

Deine Idee

Zeit, deine Idee wachsen zu lassen

Deine Idee. □

- 06** — Deine Motivation: Warum willst du deine Idee umsetzen?
- 08** — Deine Vision: Wohin soll die Reise gehen?
- 10** — Sechs wichtige Tipps aus der Startup-Welt
- 16** — Deine Idee auf einer Seite – der Lean Canvas
- 20** — Recherchen – Tauche in die Welt deiner Idee ein
- 21** — Der One Sentence Pitch – Verkaufe dich und deine Idee

Wie funktioniert dieses Booklet?

— Dieses Booklet ist Teil der Bluelion Incubation Reihe. Jedes Booklet der Reihe behandelt ein spezifisches Thema, mit welchem Startups im Laufe der Ideenentwicklung konfrontiert werden. Die Booklets folgen einem erprobten Innovationsprozess. Entsprechend wird empfohlen, diese in der vorgeschlagenen Reihenfolge zu bearbeiten. Du kannst die einzelnen Booklets jedoch auch unabhängig von den anderen Teilen individuell bearbeiten.

Jedes Booklet führt durch die elementaren Bestandteile des jeweiligen Themas und zeigt anhand verschiedener Meilensteine die Ziele der entsprechenden Phase auf. Der Prozess und die Meilensteine sind dabei als Orientierung zu verstehen. Jede Idee ist anders und verlangt nach einer unterschiedlichen Herangehensweise und Priorisierung.

Die Booklets sind ein Versuch, Ordnung in den verschwommenen Innovationsprozess zu bringen. Sie haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und dienen vorwiegend als Übersicht und roter Faden. Die Betrachtung der relevanten Themenschwerpunkte und die Skizzierung der einzelnen Methoden und Tools können mit Hilfe der ergänzenden Inkubationsleistungen von Bluelion vertieft werden.

Ein Hinweis vorab: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter.

Auf der folgenden Seite findest du einen kurzen Beschrieb der unterschiedlichen Elemente, denen du im Verlauf des Booklets begegnen wirst.

Wie ist das Booklet aufgebaut?

Task

Empfohlene „to do's“
bevor es weitergeht.

Hinweis

Kurze Empfehlungen und Tipps
zu bestimmten Inhalten.

Beispiel

Exemplarische Darstellungen
der jeweiligen Themen.

Warum willst du deine Idee umsetzen?

Wahrscheinlich brennt es dir bereits unter den Fingern, so schnell wie möglich mit der Umsetzung deiner Idee zu beginnen. Bevor du dich aber ins Abenteuer stürzt, mach noch einmal einen Schritt zurück und überlege dir, warum du deine Idee überhaupt verwirklichen willst. Geht es um die Erfüllung eines ganz persönlichen Traums? Willst du einen Mehrwert für deine Community oder gar die Gesellschaft schaffen? Deinen ganz persönlichen Antrieb zu finden ist ausschlaggebend, um deine Motivation auch in Zeiten des Zweifels (ja, die wird es auch geben) aufrechtzuerhalten.

Task

Nimm dir 15 Minuten Zeit für ein Brainstorming und versuche danach eine Antwort auf die persönliche Herausforderung zu formulieren, warum du diese Idee umsetzen willst.

Oft wird die bewusste Auseinandersetzung mit der eigenen Motivation unterschätzt. Zu wissen, was dich antreibt ist jedoch essentiell um dich selber in schwierigen Situationen vorwärts zu treiben aber auch um deine Kunden von deinem Produkt und deine Investoren von dir selbst zu überzeugen.

Beispiel

Du willst eine innovative Gelateria in Zürich eröffnen. Deine Eis-Sorten sollen ausschließlich Zutaten aus dem Grossraum Zürich enthalten - damit selbst du beweisen, dass nachhaltig und lokal lockere Gelati produziert werden kann.

