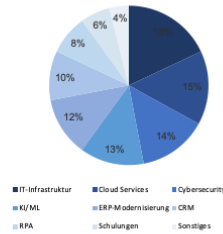
Folien wie die folgende haben Sie bestimmt schon einmal gesehen. Wenn Sie dieses Buch durchgearbeitet haben, werden Sie in die Lage versetzt, zu kommunizieren, was daran verbesserungsbedürftig ist, und Sie werden solche Folien im Idealfall nicht mehr bauen, weil Sie wissen, was daran problematisch ist und wie man es besser macht.

Digitalisierungsstrategie 2025 – Status und Ausblick

Ausgangslage und Zielsetzung

Die digitale Transformation unseres Unternehmens schreitet planmäßig voran und wir konnten im vergangenen Jahr zahlreiche Meilensteine erreichen, die uns auf dem Weg zur vollständigen Digitalisierung aller Geschäftsprozesse einen großen Schritt weitergebracht haben. 87% aller Abteilungen nutzen mittlerweile mindestens ein digitales Tool im Tagesgeschäft. Die Mitarbeiterzufriedenheit mit den neuen Systemen liegt bei 4,2 von 5 Punkten. Der ROI der bisherigen Investitionen beträgt 340% über drei Jahre betrachtet. 94% der Führungskräfte bewerten die Strategie als richtungsweisend.

Budgetverteilung 2025



Nächste Schritte

- Im nächsten Quartal werden wir die Einführung der neuen CRM-Plattform abschließen und gleichzeitig mit dem Rollout des ERP-Moduls beginnen, wobei die Schulungsmaßnahmen parallel laufen werden.
- Die Cloud-Migration der Kernapplikationen soll bis Q3 2025 abgeschlossen sein, was eine enge Abstimmung mit dem IT-Sicherheitsteam erfordert.
- Aufbau eines internen KI-Kompetenzzentrums mit zunächst drei Mitarbeitern, perspektivisch Ausbau auf zehn FTE bis Ende 2026.
- Evaluierung von RPA-Lösungen für die Bereiche Finance und HR mit dem Ziel, repetitive Prozesse um mindestens 40% zu reduzieren.

Vorgehensmodell



Small text at the bottom of the slide: Digitalisierungsstrategie 2025 | Abteilung Unternehmensentwicklung | Stand: März 2025 | Vertraulich – nur für internen Gebrauch | V 3.2 Draft

Abbildung 1. Beispiel für eine Folie mit sehr vielen Verbesserungspotentialen

Das Beispiel ist extrem. Fangen wir mit der Punch Line (Überschrift) an: Es sollte in einem Hauptsatz gesagt sein, was eigentlich der Inhalt der Folie ist. Wenn man sich die Folie ansieht, wird schnell klar, dass viel zu viele Themen darauf behandelt werden. Dazu ist die Tortengrafik unleserlich dargestellt. Das Layout ist unruhig und es werden Themen wild vermischt. Man müsste diese Folie also in mindestens 4 Folien zerlegen, jede mit einer aussagefähigen Punch Line und dazu müsste noch die übergreifende Geschichte stimmen. Sogas passiert Ihnen in dieser extremen Form natürlich nicht. Aber Sie werden hier das Handwerkszeug kennenlernen, mit dem Sie auch die subtileren Stolperfallen sicher umgehen und Ihre Folien auf ein Niveau heben, das positiv auffällt.

1.3: Das Meridian-Deck: Unser Referenzbeispiel

Damit Sie sofort ein Bild davon haben, wohin die Reise geht, möchte ich Ihnen das Deck zeigen, das uns durch dieses gesamte Buch begleiten wird: eine Strategieempfehlung für den Vorstand der fiktiven Meridian Versicherung,

die eine Modernisierung ihres Kernsystems POLARIS vorschlägt. Das Deck hat 24 Folien (plus sieben Backup-Folien im Anhang) und folgt konsequent den Techniken, die Sie in den folgenden Kapiteln lernen werden. Hier fünf Schlüsselfolien: das vollständige Deck mit allen Folien und Annotationen finden Sie in Anhang A.

Das Deckblatt setzt den Rahmen: Wer, was, für wen.

