



Center of
Entrepreneurship
GRÜNDERLEITFADEN

EINFACH ÜBERZEUGEN.

Pitchdeck leichtgemacht

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.



FAQ's



WAS IST EIN PITCHDECK?

Kapitalgeber erhalten sehr viele Anfragen und müssen sich daher in kurzer Zeit einen guten Überblick über dein Geschäftsmodell verschaffen. Bevor sich Investoren genauer mit einem Startup befassen, schauen sich die meisten von Ihnen **immer zuerst das Pitchdeck** an. Außerdem dient das Pitchdeck auch auf **Gründerwettbewerben** dazu, dein Geschäftsmodell vorzustellen.

Das Pitchdeck enthält die wichtigsten **Inhalte deines Business Plans**. Komprimiert auf wenigen Folien sollen Kapitalgeber einen kurzen, aber prägnanten Überblick über Geschäftsidee und Finanzierungsbedarf erhalten.

WARUM IST EIN PITCHDECK SO WICHTIG?

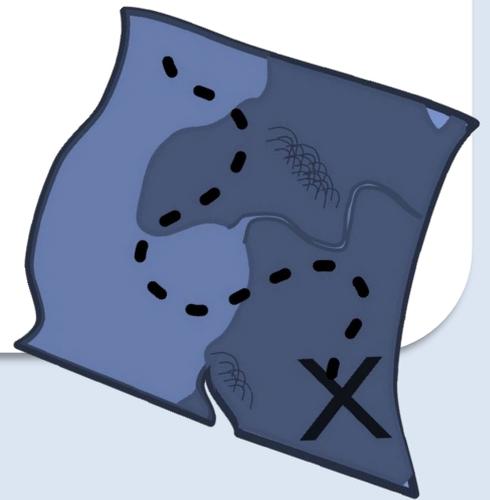
WIE LANG SOLLTE EIN PITCHDECK SEIN?

Grundsätzlich sollte das ideale **Pitchdeck 13-14 Folien auf keinen Fall überschreiten**. Natürlich kommt es auch mal vor, dass Unternehmen ein größeres Pitchdeck anbieten, dies ist aber meistens für fortgeschrittene Finanzierungsrunden gedacht.

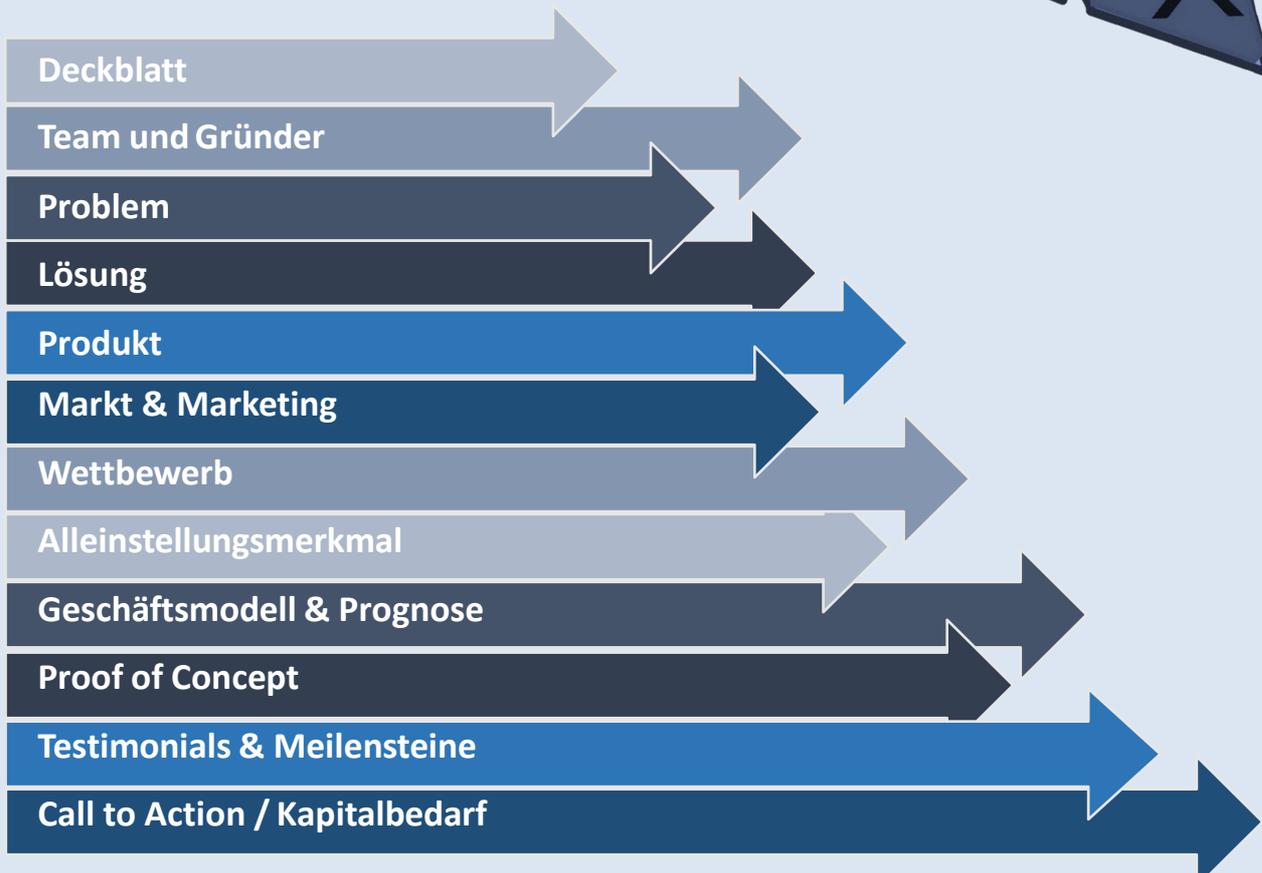
Aufbau und Inhalt

Storytelling, Emotionen & In der Kürze liegt die Würze.

