Anleitung Ideation Booklet

Dieses Booklet gibt dir wertvolle Tipps, Tools und weiterführende Links, um deine Idee erfolgreich umzusetzen.

Das Ausfüllen des Booklets ist ein iterativer Prozess. Scheue dich nicht, einen Schritt zurückzugehen, bereits Erarbeitetes zu überdenken und zu verbessern. Der Weg zu einer erfolgreichen Geschäftsidee ist selten geradlinig und erfordert oft mehrfache Anpassungen und Überprüfungen.

Ablauf beim Ausfüllen des Ideation Booklet

1. Ideen finden
2. Mini Lean Canvas
3. Wer bist du?
4. Wer ist dein Team?
5. Smart-up Lean Canvas (auf der Rückseite)

Weiterführende Online-Unterlagen
Klicke dich online durch den Gründungsprozess

Auf unserer Online-Plattform «smart-up-map» findest du eine Übersicht der vier Gründungsphasen und damit verbunden diverse Informationen und Tools, welche dich beim Start-up Prozess unterstützen sollen.

Zudem haben wir verschiedene weiterführende Unterlagen zum Ideation Booklet verlinkt mit detaillierten Informationen zu den einzelnen Tools und Inhalten. Diese sind jeweils mittels QR-Code an den entsprechenden Stellen verlinkt.

Viel Erfolg!
Das Smart-up Ideation Booklet ist ein lebendiges Dokument. Es wächst und verändert sich mit deinen Ideen und deinem Fortschritt. Nutze es als Werkzeug, um deine Gedanken zu strukturieren, deine Ideen zu validieren und deine Vision zu verwirklichen. Wir freuen uns, dich auf deinem Weg zur erfolgreichen Gründung zu unterstützen.
Du kannst eine gedruckte Version des Ideation Booklet über Smart-up beziehen: smart-up@hslu.ch.

Weitere Infos:
smart-up-map.ch/ideation-booklet

Unsere Praxispartner:

genisuisse · innovations coaching · Wirtschaftsförderung Luzern Business · Schlössli · Smart-up Ideen erfolgreich umsetzen hub.hslu.ch/smart-up · start — up pilatus · Switzerland Innovation Park Central Site of Park Zurich · Technopark® Luzern · Tftüüfelpark · Young Enterprise Switzerland Member of JA Worldwide · zünder · Youngpreneurs

HSLU Hochschule Luzern

Smart-up

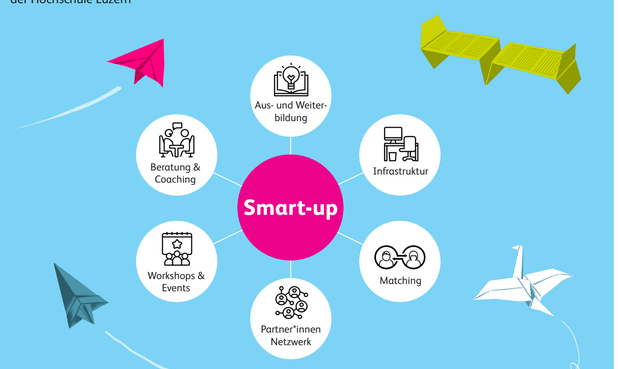
Ideation Booklet
In 4 h zur eigenen Firma

Deutsche Version

FH Zentralschweiz

Gemeinsam Innovationen zum Fliegen bringen

Smart-up: Das Förderprogramm für Innovationen, Unternehmertum und Selbständigkeit an der Hochschule Luzern



Smart-up

Wir unterstützen dich mit individueller Beratung und Coaching zu deinem Projekt oder Unternehmen. Hole dir Tipps und Infos auf dem Weg zur Selbständigkeit oder für die Umsetzung deines Innovationsprojekts.

Profitiere von unserem Know-how und Netzwerk und lass dich von Expertinnen und Experten aus den Bereichen Wirtschaft, Technik & Architektur, Design Film Kunst, Musik, Informatik und Soziale Arbeit kostenlos beraten – zu allen möglichen Fachbereichen wie Geschäftsmodell & Innovationscheck, Recht, Budget, Finanzierung, technische Beratung, Marketing, Verkauf und Vertrieb oder weiteren Fachgebieten.

Gemeinsam bringen wir Innovationen zum Fliegen! Wir leben in einer Community von Macher*innen und fördern Innovation, Unternehmertum und Selbständigkeit an der Hochschule Luzern.

Smart-up Ideen erfolgreich umsetzen hslu.ch/smart-up

Bist du an Unternehmertum interessiert?

Hast du eine Geschäftsidee im Kopf?

Arbeitest du an einem eigenen Innovationsprojekt?

Melde dich jetzt bei uns!

- smart-up@hslu.ch
- hslu.ch/smart-up
- smart-up-map.ch
- hub.hslu.ch/smart-up
- @smartupluzern
- @hslu_smart-up
- /company/hslu-smart-up

Die Förderung des Unternehmertums ist für künftige Generationen wichtiger denn je. Jugendliche sollen lernen, Verantwortung zu übernehmen.

Wir bei YES ermöglichen dies den Lernenden der Sekundarstufe II, indem wir sie bei der Gründung eines realen Unternehmens begleiten und ihnen mit Tools wie dem Ideation Booklet helfen, die richtigen Fragen zu stellen.

Sven Krattinger
National Head Company Programme
Young Enterprise Switzerland (YES)

Das Ideation Booklet nutzen wir, um komplexe Ideen zu erfassen und strukturiert weiterzuentwickeln.

Die regelmässige Validierung und Anpassung unseres Geschäftsmodells ermöglicht es uns, flexibel zu bleiben und dennoch unsere Vision zu verfolgen.

Die Einfachheit und Zugänglichkeit des Ideation Booklet machen es zu einem unverzichtbaren Werkzeug für unser Team in der Erarbeitung neuer Lösungen.

Samuel Friedrich
Gründer & CEO 2point engineering GmbH
Geschäftsführer tüftelPark

Das Booklet ist ein unverzichtbares Werkzeug, das uns geholfen hat, unsere Ideen systematisch bis hin zu einem detaillierten Businessplan zu entwickeln.

