

Wie plane ich meine Geschäftsidee?

1. Teil | Webinar-Reihe „Erfolgreich gründen“ | 12. Februar 2025

www.gruenderservice.at



Idee und mehr

WIE

- überprüfe ich meine Gründungsidee?
- setze ich sie richtig um?
- kann ich dabei unterstützt werden?

Das Webinar



Dipl.-Ing. Thomas Kasper

- Erfahrener Unternehmensberater
- Mitglied Experts-Group „Unternehmensgründung und Startup“
- Mischung aus Input und Fragen
- Unterlagen und weiterführende Infos auf www.wko.at/ooe/gruendung/webinarreiheerfolgreichgruenden
- Dauer max. 45 Minuten

Weiterführende Infos

- Businessplan-Initiative www.i2b.at
- Förderung Gründer:innen-Coaching foerderungen.wkooe.at
- Mindestumsatzrechner www.gruenderservice.at
- Plan4You www.gruenderservice.at



Alle Informationen finden Sie auf unserer Homepage.

Die nächsten Termine



Wie mache ich auf Social Media Werbung

Dienstag, 04. März | 08:30 - 09:15 Uhr

Wie manage ich mich selbst?

Donnerstag, 27. März | 16:00 - 16:45 Uhr

Wie kalkuliere ich meinen Preis

Mittwoch, 16. April | 08:30 - 09:15 Uhr

Welchen digitalen Vertriebsweg kann ich nützen?

Mittwoch, 07. Mai | 16:00 - 16:45 Uhr

Wie bleibe ich flüssig?

Mittwoch, 04. Juni | 08:30 - 09:15 Uhr

Wie mache ich eine Eingaben-Ausgaben-Rechnung?

Dienstag, 24. Juni | 16:00 - 16:45 Uhr

Erinnerung 24h vor Webinarbeginn

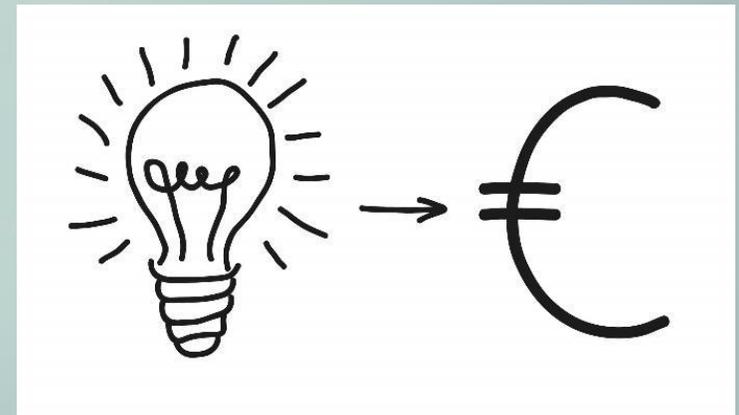
Wie plane ich meine Geschäftsidee?

Webinar-Reihe Erfolgreich Gründen



Dipl.-Ing. Thomas Kasper

Wirtschaftskammer Oberösterreich / 12. Februar 2025 – 08:45 bis 09:30 Uhr





Thomas Kasper
INNOVATIONSMANAGER.NET 



Ausbildung, Weiterbildung

- Certified Digital Consultant (incite GmbH)
- Akademischer Innovationsmanager (FH Wiener Neustadt)
- Agile Manager (LIMAK Austrian Business School)
- Diplom wertorientierter systemischer Coach und Berater (Coach Akademie Schweiz)
- Studium Mechatronik (Johannes Kepler Universität Linz)
- HTBLA Vöcklabruck / Maschinenbau-Betriebstechnik
- Lehrausbildung zum Anlagenmonteur (Lenzing AG)

Erfahrung, Kernkompetenzen, speziell für Gründer:innen

- Gründungs- & Business Coaching (von der Idee zum Erfolg)
- Entwicklung von Vision, Mission & Big Picture
- Geschäftsmodell & Businessplan Entwicklung
- Pitch Deck Erstellung & Pitch Training

Mein Ziel ist es, die Träume meiner Gründer:innen zum Fliegen zu bringen. Das treibt mich an!



Think Outside The Box

Treiber und Quellen von Neuem

Market Pull

Was wünscht sich unser Kunde?

Was begeistert unseren Kunden?

Welche Probleme haben unsere Kunden?

Technology Push

Welche Trends kommen auf uns zu?

Welche Technologien kommen auf uns zu?

Wie kann automatisiert & digitalisiert werden?

