



BUSINESS 03

Ausarbeitung der Idee

Eine konkrete Idee ist der Ausgangspunkt für Ihre Unternehmensgründung

[Kurs beginnen >](#)



Warsaw University
of Technology



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.





Target



BUSINESS

MODUL 3

Ausarbeitung der Idee

Sie haben sich schon sehr konkrete Gedanken gemacht und möchten bei der Entwicklung Ihres Unternehmensprojekts einen Schritt weiter gehen? In dieser Trainingseinheit erfahren Sie, warum und wie Sie Ihre Idee organisieren und gestalten können.

Was lernen Sie in diesem Modul

- 1 | Warum Sie Ihre Geschäftsidee ausarbeiten sollten.
- 2 | Einfache Werkzeugen, um Ihre Geschäftsidee zu definieren (wie die sechs W's oder das Mind Map Tool).
- 3 | Die Grundlagen des Business Pitch.



Kapitelübersicht des Moduls

1

Warum Sie Ihre Geschäftsidee ausarbeiten sollten.

2

Die sechs W's.

3

Ausarbeitung mit dem Kategorienansatz.

4

Verwendung einer Mind Map.

5

Pitching ihrer Geschäftsidee.



BUSINESS

MODUL 3

KAPITEL 1

Warum Sie Ihre Geschäftsidee ausarbeiten sollten

Die Klärung Ihrer Geschäftsidee ist der erste Schritt. So gelangen Sie von einer vagen Idee zu einem konkreten Projekt.

Was werden Sie in diesem Kapitel lernen?

- 1 Warum es wichtig ist, eine klare Vorstellung von Ihrem Geschäftsprojekt zu haben.
- 2 Warum das Überspringen dieses Schritts Ihrer Geschäftsentwicklung schaden kann.



Wieso sollten Sie ihre Geschäftsidee ausarbeiten?

Um ein Unternehmen zu gründen braucht es eine konkrete und präzise Idee. Vielleicht gehen Sie davon aus, dass Ihre Idee klar und präzise ist... Aber sind Sie sich da so sicher?



Ausarbeitung einer Idee

Können Sie diese Fragen schnell und ohne Zweifel und Zögern beantworten?

- Was ist Ihr Projekt und wie wollen Sie die Bedürfnisse Ihrer potenziellen Kund:innen ansprechen?
- Was sind die Merkmale Ihrer Kund:innen?
- Wie sieht ein typischer Tag als zukünftige:r Unternehmer:in aus?
- Planen Sie, alleine zu arbeiten oder einige Mitarbeiter:innen einzustellen? Wie viele und für welche Aufgaben genau?
- Werden Sie mit Subunternehmen arbeiten? Wenn ja , mit welchen?

Diese Fragen müssen Sie klären. Ihr Hauptziel ist es ein Großteil der Fragen zu beantworten, die Ihnen zu Ihrem Unternehmen einfallen. Aber denken Sie daran: nichts ist in Stein gemeißelt!

Machen Sie sich keine Sorgen, wenn Sie nicht auf alle Fragen eine Antwort haben. Allein die Tatsache, dass Sie über Fragen nachdenken können, auf die Sie keine Antwort haben, zeigt, dass Sie gute Arbeit geleistet haben.

Vergessen Sie nicht, alle Ihre Fragen und die Antworten aufzuschreiben.

Ausarbeitung einer Idee

Ihre Idee klarer zu machen, ist auch der erste Schritt, um das Pitchen Ihrer Geschäftsidee zu erlernen. Pitchen meint die kurze und eindrückliche Vorstellung einer Idee.

Ein klares und präzises Geschäftsprojekt zu haben, ist nicht nur für Sie selbst wichtig, sondern mindestens genauso wichtig für andere: Ihre Stakeholder. Stakeholder Interessensgruppen oder interessierte Kreise und meint ganz allgemein Personen die an Ihrer Geschäftsidee interessiert sein könnten oder mit Ihnen zusammenarbeiten.

Wie gut Sie Ihre Ziele erreichen können hängt stark davon ab, wie Sie Ihr Unternehmen präsentieren können. Die ersten Ziele könnten sein:

- Akquirieren Ihrer ersten Kunden;
- Das Aushandeln angemessener Lieferbedingungen mit Ihren Lieferanten;
- Das Eingehen vielversprechender Partnerschaften mit anderen Unternehmern

Verständlich, klar, präzise und konkret zu sein, ist der Schlüssel zum Erfolg bei der Geschäftsentwicklung.

Sie haben noch keine Geschäftsidee?

Wir laden Sie ein, zur Trainingseinheit 2 im BUSINESS Modul zurückzukehren. Oft hat eine Geschäftsidee viel mit persönlichen Motivationen und Interessen zu tun:

- Ihre persönlichen und beruflichen Erfahrungen
- Ihre Interessengebiete
- Ihre Fähigkeiten
- Ihre Lebensweise
- Ihre Werte

Die Beschäftigung mit diesen Feldern wird Ihnen sicher helfen, eine passende Idee zu finden.



Kapitelzusammenfassung

1 Eine klare Geschäftsidee ist ein Tor zu Partnerschaften.

2 Das Erreichen Ihrer Geschäftsziele hängt zu einem großen Teil davon ab, wie gut Sie Ihre Geschäftsidee präsentieren können.

