



Dieses Geschäftsideentagebuch gehört:

.....

.....

.....

.....

Dieses Buch ist für alle, die gern an ihrem Geschäft tüfteln und ihrer Kreativität und Innovationskraft Raum geben wollen.

Teamgedanke und Schwarmintelligenz hin oder her – die Entwicklung und Auseinandersetzung mit Geschäftsideen ist auch ein sehr persönlicher Prozess. Egal, ob die Geschäftsführerin in einer herausfordernden Unternehmenslage, der Produktionsleiter mit anspruchsvollen, neuen Produktivitätszielen oder die Studienfreunde auf der Suche nach einem Gründungskonzept – jeder setzt sich auf seine Weise mit einer solchen Fragestellung auseinander.

Dieses Tagebuch soll Dir deshalb ein flexibler Begleiter auf Deinem ganz persönlichen und individuellen Weg zu neuen Geschäftsideen sein. Es ist in erster Linie ein praktisches Notizbuch. Darüber hinaus bietet es aber auch einige handverlesene Übungen, Tipps und Motivationen, die Dich an unterschiedlichen Punkten unterstützen können. Ob zur Inspiration und Orientierung oder zum Schärfen und Ausprobieren von Ideen – für alle wesentlichen Belange in der Ideenentwicklung ist etwas dabei.

Wir wünschen Dir viel Erfolg und Spaß damit!

PS: „DU“

Wie Du sicher schon bemerkt hast, Duzen wir Dich hier. Wir finden das der persönlichen (Atmo) Sphäre sehr angemessen. Falls Sie das anders sehen: Versuchen Sie bitte für den Moment darüber hinweg zu sehen – es sind ohnehin nicht viele direkte Erläuterungen nötig. Aber lassen Sie es uns bitte wissen, denn wir entwickeln unsere Produkte gern in Ihrem Sinne weiter.

Wie kannst Du das Buch benutzen?

Flexibel und individuell

Die Entwicklung von (Geschäfts-)Ideen verläuft nur sehr selten klar strukturiert und linear. Sie braucht vielmehr Raum für Fragen, Flow, Spiel, Umwege, Neuanfänge, Schleifen, Rückbezüge... Deshalb fühle Dich bitte frei, Alles was Du hier findest, so zu verwenden, dass es für Dich passt. Greife auf, was Du gebrauchen kannst und den Rest lasse getrost beiseite. Es ist DEIN Geschäftsideentagebuch!

Arbeitsbereich 1: Index

Er befindet sich auf den Seiten 10 und 11. Mit seiner Hilfe kannst Du Dein eigenes Inhaltsverzeichnis anlegen und Dein Geschäftsideentagebuch individuell strukturieren.

Arbeitsbereich 2: Notizseiten

Ab Seite 12 findest Du die freien Notizseiten mit viel Raum für Deine Gedanken, Ideen und Skizzen. Hin und wieder findest Du hier ein kleines Zitat oder Spiel zur Inspiration oder kreativen Pause.

Arbeitsbereich 3: Toolbox

Hinten im Buch findest Du ab S. 112 eine Sammlung von Übungen, Hinweisen und Tipps, die Dich bei der Entwicklung Deiner Geschäftsidee(n) unterstützen können. Ob zur Inspiration und Orientierung oder zum Schärfen und Ausprobieren – für alle wesentlichen Belange in der Ideenentwicklung ist etwas dabei. Dieser Bereich ist mit einem Registerband versehen, damit Du schnell die passenden Tools für Deinen aktuellen Modus findest.

Geschäftsideentagebuch online

Für alle, die lieber komplett digital an diesen Themen arbeiten wollen, feilen wir an einer Online-Version des Geschäftsideentagebuchs. Über den Fortschritt berichten wir hier: www.rkw.link/ideentagebuch

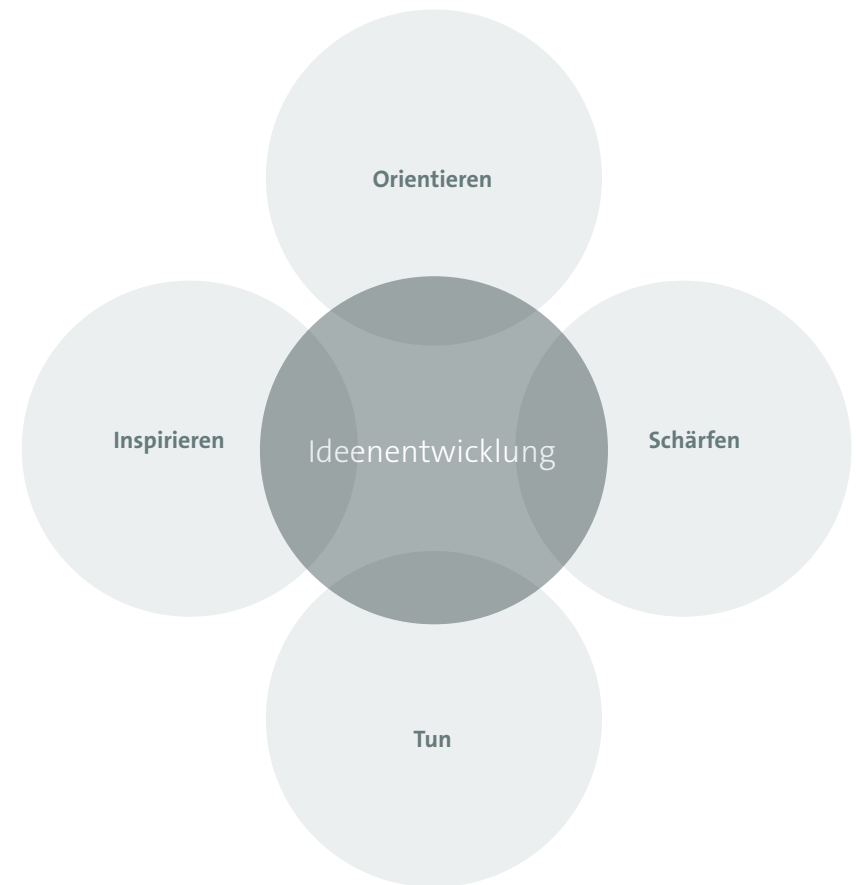
Du hast Fragen oder Feedback zum Geschäftsideentagebuch?

Dann melde Dich gerne bei uns: Kathrin Großheim, k.grossheim@rkw.de, (0)6196 495-2813 & Ute Juschkus, juschkus@rkw.de, (0)6196 495-3505

Vier Modi der (Geschäfts-) Ideenentwicklung

Dein Geschäftsideentagebuch unterscheidet vier Modi zur Entwicklung von Geschäftsideen. Dabei handelt es sich nicht um linear aufeinander folgende Schritte, sondern eher um bestimmte Haltungen, aus denen heraus Du auf Deine Idee(n) und die zugrundeliegende Fragestellung(en) schauen kannst – je nachdem, was Du gerade brauchst, um weiter zu kommen: Orientierung, Inspiration, Schärfung oder Ausprobieren bzw. Umsetzung (Tun) Deiner Idee. Sie können, sollen und dürfen sich munter abwechseln, aufeinander beziehen und fließend ineinander übergehen. Die Trennung soll Dir helfen, für die unterschiedlichen Modi Übungen, Empfehlungen und schnell die passenden Tools zu finden. Du findest sie am Ende des Buches ab S. 113 und übrigens auch in der Toolbox online. Eine Übersicht haben wir Dir auf der folgenden Doppelseite zusammengestellt. Falls Du die Tools im A4-Format oder größer verwenden und nicht selbst nachbauen möchtest, kannst Du die PDF-Datei auf unserer Website nutzen:

www.rkw.link/ideentagebuch



Deine Toolbox im Überblick

Einige Fragen solltest Du Dir erfahrungsgemäß unbedingt stellen.

Du kannst Sie mit oder ohne Hilfe der besonders hervorgehobenen Tools beantworten.

Orientieren: Wer und wo bin ich? Wonach suche ich ?114

Positionsbestimmung: Wo stehe ich mit meinem Geschäft?.....116

Geistiger Fundus: Was weiß ich eigentlich schon?.....118

Geschäftsmodell-Cockpit: Wie funktioniert mein Geschäft?.....119

Megatrends: Mit welchen will ich mich beschäftigen?.....122

Trendanalyse: Wie verändern sich die Spielregeln für mein Geschäft?126

Fokus: Wonach suche ich?127

Mehr Fokus: Wonach suche ich genau?128

Inspirieren: Welche Ideen, Antworten und Lösungen finde ich?130

Ideenfundus: Welche Lösungen hab ich schon?132

Brainstorming: Welche Lösungen fallen mir spontan ein?134

Ideenturm: Was fällt mir zu einer guten Idee sonst noch ein?.....136

Mind-Map: Welche Struktur hat mein Thema?138

Abschauen: Hat schon jemand eine Lösung gefunden?140

Rollenspiel I: Was würde ... in meiner Situation tun?141

Assoziationen: Welche Ideen steigen beim Betrachten dieser Bilder auf?.....142

Inspirationsfragen: Wie kann ich mein Geschäft mal ganz anders denken?144

Geschäftsmodell-Cockpit: Wie kann ich mein Geschäft mal ganz anders denken?..146

Effectuation: Was kann ich mit dem anstellen, was schon da ist?148

Magisches Dreieck: Was möchtest Du warum für wen anbieten?.....150

Schärfen: Mit welchen Ideen will ich weiter gehen?152

Ideensteckbrief: Was macht meine Idee aus?154

Fingerabdruck: Was macht meine Idee besonders?156

Rollenspiel II: Was sagt ... zu meiner Idee?.....158

Osborn-Checkliste: Kann ich meine Idee noch anpassen?160

Pro & Contra: Was spricht für und gegen meine Idee?.....162

Advocatus Diaboli: Woran könnte meine Idee scheitern?164

Empathy Map: Wie geht es meinen Kunden mit meiner Idee?166

Customer Journey: Wie kommt meine Idee zum Kunden?168

Prozessanalyse: Wie sind meine Prozesse von meiner Idee betroffen?.....170

Attraktivitäts-Cockpit: Welche Vorteile bietet meine Idee meinen Kunden?172

Erlösmodell: Wie kann ich mit meiner Idee Geld verdienen?174

Ideenauswahl: Welche will ich weiter verfolgen?176

Tun: Wie kann ich meine Idee umsetzen?.....180

Testen: Wie und wo kann ich meine Idee ausprobieren?182

Aufgabenliste: Was ist zu tun?.....184

Realitäts-Check: Wie kann ich mit Hürden und Bedenken umgehen?.....186

Rückenwind: Wie kann mich das RKW weiter unterstützen?188

Index

In 20 Jahren wirst Du
Dich mehr ärgern
über die Dinge,
die du nicht getan hast,
als über die,
die du getan hast.

