

Oliver Grytzmann · Carsten Lexa

# So gewinnen Gründer ihre Pitches

Kunden, Geschäftspartner &  
Investoren mit gelungenen  
Präsentationen überzeugen



Springer Gabler

So gewinnen Gründer ihre Pitches

Oliver Grytzmann • Carsten Lexa

# So gewinnen Gründer ihre Pitches

Kunden, Geschäftspartner &  
Investoren mit gelungenen  
Präsentationen überzeugen



Springer Gabler

Oliver Grytzmann  
Candid Rhetorics  
Frankfurt am Main, Deutschland

Carsten Lexa  
Rechtsanwaltskanzlei Lexa  
Würzburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-33457-4      ISBN 978-3-658-33458-1 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-33458-1>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

*Dieses Buch ist Personen gewidmet, die uns wichtig sind:  
Für Oliver Grytzmann ist dies Martina Seemann.  
Für Carsten Lexa sind diese Karola und Oliver Lexa (Familie ist das, was  
am Ende bleibt) und die BIO 2019 (mit der das Leben großartig ist).*

# Geleitwort von Stephan Lendi – Vergesst Storytelling. Vergesst Elevator Pitches

Dieses Buch vermittelt dir kein Storytelling im sagenumwobenen, magisch-mystischen Sinne, wie dies zahllose – meist selbst ernannte – Storytelling Gurus für viel Geld in Online-Kursen und Workshops anbieten. Auch vermitteln dir die beiden Autoren nicht noch eine Technik zur Lift-Fahrt mit dem Business Angel, CEO oder Großinvestor, den Once-In-A-Lifetime-Moment für den jahrelang trainierten Elevator Pitch.

Danke Oliver. Danke Carsten.

Ihr tut nicht, was so manchen Pitch zum Desaster hat werden lassen. Ihr tut nicht, was manches Start Up vor dem ersten Erfolg bereits zum Scheitern verurteilt. Und das ist auch gut so. Als Moderator habe ich unendlich viele Pitches gehört, die mit dem vermeintlich innovativen Satz „Stellen Sie sich einmal vor ...“ bzw. „Imagine ...“ begannen, begleitet von einer fantastisch großen Handbewegung, die eine innovative Vision implizieren sollte. Was in Wirklichkeit in den Köpfen der Zuschauerinnen und Zuschauer passiert, ist ernüchternd: „Schon wieder einer, der glaubt, innovativ und kreativ zu sein. Schon wieder einer, der viel Lärm um nichts macht. Das ist meine Zeit nicht wert.“ Die Aufmerksamkeit ist weg; die Chance ist verspielt, das Startup DOA – dead on arrival.

In meinem Beruf als Moderator, Host und Sprecher weiß ich eines: Was ich tagtäglich auf der Bühne, hinter dem Mikrofon und am Bild-

schirm tue, ist ein Handwerk. Und dieses Handwerk ist lernbar. Ganz konkret, ganz pragmatisch. Nichts daran ist mystisch und sagenumwoben. Die Prinzipien sind einfach und logisch. Hier sind die zwei, die mir am meisten am Herzen liegen.

Grundsatz 1: Ich will mein Gegenüber, meine Zielgruppe verstehen, Motivationen, Erfahrungen, Werte, Bedürfnisse, Ängste und Bedenken. So kann ich auf mein Gegenüber eingehen, Nutzen stiften und ein bestimmtes Verhalten auslösen. Das funktioniert übrigens auch bei einem größeren Publikum und auch virtuell ganz gut. Also: Individualität statt Elevator-Pitch-Einheitsbrei.

Grundsatz 2: Arbeitet nie mit Imagine-Szenarien, die hypothetisch und weltfremd sind, die diskutieren was wäre, was sein könnte und dem realitätsfremden Konjunktiv II verfallen. Seid ganz konkret, fassbar und emotional; nah an Eurem Gegenüber. Je näher ihr an den Menschen hinter der Funktion des Großinvestors oder Business Angels herankommt, desto eher erreicht ihr ein Commitment zu Eurem Projekt. Denn dieses erreicht ihr nicht ausschließlich mit präzisen Zahlen, Daten und Fakten.

Carsten und Oliver haben eben dies verstanden und konkret, pragmatisch und praktisch auf den folgenden Seiten ausformuliert. Storytelling wird entmystifiziert, der Elevator-Pitch weicht dem Verstehen des eigenen Publikums. Ich teile Carstens Leidenschaft und Bühnenerfahrung im Bereich der Zauberei – auch da bilden Struktur und perfektioniertes Handwerk die Basis der Kunst. Im Debattieren ist dies genauso, was Oliver und Carsten gleichermaßen verstehen. Beide haben diese Kunst so weit perfektioniert, dass die erlernten und wohl geübten Techniken nicht nur für die Zuschauer, sondern auch für einen selbst zu einer Leidenschaft werden, die wiederum mit dem Publikum geteilt wird.

