



HOW TO PITCH - TIPPS & TRICKS FÜR DEN PERFECTEN PITCH

PITCH TYPEN

max. 10 Sekunden
kurz & verständlich

ONE SENTENCE PITCH

3 bis 7 Minutes

abhängig vom Anlass,
Fakten auf den Tisch!

PITCH

**ELEVATOR PITCH //
ALL PURPOSE PITCH**

**30 Sekunden bis 2
Minuten**

schnell überzeugen!

**INVESTOR DECK //
CUSTOMER DECK**

10 Minuten und mehr

Zahlen, Daten, Fakten
müssen stimmen.

ONE SENTENCE PITCH - EINE VORLAGE



[NAME DES STARTUPS] HILFT [ZIELGRUPPE] BEI [PROBLEM XY], INDEM [SIE DIESES UND JENES TUN/ANBIETEN] MIT [TECHNOLOGIE/USP O.Ä].

FOLGENDE W-FRAGEN SIND HILFREICH:

WER HILFT

WEM

WIE

WOBEI

WARUM BZW. DURCH WAS?

MIT
FREUNDLICHER EMPFEHLUNG
VON [BEKANNT-OHNE-BUDGET.DE](https://www.bekannt-ohne-budget.de)

ALL PURPOSE PITCH BZW. ELEVATOR PITCH

MEIN NAME IST [NAME] UND ICH BIN DER GRÜNDER BZW. DIE GRÜNDERIN VON [DEIN STARTUP]. AUFGRUND [PROBLEM STATEMENT/TREND]. WIR BIETEN [PRODUKT/SERVICE] FÜR [ZIELGRUPPE/ZIELMARKT], DAMIT [WERTEVERSPRECHEN/BENEFITS O.Ä.].

IM GEGENSATZ ZU [KONKURRENTEN BZW. BESTEHENDEN ALTERNATIVEN], MACHEN/HABEN/HELFFEN/LIEFERN WIR [ARGUMENTE ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG]. AKTUELL STEHEN/SIND WIR [STATUS QUO/MILESTONE O.Ä.].

[CALL TO ACTION FÜR DEN ENTSPRECHENDEN ADRESSATEN]



**“IN ALLEN DINGEN
HÄNGT DER
ERFOLG VON DEN
VORBEREITUNGEN AB.”**

Konfuzius

PLEASE
DONT TRY TO
SLEEP HERE

BE ADVISED

BY ORDER OF INTERIOR MINISTRY

3 GOLDENE REGELN!



ENTERTAIN!



BEEINDRUCKE!

A dark, atmospheric photograph of an interior space. The ceiling is dark with numerous small, bright lights, resembling a starry sky. A single, larger, glowing yellow light fixture is visible in the upper left. A neon sign is mounted on a dark wall, featuring a white arrow pointing left and the text "MORE THIS WAY" in white, with a blue glow around the letters. The sign is positioned above a doorway or window. To the left, a staircase with a dark railing is visible. To the right, a large window looks out onto a city street with brick buildings and a clear sky. The overall mood is mysterious and intriguing.

← MORE
THIS WAY


ERZEUGE INTERESSE!



**KISS - KEEP IT
SHORT & SIMPLE!**



TEILE EINE VISION!



Travel is to make a journey or to have an adventure to somewhere by bicycle, train, airplane, car, motorcycle, or boat. It could be an exploration to somewhere new planned or unplanned to meet new people, new things and new places. There are different types of adventures waiting for you to explore.

There are lots of places to explore. Places could be urban or suburban. Some people loves to be with nature to free their minds and refresh their souls. but some like to be in the city. You will get lots of benefits such as exploring new culture.

**ERZÄHLE EINE
GESCHICHTE!**

The Pitch Canvas©

A simple statement of what change you and your product are making in the world.

A memorable one-sentence explanation of what you do for customers.



Pain (+ Gain)

What problem is out there in the world?
What are you solving for your customers?
What opportunities do you provide for people to be faster, more cost-effective, more efficient, happier, safer...?



Product

As simple as possible: what does your product do for customers?
How does it work?
How have you tested it with customers?
(Be sure not to let the product dominate the pitch.)