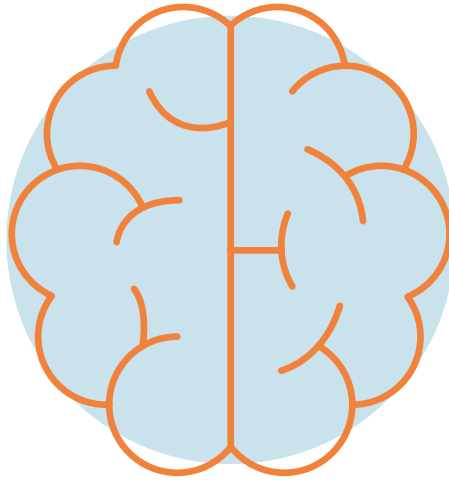
Link

Unter diesen QR Codes findest du nützliche weiterführende Informationen zu den jeweiligen Themen.

Digitale Werkzeugkiste: Alle Modelle und Tools, die im Booklet beschrieben sind, stehen dir auch online unter www.bluelion.ch/services/toolkit zur Verfügung. Ausserdem findest du in der digitalen Werkzeugkiste weitere hilfreiche Tools sowie Zugang zu ausgewählten Plattformen, die dich bei der Visualisierung und beim Prototyping deiner Idee unterstützen. **Das Symbol**  im Booklet weist jeweils darauf hin, dass zusätzliche Materialien zum besagten Thema online zu finden sind.

Deine Motivation: Warum willst du deine Idee umsetzen?

- Wahrscheinlich brennt es dir bereits unter den Fingernägeln, so schnell wie möglich mit der Umsetzung deiner Idee zu beginnen. Bevor du dich aber ins Abenteuer stürzt, halte noch einmal inne und überlege dir, warum du diese Idee überhaupt verwirklichen willst. Geht es um die Erfüllung eines ganz persönlichen Traums? Willst du einen Mehrwert für deine Community, deine Organisation oder gar die Gesellschaft schaffen?



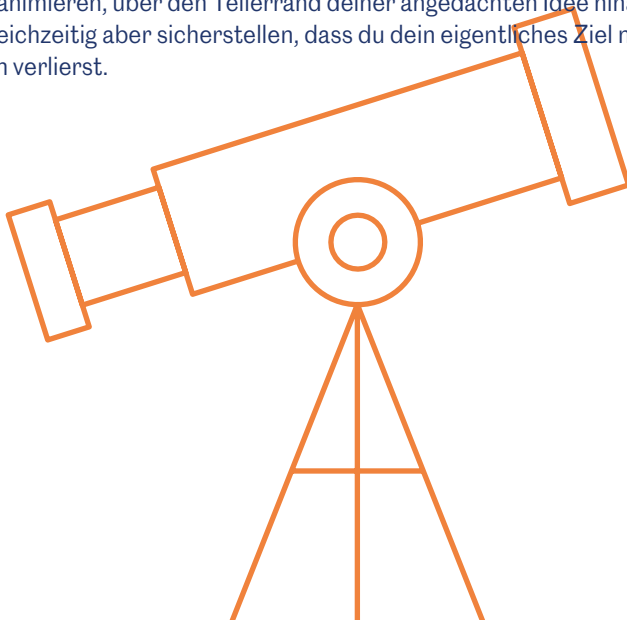
Task

Nimm dir 15 Minuten Zeit für ein Brainstorming und versuche danach auszuformulieren, warum du deine Idee umsetzen willst.

Of wird die bewusste Auseinandersetzung mit der eigenen Motivation unterschätzt. Zu wissen, was dich antreibt, ist jedoch essentiell, um dich selber in schwierigen Situationen vorwärts zu treiben, aber auch, um deine Kunden und deine Investoren von deinem Produkt sowie von dir selbst zu überzeugen.

Deine Vision: Wohin soll die Reise gehen?

