

STARTUPTEENS

WIR MACHEN JUNGE UNTERNEHMER



7. ONLINE TRAINING

PRÄSENTATION GESCHÄFTSIDE

WIE PRÄSENTIERE ICH MEINE GESCHÄFTSIDE
VOR POTENTIELLEN GELDGEBERN?

Philippa Pauen
HeH Lebensmittel GmbH
Geschäftsführende Gesellschafterin

Chanyu Xu
Eating with the Chefs GmbH
Co-Founder

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einführung
2. Die Pitch-Präsentation
 - a) Elevator Pitch
 - b) Das Problem
 - c) Die Lösung
 - d) Der Markt
 - e) Das Geschäftsmodell
 - f) Der Wettbewerb
 - g) Der Markteintritt
 - h) Wichtige Kennzahlen
 - i) Team
 - j) Was braucht ihr?
 - k) Executive Summary
 - l) Kontakt
 - m) Backup
3. Die verschiedenen Pitch-Arten
4. Wie bereite ich mich vor?

Vertiefung 1 Vertiefung 2

Wir haben Abschnitte farblich markiert, damit Du selbst entscheiden kannst, wie viel Du lesen möchtest.

1. EINFÜHRUNG

Sein Geschäftsmodell richtig zu präsentieren ist der erste Schritt zum Erfolg: Jeder Investor erwartet als Entscheidungsgrundlage für eine Investition eine „Pitch-Präsentation“, also eine visuelle Übersicht über die eigene Geschäftsidee.

Das Wort „Pitch“ ist aus dem Englischen abgeleitet und umschreibt das Präsentieren vor Investoren im Rahmen einer Finanzierungsrunde. Dementsprechend wird die zugehörige PowerPoint Präsentation auch „Pitch-Deck“ genannt.

Auch wenn es keine vorgeschriebene Form oder einen verpflichteten Inhalt für die Präsentation gibt hat sich ein Standard etabliert. Diesen möchten wir Euch hier gerne vorstellen. Die einzelnen Folien werden je nach Geschäftsmodell befüllt, so dass der Investor einen umfassenden Überblick über Euer Unternehmen erhält. Außerdem gibt es verschiedene Stufen der Investorenansprache, über die wir Euch im zweiten Teil einen kurzen Überblick geben. Im letzten Teil haben wir noch ein paar Tipps wie ihr euch optimal auf den Termin vorbereitet.

2. DIE PITCH-PRÄSENTATION

Insgesamt gibt es 12 Slides (das sind die einzelnen Seiten einer Präsentation), die typischerweise in einer Pitch-Präsentation vorkommen. Es macht Sinn die Reihenfolge in der wir hier die einzelnen Slides sortiert haben beizubehalten, damit ihr die Geschichte rund um euer Unternehmen besonders gut erzählen könnt. Zu jeder Slide erklären wir euch beispielhaft die möglichen Inhalte. Die müsst ihr natürlich auf euer Geschäftsmodell anpassen. Wir haben das Beispiel eines gesunden Restaurants ausgesucht um euch zu verdeutlichen worum es geht. Die Aussagen zu den einzelnen Slides müsst ihr für die Präsentation in Stichpunkten wiedergeben, damit die Präsentation nachher auch auf den ersten Blick zu verstehen ist.

A) ELEVATOR PITCH

Das Wort „Elevator Pitch“ ist eine bildhafte Beschreibung: Erklärt Eure Geschäftsidee innerhalb der Zeit, die ihr hättet wenn ihr mit jemandem Aufzug fahrt (ok... nicht bis ganz oben auf das Empire State Building, sondern eher eine durchschnittliche Aufzugsfahrt). Beispiel: „Ernährung ist für mich und meine Freunde immer wichtiger. Daher möchten wir ein Restaurant aufmachen, in dem es Gerichte gibt mit Super-Foods. Das Essen ist besonders gesund und schmeckt dabei noch super!“

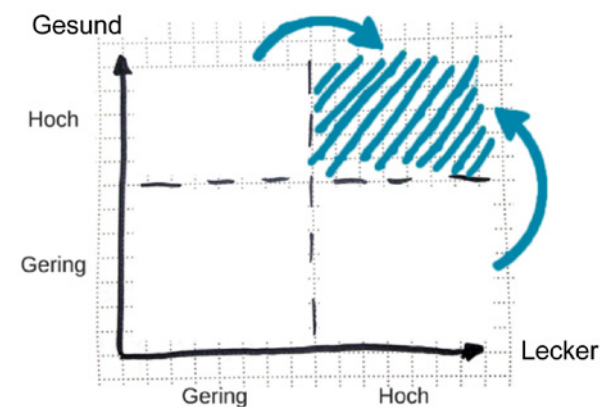
Die größte Herausforderung beim Elevator Pitch ist es den Hauptnutzen gegenüber bestehenden Modellen (USP) in so wenig Worten wie möglich herauszustellen. Nehmt Euch daher dafür Zeit und überlegt gemeinsam welcher Satz Eure Idee am Besten beschreibt!

