

Der Elevator Pitch: Aufmerksamkeit durch knappe Statements!

Überzeugend im Aufzug

Können Sie jemanden innerhalb von 30 Sekunden von einer Idee überzeugen? Diese Kunst können Sie zumindest trainieren: Mit dem Elevator-Pitch. Was sich dahinter verbirgt und wie Sie ihn am besten anwenden, verrät Kommunikationstrainer Ralf Richter.

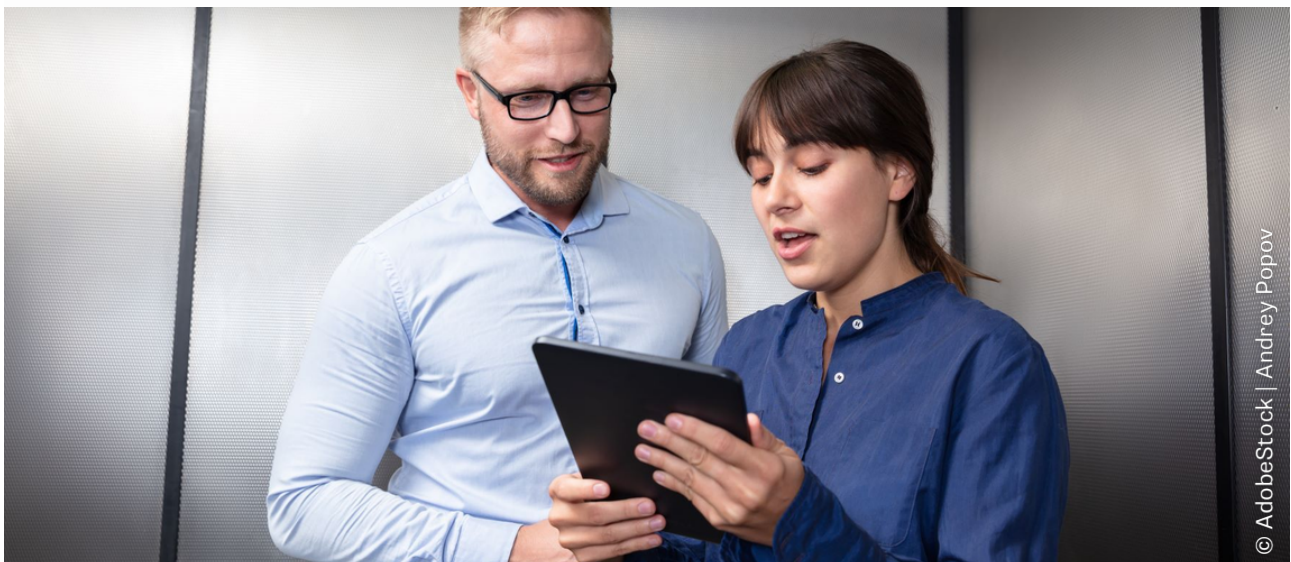


Ralf Richter | ifb

ifb. Bildungsreferent & Kommunikationstrainer

Stand: 16.3.2018

Lesezeit: 01:30 min



Was man nicht in 30 Sekunden erklären kann, das hat man selber nicht verstanden. Trainieren Sie sich Kurzstatements an. Die **Aufmerksamkeitsspanne** Ihrer Zuhörer wird immer kürzer. Also müssen Sie sehr schnell und klar auf den Punkt kommen. Das ist nicht leicht und bedarf des Trainings. Eine beliebte Übung ist der sogenannte „**Elevator-Pitch**“, die Aufzugpräsentation. Stellen Sie sich vor, dass Sie, um einen Sachverhalt zu erklären, nur die Zeit einer Aufzugfahrt zur Verfügung haben.

Der Begriff **Elevator-Pitch** kommt aus den USA und wurde im Vertriebsumfeld verwendet (Pitch, englisch für „Verkaufsgespräch“). Doch es ging nicht vordergründig darum Dinge zu verkaufen, sondern Ideen. Vor allem junge und karriereorientierte Mitarbeiter nutzten bevorzugt die Zeit im Aufzug, um in 30 bis 45 Sekunden ihren Vorgesetzten von ihrem Anliegen (z.B. Vertriebsideen, Investitionsideen, Produktideen,

Aufträgen, Beförderungen) zu überzeugen. Die Zeit ergibt sich aus der Dauer der Aufzugsfahrt und der **Aufmerksamkeitsspanne** des Gesprächspartners.

Wie schaffen Sie es, sich kurz zu fassen und das Wesentliche auf den Punkt zu bringen?

Am besten ist es, sich am Anfang an einen festen Aufbau zu halten. Die sogenannte 5-Satz-Methode ist hierbei ein hilfreiches Gerüst.

1. Sag worum es geht.
2. Nenne die Fakten.
3. Beschreibe einen ersten Standpunkt.
4. Erläutere eine Alternative.
5. Stelle Deine persönliche Entscheidung dar.

Inhaltlich können die Begriffe variieren, zeitlich sollte Ihr Statement aber immer kurz und knackig bleiben.

Kontakt zur Redaktion

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wenden Sie sich gerne direkt an unsere Redaktion. Wir freuen uns über konstruktives Feedback!

redaktion-dbr@ifb.de