

Ist ein Elevator Pitch ein Businessplan?

Nein! Ein Businessplan befasst sich umfassend – auf gut und gerne 30 oder gar mehr Seiten – mit Ihrer Geschäftsidee. Alle für die Gründung und das Unternehmen relevanten Punkte werden im Businessplan detailliert herausgearbeitet und zum Abschluss in einer maximal zweiseitigen Executive Summary auf den Punkt gebracht. Wenn Sie sich nun die Executive Summary weiter heruntergekürzt auf knappe zwei Minuten vorstellen – das ist das Rohmaterial für einen Elevator Pitch. Somit lässt sich sagen, dass der Businessplan die Grundlage für den Elevator Pitch schafft.

2. Was gehört in einen Elevator Pitch?

Der Aufbau eines Elevator Pitches kann je nach Team und Geschäftsmodell stark variieren – wichtig ist jedoch, dass folgende Kernaspekte in den 120 Sekunden thematisiert werden:

- Problem definieren
- Lösung präsentieren
- Erläutern Sie, warum Ihr Team dafür geeignet ist, die Idee umzusetzen
- Angebot an den Investor
- Was brauchen Sie zur Umsetzung? (Call to Action (CTA))

Dies ist jedoch nur eine Möglichkeit, einen Elevator Pitch zu gestalten. Um ihre Geschäftsidee zu präsentieren, können Gründer aber auch zu Methoden wie der Motivations-Sequenz von Alan Monroe greifen:

- Bedarf herstellen
- Bedarf befriedigen
- Nutzen visualisieren

3. Tipps & Tricks für einen erfolgreichen Pitch

Bei Venture Capital Veranstaltungen präsentieren sich in der Regel zehn bis 20 verschiedene Gründer. Um in dieser Menge aufzufallen, sollten Gründer mit einer interessanten Präsentation überzeugen. Viele stellen sich daher die Frage: Wie pitchte ich richtig? Vorab die gute Nachricht: Die Grundlage beim Elevator Pitch haben Sie mit dem Executive Summary bereits erstellt. Die Zusammenfassung des Businessplans beinhaltet alle wesentlichen inhaltlichen Elemente für den Elevator Pitch. Nun gilt es, die Executive Summary weiter zu schröpfen, zu filtern und den Kern der Geschäftsidee sexy zu verpacken. Seien Sie innovativ, lustig, unterhaltsam oder ganz einfach anders – alles, außer langweilig!

Die aus dem Marketing stammende AIDA-Formel kann Start-ups dabei helfen, einen überzeugenden Elevator Pitch zu erstellen:

#1 Nutzen Sie die AIDA-Formel**• A für Attention: Aufmerksamkeit erlangen**

Die ersten Momente entscheiden in den meisten Fällen über Erfolg oder Misserfolg eines Elevator Pitches. Umso wichtiger ist es, dass Start-ups die Aufmerksamkeit des Publikums direkt ab Sekunde eins auf sich ziehen – und nicht mehr loslassen. Versuchen Sie, das Publikum auf besondere Art und Weise zu überraschen oder anzusprechen. Elevator Pitches können bspw. hervorragend mit einem kontroversen Statement, einer Frage oder beeindruckenden Fakten eingeleitet werden. Der Kreativität sind dabei keinerlei Grenzen gesetzt, solange dies in einem professionellen Rahmen geschieht und das Zeitlimit nicht sprengt.

- **I für Interest: Interesse der Zuhörer**

Nachdem die Aufmerksamkeit beim Start-up liegt, gilt es, die wichtigsten Fakten der Executive Summary kurz und knackig zu präsentieren. Achten Sie darauf, dass zwar wichtige Daten und Fakten räsentiert werden, diese aber durch gedankliche Bilder, Vergleiche und Beispiele lebendig dargestellt werden.

- **D für Desire: Verlangen wecken**

Nicht vergessen – es geht ums Geschäft! Ein Venture Capitalist steigt nur ein, wenn die Geschäftsidee attraktiv erscheint. Zeigen Sie, warum es attraktiv ist, in das Unternehmen einzusteigen – frei nach dem Motto: "Show me the money".

- **A für Action: Auf Los gehts los!**

Machen Sie dem Publikum klar, dass Sie bereit sind, loszulegen. Die nächsten Schritte sollten nun aufgezeigt werden. Eine kurze Zusammenfassung, warum gerade die eigene Idee finanziert werden soll, sollte auch noch ergänzt werden. Klares Ziel des Elevator Pitch ist es, dass ein Folgegespräch resultiert.

#2 Vorbereitung ist alles

Eine gute Vorbereitung ist das A und O eines gelungenen Pitches. Die eigene Geschäftsidee sollte zunächst immer mit dem Schwerpunkt des Pitching Events zusammenpassen. Der nächste Schritt nach der Auswahl vom und Bewerbung beim Event ist die Vorbereitung des eigentlichen Elevator Pitches. Hier sollten Gründer sich unbedingt an die Zeitvorgaben halten; überzogen werden darf nicht. Daher sollten Sie den Pitch mehrmals und auch von anderen beobachtet durchspielen. So können Sie sich nach und nach an das Zeitlimit herantasten und zugleich erstes Feedback einholen.

#3 Reißen Sie das Publikum mit!

Erinnern Sie sich an die drögen Vorträge aus der Schulzeit, bei denen Sie fast eingeschlafen wären? Genau das sollte mit einem Elevator Pitch keinesfalls passieren! Die Leidenschaft für die eigene Geschäftsidee und das Engagement sollte sich auf das Publikum übertragen. Und das klappt am besten, wenn man den Pitch ansprechend und verständlich gestaltet.