Es bietet ein einzigartiges Tool, das sowohl on- als auch offline Teams zum Erfolg führt. Besonders hilfreich ist die interaktive Komponente, die es uns ermöglichte, kollaborativ die besten Lösungen zu finden.

Silvan Küng
Innovationscoach ITZ, Leitung zünder,
Mitinitiant Schlössli Collab

Das Ideation Booklet und die dazugehörigen Internet-Seiten sind sehr hilfreich und praxisorientiert.

Es unterstützt den Innovationsprozess und den Start-up-Prozess in idealer Weise.

Das Booklet ist nicht nur für Start-ups, sondern auch für Firmen gut geeignet.

Sem David Mattli
Managing Director at Switzerland Innovation Park Central

Agile Innovationsansätze sind für ein Start-up essentiell. Die Tools und Methoden aus dem Design Thinking und Lean Start-up haben uns sehr geholfen, innovative Produkte und Dienstleistungen schnell und kundenzentriert zu entwickeln.

Das Ideation Booklet mit dem erweiterten Lean Canvas hat uns sehr geholfen.

Beat Knüsel
VRP & Co-Founder Trihow AG

Das Smart-up Ideation Booklet ist ein wertvolles Werkzeug für alle Unternehmensgründenden und die, die es mal werden wollen. Es bietet eine klare Struktur und hilfreiche Tools, die den kreativen Prozess unterstützen und fördern.

Der Iterative Ansatz ermöglicht es, Ideen kontinuierlich zu überprüfen und zu verfeinern. Ein Muss für alle, die ihre Innovation vorantreiben möchten.

Jason Gunasekaram
Smart-up, Student Wirtschaftsingenieurswesen I Innovation HSLU

Wer bist du?

Weitere Infos:
smart-up-map.ch/idee-und-konzept/finde-dein-team-und-co-founder/wer-bist-du

1. T-Profil
Das T-Profil zeigt die Breite und Tiefe der Fähigkeiten einer Person. Der vertikale Balken steht für Expertenwissen, die horizontale Linie für allgemeine Fähigkeiten und die Vernetzung verschiedener Wissensbereiche. Es repräsentiert die Balance zwischen spezialisierter Expertise und der Fähigkeit zur Integration von Wissen.

Trage dein Wissen, deine Eigenschaften, Hobbys und das, was dich ausmacht in das T-Profil ein. Arbeite dabei mit Skizzen.

Übergreifendes interdisziplinäres Wissen

Familie, Hobbies | Interessantes über mich | Beruf, Ausbildung

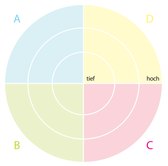
Fachlich disziplinäre Expertise
Fachliche Expertise 1, 2, 3

2. HBDI®-Modell

Das Herrmann Brain Dominance Instrument (HBDI®) ist ein Modell, das die bevorzugten Denkstile einer Person in vier Quadranten unterteilt.

Trage deine Denk-Präferenz in das Profil ein.

Priorität 1: aussen
Priorität 4: innen



© 2024 Herrmann International, Inc.

3. Selbstreflexion und Kompetenzen

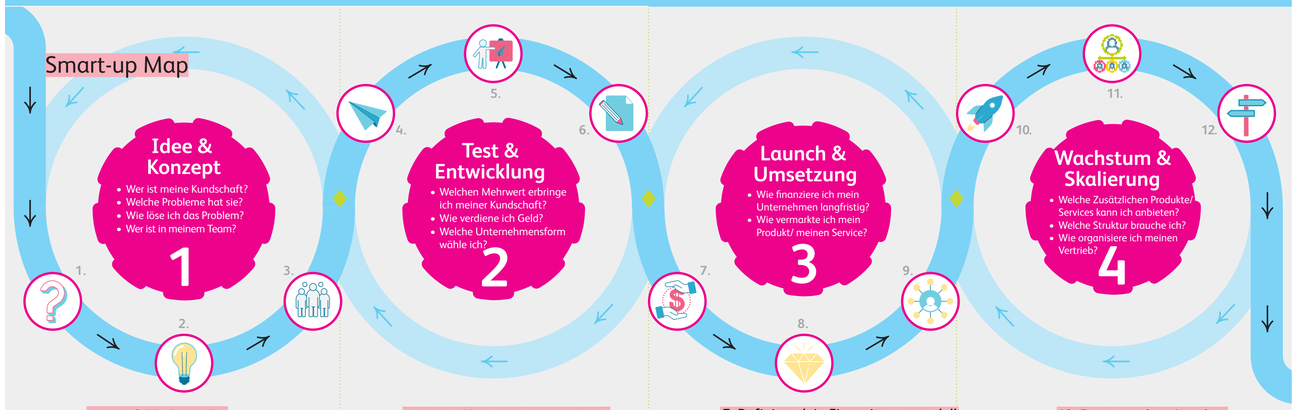
Was sind deine Stärken?

Was sind deine Schwächen?

Was sind deine Interessen?

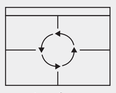
Welche Kompetenzen fehlen dir?

Smart-up Map



1. **Was fehlt der Welt?** Welches Problem willst du lösen?
2. **Entwickle deine Idee** auf die Nutzenden zentriert
3. **Finde dein Team, Co-Founder** sowie Partner*innen
4. **Entwickle einen Prototyp/MVP** auf die Bedürfnisse der Kundschaft ausgerichtet
5. **Definiere dein Geschäftsmodell**
6. **Gründe deine Firma**
7. **Definiere dein Finanzierungsmodell**
8. **Lanciere dein Pilot-Produkt** und lass es alle wissen
9. **Gewinne deine erste zahlende Kundschaft**
10. **Erweitere dein Angebot**
11. **Definiere deine Vertriebsorganisation**
12. **Strukturiere dein Unternehmen**

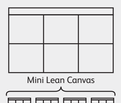
Ideen finden → Mini Lean Canvas → Smart-up Lean Canvas → Biz Model Canvas → Finanz- & Businessplan → Portfolioentwicklung → Unternehmensentwicklung


Ideen finden

Finde Probleme, die es wert sind, gelöst zu werden.