USP ist die Kurzform von „unique selling proposition“, also euer Alleinstellungsmerkmal im Vergleich zu allen anderen. In fast allen erfolgreichen Geschäftsmodellen gab es gerade am Anfang (bis jemand anderes es nachgemacht hat) etwas, was viel besser gemacht wird als bei der bestehenden Konkurrenz. Was wäre das in eurem Fall?

B) DAS PROBLEM

Erklärt das Problem, das ihr erkannt habt: „Es gibt bei uns in der Stadt kein Restaurant, das Super Food Essen anbietet - nichts was gesund und lecker ist!“

Achtet dabei darauf, dass ihr euch wieder auf die wichtigste Aussage beschränkt. Euch fallen bestimmt noch viele weitere Probleme ein, die mit eurer Idee zu tun haben. Ihr wollt den Investor aber von eurer Idee begeistern und ihn nicht verwirren, deshalb ist es wichtig alle Punkte so kurz und präzise wie möglich zu halten.



C) DIE LÖSUNG

„In unserem Super-Food Restaurant gibt es nur Gerichte, die gesund sind und richtig gut schmecken!“

Auch hier ist es wieder besonders wichtig ganz genau zu sein. Auch wenn es für das Restaurant in unserem Beispiel bestimmt auch wichtig ist, dass die Einrichtung schön ist und die Lage super, ist das hier nicht die Lösung zum Problem. Beschränkt euch also wirklich auf das Wichtigste!

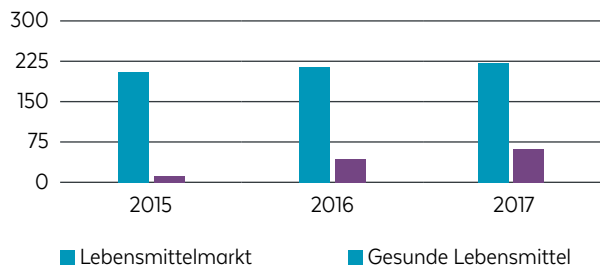
D) DER MARKT

Jeder Investor möchte natürlich wissen, ob es für eure Geschäftsidee überhaupt einen Markt gibt, also ob es Kunden gibt, die bei euch kaufen würden.

„Der Umsatz im Lebensmittelhandel in Deutschland beträgt ca. 200 Mrd. EUR. Der Umsatz im Bereich gesunder Lebensmittel ist der stärkste Wachstumsmarkt. Allein in unserer Stadt leben 120.000

Menschen, davon 40.000 Menschen zwischen 20 und 45 Jahren. Wenn nur 5% dieser Zielgruppe einmal pro Monat bei uns Essen gehen haben wir jeden Tag 66 Gäste“.

Statistiken zu dem Zielmarkt eures Geschäftsmodells erhaltet ihr beim Bundesamt für Statistik oder auch bei statista.de - einige der Daten sind kostenlos verfügbar, genauere Auswertung erhaltet ihr gegen Bezahlung. Für gewöhnlich reichen aber erst einmal die groben Marktdaten um das Potential aufzuzeigen! Statistiken solltet ihr immer in Form eines Diagramms wiedergeben. So ist die Information für den Investor besonders schnell verständlich.



E) DAS GESCHÄFTSMODELL

Hier beantwortet ihr die Frage: Wie und womit verdient ihr Geld? Für unser Restaurant könnte die Antwort lauten: „Wir bieten Frühstück, Mittagessen und Abendessen an. Alle Gerichte werden gesund und lecker sein und mit Super-Foods zubereitet. Preislich werden unsere Gerichte genauso teuer sein wie in den umliegenden Restaurants.“

Überlegt gemeinsam: Was genau wollen wir machen? Womit wollen wir Geld verdienen? Vielleicht habt ihr sogar schon mehrere Ideen womit ihr in eurem Unternehmen Geld verdienen könnt. Wenn das so ist besprecht gemeinsam welche dieser Ideen die vielversprechendste ist. Auch hier gilt wieder: Beschränkt euch auf ein Geschäftsmodell und stellt dieses besonders klar und deutlich vor. Der Rest kann immer noch später irgendwann dazu kommt.