Also wirf die Leinen
und segle fort aus
deinem sicheren Hafen.
Fange den Wind
in deinen Segeln.

Forsche. Träume.
Entdecke.

Mark Twain

Die Frage ist die Mutter
aller Antworten!

Michael Nackowitsch

Die ältesten und
kürzesten Wörter
– "ja" und "nein" –
erfordern auch das
stärkste Nachdenken.

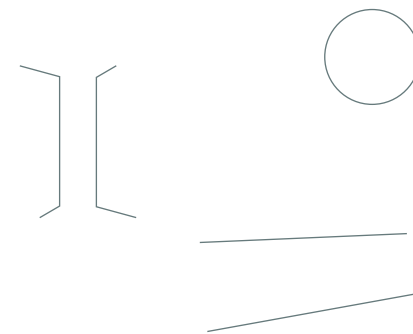
Pythagoras von Samos

Der Zufall trifft nur den
vorbereiten Geist.

Louis Pasteur

Ich kann nicht verstehen,
warum Menschen Angst
vor neuen Ideen haben.
Ich habe Angst vor den Alten.

John Cage



Vervollständige ... zu einer Zeichnung.

Die Kunst des Ausruhens ist
ein Teil des Arbeitens.

John Steinbeck



Jedes Hindernis gibt dir die
Möglichkeit, neue Kräfte zu
befreien.

Friedel Marie Kuhlmann







Auch eine schwere Tür
hat nur einen kleinen
Schlüssel nötig.

Charles Dickens

Die meisten Menschen
überschätzen,
was sie in einem Jahr,
und unterschätzen,
was sie in zehn Jahren
erreichen können.

Bill Gates







*Bilde mit sechs Streich-
hölzern vier gleich große
Dreiecke. Was kannst Du
noch mit sechs Streich-
hölzern darstellen?*



Hüte dich vor dem
Entschluss, zu dem du
nicht lächeln kannst.

*Heinrich Friedrich Karl
vom und zum Stein*



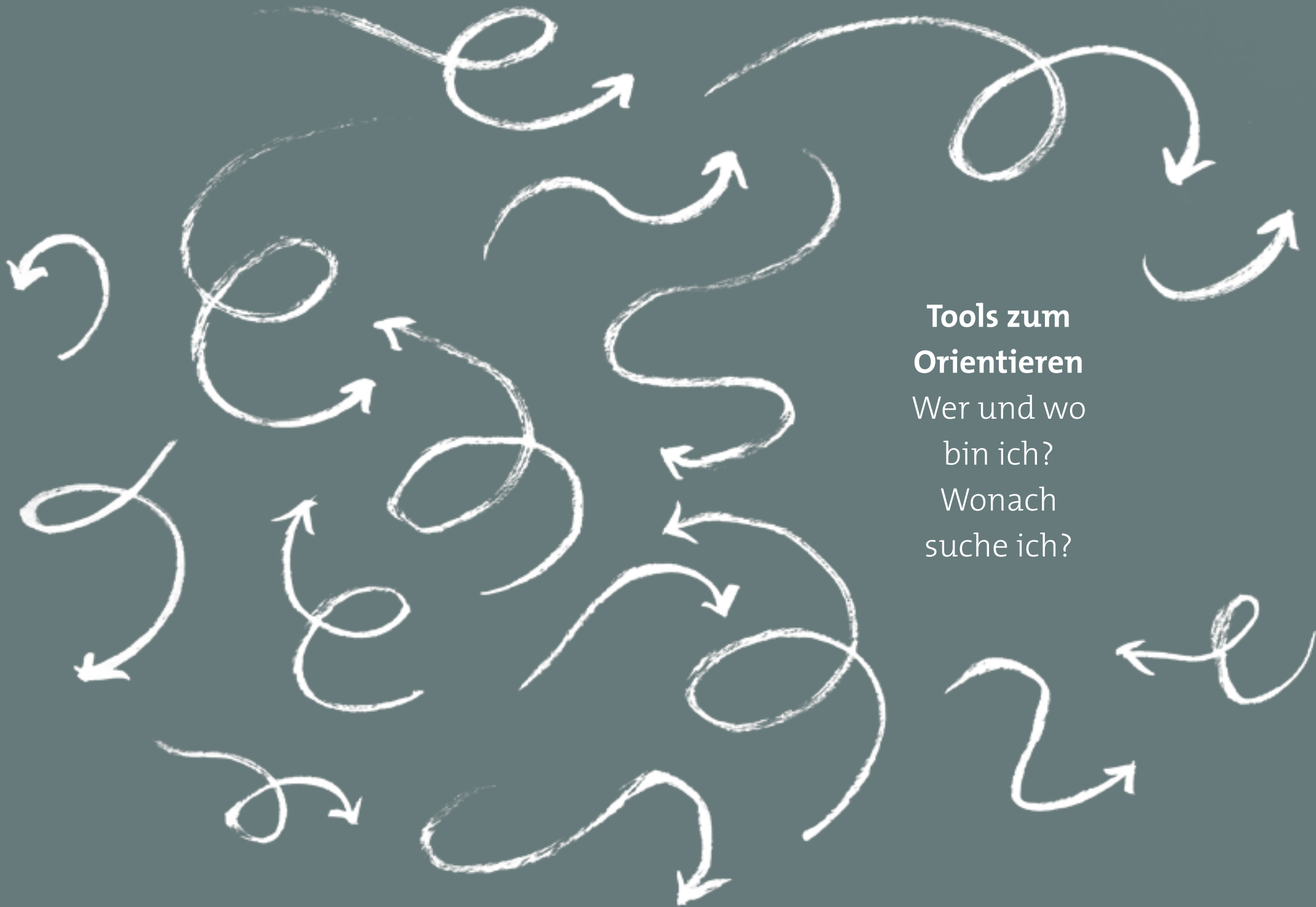




Toolbox

Dies ist eine handverlesene
Sammlung von Übungen,
Hinweisen und Tipps, die Dich
bei der Entwicklung Deiner
Geschäftsidee(n)
unterstützen können.

Ob zur Inspiration und Orientierung oder zum Schärfen
und Ausprobieren – für alle wesentlichen Belange in
der Ideenentwicklung ist etwas dabei.

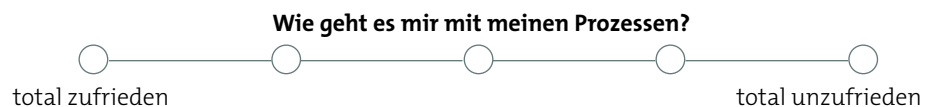
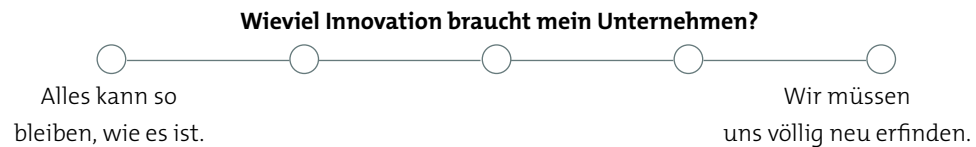


Tools zum Orientieren

Wer und wo
bin ich?
Wonach
suche ich?

Positionsbestimmung: Wo stehe ich mit meinem Geschäft?

Bitte markiere Deine aktuelle Position zu den folgenden Fragen auf der jeweiligen Skala.
Alle Themen, Herausforderungen, Ideen, Fragen oder Wünsche, die dabei auftauchen,
kannst Du anschließend auf dem Wunschzettel festhalten.



Mein Wunschzettel für mein Geschäft

Themen, Herausforderungen, Ideen, Fragen oder Wünsche, die ich bearbeiten möchte:

Geistiger Fundus – Was weiß ich eigentlich schon?

Bitte beantworte die folgenden Fragen, indem Du einfach drauf los schreibst.
Wir wissen oft schon mehr, als wir denken. Markiere Dir anschließend besonders
spannende oder neue Aspekte und Zusammenhänge.

Woran arbeite ich (*mein Unternehmen*) **gerade?**

Woran sollte ich (*mein Unternehmen*) **arbeiten?**

Woran möchte ich (*mein Unternehmen*) **arbeiten?**

Geschäftsmodell-Cockpit: Wie funktioniert mein Geschäft?

Das RKW-Geschäftsmodell-Cockpit ist ein einfaches Modell um Dein Geschäft zu analysieren. Es hilft, alle wichtigen Aspekte im Auge zu behalten und in Bezug zueinander zu setzen. Die folgende Übersicht gibt Dir Orientierung, was Du beim betrachten und ausfüllen der Felder berücksichtigen kannst. Danach ist dann Raum für Dein aktuelles Geschäftsmodell-Cockpit. Offene Fragen, Themen, Herausforderungen, wünsche oder Ideen, kannst Du wieder auf einem Wunschzettel festhalten.



Das Cockpit kann zur Analyse des bestehenden Geschäfts und zur Entwicklung von Neuem verwendet werden, deshalb taucht es auch später in etwas anderer Gestalt wieder auf.



Tipp: Reale Beispiele für (digitale) Geschäftsmodelle von mittelständischen Unternehmen findest Du auf www.erfolgreich-digitalisieren.de.

Mein aktuelles Geschäftsmodell

| Prozesse | Kanäle |
|----------|--------|
| | |
| | |
| | |
| | |

Kunde

.....

.....

.....

.....

| Erlösmodelle | Angebote |
|--------------|----------|
| | |
| | |
| | |
| | |

Erweiterte Umwelt

.....

.....

Mit welchen Megatrends will ich mich beschäftigen?