- Durch die Auseinandersetzung mit deiner Motivation weißt du, warum du deine Idee umsetzen willst und was dich antreibt. Ein starker Motor muss aber durch ein stabiles Orientierungssystem ergänzt werden. Es ist Zeit, dir Gedanken zu deiner Vision zu machen. Ein Innovationsprozess verläuft selten linear und ist geprägt von diversen Anpassungen und Veränderungen. Deine Vision soll dir in diesem sehr dynamischen und teilweise chaotischen Prozess Orientierung bieten. Eine Vision stellt demnach eine Art Leitstern dar, der dir unabhängig von deiner aktuellen Position die Richtung weist. Ausserdem hilft dir deine Vision, das Spielfeld deiner Idee abzustecken. Sie soll dich einerseits dazu animieren, über den Tellerrand deiner angedachten Idee hinauszuschauen, gleichzeitig aber sicherstellen, dass du dein eigentliches Ziel nicht aus den Augen verlierst.



Beispiel

Spotify

Having music moments everywhere

Feeding America

A hunger-free America

Google

To organize the world's information and make it universally accessible and useful.

Harley-Davidson

To fulfill dreams through the experiences of motorcycling.

Instagram

Capture and share the world's moments.



Task

Überlege dir, was du mit deiner Idee eigentlich erreichen willst und formuliere darauf basierend eine übergeordnete Vision.

Es ist nicht einfach, eine Vision aus dem Stehgreif zu formulieren. Du kannst vorerst auch weiterarbeiten und dir während des Prozesses Gedanken zu deiner Vision machen. Stelle aber sicher, dass du zu gegebener Zeit ausformulierst, wohin die Reise eigentlich gehen soll.

Sechs wichtige Tipps aus der Startup-Welt

Es gibt unzählige gute Startup-Bücher. Gerne führen wir am Ende dieses Booklets einige unserer Lieblinge auf, die du dir bei Interesse zu Gemüte führen kannst. Mit den folgenden sechs Tipps erhältst du einen Überblick über die Denk- und die Vorgehensweise, auf welchen all diese Bücher aufbauen.

STELLE DEN KUNDEN INS ZENTRUM

Über 40% aller Startups scheitern, weil sie ein Produkt entwickeln, das die Kunden nicht wollen. Dein Ziel sollte es sein, dieses Risiko von Anfang an drastisch zu reduzieren. Der Fokus muss in dieser frühen Phase entsprechend darauf gesetzt werden, möglichst oft mit potentiellen Kunden zu reden, um qualifiziertes Feedback zu deiner Idee einzuholen. Nur so kannst du sicherstellen, dass deine Kunden deine Idee genauso überzeugend finden wie du selbst. Es geht in dieser frühen Phase nicht darum, dein finales Produkt zu bauen, sondern soviel wie möglich über deine Zielgruppe, deren Probleme und Bedürfnisse zu lernen. Mit diesem Wissen kannst du später ein möglichst ideales Produkt für diese Zielgruppe bauen.

SEI BEREIT, DEINE IDEE ZU VERÄNDERN



Ideen sind dynamisch. Sei dir bewusst, dass deine Idee aufgrund der gesammelten Erkenntnisse am Ende sehr wahrscheinlich anders aussehen wird, als du sie dir im Moment vorstellst. Häufig sind Unternehmer so überzeugt von ihrer Lösung, dass sie angestrengt versuchen, ein passendes Problem dafür zu finden – möglich, aber schwierig. Zielführender ist es, wenn du das identifizierte Problem in den Fokus stellst und bereit bist, deine anfänglich angedachte Lösung an das Problem bzw. an das Kundenbedürfnis anzupassen. Es lohnt sich ausserdem, nach Lösungen zu suchen, die auf den ersten Blick verrückt wirken. Traue dich, auch unkonventionelle Lösungsansätze anzudenken und zu testen – oftmals überzeugen gerade diese frischen und unerwarteten Ideen die Kunden.

**“Fall in love with
the problem,
not the solution.”**

Uri Levine

TESTE DEINE ANNAHMEN IN DER REALITÄT



Deine Idee besteht anfangs grösstenteils aus Annahmen. Es führt kein Weg daran vorbei, diese in der Realität zu testen. Viele Startups scheitern, weil sie genau das nicht machen. Deine Aufgabe wird entsprechend darin bestehen, die kritischen Annahmen deiner Idee systematisch zu identifizieren und zu testen. So kannst du das Risiko deiner Idee kontinuierlich reduzieren. Im Booklet: „Lösung & Prototyping“ findest du weitere Hinweise, wie du deine Annahmen effizient validieren kannst.