Product Demo

Live demo? (always risky, but powerful if it works...)
Or screenshots? Physical product?
Can you show a real customer using it?
And do you really need to do a demo?



What's Unique

Technology/Relationships/Partnerships
How do you help your customers get results differently to your competition, or alternatives?



Customer Traction

Success so far?
Pilot customers? Major brands?
Customer reference quotes/movies?
PR coverage?
Use data and facts to strengthen.



Business Model

How do you get paid?
What's the opportunity for growth?
How can you scale beyond your current scope:
new industries, territories, applications of partnerships and technology?



Investment

Amount of investment?
In how many rounds? How many investors?
What type of investor are you looking for?
What expectations do you have of your investors; network, expertise?



Team

What relevant experience does your team have that supports your story?
Brands worked for?
Achievements? Sales success?



End statement with call to action



Intrigue/Surprise

Don't give the whole game away:
leave them wanting to know more.
Surprising facts or insights about the industry and its trends?
New information about a known subject?



Why You?

Why do you care about solving this problem for your customers?
How has your life been affected by this industry and business?
Why should your audience get involved with you?



Interaction

Challenge the audience with questions and something to take action on.
How can you re-set their attention?
What media can you use to give energy to your story?



Portable Story

What story can the audience go away and tell on your behalf?
What key things do you want them to remember about you and your company?



CREATED BY: David Beckett/Best 3 Minutes
Produced by David Beckett and Geert van Vlijmen

Best **3** minutes

Developed from an original idea by David Beckett.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
To view a copy of this license, go to: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send
a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Download this file as a pdf at Best3minutes.com
Please feel free to share The Pitch Canvas©
Simply ensure you reference Best3minutes.com after each use - thanks!

PITCH CANVAS

DER PITCH PROZESS (WENN NOCH KEIN PITCH DECK VORHANDEN)

Alle Informationen über die Idee sammeln z.B. auf dem Pitch Canvas!

Kritzle dein Pitch Deck auf Papier, sammle Moods & verwende erst dann Powerpoint o.ä.

1. SAMMLE DATEN UND FAKTEN

2. SCHREIB EINE GESCHICHTE

3. DESIGN DEINEN PITCH

4. FINETUNING & ÜBEN, ÜBEN, ÜBEN

Schreibe eine spannende Geschichte, die Emotionen auslöst.

Mache mögliche Ecken rund, so dass man dich um drei Uhr nachts zum pitchten wecken könnte!

DER PITCH PROZESS 2.0 (WENN BEREITS PITCH DECK VORHANDEN)

Über die Veranstaltung, die Jury, den Inhalt des Pitch, die Länge usw.

1. SAMMLE DATEN & FAKTEN

2. PASSE DEINEN PITCH AN

Passe dein Mastertemplate & den Pitch entsprechend der Informationen, die du gesammelt hast an.

Bist du in der Zeit? Fühlst du dich fit für die Q & A? Übe mit Freunden und Familie.

3. FINETUNING & ÜBEN

MUST HAVE - SLIDEDECK

- 1 INTRO & WELCOME SLIDE
- 2 PROBLEM
- 3 LÖSUNG
- 4 PRODUKT & PRODUKT DEMO
- 5 MARKT
- 6 WETTBEWERB
- 7 ALLEINSTELLUNGSMERKMAL (USP)
- 8 BUSINESS MODEL

- 9 FINANCIALS
- 10 GROWTH & TRACTION
- 11 TEAM
- 12 REFERENZEN
- 13 STRATEGIE // ROADMAP
- 14 ASK // CALL TO ACTION
- 15 KONTAKT

PLUS BACKUP SLIDES

WAS WIRD ÜBER WAS TRANSPORTIERT?

- **ZAHLEN, DATEN, FAKTEN**

Business Model, Markt, Wettbewerb, Finanzielles

- **FUNKTIONALITÄT**

Produkt bzw. Produktdemo, Use Cases

- **VERTRAUEN**

Traction, Referenzen, Strategie bzw. Roadmap

- **LEIDENSCHAFT**

Team, Persönlichkeit, Auftreten

- **EMOTIONEN**

Problem, Lösung, Vision, Mission, Alleinstellungsmerkmal



ACHTUNG

AUFPASSEN - ZWEI VERSCHIEDENE PAAR SCHUHE!