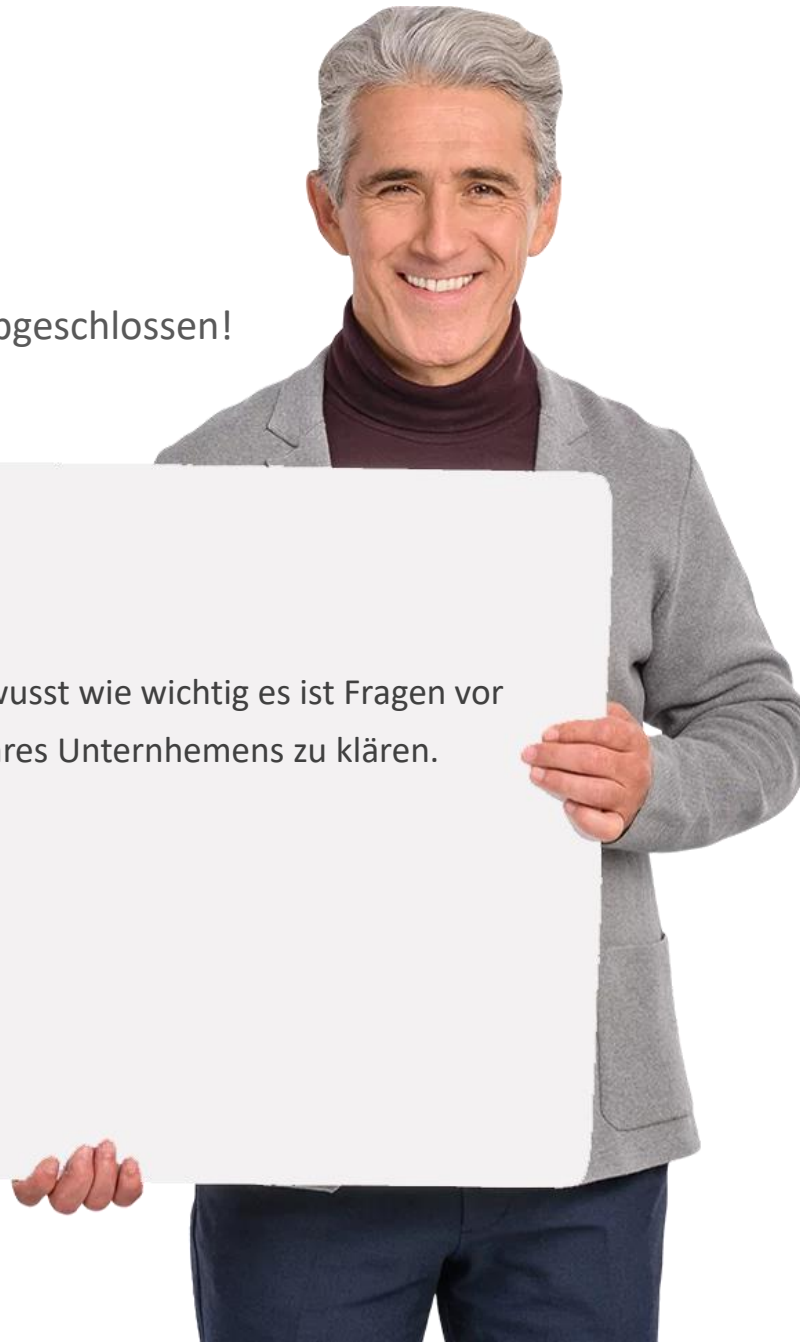
Kapitel abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Kapitel erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung

1

Sie sind sich bewusst wie wichtig es ist Fragen vor der Gründung Ihres Unternehmens zu klären.



Was kommt als nächstes?

Nun können Sie entweder dieses Kapitel wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf eine der folgenden Schaltflächen klicken:

[Wiederholen](#)[Weiter](#)



MODUL 3

KAPITEL 2

Die sechs W's

Die sechs W's sind eines der einfachsten Werkzeuge, um Ihre Idee zu klären.

In diesem Kapitel erfahren Sie, wie sie angewendet werden.

Was werden Sie in diesem Kapitel lernen?

- 1 Beschreiben Sie Ihre Geschäftsidee.



Die sechs W's

Die sechs W's bilden die Basis des Projektmanagements. Dies sind Fragen die Sie sich auf jeden Fall stellen sollten. Die Beantwortung gibt Ihrer Geschäftsidee eine starke Grundlage.

Im Journalismus gilt eine Geschichte nur dann als vollständig, wenn sie Antworten auf diese 6 Fragen erörtern.



Die sechs W's

- Um **wen** geht es?
- **Was** ist passiert?
- **Wann** hat es stattgefunden?
- **Wo** ist das passiert?
- **Warum** ist es passiert?
- **Wie** kam es dazu?

Offensichtlich kann jedes Fragewort in verschiedenen Kontexten unterschiedlich verwendet und viele Male wiederholt werden.



Die sechs W's

—

Hier ist ein Beispiel für Wiederholungen mit dem Fragewort **was**:

Was ist mein Projekt? Was ist der Mehrwert meines Projekts? Was sind die Stärken meines Projekts? Was sind die Schwächen?

Ein Beispiel mit dem Fragewort **warum**:

Warum sollten die Kunden mein Produkt kaufen? Warum halte ich es für einen Mehrwert gegenüber den Mitbewerbern? Warum haben die Wettbewerber nicht den gleichen Mehrwert?

Mit diesen 6 Fragewörtern können Sie Tausende von Fragen aufwerfen, um Ihr Geschäft präziser und klarer zu machen.



What

Who

Why

Where

When

How

Erstellen sie den Link
mit diesen Business Keywords
Fragen zu erstellen und
anschließend Ihre
Geschäftsidee zu klären

Competences Means (€, equipment...)

Customers Needs Human Resources

Goals Desires Obstacles

Added-value Expectations Threats

Organization Competitors Strengths

Weaknesses Constraints Opportunities

Place Regulations Context

Evolutions Prices Values

Supply Promotion Products & services

Qualifications Trade conditions Time

AND MANY MORE

Typische WAS-Fragen

- Was sind meine Stärken? Was sind die Stärken meiner Mitbewerber:innen?
- Was sind meine Schwächen? Was sind die Schwächen meiner Mitbewerber:innen?
- Was ist der Mehrwert meiner Produkte/Dienstleistungen? Was ist der Mehrwert der Produkte/Dienstleistungen meiner Mitbewerber:innen?
- Was sind meine persönlichen und geschäftlichen Ziele?
- Was sind meine Fähigkeiten und Motivationen?
- Was sind die Konsumgewohnheiten, die Bedürfnisse und die Erwartungen meiner Kund:innen?
- Was sind die Merkmale meiner Produkte/Dienstleistungen?
- Was ist die Ethik meines Unternehmens?



Typische WER-Fragen

- Wer sind meine Mitbewerber:innen?
- Wer sind meine Kund:innen?
- Wer sind meine Lieferant:innen/Anbieter:innen?
- Wer sind meine Subunternehmer:innen?
- Wer sind meine Mitarbeiter:innen?
- Wer sind meine Mitarbeiter:innen?
- Wer sind meine institutionellen Partner:innen?



