

PITCHING

"Investoren hassen es, Zeit zu verträdeln"

von  Gerald Reischl und  Michael Leitner 30.09.14, 15:56 [Mail an die Autoren](#)



Georg Wawschinek hat bereits mehr als 2.500 Trainings weltweit geleitet und bietet neben Pitching-Kursen auch Kurse für Event- und Fernseh-Moderation an - Foto: Spekner

[Empfehlen](#) 49 [Twittern](#) 6 [Senden](#) 55 

PITCHING

"Investoren hassen es, Zeit zu verträdeln"

KOMMENTARE (1)

MEHR ZUM THEMA

Eine gute Idee reicht nicht aus, ein erfolgreiches Start-up muss auch pitchen können. Medientrainer Georg Wawschinek spricht mit der futurezone über die Kunst des Pitchens.

START-UP, PITCH, A1 AUSTRIAS NEXT TOP START-UP, ELEVATOR PITCH

Das Schicksal eines Start-ups entscheidet sich oft innerhalb weniger Minuten, in denen sich Jungunternehmer möglichen Investoren präsentieren. Der Vorgang wird als Pitchen bezeichnet. In möglichst kurzer Zeit muss man seine Idee verkaufen können, auch in Österreich wird das mittlerweile vorausgesetzt. Am Freitag treten beispielsweise fünf österreichische Start-ups im futurezone-Wettbewerb "Austria's Next Top Start-up" in Fünf-Minuten-Pitches gegeneinander an.



Foto: Spekner

Die Königsdisziplin, der sogenannte Elevator Pitch, erscheint selbst für viele Unternehmer nahezu unmöglich. In nur 30 Sekunden - der Zeit einer typischen Fahrstuhlfahrt - soll der Investor von der eigenen Idee überzeugt werden. Da will jedes Wort wohl überlegt sein. Doch nicht nur der Inhalt muss passen, es kommt vor allem auf die Präsentation an. **Medientrainer Georg**

FEATURED



ORI AND THE BLIND FOREST
„Wir machen Dinge besser als alle anderen Spielestudios“



DIE NOMINIERUNGEN
Big Brother Awards im Zeichen der Spione



SMARTPHONE
Sony Xperia Z3 Compact im Test: Drei Tage ohne Strom

Wawschinek ist bereits seit mehr als 20 Jahren im Geschäft und lehrt unter anderem zahlreichen österreichischen Top-Managern die Kunst des Pitchens. Mit der futurezone sprach Wawschinek darüber, wie man beim Pitchen überzeugt, ob es Powerpoint-Präsentationen braucht und was Pitcher und Versicherungsverkäufer verbindet.

futurezone: Pitchen bedeutet ja einfach ausgedrückt verkaufen.

Wie wichtig ist es für ein Startup, pitchen zu können?

Wawschinek: Das ist lebensnotwendig. Es geht uns Menschen in jedem Bereich des Lebens so: Wenn ich in mir interessante Geschichten trage und sie nicht nach außen kommunizieren kann, bleibe ich einsam. So ist das auch bei einem Start-up. Es kann noch so genial sein, wenn es nicht verkauft wird, scheitert es. Wir müssen hier eines unterscheiden: Das One-on-one-Gespräch, das von Interaktion lebt und das One-to-many-Setting, in dem ein Mensch vor mehreren präsentiert. Wir reden hier vor allem über das Letztere.

Hier gilt es zum Beispiel in extrem kurzer Zeit einem Investor eines klar zu machen: „Du kannst mit mir Geld verdienen“. Dazu muss sehr präzise, inhaltlich am Punkt und emotional aufgeladen in kürzester Zeit klar sein, wie das klappen soll und vor allem, warum es mit mir klappen soll. Viele Entscheidungen fallen zu einem enormen Anteil emotional. Und gleichzeitig müssen alle Zahlen und Fakten in kurzer Zeit kompakt vermittelbar sein. Das ist die Kunst.

Kann jeder pitchen lernen?

Das kann jeder. Gerne wird von Talent gesprochen. Es sind nun einmal nicht alle Menschen gleich. Und deswegen sollten auch nicht alle Menschen gleich präsentieren. Es geht darum, den für sich besten Weg zu finden und dabei natürlich einige grundlegende Regeln zu befolgen. „Einfach nur machen“ wäre ein falsches Verständnis von „authentisch sein.“ Es gibt unzählige Möglichkeiten, die eigene Persönlichkeit ideal zu inszenieren. Eines gehört immer dazu: Der Wille, an sich zu arbeiten. Charismatiker fallen nicht vom Himmel. Das ist eine Aufgabe, die uns ein ganzes Leben begleitet.

Sollten nur Start-up-Unternehmer pitchen können?