Tipp: Ausführliche Informationen zu den einzelnen Trends, die das Zukunftsinstitut ausführlich beschrieben hat, findest Du auf: www.rkw.link/ideentagebuch



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Bedeutet für mein Geschäft:

.....
.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Urbanisierung

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Konnektivität

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Globalisierung

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Wissenskultur

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Neo-Ökologie

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3



Mobilität

Bedeutet für mein Geschäft:

.....

.....

Und hat deshalb Priorität

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3

Trendanalyse

Alte Welt (20__)

Wie ist meine aktuelle geschäftliche Situation in Bezug auf Branche, Wettbewerb, Kunden, Technologien, Gesetze, Gesellschaft, Arbeits- und Finanzmarkt, ...?

Wie verändern sich die Spielregeln für Dein Geschäft?
Blicke auf das Heute – und von dort aus in die Zukunft, indem Du diese
Übersicht ausfüllst. Markiere: Worauf willst Du reagieren?

Neue Welt (20__)

Wie werden sich diese Aspekte in 5, 10 oder gar 15 Jahren verändern?

Fokus: Wonach suche ich?

Welche wesentlichen Wünsche, Themen, Ideen, Fragen und Herausforderungen stehen auf meinem/n Wunschzettel/n?

Welche Priorität haben sie?

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

Daraus ergibt/ ergeben sich für mich
meine Zukunftsfrage(n):

Tipp: Formuliere eine oder mehrere Zukunftsfragen so präzise wie möglich – sie geben Dir und Deinen kreativen Kräften (auch unbewusst) wichtige Orientierung für die Ideensuche.

Mehr Fokus: Wonach suche ich genau?

Meine Zukunftsfrage/ Mein Thema/ Mein Problem:

Frage wie ein neugieriges Kind (oder viele erfolgreiche Manager) mindestens 5 Mal:

Warum ?

Warum ?

Warum ?

Warum ?

Warum ?

Danach
suche ich
genau:

Tipp: Die Methode der 5-Why kannst Du auch gut zum Schärfen einer Idee einsetzen (Modus 3).



Tools zum Inspirieren

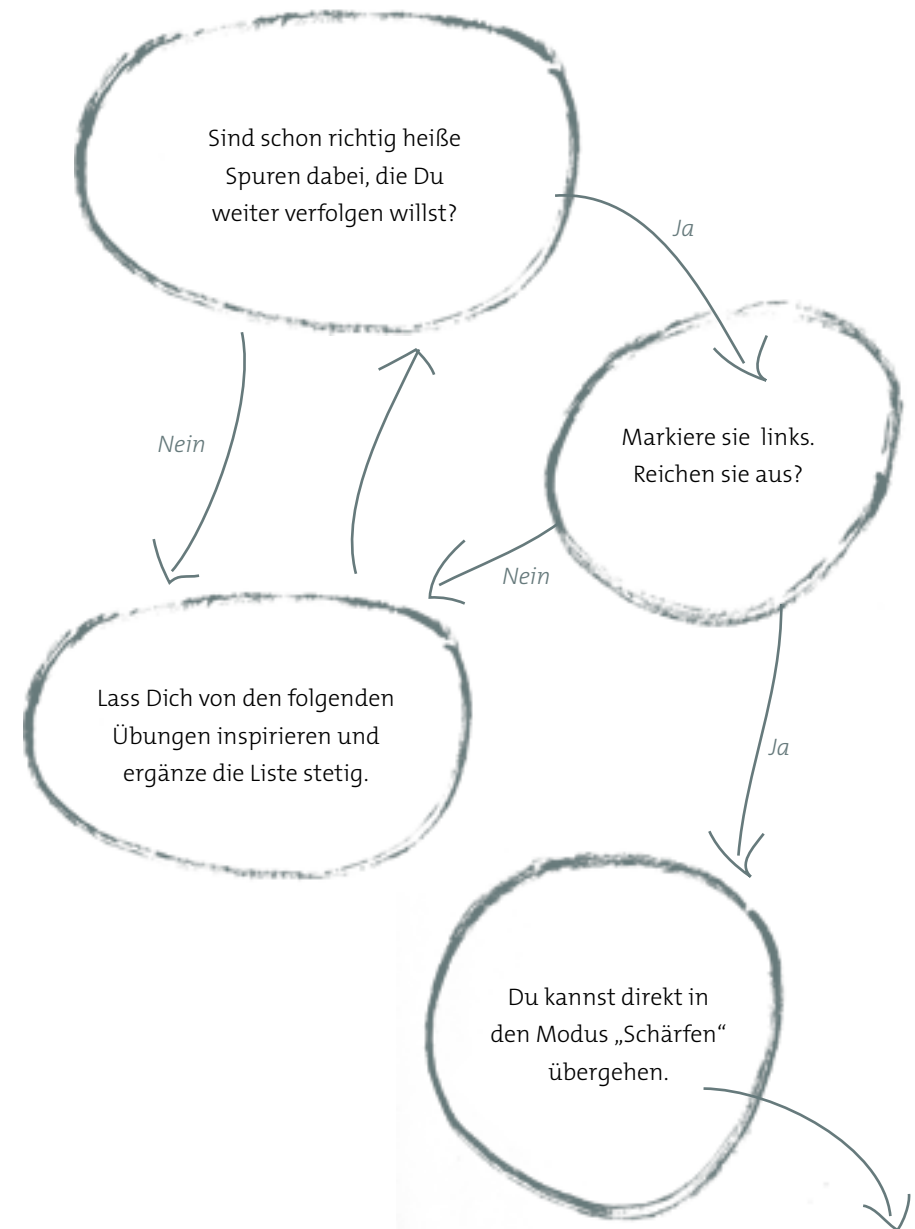
Welche Ideen,
Antworten
und Lösungen
finde ich?



Ideenfundus: Welche Lösungen hab ich schon?

Weiter
verfolgen?

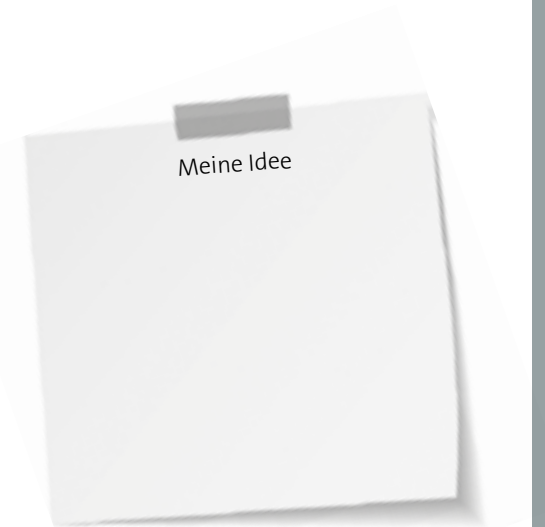
1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐
6. ☐
7. ☐
8. ☐



Brainstorming: Welche Lösungen fallen mir spontan ein?

Solo-Brainstorming-Regeln:

- 1. Keine Kritik:** Jede Idee ist zunächst (!) willkommen.
- 2. Masse statt Klasse:** Je mehr Ideen, desto besser.
- 3. Kein Copyright:** Weiterspinnen von „fremden“ Ideen ist erwünscht.
- 4. Visualisieren:** Ideen wo möglich veranschaulichen.
- 5. Zeitrahmen:** Kurzer Sprint, dann Ideen bewerten und auswählen – und bei Bedarf das nächste Tool ausprobieren.



Ideenturm: Was fällt mir zu einer guten Idee sonst noch ein?

Auch hier gelten die Brainstorming-Regeln und hilfreich ist eine konstruktive Feedback-Kultur – auch mit Dir selbst.



Zum Beispiel mit dieser Feedback-Struktur:

I like: Was gefällt mir an der Idee?

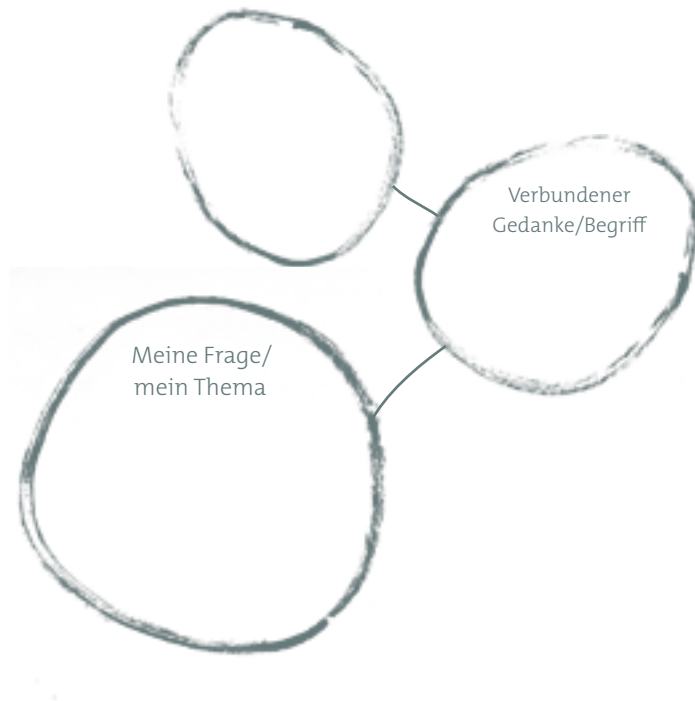
I wish: Was wünschen ich mir noch dazu?

I give: Was kann ich ergänzen/ beisteuern?



Mind-Map: Welche Struktur hat mein Thema?

Der Charme dieser Übung: Indem Du intuitiv Begriffe und Gedanken rund um Dein Thema festhältst und in Beziehung setzt, erarbeitet sich die Struktur Deines „Problems“ fast wie von selbst. Auch hier gilt: Erstmal nicht werten, die Gedanken fließen lassen und dann mit etwas Abstand auf die Struktur schauen, ausarbeiten, erweitern...



Tipp: Visualisiere Deine Gedanken auch mit Bildern, Farben und Symbolen.

Nochmal?! - und diesmal quer(gedacht)



Abschauen: Hat schon jemand eine Lösung gefunden?

Findest Du jemanden, der für die gleiche oder eine ähnliche Situation schon eine Lösung gefunden hat? Vielleicht auch in einem völlig anderen Bereich? Wie genau sieht sie aus?