#4 Kein Fachjargon

Halten Sie Ihren Pitch so verständlich, dass man kein Experte sein muss, um diesen zu verstehen. Nicht jeder Investor kennt sich mit jedem Thema aus, und auf Pitching Events sind meistens Vertreter verschiedener Branchen versammelt.

#5 Verschiedene Medien testen

Probieren Sie anstatt der klassischen und eher langweiligen PowerPoint-Präsentation doch mal etwas Neues aus! So kann ein interaktiver Elevator Pitch, bei dem eine Flip Chart für eine Skizze oder Stichpunkte genutzt werden, wesentlich interessanter sein als eine Standard-Präsentation. Auch ein kurzer, gut gemachter Film ist in der Regel geeignet, um das Interesse der Zuschauer zu wecken. Wichtig ist auch die Art und Weise, wie Start-ups sich und ihre Geschäftsidee präsentieren – ein Interview oder ein Dialog sind nicht Standard und deswegen spannender als ein einfacher Monolog. Solche Techniken lassen sich übrigens auch gut bei einem digitalen Elevator Pitch, etwa über Zoom, einsetzen. Zur Inspiration kann es hilfreich sein, sich Elevator Pitch Beispiele von erfolgreichen Gründern anzuschauen.

#6 Freies Sprechen ist Gold

Der vielleicht wichtigste Punkt: freies Sprechen! Selbst die spannendste Geschäftsidee haut niemanden vom Hocker, wenn sie abgelesen wird und die Sprecher in den wenigen Sekunden

des Elevator Pitches ein Blatt vor das Gesicht halten. Hier kommt Tipp #2 zum Tragen: Vorbereitung ist alles! Wenn Gründer ihre Präsentation nicht auf dem Effeff können, sondern ablesen müssen, sollten sie vermutlich noch etwas mehr Zeit in die Planung stecken.

Natürlich haben Start-ups viele Informationen zu Ihrer Geschäftsidee parat, die mitgeteilt werden wollen. Doch der Elevator Pitch heißt nicht umsonst, wie er eben heißt, und das bedeutet: Stampfen Sie die Geschäftsidee auf so wenige Sätze wie möglich und so viele wie nötig zusammen. Sobald ein Investor angebissen hat, werden Sie bald Gelegenheit haben, Ihren Pitch auszuführen.

#7 Ein starkes Team präsentieren

Spricht man mit erfahrenen Investoren, dann ist für viele das Gründer-Team sogar noch wichtiger als die eigentliche Geschäftsidee (die aber natürlich trotzdem überzeugen muss). Denn selbst die beste Idee taugt nichts, wenn das Team nicht in der Lage ist, diese erfolgreich umzusetzen. Planen Sie deshalb auch unbedingt einen Slot im Elevator Pitch für die Kurvorstellung des Teams ein, in dem erläutert wird, warum gerade diese Personen die richtigen für die jeweilige Position im Unternehmen sind.

#8 Storytelling nicht vergessen

Storytelling wird immer wichtiger: Investoren wollen neben Zahlen und Fakten, die gerade am Anfang der Gründung häufig nur vage Schätzungen oder unsichere Prognosen sind, eben auch in eine spannende Story investieren, die zukünftiges Wachstum verspricht und Emotionen weckt. Zur Story gehören neben einem spannenden Geschäftsmodell auch eine gute Eigendarstellung und eine perfekte Präsentation des Teams und dessen Zusammensetzung. Ihre Story sollte sich durch den gesamten Pitch ziehen wie ein roter Faden, z. B. angefangen mit einer spannenden Frage oder einem Problem, das während des Pitches gelöst wird.

#9 In der Kürze liegt die Würze

Zum Schluss noch mal ein Hinweis auf die Länge: Gestalten Sie Ihren Elevator Pitch so schlank und kurz wie möglich und so lang wie nötig. Streichen Sie Füllwörter und rhetorische Fragen und vermeiden Sie es, die Aufmerksamkeitsspanne Ihrer Zuhörer überzustrapazieren – und das unabhängig von der Dauer Ihres Elevator Pitches.

#10 Bonustipp: Der Social Media Pitch

Von Pitch zu Pitch zu rennen, ist für die wenigsten Start-ups sinnvoll. Anstatt viele Pitch-Events halbherzig zu besuchen, sollten Gründer sich besser auf einige wenige fokussieren und sich darauf dann optimal vorbereiten. Falls die Zeit für einen Vor-Ort-Pitch jedoch fehlen sollte – wie wäre es mit einem Social Media Pitch? Dies geht am besten über Business-Plattformen wie LinkedIn oder XING. Informieren Sie sich umfassend über den Entscheider und versuchen Sie, herauszufinden, welche Art der Ansprache hier am besten geeignet ist. Dann kontaktieren Sie diesen in einer *individualisierten* Direktnachricht. Vermeiden Sie unbedingt Massennachrichten! Diese wirken unseriös und sind nicht zielführend.

Bei all dem kann auch ein professionelles Pitchtraining helfen. Auch, sich selbst zu filmen, kann ein gutes Training sein, um Schwachstellen an der eigenen Präsentation aufzudecken.

TIPP:

Bereiten Sie Ihren Elevator Pitch vor und zeigen Sie Investoren, warum sie auf Ihre Geschäftsidee setzen sollen.