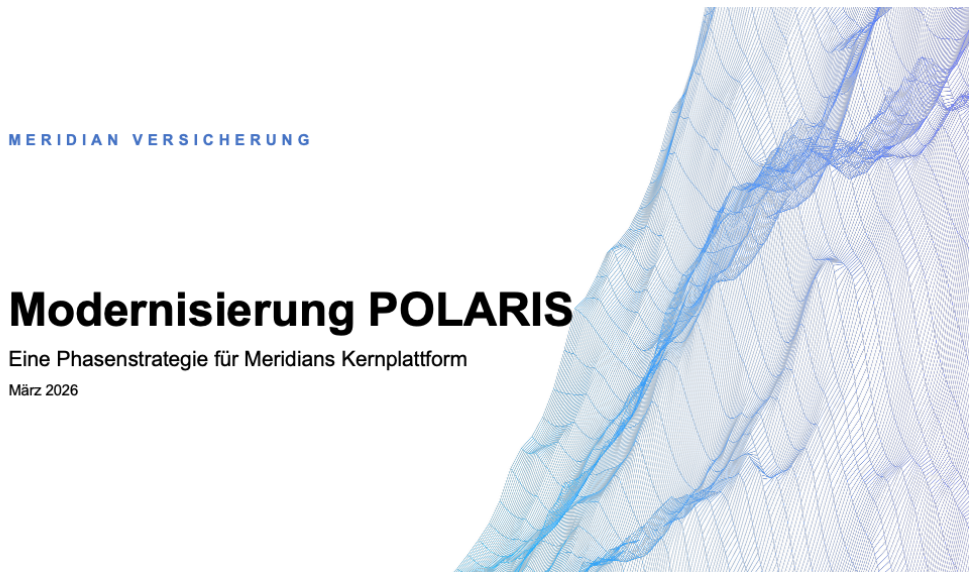


Abbildung 2. Folie 1: Deckblatt: Titel, Auftraggeber, Vertraulichkeitshinweis

Das Management Summary (Folie 2) formuliert die Empfehlung als vollständigen Satz, nicht als Thema, sondern als Schlussfolgerung. Beachten Sie die Überschrift: Das ist keine „Zusammenfassung“ oder „Executive Summary“, sondern eine konkrete Handlungsempfehlung mit Kosten, Zeitrahmen und Begründung.

Meridian sollte das POLARIS-Programm jetzt freigeben — Phase 1 sorgt für DORA-Konformität, Wissenssicherung und den Kundenportal-Zeitplan

<p>EMPFEHLUNG</p> <p>Empfehlung: Dreiphasige Modernisierung von POLARIS über 36 Monate (32 Mio. €). Strangler-Fig-Ansatz: Die Altplattform bleibt im Betrieb, neue Funktionalität entsteht parallel. Phase 2 liefert das Kundenportal bis Monat 18. Phase 3 schaltet die Legacy ab.</p> <p>Entscheidung heute: Phase 1 (Monate 1–12, 4,2 Mio. €) — neue API-Schicht, DORA-Compliance, Wissenssicherung. Ohne Phase-1-Start in Q3 2025 ist der regulatorische Zeitplan nicht zu halten und das Wissensfenster schließt sich unwiderruflich.</p>	<p>INVESTITION</p> <p>32 Mio. € gesamt über 36 Monate Phase 1: 4,2 Mio. € Phase 2: 14,8 Mio. € Phase 3: 13,0 Mio. €</p> <p>NÄCHSTER SCHRITT</p> <p>Phase-1-Budget freigeben: 4,2 Mio. € für Monate 1–12</p> <p>Kick-off: Q3 2025</p>	
<p>Regulatorische Compliance</p> <p>Phase 1 sichert DORA-Konformität bis Januar 2027. 340 Schnittstellen müssen auditable sein. Phase 1 liefert API-Dokumentation, Monitoring-Grundlage und Audit-Log innerhalb des gesetzlichen Zeitfensters.</p>	<p>Wissenserhalt</p> <p>Phase 1 schließt das 18-Monats-Wissensfenster 3 der 5 Senior-Entwickler verlassen das Unternehmen bis Mitte 2027. Phase 1 überführt ihr Systemwissen in dokumentierte APIs und automatisierte Tests.</p>	<p>Früher Geschäftswert</p> <p>Phase 1 ermöglicht Kundenportal bis Monat 18 Das Kundenportal (Phase 2, Monat 10–18) setzt die neue API-Schicht aus Phase 1 voraus. Ohne Phase 1 kein frühzeitiger Geschäftswert.</p>

Abbildung 3. Folie 2: Management Summary: Die Empfehlung steht vorne

Die drei konvergierenden Risiken (Folie 8) zeigt die Komplikation, den Grund, warum Handeln nötig ist. Drei Säulen, überschneidungsfrei und vollständig. Am unteren Rand eine rote Konsequenzzeile, die dem Vorstand unmissverständlich sagt, was Untätigkeit bedeutet.

Ohne Handeln bis Mitte 2027 riskiert Meridian Compliance-Verstöße, Betriebsunfähigkeit und regulatorische Sanktionen

<p>Herstellerabkündigung</p> <p>BMI AppSphere Traditional: Ende des erweiterten Supports 2027. Keine Sicherheitspatches nach Stichtag. Compliance-Zertifizierung entfällt. Migrationspfad erfordert Anwendungsänderungen.</p>	<p>Regulatorischer Druck</p> <p>DORA-Compliance-Frist: Jan. 2025. 340 undokumentierte Schnittstellen. 47 nachgelagerte Systeme ohne Aufsicht. Letzte Architekturdokumentation: 2014.</p>	<p>Wissensverlust</p> <p>Durchschnittsalter des POLARIS-Teams: 57 Jahre. 2 von 3 Schadenberechnungs-Experten gehen innerhalb von 18 Monaten in Ruhestand. Kein formales Wissenstransferprogramm. Rekrutierung für Legacy-Skills zunehmend schwierig.</p>
---	--	--

Konsequenz für den Vorstand: Jeder Monat Verzögerung erhöht die Wahrscheinlichkeit eines ungeplanten Systemausfalls ab 2027

Abbildung 4. Folie 8: Komplikation: Herstellerabkündigung, regulatorischer Druck, Wissensverlust

Der Strangler-Fig-Phasenplan (Folie 14) zeigt den dreiphasigen Ansatz als Zeitstrahl mit Investitionsrahmen und ordnet rechts daneben jeder Phase das Risiko zu, das sie adressiert.