Markiere: Was kannst Du lernen und übertragen (+) und was nicht (-).

.....
macht es so:
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Rollenspiel: Was würde ... in meiner Situation tun?

Perspektivwechsel: Betrachte die Lage mit den Augen von ...

Ist eine spannende Lösung dabei?

Steve Jobs:
.....
.....

Einer meiner Lieben:
.....
.....

Mein 5jähriges Ich:
.....
.....

Mein stärkster Wettbewerber:
.....
.....

Mein bester / innovativster Kunde:
.....
.....

Eine andere Persönlichkeit meiner Wahl, wie mein Azubi, unsere Bürgermeisterin, Mick Jagger oder Serena Williams:
.....
.....
.....

Assoziationen: Welche Ideen steigen beim Betrachten dieser Bilder auf?

Welches der Bilder spricht Dich spontan an? Notiere: Was fällt Dir dazu ein?
Was könnte das mit Deiner Frage/ Deinem Thema zu tun haben?



Raum für weitere Bilder

Hier kannst Du die Übung mit weiteren Bildern wiederholen. Lass Dich im Alltag inspirieren: beim Blick aus dem Fenster oder in die Lieblings-Zeitschrift, ...

Tipp: Diese Übung kannst Du auch mit Begriffen, sog. Reizwörtern, machen.

Inspirationsfragen: Wie kann ich mein Geschäft mal ganz anders denken?

Lass die Fragen einfach wirken oder mach die, die Dich ansprechen zum Gegenstand eines Brainstormings oder einer Mind-Map oder...

Prozesse: Wie erbringe ich meine Leistung?

Wo „verliere/n“ ich/meine Mitarbeiter die meiste Zeit?

Was könnte einfach „per Knopfdruck“ laufen?

Wo kämpfe ich mit Zettelwirtschaft?

Wenn ich mir ein Cockpit zur Steuerung meines Unternehmens basteln könnte:

Wie sähe es aus?

Was wäre möglich, wenn ich bei meinen Kernprozessen das Ruder komplett aus der Hand geben könnte?

Welche (digitale) Lösung kann mich dabei unterstützen, meine Mitarbeiter zu entwickeln?

Ich darf einen Wunschpartner in mein Geschäft einbeziehen – wer wäre es?

Was bräuchte es, um aus meinem Geschäft ein Franchise zu machen?

Ich darf ein Jahr gratis mit einer neuen Technologie experimentieren – welche wäre es?

Angebote: Was biete ich meinen Kunden?

Welchen (digitalen) Service wünschen sich meine Kunden?

Für welches neuen Features würden meine Kunden bezahlen?

Meine Leistung als Maßanfertigung – (wie) ist das denkbar?

„Das ist genau auf mich eingestellt.“ –

Was müsste passieren, damit meine Kunden das sagen?

Andere Kunden kauften auch – wie mache ich mehr aus meinem Kunden-Knowhow?

Wenn ich heute ein Startup wäre – wie würde mein Angebot aussehen?

Ist in meiner Branche ein Uber, Amazon oder AirBnB denkbar?

Kunden: Wer sind meine Zielkunden?

Wer zahlt die Rechnung für meine Leistung? Wird das künftig so bleiben?

Perfect Match: Wer wählt mich aus? Zu wem passt mein Angebot perfekt?

Wird das künftig so bleiben?

Mit welchen Kundengruppen verdiene ich wieviel Geld? Kann ich auf eine verzichten?

Könnte mein Angebot auch jemand ganz anderem weiterhelfen?

Welches Problem löst mein Angebot für den Kunden?

Kanäle: Wie gestalte ich den Kontakt zu meinen Kunden?

Kein Anschluss unter dieser Nummer:

Über welche Kanäle ist mein Kunde künftig erreichbar?

Könnten mich digitale Wege zu ganz neuen Kunden führen?

Wer oder was könnte sich zwischen mich und meine Kunden stellen?

Meine Vertriebsmitarbeiter wünschen sich Unterstützung bei ... ?

Wie könnte ein Online-Konfigurator für meine Leistungen aussehen?

Warum vergisst mein Kunde mich nicht?

Was tue ich, damit meine Kunden nicht zur Konkurrenz wechseln?

Erlösmodell: Wie verdiene ich mein Geld?

Was würde passieren, wenn meine Kunden genau das bezahlen, was ihnen die Leistung wert ist?

Marge vs. Auslastung – wie finde ich meinen Preis?

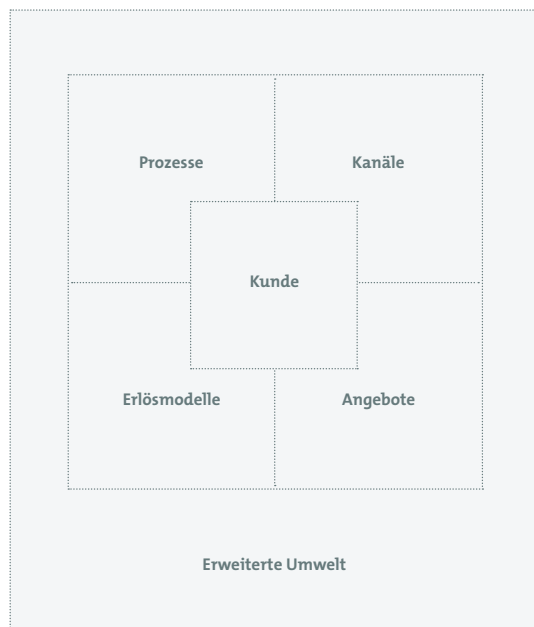
Wie sähe ein Flatrate-Angebot in meinem Geschäftsfeld aus?

Was würde passieren, wenn meine Kunden nur noch zahlen, was sie auch wirklich (ver)brauchen?

Tipp: Reale Beispiele dafür, wie andere mittelständische Unternehmen diese Fragen beantwortet haben, findest Du auf www.erfolgreich-digitalisieren.de.

Geschäftsmodell-Cockpit: Wie kann ich mein Geschäft mal ganz anders denken?

Notiere: Welche Ideen zu diesen wesentlichen Aspekten Deines Geschäfts hast Du?
Wie hängen sie zusammen? Markiere die Ideen, die Du weiter verfolgen willst.



Tipp: Das Geschäftsmodell-Cockpit wird ausführlich im Modus Orientieren erklärt.

Prozesse

Kanäle

Kunde

Erlösmodelle

Angebote

Erweiterte Umwelt

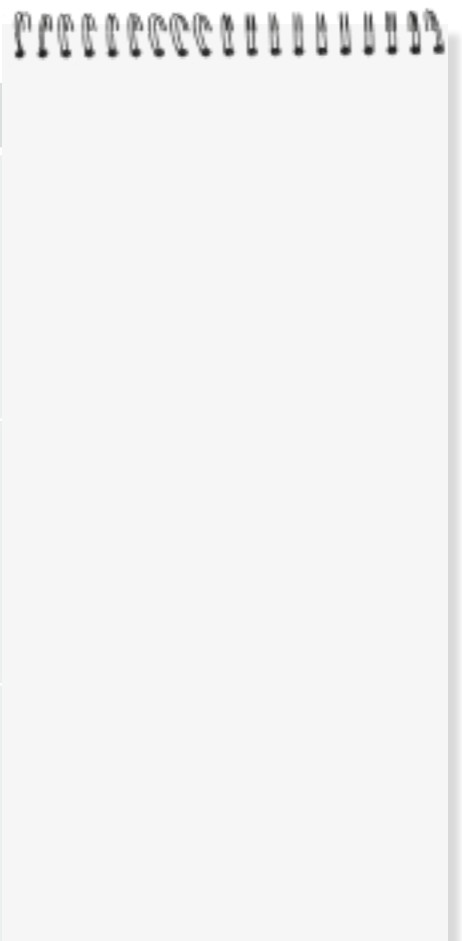
Effectuation: Was kann ich mit dem anstellen, was schon da ist?

Stell Dir vor, es geht darum, ein nahrhaftes Gericht zuzubereiten – und zwar nicht nach Rezept und gezieltem Einkauf, sondern improvisiert aus den Zutaten, die Du gerade im Haus hast. Schau zunächst links, aus welchen Ressourcen Du schöpfen kannst und dann überlege rechts: Welche „köstlichen“ Ideen fallen Dir dazu ein?

| Das habe ich: | Das könnte ich damit anstellen: |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Wer bin ich? (Eigenschaften, Werte, Kultur, Einstellungen, Motive, Stärken, ...) | |
| Was weiß und kann ich? (Ausbildungen, Fähigkeiten, Fertigkeiten, Wissen, Erfahrungen, ...) | |
| Wen kenne ich? (Geschäftspartner, Bekannte, Freunde, ...) | |

Einkaufszettel zum Verfeinern Deiner „Gerichte“

Welche Ressourcen würdest Du gern ergänzen, um die Ideen und Lösungsansätze auszubauen? Wie und wo kannst Du sie bekommen?



Magisches Dreieck: Was möchtest Du warum für wen anbieten?

A hexagonal template divided into three sections by dotted lines. The top-left section is labeled 'Welche Kunden?' and contains three horizontal dotted lines. The top-right section is labeled 'Welche Lösung?' and contains three horizontal dotted lines. The bottom section is labeled 'Welches Kundenproblem?' and contains three horizontal dotted lines.

Tipp: Das magische Dreieck kannst Du auch gut zum Schärfen einer Idee einsetzen (Modus 3).

Wähle einen Ausgangspunkt in dem Dreieck und notiere frei Deine Gedanken dazu, zum Beispiel den Status Quo oder einen Wunsch. Gehe dann in gleicher Weise bei den folgenden Punkten vor. Drehe so mindestens zwei Runden und schau, ob ein neuer Aspekt oder eine ganz neue Lösung auftaucht: vom Hölzchen aufs Stöckchen sozusagen.

A hexagonal template divided into three sections by dotted lines. The top-left section is labeled 'Welche Kunden?' and contains three horizontal dotted lines. The top-right section is labeled 'Welche Lösung?' and contains three horizontal dotted lines. The bottom section is labeled 'Welches Kundenproblem?' and contains three horizontal dotted lines.



