

## Pitch Canvas – Schlüsselpartner akquirieren

Um eine Idee in die Tat umzusetzen, braucht es gute Partner, die Schlüsselressourcen zur Verfügung stellen. Um diese Partner zu gewinnen, ist es zentral, die Idee präzise und überzeugend in einem Pitch darzustellen. Ein Pitch ist eine kurze Präsentation einer Idee vor relevanten Stakeholdern. Es gilt, die Idee überzeugend auf den Punkt bringen und das Gegenüber zu begeistern. Häufig fällt aber gerade diese präzise Darstellung schwer. Um eine Idee überzeugend zu präsentieren, ist es hilfreich, sich an bestimmte Strukturen zu halten. Genau solche Strukturen bietet der Pitch Canvas und unterstützt so dabei, die wichtigsten Aspekte einer Gründungsidee auf den Punkt zu bringen.



**Pitch Canvas** UNIVERSITÄT  
TRIER

|                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| <b>1</b> Zielsetzung             | <b>2</b> Zielgruppe |
| <b>3</b> Pitch-Elemente          |                     |
| Wer ist der Kunde?               |                     |
| Was ist das Problem?             |                     |
| Was ist die Lösung?              |                     |
| Was werden wir als nächstes tun? |                     |
| Wie können Sie uns dabei helfen? |                     |

Quelle: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook. München: Vahlen, 247-250.

EXIST **Spirit**  
We start You up

### Herangehensweise

Mit Hilfe der Vorlage „Pitch Canvas“ kann eine Ideenpräsentation vorbereitet werden. Ziel des Pitch Canvas ist es, die Idee zu strukturieren und die wesentlichen Aussagen hervorzuheben. Dazu geht man in drei Schritten vor:

- 1) Zunächst sollte skizziert werden, an wen sich der Pitch richtet und was das Ziel ist: Was wissen die Zuhörer bereits? Was könnte sie besonders interessieren? Was sollten sie am Ende mitnehmen? Was ist das Ziel der Präsentation?
- 2) Im zweiten Schritt sollten die Felder des Pitch Canvas gefüllt werden. Dazu bietet es sich an, die zentralen Aussagen auf Klebezetteln zu notieren. Die Zettel können so bei Bedarf einfach umsortiert werden. Es kann auch gezielt mit Wiederholungen gearbeitet werden: Zentrale Aspekte in mehreren Feldern platzieren, so dass sie im Pitch mehrfach vorkommen.
- 3) Sind alle Felder gefüllt, sollte noch einmal geprüft werden, welche Aspekte besonders wichtig sind und welche bei Bedarf auch weggelassen werden können. Die besonders wichtigen Aspekte können dann optisch hervorgehoben werden und die unwichtigen bei Bedarf auch direkt entfernt werden. Ein ansprechender Pitch Canvas kann nicht nur zur Vorbereitung, sondern auch als Präsentationsmedium verwendet werden.
- 4) Zu guter Letzt gilt es, den Pitch zu üben und vor Publikum, z.B. Freunden und Familie oder an sich selbst zu testen, um herauszufinden, wo Aspekte noch unklar bleiben und wie die Präsentation auf die Zuhörer wirkt.

**Tipp:** Pitches sind besonders effektiv, wenn sie eine Geschichte erzählen. Man spricht dann von Storytelling. Bei der Entwicklung einer solchen Geschichte hilft es, zuvor eine [Persona](#) zu entwickeln. Diese Persona(s) können dann als zentraler Akteur in den unterschiedlichen Feldern des Pitches aufgegriffen werden.

Um zu überzeugen, kann es außerdem sinnvoll sein, Kennzahlen in den Pitch einzubeziehen. Bei der Ermittlung solcher Kennzahlen helfen die Vorlagen [Drei-Punkt-Schätzung sowie Kosten & Erlöse](#).

Quelle: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook. München: Vahlen, 247-250.

Gefördert durch:



**1** Zielsetzung

**2** Zielgruppe

**3** Pitch-Elemente

Wer ist der Kunde?

Was ist das Problem?

Was ist die Lösung?

Was werden wir als nächstes tun?

Wie können Sie uns dabei helfen?

Quelle: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook. München: Vahlen, 247-250.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