F) DER WETTBEWERB

Aller Wahrscheinlichkeit nach gibt es schon Unternehmen, die etwas ähnliches wie ihr machen. Das ist auch überhaupt nicht schlimm! Es kommt nur darauf an, dass ihr eine bestimmte Komponente besser macht.

	Gesund	Lecker
Restaurants	✘	✔
Kantinen	✘	✔
Salatbar	✔	✘
Unser Restaurant	✔	✘

Bei der Wettbewerb-Slide ist es wichtig, dass ihr ehrlich auch die Stärken eurer Mitstreiter zugebt. Es hilft nichts zu sagen, dass das Essen in allen anderen Restaurants nicht schmeckt, denn das wird euch niemand glauben. Schaut also, dass ihr herausstellt wo euer Geschäftsmodell die Vorteile der vorhandenen Mitbewerber alle vereint, oder aber wo ihr wirklich allen anderen etwas voraus habt!

Informiert euch über euren Wettbewerb! Ein gut informierter Investor kennt sich mit eurem Markt auch ein wenig aus und es macht keinen guten Eindruck, wenn ihr euren Wettbewerb nicht kennt und nichts zu ihm sagen könnt. Schaut euch genau an, was euer Wettbewerb macht und sprecht vorher gemeinsam durch, wo ihr Unterschiede seht und was ihr besser macht, also wo euer USP liegt.

G) DER MARKEINTRITT

Hier solltet ihr vor allem die Fragen beantworten: Wie wollt ihr euer Produkt bekannt machen? Woher kommen eure Kunden? Wie viel plant ihr pro Neukunde auszugeben? Für unser Restaurant könnten wir die Fragen so beantworten:

Unser Markteintritt

Um unser Produkt bekannt zu machen werden wir folgende Kanäle nutzen:

- Flyer
- Zeitungsannoncen
- Facebook Marketing
- PR

Wir planen pro Kunde €10 auszugeben (Customer Acquisition Cost) und wollen im ersten Monat 200 Kunden akquirieren.

Um einen Investor zu überzeugen ist es natürlich besonders gut, wenn man bereits einen Marketingplan angefertigt hat. Auf der Markteintritt-Slide müsst ihr nicht den gesamten Plan aufzeigen, sondern wieder die wichtigsten Elemente zusammen fassen. Wenn ein Investor aber nachfragt ist es natürlich besonders positiv, wenn ihr zu den verschiedenen Marketingkanälen zeigen könnt, dass ihr bereits eine Idee habt wie ihr diese konkret für euch nutzen könnt.

H) WICHTIGE KENNZAHLEN

Den Erfolg eures Unternehmens messt ihr typischerweise in Kennzahlen. Für unser Restaurant könnten folgende Kennzahlen einen Investor interessieren:

- Wie viele Kunden haben wir am Tag?
- Wie hoch ist die durchschnittliche Rechnung?
- Wie hoch ist der Wareneinsatz pro Gericht (also was kosten alle Zutaten)
- Wie hoch ist eure Kundenzufriedenheit
- Wie hoch sind Miete und Personalkosten

Auch hier ist es am besten, wenn ihr eure Kennzahlen – wie beim Markt – in Diagrammen darstellt. Gerade wenn ihr schon mit eurem Unternehmen erste Umsätze generiert habt solltet ihr hier den Verlauf über die letzten Monaten oder Jahre aufzeigen (je nachdem wie lange es euch schon gibt). Überlegt gemeinsam ganz genau: Welche Kennzahlen sind besonders wichtig, um Erfolg oder Misserfolg unserer Unternehmens aufzuzeigen? Nur diese Kennzahlen solltet ihr hier mit reinnehmen.

Diese Kennzahlen werden häufig auch als KPIs bezeichnet. KPI steht für „key performance indicator“ und umschreibt damit genau das wichtigste Element: Es geht um die key – also wichtigsten – Kennzahlen. Nehmt euch daher wirklich Zeit um zu überlegen, welche Kennzahlen für euch wichtig sind. Das können Umsätze, Website Traffic, Website Conversion Rate, Marketing-Ausgaben pro Kunde, Mitarbeiteranzahl, Produktkosten/-margen und noch viele mehr sein. Häufig werden KPIs auch gemeinsam mit Investoren definiert und werden dann monatlich oder quartalsweise als Reporting – also Bericht – an die Investoren geschickt, damit sie einen Überblick haben wie es bei euch läuft.

