

## Infotext: Elevator Pitches

*Ein Elevator Pitch ist für Start-ups relevant, die auf eine Finanzierung durch Investoren oder Business Angels angewiesen sind. Auch gegenüber Medien, Mitarbeitern und Kunden hilft der Elevator Pitch, die eigene Idee schnell zu präsentieren.*

### **1. Elevator Pitch: die Basics**

In maximal zwei Minuten die eigene Geschäftsidee optimal verkaufen – darum geht es beim Elevator Pitch, oft auch als Elevator Speech, Management Pitch oder Investor Pitch bezeichnet. Hier bringen Gründer die Kernaspekte des Businessplans auf den Punkt, um im besten Fall Investoren oder Business Angels von ihrer Geschäftsidee zu überzeugen.

#### **Was ist ein Elevator Pitch?**

Der Elevator Pitch, der in den 1980er Jahren in den USA entstand, ist eine Technik, mit der man **innerhalb kürzester Zeit eine Idee überzeugend präsentieren und verkaufen** kann. Heutzutage wird der Elevator Pitch vor allem auf Venture Capital Veranstaltungen genutzt. Kapitalsuchende Unternehmen haben bei diesen Events die Möglichkeit, dem Publikum vorzustellen. Überzeugt der Elevator Pitch, folgt ein ausführlicheres Gespräch mit dem möglichen Kapitalgeber.

#### **Was unterscheidet einen Pitch von einem Elevator Pitch?**

Ein Elevator Pitch unterscheidet sich in einem zentralen Punkt von einem "herkömmlichen" Pitch: dem Zeitrahmen. Während der typische Elevator Pitch generell in rund 120 Sekunden abgehakt ist, dauert ein klassischer Pitch auf Basis des Pitch Decks länger.

#### **Wo kommt der Elevator Pitch zum Einsatz?**

Der Pitch und besonders der Elevator Pitch kommen nicht nur bei der Finanzierungssuche von Start-ups oder auch bereits bestehenden Unternehmen zum Einsatz, sondern auch im Vertrieb. Da Vertriebler häufig nur ein kleines Zeitfenster zur Verfügung haben, um Kunden vom Produkt oder der Dienstleistung zu überzeugen, werden auch hier alle Pitch-Techniken angewandt.

#### **Für wen macht man den Elevator Pitch?**

Insbesondere Venture Capital Gesellschaften mögen den Elevator Pitch, weil man sich innerhalb kürzester Zeit einen Überblick über die jeweilige Geschäftsidee verschaffen kann. Dementsprechend nutzen viele Venture Capitalists die Möglichkeit, auf VC-Events jeweils eine Reihe an Elevator Pitches anzuhören. Nach dem Elevator Pitch wird dann entschieden, welche Präsentation überzeugt hat und mit welchen Gründern man sich für ein persönliches Gespräch treffen möchte.

Aber auch für diejenigen Unternehmen, die kein VC-Geld benötigen, lohnt es sich, einen Elevator Pitch vorzubereiten. Schlussendlich müssen Sie Ihre Geschäftsidee nicht nur VC-Gesellschaften verkaufen, sondern ggf. auch andere Kapitalgeber wie Ihre Bank oder Geschäftspartner überzeugen.

Auch für Ihre Public Relations ist ein gut vorbereiteter Elevator Pitch von Nutzen, schließlich haben Sie in den Medien nur wenig Zeit, Ihr Unternehmen vorzustellen. Gleiches gilt für Verkaufsgespräche im Vertrieb.

Und schließlich macht die Erstellung eines Elevator Pitch auch für sich selbst Sinn, da Sie sich so nochmal klar bewusst machen, was eigentlich der Kern Ihrer Geschäftsidee ist.