Wichtig: Entwickle viele Ideen und wähle die spannendsten aus.

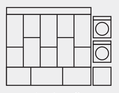
Führe erste Tests und Gespräche mit Nutzenden durch.


Mini Lean Canvas

Erstelle das Mini Lean Canvas für verschiedene Ideen.

Teste die Ideen.

Wähle die vielversprechendste Idee aus.


smart-up Lean Canvas

Ergänze zum vollständigen Lean Canvas.

Fülle auch das Kundenprofil für die wichtigsten Stakeholder aus.

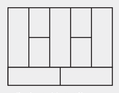
Belege den Problem-Lösungs-Fit.

Geschäftsmodellvarianten

Erstelle zusätzlich verschiedene Varianten des Geschäftsmodells.

Verwende z.B. «Geschäftsmodelle entwickeln»: von O. Gassmann als Inspiration.

Teste und verbessere diese, bis du ein verifiziertes Lean Canvas hast.


Business Model Canvas

Ändere die Bausteine des Lean Canvas auf das Business Model Canvas.

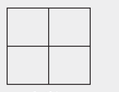
Optimiere und detailliere das Businessmodell (Fokus: Kostenseite).

Dokumentiere den Produkt-Markt-Fit mit dem Business Model Canvas.

Finanzplan

Erstelle einen Finanzplan inkl. Liquiditätsplan, Marketingplan und/oder Projektplan.

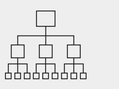
Leite bei Bedarf einen Businessplan ab.


Portfolio

Führe neue Produkte ein und verbessere bestehende kontinuierlich, basierend auf dem Feedback der Kundschaft.

Erweitere deine Kunden- und Marktsegmente und prüfe den Aufbau von Partnerschaften zur Skalierung.

Baue Distributions- sowie Kommunikationskanäle aus.


Unternehmensentwicklung

Definiere eine klare Unternehmenskultur mit klaren Verantwortlichkeiten.

Stell strategische neue Talente ein und etabliere eine offene Feedbackkultur zur Förderung von Wachstum und Anpassungsfähigkeit.

Implementiere effektive Kommunikationsmittel.

Übersicht Unterstützungsangebote

Weitere Infos:
smart-up-map.ch/bibliothek

Hier findest du einen Auszug der Liste der Organisationen, die Start-ups unterstützen. Eine vollständige Liste zum Download und viele weitere Einträge mit Filterfunktionen findest du online.
Falls (d)eine Support-Organisation nicht auf unserer online-Liste ist, melde dich bitte bei uns.

Coaching	Coaching bietet dir individuelle Unterstützung durch erfahrene Mentor*innen, die dir helfen, Herausforderungen zu meistern und dein Start-up erfolgreich zu entwickeln.	
Organisation	Website	Leistungen
Hochschule Luzern, Smart-up	hslu.ch/smart-up	Akademische Unterstützung, Zugang zu Forschungseinrichtungen, Studierendenprojekte
Genisuisse	genisuisse.ch	Beratung, Finanzierungsmöglichkeiten, Netzwerkzugang
ITZ / Innovations coaching	itz.ch/programme/innovations-coaching	Unterstützung bei der Umsetzung von Innovationsprojekten, Netzwerkveranstaltungen
Wirtschaftsförderung Luzern	luzern-business.ch/de/wie-wir-unterstuetzen/gruenden	Wirtschaftsförderung, Standortentwicklung, Beratung zu Förderprogrammen
Coworking & Büroräumlichkeiten	Coworking-Spaces bieten eine inspirierende Arbeitsumgebung und die Möglichkeit zum Austausch mit Gleichgesinnten.	
Organisation	Website	Ort
TECHNOPARK Luzern	technopark-luzern.ch	Root, Luzern
Kreativfabrik 62	kf62.ch/de	Oberkirch, Luzern
Startup Pilatus	startup-pilatus.ch	Sarnen, Obwalden
Coworking Hirschengraben	hirschengraben.org	Luzern
Netzwerk	Ein starkes Netzwerk ist entscheidend für den Erfolg eines Start-ups. Lerne, wie du wertvolle Kontakte knüpfen und nutzen kannst, um dein Start-up zu stärken und weiterzuentwickeln.	
Organisation	Website	Zielgruppe
Young Enterprise Switzerland	yes.swiss	Schüler*innen, 16-20 Jahre
Youngpreneurs	youngpreneurs.org	Gymnasiast*innen und Lernende an Berufs- und Wirtschaftsschulen
Impact Hub	impacthub.ch	Gründer*innen, Innovator*innen, Kreative, Freelancer*innen
Switzerland Innovation Park	building-excellence.ch	Nationale und internationale Unternehmen mit Vernetzung zu Hochschulen und innovativen Unternehmen
Wettbewerbe & Förderprogramme	Wettbewerbe ermöglichen es dir, deine Idee zu präsentieren, Feedback zu erhalten und Preise zu gewinnen.	
Organisation	Website	Anforderungen
Venture	venture.ch	Innovative Geschäftsidee
Venture kick	venturekick.ch	High-Potential Start-ups
W.A. de Vigier Stiftung	devigier.ch	Innovative Geschäftsidee
First Ventures	grstiftung.ch	Unterstützung von innovativen Projekten
Trainings & Accelerators	Trainings & Accelerators helfen dir, wichtige Fähigkeiten und Wissen für dein Start-up zu erwerben.	
Organisation	Website	Einzugsgebiet
*zünder accelerator	zuender.ch/accelerator	Schweiz
Innosuisse Start-up Training @ HSLU	entrepreneurship-training.ch/module2/lucerne	Schweiz
Talent Kick	talentkick.ch	Schweiz
Innosuisse Start-up Coaching	innosuisse.ch/inno/de/home	Schweiz

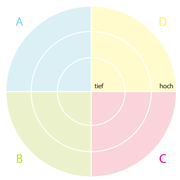
Wer ist dein Team?

Weitere Infos:
smart-up-map.ch/idee-und-konzept/finde-dein-team-und-co-founder/wer-ist-dein-team

Fasse die Informationen aus den T-Profilen der Teammitglieder in der folgenden Skillmatrix zusammen.