Typische WARUM-Fragen

- Warum entscheide ich mich, dieses Geschäft zu gründen?
- Warum sollten die Menschen daran interessiert sein, meine Produkte / Dienstleistungen zu kaufen?
- Warum unterscheiden sich meine Produkte/Dienstleistungen von denen meiner Mitbewerber:innen?
- Warum ist meine Ethik kohärent mit den Erwartungen der Kund:innen?
- Warum sind meine Fähigkeiten, Stärken und Motivationen stark genug, um ein Unternehmen zu führen?
- Warum ist mein Angebot wettbewerbsfähig?
- Warum ist meine Marketingstrategie für meine Branche geeignet?



Typische WO-Fragen

- Wo kaufe ich meine Produkte/Dienstleistungen?
- Wo verkaufe ich meine Produkte/Dienstleistungen?
- Wo werde ich für mein Unternehmen werben?
- Wo lagere ich meine Produkte?



Typische WANN-Fragen

- Wann kaufe ich meine Rohstoffe (Kaufhäufigkeit)?
- Wann verkaufe ich meine Produkte/Dienstleistungen (Saisons und Öffnungszeiten)?
- Wann werde ich für mein Unternehmen werben?



Typische WIE-Fragen

- Wie ist die Organisation des Personalwesens geplant?
- Wie ist die Lieferkette meiner Produkte geplant?
- Wie ist meine Werbekampagne geplant?
- Wie ist mein Aktionsplan für die kommerzielle Entwicklung geplant?
- Wie bepreise ich meine Produkte/Dienstleistungen?
- Wie erreicht man Kund:innen?



Die sechs W's

Im Anhang dieser Lerneinheit finden Sie ein Beispiel für die Klärung mit den Fragen für ein SHAFE-Geschäftsprojekt.

Dieses ist nur ein Beispiel und muss für die konkrete Anwendung natürlich ausgearbeitet werden.





Wussten Sie schon?

Von Ihnen wird nicht erwartet, dass Sie alle Fragen beantworten.

Das Hauptziel dieser Übung ist es nicht, genau auf diese Fragen zu antworten. Sondern so viele Fragen wie möglich zu generieren. So wird Ihr Horizont über Ihre Geschäftsidee hinaus erweitert.

Kapitelzusammenfassung

1

Die Beantwortung dieser einfachen Fragen bietet eine solide Grundlage für Ihre Geschäftsidee.

2

So viele Fragen wie möglich zu generieren, ist der beste Weg um Ihre Idee auszuarbeiten.

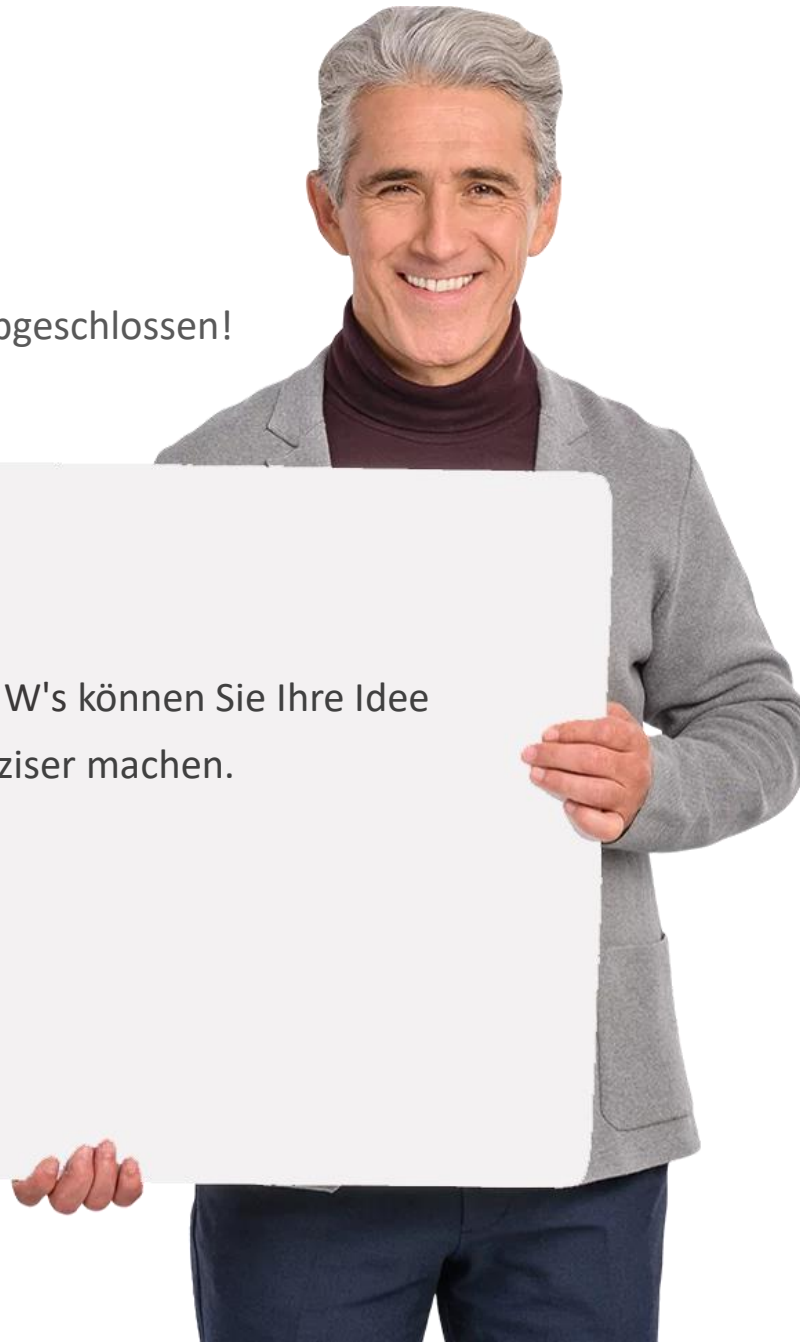
Kapitel abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Kapitel erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung

1

Mit den sechs W's können Sie Ihre Idee klarer und präziser machen.



Was kommt als nächstes?

Nun können Sie entweder dieses Kapitel wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf eine der folgenden Schaltflächen klicken:

[Wiederholen](#)[Weiter](#)



 **BUSINESS**

MODUL 3

KAPITEL 3

Klärung mit dem Kategorienansatz

Der Kategorieansatz ist eine weitere Methode, die Sie zusätzlich zu den sechs W's verwenden können.