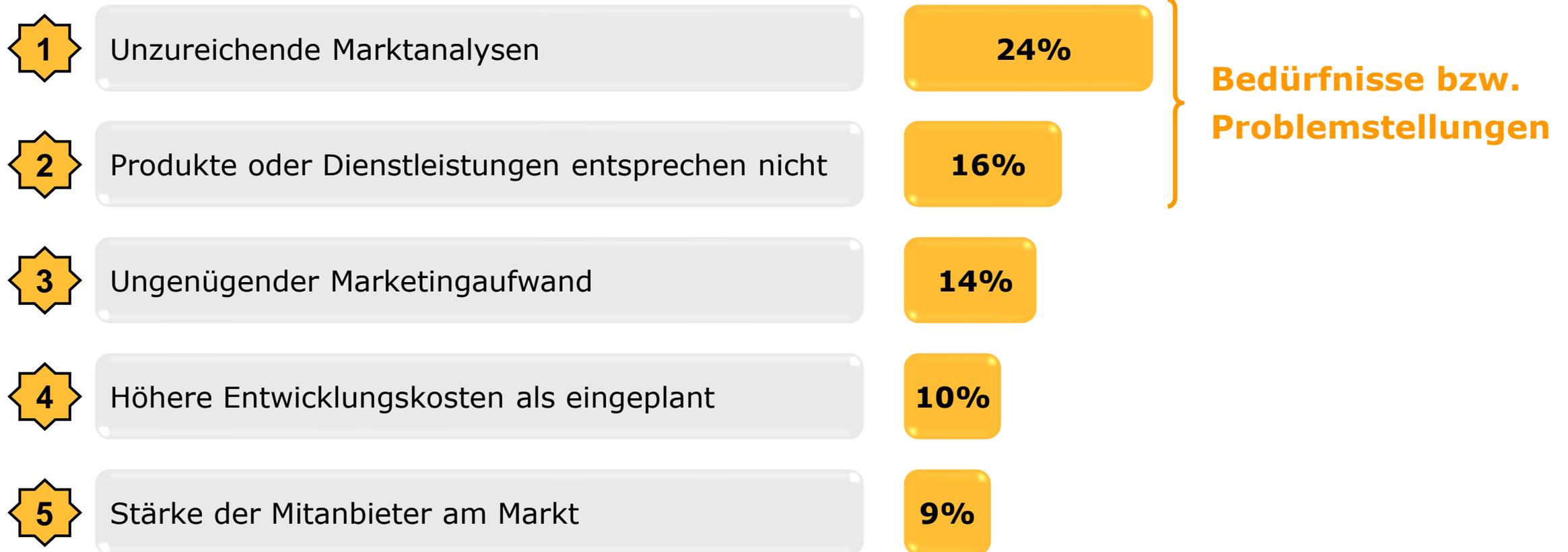




Think Outside The Box

WARUM Neues oft scheitert

Weshalb die meisten Innovationen scheitern: *



* Angaben befragter Unternehmen, Quelle: Strategyn iip innovation in progress GmbH

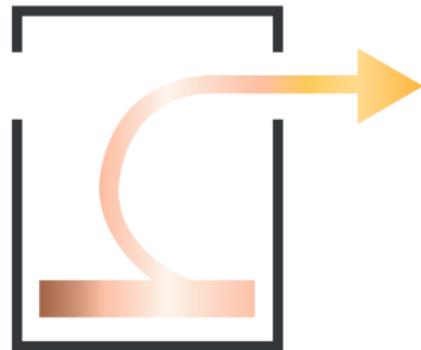
Das hat zur Folge, dass ca.

70% aller Innovationen & Projekten nicht den geplanten Erfolg erreichen.

90% aller neuen Produkte und Dienstleistungen nach einem Jahr nicht mehr am Markt sind bzw. nicht mehr „gelebt“ werden.

Das Ziel muss also sein:

>> Eindeutige Identifizierung der Kundenbedürfnisse bzw. Problemstellungen <<



Think Outside The Box

*7 Tipps, damit euch das
hoffentlich nicht passiert 😊*

Verkauf euren Kunden Lösungen und Nutzen!

>> keine Leistungen oder Produkte! <<

"Kunden wollen keinen Bohrer kaufen. Sie wollen ein Loch in der Wand!"

– Theodore Levitt



Fokussiert euch auf das Kundenbedürfnis!

Die Aufgaben, die unsere Kunden erledigen wollen, müssen wir analysieren.