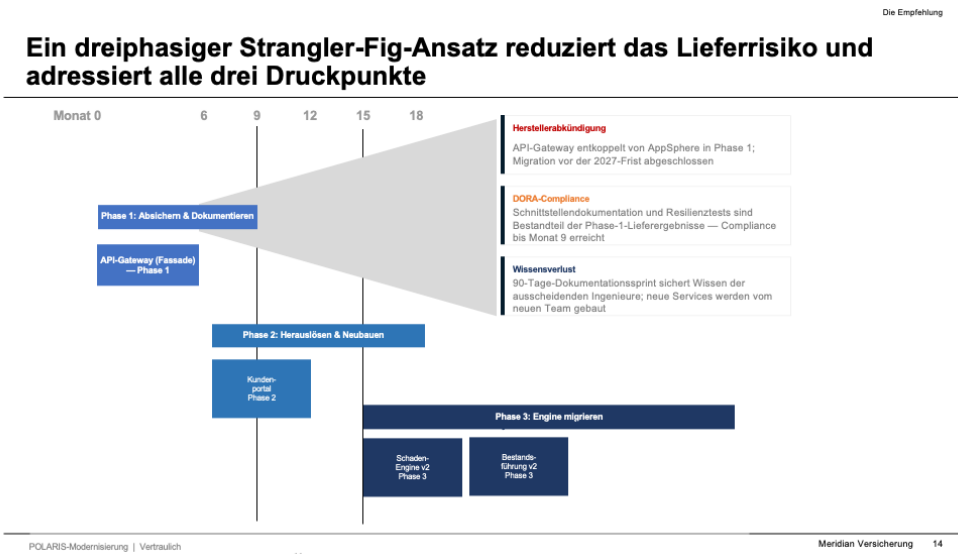


Abbildung 5. Folie 14: Resolution: Phasenplan und Risiko-Mapping

Die Strangler-Fig-Architektur (Folie 15) zeigt in drei Panels, wie das neue System schrittweise um POLARIS herum wächst – vom Gateway-Aufsatz über die Portal-Extraktion bis zur vollständigen Migration.

Das neue System wächst um POLARIS herum – der Monolith wird schrittweise abgelöst, nie abgeschaltet

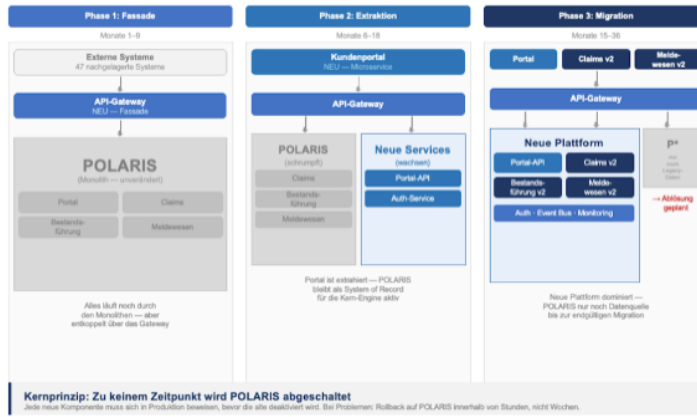
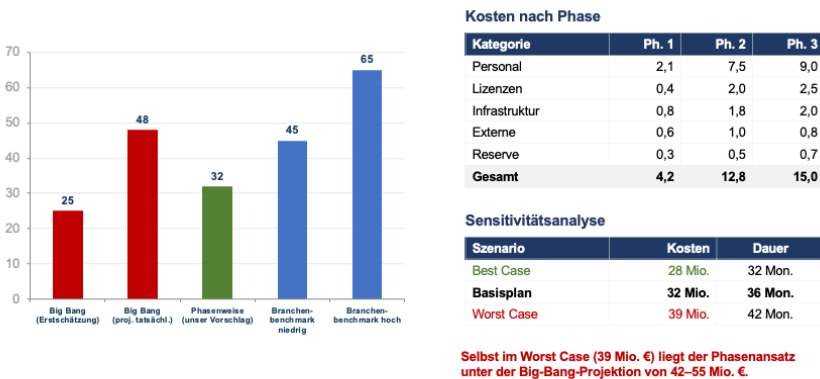


Abbildung 6. Folie 15: Resolution: Architekturprogression des Strangler-Fig-Ansatzes

Der Kostenvergleich (Folie 19) beweist die wirtschaftliche Tragfähigkeit: 32 Mio. € für den Phasenansatz vs. projizierten rund 48 Mio. € für Big Bang vs. 45–65 Mio. € Branchenbenchmark. Rechts eine Sensitivitätsanalyse: Selbst im Worst Case liegt der Phasenansatz unter der Big-Bang-Projektion.

Die Gesamtinvestition von 32 Mio. € über 36 Monate schneidet gegenüber dem Branchenbenchmark von 45–65 Mio. € günstig ab



Quellen: Führendes Analytischenhaus, IT Key Metrics Data 2024; Branchenstudie IT-Projektisiken 2023; interne Meridian-Schätzung (CTO-Büro)

Abbildung 7. Folie 19: Kostenvergleich mit Branchenbenchmark und Sensitivitätsanalyse

Wenn Sie diese fünf Folien betrachten, fällt Ihnen vielleicht auf, wie anders sie wirken als die „Digitalisierungsstrategie 2025“-Folie weiter oben. Jede Folie hat eine Aussage als Überschrift, kein Thema. Jede Grafik belegt die Aussage, nicht umgekehrt. Und wenn Sie nur die fünf Überschriften hintereinander lesen, ergibt sich bereits eine schlüssige Geschichte. Das ist kein Zufall. Das ist Technik. Und genau diese Technik werden wir in den folgenden Kapiteln Schritt für Schritt auseinandernehmen.