Was werden Sie in diesem Kapitel lernen?

- 1 Identifizieren Sie Kategorien, um in Ihrer Geschäftsidee weiter zu konkretisieren.
- 2 Verwenden Sie Kategorien, um Ihre Geschäftsidee zu beschreiben.



Klärung mit Kategorienansatz

Um Ihre Geschäftsidee zu verdeutlichen, können Sie den sechs W's Ansatz verwenden oder Sie können den Kategorienansatz verwenden.



Die 8 verschiedenen Kategorien

Wir identifizieren 8 Kategorien, die sich auf Ihre Geschäftsidee beziehen:

1. Ihre Produkte/Dienstleistungen
2. Ihre Logistik und Organisation: Shop, Lager, Mitarbeiter...
3. Ihre Kund:innen
4. Ihre Mitbewerbe:innen
5. Ihre Partner:innen: Lieferanten, Subunternehmer...
6. Die Vorschriften
7. Der Kontext: politisch, sozial, technologisch, wirtschaftlich, demografisch

Verknüpfen von Wörtern

Von der Folie 36 bis 43 finden Sie zahlreiche Wörter mit Aufzählungszeichen.

Wie in der Folie 19 ist es Ihr Ziel, eine Verbindung zwischen dem roten Wort und diesen Wörtern mit Aufzählungszeichen herzustellen.

Zum Beispiel in der Folie 36 ist das rote Wort **Ihnen**. Ihr Ziel ist es, das Wort mit diesen "Aufzählungszeichen" zu verknüpfen, um Ihre Idee zu verdeutlichen.

Auf Seite 36 sollten Sie zum Beispiel eine Verknüpfung zwischen **Ihnen** und Bedürfniss herstellen. Die Frage könnte somit lauten: Was sind Ihre Bedürfnisse?

Wörter, die häufig mit Ihnen in Verbindung gebracht werden

- Fähigkeiten
- Motivierungen
- Persönliche Einschränkungen
- Ziele
- Bedürfnisse
- Begehrt
- Netz
- Befähigungen
- Erlebnisse
- Werte und Ethik



Wörter, die häufig mit **Produkten und Dienstleistungen** in Verbindung gebracht werden

- Spezifische Merkmale / Eigenschaften
- Wertschöpfung
- Preise
- Kosten
- Qualität
- Menge
- Lieferstrategie
- Handelsstrategie
- Promotion-Strategie



Wörter, die häufig mit Logistik und Organisation in Verbindung gebracht werden

- Lieferstrategie
- Lagerung
- Mitarbeiterführung
- Kaufbedingungen
- Vermietung/Kauf der Räumlichkeiten



Wörter, die häufig mit **Kund:innen** in Verbindung gebracht werden

- Erwartungshaltung
- Bedürfnisse
- Bräuche/Gewohnheiten
- Zwänge
- Kaufkraft
- Durchschnittlicher Warenkorb
- Kaufhäufigkeit
- Profile: Alter, Geschlecht, sozial-professionelle Kategorie...



Wörter, die häufig mit **Mitbewerber:innen** in Verbindung gebracht werden

- Spezifische Merkmale / Eigenschaften
- Wertschöpfung
- Preise
- Kosten
- Qualität
- Menge (produziert/verkauft pro Woche/Monat/Jahr)
- Lieferstrategie
- Handelsstrategie
- Promotion-Strategie
- Werte und Ethik



Wörter, die häufig mit **Partner:innen** in Verbindung gebracht werden

- Spezifische Merkmale / Eigenschaften
- Wertschöpfung
- Preise
- Kosten
- Qualität
- Menge
- Angebotspolitik
- Handelspolitik
- Interesse an der Zusammenarbeit mit Ihnen



Wörter, die häufig mit **Vorschriften** in Verbindung gebracht werden

- Hygienenormen
- Normen für Barrierefreiheit
- Sicherheitsnormen
- Brandschutz-/Evakuierungsnormen
- Diplom/Zertifikat erforderlich
- Autorisierung erforderlich



POLICIES

Lorem ipsum dolor sit amet, te pri facete nostrud, et eum
iriure option numquam. Eu vix populo efficiendi.

Wörter, die häufig mit dem **Kontext** in Verbindung gebracht werden

- Politische Ausrichtung (günstig für Ihre Tätigkeit/Branche?)
- Technologische Entwicklungen (Substitutionsrisiken? Anpassungsinvestitionen nötig?)
- Sozial-ökonomische Merkmale (z.B. Arbeitslosenquote?)
- Demografischer Wandel (z.B. Bevölkerungsverlust? Alternde Bevölkerung?)



Kapitelzusammenfassung

1

Es gibt 8 verschiedene Kategorien, an denen Sie arbeiten können, um Ihre Geschäftsidee detailliert zu beschreiben