MACH DEINE IDEE MIT PROTOTYPEN GREIFBAR

**“If a picture’s worth
a thousand words,
a prototype is worth
a thousand pictures.”**

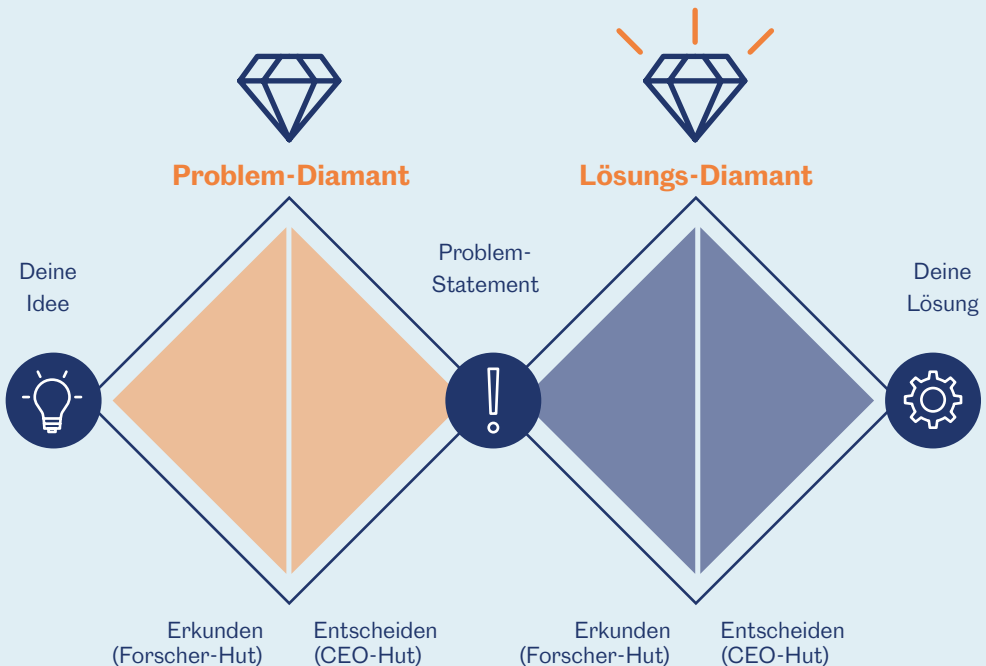
Andy Hall

Mittels Prototypen, also einfachen Frühversionen deiner Lösung, erhältst du in kürzester Zeit qualifiziertes Feedback zu deiner Idee. Du kannst verschiedene Merkmale dieser Versionen testen und überzeugst darüber hinaus mit den Visualisierungen auch deine Investoren.

Wie oben bereits angesprochen, solltest du im Verlauf der nächsten Wochen deine kritischen Annahmen in einem möglichst realistischen Testumfeld validieren. Prototypen sind sozusagen die Hauptdarsteller deines Testsetups. Es ist Egal, ob du die Funktionalität, das Design, die Attraktivität, die Umsetzbarkeit oder die Benutzerfreundlichkeit deines Produktes oder Services testen willst: Mit einfachen und schnell gebauten Prototypen gelingt dir dies in kürzester Zeit und ohne grosse Investitionen. Mehr Informationen zum Thema Prototyping findest du im Booklet „Lösung & Prototyping“.