Ich danke euch, Carsten und Oliver, dass Ihr Eure Erfahrungen, Eure Techniken und Euer Handwerk weitergibt und dadurch aufzeigt, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten hinter der Leichtigkeit und Souveränität eines Pitches, einer Präsentation oder eben einer Moderation stecken.

### ***Stephan Lendi***

*Stephan Lendi* ist Voice Over Artist und Moderator sowie Kommunikations-trainer speziell in den Bereichen Auftrittskompetenz und Körpersprache.

## Geleitwort von Friedhelm Wachs – Next

Wir leben in einer Zeit fraktaler Information und kurzer Aufmerksamkeitsspannen. Wir leben in einer Zeit voller Geräusch. Wir leben in einer Zeit, in der die wenigste Information passgenau unser Herz, unsere Erfahrung, unser Bedürfnis trifft. Selten ist etwas dabei, was in uns ankert, wie das Fischerboot mit dem Glasboden über den Korallen im klaren, azurblauen Wasser. Was uns neugierig macht, wo wir mehr wissen wollen. Wo wir bereit sind, tief einzutauchen. Selten. Und deshalb heißt es so oft: next. Ziehen wir weiter!

Wer nicht kommunizieren kann, ist draußen. Wer nur kommunizieren kann auch.

Deshalb ist der Erfahrungsschatz unserer beiden Autoren Oliver Grytzmann und Karsten Lexa so wertvoll. Er kombiniert das rhetorische Handwerk mit den drei im Geschäftsleben relevanten Faktoren Produkt, Team und Markt zu einem Buffet an Präsentationsmöglichkeiten, die der Auslage eines erfolgreichen Fachhändlers für Südfrüchte in nichts nachsteht. Sein exzellentes Geschrei zieht Interessenten an, aber eine einzige faule Ananas kann seine Bemühungen torpedieren und seine unfreundlichen Kollegen das versprochene Einkaufserlebnis zu Enttäuschung werden lassen. Alle drei Komponenten im Blick zu haben und auf das Interesse von Käufern, Geschäftspartnern und Investoren auszurichten, ist die Aufgabe eines guten Pitches. Sonst nichts. Wie Sie diese Aufgabe erfüllen können lernen Sie hier.



Es geht nicht um bunte Bilder. Es geht nicht nur um Fakten. Es geht um die so einfache wie schwere Aufgabe, Vertrauen zu vermitteln, Gier und Neugier zu wecken und den richtigen Anker mit dem richtigen Ausblick zu setzen. Eine Aufgabe, die sich von Pitch zu Pitch verändert, weil unsere Gesprächspartner immer andere sind. Es ist an Ihnen, aus dem großen Büfett die richtige Mischung von Früchten zusammenzustellen, mit jeweils anderen Farben, Gerüchen, mit anderem Geschmack und anderer Haptik, ganz wie es ihrem Gesprächspartner gefällt. Und machen Sie sich dabei nichts vor. Im medialen Zeitalter erscheinen uns viele Dinge als leicht, die von großen Produktionsteams in oft wochenlanger Vorbereitung mit kaum vorstellbarem Aufwand hergestellt werden. Von stundenlanger Arbeit werden nur Minuten sichtbar. Auf diese Arbeit, auf diese Vorbereitung können Sie nicht verzichten. Aber auch hier gilt es, sich ausschließlich an Ihrem Gesprächspartner und Ihrer Gesprächspartnerin zu orientieren. Wenn Sie sich konsequent an ihm oder ihr orientieren und ausreichend Zeit in die Vorbereitung investieren, dann werden sie jedem Investor und jedem Geschäftspartner zu einer informierten Entscheidung verhelfen. Wie auch immer diese ausfällt, ob für Ihr Projekt oder gegen Ihr Projekt, Sie gewinnen in jedem Fall. Ihre Reputation, Ihre Glaubwürdigkeit wächst und damit das Vertrauen in Sie. Und das ist die Währung, mit der Sie langfristig erfolgreich sein werden. Ihnen dabei viel Erfolg!

***Friedhelm Wachs (LaxWachsSebenius)***

Friedhelm Wachs gehört zu den international führenden Verhandlungsexperten und berät global agierende Konzerne und Regierungen.

