

Der „Elevator Pitch“

Beim „Elevator Pitch“ (oder auch Elevator Speech) wird das eigene Produkt, die Dienstleistung oder die Geschäftsidee während einer „Aufzugsfahrt“ so präsentiert, dass die Neugierde des Gegenübers geweckt wird. **Innerhalb von circa 30 Sekunden wird die die Kernaussage des Angebots formuliert, um die Möglichkeit zu erlangen, in einem späteren Gespräch das Angebot zu präsentieren.**

Natürlich ist es völlig unmöglich innerhalb so kurzer Zeit eine umfassende Präsentation Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung zu bieten, das ist allerdings auch nicht das Ziel des „Elevator Pitch“.

Anfänglich war der „Elevator Pitch“ ein Instrument, das dazu diente Vorgesetzten während einer Fahrstuhlfahrt eigene Anliegen vorzutragen. War man in dem Stockwerk angekommen, in dem das Büro des Vorgesetzten lag, war die Zeitscheibe zu Ende.

Heute hat eine knackig und klar formulierte 30-Sekunden-Präsentation nichts an Wert verloren. Die intensive Auseinandersetzung mit dem Wesentlichen, der Kernaussage des eigenen Angebots ist auch immer eine Auseinandersetzung mit dem Nutzen, den der Gesprächspartner durch das Angebot erhält.

Bei der Vorbereitung des „Elevator Pitch“ sind Fragen wie

- Wofür genau stehe ich?
- Was genau kann ich besser als andere?
- Wie sehen mich „die anderen“?
- Was genau ist mein Produkt?
- Welche Umsetzungsmethoden unterscheiden mich von anderen?
- Welchen Nutzen kann ich meinem Gegenüber anbieten?
- Welcher Nutzen ist für mein Gegenüber interessant?
- Was ist mein persönlicher USP?
- Brauchen ich überhaupt einen USP?
- Welcher ElevatorPitch passt zu mir und meiner Persönlichkeit?
- usw.

zu beantworten.

Aufbau eines Elevator Pitch

Wie bei jeder Präsentation ist das Erzeugen von Spannung und Interesse ebenso unerlässlich wie eine sympathische Ausstrahlung. **Der „Elevator Pitch“ sollte klar formuliert sein**, eine komplizierte und verschachtelte Sprache macht eher nervös denn neugierig. Den „Elevator Pitch“ zu trainieren ist jedenfalls sinnvoll.

- Wer bin ich
- Wo bin ich
- Was biete ich
- Welchem Mehrwert bringe ich beim Kunden

Für einen gelungenen Elevator Pitch dürfen Sie nur ausgesuchte Zutaten verwenden. Das Risiko des Misslingens durch unnötige Füllsel ist gross, weil so die Aufmerksamkeit fürs Wesentliche verloren geht und Ihr Vortrag beliebig wird. Beschränken Sie sich also auf die Highlights. Und gehen Sie dabei nach diesem Aufbau-Schema vor:

- **Angebot** - Was bieten Sie Ihrem Gegenüber? Was können Sie für ihn tun und auf welchen Erfahrungsschatz können Sie dabei zurückgreifen?
- **Interesse** - Womit gelingt Ihnen, Ihr Angebot für den Kunden oder Chef in spe interessant zu machen? Dafür müssen Sie seine Bedürfnisse und Vorlieben kennen.
- **Nutzen** - Welche Vorteile bieten Sie? Was ist speziell an Ihrem Angebot? Was also gewinnt Ihr Kunde oder Ihr künftiger Arbeitgeber, wenn er Ihr Angebot annimmt und nicht das eines Mitbewerbers?
- **Motivation** - Was bringt Sie dazu, ausgerechnet ihm dieses Angebot zu machen? Was ist der Reiz für Sie, wenn Sie für ihn arbeiten können?
- **Appell** - Was wünschen Sie von Ihrem Gesprächspartner? Sagen Sie ihm klipp und klar, was er aus Ihrer Sicht tun soll.

AIDA

Um die Neugierde und das Interesse des Gegenübers innerhalb so kurzer Zeit zu wecken, ist die AIDA-Formel (Attention-Interest-Desire-Action) jedenfalls hilfreich.

A für Attention: Aufmerksamkeit erlangen

Die ersten paar Sekunden entscheiden meist über Erfolg oder Misserfolg eines Elevator Pitch. Umso wichtiger ist es, dass Sie die Aufmerksamkeit Ihres Publikums direkt zu Beginn Ihrer Präsentation erlangen. Versuchen Sie, Ihr Publikum auf eine innovative Art und Weise zu überraschen bzw. anzusprechen. Sie können den Elevator Pitch z.B. mit einer Frage beginnen, ein kontroverses Statement machen oder beeindruckende Fakten präsentieren, eine kurze Geschichte erzählen, mit Humor das Publikum zum Schmunzeln bringen, einen Kurzfilm vorführen etc. Der Kreativität sind dabei keinerlei Grenzen gesetzt, solange Sie dies in einem professionellen Rahmen machen.

