

Fachartikel zu «Elevator Pitch» in Basler Zeitung, Februar 2010 (stellenfant)

«Was machen Sie denn beruflich?»

Elevator Pitch – das 30-Sekunden-Selbstmarketing

Ob in einem Vorstellungsgespräch, am Telefon oder an einem Geburtstagsfest – Sie haben meist nicht mehr als 30 Sekunden Zeit, um sich selbst oder Ihre Idee vorzustellen. Schaffen Sie es in dieser kurzen Zeit, Ihren Gesprächspartner neugierig zu machen? ... Mit einem guten Elevator Pitch bestimmt.

Frau S. sucht eine neue berufliche Herausforderung. Bevor sie sich bei einem Unternehmen spontan bewirbt, ruft sie den Personalleiter an. Auf die Frage «Was machen Sie denn momentan beruflich?» ist Frau S. gefasst. «Ich bin Marketingfachfrau. Meine Arbeit gleicht der eines Fischers. Auch dieser braucht ein starkes Netz, damit die grossen Fische darin hängen bleiben. In einer fundierten Marketingausbildung und durch langjährige Berufserfahrung habe ich gelernt, wie verschiedene Marketinginstrumente zu einer wirksamen Kampagne verknüpft werden. Nach 10 Jahren erfolgreichen Fischens in der Industrie, reizt mich nun ein Wechsel des Gewässers. Gerne stelle ich mich Ihnen persönlich vor».

Neugier wecken – (k)eine Kunst

Bestimmt wurde die Frage nach der beruflichen Tätigkeit auch schon an Sie gerichtet. Haben Sie jeweils eine Antwort, welche kurz und prägnant zum Ausdruck bringt, was und wer Sie sind und gleichzeitig die Neugier des Gegenübers weckt?

Mit einem Elevator Pitch meistern Sie diese häufig gestellte Frage souverän.

Elevator Pitch heisst übersetzt soviel wie «Aufzugspräsentation». Hinter dem Begriff verbirgt sich eine einprägsame Kürzestdarstellung der eigenen Kompetenzen, eines Angebots oder einer Geschäftsidee. Die Bezeichnung stammt daher, dass der Pitch (das «Verkaufsgespräch») in der kurzen Zeit einer Fahrstuhlfahrt durchgeführt werden kann. Auf die ersten 30 Sekunden kommt es an.

Das Selbstmarketing – nicht besser sein, sondern anders als andere

Sich selbst im besten Licht darzustellen und zu zeigen, ist bekanntlich etwas Schwieriges. Es erleichtert das Selbstmarketing, wenn man sich darüber im Klaren ist, was das Besondere an der eigenen Person ausmacht. Dabei geht es

nicht darum, «besser» zu sein als andere, sondern einfach anders. Ob es sich dabei um die Eigenschaften eines Produkts, einer Dienstleistung oder die Art und Weise, wie man etwas tut, handelt, ist einerlei.

Elevator Pitch – darauf kommt es an

Letztlich ist es das Ziel des Elevator Pitches, das Gegenüber emotional anzusprechen und neugierig zu machen. Dies gelingt jedoch nur, wenn der Gesprächspartner (für sich persönlich) einen Nutzen an Ihrem Angebot erkennt. Ein guter Elevator Pitch verwendet (als Einstieg) fast immer ein Beispiel oder eine Metapher. Auch eine gute Frage oder eine erstaunliche Information schaffen Interesse. Erklären Sie möglichst anschaulich, wie Ihr Zuhörer von Ihrem Tun profitiert. Dazu ist es sehr hilfreich eine emotionsgeladene, bildhafte Sprache und präzise Argumente zu gebrauchen. Authentisch und damit überzeugend wirkt ein Mensch, wenn seine Ziele und sein Handeln deckungsgleich sind. Wer mit seinem Elevator Pitch den Gesprächspartner erreicht, der wird im Gedächtnis bleiben.

Sind Sie vorbereitet?

In einem Elevator Pitch geht es um das bewusste Aufzeigen der eigenen Kompetenzen – authentisch und ohne übertriebene Bescheidenheit. Damit das gelingt, ist eine gründliche Vorbereitung zentral. Ein passender Elevator Pitch kann auch in einem Kurs entworfen werden. Durch den Austausch mit anderen lässt sich das Besondere an der eigenen Person herausarbeiten. Haben Sie den Mut sich zu präsentieren – und bereiten Sie sich gut vor. Die Frage «Was machen Sie denn beruflich?» wird nicht lange auf sich warten lassen.

In 5 Schritten zum eigenen Elevator Pitch (Textbox!)

Lassen Sie sich nie mehr von der Frage nach Ihrer beruflichen Tätigkeit überrumpeln. Bereiten Sie im Voraus Ihren Elevator Pitch für die passende Gelegenheit vor.

1. Erarbeiten Sie die Grundlagen für Ihren Elevator Pitch. Hilfreich ist dabei die Beantwortung einiger Fragen, *wie zum Beispiel nach der Besonderheit Ihres Angebots.*
2. Suchen Sie Bilder und Assoziationen, die Ihre Inhalte einfach und verständlich darstellen. Kreativitätstechniken erleichtern Ihnen diese Aufgabe.
3. Formulieren Sie Ihren Elevator Pitch und schreiben Sie ihn auf.
4. Üben und «Testen» Sie Ihren Elevator Pitch. Lassen Sie sich Feedback geben.

5. Optimieren Sie Ihren Elevator Pitch auf der Basis Ihrer eigenen Eindrücke sowie der erhaltenen Rückmeldungen solange, bis er authentisch wirkt.

Die Schweizerische Kader Organisation SKO bietet Workshops zur Erarbeitung des eigenen Elevator Pitches an:

Termine: 2. März 2010, 16. Sept. 2010, 11. Nov. Wetzikon/ jeweils 18.00–21.00 Uhr

Leitung: Olivier Inhelder & Mariella De Matteis

Infos und Anmeldung: www.sko.ch > Veranstaltungen

Informationen zu den AutorInnen

Olivier Inhelder ist Geschäftsführer der Beratungspool AG, Organisationsberater und Coach BSO. (www.beratungspool.ch; inhelder@beratungspool.ch)

Mariella De Matteis ist Verkaufs- und Kommunikationstrainerin und Inhaberin von mdm-training (www.mdm-training.com; mdm@mdm-training.com)