

Interview

Maren Ulbrich

Von Gisela Robben

■ **Leer** Seinen Gesprächspartner in 30 Sekunden von einer Idee zu überzeugen. Geht nicht? „Doch“, sagt Maren Ulbrich. Das ganze nennt sich Elevator Pitch. „Jeder kann das lernen“, ist die 36-Jährige überzeugt. Also die Fähigkeit, mit einer Kurzpräsentation, die in etwa die Länge einer Aufzugsfahrt hat, Interesse für sich oder sein Produkt zu wecken.

SonntagsReport: In welchen Situationen ist der Elevator Pitch nützlich?

Immer und überall kann damit ein neuer Kontakt zu Geschäftspartnern, Kunden und Mitarbeitern hergestellt werden – und das nicht nur im Geschäftsleben sondern auch im Privatleben. Der Elevator Pitch kann damit auf jeder Gartenparty, im Fahrstuhl, im Supermarkt an der Kasse, beim Arzt und natürlich auch in jeder noch so geschäftlich wichtigen Situation zum Einsatz kommen. Aus so manchem vermeintlich unwichtigen Privatkontakt kann somit urplötzlich ein bedeutender Netzwerkkontakt werden.

Welche Fehler werden in den ersten Minuten des Kennenlernens häufig gemacht?

Der wohl folgenschwerste Fehler ist, meinen Gesprächspartner mit meinen langweiligen, wenig kernigen und ausschweifenden Aussagen zu langweilen. Wichtig ist es, das Verkaufsgespräch auf den persönlichen Nutzen des Gesprächspartners exklusiv abzustimmen. Nur wenn dieser blitzschnell zwischen Tür und Angel seinen individuellen Nutzen erkennt, wird er auf einen Zweitkontakt brennen. Der Elevator Pitch sollte unbedingt für verschiedene Zielgruppen eingeübt werden. Es bedarf schon einer gehörigen Portion Übung, die ausgearbeiteten Punkte vollkonzentriert, überemotional, voller Begeisterung zu platzieren.

Kann diese Art der Kommunikation jeder lernen?

Diese Form der Kommunikation kann wirklich jeder lernen. Sie ist auf wirklich jeden Kontext anwendbar. Es gilt lediglich, sich an die grundlegenden Regeln zu halten.

Und welche sind das?

Absolut notwendig ist es, meinen Gesprächspartner mit mitzureißen, ihn zu begeistern und nach einem weiteren Treffen hungern zu lassen. Genau das erreiche ich durch emotionale Aufladung meines Elevator Pitch. Gedankliche Bilder, eine emotionale Story, mitreißende Mimik und Gestik: All das wird helfen, mit den übermittelten Inhalten Feuer im Auge meines Gegenübers zu entfachen.



Wie man in 30 Sekunden sein Gegenüber von einer Idee begeistern kann, weiß Maren Ulbrich. Am kommenden Donnerstag stellt sie im neuen Sparkassenhaus den Elevator Pitch vor.

Klappt das auf Anhieb?

Wichtig ist es, den Elevator Pitch gründlich vorzubereiten und ihn immer wieder in

Zentral ist die individuelle Erarbeitung des persönlichen Elevator Pitch, der dann in der Veranstaltung direkt

getestet werden kann. Da die Nachfrage nach dieser Veranstaltung so hoch war, planen die Referenten, Jürgen Brüna und Maren Ulbrich, bereits einen Intensivworkshop in naher Zukunft.

„Blitzschnell zwischen Tür und Angel“

verschiedenen Situationen zu üben, die Länge immer wieder der Situation anzupassen. Der Elevator Pitch dauert ca. 30 bis 120 Sekunden. Er verläuft durch sechs Phasen. Gedanklich beginnt die erste Phase beim Betreten des Fahrstuhls mit meinem gewünschten Gegenüber. Die letzte Phase endet, wenn der Gesprächspartner den Fahrstuhl verlässt.

Am Donnerstag, 29. September, stellen Sie den Elevator Pitch in Leer vor. Was erwartet die Teilnehmer?

● Maren Ulbrich ist unter 0441-2174853 erreichbar.

www.handwerksmensch.de

Kontakt

Maren Ulbrich und Jürgen Brüna beantworten gerne Fragen zum Thema. Sie sind auf der Ostfrieslandschau in Leer vertreten. Halle 3 (Gründer- und Netzwerkpiazza). Die Veranstaltung im SparkassenHaus ist ausverkauft. Eventuell steht aber ein größerer Raum zur Verfügung. Info: 04952-8909844

Elevator Pitch

Der Elevator Pitch – übersetzt „die Aufzugspräsentation“ entstand in den 1980er Jahren in den USA. Viele junge Mitarbeiter in Unternehmen hatten das Problem, dass sie gute Ideen hatten, aber diese nicht an den richtigen Stellen anbringen konnten. So entwickelte sich die Technik, am Aufzug einen Entscheidungsträger abzapfen, ihn bei der Fahrt zu begleiten und da-

bei die Idee vorzustellen. Man konnte sich der Aufmerksamkeit gewiss sein, denn ausnahmsweise war der Vorgesetzte nicht mit anderen Dingen beschäftigt. Später wurde diese Technik auch eingesetzt, um das Vorzimmer zu überwinden, da Sekretärinnen Termine und Schreiben unbarmherzig filtern, wenn sie ihnen nicht interessant für den Chef erschienen.