Erforderliches Wissen	Teammitglieder	Folgerung, v.a. wenn Feld leer ist.

Kopiere die HBDI® Modelle aller Teammitglieder hier hin. Das Teamprofil gibt Aussage über die Synergien und Stärken/Schwächen im Team.



Aktionsplan um Wissen ins Team/Projekt zu bringen.

Schlussfolgerung & Massnahmen für das Team.

Wie könnt ihr eine gut funktionierende Kommunikation gewährleisten?

Wie organisiert ihr euch als Team? Wer übernimmt welche Rolle?

Wenn ihr euch noch besser verstehen wollt, könnt ihr weitere Persönlichkeitstests machen die Ergebnisse vergleichen und eure Schlussfolgerungen ergänzen.

Empfehlenswert sind z.B.:
16 Personalities: 16personalities.com/de
Charakterstärken: charakterstaerken.org
Teamrollen nach Belbin

Wichtige Fragen und mögliche Tools & Tipps als Inspiration

Hier findest du die wichtigsten Fragen mit Tools, die du die in jeder Phase deines Start-up-Prozesses stellen solltest. Ergänzt werden diese durch hilfreiche Tipps zur Finanzierung und wertvolle Hinweise für überzeugende Pitch-Präsentationen zum Ende jeder Phase. Viele Weitere Informationen und weitere Fragen findest du online.

Weitere Infos und Fragen:
smart-up-map.ch/ideation-booklet/prozess

Idee & Konzept

Frage	Mögliche Tools & Tipps
Welches Problem ist es wert, gelöst zu werden?	Siehe Triggerfragen auf dem Tool Ideen finden
Wie finde ich gute Ideen und wähle die besten aus?	Tool: Ideen finden Tool: 2x2-Matrix: Cool und Doable
Wie kann ich das Problem besser verstehen?	Tool: 6W-Fragen Tool: Customer Journey
Wie kann ich Mehrwert für die Kundschaft generieren?	Tool: Value Proposition Canvas Buchtipp: Value Propositon Design, 2015
Wie kann ich den Problem-Kundschafts-Fit dokumentieren?	Tool: Mini Lean Canvas
Wie finde ich mein Team und neue Co-Gründer*innen?	Welche Kompetenzen brauchst du? Tool: Wer ist dein Team?

Test & Entwicklung

Frage	Mögliche Tools & Tipps
Wie kann ich die Tests oder das Feedback der Kundschaft dokumentieren?	Tool: Feedback Capture Grid Tool: Testing Sheet Tool: Solution Interview
Wessen Bedürfnisse muss ich beachten?	Tool: Stakeholder Map
Wie verbessere ich das Produkt/den Prototyp kontinuierlich basierend auf Rückmeldungen?	Tool: MVP
Wie kann ich ein passendes Geschäftsmodell finden?	Denke in Varianten Buchtipp: Geschäftsmodelle entwickeln, 2020
Wie kann ich den Problem-Lösungs-Fit dokumentieren?	Tool: Lean Canvas Buchtipp: Running Lean, 2023
Wie kann ich die Entwicklung finanzieren?	Prüfe Wettbewerbe, Förderprogramme, etc. Siehe: Smart-up Map

Launch & Umsetzung

Frage	Mögliche Tools & Tipps
Wie kann ich mein Geschäftsmodell optimieren?	Tool: Business Model Canvas-Buchtipp: Business Model Generation, 2011
Wie vermarkte ich mein Produkt? Wie betreibe ich am besten Marketing?	Tool: Marketing Mix Tool: Kommunikationsplan
Wie kann ich einen Pitch vorbereiten?	Tool: Create a Pitch
Wie finde ich eine Finanzierung?	Siehe: Smart-up Map
Welche Rechtsform soll ich wählen?	Siehe: Smart-up Map Buchtipp: Ich mache mich selbständig, 2023
Wie schreibe ich einen Businessplan?	Siehe: Smart-up Map Buchtipp: Ich mache mich selbständig, 2023

Wachstum & Skalierung

Frage	Mögliche Tools & Tipps
Wie kann ich meine Produkte/ Angebote verbessern?	Tool: Feedback Erfassungsraster
Wie kann ich interessante neue Segmente finden?	Tool: Problem- und Lösungsinterview
Wie kann ich eine Auswahl treffen?	Tool: McKinsey Produkt-Portfolio-Analyse Tool: Nutzwertanalyse
Wie kann ich meine Vertriebskanäle erweitern?	Unterlagen, Trainings & Tools für deine Partner*innen, damit sie dein Angebot verkaufen können.
Wie kann ich mein Marketing verbessern?	Tool: Marketingplan und Kommunikationsplan
Wie kann ich mein Unternehmen besser strukturieren?	Tools: Nutze Tools wie Trello, Jira, Confluence

Tipps zum Pitchen

Kenne dein Publikum: Verstehe, wer deine Zuhörer*innen sind, was sie interessiert und was sie von deinem Pitch erwarten. Passe deinen Pitch entsprechend an.

Starke Eröffnung: Beginne mit einem starken und einprägsamen Satz oder einer Geschichte, die das Problem und die Bedeutung deines Start-ups hervorhebt. Du musst das Interesse der Zuhörer*innen von Anfang an wecken.

Visuals und Folien: Nutze klare und ansprechende Visualisierungen, um deine Punkte zu unterstreichen. Maximal 10-15 Folien, plus Backup Folien.
Schriftgrösse: Minimum 20 Punkt

Show – don't tell: Zeige deinen Prototypen und untermauere ihn mit Daten und Feedback der Kundschaft.

Üben, üben, üben: Übe deinen Pitch gründlich, um ihn flüssig und selbstbewusst präsentieren zu können. Hol dir Feedback und passe den Pitch kontinuierlich an. Bereite dich auf verschiedene Längen vor, wie z.B. 2 Minuten (Elevator Pitch), 5 oder 10 Minuten.

Pitch Ende Phase 1 (Idee & Konzept)

Zielgruppe/Kundschaft/Nutzende: Beschreibe die spezifische Zielgruppe und ihre grössten Probleme oder Bedürfnisse.