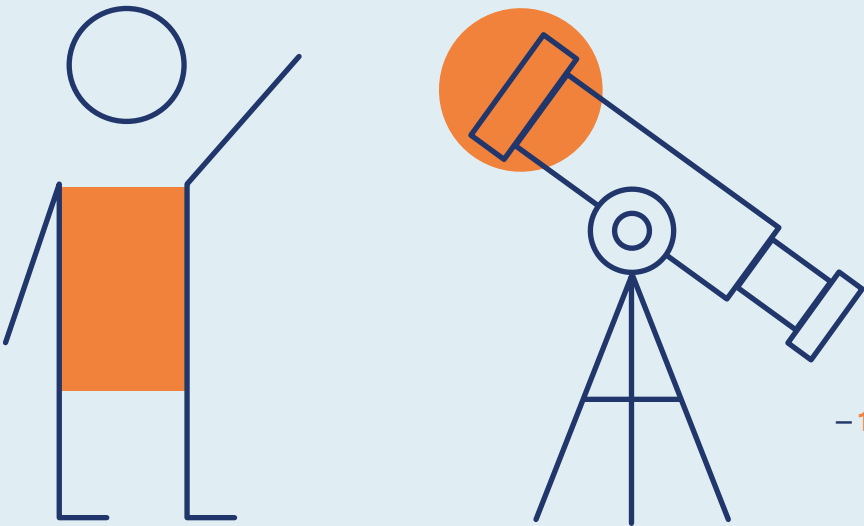
TRAGE UNTERSCHIEDLICHE HÜTE

Innovationsprozesse bestehen normalerweise aus einer Abfolge von erkundenden und entscheidenden Phasen. Während es am Anfang jedes Innovationsprojektes sinnvoll ist, unvoreingenommen und möglichst breit den Kontext der Idee und das Verhalten der adressierten Zielgruppen zu entdecken und zu verstehen, gilt es zu gegebener Zeit, Möglichkeiten zu bewerten, auszusortieren und Entscheidungen zu fällen. Im sogenannten Doppel-Diamanten-Modell wird dieses Vorgehen einfach visualisiert:



In der ersten Hälfte des Problem-Diamanten (Erkunden) trägst du den Hut eines Forschers, der versucht, möglichst explorativ Wissen im Kontext der angedachten Idee zu generieren. Bereits im zweiten Teil des ersten Diamanten (Entscheiden) wechselst du in die Rolle des CEOs und musst dich entscheiden, auf welches Problem und welche Zielgruppe du dich fokussieren willst. Am Anfang des Lösungs-Diamanten (Erforschen) öffnest du deinen Horizont erneut und versuchst – wieder in der Rolle als Forscher – für das adressierte Problem möglichst verschiedene Lösungen zu brainstormen und in Form von Prototypen auszutesten. Während der zweiten Hälfte des Lösungs-Diamanten (Entscheiden) schlüpfst du abermals in die Rolle des CEOs und entscheidest dich für eine Lösung, die vorerst weiter verfolgt werden soll.

Keine Angst, du musst dir dieses Modell weder einprägen noch dich strikt daran halten. Wichtig ist, dass du dir bewusst bist, ob du gerade in einer erkundenden (Forscher) Phase oder in einer entscheidenden (CEO) Phase bist und dass für ein gelungenes Projekt beide Vorgehensweisen notwendig sind.



STELLE SICHER, DASS DU DEINE ERKENNTNISSE DOKUMENTIERST



Damit du den roten Faden nicht verlierst, ist es wichtig, deine Erkenntnisse fortlaufend zu dokumentieren. Das primäre Ziel eines jeden Startups ist es, möglichst viele „Learnings“, also Erkenntnisse über die getroffenen Annahmen zu generieren. Diese Learnings müssen unbedingt festgehalten werden, damit du nicht Gefahr läufst, dich im Kreis zu drehen. In welcher Form du deine Erkenntnisse dokumentierst, ist dir überlassen. Eine gute Möglichkeit, deinen Projektstand zu dokumentieren, bietet dir zum Beispiel der Lean Canvas.

Deine Idee auf einer Seite – der Lean Canvas



Der Lean Canvas ist eines der etabliertesten Tools in der Startup-Welt und bildet alle Dimensionen ab, die du im Rahmen deiner Ideenverwirklichung berücksichtigen solltest. Der Lean Canvas dient dir als einfache Gesamtübersicht deiner Idee und hilft dir, den Kontext deiner Idee zu verstehen und deine gewonnenen Erkenntnisse abzubilden.

