
Zukunfts-Check für Ihre Geschäftsidee

AUSWAHLMATRIX FÜR DREI IDEEN

Vergleichen Sie konkrete Optionen mit denselben Kriterien. Tragen Sie Beobachtungen, Gespräche, Zahlen und Tests ein – keine bloßen Vermutungen.

1. DREI IDEEN KONKRET FORMULIEREN

Idee A

Zielgruppe: _____

Situation und Problem: _____

versprochenes Ergebnis: _____

mögliche Zahlungslogik: _____

Idee B

Zielgruppe: _____

Situation und Problem: _____

versprochenes Ergebnis: _____

mögliche Zahlungslogik: _____

Idee C

Zielgruppe: _____

Situation und Problem: _____

versprochenes Ergebnis: _____

mögliche Zahlungslogik: _____

2. FÜNF-FELDER-MATRIX

Prüffeld	Idee A	Idee B	Idee C
dauerhafter Bedarf			
erreichbare Zielgruppe			
Zukunfts- und Veränderungssignal			
eigene Umsetzbarkeit			
tragfähige Wirtschaftlichkeit			

Kennzeichnen Sie jedes Feld:

- ☐ B = durch Verhalten oder Daten belegt
- ☐ P = plausibel, aber noch ungetestet
- ☐ K = kritisch für die gesamte Idee

Stärkster Beleg

Idee A: _____

Idee B: _____

Idee C: _____

Größte Unsicherheit

Idee A: _____

Idee B: _____

Idee C: _____

3. TREND ODER DAUERHAFTER BEDARF?

Beobachteter Auslöser

Welche technische, gesellschaftliche oder wirtschaftliche Veränderung sehen Sie?

Verändertes Verhalten

Was tun Menschen oder Unternehmen dadurch konkret anders?

Entstehendes Problem

Welcher Aufwand, Verlust oder Wunsch entsteht?

Zahlungsbeleg

Wofür wird bereits Zeit, Geld oder Verantwortung eingesetzt?

4. ZEHN PROBLEMGESPRÄCHE

Nr.	letzter konkreter Fall	bisherige Lösung	Folge/Budget
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

Nr.	letzter konkreter Fall	bisherige Lösung	Folge/Budget
10			

Wiederkehrendes Muster

Wichtigster Widerspruch

5. KLEINSTER BELASTBARER TEST

Ausgewählte Idee: _____

Kritische Annahme: _____

Testhandlung: _____

Zielgruppe und Anzahl: _____

konkreter Preis oder Einsatz: _____

Fortsetzen, wenn: _____

Anpassen, wenn: _____

Stoppen, wenn: _____

6. WIRTSCHAFTLICHKEITS-SCHNELLCHECK

Größe	vorsichtig	realistisch	gut
erreichbare Kontakte pro Monat			
Abschlussquote			
Verkäufe			
Preis je Verkauf			
Umsatz			

Größe	vorsichtig	realistisch	gut
direkte Kosten			
Arbeitsstunden			

Entscheidung

- ☐ **Fortsetzen:** Der nächste Einsatz ist durch Belege gerechtfertigt.
- ☐ **Anpassen:** Zielgruppe, Ergebnis, Kanal oder Preis wird geändert.
- ☐ **Stoppen:** Eine zentrale Annahme trägt nicht.

Nächster Schritt innerhalb von sieben Tagen

TIPP

Die beste Idee ist nicht die mit den meisten Zukunftsbegriffen, sondern die, deren wichtigste Annahme Sie schnell mit echtem Verhalten prüfen können.