Problem: Erläutere das identifizierte Problem und wie es die Zielgruppe betrifft.

Lösungsidee: Beschreibe deine Idee zur Problemlösung, zeige das Konzept und ggf. einen einfachen Prototypen.

Alternativen: Zeige, wie das Problem bisher gelöst wurde und was die Schwierigkeiten aus Sicht deiner Kundschaft sind.

Mehrwert: Beschreibe den Mehrwert deiner Lösung für die Kundschaft und dein Alleinstellungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz.

Team: Wer sind die Gründer*innen, welche Fähigkeiten haben sie? Warum seid ihr das richtige Team für dieses Problem?

Finanzierung der nächsten Schritte: Nächste Schritte, Finanzierung, Risiken und deren Reduktion.

Online-Informationen zum Pitch

Weitere Infos und Beispiele von Pitches findest du online.

Weiter Infos:
smart-up-map.ch/idee-und-konzept/finde-dein-team-und-co-founder/pitching

Pitch Ende Phase 2 (Test & Entwicklung)

Zielgruppe/Kundschaft/Nutzende: Beschreibe Bedürfnisse deiner Zielgruppe, unterscheide Kundschaft und Nutzende.

Lösenswertes Problem: Beschreibe das identifizierte Problem und dessen Auswirkung. Ist es quantifizierbar?

Validierte Lösung: Beschreibe wie deine Lösung durch Feedback der Kundschaft verbessert wurde und was der aktuelle Stand ist.

Wertangebot und Differenzierung: Erkläre dein Alleinstellungsmerkmal und wie du deine Lösung im Markt positionierst.

Marktgrösse: Identifiziere Zielgruppen, schätze die Marktgrösse und skizziere Markt und Potenzial basierend auf Analysen.

Stakeholder: Fasse die relevanten Stakeholder im Markt-Ökosystem zusammen und erläutere deren Einbindung.

Geschäftsmodell: Skizziere dein Geschäftsmodell und die Einnahmequellen. Wie verdienst du Geld, was ist das Ziel?

Markteintrittsstrategie: Beschreibe deine Markteintrittsstrategie: Vertrieb, Marketing, Pricing. Wie gewinnst du erste Kundinnen und Kunden?

Team: Wer ist in deinem Team/Netzwerk? Wer hat welche Rolle? Gibt es Externe? Welche Kompetenzen habt ihr, welche fehlen?

Finanzierung der nächsten Schritte: Nächste Schritte, Finanzierung, Risiken und deren Reduktion.

Pitch Ende Phase 3 (Launch & Umsetzung)

Angebot (Offering): Wie sieht deine Lösung aus? Zeige den MVP, das Wertangebot, USP und Wettbewerbsvorteile.

Kundschaft: Wer ist deine erste Kundschaft und was sagen sie? Gibt es Referenzkundschaft? Wie viel wurde schon verkauft?

Aktueller Absatz und Umsatz: Was hast du bisher erreicht? Wo stehst du? Was sind deine Ziele?

Geschäftsmodell und Businessplan: Erkläre dein Geschäftsmodell und Businessplan. Was sind Ziele und wie erreichst du sie?

Skalierungsstrategie: Wie skalierst du dein Start-up? Welche neuen Märkte erschliesst du? Mit wem und wie? Finanzbedarf?

Marketing und Vertrieb: Beschreibe deine Marketingstrategie und Vertriebskanäle. Wer und was wird beim Verkauf benötigt?

Rechtliche Aspekte und Rechtsform: Welche Verträge, Patente und Unternehmensform hast du gewählt?

Unternehmensstruktur: Was ist die aktuelle und geplante Unternehmensstruktur?

Team und Partnerschaften: Gibt es strategische Partnerschaften oder Investor*innen?

Finanzierung: Erläutere deine Finanzstrategie, langfristige Unternehmensentwicklung und die nächste Finanzierungsrunde.

Nächste Schritte: Was sind die nächsten Schritte? Was sind die Risiken? Was machst du, um die Risiken zu reduzieren?

Tipps zur Finanzierung

Früh anfangen: Plane die Finanzierung schrittweise und frühzeitig: Nutze Wettbewerbe, Förderprgramme und Accelerator.

Netzwerk aufbauen: Baue ein starkes Netzwerk in der Startup- und Investoren-Community auf. Besuche Events, Konferenzen und Meetups.

Langfristige Beziehungen: Baue langfristige Beziehungen zu potenziellen Partner*innen auf, bevor du nach Finanzierung fragst. Halte sie über deine Fortschritte auf dem Laufenden.

Transparenz: Sei transparent über die Herausforderungen und Fortschritte deines Start-ups. Ehrlichkeit schafft Vertrauen.

Gut vorbereiteter Pitch: Erstelle ein überzeugendes und professionelles Pitch-Deck. Übe deinen Pitch, bis er perfekt sitzt.

Offen für Feedback: Sei offen für Feedback und zeige, dass du bereit bist, kontinuierlich zu lernen und dein Geschäftsmodell zu verbessern.

Literatur zum Nachforschen

Das Design Thinking Playbook
Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer
Versus Verlag, 2018

Geschäftsmodelle entwickeln
Oliver Gassmann, Karolin Frankenberger, Michaela Choudury
Carl Hanser Verlag, 2020

Running Lean
Ash Maurya
O'Reilly Verlag, 2023

Business Model Generation
Alexander Osterwalder, Yves Pigneur
Campus Verlag, 2011

Value Proposition Design
Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda
Campus, 2015

Magazin Gründen
Free Download: gruenden.ch
Reigster Publikationen

Startup Navigator
Dietmar Grichnik, Manuel Heß, Torben Antretter
Frankfurter Allgemeine, 2020

Where to Play
Marc Gruber, Sharon Tal
Campus Verlag, 2018

Ich mache mich selbständig
Norbert Winistörfer
Beobachter Edition, 2023

Das Sustainability Toolbook
Gina Heller-Herold, Patrick Link Haufe, 2025

Das Handbuch für Startups
Steve Blank, Bob Dorf, Nils Högsdal, Daniel Bartel
O'Reilly Verlag, 2014