PITCH DECK

SO WENIG TEXT WIE MÖGLICH AUF DEN FOLIEN. NUTZE BILDER, GRAPHEN, ZAHLEN & STICHPUNKTE. DAS PITCH DECK UNTERSTÜTZT VISUELL DEINE ERKLÄRUNG!

VS.

(SALES) DECK ZUM SENDEN

TEXTE, BILDER, GRAPHEN IN GUTER KOMBINATION UND ZUR VERSTÄNDLICHKEIT OHNE PERSÖNLICHE ERKLÄRUNG!

ALLGEMEINE PITCH HOW TOS & TIPPS

1 MASTERTEMPLATES ANLEGEN

Eins zum Pitchen & eins zum Raussenden. So muss immer nur an einer Stelle gesucht oder Informationen upgedatet werden.

2 SHORT PITCH DOKUMENT ANLEGEN

One Sentence & Elevator Pitches für verschiedene Zielgruppen. Besonders, wenn sich das Team vergrößert ist es sehr hilfreich alles zentral abgelegt zu haben.

3 FAQ DOKUMENT ANLEGEN

Es werden häufig ähnliche Fragen gestellt. Wenn immer alle Fragen gesammelt werden, kann man sich dadurch zukünftig besser auf Pitches vorbereiten und Fragen im Q & A zügiger beantworten.

4 JEDEN PITCH INDIVIDUELL VORBEREITEN

Mal geht es schnell mal dauert es länger. Lohnen tut es sich fast immer, da man i.d.R. merkt, ob es ein individualisierter oder Standard Pitch ist.

5 T & T - TIMEBOXING UND TECHNIK

Pitches sollten auf den Punkt sein inhaltlich sowie zeitlich. Ebenso ist ein technischer Check egal ob bei physischer oder digitaler Veranstaltung von Vorteil, um Probleme vorzubeugen, wie z.B. Videos, die ruckeln, Adapter die fehlen o.ä.

6 HAND OUTS & GIVE AWAYS

Immer erst am Ende des Pitches rausgeben - sonst wird vom Pitch abgelenkt.
Tipp: Ausgedruckte Handouts wandern oft danach in den Müll. Besser digital senden bei Bedarf.

7 STORYTELLING & VISION

Erzähle eine Geschichte und teile eine Vision, die gar nichts anderes außer Begeisterung zulässt. Durch das Verpacken von sachlichen Inhalten in spannende Geschichten kann man besser folgen.

8 NICHT VERGESSEN: KISS!

Keep it short & simple! Nicht zu tief ins Detail, nicht zu komplex. Die Menschen können sonst nicht folgen. Details lieber im Q & A Part oder Folgetermin klären.

9 BACK UP SLIDES

Alles was nicht mehr ins Pitch Deck passt aber gut zur Beantwortung der Fragen im Q & A genutzt werden kann. Hier können gut Detailinformationen zu Finanzen oder weiteren Use Cases stehen. **Wichtig:** Die Backupslides liegen hinter der letzten Slide - der Kontaktslide.

10 FOLLOW UP MAIL

Nach einem Termin nochmal Kontakt aufnehmen schadet nie. Sei es um das Pitch Deck nochmal zu senden oder um Nachzufragen, warum es nicht geklappt hat.

LEITFRAGEN ZUR VORBEREITUNG

Ziel: Informationen für den perfekten Pitch sammeln.

Wie lange geht der Pitch?

Wie lange geht die Q & A?

In welchem Rahmen findet der Pitch statt?

Wer ist in der Jury/Audience bzw. Zielgruppe?

Wie sind die Bewertungskriterien?

Ist es ein Investor/Kunden/Businesspartnerpitch?

Passt der Kunde/Investor/Businesspartner überhaupt?

Was möchte ich erreichen?

Was ist mein ASK?

Muss das Pitchdeck vorab schon eingereicht werden?

TIPPS INVESTOR:INNEN PITCH

Ziel: Deutlich machen, dass das Startup bzw. die Idee und das Team perfekt zu Business Angel/Investor:in/VC passen und wirklich ein Problem gelöst bzw. ein Bedürfnis gedeckt wird.