Tools zum Schärfen

Mit welchen Ideen
will ich weiter
gehen?

Ideensteckbrief: Was macht meine Idee aus?

Hier erarbeitest Du Dir einen Überblick über die wesentlichen Aspekte Deiner Idee.
Hast Du mehrere, kannst Du sie damit auch gut vergleichen.
Voraussetzung: Ein Steckbrief pro Idee.

Ideenbeschreibung: Worum geht es? (nur kurz, Details siehe rechts)

Erfolgspotenzial: Wie schätze ich den Nutzen und die Chancen ein?

Machbarkeit: Wie schätze ich die Risiken und den Aufwand ein?

Nächste Schritte: Was muss ich jetzt tun, um die Idee anzustoßen?

*Tipp: Wenn es Dir zunächst schwerfällt die Felder auszufüllen,
kannst Du die folgenden Tools zur Vertiefung nutzen.*

Geschäftsmodell-Cockpit zu meiner Idee

Notiere: Was bedeutet die Idee für die wesentlichen Aspekte Deines Geschäfts?

Prozesse

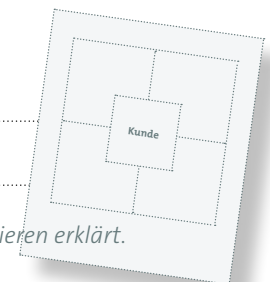
Kanäle

Kunde

Erlösmodelle

Angebote

Erweiterte Umwelt

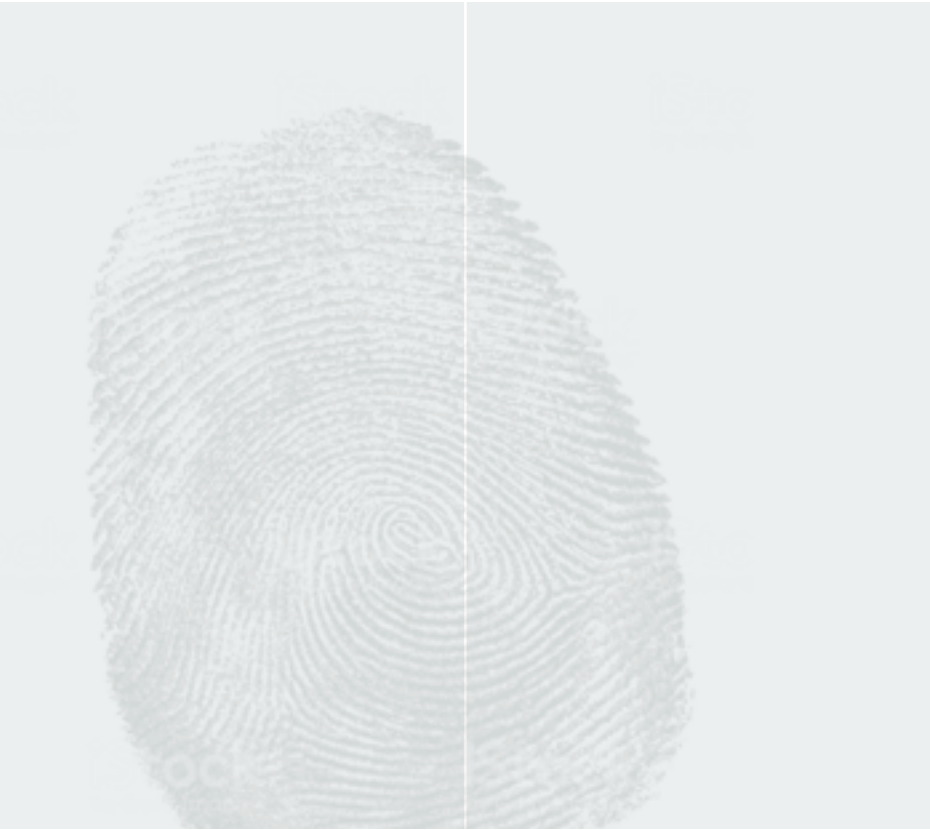


Tipp: Das Geschäftsmodell-Cockpit wird ausführlich im Modus Orientieren erklärt.

Fingerabdruck: Was macht meine Idee besonders?

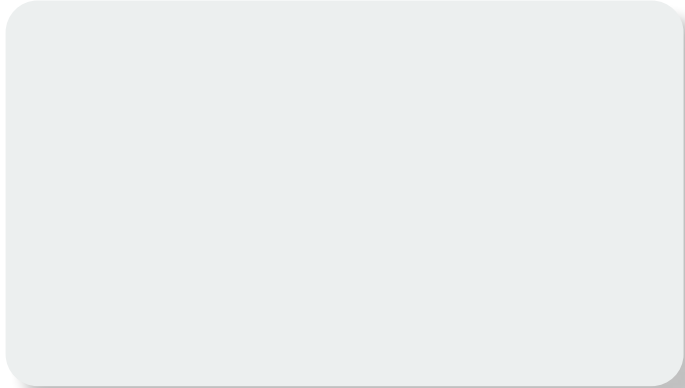
Erstelle eine Übersicht: Wie hebt sich Deine Idee von anderen Ideen oder vergleichbaren Lösungen ab – besonders aus der Sicht Deiner Kunden?

Auch interessant: Was haben Andere, was Du nicht hast?

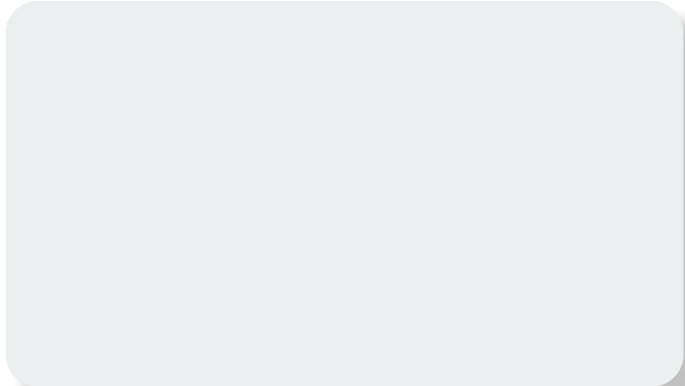
| Meine Idee | versus | Andere |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
|  | | |

Visitenkarte für meine Idee

Wie sähe eine Visitenkarte für Deine Idee aus?
Hier kannst Du Deiner Fantasie freien Lauf lassen.



Vorderseite



Rückseite

Rollenspiel II: Was sagt ... zu meiner Idee?

Wir sind viele – und das ist gut so. Walt Disney hat regelmäßig zu wichtigen Themen unterschiedliche Persönlichkeitsanteile von sich selbst befragt. Also, versuche Dich in die jeweilige Lage zu versetzen und beantworte die Frage: Was sagt ... in Dir zu der Idee?
Und schau, ob neue Aspekte auftauchen.

der/die Träumer*in:

der/die Realist*in:

der/die Kritiker*in:

Platz für Runde 2

Was braucht es, damit alle zustimmen können?
Um das herauszufinden, braucht es oft mehrere Durchläufe.

der/die Träumer*in:

der/die Realist*in:

der/die Kritiker*in:

Osborn-Checkliste:

Kann ich meine Idee noch anpassen?

Diese Checkliste wurde so ähnlich schon 1957 von Alex F. Osborn als „Anleitung zu angewandtem Einfallsreichtum“ veröffentlicht und was lange währt...
Bitte beantworte die folgenden Fragen.

☐ **Anders verwenden:** Kann ich meine Idee noch (wo)anders einsetzen?

☐ **Anpassen:** Was ähnelt meiner Idee? Was kann ich davon übernehmen?

☐ **Ändern:** Welche Aspekte meiner Idee kann/will ich noch verändern?

☐ **Vergrößern/Verkleinern:** Kann ich die Idee größer/kleiner denken?

☐ **Umstellen:** Kann ich Elemente meiner Idee umstellen, tauschen oder ihre Logik ändern?

☐ **Ersetzen/Streichen:** Was an meiner Idee kann ich ersetzen/weglassen?

☐ **Umkehren:** Wie sieht das Gegenteil oder Spiegelbild meiner Idee aus?

☐ **Kombinieren:** Kann ich die Idee mit anderen kombinieren?

Pro & Contra:

Was spricht für und gegen meine Idee?

Der Klassiker. Widme jedem Feld der Liste ausreichend Zeit:
Manch spannender Punkt lässt etwas auf sich warten.

| Pro (+) | Contra (-) |
|--------------------------------------|------------|
| | |
| Es wäre interessant zu wissen, ob... | |

| | | |
|------------|--|--------------------------------------|
| Contra (-) | | |
| Pro (+) | | Es wäre interessant zu wissen, ob... |

Advocatus Diaboli: Woran könnte meine Idee scheitern?