Toolbox

Design Thinking Toolbook:
www.dt-toolbook.com

Das Design Thinking Toolbook
Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer, Versus Verlag, 2020

Nutze auch die Tools und Templates aus dem Design Thinking Toolbook

Die Toolbox hilft dir zu verstehen, welches Tool wofür anzuwenden ist.	Verstehen	Ideenfinden	Strategisch definieren	Lösungsfindung	Prototypenbasiert	Testen	Reflektieren
Problem Statement	○	○	○			●	
Design Principles	○	○	○	○	●	●	○
Interview for Empathy	○	○				●	
Explorative Interview	○	○				●	
Frage 5x Warum	○	○				●	
6W-Fragen	○	○				●	
Jobs to be done	○	○		○		●	
Extreme User/ Lead User	○	○				●	
Stakeholder Map	○	○				●	
Emotional Response Cards	○	○				●	
Empathy Map	○	○	○	○		●	
Persona / User Profile	○	○	○	○		●	
Customer Journey	○	○	○	○		●	
AEIOU	○	○		○			
Analyse-Frage-Builder	○	○					
Peers Observing Peers	○	○					
Trend Analyse	○	○		○			
How might we…Frage			○	○		●	○
Storytelling			○	○	●	●	○
Context Mapping	○	○	○	○			○
Define Success	○	○	○	○			○
Vision Cone	○	○	○	○			○
Critical Items Diagram			○	○	●	●	○
Brainstorming				○	●	●	○
2x2 Matrix	○	○	○	○	●	●	○
Dot Voting				○	●	●	○
Brainwriting / 6 3 5 Methode				○	●	●	○
Special Brainstorming				○	●	●	○
Analogien & Benchmarking als Inspiration				○	●	●	○
NABC	○	○	○	○	●	●	○
Blue Ocean Tool & Buyer Utility Map				○	●	●	○
Exploration Map					●	●	○
Prototype to Test					●	●	○
Service Blueprint					●	●	○
MVP – Minimum Viable Product (MVP)					●	●	○
Testing Sheet						●	○
Feedback Capture Grid	○	○	○	○		●	○
Powerful Questions for Experience Testing	○	○				●	○
Solution Interview	○	○				●	○
Structured Usability Testing	○	○				●	○
A/B-Testing						●	○
1 like / 1 wish / 1 wonder	○	○	○	○	○	●	○
Retrospective Sailboat						●	○
Create a Pitch			○	○		●	○
Lean Canvas			○	○			○
Lessons Learned							○
Roadmap for Implementation							○
Problem to Growth & Scale Innovation Funnel							○

Ideen finden

Weitere Infos:
smart-up-map.ch/idee-und-konzept/was-fehlt-der-welt/ideen-finden

Die Ideenfindung erfordert Zeit und Auswahl. Es gibt zwei Ansätze: Die Jägermethode nutzt Kreativitätstechniken, um Ideen für eine Problemstellung oder Suchfelder zu finden (Punkt 1). Bei der Sammlermethode werden Ideen, Problemstellungen und Kundenbedürfnisse gesammelt (Punkt 2). Anschliessend werden Ideen gruppiert (Punkt 3), die besten ausgewählt (Punkt 4) und mit Nutzenden getestet (Punkt 5). Eine gründliche Analyse und kritisches Hinterfragen sind entscheidend. Gehe danach weiter zur Erstellung des Mini Lean Canvas.

1 Generiere Ideen
Suche gezielt Ideen oder ungelöste Probleme basierend auf deinen Erfahrungen und Potentialen

2 Sammle Ideen
Nimm ein Notizbüchlein und notiere dir über einen längeren Zeitraum Ideen, ungelöste Probleme, coole Dinge.

3 Ideen clustern / Suchfelder definieren
Clustere und sortiere deine Herausforderungen (Ideen oder Probleme). Bilde Gruppen und wähle die interessanten Gruppen oder Suchfelder aus.

Iteriere ggf. mehrfach. Teste mehrere Ideen. Es lohnt sich, ein Problem zu finden, das es wert ist gelöst zu werden. Finde etwas, wofür du Leidenschaft hast.

Ausgewähltes Suchfeld

Definiere verschiedene Ideen für das ausgewählte Suchfeld, basierend auf Punkt 1) oder 2), Kombinationen oder neuen Ansätzen. Nutze Kreativitätstechniken und KI, um Ideen zu generieren.

4 Ideen auswählen
Liste die zu bewertenden Ideen auf. Definiere die relevanten Beurteilungskriterien. Du kannst die vorgeschlagenen Kriterien nutzen oder diese anpassen. Nutze dafür die Triggerfragen als Inspiration.

Kriterien	Idee:	Idee:	Idee:	Idee:	Idee:	Idee:

5 Ideen testen
Gehe raus und rede mit potenziellen Nutzenden und potenzieller

LEAN CANVAS

Projekttitel:

Das «Lean Canvas» ist eine Vorlage, um Geschäftsmodelle für Start-ups zu entwickeln. Es hilft dir, wichtige Aspekte deiner Geschäftsidee zu beschreiben. Dafür musst du zu diesem Zeitpunkt natürlich Annahmen treffen. Diese werden in einem weiteren Schritt mit Experimenten überprüft.

Versuche das «Lean Canvas» basierend auf deiner Idee zu erstellen. Bearbeite zuerst die nummerierten Felder in der Reihenfolge, die für dich passt. In der Regel wird zuerst die Problemstellung (1) mit der Lösung (4) abgeglichen. Erkennst du dabei Aspekte deiner Idee, welche du verbessern kannst?

Witere Infos:
smart-up-map.ch/test-und-entwicklungsbefriere-dein-geschaeftsmodell/lean-canvas/

1 Problemstellung oder Hauptbedürfnis

Was sind die Hauptprobleme, welche das Geschäftsmodell lösen muss? Oder welches sind die Hauptbedürfnisse, die das Geschäftsmodell erfüllen soll?

Beschreibe die 1-3 grössten Herausforderungen deiner Kundschaft und Nutzenden.

Berücksichtige dabei die Erkenntnisse aus deinen Interviews und Kundenprofilen.