I für Interest: Interesse der Zuhörer

Nachdem Sie die Aufmerksamkeit haben gilt es, die wichtigsten Fakten des Executive Summary kurz und knackig zu präsentieren. Achten Sie darauf, dass Sie zwar wichtige Daten und Fakten präsentieren, aber diese durch gedankliche Bilder, Vergleiche und Beispiele lebendig machen.

D für Desire: Verlangen wecken

Vergessen Sie nicht, es geht ums Geschäft! Ein Venture Capital Unternehmen steigt nur ein, wenn das Geschäftsmodell attraktiv erscheint. Zeigen Sie, warum es attraktiv ist, in Ihr Unternehmen einzusteigen - frei nach dem Motto: „Show me the money“.

A für Action: Auf Los geht`s los!

Machen Sie dem Publikum klar, dass Sie 100% bereit sind, loszulegen. Zeigen Sie die nächsten Schritte auf und fassen Sie nochmals kurz zusammen, warum gerade Ihre Idee finanziert werden soll. Klares Ziel des Elevator Pitch ist es, dass ein Folgegespräch resultiert.

Was gibts weiteres zu beachten in der Ausführung

- **Sprachstil: Klar und verständlich**

Achten Sie darauf, dass Sie eine klare und einfach verständliche Grundaussage treffen. Vermeiden Sie komplizierte Wörter. Kurze Sätze und ein leicht verständlicher Sprachstil sind das A&O für den überzeugenden Elevator Pitch. Nutzen Sie wenn möglich einsilbige Wörter und setzen Sie Verben aktiv ein. Vermeiden Sie hingegen den Konjunktiv, denn könnte, würde etc. wirken nicht überzeugend.

- **Geschäftsmodell: Keep it simple**

Ihr Elevator Pitch sollte so aufgebaut sein, dass auch ein Jugendlicher Ihren Ausführungen ohne Probleme folgen kann. Denken Sie daran, dass Ihr Publikum Ihre Branche unter Umständen nicht im Detail kennt; umso wichtiger ist es, dass Sie Ihr Geschäftsmodell einfach erklären können.

- **Publikum ansprechen: Emotionen wecken**

Entscheidend für einen gelungenen Elevator Pitch ist vor allem auch die emotionale Ansprache. Ein positives Gefühl beim Geschäftspartner erzeugen Sie durch eine bildhafte Sprache, die positive Assoziationen weckt. Ihre Körpersprache sollte dabei natürlich wirken und Ihre Stimme klar und nicht zu leise sein. Sie sind von Ihrer Geschäftsidee überzeugt, das muss Ihr Publikum zu 100% spüren!

- **Präsentation: Auf das Wesentliche beschränken**

Wenn Sie eine klassische Präsentation (z.B. Powerpoint) halten, sollten Sie nicht mehr als 6 Slides nutzen. Beschränken Sie sich inhaltlich auf das Wichtigste.

10 Tipps für einen guten Elevator Pitch

Es ist eine Sache zu wissen, dass der Elevator Pitch nützlich ist und bei zahlreichen Gelegenheiten eingesetzt werden kann, doch eine ganz andere, das Prinzip auch anwenden zu können. Stellt sich immer noch die Frage: **Wie überzeugt man jemanden in so kurzer Zeit?** 60 Sekunden sind im Nu vergangen und diese optimal zu nutzen ist eine echte Kunst. Deswegen erfordert ein guter Elevator Pitch, dass Sie sich Gedanken machen und vorbereiten.

Aus dem Stegreif wird das in der Regel nichts. Wie es klappt:

1. **Überlegen Sie sich einen starken Einstieg.** Bereits der erste Satz muss sitzen. Er dient dazu, die Neugier Ihres Gesprächspartners zu wecken. Das kann eine Frage, eine These oder ein interessanter Fakt sein. Achten Sie auch darauf, Blickkontakt zu halten, um Selbstbewusstsein auszustrahlen.
2. **Priorisieren Sie Inhalte.** Sie haben nur 60 Sekunden Zeit. Das zwingt Sie dazu auszuwählen. Sie können nicht jedes Detail schildern. Das ist auch gar nicht notwendig. Holen Sie nicht zu weit aus, sondern kommen Sie direkt auf den Punkt. Bereiten Sie ein bis zwei Sätze vor, die Ihren Werdegang oder Ihre Idee zusammenfassen.
3. **Stellen Sie das Besondere heraus.** Welche Vorteile bieten Sie? Was ist speziell an Ihrem Angebot? Stellen Sie in nur wenigen Stichpunkten dar, was Sie von der Masse abhebt.
4. **Gehen Sie auf Ihr Gegenüber ein.** Bereits im Voraus sollten Sie sich damit beschäftigen, für wen Sie die Kurzpräsentation halten. Wer ist Ihre Zielgruppe? Was interessiert diese und welchen Wissenhintergrund bringt sie mit? Es ist tödlich, wenn Sie mit Ihrem Vortrag an Ihrem Zuhörer vorbei sprechen und Ihr Thema für diesen keine Relevanz hat. Deswegen sollten Sie sich darauf konzentrieren, den Nutzen für Ihr Gegenüber herauszustellen. Welchen Mehrwert bietet Ihre Arbeitskraft der Firma, bei der Sie sich bewerben? Was hat Ihr Chef davon, Ihre Idee zu unterstützen?
5. **Drücken Sie sich verständlich aus.** Denken Sie daran, dass Ihr Zuhörer die Informationen in der Kürze der Zeit auch nachvollziehen soll. Ihr Ziel ist es, dass Ihr Gegenüber selbst an den Punkt kommt, an dem er denkt: Ja, ich verstehe das Problem. Deswegen sollten Sie auch bei Ihrer Sprache darauf achten, Ihren Gesprächspartner nicht mit Fachjargon und Fakten zu überrollen. Wenden Sie vorher den Grossmuttertest an: Würde Ihre Grossmutter verstehen, wovon Sie sprechen?
6. **Zeigen Sie Begeisterung.** Es kommt nicht nur darauf an, was Sie sagen, sondern wie. Sehen Sie diesen Moment als die grosse Chance an, Ihr Gegenüber von Ihrer Person oder Idee zu überzeugen. Begeisterung ist ansteckend. Sind Sie begeistert und können glaubwürdig zeigen, dass Sie für das, was Sie tun, brennen, übertragen sich diese positiven Gefühle auf Ihren Gesprächspartner.
7. **Seien Sie authentisch.** Sie müssen sich wohlfühlen bei der Präsentation, denn sind Sie verunsichert und tragen Sie einen auswendig gelernten Text vor, merkt das Ihr Gegenüber. Ihr Vortrag klingt gekünstelt und der Funke springt nicht über. Legen Sie stattdessen

Persönlichkeit hinein. Bei der Vortragsweise brauchen Sie sich nicht zu verstellen. Liegt Ihnen Humor, seien Sie humorvoll. Ist Ihre Vortragsweise eher sachlich, vertrauen Sie darauf.

8. **Monologisieren Sie nicht.** Geben Sie Ihrem Gegenüber auch die Chance, sich einzuklinken und Interesse zu bekunden. Legen Sie zwischendurch eine ein- bis zweisekündige Pause ein, um die Reaktion Ihres Gesprächspartners abzuwarten.
9. **Enden Sie mit einem Call to Action.** Schliessen Sie Ihre Kurzpräsentation mit einer Aufforderung ab. Was wäre der nächste Schritt für Ihr Gegenüber? Wie kann er Sie oder Ihre Idee unterstützen? Ihr Satzsatz sollte dazu animieren, sich Ihnen anzuschliessen und mitzumachen.
10. **Geben Sie Ihrem Gegenüber die Chance, in Kontakt zu bleiben.** Öffnen Sie die Möglichkeit für weiteren Austausch. Wie kann Ihr Gesprächspartner Sie bei Interesse kontaktieren? Geben Sie ihm Ihre Visitenkarte oder verabreden Sie sich zu einem ausführlicheren Gespräch, damit eben Sie den Weg für eine Zusammenarbeit.

Elevator Pitch: Risiken und Nebenwirkungen

Das grösste Risiko ist, die **Präsentation** spontan zu vermässeln, weil Sie der Kraft Ihrer Argumente nicht trauen. Wenn Sie versuchen, auf die Schnelle noch ein paar **Extra-Argumente** einzuflechten, verlieren Sie.

Anfänger verlieren dabei gerne auch noch den **roten Faden**. Heraus kommt dann nur noch Stottern, Stammeln und stimmhaftes Ventilieren. Bewahren Sie sich die Zusatzargumente also lieber als **Bonusmaterial** für Nachfragen Ihres Gesprächspartners.

Die andere Gefahr ist, dass Sie nicht **aus Kundensicht argumentieren**. Es kommt nicht drauf an, was Sie an Ihrem Angebot toll finden, sondern was es für Ihren Gegenüber interessant macht.

Am besten, Sie versetzen sich schon vorher in deren Lage: Finden Sie mögliche Einwände und entkräften Sie diese. Natürlich nicht in der Präsentation selbst, sondern wenn Ihr Gegenüber **auf das Angebot einsteigt**, aber nicht gleich anbeissen will.