# Vorwort

Eine der Haupttätigkeiten von Gründern, auch wenn es diesen selbst nicht immer so bewusst ist, sind Präsentationen. Das kann aus offensichtlichen Gründen der Fall sein, weil beispielsweise bei einem Investor das Interesse geweckt werden soll, sich an einem Start-up zu beteiligen. Das kann aber auch der Fall sein, weil ein Start-up für sein innovatives Produkt oder seine Dienstleistung wirbt und so automatisch, aber nicht im „klassischen“ Sinn, präsentiert.

Was auch immer der Fall ist, es geht um etwas – sei es Geld, seien es Aufträge, sei es etwas anderes! Doch wie präsentieren Gründer „richtig“, also in einer Art und Weise, dank der eine Präsentation zu einem sinnvollen Ergebnis führt?

Wir, Oliver Grytzmann und Carsten Lexa, haben festgestellt, dass es zu diesem Thema an Lektüre fehlt. Natürlich fehlt es nicht an allgemeiner Lektüre zum Thema „Präsentationen“. Jedoch existiert ein Buch, welches insbesondere die verschiedenen Situationen betrachtet, in denen sich Gründer bzw. Start-ups wiederfinden, wenn es um Präsentationen geht, unseres Wissens nach nicht.

Wir wollen dies ändern. Und wir glauben, dass wir einiges Hilfreiches dazu zu sagen haben. Wir bringen nicht nur eigene Erfahrungen mit, sondern arbeiten beide seit vielen Jahren sowohl mit Investoren als auch mit Unternehmen und mit Gründern im Bereich Präsentationen zusammen.

Oliver Grytzmann hat dabei seinen Fokus auf der unternehmerischen Seite. Er berät seit dem Jahr 2015 Mittelständler und Großunternehmen in erklärungsbedürftigen Branchen im Bereich Vertrieb und Unternehmenskommunikation nach innen wie nach außen – insbesondere mit dem Fokus auf den Bereich Storytelling. Die Idee dahinter: wie können Unternehmer mit klaren geistigen Bildern Ansprechpartner vom Verständnis und von der Emotion her „abholen“. Sein Hintergrund ist der eines Theaterschauspielers und dabei in der Form des sogenannten „Impro-Theaters“, einer Schauspielform, bei der ein Stück nicht von Anfang an bekannt ist, sondern sich live auf der Bühne anhand des Inputs der Zuschauer entwickelt.

Darüber hinaus hat Oliver jahrelange Erfahrung im Debating, dem verbalen Wettstreit zweier Teams über fiktive Themen, und ist Vize-Europameister im Public Speaking bei den Toastmasters, der größten Organisation für das Lernen der Kunst der öffentlichen Rede.

Carsten Lexa ist Wirtschaftsanwalt und berät schwerpunktmäßig Unternehmen, Investoren und Gründer in wirtschaftsrechtlichen Fragen, insbesondere bei der Zusammenarbeit und bei der Planung von Investments. Diese Erfahrungen bringt er nicht nur in seine individuellen Beratungen mit ein, sondern auch in die Gremien und Organisationen, in denen er aktiv ist: er ist Gründungsmitglied und Sprecher der Gründerinitiative „Gründen@Würzburg“, Botschafter des „Großer Preis des Mittelstands“, des größten privat vergebenen deutschen Preises für herausragende Mittelständler, und Mitglied im Expertengremium des Internationalen Wirtschaftsrats für den Bereich Start-ups und Zusammenarbeit von Start-ups und KMUs. Darüber hinaus war er als Weltpräsident der G20 Young Entrepreneurs' Alliance Sprecher von 500.000 jungen Unternehmerinnen und Unternehmern in den G20-Staaten.

Carsten kennt aber nicht nur die inhaltlichen Fragestellungen bei unternehmensbezogenen Präsentationen, er ist auch selbst aktiver Präsentator. Er stand sieben Jahre als „magischer Entertainer“ auf der Bühne, ist Vize-Welt- und Vize-Europameister im deutschsprachigen Debating der Junior Chamber International, der größten internationalen Organisation junger Unternehmer und Führungskräfte, und Gründungspräsident der Toastmasters in Würzburg. Er hält darüber hinaus Offline-

und Online-Vorträge und Workshops zu unternehmensrelevanten Themen und moderiert Veranstaltungen.