>> Hinter jeder Aufgabe steht ein konkretes Bedürfnis <<

Buchtipps:

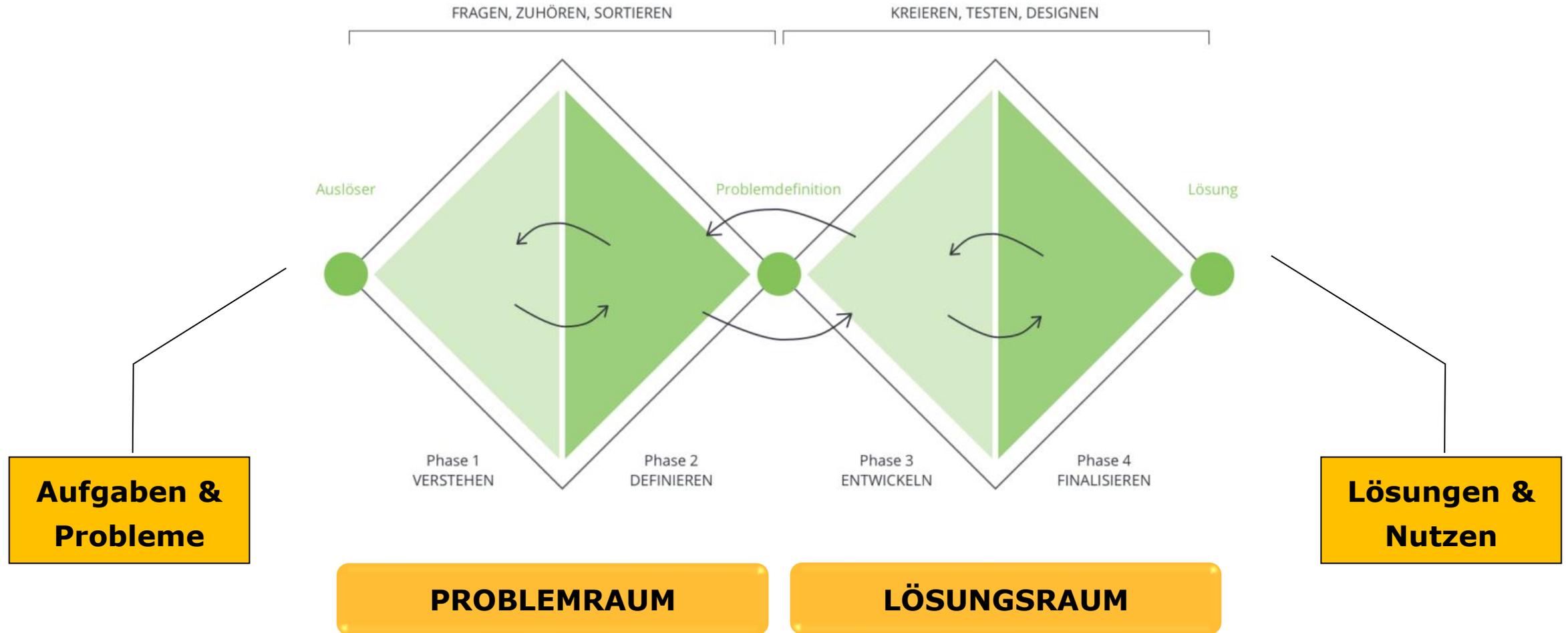
Clayton M. Christensen
Anthony W. Ulwick