I) TEAM

Gerade solange ihr noch keine großen Umsätze macht ist das Team hinter eurem Unternehmen ganz besonders wichtig. In einer solchen frühen Phase investieren viele Investoren hauptsächlich, weil sie daran glauben, dass das Team das Produkt zum Erfolg führen kann.

Auf der Team slide solltet ihr alle wichtigen Leute in eurem Unternehmen vorstellen. Aber Achtung: Mehr als maximal 6 Leute sollten hier nicht erwähnt werden. Am schönsten ist es, wenn ihr jedes Teammitglied mit einem Foto, seinem Jobtitel und Hauptaufgabenbereichen vorstellt.

Das Team



Changyu Xu
CEO
Marketing, Vertrieb,
Investoren



Philippa Pauen
COO
Produkt, Logistik
Finanzen

Wenn ihr die Team slide erstellt fragt euch auch gleichzeitig: haben wir für jeden Aufgabenbereich die passende Person? Sind die Aufgaben richtig verteilt nach den Stärken der einzelnen Mitglieder? Ist die Arbeitslast so verteilt, dass jeder genügend zu tun hat, aber auch nicht überlastet ist? Die Team slide kann für euch eine gute Hilfe sein um noch einmal zu schauen, wie euer Team gerade zusammengesetzt ist und ob noch etwas wichtiges fehlt.

J) WAS BRAUCHT IHR?

Nur wenn ihr wisst, was genau ihr von eurem Investor/ Gegenüber braucht, dann kann er auch für sich entscheiden, ob er euch das geben kann.

Die Antwort auf dieser slide könnte für uns zum Beispiel heißen: „Um unser Super-Food Restaurant einzurichten und die ersten 500 Kunden zu akquirieren benötigen wir €20.000 Kapital.“

Nicht immer muss zwingend nur Geld von Interesse sein. Vielleicht benötigt ihr auch Kontakte zu guten Köchen oder zu Lebensmittelproduzenten in unserem Beispiel. Oder aber ihr braucht einen Mentor, der euch beibringt wie ein Marketing-Konzept für Euer Produkt aussehen könnte. Überlegt ganz genau, was ihr am dringendsten benötigt, damit euer Unternehmen erfolgreich ist.

Manchmal ist es nicht gut so viel Geld wie möglich einzusammeln. Typischerweise erhält ein Investor für sein Geld einen bestimmten Anteil an eurer Firma. Je mehr Geld er gibt, desto mehr gehört ihm danach von eurer Firma. Da ihr aber natürlich weiterhin die Experten seid und auch das Sagen behalten möchtet solltet ihr nicht zu einem frühen Zeitpunkt zu viele Anteile abgeben. Daher überlegt ganz genau wie viel Geld ihr wirklich benötigt und was das für die Gesellschafterstruktur (der Anteil eines jeden Einzelnen an der Firma) bedeutet.

K) EXECUTIVE SUMMARY

Wenn ihr hier angekommen seid habt ihr ja schon eine ganze Menge über euer Unternehmen erzählt. Damit die wichtigsten Punkte im Kopf bleiben solltet ihr auf dieser slide noch einmal die Kernaussagen eurer Präsentation zusammen fassen. Überlegt gemeinsam was so wichtig ist, dass es hier noch einmal stehen sollte.

L) KONTAKT

Natürlich wollt ihr sicher gehen, dass ihr für Rückfragen oder bei Interesse des Investors erreicht werden könnt. Schreibt also eure vollen Kontaktdaten auf eine slide. Während einer Diskussion oder Frageunde nach der Präsentation könnt ihr euch aussuchen, ob ihr die Executive Summary, oder eure Kontaktdaten auf dem Bildschirm lasst.

M) BACKUP

Bei Investoren kommt es immer sehr gut an, wenn ihr den Eindruck erweckt, dass ihr euch richtig vorbereitet habt. Dafür ist das Backup da: Hier packt ihr slides zu Details zu eurem Unternehmen hin.

Wie ihr bestimmt schon an einigen Stellen bemerkt habt können nicht alle Fragen in einer ersten Pitch-Präsentation beantwortet werden. Wenn ihr beispielsweise aus vorherigen Terminen wisst, dass bestimmte Fragen häufig vorkommen, bereitet die Antwort schon einmal auf einer slide vor und packt die ins das Backup. Hier könnt ihr auch eure Marketing-Strategie, den Finanzplan oder eure IT-Infrastruktur vorstellen. Das Backup kommt ganz auf euer Geschäftsmodell an und es macht Sinn hier auf die Besonderheiten eures Produktes einzugehen. Überlegt vor dem Pitch mit euren Mitgründern oder Freunden welche spezifischen Fragen noch aufkommen könnten.

