

Handout

Ten Rules of Pitching

1. Spannender Einstieg + Hallo

Ein starker Einstieg sichert euch die Aufmerksamkeit des Publikums und weckt die Neugier auf euren Pitch.

3. Das Besondere der Idee

(Underlying Magic)

- Hier geht es um euer Produkt/ eure Dienstleistung.
- Wie funktioniert die Idee, was ist das Besondere?

4. Wertversprechen

(Value Proposition)

- Was wird den Kund:innen versprochen?
- Inwiefern geht es ihnen besser, wenn sie euer Produkt nutzen? Was ist der Mehrwert der Idee?
- Das Publikum muss von dem Nutzen der Idee überzeugt werden.

7. Abgrenzung von der Konkurrenz

(Competitive Analysis)

- Wie schätzt ihr selbst eure Chance auf dem Markt ein?
- Wie grenzt sich eure Idee zu bestehenden Ideen/Initiativen ab?
- Dafür sollte man verdeutlichen, dass man sich mit dem Markt und bestehenden Mitbewerbern beschäftigt und ausreichende Recherchen betrieben hat.

9. Vision und Meilensteine

- An welchem Punkt befindet sich euer Team und welche Ziele wollt ihr erreichen?
- Nennt eure Vision und wo eure Reise einmal hingehen soll.

2. Problem

- Welche „Leiden“ gilt es zu verringern beziehungsweise welche Freuden werden ermöglicht?
- Wo ist der persönliche Bezugspunkt und wie ist die Idee entstanden?
- Die Zuhörenden müssen hier abgeholt werden und das Problem beziehungsweise die Herausforderung nachvollziehen können.

5. Geschäftsmodell

(Business Model)

- Wie verdient ihr mit eurem Angebot Geld?
- Es muss deutlich werden, dass ihr selbst von der Idee überzeugt seid und glaubt, dass euer Modell funktionieren kann.

6. Vermarktung

(Go-to-market-Plan)

Hier macht ihr deutlich, wie ihr eure Idee vermarkten wollt. Wie erfahren die potenziellen Käufer:innen von eurem Produkt beziehungsweise eurer Dienstleistung?

8. Team

- Warum besitzt euer Team das Zeug dazu, die Idee umzusetzen und Erfolg zu haben?
- Warum sollte in euch investiert werden?
- An welchen Stellen braucht ihr noch Unterstützung?
- Für viele Investor:innen ist ein hoch motiviertes Team nicht selten ausschlaggebender für eine Investition als die Idee selbst.

10. Aufruf

(Call to action!)

Fordert euer Publikum zu einer Aktion auf! Was fordert beziehungsweise wünscht ihr euch von euren Zuhörer:innen?

YEAH