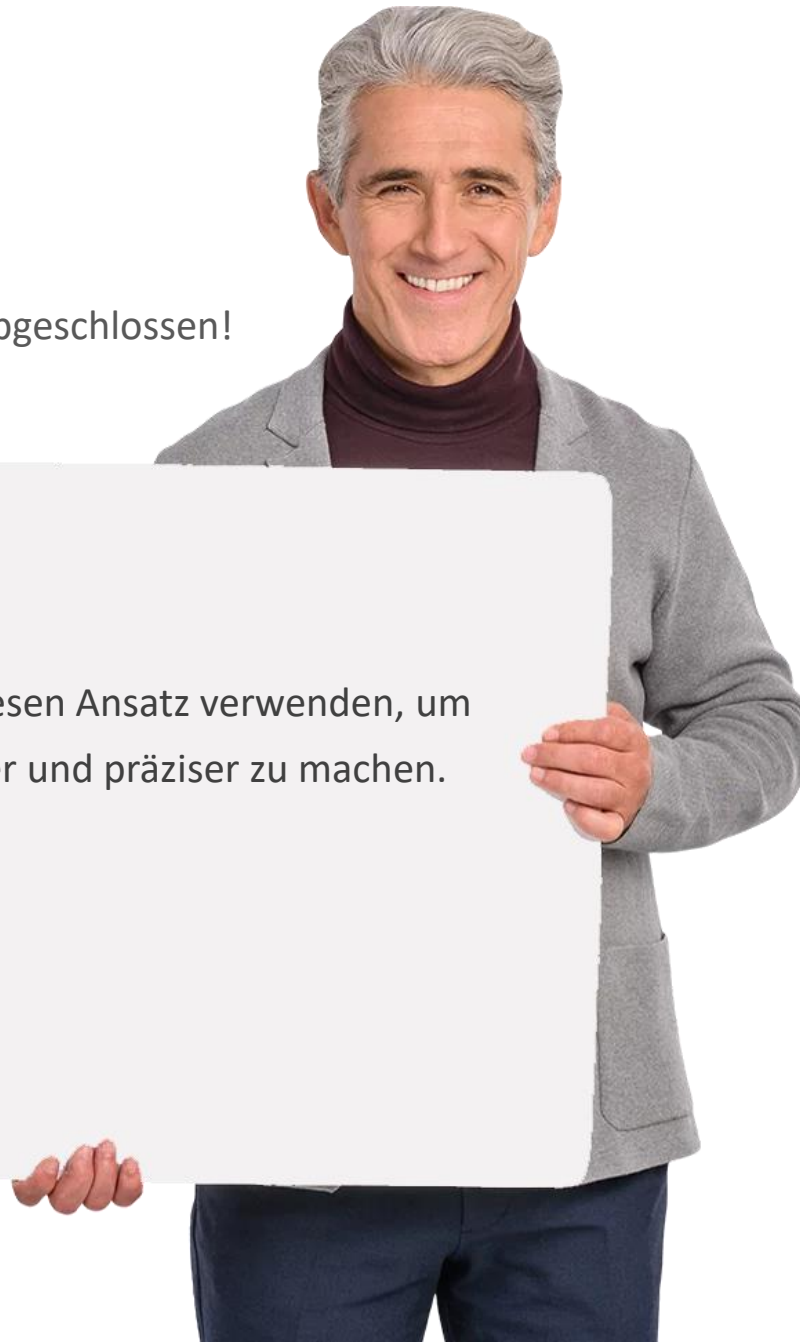
Kapitel abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Kapitel erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung

1

Sie können diesen Ansatz verwenden, um Ihre Idee klarer und präziser zu machen.



Was kommt als nächstes?

Nun können Sie entweder dieses Kapitel wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf eine der folgenden Schaltflächen klicken:

[Wiederholen](#)

[Weiter](#)





BUSINESS

MODUL 3

KAPITEL 4

Verwenden einer Mindmap

Eine Mindmap ist ein visuelles Werkzeug, das helfen kann, Ihre Geschäftsidee zu beschreiben. In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie es anwenden.

Was werden Sie in diesem Kapitel lernen?

- 1 Was ist eine Mindmap?
- 2 Wie Sie es verwenden, um Ihre Geschäftsidee zu konkretisieren.



Verwenden einer Mindmap

Was auch immer Sie zur Ausarbeitung Ihrer Idee nutzen, Sie haben wahrscheinlich genug Elemente, um mit der Ausarbeitung Ihres Projekts zu beginnen.

Sie können ein Notizbuch, eine Textverarbeitungssoftware, Post-its verwenden.

Dennoch gibt es ein interessantes Tool, das Ihnen sicherlich helfen kann: die Mindmap.



Was ist eine Mindmap?

Eine Mindmap ist ein Diagramm, in dem Informationen visuell als Zweige dargestellt werden. Die Zweige gehen von einer zentralen Idee aus.

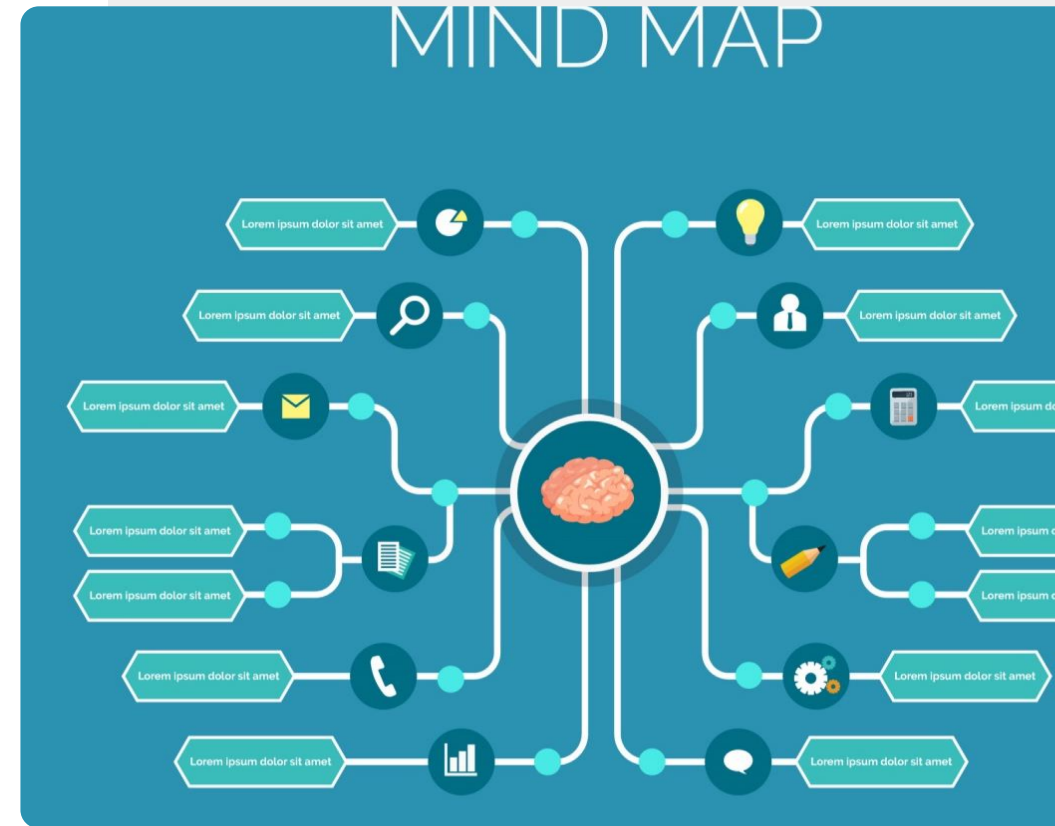
Tatsächlich kann eine Mindmap durch ihr visuelles Design komplexe Ideen auf einen Blick erfassen.

