

PITCHEN – aber wie?

Gründer müssen pitchen – eigentlich die ganze Zeit und bei jeder Gelegenheit. Ob ihr Mitarbeiter akquiriert, potenzielle Geschäftspartner überzeugen wollt oder auch nur eurer Oma erklären wollt, womit ihr gerade eure Zeit vertut: Immer werdet ihr erklären, was ihr tut, warum und wie. Und was das Bringen soll. Zack: schon habt ihr gepitched.

Das ist anstrengender als einen Angestelltenjob zu erklären – aber: Es hält euch auch in Übung für den wesentlichsten aller Pitches: den Investoren-Pitch.

Viele Start-up-Gründer*innen zögern, an Gründer-Wettbewerben teilzunehmen oder aber vor Investoren zu präsentieren. Die Gründe hierfür sind z. B. Zweifel, ob eine Bewerbung vor der Unternehmensgründung möglich sei oder die Gründung zu lange zurückläge. Zudem befürchten Start-ups, bei einem Sieg müssten Unternehmensanteile abgegeben werden oder der Pitch sei zu kompliziert.

Dabei sind einige Start-up-Veranstaltungen auf Unternehmen ausgerichtet, die noch vor der Gründung stehen oder bereits vor ein paar Jahren gegründet haben. Wie so eine Teilnahme an einem Gründerwettbewerb aussehen kann und was Start-ups dabei beachten sollten, haben wir aus verschiedenen Quellen für euch einmal zusammengefasst.

Tipp 1: Mut zur Bewerbung und das Pitchen üben

Mit einer kurzen Beschreibung des Unternehmens fangen die meisten Bewerbungen auf Onlineplattform für Wettbewerbe an, dann geht es ans Warten auf den hoffentlich positiven Bescheid, dass man pitchen darf.

Aber warum warten? Vorbereiten, Infos zusammentragen und dann: üben, üben, üben.

Auch wenn ihr frei vor eurem Investor sprecht, ihr müsst trotzdem ein paar wichtige Unterlagen parat haben. Sowohl für die Präsentation als auch für die spätere Nachbereitung. Die richtigen Unterlagen, die Ihr benötigt sind:

- Euer Pitch (aufgeschrieben, als Stichwortzettel)
- Pitch Deck (Präsentationsfolien, die euren Vortrag unterstützt)
- Fact-Sheet / One-Pager (Kurze Zusammenfassung, die ihr aushändigt)
- Prototyp oder Visualisierungen eures Produktes
- Visitenkarten

Euer Pitch – Der Vortrag

Manchmal ist es dieser Moment zwischen Tür und Angel, in denen ihr einem Investor begegnet – und auch dann solltet ihr überzeugen können. Die Szene hat das übrigens sogar stilisiert: Beim Elevator Pitch habt ihr genau die Zeit, euren Investor zu überzeugen, wie eine Fahrstuhlfahrt dauert. Bei Pitch Veranstaltungen wird euch deutlich mehr Zeit eingeräumt – da solltet ihr auch ausführlicher Sprechen können.

Deshalb, bereitet mehrere Versionen eures Pitches vor:

- eine sehr kurze Version von 30 Sekunden für den Elevator-Pitch
- eine 5-Minuten-Version mit weiteren Details, etwa bei einem Essen mit dem Investor und
- eine maximal 15 Minuten-Version, in der ihr eure Gründung ausführlich darstellt und mit dem Pitch Deck ergänzt.

Euer Pitch – Die Unterlagen

Pitch-Deck - Visuelles Storytelling

Sicher gibt es auch ein Pitch Deck (also einzelne Folien mit den Keywords und Keyfacts eures Vortrages), das ihr an einem Mittagstisch mit dem Investor aufrufen könnt. Auf dem Handy oder Tablett vielleicht. Oder ganz cool als gut designte Kärtchen, die ihr ihm auf seine Seite schiebt. Doch regulär ist das Pitch Deck dafür da, in größeren Präsentationen euren Vortrag visuell zu unterstützen.

Diese Folien gehören in ein Pitch-Deck:

- Folie 1: Vorstellung
- Folie 2: Die Gründer
- Folie 3 und Folie 4: Problem und Lösung
- Folie 5: Das Produkt / die Dienstleistung
- Folie 6: Der Markt
- Folie 7 und 8: Alleinstellungsmerkmal (USP) und Wettbewerber
- Folie 9: POC, der Proof of Concept
- Folie 10: Kurzpräsentation eures Geschäftsmodells
- Folie 11: Euer Kapitalbedarf im Detail

Fact-Sheet oder One-Pager

Auf einer Seite alles wichtige gut leserlich zusammengefasst: Das ist der One-Pager. In Tabellenform und zahlenlastiger wäre die Variante Fact-Sheet. Im Prinzip ist das nichts anderes als das Executive Summary, das ihr eurem Businessplan vorangestellt habt. Vielleicht noch ein bisschen eingedampfter. Nehmt euch die Inhalte der 11 Folien des Pitch Decks und formuliert sie sauber aus... und fertig. Schön ausdrucken und eurem Investor nach eurem Pitch in die Hände drücken.

Folgende Inhalte solltet ihr im One-Pager abbilden:

- Eure Vision
- Das Problem und die Lösung
- Die Zielgruppe
- Das Produkt
- Die Einkünfte
- Eure Roadmap
- Das Team
- Die Konkurrenz
- Der Kapitalbedarf

Prototyp oder Produkt-Visualisierung

Nichts beeindruckt mehr als ein fertiges Produkt. Wenn ihr also könnt, dann habt für euren potenziellen Investor ein Beispiel zur Hand, damit er anfassen kann, was er letztendlich kaufen und produzieren soll.