1.4: Das Problem, das dieses Buch löst

Gehen Sie in eine Buchhandlung, physisch oder digital, und suchen Sie nach Büchern über Präsentationen. Sie werden Dutzende finden. Die meisten davon bringen Ihnen bei, ein besserer *Redner* zu sein: Wie Sie Lampenfieber überwinden, wie Sie Blickkontakt halten, wie Sie Ihre Stimme modulieren, wie Sie eine Bühne bespielen. Das sind nützliche Fähigkeiten, keine Frage. Aber sie lösen ein Problem, das die meisten Leser dieses Buches gar nicht haben.

Denn Ihr Problem ist nicht, dass Sie nervös vor Publikum stehen. Ihr Problem ist, dass Sie am Donnerstagabend vor einem leeren PowerPoint sitzen und bis Montag ein Deck brauchen, mit dem ein Lenkungsausschuss eine Architekturentscheidung treffen soll. Oder dass Sie einen Statusbericht für den Vorstand bauen müssen, der auf 15 Folien erklären soll, warum das Programm zwar im Zeitplan liegt, aber das Budget um 20% überschritten wird, und warum das trotzdem die richtige Entscheidung war. Oder dass Sie eine Strategieempfehlung formulieren müssen, die drei verschiedene Optionen vergleicht und am Ende eine klare Empfehlung ausspricht, die auch dann noch überzeugt, wenn Sie nicht im Raum sind, um sie zu erklären.

Dieses Buch bringt Ihnen bei, ein *Dokument zu bauen, das argumentiert*. Das ist etwas fundamental anderes als eine Rede zu halten, die inspiriert.

Zen-Decks und Beraterdecks: Zwei Welten

Es gibt im Wesentlichen zwei Traditionen, wie man Foliensätze baut, und sie könnten unterschiedlicher kaum sein.

Die eine Tradition stammt aus der Welt der Konferenzvorträge und Keynotes. Garr Reynolds hat sie in seinem einflussreichen Buch „Presentation Zen“ populär gemacht [Reynolds 2019]: Große Bilder, wenig Text, emotionale

Wirkung. Eine Folie zeigt ein einzelnes Foto eines Berggipfels, und der Redner erzählt dazu die Geschichte vom Aufstieg. Das funktioniert hervorragend, wenn Sie auf einer Bühne stehen, 45 Minuten Zeit haben und Ihr Ziel ist, dass das Publikum inspiriert den Saal verlässt.

Die andere Tradition stammt aus den großen Strategieberatungen. Ein McKinsey-Deck sieht völlig anders aus: Jede Folie hat eine vollständige Aussage als Überschrift, darunter Daten, Analysen, Strukturen. Das Deck ist so gebaut, dass es auch ohne Vortragenden funktioniert, weil der Vorstand es vielleicht am Sonntagabend im Flieger liest, ohne dass jemand daneben sitzt und erklärt. Das Ziel ist nicht Inspiration, sondern eine Entscheidungsgrundlage.

Beide Ansätze haben ihre Berechtigung. Aber die meisten Präsentationsbücher und -kurse behandeln ausschließlich den ersten Ansatz. Sie predigen „weniger Text auf der Folie“ und „Bilder statt Aufzählungen“, als wäre das ein universelles Gesetz. Für einen Konferenzvortrag stimmt das. Für ein Deck, das einen CIO davon überzeugen soll, 12 Millionen Euro in eine Plattformmigration zu investieren, ist es ein Rezept für ein Desaster. Stellen Sie sich vor, Sie zeigen dem Vorstand ein Foto eines Berggipfels und sagen dazu: „Unsere Legacy-Plattform ist der Abgrund, und die Cloud ist der Gipfel.“ Die Reaktion wäre vermutlich nicht Inspiration.

Wann Sie was brauchen

Die ehrliche Antwort ist: Es kommt drauf an. Und zwar auf den Kontext, nicht auf Ihre persönliche Vorliebe.

Keynotes und Konferenzvorträge: Hier ist das Zen-Deck goldrichtig. Sie stehen auf der Bühne, Sie sind der Hauptdarsteller, die Folien sind Kulisse. Wenig Text, starke Bilder, emotionale Ankerpunkte. Das Publikum soll sich an Sie erinnern, nicht an Folie 17.

Workshops und Arbeitssitzungen: Hier brauchen Sie etwas dazwischen. Folien, die genug Struktur bieten, um eine Diskussion zu lenken, aber nicht so dicht sind, dass sie die Diskussion ersetzen. Oft sind es Frameworks, Modelle, vorbereitete Fragen. Das Deck ist Arbeitsmaterial, kein Vortrag und keine Entscheidungsvorlage.

Statusberichte: Hier beginnt das Beraterdeck-Territorium. Ein Statusbericht muss auch für jemanden verständlich sein, der nicht im Meeting war. Er muss Fakten liefern, Abweichungen erklären und Handlungsbedarf

aufzeigen. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ stimmt hier nur, wenn das Bild ein sauber beschriftetes Gantt-Chart ist.

Entscheidungsvorlagen: Das ist das Kerngebiet dieses Buches. Ein Entscheidungsdeck muss ein Problem beschreiben, Optionen analysieren, Kriterien anlegen und eine Empfehlung aussprechen. Und das alles so, dass ein Entscheider, der das Thema zum ersten Mal sieht, nach 15 Folien genug verstanden hat, um eine informierte Entscheidung zu treffen. Das geht nicht mit großen Bildern und wenig Text. Das geht mit Struktur, Argumentation und Präzision.

Strategieempfehlungen: Die Königsdisziplin. Hier müssen Sie nicht nur überzeugen, sondern auch zeigen, dass Sie alle relevanten Aspekte durchdacht haben. Ein Strategiedeck, das eine wesentliche Gegenposition ignoriert, wird im Lenkungsausschuss zerlegt, und das zu Recht.