Eine der wichtigsten Regeln bei der Präsentationserstellung: **Kurz und Gut**. Daher sollte ein gutes Pitchdeck zwischen **10 und 13 Seiten** umfassen. Dabei sollten die Folien mit ausschlagkräftigen Graphiken und wenig Text ansehnlich gestaltet werden. Verwende dafür am besten PowerPoint. Vergiss dabei nicht, die **Story** hinter deiner Idee zu erzählen. Betone deine Geschichte und was dich bewegt hat zu gründen und einen Mehrwert mit deiner Idee zu schaffen. Setz dabei unbedingt auf **Emotionen und vermeide Langeweile**.



AUFBAU DES PITCHDECKS



Aufbau und Inhalt

Die Abschnitte einfach erklärt.

DECKBLATT

Hier stellt ihr euer Startup in 1-2 Sätzen vor und gebt am besten direkt eure Kontaktdaten an. Außerdem solltet ihr hier einen Slogan integrieren.

AirBnB nutzte hier bspw. den Slogan „Book rooms with locals, rather than hotels“.

1

2

TEAM & GRÜNDER

Diesen Abschnitt solltet ihr nicht unterschätzen. Arbeitet hier vor allem heraus, warum ihr euch im Team perfekt ergänzt und welche Kompetenzen im Team vorhanden sind, die für eure Gründung wichtig sind.

3

PROBLEM

Im Optimalfall habt ihr im Rahmen eurer Marktrecherche erkannt, dass ihr mit eurer Idee ein bestimmtes Problem für eure Zielgruppe lösen könnt. Dieses solltet ihr einfach erklären und am besten mit Zahlen eurer Recherche unterstreichen.

4

LÖSUNG

Ohne zu viele Fachtermini und technische Details zu erwähnen, solltet ihr hier euer Produkt oder eure Dienstleistung als Lösung für das eben beschriebene Problem darstellen.



Aufbau und Inhalt

Die Abschnitte einfach erklärt.

PRODUKT

5

Hier könnt ihr nun detaillierter auf die Funktionsweisen eures Produktes oder eurer Dienstleistung eingehen. Kein Muss, aber ein richtiger Gamechanger ist ein vorhandener Prototyp oder eine Demo in Form eines Bildes, eines Mockups oder einer Website.

6

MARKT & MARKETING

Hier geht es vor allem darum, die Zielgruppe zu beschreiben und die Ergebnisse eurer Marktrecherche zu präsentieren. Ihr solltet vor allem folgende Fragen beantworten: Wie groß ist der Markt für mein Produkt? Ist der Markt womöglich schon gesättigt? Gebt auch einen kurzen Einblick in eure Marketing-Maßnahmen (Wie erreicht ihr die Zielgruppe?).

WETTBEWERB

7

Wenn ihr keinen Wettbewerb habt, habt ihr auch keine gute Idee oder seid einfach früh dran. Analysiert Unternehmen, die das gleiche Problem lösen wie ihr. Listet die Unternehmen auf erläutert die Unterscheidungsmerkmale. Erklärt, wie ihr euch auf diesem Markt positionieren wollt (z.B. Preissegment). Hierzu könnt ihr ein **Positionierungskreuz** nutzen und verdeutlichen mit welchen Anteilen am Markt ihr zukünftig rechnet.

8

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

In Bezug auf eure Konkurrenz betont nun noch einmal, wie sich euer Produkt von dem eurer Wettbewerber abhebt. Investoren finanzieren ungerne Produkte, die es schon auf dem Markt gibt.



Aufbau und Inhalt

Die Abschnitte einfach erklärt.

GESCHÄFTSMODELL & PROGNOSE 9

Das Geschäftsmodell solltet ihr gut ausarbeiten, denn dies ist einer der wichtigsten Abschnitte eures Pitchdecks. Hier sollte nachvollziehbar dargestellt werden, **wie und ab wann euer Unternehmen Umsätze generiert und welche Kosten auf euch zukommen könnten.**

CALL TO ACTION & KAPITALBEDARF

Ziel deines Pitches ist es ja letztendlich den Investor zu überzeugen in dein Startup zu investieren. Hierzu solltest du im letzten Teil nochmal erläutern, welche finanziellen Mittel gebraucht werden, wofür sie eingesetzt werden sollen und was damit erreicht werden kann.

10

PROOF OF CONCEPT & MEILENSTEINE

In Deutschland sind Investoren häufig eher risikoavers. Daher ist es fast ein Muss, für euer Geschäftsmodell einen **Machbarkeitsnachweis (Proof of Concept)** vorzulegen. Dies können z.B. erste Umsätze oder erste Nutzer sein. Zudem sollten **Testimonials** und Empfehlungen bestehender Kunden nicht vergessen werden.

11

**EINFACH
ÜBERZEUGEN.**