Visitenkarten

Versteht sich eigentlich von selbst: Wenn ihr schon mit einem Geldgeber zusammensitzt, dann sorgt dafür, dass er einen direkten Draht zu euch hat, euch erreichen kann. Das muss nicht immer die gedruckte Karte sein, manchmal passt auch der Xing-Ping.

Tipp 2: Im Pitch einen klaren Fokus auf das Produkt legen

Im Wesentlichen besteht ein Pitch aus der Antwort auf die drei großen Fragen und einer klar formulierten Aufforderung.

Warum diese Idee? Probleme kann man immer auf vielerlei Arten lösen. Warum ist euer Idee zur Lösung besser als bestehende? Das muss einleuchtend sein und darf keinerlei Unklarheit darüber zurücklassen, dass es wirklich so ist. Rechnet mit der Skeptik eures Gegenübers: Eine wirklich neue Geschäftsidee ist selten. Ihr solltet erklären können, wieso es für das Problem noch keine Lösung gibt und vor allem: Warum ihr glaubt, dass es dafür ein Potenzial von Kunden gibt.

Warum jetzt? Der Zeitpunkt einer Gründung ist immens wichtig. Es gibt Erfinder, die daran gescheitert sind, dass der Zeitgeist noch nicht reif für ihre Idee war. Das wird immer seltener. Aber: Ihr solltet erklären, warum man jetzt etwas tun muss und warum der Zeitpunkt gerade optimal ist. Besorgt euch Daten, Fakten, Umstände, die deutlich machen, dass es so nicht weitergehen kann – und dass Handeln unabdingbar ist.

Warum ihr? Ihr hattet die Idee – ihr dürft sie auch vermarkten. Gut, klingt fair. Aber: Investoren überzeugt das noch nicht ausreichend. Die denken nämlich durchaus manchmal darüber nach, was mit eurer Idee und einem anderen, top qualifizierten Team aus der ganzen Geschichte werden könnte. Ihr müsst also klarmachen, dass ihr das bestmögliche Team für die Aufgabe seid – ohne dabei unrealistisch oder größenwahnsinnig zu wirken.

Tipp 3: Euer Pitch – Präsentiert euch gut

Bei einem Pitch verkauft ihr zu einem guten Teil auch euch selbst. Wie ihr auftrittet, bestimmt den Eindruck (und nicht nur den ersten) eures Investors und lässt euch glaubwürdig, vertrauenswürdig und voller Energie erscheinen. Hoffentlich! Damit das gelingt, solltet ihr euren Pitch vorbereiten, üben und auch eure Körperhaltung prüfen.

Hier ein paar Tipps zur Übung vor dem Spiegel oder vor Freunden, Family und Co.:

- Ruhige Bewegungen wirken souverän.
- Große Gesten auf großer Bühne, kleine am gemeinsamen Tisch.
- Gesten lange stehen lassen.
- Gespreizte Finger oder der einzelne Zeigefinger wirken weniger sympathisch als eine offene Handfläche.

- Körperspannung zeugt von Energie und Sicherheit. Lasst also Hände oder Arme nicht schlaff herunterhängen.
- Vermeidet das bewusste Malen einzelner Wörter, das wirkt nur albern.
- Vermeidet negative Gesten, wie erhobene Zeigefinger.
- Belastet beide Füße und Beine gleichmäßig, stellt sie nebeneinander mit ungefähr 15 bis 25 Zentimeter dazwischen.
- Die Füße sollten parallel oder nur leicht nach außen gestellt sein.
- Schaut euer Publikum direkt an, direkter Augenkontakt wirkt nach ein bis zwei Sekunden, ab vier bis sieben Sekunden wird er unangenehm.

Tipps 4: Der Call of Action – Das wollt ihr ...

Wenn ihr die grundlegenden Fragen beantworten konntet, kommt euer großer Moment: Ihr dürft sagen, was ihr wollt. „Wir brauchen X Tausend Euro und bieten dafür X % von unserer Firma und unsere Idee wird in einem halben Jahr überall auf den Straßen zu finden sein.“ Der spannendste Moment bei „Die Höhle der Löwen“...

Überlegt dabei aber sehr sorgfältig, worum ihr bittet und in welcher Form. Natürlich sollt ihr auch in der Lage sein, euren Kapitalbedarf kurz und knackig aber umfassend begründen zu können. Macht klar, wofür ihr das Geld braucht oder verwendet – und warum das notwendig ist. Warum ihr also mit diesem Geld das nötige Wachstum erreicht – denn das ist ja das Ziel des Investors.

Tipps 5: Auch an regionalen Gründer-Wettbewerben teilnehmen

Neben den internationalen und deutschlandweiten Existenzgründerpreisen gibt es auch zahlreiche regionale Start-up-Wettbewerbe, die sich Gründer genauer anschauen sollten.

Zum Beispiel gibt es beim Gründerpreis.Krefeld alle zwei Jahre, nicht nur das Preisgeld für die ersten drei Platzierungen, sondern für alle Bewerber*innen auch Netzwerkpreise & Sachpreise, sowie Coachingangebote und eine Pressereihe in der Lokalzeitung.

Wichtig ist hier, ganz genau die Wettbewerbsbedingungen durchlesen:

Mancher Ideen-Wettbewerb ist zwar mit einem hohen Preisgeld dotiert, aber mitunter an Auflagen und Bedingungen der Jury geknüpft – z. B. an Firmenbeteiligungen.

Außerdem gibt es oft zeitliche und örtliche Begrenzungen, sowie konkrete Bewerbungskriterien.

Sollte Ihr den Wunsch nach einem Pitchtraining als Workshop haben, meldet Euch bei mir unter petra@startkrefeld.de

Viel Erfolg!