Lean Canvas

Problem		Lösung		Alleinstellungsmerkmal		Unfairer Vorteil		Kundensegmente	
Beschreibe die 1-3 größten Probleme deiner Kunden		Beschreibe eine Lösung für jedes Problem		Eine einfache, klare Botschaft, die erklärt, warum deine Lösung anders und beachtenswert ist		Etwas das es anderen schwer macht, die Lösung zu kopieren		Liste deine Ziel- und Nutzergruppen auf	
Bestehende Alternativen Wie werden diese Probleme bisher gelöst?		Kennzahlen Welche messbaren Zahlen zeigen, ob die Lösung funktioniert		Kurzkonzept Die X für Y Analogie Youtube = Flickr für Videos		Channels Wie erreichst du deine Kunden		Early Adopter Beschreibe die Eigenschaften deines idealen Kunden	
Kosten					Einnahmen				
Liste deine festen und variablen Kosten auf					Liste deine Einnahmequellen auf				

Eine Idee hat nur dann eine Chance umgesetzt zu werden, wenn sie als gesamtheitliches Konzept verstanden wird. Erst wenn alle Dimensionen des Lean Canvas miteinander in Verbindung gebracht werden und diese in sich schlüssig sind, zeigt sich das wahre Potential deiner Idee.

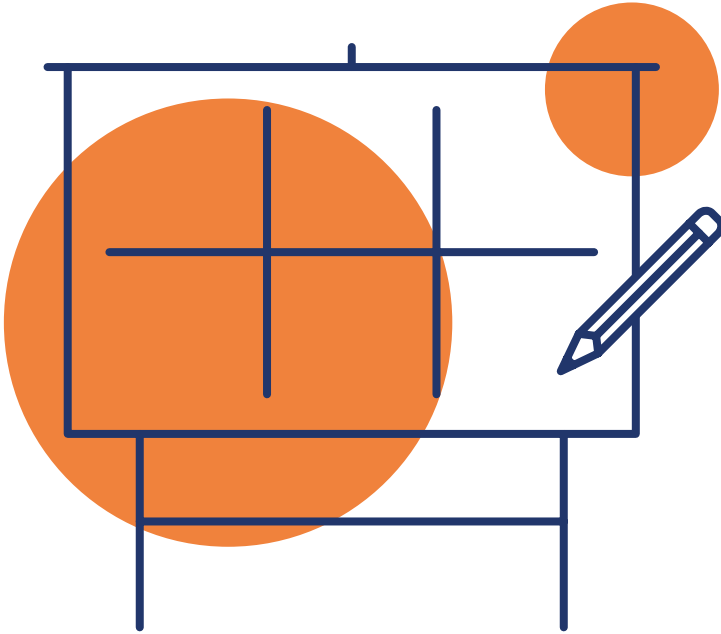
Dein Lean Canvas ist ein dynamisches Modell und wird in diesem Sinne nie fertig sein. Entwickle die Inhalte deines Canvas parallel zu deiner Idee ständig weiter und versuche, mit farbigen Post-its deinen Fortschritt zu dokumentieren (Codierung der Annahmen bspw. gelb: zu prüfen, grün: geprüft, rot: kritische Komponenten).

Falls du unsicher bist, wie du den Lean Canvas richtig ausfüllst und welche Dimensionen für dich momentan zentral sind, hilf dir selber mit der einfachen Google-Suche „how to lean canvas“.

Task

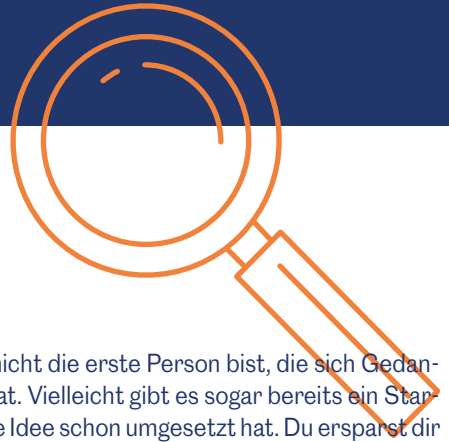
Nimm dir 15 Minuten Zeit und schreibe in jedes Feld des Canvas die ersten Gedanken, die dir in den Sinn kommen.