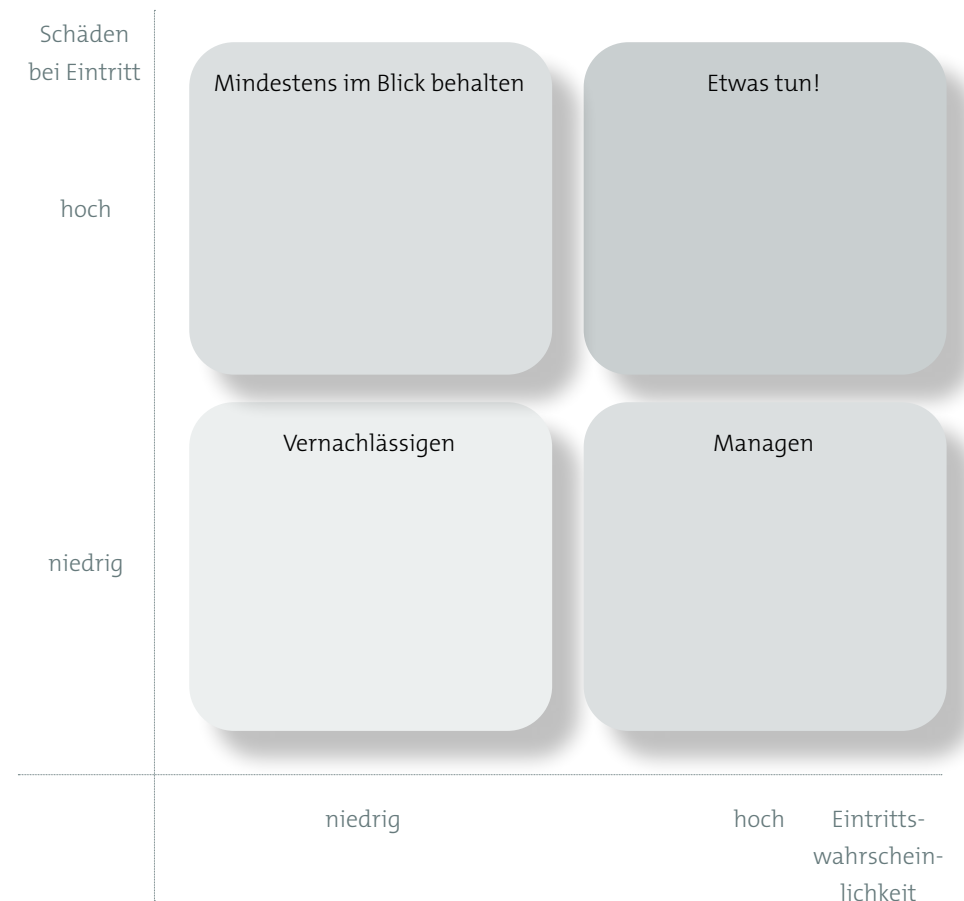
Schreibe alle Deine Sorgen, Zweifel, Ängste, Risiken, negative Gedanken und Szenarios in Bezug auf Deine Idee in die linke Spalte. Halte anschließend daneben fest, was Du dagegen tun kannst.

| Risiken | Gegenmaßnahmen |
|---------|----------------|
| | |

Tipp: Wenn Dir keine oder nur wenig Risiken einfallen, versuch mal dieses Gedankenspiel: Wie sähe die „Todesanzeige“ für Deine Idee aus?

Wo ist Risikomanagement besonders wichtig?

Ordne die mit Deiner Idee verbundenen Risiken hier ein. Im Bereich oben rechts ist besonders viel Vorsicht geboten.



Empathy Map: Wie geht es meinen Kunden mit meiner Idee?

Wer sind die Kunden/ Nutzer/ Abnehmer Deiner Idee und was bewegt sie?
Mit einer „Empathy Map“ fühlst Du ihnen gedanklich auf den Zahn. Versetze Dich in die Lage einer Person, die für Deine wichtigste Kundengruppe steht: Was passiert in dem Moment, wo sie mit Deiner Idee in Kontakt kommt? Fülle die folgenden Felder aus.
Kommen neue Aspekte auf? Was bedeutet das für Deine Idee?

The diagram consists of a central circle with the text "Name:" inside. Four dotted lines extend from the circle to four surrounding text boxes. Below the circle is a large light gray rectangular box.

Was **sieht und hört** mein Kunde?

Welche **Sorgen und Wünsche** hat mein Kunde?

Name:

Was **sagt und tut** mein Kunde?

Was **denkt und fühlt** mein Kunde?

Das bedeutet für meine Idee:

Tipp: Falls Du diese Fragen zu Deinen Kunden gar nicht beantworten kannst, frag sie.

Nochmal für eine weitere Kundengruppe?!

The diagram is identical to the one on slide 166, featuring a central circle with "Name:", four surrounding text boxes, and a bottom gray box.

Was **sieht und hört** mein Kunde?

Welche **Sorgen und Wünsche** hat mein Kunde?

Name:

Was **sagt und tut** mein Kunde?

Was **denkt und fühlt** mein Kunde?

Das bedeutet für meine Idee:

Customer Journey: Wie kommt meine Idee zum Kunden?

| Schritte, die Kunden mit meiner Idee gehen Recherche, Anbietervergleich, Bestellung, ... | Kontaktstellen mit mir/ meiner Idee Suchmaschine, Online-Shop, Hotline, ... |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Schritt | |
| 2. Schritt | |
| 3. Schritt | |
| 4. Schritt | |
| 5. Schritt | |

Überlege Dir möglichst detailliert die Schritte auf dem Weg, den Dein Kunde mit Dir und Deiner Idee gehen soll. Wie kommt ihr bei den einzelnen Schritten in Kontakt?

Was braucht Dein Kunde? Wo könnte es Hemmnisse geben?

Ist Deine Idee schon gut oder gibt es bessere Lösungen?

| Bedürfnisse/ Hindernisse im Kontakt schnelle Preisinformation, Lieferung, ... | Bewertung und Lösungsideen |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Prozessanalyse: Wie sind meine Prozesse von meiner Idee betroffen?

| Welche Prozesse sind von meiner Idee betroffen? | Welche Auswirkungen sind absehbar? |
|-------------------------------------------------|------------------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Ein wichtiger Schritt für die Einschätzung der Machbarkeit und spätere Umsetzung
Deiner Idee: Wo und wie wirkt sie sich in Deinem Unternehmen aus?
Bitte beantworte die folgenden Fragen.

| Was schließe ich daraus? |
|--------------------------|
| |
| |
| |
| |
| |

Attraktivitäts-Cockpit: Welche Vorteile bietet meine Idee meinen Kunden?

Was könnte Deine Kunden dazu bewegen, gerade zu Deinem Angebot bzw. Deiner Idee zu greifen? Hier und besonders rechts kommst Du der Antwort auf die Spur.
Versetz Dich in die Lage Deiner Kunden und beantworte die Fragen.

Welche Kriterien sind meinen Kunden in Bezug auf mein Angebot wichtig (kaufentscheidende Faktoren)?

Welche Priorität haben sie?

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

1 2 3

Tipp: Das Tool „Empathy Map“ zur genaueren Kundenanalyse kann eine gute Vorbereitung auf diese Übung sein.

Attraktivitäts-Cockpit für mein Angebot

Wie stehst Du bei der Erfüllung der kaufentscheidenden Faktoren im Vergleich zu wichtigen Wettbewerbern da? Bist Du besser, gleich gut oder schlechter aufgestellt? Versetze Dich in die Lage Deiner Kunden und verorte die Kriterien nacheinander in der Übersicht unten. Dann hast Du einen Überblick, wo Du (noch) besser werden kannst – und wo es vielleicht gar nicht nötig ist.



Erlösmodell: Wie kann ich mit meiner Idee Geld verdienen?

Beantworte zwei wichtige Ausgangsfragen:

Welche Erlöse brauche ich wann, damit ich die Idee umsetzen kann?

Wie schätze ich die Zahlungsbereitschaft meiner Kunden ein?

Hier findest Du gängige Erlösquellen: Sind sie für Deine Idee denkbar?

Wenn ja, wie? Welche willst Du weiter verfolgen?

☐ **Der Klassiker:** Verkauf von Wirtschaftsgütern

☐ **Wie im Hotel oder beim Logistikdienstleister:** Nutzungsgebühr für eine Dienstleistung

☐ **Wie im Fitnessstudio oder beim XING-Premium-Account:** Mitgliedsgebühren

☐ **Wie bei der Autovermietung oder beim Maschinenverleih:**

Verleih/Vermietung/Leasing eines Wirtschaftsguts für eine bestimmte Zeit

☐ **Wie bei Software oder Beratungsmodellen:**

Lizenzgebühr für die Nutzung eines geschützten geistigen Eigentums

☐ **Wie beim Makler oder Kreditkartenanbieter:** Maklergebühren für

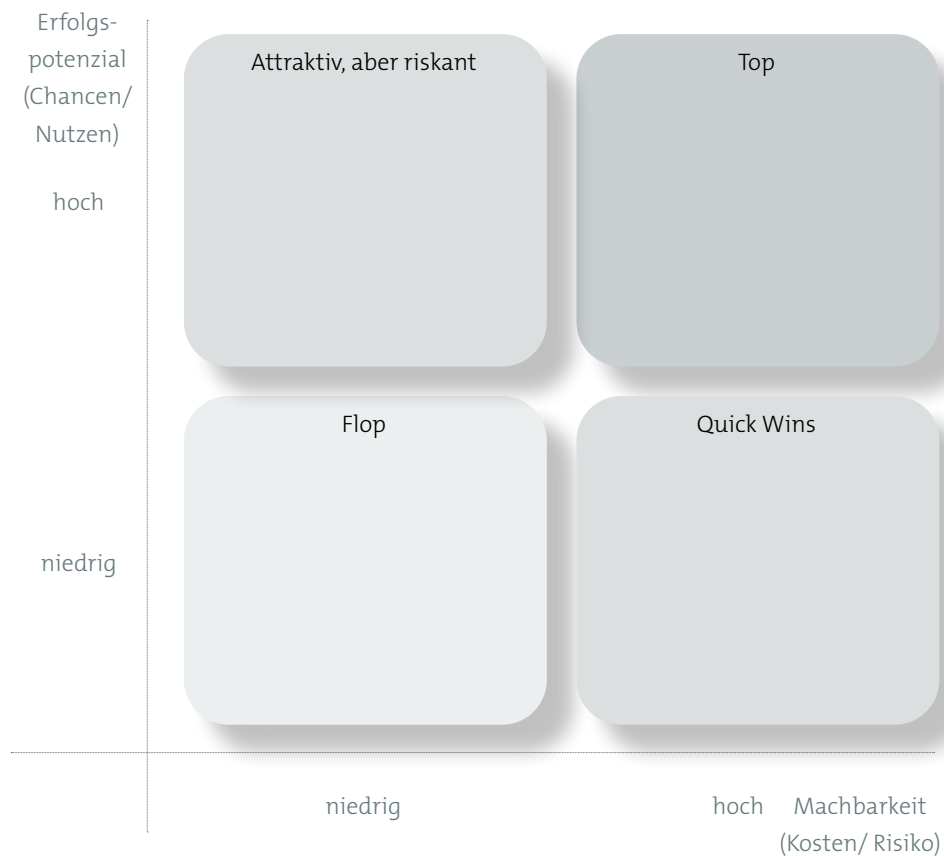
Vermittlungsdienstleistungen, die mindestens zwei Parteien nutzen