Die Technik, die Sie in diesem Buch lernen, ist primär für die letzten drei Kategorien gedacht. Wenn Sie Keynotes halten wollen, lesen Sie Garr Reynolds. Wenn Sie Entscheidungen herbeiführen wollen, lesen Sie weiter.

Warum diese Konventionen existieren

Eine berechtigte Frage: Warum sollte man sich an die Konventionen halten, die McKinsey, BCG und Bain entwickelt haben? Sind das nicht willkürliche Regeln einer Branche, die ohnehin dafür bekannt ist, Selbstverständlichkeiten in teure Folien zu verpacken?

Nein. Diese Regeln sind nicht willkürlich, und sie sind auch nicht aus ästhetischen Gründen entstanden. Sie sind unter einem sehr spezifischen Druck entstanden: dem Druck skeptischer Vorstände, die wenig Zeit und hohe Erwartungen haben.

Wenn ein Partner bei McKinsey einen CEO berät, hat er typischerweise 30 bis 60 Minuten. In dieser Zeit muss er ein komplexes Problem erklären, eine Analyse präsentieren und eine Empfehlung aussprechen, gegenüber jemandem, der das Thema nicht im Detail kennt, aber sehr genau weiß, welche Fragen er stellen muss. Wenn die Storyline nicht trägt, merkt der CEO das nach drei Folien. Wenn die Daten nicht stimmen, merkt er es nach einer Rückfrage. Wenn die Empfehlung nicht fundiert ist, gibt es keine zweite Chance.

Unter diesem Druck haben die großen Beratungen über Jahrzehnte Techniken entwickelt und verfeinert, die genau ein Ziel haben: in begrenzter

Zeit mit maximaler Klarheit überzeugen. Action Titles, damit man die Geschichte schon an den Überschriften ablesen kann. Das Pyramidenprinzip, damit die wichtigste Aussage zuerst kommt. MECE-Strukturierung, damit nichts Wesentliches fehlt und nichts doppelt vorkommt. Storyline-Architektur, damit das Deck eine logische Gedankenkette aufbaut statt eine lose Foliensammlung zu sein.

Das sind keine Stilvorschriften. Das sind Werkzeuge, die unter Feuer getestet wurden. Sie funktionieren nicht, weil McKinsey sie erfunden hat, sondern McKinsey hat sie beibehalten, weil sie funktionieren.

Für wen dieses Buch ist

Dieses Buch ist für Menschen, die Decks für Entscheider bauen, nicht für Konferenzbühnen.

Konkret: Enterprise Architects, die eine Zielarchitektur vor einem Architecture Review Board verteidigen müssen. IT-Manager, die ihrem Bereichsleiter erklären müssen, warum ein Projekt mehr Budget braucht. Projektleiter, die einen Lenkungsausschuss durch eine schwierige Statuslage navigieren müssen. Solution Architects, die eine Technologieentscheidung so aufbereiten müssen, dass auch Nicht-Techniker sie nachvollziehen können.

Menschen also, die in Unternehmen arbeiten, typischerweise in großen Unternehmen, häufig in regulierten Branchen, und deren Folien nicht auf Twitter geteilt werden, sondern in SharePoint-Bibliotheken landen. Menschen, deren Decks nicht mit Applaus belohnt werden, sondern mit Freigaben, Budgets und Go-Entscheidungen. Und auch Menschen, die erfahren genug sind, um zu wissen, dass ein schlechtes Deck nicht nur Zeit verschwendet, sondern Entscheidungen verzögert, Projekte gefährdet und im schlimmsten Fall dazu führt, dass die richtige Empfehlung abgelehnt wird, weil sie schlecht präsentiert wurde.

Wenn Sie sich in dieser Beschreibung wiedererkennen, sind Sie hier richtig.

1.5: Promise to the Reader

Dieses Buch wird Ihnen nicht beibringen, wie man hübsche Folien malt. Es wird Ihnen beibringen, wie man mit Folien überzeugt. Der Unterschied ist größer, als er klingt, und er entscheidet darüber, ob Ihr Deck zu einer Entscheidung

führt oder in einer Endlosschleife aus Rückfragen und Überarbeitungen landet. Konkret werden Sie nach der Lektüre in der Lage sein, folgende Dinge zu tun:

- **Folien bauen, die argumentieren**, nicht nur informieren. Jede Folie wird eine Schlussfolgerung haben, nicht nur eine Überschrift. Das ist der Unterschied zwischen einem Deck, das Ihr Publikum durch eine Gedankenkette führt, und einem, das Informationen aufhäuft und hofft, dass der Zuhörer sich den roten Faden selbst zusammensucht. Das Ergebnis: Entscheidungen statt Rückfragen.
- **Eine Storyline entwickeln**, bevor Sie PowerPoint überhaupt öffnen. Sie werden wissen, warum „Situation, Komplikation, Lösung“ keine Theorie ist, sondern der schnellste Weg zu einem überzeugenden Deck. Viele Decks scheitern nicht an schlechten Folien, sondern daran, dass niemand vorher darüber nachgedacht hat, welche Geschichte eigentlich erzählt werden soll. Wer die Storyline zuerst baut, merkt schon nach zehn Minuten, ob die Argumentation trägt, statt nach drei Tagen Folienproduktion festzustellen, dass das Deck keinen Punkt hat.
- **Action Titles schreiben**, die den „Blättertest“ bestehen: Wer nur die Überschriften liest, versteht trotzdem die ganze Geschichte. Das klingt nach einer Kleinigkeit, ist aber die wirkungsvollste Einzeltechnik in diesem Buch. Action Titles (aka Punch Lines) zwingen Sie, auf jeder Folie eine klare Aussage zu formulieren. Damit verschwinden automatisch die Folien, die eigentlich nichts sagen, und Ihr Deck wird kürzer, schärfer und überzeugender.
- **Daten sauber visualisieren**: mit dem richtigen Diagrammtyp, glaubwürdigen Achsen und einer Botschaft, die man in 3 Sekunden erfasst. Ein Diagramm ohne klare Botschaft ist Dekoration. Ein Diagramm mit der falschen Darstellungsform ist noch problematischer, weil es eine Aussage suggeriert, die die Daten gar nicht hergeben. Beherrschen Sie die Grundregeln der Datenvisualisierung, bauen Sie Folien, denen man vertraut – statt Folien, die man hinterfragt.
- **Den Unterschied kennen** zwischen einem Deck, das man vorlesen muss, und einem, das für sich selbst spricht: und wissen, wann Sie welches brauchen. Ein Vorstandsdeck, das ohne Vortragenden unverständlich ist, hat ein Problem. Ein Workshop-Deck, das alles ausformuliert, hat ein anderes. Beide Formate zu beherrschen bedeutet, das Deck an den Kontext anzupassen, statt jedes Mal das gleiche Allzweck-Format zu verwenden, das nirgends richtig funktioniert.

- **Weniger Zeit verschwenden.** Erst denken, dann strukturieren, dann gestalten–das ergibt bessere Decks in der Hälfte der Zeit. Die meisten Menschen öffnen PowerPoint als Erstes und fangen an, Folien zu schieben. Das Ergebnis sind drei Versionen, zwei Nachtschichten und ein Deck, das trotzdem nicht überzeugt. Die Methoden in diesem Buch drehen die Reihenfolge um und sparen damit nicht nur Zeit, sondern auch Nerven. Und zwar sowohl den Personen, die die Folien erstellen als auch denen, die das Deck konsumieren.

Wenn Sie dieses Buch durchgearbeitet haben und den Inhalt beachten, werden Sie Präsentationen bauen, bei denen Ihr Publikum nach 5 Folien weiß, was Sache ist, und nach 15 Folien bereit ist zu entscheiden.

1.6: Überblick über das Buch

Das Buch ist in fünf Teile gegliedert:

Teil A: Warum Beraterfolien funktionieren. Vor diesem Teil befinden wir uns noch. Teil A legt kurz das Fundament. Kapitel 2 seziiert die Anatomie von Beraterfolien und zeigt, was genau sie von normalen Folien unterscheidet.

Teil B: Denken vor dem Gestalten behandelt die intellektuelle Vorarbeit, bevor Folien in Ihrem Zeichentool wie Powerpoint entstehen. Oft werden Sie diese Schritte im Kopf vollziehen, auch ohne die Phase explizit zu durchlaufen. Das hängt von der Größe des Themas ab, das Sie behandeln. Wenn es um einen einzelnen ADR geht, wird die Phase neben dem Schreiben der Folien im Kopf ablaufen. Wenn Sie große Themen angehen, wie zum Beispiel eine organisatorische Umgestaltung eines Bereiches mit hunderten Mitarbeitern, dann werden Sie diese Phase explizit durchlaufen und sich erst einmal diverse Zwischenergebnisse erzeugen, bevor Sie sich an den Rechner setzen und Folien bauen.

Der Teil behandelt Techniken für die Ausarbeitung der „Geschichten“ hinter Foliensätzen, wie das Pyramidenprinzip (Kapitel 3), Hypothesenbäume und Issue Trees (Kapitel 4) bis zur Storyline-Architektur (Kapitel 5), den Action Titles (Kapitel 6) und der Publikumsanalyse auf Beraterart (Kapitel 7).

Teil C: Das Handwerk der Beraterfolien geht ins Detail der einzelnen Folie. Es handelt sich dabei um Dinge, die immer wieder gerne falsch gemacht werden, und Regeln und Praktiken dafür, wie man es besser machen kann.

Sie werden hier Dinge lesen über Lead-Ins und die Fünf-Teile-Architektur von Foliensätzen (Kapitel 8), Konzeptfolien (Kapitel 9), Datenfolien (Kapitel 10), Formatierung und visuelle Konsistenz (Kapitel 11) und Distinctiveness Practices (Kapitel 12).

Teil D: Das Deck bauen zeigt den Weg vom sog. Geisterdeck zum fertigen Produkt (Kapitel 13), stellt gängige Decktypen und ihre Muster vor (Kapitel 14), seziert ein echtes Beraterdeck anhand einer Fallstudie (Kapitel 15) und deckt die Qualitätssicherung mit fünf Review-Checklisten ab (Kapitel 16).

Teil E: Jenseits der Folie blickt über die reine Deckproduktion hinaus: wie man ein Beraterdeck präsentiert (Kapitel 17), wann die Methode nicht hilft (Kapitel 18) und was sich im Zeitalter der KI verändert (Kapitel 19).

Als durchgängiges Referenzbeispiel dient das Meridian-Deck (Anhang A), eine Strategieempfehlung für den Vorstand einer Versicherung, die alle Techniken dieses Buches anwendet. Die fünf Schlüsselfolien haben Sie im vorigen Abschnitt bereits gesehen.