Das kann niemandem schaden. Wenn Sie aber Investoren suchen, beginnt hier die Reise. Wenn Sie das Produkt später vermarkten, geht es weiter. Und letztlich sollte man jederzeit im Stande sein, in zwei Sätzen auf den Punkt zu bringen, was das eigene Produkt, mich selbst und mein Team auszeichnet.

Wie kann man am Besten in einem Pitch überzeugen?

Authentizität heißt, dass mein Gegenüber das Gefühl hat: Das Agieren des Präsentators und das, was er innerlich empfindet, sind deckungsgleich. Man nennt das „Kongruenz“. Es passt alles zusammen. Danach sollte man seine Werkzeuge wählen. Es hilft nicht, einen Einstieg zu wählen, der zu mir als Person nicht passt. Das ist die Grundlage. Dann geht es darum, von der ersten Sekunde an dafür zu sorgen, dass die Zuhörer bei mir sind und auch bei mir bleiben. Am Ende müssen sie zudem wissen, was ich wie gesagt habe.



Foto: Spekner

Und es gilt die heilige Grundregel: „Langweile nie!“ Wenn vielbeschäftigte Investoren etwas hassen, dann das Gefühl, Zeit zu verträdeln. Unverwechselbarkeit braucht Mut und Kreativität. Bleiben Sie im Kopf und im Herzen Ihres Publikums. 08/15 ist jedenfalls unangebracht. Jeder Pitch sollte einen sogenannten „magischen Moment“ beinhalten. Ein Szene, die den Zuhörern

unauslöschlich im Gedächtnis bleibt. Das muss aber immer im Einklang mit der Persönlichkeit des Präsentators stehen.

Wie sollte eine Präsentation am besten aussehen?

Ich benötige einen unvergesslichen Einstieg. Die sogenannte Refrakärzeit von Emotionen besagt, dass sich eine einmal eingestellte Emotion länger hält. Der sprichwörtliche erste Eindruck ist tatsächlich wissenschaftlich untermauert. Natürlich kann ich einen verpatzten Einstieg in einer längeren Präsentation gerade bügeln, aber das nimmt viel an Dynamik. Ich empfehle unbedingt, vor dem Problemaufriss die Vision, mich selbst und das Team darzustellen. Das öffnet die Zuhörer. Danach bewährt sich das Modell: Problemdarstellung, Status Quo - also wer hat bereits versucht, das Problem zu lösen - eigener Ansatz. Danach je nach Zeitrahmen Details zu Lösung, Businessplan, Finanzplan und, auf jeden Fall am Ende, die Zusammenfassung.

Das müssen allfällige Powerpointcharts begleiten. Natürlich muss das Chartdesign die klassischen Fehler, wie Textwüsten oder überladene Grafiken, vermeiden. Es gibt eine Faustregel: Jemand, der deine Sprache nicht spricht, sollte die Charts trotzdem verstehen.

Sind technische Hilfsmittel wie Powerpoint-Präsentationen wichtig?

Sinnvoll eingesetzt definitiv. Wichtig ist, dass diese Hilfsmittel, wie der Name schon sagt, dem Präsentator helfen. Viele Menschen verstecken sich lieber dahinter. Ich mache gerne die Übung, dass ich eine technische Panne annehme und sehe, was der Vortragende ohne Hilfsmittel erzählt. So findet man den Kern, die Beispiele. Und dann findet man dazu passend die visuelle Untermauerung. Aber nie umgekehrt.

Was ist der Unterschied zwischen einem Versicherungsverkäufer und einem Ideenverkäufer?

Es gibt keinen. Es geht darum, den Kern der eigenen Lösung herauszuschälen. Da hat eine Versicherung genauso einen Nutzen wie eine App. Und ich glaube letztlich genauso einem Verkäufer mehr als dem anderen. Das Dreieck aus Problem, Lösung und menschlich-emotionaler Komponente gilt immer und in jeder Form der Kommunikation.

Beim Elevator Pitch hat man kaum Zeit zur Verfügung. Kann man da wirklich seine Idee gut verkaufen?

Natürlich. Ich finde die Kurzstrecke so sexy, weil sie die Dinge extrem auf den Punkt bringt. Selbst, wenn jemand nicht so kurz zu präsentieren hat, empfehle ich diese Vorbereitung. Sie macht den Kern der Sache klar. Churchill hat es einmal so schön gesagt: „Auf eine einstündige Rede bereite ich mich eine Minute vor. Für eine einminütige Rede eine Stunde.“

(FUTUREZONE) ERSTELLT AM 30.09.2014, 15:56



START-UP, PITCH, A1 AUSTRIAS NEXT TOP START-UP, ELEVATOR PITCH

Kommentare (1)

Ihr Kommentar

Bitte loggen Sie sich ein

[Einloggen/Registrieren](#)

ABSCHICKEN

testzbg vor 21 Tagen

muss auch "pitchen" können?