1 NICHT SCHWAFELN

Baue einen überzeugenden Pitch, der auch ohne viel “Geschwafel” auskommt. Investor*innen wittern direkt, wenn einfach nur für drum rum geredet wird.

2 FOKUS FOKUS FOKUS

Problem und Lösung müssen natürlich genannt werden und auch einleuchtend sein. Hauptfokus sollte jedoch auf: Markt, Wettbewerb, USP, Business Model, Financials aber vor ALLEM auf dem Team liegen. An Ideen/Produkten/Services kann leichter gefeilt werden als an Teams. **Tipp:** Achtet auf den komplementären [Aufbau eines Startupsteams!](#)

3 TRACTION & REFERENZEN

Gibt es schon Traction und vorzeigbare Referenzen? Bitte unbedingt zeigen und nicht verstecken. Das führt zu Vertrauen!

4 KLARER ASK BZW. CALL TO ACTION

Wie viel Geld wird wofür benötigt? Was soll damit geschafft werden? Wieso ausgerechnet diese/r BA/Investor:in/VC? **Tipp:** Icons nutzen, ungerade Zahlen runden, präzise bleiben

5 ZAHLEN REALISTISCH DARSTELLEN

Menschen, die viel mit Zahlen arbeiten, sind i.d.R. besser im Rechnen. Keine schön gerechneten Zahlen auf die Slides packen. Die Zahlen müssen erläutert werden können.

6 FIRMENBEWERTUNG

Nur mit reinnehmen, wenn auch danach gefragt wird bzw. der Pitch danach ausgerichtet ist auch die Bewertung mit reinzugeben. **Tipp:** [Gerne Hilfe bei Experten](#) holen, bevor man sich hier verbrennt.

7 BACKUP SLIDES

Financial Details aber auch Details zum Team wie z.B. Referenzen aus der Vergangenheit/Uniabschlüsse, wenn nicht schon genannt. Ggf. Use Cases von Kunden falls spannend für den Investor.

8 AUFTRETEN

Sei selbstbewusst aber keinesfalls arrogant! Am Besten bleibt man einfach, wie man ist - authentisch. **Tipp:** Investor:innen investieren mehr in Teams als in reine Ideen. Aufgrund der sehr engen Zusammenarbeit muss man sich gut verstehen. Es ist oft mehr People als Investment Business.

TIPPS KUNDEN BZW. BUSINESS PARTNER PITCH

Ziel: Beweisen, dass ihr Business mit eurer Lösung (noch) besser läuft.

1 PITCH AUF DAS PROBLEM DES KUNDEN ANPASSEN

Wenn ein bestimmtes Unternehmen als potentieller Neukunde identifiziert wird, passiert dies aufgrund der Probleme. Verdeutliche diese Probleme nochmal zu Beginn damit der Weg für die Lösung bereits geebnet ist. **Tipp:** Customizing. Baue gerne Logo o.ä. des Kunden ein.

2 LÖSUNG FÜR DEN KUNDEN PRÄSENTIEREN

Greift die Probleme nochmal kurz auf und zeige wo genau hier durch die Lösung Erleichterungen stattfinden.

3 IMPLEMENTIERUNG

Beschreibe genau, wie eine Implementierung des Service oder Produkts aussehen kann.

4 VORTEILE AUFZEIGEN

Zeige nochmals die Vorteile der Lösung und der Implementierung ins eigene Unternehmen. Wie viel Geld, Zeit o.ä. kann bspw. eingespart werden.

5 USE CASES

Wie sieht es bei anderen Unternehmen aus die die Lösung schon nutzen? Was hat sich verändert? Wie sah der Prozess aus?

6 REFERENZEN

Gibt es Stimmen zu Use Cases von Entscheider*innen aus anderen Unternehmen? Dann immer rein damit. Sorgt für Vertrauen.

7 PRICING

Der Kunde möchte wissen, wie viel ihn das kostet. **Tipp:** Kalkulationsbeispiele aufzeigen aber darauf hinweisen, dass ein Angebot nach dem individuellen Bedürfnis erstellt wird. Da kann man dann noch mit Rabatten spielen.