„Job-To-Be-Done Thinking“



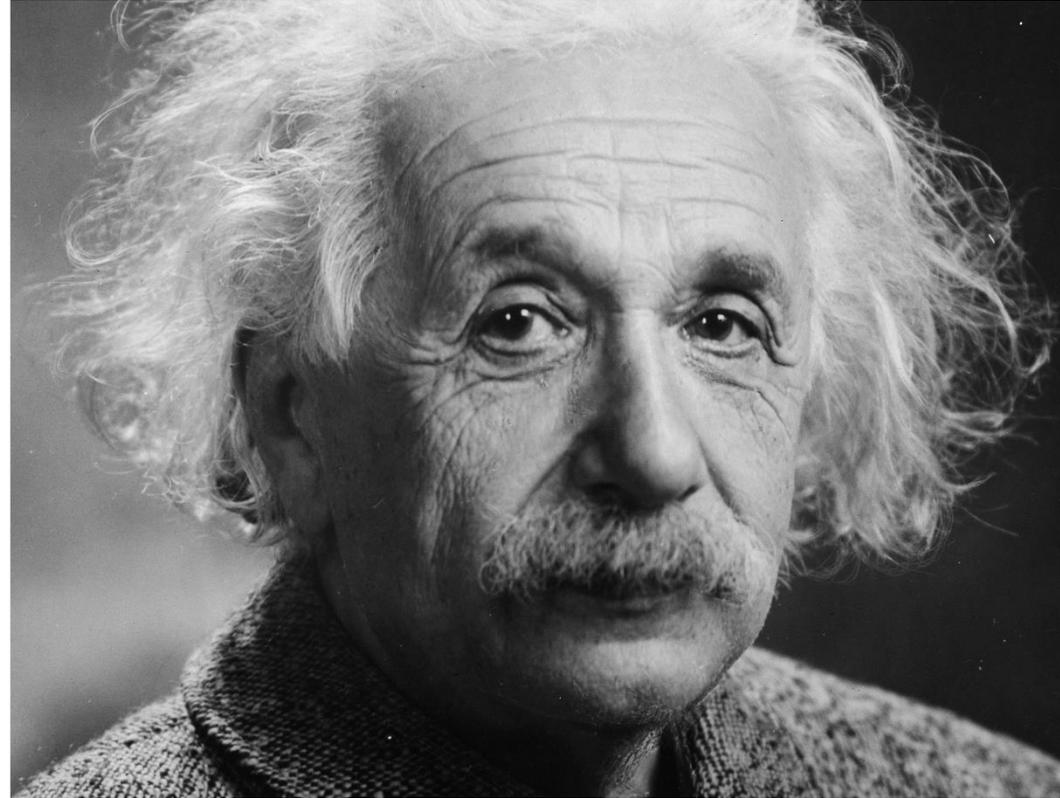
Fokussiert euch auf das Kundenproblem!

Tipp 2



Der Double Diamond Prozess

Das Problem zu verstehen ist essentiell!



*„Wenn ich eine Stunde habe, um ein Problem zu lösen, dann beschäftige ich mich
55 Minuten mit dem **Problem** und **5 Minuten** mit der **Lösung.**“*

Schon öfters gelesen oder gehört ...

- *„Ein solches Produkt oder Dienstleistung gibt es noch nicht am Markt.“*
- oder ...
- *„Wir haben keine Konkurrenz, wir sind einzigartig!“*

Unsere Gegenfragen:

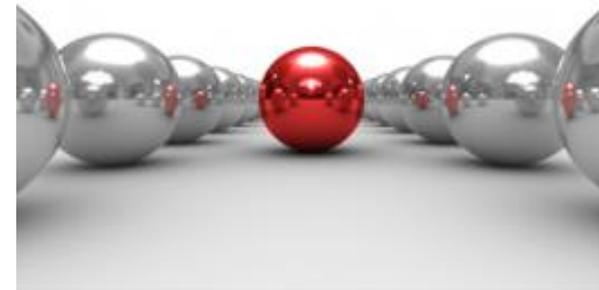
Warum gibt es dieses Produkt / diese Dienstleistung noch nicht am Markt?

Warum soll jemand bei dir / bei euch kaufen und nicht zum Mitbewerber gehen?

Die Basis eures Erfolges ist immer der Kundennutzen!

- Der **Kundennutzen** formuliert **das Neue oder das Bessere** im Vergleich zum Angebot der Konkurrenz oder zu alternativen Lösungen.
- Er ist das **wesentliche Unterscheidungsmerkmal** und **entscheidend für den Markterfolg** eurer Geschäftsidee /eures Vorhabens.
- Die **(Problem-)Lösungen** für Kunden sind: günstiger, flexibler, sicherer, verlässlicher, handlicher, schöner, kleiner, einfacher, leichter, bequemer, schneller ...

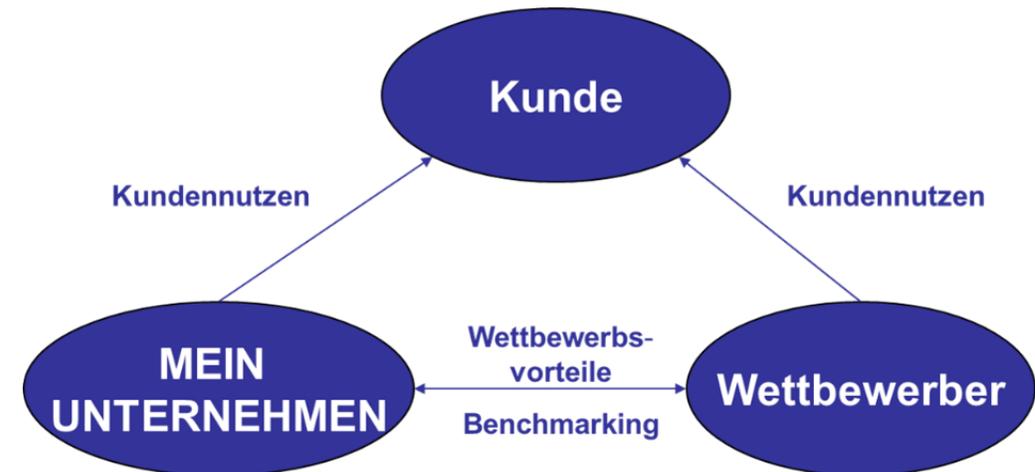
Einfach anders als bei den anderen!