☐ **Wie auf Suchmaschinen oder Events:** Gebühren für die Werbung für

Angebote der Werbekunden beim eigentlichen Endkunden

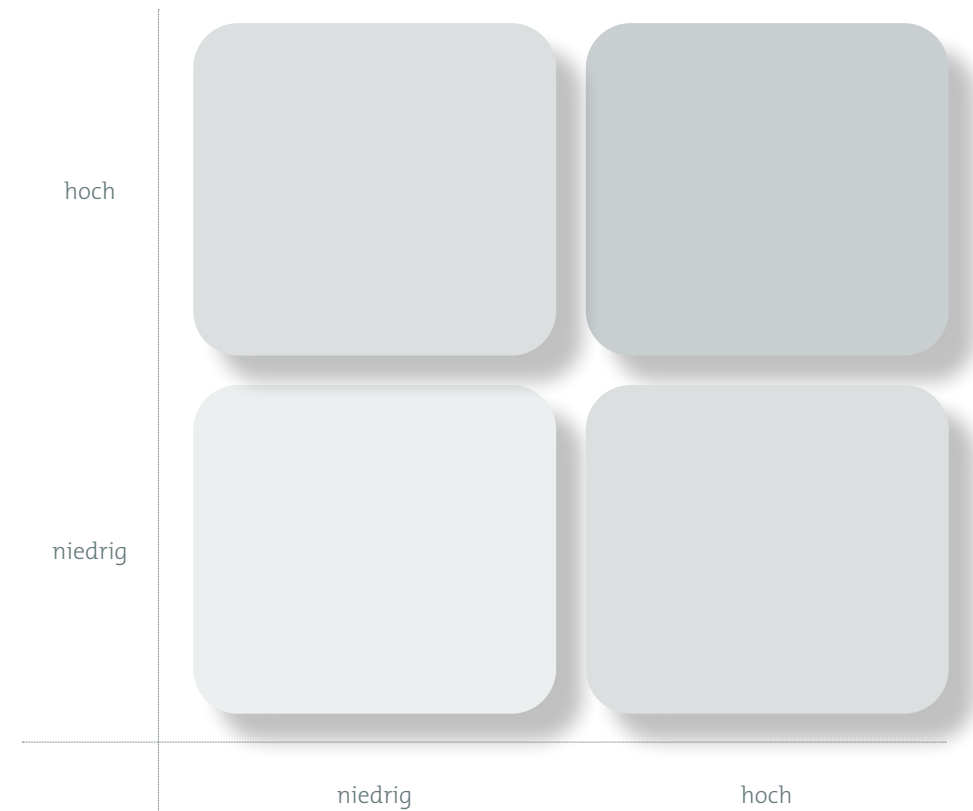
Ideenauswahl: Welche will ich weiter verfolgen?

Ordne Deine Ideen anhand der Skala ein. So bekommst Du einen besseren Überblick darüber, wie Du sie bewertest und kannst dann auch leichter entscheiden.

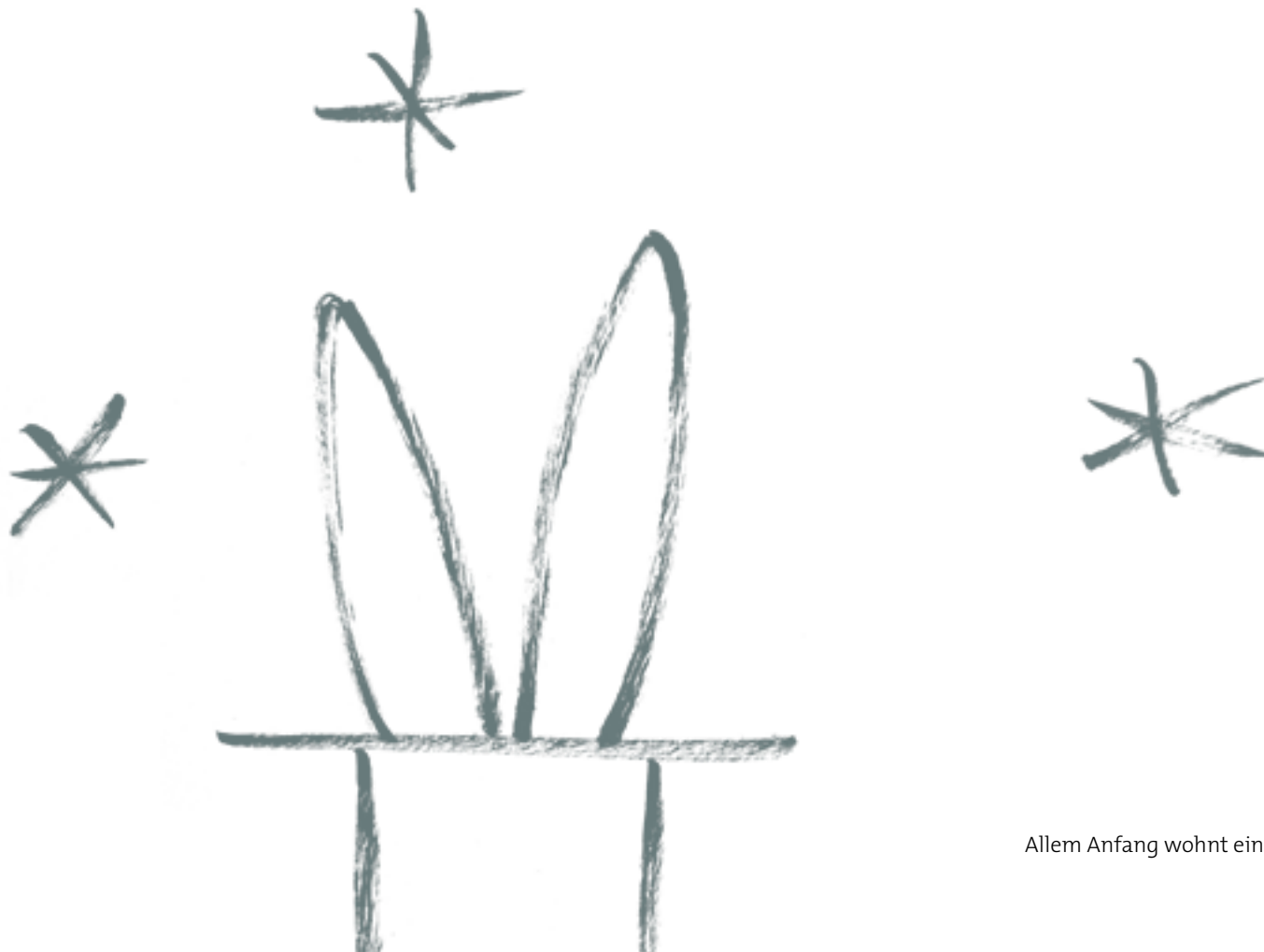


Nochmal – vielleicht auch mit anderen Kriterien?!

Wir haben links die gängigsten Bewertungskriterien herangezogen. Sind Dir mehr oder andere wichtig? Dann kannst Du Dir auf dieser Seite eine ähnliche Übersicht mit Deinen ganz eigenen Kriterien erstellen.



And the winner is:
Welche Idee(n) will ich umsetzen?

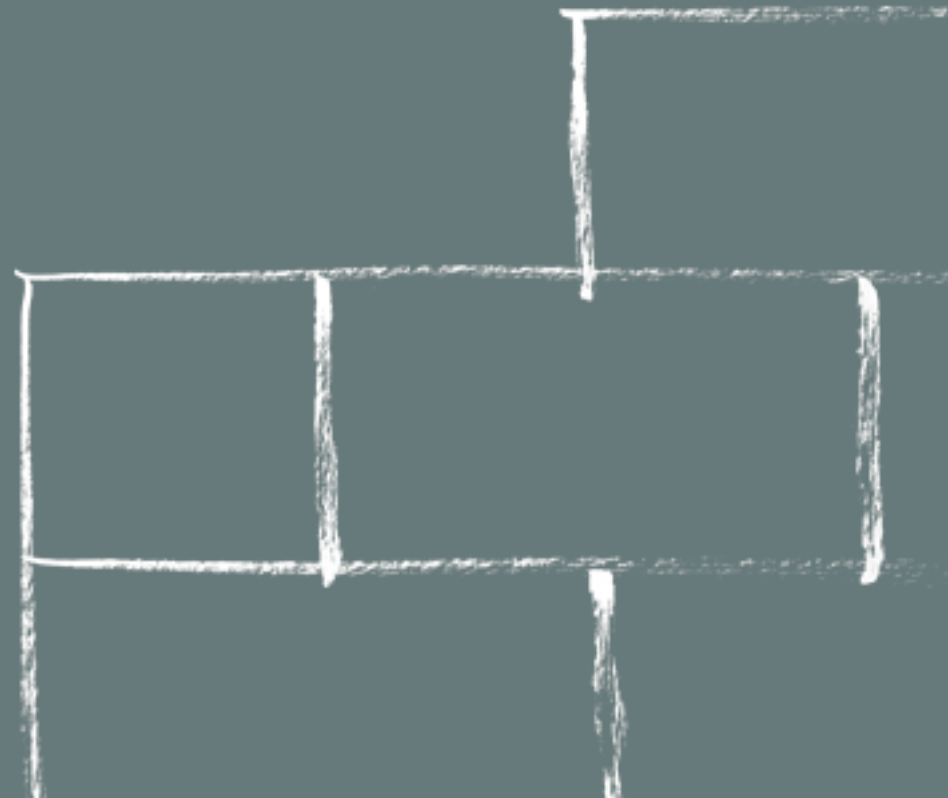


Allem Anfang wohnt ein Zauber inne ... genieße diesen Moment :-)



Tools zum Tun

Wie kann ich
meine Idee
umsetzen?



Testen: Wie und wo kann ich meine Idee ausprobieren?

Wenn Du Loslegen und Dich rauswagen möchtest mit Deiner Idee, um sie zu testen und Erfahrungen zu sammeln, kannst Du diese Felder ausfüllen und so Deine Testphase planen.