Mindmaps sehen aus wie Bäume:

Eine zentrale Idee/Thema = Baumwagen

Hauptideen/Themen = Primärgerüste

Nebenideen/Themen = Sekundäre Zweige/parallele Gliedmaßen



Wie erstelle ich eine Mindmap?

Hier ist eine einfache Methodik, um eine Mindmap zu erstellen:

- Der Start ist eine zentrale Blase mit Ihrer Hauptidee, dies kann der Name der Idee oder ein Bild sein.
- Verbinden Sie Ihre Hauptideen mit der zentralen Blase in verschiedenen Farben. Ihre Hauptideen könnten durch Bilder, Schlüsselwörter und Symbole dargestellt werden.
- Verbinden Sie Nebenideen mit den Hauptideen auf die gleiche Weise, wie Sie Ihre Hauptideen mit der zentralen Blase verbunden haben.

Und so weiter.



Verwenden einer Mindmap

Im Anhang dieser Einheit gibt es ein beispielhaftes Mindmap-Modell. Sie können sich dieses Modell anschauen und natürlich auch verändern, damit es besser zu Ihrer Idee passt. Wenn Sie an diesem Tool interessiert sind, können Sie die Software XMind hier kostenlos herunterladen:

<https://www.xmind.net/download/>

Nach dem Download können Sie den Anhang öffnen und ändern oder ein neues Modell erstellen.



Mindmap-Modell
anzeigen EN (PDF)

Mindmap-Modell
ansehen EN
(XMIND)

Hilfe beim Finden
einer Idee EN
(DoC)

XMind Software
herunterladen

Kapitelzusammenfassung

1

Eine Mindmap ist ein Diagramm, in dem Informationen visuell als Verzweigungen einer zentralen Idee dargestellt werden.

2

Die Verwendung einer Mindmap hilft Ihnen, Ihre Geschäftsidee zu visualisieren.

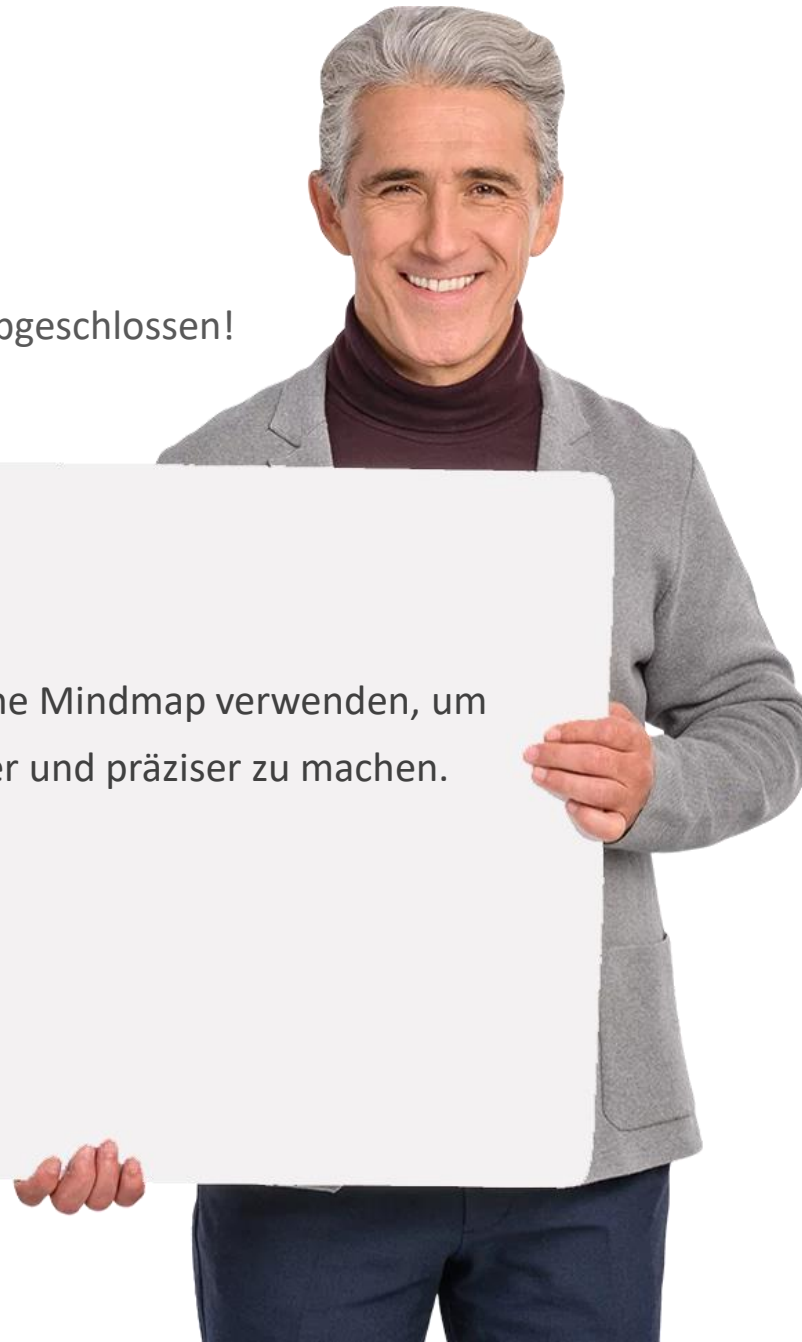
Kapitel abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Kapitel erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung

1

Sie können eine Mindmap verwenden, um Ihre Idee klarer und präziser zu machen.



Was kommt als nächstes?

Jetzt können Sie entweder dieses Kapitel wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf eine der folgenden Schaltflächen klicken:

[Wiederholen](#)

[Weiter](#)





 **BUSINESS**

MODUL 3

KAPITEL 5

Pitching Ihres Geschäftsprojekts

Ihr Pitch ist der erste Einblick in Ihr Unternehmen. Wenn Sie sich mit Partner:innen oder Kund:innen treffen, können sich aus einem sogenannten Pitch viele Möglichkeiten ergeben.

Was werden Sie in diesem Kapitel lernen?

- 1 | So pitchen Sie Ihre Geschäftsprojektidee.