Nutze dafür eine entsprechend grosse Vorlage des Lean Canvas (Download via www.bluelion.ch/services/toolkit oder Aufzeichnen der Felder auf einem Flipchart / Whiteboard). Es geht dabei nicht darum, deine Idee im Detail auszuformulieren, sondern einen ersten Entwurf deiner Idee zu skizzieren. Oftmals macht es auch Sinn, mehrere Versionen des Canvas auszufüllen, um Ideen zu sammeln und verschiedene Variationen deiner Idee anzudenken.



Es ist normal, dass gewisse Felder vorerst noch leer sind. Nimm die leeren Felder später als Anlass, um dir bewusst Gedanken dazu zu machen.

Recherchen – Tauche in die Welt deiner Idee ein



Es ist sehr wahrscheinlich, dass du nicht die erste Person bist, die sich Gedanken rund um „deine“ Idee gemacht hat. Vielleicht gibt es sogar bereits ein Startup oder ein Unternehmen, das deine Idee schon umgesetzt hat. Du ersparst dir viel Zeit und Frust, wenn du bereits jetzt versuchst, dir einen groben Überblick über den Kontext deiner Idee zu verschaffen. Scanne das Internet zu allen Themen, die deine Idee berühren. Wichtig: Wenn jemand anderes deine Idee schon umgesetzt hat, heisst das nicht, dass du sie verwerfen musst – im Gegenteil, denn offensichtlich besteht ein Markt dafür! Du wirst jedoch herausfinden müssen, wie du dich gegenüber bestehenden Lösungen abgrenzen und dir ein Alleinstellungsmerkmal erarbeiten kannst. Auf der anderen Seite hast du den grossen Vorteil, dass du aus den Fehlern deiner vermeintlichen Konkurrenten lernen und dich gezielt positionieren kannst.

Recherchieren kannst du aber auch nebenbei im Alltag. Versuche deine Idee ab jetzt ständig im Hinterkopf mitzutragen, beobachte die Welt von nun an als CEO deiner Idee und nutze alle Gelegenheiten für Gespräche, um dir Wissen anzueignen und interessante Kontakte zu knüpfen. Du wirst erstaunt sein, wie viele Leute dir spannende Inputs und wertvolle Kontakte zu deiner Idee liefern können.

Recherchieren hilft dir dabei, den Kontext deiner Idee besser zu verstehen. Es ist aber ein Trugschluss, anzunehmen, dass dies als Validierung deiner Idee ausreicht. Reales Kundenfeedback ist zwingend notwendig. Warum dies so ist und wie du dieses erhältst, erfährst du im Booklet: Problem & Kunden.

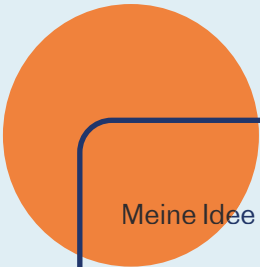
Task

Recherchiere **maximal eine Stunde** zum Kontext deiner Idee.

Der One Sentence Pitch – Verkaufe dich und deine Idee

Du solltest jetzt alle Informationen zusammengetragen haben, die du für einen ersten Mini-Pitch benötigst. In den kommenden Wochen wirst du deine Idee nämlich noch oft verschiedensten Leuten in kurzer Zeit vorstellen, damit du wichtige Feedbacks einholen kannst. Der sogenannte „One Sentence Pitch“ hilft dir, deine Idee kurz und knackig auf den Punkt zu bringen, ohne dich zu verzetteln.

Vielleicht hast du schon einmal etwas vom berühmten „Elevator Pitch“ gehört? Der Elevator Pitch wurde für das (zugegebenermaßen unwahrscheinliche) Szenario entwickelt, dass du eines Tages einen Investor im Lift triffst und nur ein paar Sekunden Zeit hast, ihm deine Idee zu verkaufen. Der One Sentence Pitch ist im Grunde genommen nichts anderes und sieht normalerweise wie folgt aus:



Meine Idee **NAME?** ist ein(e) **WAS? (1)**

die **WEM?** hilft mit **WAS? (2)**

mithilfe von **GEHEIMZUTAT?**

WAS? (1)

Deine Idee kurz & einfach, so dass sie von jedem verstanden werden kann.