Meine Fragestellung für den Test:

| Wo und Wann kann ich meine Idee ausprobieren? | Was brauche ich dazu? | Wie kann es gehen? |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Gelegenheiten, Termine, Situationen, Orte, ... | Personen, Equipment, Zustimmungen, Entwürfe, Modelle, ... | Notwendige Schritte, Ablauf, Aufgaben |
| | | |

| Wo und Wann kann ich meine Idee ausprobieren? | Was brauche ich dazu? | Wie kann es gehen? |
|-----------------------------------------------|-----------------------|--------------------|
| | | |

Tipp: Viele etablierte Ansätze wie Design Thinking sehen eine sehr frühe Einbindung der Kunden bzw. Nutzer vor und verfeinern die Idee(n) mit jedem Test weiter. Diese Übung eignet sich also auch gut zum Schärfen Deiner Idee (Modus 3).

Aufgabenliste: Was ist zu tun?

Deine Idee ist toll? Du willst jetzt loslegen?

Hier kannst Du alle anstehenden Aufgaben in eine erste Ordnung bringen.

Schreibe zunächst einmal auf, was Dir gerade so einfällt. Rechts kannst

Du dann Deine Aufgabenliste noch einmal „ins Reine“ schreiben.

| Welche Aufgaben sind zu erledigen? | Bis wann? | Wer kann helfen? | Welche Priorität? |
|------------------------------------|-----------|------------------|-------------------|
| | | | |

Meine sortierte Aufgabenliste

Ob chronologisch, nach Prioritäten oder ganz anders.

Hier kannst Du Deine Liste in einer für Dich passenden Form
noch einmal sortieren.

| Welche Aufgaben sind zu erledigen? | Bis wann? | Wer kann helfen? | Welche Priorität? |
|------------------------------------|-----------|------------------|-------------------|
| | | | |

Tipp: Der Psychologe George A. Miller konstatierte 1956, dass Menschen gleichzeitig nur 7 ± 2 Informationseinheiten im Kurzzeitgedächtnis präsent halten können. Demnach ist das auch eine angemessene Menge von Projekten und Aufgaben, um sie laufend im Blick behalten zu können. Was sagt Deine Terminplanung dazu?

Realitäts-Check: Wie kann ich mit Hürden und Bedenken umgehen?

Nimm sie ernst! Wenn man (auch aus guten Gründen) etwas Neues wagt, heißt das immer auch, dass es einen Abschied von etwas Altem gibt (für das es auch gute Gründe gab). Wenn Du diesen Abschied auslässt oder das „Alte“ einfach so „über den Haufen“ wirfst, kommt es meist durch die Hintertür in Form von Hürden, Blockaden oder Konflikten wieder herein. Das muss Dich nicht entmutigen. Vielleicht sind sie ein wichtiger Wegweiser, dass es noch etwas braucht?! Reflektiere noch einmal die folgenden Fragen.

Was bedeutet das für Deine Idee(n)?

Pro (+) Was spricht für und gegen die Veränderung? Contra (-)

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

Pro (+) Was spricht für und gegen das Beibehalten? Contra (-)

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

Reflexion meines Abschieds

Kannst Du die folgenden Fragen beantworten? Wie geht es Dir damit?
Nimm Dich ernst – und entscheide dann bewusst für oder gegen Deine Idee(n)
und die mit ihnen verbundenen Konsequenzen.

Was möchte ich bewahren?

| |
|--|
| |
| |
| |
| |

Worauf freue ich mich?

| |
|--|
| |
| |
| |
| |

Was will ich noch klären?

| |
|--|
| |
| |
| |
| |

Wovon verabschiede ich mich?

| |
|--|
| |
| |
| |
| |

Das bedeutet für meine Idee(n):

| |
|--|
| |
|--|

Rückenwind: Wie kann mich das RKW weiter unterstützen?

Menschen. Unternehmen. Zukunft!

Wir arbeiten gern mit Dir weiter an Deiner Geschäftsidee und ihrer Umsetzung.

Wende Dich einfach an Deinen Ansprechpartner im RKW vor Ort.

Hier findest Du ein offenes Ohr für Deine spezifische Situation, Beratung,

Workshops, Weiterbildungsangebote, Informationen zu interessanten

Förderprogrammen und vieles mehr.

RKW Baden-Württemberg

info@rkw-bw.de

www.rkw-bw.de

RKW Bremen

info@rkw-bremen.de

www.rkw-bremen.de

RKW Nordrhein-Westfalen

info@rkw-nrw.net

www.rkw.de

RKW Sachsen-Anhalt

info@rkw-sachsenanhalt.de

www.rkw-sachsenanhalt.de

RKW Bayern

info@rkwbayern.de

www.rkwbayern.de

RKW Hessen

eschborn@rkw-hessen.de

www.rkw-hessen.de

RKW Rheinland-Pfalz

info@rkw-rlp.de

www.rkw-rlp.de

RKW Thüringen

info@rkw-thueringen.de

www.rkw-thueringen.de

Berlin & Brandenburg

(RKW Projekt GmbH)

projekt@rkw.de

www.rkw.de

RKW Nord

info@rkw-nord.de

www.rkw-nord.de

RKW Sachsen

info@rkw-sachsen.de

www.rkw-sachsen.de

saarland.innovation&

standort e. V. (saaris)

info@saaris.de

www.saaris.de

Weitere Angebote vom RKW

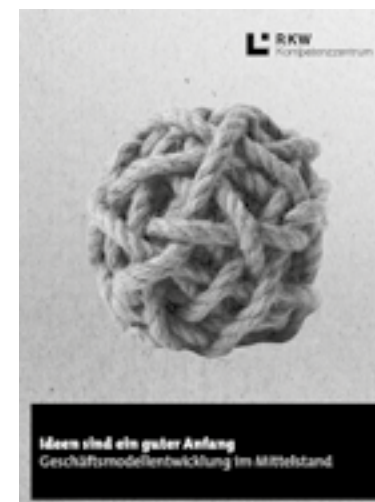
Dieses Tagebuch erscheint in unserer Reihe „Chefsachen“. Mit ihr richten wir uns an alle, die kleine und mittlere Unternehmen führen und entwickeln (wollen) – also auch an Dich! Dabei gehen wir beispielsweise Fragen der Strategie- und Geschäftsmodellentwicklung, Innovation, Digitalisierung, Führung und strategischen Personalarbeit nach.

„Chefsachen“ sind allerdings mehr: sie beschreiben auch ein gewachsenes

Netzwerk, das sich im Rahmen von regelmäßigen Treffen, Workshops und

Publikationen austauscht und entwickelt. Möchtest Du dabei sein?

Dann melde Dich an unter www.chefsachen.de!



Ebenfalls in dieser Reihe erschienen ist unser Buch **„Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand“**. Es schließt unmittelbar an dieses Tagebuch an und zeigt, wie Du Deine Idee(n) auch in Dein Unternehmen einspeisen und in die Umsetzung bringen kannst.

Mehr dazu erfährst Du hier:

www.geschäftsmodellentwicklung.de

Referenzen und Lesetipps für Interessierte

Carroll, Ryder (2019): Die Bullet-Journal-Methode: Verstehe deine Vergangenheit, ordne deine Gegenwart, gestalte deine Zukunft

Dark Horse Innovation (2016): Digital Innovation Playbook: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager

De Bono, Edward (2009): De Bonos neue Denkschule: Kreativer Denken, effektiver arbeiten, mehr erreichen

Eidenschink, Klaus/ Großheim, Kathrin (2017): https://www.perso-net.de/rkw/Teamentwicklung_und_Teamcoaching

Erbeldinger, Juergen/ Ramge, Thomas (2013): Durch die Decke denken: Design Thinking in der Praxis

Gassmann, Oliver/ Frankenberger, Karolin/ Csik, Michaela (2013): Geschäftsmodell entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator

Gatterer, Harry (2018): Future Room: Entdecken Sie die Zukunft Ihres Unternehmens

Große-Oetringhaus, Wigand F. (1996): Strategische Identität: Orientierung im Wandel: Ganzheitliche Transformation zu Spitzenleistungen

Großheim, Patrick/ Sonntag, Alexander (2019): Ideen sind ein guter Anfang – Geschäftsmodellentwicklung im Mittelstand

Hechler, Matthias (2019): DRANBLEIBEN Erfolgsjournal: der Wegbegleiter für deine Ziele

Lenarz, Jan/ Glimbovski, Milena (2019): Ein guter Plan Pro Zeitlos

Menzel, Janett (2017): Ein Zuhause für meine Ideen: Das (völlig normale) Ideentagebuch für Entrepreneure, Vielbegabte, Kreative, Autoren, Genies, Querdenker, Freiberufler, Bald-Kündiger, Blogger und dich

Nackowitsch, Michael (2017): Ideen-Tagebuch

Nagel, Reinhard/ Wimmer, Rudolf (2014): Systemische Strategieentwicklung: Modelle und Instrumente für Berater und Entscheider

Osterwalder, Alexander/ Pigneur, Yves (2011): Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer

Stöger, Roman (2011): Innovationsmanagement für die Praxis: Neues zum Markterfolg führen

Stöger, Roman (2017): Strategieentwicklung für die Praxis: Navigieren, verändern und umsetzen

Spent, Dominik (2018): Das 6-Minuten-Tagebuch: Ein Buch, das dein Leben verändert

Menschen. Unternehmen. Zukunft.

Das RKW Kompetenzzentrum ist ein gemeinnütziger und neutraler Impuls- und Ratgeber für den deutschen Mittelstand. Unser Angebot richtet sich an Menschen, die ihr etabliertes Unternehmen weiterentwickeln ebenso wie an jene, die mit eigenen Ideen und Tatkraft ein neues Unternehmen aufbauen wollen.

www.rkw-kompetenzzentrum.de

Impressum

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der Deutschen Wirtschaft e. V.
RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40 A, 65760 Eschborn

www.rkw-kompetenzzentrum.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

| | |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Autoren: | Kathrin Großheim, Ute Juschkus |
| Gestaltung: | Katja Hoffmann |
| Illustration: | Daniel Jennewein |
| Bildnachweis: | Istock: urfinguss, Mathisa_s, mofles, Nerthuz, keeweeboy, Pliene; 123RF: pannawat muangmoon |
| Druck: | Schleunungsdruck GmbH |

November 2019

Zur besseren Lesbarkeit wird in der gesamten Publikation das generische Maskulinum verwendet. Das heißt, die Angaben beziehen sich auf alle Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