Präsentation Ihres Geschäftsprojekts

Treffen Sie einen Banker, einen Wirtschaftsprüfer, eine Lieferantin, einen gewerblichen Vermieter oder einfach nur eine potenzielle zukünftige Kundin.

Noch bevor Sie Ihre ersten Verkäufe tätigen, wird es viele Gelegenheiten geben, um über Ihre Geschäftsidee zu sprechen.

Die Art und Weise, wie Sie darüber sprechen, könnte über die Zukunft Ihres Projekts entscheiden.

Lassen Sie uns die Grundlagen lernen.



Präsentation Ihres Unternehmens: Schlüsselpunkte

- Das Vorbereiten Ihrer Präsentation ist zeit- und energieaufwendig. Es erfordert eine Menge Tests und Nachjustierungen. Es erfordert auch, vor verschiedenen Arten von Publikum zu üben (Familie, Freunde, etc.).
- Eine Präsentation ist nie starr. Sie müssen in der Lage sein, Ihre Rede an den jeweiligen Geschäftsschritt und die Person, zu der Sie sprechen, anzupassen.
- Machen Sie die Dinge einfach. Ein üblicher Fehler, ist es sich in zu vielen (unnötigen) Details zu verlieren. Seien Sie prägnant, wenn Ihr Gesprächspartner mehr Details wünscht, wird er/sie nachfragen.
- Seien Sie bereit, überall und in jedem Kontext bei jedem interessanten Gesprächspartner zu präsentieren. Verpassen Sie keine Gelegenheit, Ihr Geschäftsprojekt zu präsentieren.



Prozess

1**2****3**

Finden Sie einen originellen Teaser, um Ihr Unternehmen vorzustellen

Versuchen Sie, einen geeigneten Kontext oder eine Gelegenheit zu schaffen Ihre Geschäftsidee natürlich und genial vorzustellen. Versuchen Sie, es originell und attraktiv zu machen.

Prozess

1

2

3



Erstellen Sie eine personalisierte Geschichte

Erschaffen Sie Ihre eigene Geschichte, um die Entstehung und die Entwicklung Ihrer Geschäftsidee vorzustellen.

Zögern Sie nicht, Anekdoten zu verwenden und machen Sie sie passend zu Ihrer Persönlichkeit und Ihrem Geschäftsimage.

Prozess

1

2

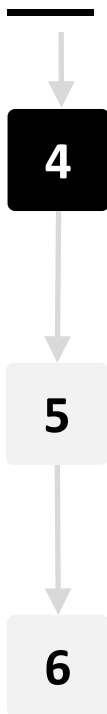
3



Erklären Sie Ihre Dienstleistungen

Erklären Sie klar und präzise, welche Bedürfnisse Sie mit Ihren Produkten/Dienstleistungen erfüllen und welche Probleme Sie damit lösen wollen.

Prozess

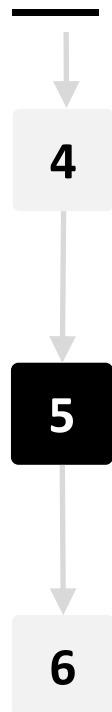


Bringen Sie den Mehrwert Ihres Unternehmens nach vorne.

Warum Sie? Was machen Sie «besser» oder zumindest anders?

Um zu überzeugen, muss man sich von der Masse abheben.

Prozess



Bringen Sie Ihre Werte und Ethik vor

Bringen Sie Ihre Werte und die Bedeutung Ihres Unternehmens vor. Menschen engagieren sich immer mehr für nachhaltigen/verantwortungsvollen Konsum, Ihre Werte, Ethik und Ihre Geschäftsvision sind entscheidend, um anzuziehen.

Prozess



Sprechen Sie Ihre Ziele und Absichten an

Was erwarten Sie von dem/den Gesprächspartner(n)? Was ist der Zweck des Gesprächs?

Sie müssen deutlich machen, was Sie von dem Gespräch erwarten. Ein Gespräch hat immer einen Zweck.

Pitching Ihres Geschäftsprojekts: Tipps

- Stellen Sie sicher, dass Sie mehrere Pitch-Versionen je nach Kontext haben: <1 Minute, ~ 2-3 Minuten und ~ 5 Minuten.
- Vermeiden Sie technischen und komplexen Jargon. Seien Sie direkt und prägnant.
- Erstellen Sie einen roten Faden (idealerweise in Form einer Geschichte), um von einem Thema / einer Idee zum nächsten zu wechseln.
- Machen Sie Ihren Pitch zu Ihrer Persönlichkeit und Ihren Werten = vermeiden Sie einen unpersönlichen Tonfall.
- Sei nicht zu unhöflich zu dir selbst und vermeide es, zu sehr perfektionistisch zu sein. Seien Sie natürlich.

Vorbereiten, testen, nachbesprechung und nachjustieren.

Training ist der Schlüssel.



Kapitelzusammenfassung

1

Die Vorbereitung Ihres Pitches erfordert Zeit und Energie. Es erfordert zahlreiche Tests und Anpassungen.

2

Passen Sie Ihren Pitch an den Kontext und das Publikum an.

3

Machen Sie einen Pitch, der auf Ihre Persönlichkeit, Ihre Stärken und Werte zugeschnitten ist.

