



14. Mai 2018

Elevator Pitch in 60 Sekunden begeistern



„Was machen Sie beruflich?“, „Was ist Ihre Idee?“ oder „Warum sollten wir Sie einstellen?“ – Fragen, die einem immer wieder begegnen: in Vorstellungsgesprächen, auf Messen oder Events oder bei Kundengesprächen. Viele Menschen holen dann weit aus, erzählen und erzählen. Es folgt eine wirre, schwer nachvollziehbare und willkürliche Aneinanderreihung von Sätzen. Bereits nach wenigen Minuten haben sie die Aufmerksamkeit ihres Zuhörers verloren. Doch was noch viel schlimmer ist, sie haben eine Chance vergeben! Denn mit Sicherheit wird sich ihr Gegenüber in wenigen Stunden nicht mehr an sie erinnern können. Doch wie bleiben Sie Ihrem Gesprächspartner im Gedächtnis? Die Lösung: Der Elevator Pitch. In nur 60 Sekunden begeistern Sie mit einer Kurzpräsentation. Wie das geht?

Was ist ein Elevator Pitch?

Der Elevator Pitch war ursprünglich eine Idee amerikanischer Vertriebler mit dem Ziel, Kunden und Chefs während der Dauer einer Aufzugsfahrt von ihrer Idee zu überzeugen. Weil die selten länger als 60 Sekunden dauerte, mussten alle relevanten Informationen in dieses Zeitfenster passen: Kurzvorstellung, Begeisterung für das Projekt wecken und den Auftrag an Land ziehen oder den vielbeschäftigten Chef überzeugen. Die Idee war allerdings nach kurzer Zeit schon so erfolgreich, dass der Elevator Pitch zum geflügelten Wort wurde und noch heute genutzt wird.

Allerdings wird die Kurzpräsentation nur noch selten im Aufzug vorgetragen, sondern dafür genutzt, den Gesprächspartner von der eigenen Person oder Idee zu überzeugen und Lust auf mehr zu machen.



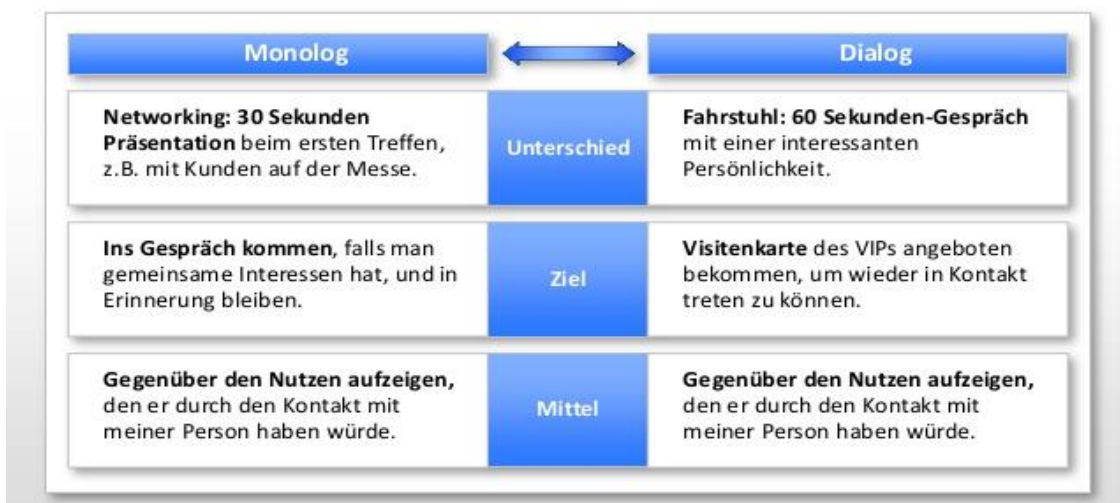
Einsatzgebiete

Wann wird er eingesetzt? Folgende Gelegenheiten bieten sich an:

- ➔ **Messen** – Ideal für Arbeitsuchende und Selbständige sind Messen und Kongresse. Denn immer dann, wenn Sie an den Stand eines interessanten Unternehmens treten oder Sie jemand anspricht, müssen Sie Ihr Angebot auf den Punkt bringen können.
- ➔ **Telefonate** – Egal, ob Sie Aufträge angeln oder sich initiativ bewerben: Das Telefon ist ein hervorragendes Mittel, um schnell viele Kontakte zu knüpfen. Kontakte, die natürlich nur interessant sind, wenn sie ein Ergebnis bringen. Dafür braucht's ein knackiges Angebot, das inhaltlich wie rhetorisch überzeugt.
- ➔ **Vorstellungsgespräche** – „Erzählen Sie doch mal etwas über sich“, meint der Personaler. Und Sie legen los mit einer – natürlich sorgfältig aufs Unternehmen abgestimmten – Präsentation Ihrer beruflichen Entwicklung. So überzeugend, dass die Wahl nur auf Sie fallen kann.
- ➔ **Referate** – Sie interessieren sich für ein Unternehmen? Um zu erfahren, wie es dort zugeht, abonnieren Sie den Tweet des Marketing-Referenten. Der zwitschert jetzt, dass er nächste Woche in Ihrer Stadt einen Vortrag hält. Natürlich kommen Sie dort hin und sprechen ihn anschließend an. Und wenn er fragt, warum Sie sich für ihn interessieren, starten Sie Ihre Kurzpräsentation.
- ➔ **Netzwerktreffen** – Treffen von Berufsverbänden, Geschäftsnetzwerken oder Alumni-Gruppen sind hervorragende Gelegenheiten, mit wichtigen Menschen ins Gespräch zu kommen und dabei durch eine gelungene Selbstdarstellung zu begeistern und im Gedächtnis zu bleiben.
- ➔ **Zufallskontakte** – Sie gehen mit einer Freundin essen. Vom Nachbartisch grüßt ein Mann – sie stellt ihn als Geschäftsführer eines Unternehmens vor, für das Sie liebend gern tätig wären. Diese Gelegenheit können Sie doch sofort beim Schopf packen.

Zwei Formen des Elevator Pitch

Können fließend ineinander übergehen



Keine Frage, es gibt noch viele weitere Situationen, in denen Ihnen so ein Elevator Pitch extrem nützlich sein kann. Schließlich kann man buchstäblich überall auf einen Menschen treffen, der einen beruflich voranbringen könnte.

Elevator Pitch – Aufbau

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

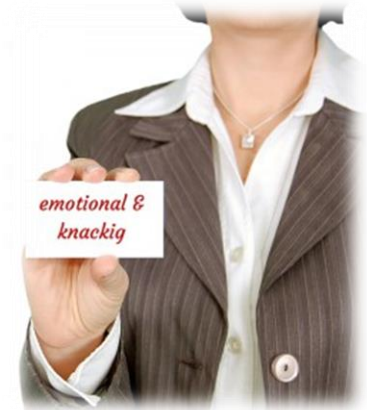
Welche Vorteile bieten Sie? Was ist speziell an Ihrem Angebot? Was also gewinnt Ihr Kunde oder Ihr künftiger Arbeitgeber, wenn er Ihr Angebot annimmt und nicht das eines Mitbewerbers?

➔ 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.



Tipps für den idealen 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 Stehgreif wird das in der Regel nichts. Wie es klappt:

➔ 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.

➔ 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.



➔ **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.

➔ **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 Wissenshintergrund 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?

➔ **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?



➔ **Zeigen Sie Begeisterung**

Es kommt nicht nur darauf an, was Sie sagen, sondern auch 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.

➔ **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.

➔ **Monologisieren Sie nicht**

Geben Sie Ihrem Gegenüber auch die Chance, sich einzuklinken und Interesse zu bekunden. Legen Sie zwischendurch eine ein- bis zwei-sekündige Pause ein, um die Reaktion Ihres Gesprächspartners abzuwarten.

➔ **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.

➔ **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 ebnen Sie den Weg für eine Zusammenarbeit.



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 Ihr Gegenüber interessant macht. Am besten, Sie versetzen sich schon vorher in dessen 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.