Tipp:

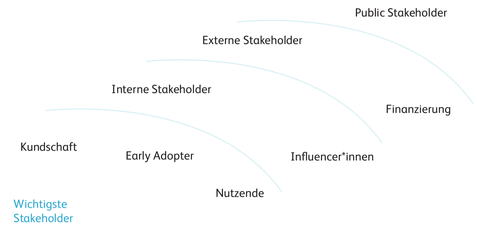
- Die Inhalte dieses Feldes kannst du aus dem Mini Canvas kopieren
- Die 1-3 grössten Probleme deiner Kundschaft kannst du aus dem Kundenprofil entnehmen

2 Kundensegmente

Liste deine Ziel- und Nutzendengruppen auf und identifiziere deine wichtigsten Kundinnen und Kunden. Bestimme, für wen dein Produkt/Service einen Mehrwert erbringt?
WICHTIG: Erarbeite parallel das Profil deiner idealen Kundschaft.

Wessen Bedürfnisse müssen noch berücksichtigt werden (z.B. Partner, Lieferanten, externe Beeinflusser, Entscheidungsträger, etc.)?
Wer sind deine wichtigsten Stakeholder und Interessensgruppen?
Zeichne deine Stakeholder-Map oder das Business-Ökosystem auf.

Tipp: Die Inhalte dieses Feldes kannst du aus dem Mini-Lean-Canvas übernehmen.

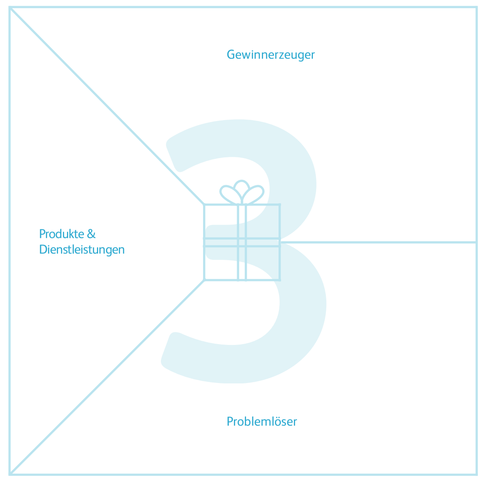


3 Alleinstellungsmerkmal (Wertangebot)

Welchen Wert vermittelst du der Kundschaft?
Eine einfache, klare Botschaft die erklärt, warum die Lösung anders und beachtenswert ist.

Tipp:

- Stelle sicher, dass dein Werteangebot besser als existierende Alternativen ist.
- Die Inhalte dieses Feldes kannst du aus dem Mini-Lean-Canvas kopieren.
- Wie unterstützt deine Lösung die Kundschaft der Aufgabenerfüllung von speziellen Anwendungsfällen, die für sie wichtig sind?



Erziele eine Übereinstimmung zwischen dem Wertangebot und dem Kundenprofil.

4 Lösung

Beschreibe eine Lösung für jedes Problem.

Tipp:

- Stelle sicher, dass deine Lösung das definierte Werteangebot (Feld 3) ermöglicht.
- Die Inhalte dieses Feldes kannst du aus dem Mini-Lean-Canvas kopieren.
- Probiere deine Lösung möglichst nachhaltig zu gestalten.

5 Bestehende Alternativen & Konkurrenz

Wie wurden diese Probleme bisher gelöst?
Was sind die wichtigsten Konkurrenzprodukte?
Überlege, was du davon lernen und besser machen kannst.

Kennzahlen & Impact

Welche messbaren Kennzahlen zeigen, ob deine Lösung und dein Geschäftsmodell funktionieren?

Welchen Impact (positiven Einfluss) auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt erzielt ihr? Wie kann dieser gemessen werden?

Kurzkonzept

«X für Y» Analogie. Gibt es eine einfache Analogie?

- «Airbnb» für Lagerflächen
- «Ubereats» für Bier & Aperitiv
- «Nespresso» für Smoothies
- «Watchadvisor» = «Tripadvisor» für Uhren

Unfairer Vorteil

Etwas, das es den anderen schwer macht, die Lösung zu kopieren.

Kanäle & Marketing

Über welche Kanäle sollen deine Kundensegmente erreicht werden?

Wie machst du deine Kundschaft und Nutzenden auf dich aufmerksam?

Mit welchen Marketinginstrumenten erreichst du deine Kundschaft und Nutzenden? Wie kannst du deine Lösung verkaufen?

Schlüsselpartner*innen

Wer sind deine Schlüsselpartner*innen? Wer kann dir helfen und Türen öffnen, z.B. im Vertrieb?

Wer könnten deine Finanzierungspartner*innen sein?

Baue frühzeitig Kontakt und Vertrauen zu deinen möglichen Partner*innen auf.

Kostenstruktur

Liste die festen und variablen Kosten auf. Identifiziere die grössten Kostenblöcke wie z. B.:

- Produkt- und Dienstleistungsentwicklung
- Marketing- und Vertriebskosten
- Fixkosten wie Personal und Infrastruktur
- etc.

Einnahmequellen

Liste die Einnahmequellen auf. Wie verdienst du Geld? Beispiele:

- Produkte und Lösungen
- Dienstleistungen
- Wiederkehrende Einnahmen (Kleinteile, Betriebsmittel, etc.) (vgl. Nespresso Kapseln)
- etc.

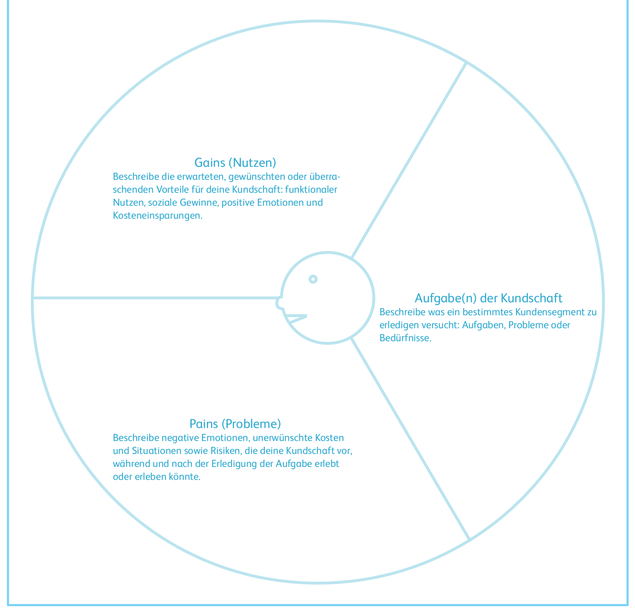
Versuche mehrere Einnahmequellen zu erschliessen und prüfe verschiedene (pricing)-Varianten.