WEM?

Wen adressierst du mit deiner Idee und wer könnten deine ersten Nutzer sein.

WAS? (2)

Welches Problem löst deine Idee und wie löst du dieses Problem.

GEHEIMZUTAT?

Was macht deinen Lösungsansatz einzigartig und unterscheidet deine Idee von vielleicht schon bestehenden Ideen.

Task

Entwickle einen One Sentence Pitch deiner Idee.

Du weisst inzwischen nicht nur, was dich antreibt, sondern hast bereits auch einen ersten Entwurf deiner Geschäftsidee entwickelt (Lean Canvas) und einen kurzen Pitch (One Sentence Pitch) ausformuliert. In diesem ersten Booklet hast du deine Idee als Ganzes betrachtet. In den folgenden Booklets wirst du in die einzelnen Felder des Lean Canvas hineinzoomen und spezifische Erkenntnisse zu den verschiedenen Dimensionen sammeln. Wage jedoch regelmässig den „zoom-out“ auf die Gesamtübersicht deiner Idee, um zu erkennen, wie sich deine Idee als Ganzes weiterentwickelt hat.



Wir empfehlen dir weiterzufahren wenn du:

- Dir Gedanken zu deiner Motivation gemacht hast und weißt, was dich antreibt.
- Dein übergeordnetes Ziel kennst und dieses in Form einer Vision ausformuliert hast.
- Eine kurze Recherche zum Kontext deiner Idee durchgeführt hast.
- Dir eine erste Übersicht über deine Idee in Form eines Lean Canvas verschafft hast.
- Deine Idee als One Sentence Pitch formuliert hast.



Die wichtigsten Erkenntnisse aus diesem Booklet:

Sei dir bewusst, was dich antreibt und wohin die Reise gehen soll.

Ideen verändern sich. Sei bereit, diese Veränderungen zu begrüßen.

Du entwickelst deine Idee für Kunden. Höre zu, was diese zu sagen haben.



Was erwartet dich im nächsten Booklet (Problem & Kunde)?

- Du machst dich mit den Zielgruppen deiner Idee vertraut.
- Du erfährst, was eine Persona ist und welchen Nutzen diese hat.
- Du führst Problem-Interviews mit deinen potentiellen Kunden.
- Du erhältst ein Bild davon, wo der Schuh bei deinen Kunden drückt.
- Du identifizierst ein „problem worth solving“ – ein Problem, das es wert ist, gelöst zu werden.
- Du findest heraus, welche Zielgruppe am stärksten unter dem Problem leidet (Early Adopters).
- Du erfährst, was ein Problemstatement ist und wie du dieses formulierst.

Unsere Lieblingsbücher

Wie versprochen, möchten wir dir einige Bücher empfehlen, die du dir bei Gelegenheit anschauen kannst:

Bartl, D., & Dark Horse Innovation (2016): **Digital innovation playbook: Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager.**

Blank, S., & Dorf, B. (2012): **The startup owner's manual : The step-by-step guide for building a great company.**

Fisk, P. (2015): **Gamechangers : Are you ready to change the world? Creating innovative strategies for business and brands.**

Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2018): **Das Design Thinking Playbook.**

Maurya, A. (2012): **Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works.**

Pijl, P. van der, Lokitz, J., Solomon, L. K., & Schallmo, D. R. A. (2018): **Design a better business : Neue Werkzeuge, Fähigkeiten und Mindsets für Strategie und Innovation.**

Ries, E. (2011): **The Lean Startup.**



Bluelion

© 2019 **Bluelion Incubator**

Autoren: Mayer Miro, Wiedemer Caroline, Zumoberhaus Daniel

Design & Illustration: Bernotti Federico

Weitere Mitwirkende: Imfeld Claudia, Polini Giada, Senn Anina,
Renfer Christian, Stender Urs, Zeiler Christian, Zimmermann Anja.

Das Werk, einschliesslich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung der Autoren unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

