

ARBEITSBLATT

Geschäftsidee finden

Ideenwerkstatt und Auswahlmatrix

Begleitmaterial zum Fachartikel

businesswisser.de/geschaeftsidee-finden/

1. PERSÖNLICHES SUCHFELD

Bereich	Ihre Notizen
Fähigkeiten und Erfahrungen	
Branchen- oder Kundenzugang	
Tätigkeiten, die Ihnen liegen	
gewünschte Arbeitsweise	
verfügbare Zeit und Kapital	
Grenzen und ausgeschlossene Risiken	

Mein Suchfeld:

2. PROBLEMPROTOKOLL

Wer?	Situation	gewünschtes Ergebnis	heutige Lösung	Aufwand oder Risiko

- ☐ Beobachtung und Vermutung getrennt
- ☐ vergangenes Verhalten statt allgemeiner Meinung erfasst
- ☐ wiederkehrende Muster markiert

3. PROBLEM PRÄZISIEREN

Zielgruppe oder Startsegment:

Konkrete Situation oder Kaufanlass:

Was möchte die Person erreichen?

Was verhindert das heute?

Welche Folgen entstehen?

4. LÖSUNGSRICHTUNGEN ERZEUGEN

Richtung	Form	Nutzen	wichtigste offene Annahme
A	Selbstbedienung / Begleitung / Übernahme		
B	digital / persönlich / kombiniert		
C	einmalig / laufend		
D	Standard / begrenzte Anpassung		
E	weitere Variante		

Noch nicht bewerten: Erst mehrere Wege für dasselbe Problem entwickeln.

5. AUSWAHLMATRIX

Bewertung: B = belegt, S = Signal, A = Annahme.

Prüffeld	Idee A	Idee B	Idee C
persönliche Passung			
Nachfrage			
Umsetzbarkeit			
Ertragslogik			
stärkster Beleg			
größte Unsicherheit			

Keine Gesamtnote bilden. Entscheidend ist, welche kritische Unsicherheit als Nächstes geprüft werden kann.

6. GESCHÄFTSIDEE IN EINEM SATZ

Für _____
die in der Situation _____
das Problem haben _____
bieten wir _____
damit sie _____
anders als die heutige Lösung _____

7. GESPRÄCHSLEITFADEN

- 1 Wann trat das Problem zuletzt auf?
- 2 Was wollten Sie erreichen?
- 3 Wie haben Sie es gelöst?
- 4 Was war daran zeitaufwendig, teuer oder riskant?
- 5 Wer war an der Entscheidung beteiligt?
- 6 Welche Alternativen haben Sie geprüft?
- 7 Wofür haben Sie bereits Zeit oder Geld eingesetzt?

- ☐ keine Lösung vorgestellt, bevor das Problem verstanden war
- ☐ konkrete vergangene Situation erfragt
- ☐ Zitate und beobachtete Fakten dokumentiert
- ☐ freundliches Lob nicht als Kaufabsicht gewertet

8. KLEINSTER AUSSAGEKRÄFTIGER TEST

Feld	Festlegung
kritischste Annahme	
Zielgruppe des Tests	
Testformat	

Feld	Festlegung
verbindlicher nächster Schritt	
positives beobachtbares Signal	
widerlegendes Signal	
maximaler Aufwand	
Auswertung	

Mögliche Formate: problemorientierte Gespräche, manueller Pilot, Prototypnutzung, konkrete Terminanfrage oder Vorbestellung.

9. ERTRAGSLOGIK GROB PRÜFEN

Frage	Ihre Annahme	Beleg oder nächster Test
Wer bezahlt?		
Wofür genau?		
einmalig oder laufend?		
möglicher Preisrahmen		
variable Kosten		
Zeit je Leistung		
Vertriebsweg		
größte wirtschaftliche Unsicherheit		

10. NÄCHSTE ENTSCHEIDUNG

Ergebnis	Konsequenz
Annahme gestützt	
Annahme widerlegt	
Signal uneindeutig	
nächste Informationslücke	

ABSCHLUSSCHECK

- ☐ Problem, Zielgruppe und Situation konkret
 - ☐ mehrere Lösungsrichtungen verglichen
 - ☐ Passung, Nachfrage, Machbarkeit und Ertragslogik geprüft
 - ☐ Beobachtungen, Signale und Annahmen getrennt
 - ☐ keine unbelegten Erfolgs- oder Marktversprechen
 - ☐ rechtliche und steuerliche Einzelfragen an Fachstellen verwiesen
 - ☐ nächster Test prüft ein beobachtbares Verhalten
 - ☐ Ergebnis wird in Geschäftskonzept und Businessplan übertragen
-

Eine Idee wird belastbarer, wenn Beobachtungen und Annahmen getrennt sind und der nächste Test ein sichtbares Verhalten prüft.