Quelle: Ash Maurya, Running Lean 2013

Erstelle detaillierte Profile für deine zwei wichtigsten Stakeholder (zahlende Kundschaft und Nutzende). Später kannst du für jede und jeden ein individuelles Profil erstellen, um deine Lösung erfolgreich umzusetzen.
Wie sieht deine ideale Kundschaft aus (Ideal Customer Profile)?
Wie und wo wird das Produkt von wem genutzt? Was passiert vor und nach der Nutzung?

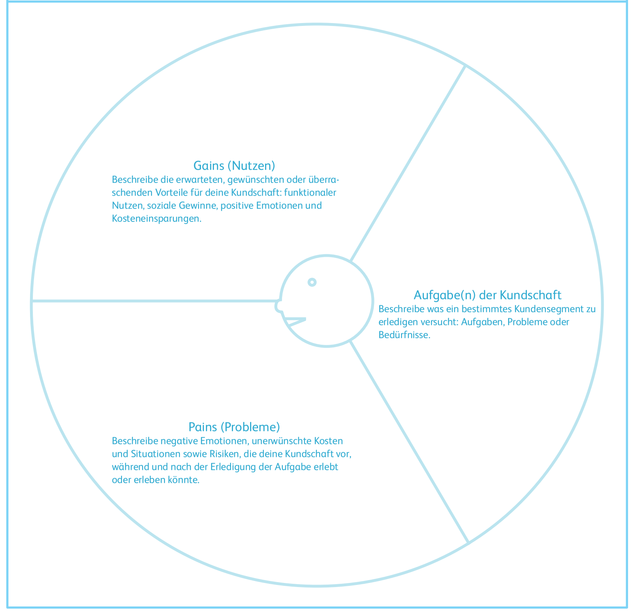
Name

Persona-Beschreibung
Alter, Geschlecht, Wohnort, soziales Umfeld, Sinus-Milieu, Denkweise, usw.?



Name

Persona-Beschreibung
Alter, Geschlecht, Wohnort, soziales Umfeld, Sinus-Milieu, Denkweise, usw.?



Quelle: in Anlehnung an A. Osterwalder, Value Proposition Design 2014.

EXPERIMENTE (Prototype – Test – Learn)

Unter den Annahmen, die du zum Erarbeiten des Canvas treffen musstest, gibt es solche mit einer schwachen Gewichtung, wie auch sehr wichtige. Die Annahmen, von denen das Gelingen deines Vorhabens wesentlich abhängt, werden als kritische Annahmen bezeichnet. Nun geht es darum, diese in Experimenten zu überprüfen. Versuche immer nur eine Annahme auf einmal zu überprüfen. Baue dazu, falls nötig, einen Prototyp. Dieser soll nur gerade so aufwändig wie nötig sein.

Anleitung und Tipps

Colour Coding
Nutze farbige Post-its, um die Unsicherheit deiner Annahmen zu definieren:

Grüne Post-its: Annahme ist relativ sicher, verifiziert und getestet
Gelbe Post-its: Annahme ist unsicher
Rote Post-its: Annahme ist unsicher und risikoreich. Sollte verifiziert werden.

Offline vs. online
Es lohnt sich im Team zuerst vor Ort und offline mit Post-its zu arbeiten. Schreibe immer nur ein Thema pro Post-it auf. Schreibe gut leserlich. Diskutiert im Team die Post-its.
Zuviele Post-its pro Feld bedeutet, dass ihr noch nicht wisst, was wichtig ist. Leere Felder zeigen, dass ihr hier noch wenig Ahnung habt. Füllt die Felder nicht zu früh aus. Leere Felder sind okay.
Nach einer gewissen Zeit könnt ihr das Lean Canvas in eine online Version überführen.

Hier findest du eine Anleitung, wie du die Transformation von analog zu digital machen kannst: smart-up-map.ch/ideation-booklet
Nutze dafür ein MIRO oder MURAL Template.

Beispiele
Lass dich von Beispielen inspirieren. Auf der Homepage findest du ausgefüllte Beispiele und Videos.
Hier findest du Beispiele: smart-up-map.ch

Denke in Varianten
Erstelle verschiedene Varianten des Lean Canvas. Nutze dafür auch die 55 Geschäftsmodell-Muster von Oliver Gassmann.

Definiere die grössten Risiken und die nächsten Schritte

Bewerte die Annahmen im Lean Canvas. Welche Annahmen beinhalten die grösste Unsicherheit und die die grössten Risiken?	Team-intern	Externe Sicht
Grösste Unsicherheiten und offene Fragen:		
Grösste Risiken:		
Empfohlene nächste Schritte und nächstes Experiment:		

Experiment

Schritt 1: Hypothese
Wir glauben, dass...

Schritt 2: Testen
Um dies zu verifizieren, werden wir...

Schritt 3: Metrik
Und messen,...

Schritt 4: Kriterien
Wir liegen richtig, wenn...

Erkenntnisse 3

Wir haben folgendes gelernt:

Dokumentation des Tests (z.B. Fotos):

Quelle: in Anlehnung an A. Osterwalder, Value Proposition Design 2014.

Team & Organisation

Wer ist schon in deinem Team? Welche Kompetenzen habt ihr schon?
Wie gut passt ihr zusammen?
Ergänzen sich eure Stärken? (Nutzt dazu z.B. Charaktertests)
Wie seid ihr organisiert?

Wer sollte im Team sein?
Welche Kompetenzen fehlen euch noch?
Wie könnt ihr die Kompetenzen dazu holen (siehe auch Schlüsselpartner)?

CC BY

Prof. Dr. Patrick Link
www.hslu.ch/smart-up