8 KUNDENPRÄSI FÜR WEITERE ÜBERZEUGUNGSARBEIT

Inhouse beim Unternehmen muss noch Überzeugungsarbeit geleistet werden? Kein Problem. Stelle dem pot. Kunden eine Präsentation zur Verfügung, die er für interne Meetings nutzen kann.

9 FOLLOW UP

Vom Kunden länger nichts gehört? Gerne einfach mal anrufen oder per Mail nachfassen, ob noch Interesse besteht, Hilfe gebraucht wird o.ä.

10 SUPPORT

Gib dem Kunden von ersten Gespräch an das Gefühl, dass ihr im gleichen Boot sitzt und biete Support auch in anderen Angelegenheiten an. #bindung



**“UNDER PRESSURE,
YOU DON'T RISE TO
THE OCCASION, YOU
SINK TO THE LEVEL
OF YOUR TRAINING”**

NAVY SEALS

HOW TO - SLIDEDECK

1 WENIGER IST MEHR

Nutze Bilder, Icons oder Graphen, die leicht zu verstehen sind, Text gehört in die Notizen.

2 GROSSE SCHRIFT

Nicht zu viele verschiedene Fontgrößen nutzen.

3 KEIN FARBENWIRR-WARR

Entscheide dich für max. 2 Hauptfarben.

4 SLIDES SIND UMSONST

Mache aus einer Slide lieber drei um die Übersicht zu bewahren.

5 KEINE DESIGN EXPERIMENTE

Bilder nicht stauchen, ziehen oder eine zu bunte Graphik erstellen, das lenkt nur ab. **Tipp:** Bleib bei den Standards.

6 BASIC INFORMATION

Nutze den Footer für Basic Information, wie Titel des Vortrags, URLs, Name, Datum o.ä.

7 GLEICHER STYLE

Beachte, dass das Masterlayout immer gleich ist. Wenn das Logo hüpfert oder zu viele Unregelmäßigkeiten auftauchen, kann dies sehr irritierend sein und aus dem Fokus holen.

8 HILFREICHE TOOLS & WEBSITES

Am Ende dieses Dokuments finden sich noch Websites & Tools zur Verbesserung/Verschönerung der Pitch Decks. Gerne nutzen und dadurch ggf. Zeit sparen.

9 WHAT ABOUT THE MEDIA?

Ist das Thema so aktuell oder einfach oft in Presse und Medien vertreten? Greife auch sowas auf zurück um eure Problemstellung zu verdeutlichen. Schlagzeilen und Studien eignen sich hier immer gut.

10 PERSÖNLICHKEIT

Bringe gerne Persönlichkeit ins Slide Deck. Hast du schon als Kind eine Leidenschaft für das Thema gehabt und ein passendes Bild dazu? Rein damit. **Tipp:** Tiere und Kinder bzw. Baby klappen immer gut und sorgen für Schmunzler.

11 SCHLIESSE MIT EINER VISION SLIDE AB

Am Anfang wurde das Problem aufgebaut und am Ende ist nochmal Zeit darauf zurückzukommen und dazu einzuladen gemeinsam dieses Problem zu lösen.

HILFREICHE WEBSITES & TOOLS

- **PEETCH SLIDOR**

Einfaches Startup Pitch Template zum Download

- **SLIDECARNIVAL & SLIDESGO**

Pitch Templates für Powerpoint & Google

- **PEXELS & UNSPLASH & PIXABAY**

Lizenzfreie Bilder

- **FLATICON & THE NOUN PROJECT**

Icons, Icons, Icons

- **POWTOON & SIMPLESHOW**

Tools für Erklärungsvideos

- **UNDRAW**

Illustrationen (farblich aufs CD angepasst)

- **CANVA**

Für Präsentationen aber auch Infografiken

- **BEAUTIFUL.AI**

Kreiert nahezu automatisch schöne Slides

NOCH FRAGEN? EINFACH MELDEN!

Agile & Startup Coach // Pitch Trainerin

@ hi@julesrulescgn.com

+49 177 45 94 145

in jules-banning

ig jules.rules.cgn