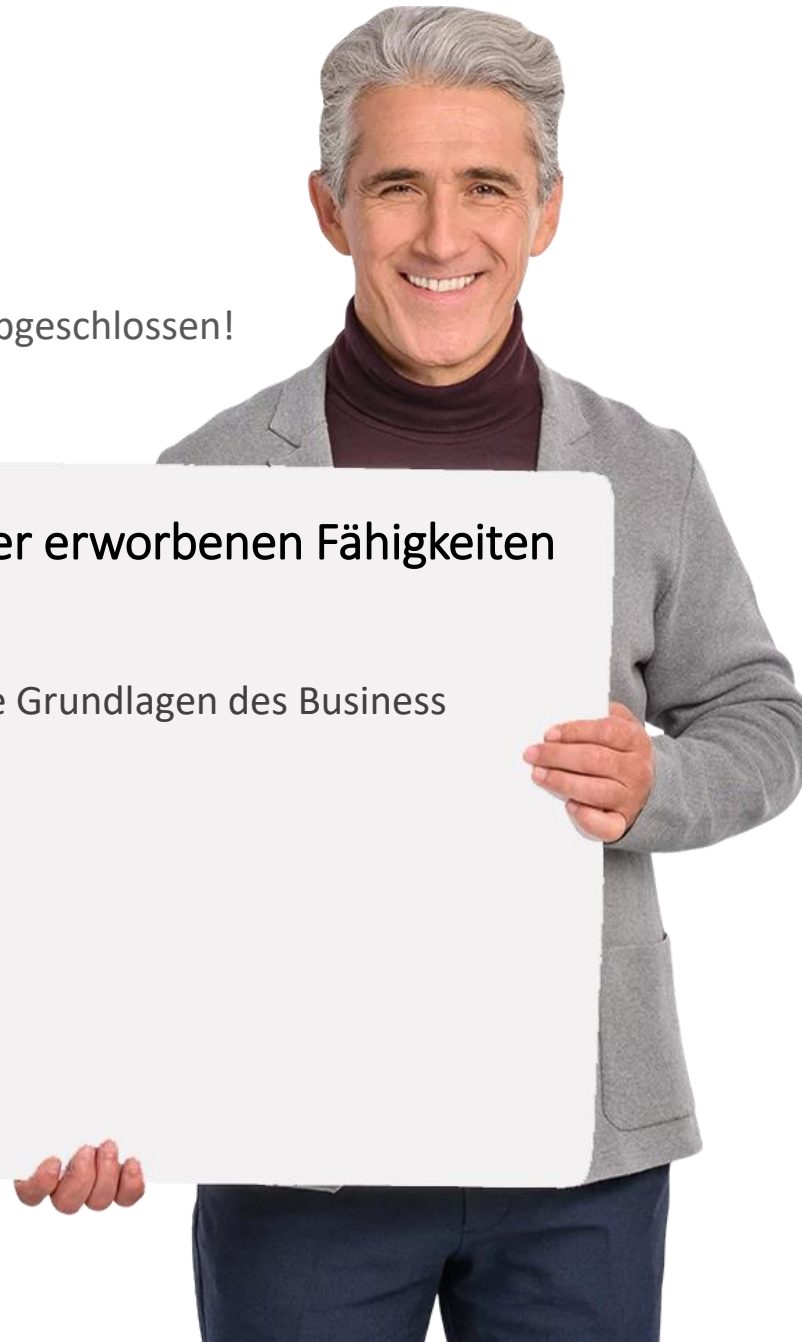
Kapitel abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Kapitel erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung der erworbenen Fähigkeiten

1

Sie kennen die Grundlagen des Business Pitches.



Was kommt als nächstes?

Nun können Sie entweder dieses Kapitel wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf eine der folgenden Schaltflächen klicken:

Wiederholen

Weiter



Schlussfolgerungen

1

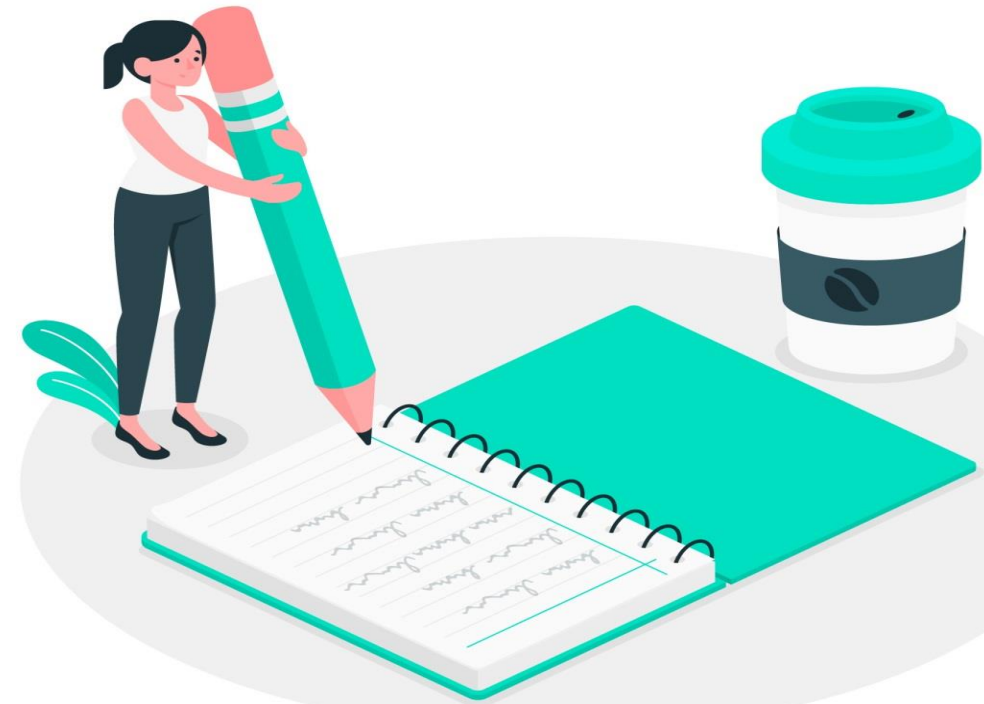
Die Ausarbeitung ist die Voraussetzung Ihres Geschäfts. Was aus einer einfachen Idee ein strukturiertes Projekt macht, ist die Präzision.

2

Während des gesamten Prozesses Ihrer Unternehmensgründung werden Sie verschiedene Interessengruppen treffen, die einen echten Einfluss auf die Zukunft Ihres Unternehmens haben könnten (z. B. eine Bank).


3

Die Zeit der Vorbereitung lohnt sich, da sie damit spätere Fehlritte vermeiden.



Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

 **BUSINESS** **MODUL 3** Die Schritte zur Unternehmensgründung

Was ist der erste Schritt zur Klärung einer Geschäftsidee?

- Antworten auf so viele Fragen wie möglich zu haben
- So viele Fragen wie möglich stellen können

Modul abgeschlossen!

Glückwunsch! Sie haben dieses Modul erfolgreich abgeschlossen!

Zusammenfassung

1

Verwendung grundlegender Tools zur
Klärung Ihrer Geschäftsidee

2

Grundlagen des Geschäftsidee-Pitchings

Was kommt als nächstes?

Nun können Sie entweder dieses Modul wiederholen oder unserer Studienempfehlung folgen, indem Sie auf einen der folgenden Buttons klicken:

Wiederholen

Weiter