Teil A - Warum Beraterfolien funktionieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

2: Anatomie von Beraterfolien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

2.1: Die drei Schichten jeder Beraterfolie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

2.2: Wie das Auge eine Beraterfolie liest

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

2.3: Der Blättertest

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

2.4: Die Folie als Argumentationseinheit

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Teil B - Denken vor dem Gestalten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3: Mit der Antwort beginnen: Das Pyramidenprinzip auf einer Seite

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.1: Barbara Mintos Kernidee in fünf Minuten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.2: Top-down vs. Bottom-up: Warum Berater mit der Antwort anfangen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.3: Die Pyramide an einem konkreten Beispiel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.4: MECE: Überschneidungsfrei und vollständig

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.5: Induktiv oder deduktiv?

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.6: Der Frage-Antwort-Dialog

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.7: Die vertikale und die horizontale Logikprobe

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

3.8: Ein typischer Fehler: Tätigkeiten statt Argumente

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4: Von der Frage zur Struktur: Hypothesenbäume und Issue Trees

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.1: Das Problem Statement Worksheet

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.2: Von der Frage zum Issue Statement

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.3: Hypothesenbäume: Wenn man genug weiß, um zu vermuten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.4: Issue Trees: Wenn man noch zu wenig weiß

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.5: Priorisierung: Nicht alles ist gleich wichtig

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

4.6: „Get to paper quickly“: Der erste Entwurf darf unvollständig sein

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5: Die Storyline: Von der Pyramide zur Erzählung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.1: Was Struktur allein nicht kann

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.2: SKL: Die Grundstruktur jeder Beratergeschichte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.3: Die SKFA-Variante: Wenn die Frage explizit sein soll

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.4: Das Geisterdeck: Die Storyline sichtbar machen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.5: Storyline vs. Agenda: Der entscheidende Unterschied

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.6: Wie die Storyline auf die Folienstruktur abbildet

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.7: Die Eröffnung: Warum die ersten drei Folien entscheiden

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.8: Die iterative Schleife: Wie ein Deck wirklich entsteht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.9: Wenn die Storyline kippt: Warnsignale

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

5.10: Genug Planung. Bauen.

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6: Action Titles: Die wichtigste Einzelfähigkeit

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.1: Was ein Action Title ist und was er nicht ist

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.2: Die Grammatik des Action Titles

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.3: Länge: Eine Botschaft pro Folie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.4: Der Zeitungstest

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.5: Die Konsistenzregel: Was im Titel steht, muss im Schaubild stehen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.6: Zehn Folientitel: vorher und nachher

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.7: Die „So what?“-Probe

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.8: Fortgeschrittenes: Action Titles als Übergänge

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

6.9: Warum es sich lohnt, Action Titles ernst zu nehmen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7: Was Sie als Berater über Ihr Publikum wissen sollten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.1: Drei Fragen, bevor die erste Folie entsteht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.2: Pyramidentiefe: Wie viel Beweis braucht dieses Publikum?

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.3: Die vier Schreiberrollen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.4: Das vorverkabelte Deck

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.5: Das unbequeme Deck

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.6: Den Raum navigieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.7: Die Absicherungsfolie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

7.8: Der Unterschied zwischen Schreiben und Kommunizieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Teil C - Das Handwerk der Beraterfolien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8: Lead-Ins, Deckstruktur und die Fünf-Teile-Architektur

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8.1: Der Lead-In: die Brücke vom Titel zum Schaubild

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Wann der Lead-In nötig ist, und wann nicht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8.2: Die Fünf-Teile-Architektur

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Die Titelfolie: weniger ist mehr

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Die Executive-Summary-Folie: die SKL-Miniatur

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Abschnittsteiler: Orientierung ohne Erzählunterbrechung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Empfehlungsfolie: Was, Wer, Bis wann

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Implementierungsfragen: das stille Bewusstsein

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Der Appendix: das Gedächtnis des Decks

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Nummerierung und Navigation

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8.3: Das Meridian-Deck als Archetyp

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8.4: Warum diese Reihenfolge funktioniert

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

8.5: Was vor dem ersten Schaubild entschieden sein muss

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9: Schaubildgestaltung: Konzeptfolien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.1: Die Folie, die alles zeigte und nichts sagte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.2: Was eine Konzeptfolie leisten soll

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.3: Die Grammatik visueller Elemente

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.4: Die sechs Grundtypen als Werkzeugkasten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.5: Wenn das Template die Botschaft ersetzt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.6: Erst die Botschaft, dann das Schaubild

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.7: Die Meridian-Folie, zweiter Versuch

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.8: Wo man 150 weitere Typen findet

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

9.9: Handwerk bedeutet Entscheiden

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10: Schaubildgestaltung: Datenfolien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.1: Die Folie, die nicht log und trotzdem täuschte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.2: Die drei Mechanismen des unbeabsichtigten Betrugs

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.3: Zelaznys Methode: Botschaft zuerst

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.4: Die drei Typen, die 80 Prozent der Fälle abdecken

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.5: Ein Wort über die anderen neun

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.6: Anatomie eines glaubwürdigen Diagramms

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.7: Die “1 Botschaft”-Regel und die Rolle von Annotationen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

10.8: Datenintegrität als Handwerk

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11: Visuelle Konsistenz und Formatierung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.1: Das Template als Vertrag

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.2: Die Schrift-Entscheidung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.3: Farbe ist Funktion, nicht Dekoration

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.4: Weißraum, das unterschätzteste Gestaltungsmittel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.5: Das Raster

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.6: Die 3-Sekunden-Regel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.7: Ein Sünden katalog

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.8: Was das Meridian-Deck tut und was es nicht tut

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.9: Die Referenzkarte als Werkzeug

