

Idee

Checkliste

Entwicklung der Geschäftsidee

Grundlagen

Erkenntnisse rund um eine Geschäftsidee!

Checkliste

Am Anfang ...

- Ideen gibt es viele
- Eine Idee ist kein Geschäft

Zur Person ...

- Gute Geschäftsideen sind sehr personenbezogen
- Mut und Durchsetzungskraft sind wichtige Erfolgsfaktoren
- Mit der Umsetzung wird ein Unternehmer geboren
- Er lernt schnell und ist offen
- Das Unternehmen ist ein Spiegelbild seines Charakters
- Unternehmer sein heisst etwas unternehmen
- Unternehmer sein ist die beste Lebensschule
- Abstürzen gehört dazu, die Frage ist wie
- Unternehmerische Risiken nehmen ist bemerkenswert
- Nicht jeder ist der geborene Unternehmer
- An der Erfahrung wachsen

Die Umsetzung ...

- Umsetzen – der Weg von der Idee zum Geschäft muss nachvollziehbar sein
- Das Machen ist das Entscheidende an der Idee
- Die Umsetzung ist ein laufender Prozess

Das Umfeld ...

- Bedürfnisse – es existieren reale Bedürfnisse im Markt
- Eine Technologie ist kein Markt
- Timing is everything

- Erfolgreiche Ideen werden zuerst meist nicht wahrgenommen
- Die besten Geschäftsideen sind in Leidenschaft geboren
- Die besten Geschäftsideen sind im Zusammenhang mit der jeweiligen Tätigkeit des Ideenträgers

Die Erfolgsfaktoren ...

- Rentabilität – ist machbar zu kalkulierbaren Kosten
- Nur Resultate zählen, egal, ob die Idee gut ist oder nicht
- Es gelten immer die gleichen grundlegenden wirtschaftlichen Prinzipien
- Der Beste arbeitet zuerst mit den Mitteln, die er selber hat
- Laufend das Wichtigste hinterfragen
- Ziele setzen – Erfolgskontrolle
- Gründe für Abweichungen verstehen

Kernaussage einer Geschäftsidee

- Business Modell (Wertschöpfung)
- Strategie (Masse vs. Klasse, Pionier vs. Me-too usw.)
- Produkt-/Dienstleistungs-Definition (Angebots-Charakteristika)
- Management Team (People make it happen!)
- Kompetenz, Wissen, Einzigartigkeit (Hinter jeder Leistung stecken Menschen!)
- Bedürfnis, Zielmarkt, Kundensegmente, Marktgröße und Marktwachstum (Nachfrage)
- Konkurrenz (Wettbewerber gibt es immer – wenn nicht jetzt, dann später!)
- Finanzielle Chancen und Risiken (ohne Geld geht auch später nicht viel!)

Probleme einer Geschäftsidee

- Die Wertschöpfung ist für den Käufer nicht ersichtlich!
- Die Wertschöpfung spricht die falschen Bedürfnisse und/oder die falschen Kunden an!
- Die innenorientierte Denkweise dominiert die Marktorientierung
- Veränderungen des Verhaltens werden unterschätzt

- Marktvorhersagen sind meist zu optimistisch

Was sich Kapitalgeber von einer Geschäftsidee wünschen

- Produktidee mit existierendem Marktpotential
- Differenzierung zu existierendem Angebot (deutlicher Mehrwert bei gleichen Kosten oder signifikante Kostenreduktion)
- Mittelfristig attraktives Business Modell mit Exit-Chancen
- Erfahrenes, glaubwürdiges und kompetentes Unternehmerteam (mit der richtigen Einstellung zum Geld und dem damit verbundenen Risiko und der Verantwortung, Verhandlungs- und Kommunikationskompetenz, Business Sense, Lernfähigkeit und Flexibilität)
- Konsequente Umsetzung

Vorgehen bei der Weiterentwicklung einer Geschäftsidee

<i>Ziel</i>	<i>Massnahmen</i>	<i>Mittel</i>	<i>Zeitbedarf</i>	<i>Zeitplan</i>
Ideekonkretisierung <ul style="list-style-type: none"> • Idee ist klar und eindeutig • Idee ist in 10 Sätzen verständlich formuliert • „Charme“ des Business muss erkennbar sein 	Kritisch hinterfragen	Brainstorming-Checkliste mit kritischen Fragen (standardisiert und customized)	1 Tag	X + 7
Ideenevaluation <ul style="list-style-type: none"> • Idee hält kritischen Fragen, Bedarf und Einsatzmöglichkeiten stand 	Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren	Nutzwertanalyse „Marktsimulation“ Testgruppe Nutzen-Preis-Kosten-Rechnungsmodell Checkliste mit kritischen Fragen (standardisiert und customized) Pro-/Kontra-Rollenspiel Best- und Worst-Case-Szenario	1 Tag	X + 14

Ideenkonsolidierung <ul style="list-style-type: none"> Bereinigte Idee 	Mögliche Anpassung der Erfordernisse (nach Ideenkonkretisierung und -evaluation)	Kalkulations-Simulator	1 Tag	X + 21
Ideenpräsentation <ul style="list-style-type: none"> Verständliche und überzeugende Präsentation der Idee für Kunden, Kapitalgeber und andere Anspruchsgruppen (mit den geeigneten Medien) 	Aufbereitung von Präsentationsinhalt und -material (Schrift, Bild, Muster, Film, Grafik, CD, Ton usw.)	Vorlagen, Masken und Muster	1 Tag	X + 28

Wie Geschäftsideen im Markt überprüft werden können

- Wahrnehmen persönlicher Kontakte und Beziehungen
- persönlich adressierte Werbemittel (Directmail)
- Werbeinserate mit Antwortabschnitten
- Telefonaktionen
- Beobachtungen und Gespräche mit Kunden
- Beobachtung von Konkurrenten
- Analyse von Sekundärmaterial (Konjunktur und Branchenberichte, Bankenpublikationen, Statistiken, Marktzahlen usw.)
- Gespräche mit Lieferanten, Verbänden und Partnern