In diesem Buch haben wir nun unsere Kompetenzen gebündelt und legen sie dir, geneigter Leserin oder geneigtem Leser, zu Füßen. Dieses Buch behandelt neben allgemeinen Anforderungen an Präsentationen die unserer Meinung nach drei wichtigsten Situationen für Gründer, nämlich die Präsentation für Kunden, die Präsentation vor Geschäftspartnern und die Präsentation vor Investoren. Da wir jeweils über besonderes Fachwissen in diesen Bereichen verfügen und wir nicht einfach so unser Wissen „zusammenschmeißen“ wollten, sind die einzelnen Kapitel von jeweils einem von uns geschrieben. Da wir dir aber ein möglichst umfassendes Bild geben wollen, haben wir diese Kapitel jeweils gegenkommentiert („**Oliver sagt**“; „**Casten sagt**“). So bekommst du nicht nur weitere Informationen, sondern auch einen weiteren Blickwinkel und damit eine weitere Meinung.

Ganz wichtig ist es aus unserer Sicht, dass du dir das erste und zweite Kapitel mit den allgemeinen Informationen durchliest. Denn aus unserer jahrelangen Erfahrung heraus haben wir ein paar Grundsätze abgeleitet, die unserer Meinung nach für jede Präsentationssituation gelten. Wir erleben leider immer wieder, dass die gleichen oder zumindest ähnlichen Fehler gemacht werden, die aber gar nichts mit bestimmten Situationen zu tun haben. Deren Vermeidung hilft in jeder Situation und macht jede Präsentation besser, egal für wen diese erfolgt. Allein die Lektüre dieser Kapitel wird deine Präsentationen verbessern, das versprechen wir dir.

Schließlich gibt es von uns nur noch eines zu sagen: Vielleicht hast du Anregungen zu diesem Buch oder weitergehende Fragen. Dann brennen wir darauf, diese zu erfahren. Zögere deshalb nicht und gib uns eine Rückmeldung. Schreibe uns eine E-Mail unter „[hello@pitchperfekt.de](mailto:hello@pitchperfekt.de)“ oder kontaktiere uns über unsere Online-Kanäle, die wir dir am Ende dieses Buches im vorletzten Kapitel zusammengestellt haben. Und werfe auch schon mal bei Gelegenheit einen Blick auf die Webseite [www.pitchperfekt.de](http://www.pitchperfekt.de), die wir begleitend zu diesem Buch eingerichtet haben. Dort findest du Zusatzmaterialien, die dieses Buch ergänzen (mehr Infos findest du am Ende von Kap. 3):



Wir wünschen dir nun eine anregende Lektüre und allzeit gelungene und erfolgreiche Präsentationen.

Frankfurt am Main, Deutschland  
Würzburg, Deutschland

Oliver Grytzmann  
Carsten Lexa

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Gründer, Start-ups, Präsentationen</b>	<b>1</b>
1.1	Bedeutung von Präsentationen für Gründer	1
1.2	Präsentationen sind allgegenwärtig	2
1.3	Ursachen nicht optimaler Präsentationen	3
1.4	Wie sich Präsentationen verbessern lassen	5
1.5	Die Logik hinter den nächsten Kapiteln	5
	Literatur	6
<b>2</b>	<b>Präsentationen im Allgemeinen – Anforderungen und Erwartungshaltungen</b>	<b>7</b>
2.1	Anforderungen	8
2.2	Erwartungshaltungen	26
2.3	Ergänzende Materialien	37
	Literatur	37
<b>3</b>	<b>Präsentationen für Kunden</b>	<b>39</b>
3.1	Das Ziel der Präsentation	40
3.2	Erwartungshaltungen von Kunden	45
3.3	Psychologische Elemente	49
3.4	Typische Fehler aus der Praxis	64
3.5	Dos and Don'ts	68

3.6	Tipps für bessere Präsentationen für Kunden	74
	Literatur	76
<b>4</b>	<b>Präsentation vor Geschäftspartnern</b>	77
4.1	Das Ziel der Präsentation	77
4.2	Erwartungshaltungen von Geschäftspartnern	79
4.3	Psychologische Elemente	80
4.4	Storytelling-Elemente	84
4.5	Typische Fehler aus der Praxis	86
4.6	Dos and Don'ts	88
4.7	Tipps für bessere Präsentationen vor Geschäftspartnern	91
<b>5</b>	<b>Präsentieren vor Investoren</b>	95
5.1	Das Ziel der Präsentation	97
5.2	Erwartungshaltungen von Investoren	98
5.3	Psychologische Elemente	103
5.4	Storytelling-Elemente	105
5.5	Typische Fehler aus der Praxis	107
5.6	Dos & Don'ts	109
5.7	Tipps für bessere Präsentationen vor Investoren	116
	Literatur	121
<b>6</b>	<b>Der nächste Schritt</b>	123