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

11.10: Konsistenz ist Disziplin

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12: Perspektiven schärfen: Die vier Distinctiveness Practices

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.1: Warum gute Technik allein nicht reicht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.2: Expand: Mehrere Brillen aufsetzen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.3: Link: Aus Datenpunkten Muster machen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.4: Distill: Mut zur Weglassung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.5: Challenge: Beunruhigend weit zurücktreten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.6: Wie die vier Practices zusammenspielen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

12.7: Die Practices in den Arbeitsprozess integrieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Teil D - Das Deck bauen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13: Vom Geisterdeck zum fertigen Produkt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.1: Der POWER-Workflow

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.2: P wie Profile: den Auftraggeber und das Publikum verstehen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.3: O wie Organise: Pyramide und Storyline

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.4: W wie Write: das Geisterdeck

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.5: Drei Wege zum Geisterdeck

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.6: Das Geisterdeck-Review: der wichtigste Quality-Gate

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.7: Die Einfach-losschreiben-Regel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.8: E und R: Der Review-Zyklus

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.9: Das Zeitmanagement: die 40-30-20-10-Regel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.10: Die persönliche Folienbibliothek

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

13.11: Der Workflow als Gerüst, nicht als Korsett

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14: Gängige Decktypen und ihre Muster

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.1: Das Grundgerüst, das für alle gilt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.2: Die Strategieempfehlung: Wenn man das Rennen gewinnen will

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.3: Das Projekt-Statusupdate: Die Kunst des Weglassens

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.4: Der Architecture Decision Record als Deck: Strukturiertes Denken für technische Entscheidungen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.5: Der Business Case: Wenn der Anwalt mitliest

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.6: Leseexemplar und Vortragsdeck: Warum man manchmal zwei Dokumente braucht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.7: Die 3-Folien-Version: Zuerst verdichten, dann ausbauen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

14.8: Was die Decktypen gemeinsam haben und was nicht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15: Ein echtes Beraterdeck sezieren: Die USPS-Fallstudie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.1: Die Krise, die niemand ignorieren konnte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.2: Die SKL-Storyline des Decks

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.3: Progressive Disclosure: Das Basisszenario zuerst

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.4: Action Titles: Was gute Folientitel wirklich leisten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.5: Datenfolien: Wasserfälle, Szenarien und quantifizierter Impact

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.6: MECE-Strukturierung der Empfehlungen: Was es leistet und wo es endet

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.7: Was dieses Deck von einem durchschnittlichen Strategiedeck unterscheidet

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.8: Was man von einem politisch unbequemen Deck lernt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

15.9: Die Grenzen der Fallstudienanalyse

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16: Qualitätssicherung: Die fünf Review-Checklisten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.1: Warum die Reihenfolge zählt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.2: Checkliste 1: Relevanz und Vollständigkeit

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.3: Checkliste 2: Kürze und Klarheit

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.4: Checkliste 3: Überzeugungskraft und Stil

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.5: Checkliste 4: Ton und Zielgruppenpassung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.6: Checkliste 5: Schlussredaktion

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.7: Die fünf Folien, die man immer streichen sollte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.8: Was eine starke Schlussfolie ausmacht

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.9: Der „Frische-Augen“-Check

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

16.10: Warum der Prozess mehr ist als die Checklisten

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Teil E - Jenseits der Folie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17: Ein Beraterdeck präsentieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.1: Die Unterbrechung als Qualitätsmerkmal

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.2: Den Raum lesen, nicht die Folie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.3: Der Parkplatz

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.4: Zu Backup-Folien navigieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.5: Wenn der CEO vorblättert

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.6: Remote-Präsentationen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.7: Der Vorab-Versand

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.8: Vorbereitung und Stresstest

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

17.9: Was bleibt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

18: Wann die Methode nicht hilft

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

18.1: Wenn Überzeugung das falsche Ziel ist

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

18.2: Wenn der Action Title die Brücke verbrennt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

18.3: Wenn das Problem noch keine These hat

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

18.4: Was bleibt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19: Beraterfolien im Zeitalter der KI

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.1: Das Paradox des Verstärkers

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.2: Was KI-Tools heute können

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.3: Was KI-Tools nicht können

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.4: KI in den POWER-Workflow integrieren

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.5: Das neue Rauschen

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.6: Die Prinzipien werden wichtiger, nicht unwichtiger

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

19.7: Was bleibt

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

Teil F – Anhang

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

20: Das Meridian-Deck – Alle 31 Folien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

20.1: Folienübersicht und Export-Zuordnung

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

20.2: Der Blättertest: Nur die Action Titles

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

20.3: Die einzelnen Folien

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

21: Die Geisterdeck-Vorlage

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

21.1: Die Vorlage

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

21.2: Gebrauchsanweisung: Drei Durchläufe

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

21.3: Das Geisterdeck-Review

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

21.4: Das ausgefüllte Meridian-Beispiel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22: Action-Title-Spickzettel

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.1: Strategie

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.2: IT und Architektur

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.3: Finanzen und Controlling

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.4: Operations und Prozesse

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.5: Regulierung und Governance

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.6: Personal und Organisation

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

22.7: Gebrauchshinweis

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

23: Diagrammtyp-Entscheidungsbaum

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

24: Die zwölf Berater-Spezialcharts

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

24.1: Die Berater-Spezialcharts erläutert

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

24.2: Warum man einen guten Master verwenden sollte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

25: Formatierungs-Referenzkarte

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.

26: Literatur

Dieser Inhalt ist in der Leseprobe nicht verfügbar. Das Buch kann bei Leanpub unter <https://leanpub.com/slides> gekauft werden.