

5 Argumente

Jede Kernaussage stützt ihr jetzt mit Argumenten. Bei einem Pitch ist die Gliederung üblicherweise wie folgt:

1. Angebot
 - a. Lösung für das Problem
 - b. Produkt bzw. Dienstleistung (zeigt Bilder, führt eine Demo vor)
2. Geschäftsmodell
 - a. Alleinstellungsmerkmal
 - b. Konkurrenzsituation
 - c. Einnahmequellen, Kostenfaktoren
 - d. Proof of Concept (Weshalb soll es funktionieren?)
3. Benötigte Mittel
 - a. Finanzielle Mittel, Verwendungszweck
 - b. Weitere Mittel

6 Mission

Was treibt euch an? Weshalb nehmt ihr die Mühe auf euch, ein Geschäftsmodell in diesem Feld zu verfolgen? Hier schafft ihr Vertrauen und weckt Emotionen.

1. Ursprungs-Story
2. Vision ("Wir wollen ...") oder Mission ("Wir glauben, dass jeder ... haben sollte")
3. Kürzlich erreichte Meilensteine
4. Team & Funktionen

**4 Kernaussagen**

Hier beantwortet ihr die Kernfragen in einem Satz. Die Sätze sind eure Key Messages und dienen euch als Management Summary.

1 Bedürfnisse

Warum ist das Thema wichtig für die Gesellschaft? Notiert hier grundlegende Bedürfnisse (z.B. Sicherheit, Zugehörigkeit, Orientierung).

**3 Kernfragen**

Was möchte euer Publikum heute beantwortet haben? Normalerweise umfasst dies folgende Fragen:

1. Was bietet ihr an?
2. Weshalb soll das Geschäftsmodell funktionieren?
3. Welche Mittel benötigt ihr?

Tipp: Auf exakt 3 Fragen beschränken. Die Fragen bilden die Überkapitel eurer Präsentation.

2 Probleme

Weshalb können diese Bedürfnisse nicht erfüllt werden? Notiert hier, was im Moment der Gesellschaft Sorgen bereitet.

Überlegt euch eine Geschichte, die diese Sorgen illustriert. Dabei kann es sich um eine fiktive oder reale Person handeln, oder ihr sprecht die Vorstellungskraft des Publikums an.

- Fiktiv: "Das ist Max. Er ..."
- Real: "Vor 2 Monaten beobachtete ich, wie..."
- Vorstellungskraft: "Stellt euch vor, ihr seid..." / "Könnt ihr euch erinnern, als ihr das letzte Mal..."

7 Handlungsaufruf

Was soll das Publikum als Nächstes tun? Überrasst die nächsten Schritte nicht dem Zufall.

1. Im Meeting (z.B. Folgetermin vereinbaren)
2. Zurück am Arbeitsplatz (z.B. Handout lesen, entscheiden)
3. Langfristig (z.B. in euch investieren)

Einstieg
Ziele - Sorgen - Kernfragen
-> Aufmerksamkeit erzeugen

Hauptteil
Kernaussagen - Argumente
-> Überzeugen mit Substanz

Schluss
Mission - Handlungsaufruf - Erneut Bedürfnisse
-> Handlungen auslösen