3. DIE VERSCHIEDENEN PITCH-ARTEN

Die Pitch-Präsentation, die wir euch oben vorgestellt ist die Basis für eure Investorensuche. Diese Präsentation haltet ihr typischerweise wenn ihr vor einem Investor oder vor Publikum eure Geschäftsidee vorstellt.

Darüber hinaus gibt es natürlich auch noch andere Kontaktwege. Typischerweise findet der Erstkontakt mit einem Investor per Email statt. Hierfür solltet ihr einen sogenannten „Onepager“ – also eine Kurzzusammenfassung Eurer Geschäftsidee auf einer Seite - vorbereiten. Als Grundlage hierzu könnt ihr die Executive Summary nutzen. Da der Onepager ohne vorherige Präsentation verschickt wird solltet ihr ein wenig mehr ins Detail gehen als bei der Executive Summary, damit auch wirklich verständlich ist was ihr macht.

Der Erstkontakt per Email ist die häufigste Kontaktaufnahme mit Investoren. Daher bekommen Investoren auch wahnsinnig viele Emails. Damit euer Onepager nicht untergeht versucht euch von einem Bekannten den Kontakt herstellen zu lassen (sprich: holt euch

ein intro). Schaut einfach bei Facebook, LinkedIn oder Xing wer von Euren Kontakten - oder denen eurer Eltern - den Investor kennt mit dem ihr sprechen möchtet. Die Wahrscheinlichkeit, dass eure Email wirklich gelesen wird ist damit viel höher!

Nach dem Onepager gibt es häufig die Anfrage, ob ihr ein wenig mehr Informationen zu eurem Geschäftsmodell zusenden könnt. Hierzu eignet sich gut eine abgespeckte Version der Pitch-Präsentation. Er reicht für gewöhnlich wenn ihr Markt, Geschäftsmodell, Wichtige Kennzahlen, Team, und Was braucht ihr per Email zuschickt.

Wenn euer Unternehmen prinzipiell zu dem Investor passt werdet ihr im nächsten Schritt hoffentlich eingeladen euer Geschäftsmodell direkt vor Ort zu präsentieren. Dafür ist die Pitch-Präsentation oben genau richtig. Wenn der Pitch gut gelaufen ist wird im Normalfall noch einmal für Nachfragen ein weiterer Termin vereinbart. Für diesen Folgetermin hakt ganz genau nach, welche Fragen es gibt. Diese Fragen solltet ihr ganz besonders gut vorbereiten. Vielleicht ist die ein oder andere Antwort schon im Backup vorbereitet. Aber es ist sehr gut möglich, dass ihr für den Folgetermin noch einmal einige slides neu erarbeiten müsst.

4. WIE BEREITE ICH MICH VOR?

Damit beim Pitch nichts schief läuft ist die richtige Vorbereitung Alles! Hier gilt ganz einfach: üben, üben, üben!

Für die Vorbereitung ist wichtig: Präsentiert ihr vor einem Investor im kleinen Kreis, also meistens am Tisch mit einem Beamer über den ihr eure Präsentation zeigt? Oder ist es ein großes Event bei dem ihr auf einer Bühne steht und vielleicht sogar von einer Jury bewertet werdet?

Wenn ihr im kleinen Kreis euren Pitch habt übt ganz besonders die Antworten auf Nachfragen. Am besten fragt ihr dazu Freunde und Familie, ob ihr eure Präsentation einmal probeweise vortragen könnt und sie dazu Fragen stellen. Fordert sie auch auf euch zwischendurch mit Fragen zu unterbrechen - das passiert ganz häufig bei Investoren und heißt überhaupt nicht zwingend etwas Schlechtes!

Wenn ihr bereits wisst, dass ihr auf einer Bühne präsentiert solltet ihr besonders darauf achten, dass ihr wisst wer welchen Teil übernimmt. Besprecht vorher wie ihr jeweils zu dem anderen überleitet. Außerdem solltet ihr euch eine Art Geschichte ausdenken, die durch die Präsentation führt: Baut eure Argumente aufeinander auf und probt solange, bis ihr genau wisst was der andere sagen wird. Dann könnt ihr optimal überzeugen!

Insgesamt gilt: je besser ihr euer Produkt und eure Zahlen kennt, so selbstsicherer werdet ihr sein und damit auch auf größerer Bühne überzeugen!