Fokus auf euren USP - der einzigartige Kundennutzen!

Als **USP** (engl. **unique selling proposition**), **Alleinstellungsmerkmal** wird **das Leistungsmerkmal bezeichnet**, mit dem sich ein **Angebot deutlich vom Wettbewerb abhebt**.
Folgende Fragen stellen sich:

- **Was** macht meine Geschäftsidee **einzigartig**?
- **Wie** können wir unseren Kunden einen **höheren Kundennutzen** bieten als unsere Wettbewerber?
- **Warum** sollen die Zielkunden gerade **bei mir kaufen**?



Die Qualitätsattribute jedes Produktes / jeder Dienstleistung lassen sich laut KANO Modell einteilen in ...

**BASIS-
Merkmale**

- selbstverständlich
- nicht artikuliert
- offensichtlich

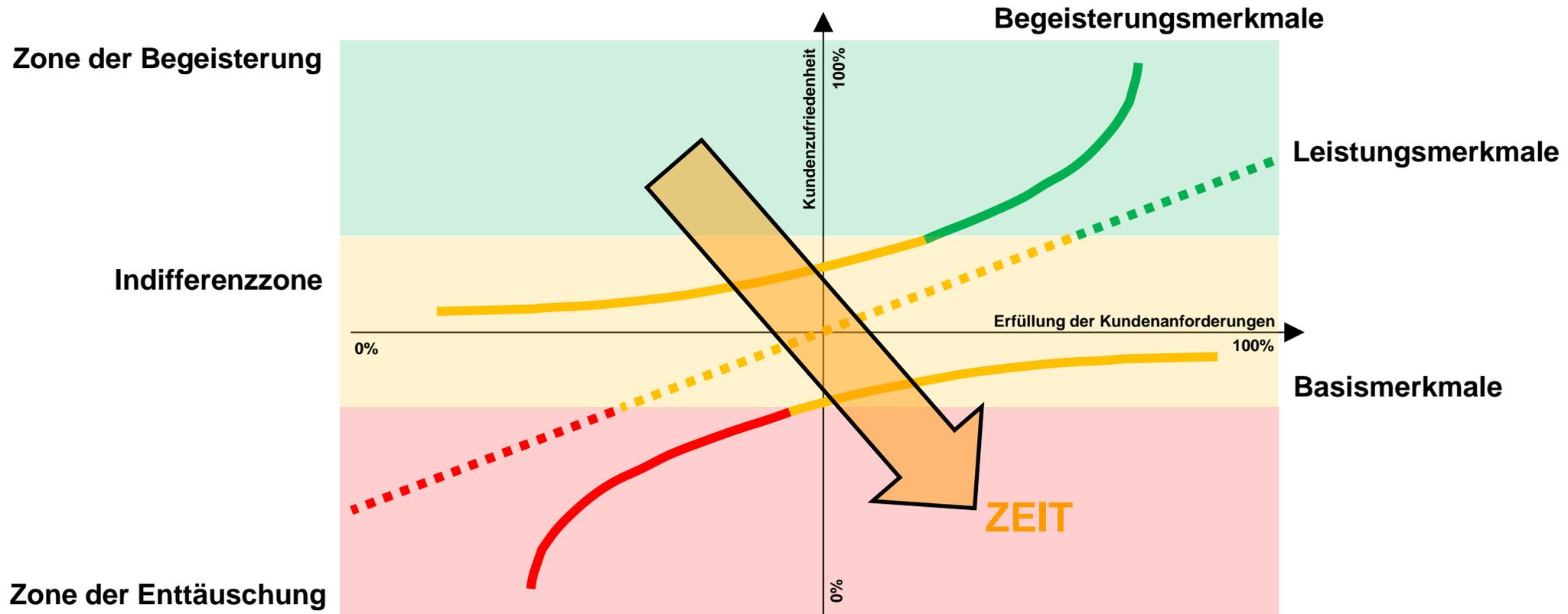
**LEISTUNGS-
Merkmale**

- artikuliert
- messbar
- technisch

**BEGEISTERUNGS-
Merkmale**

- nicht artikuliert
- begeisternd

KANO Analyse - Produktfeatures auf Kundennutzen prüfen!





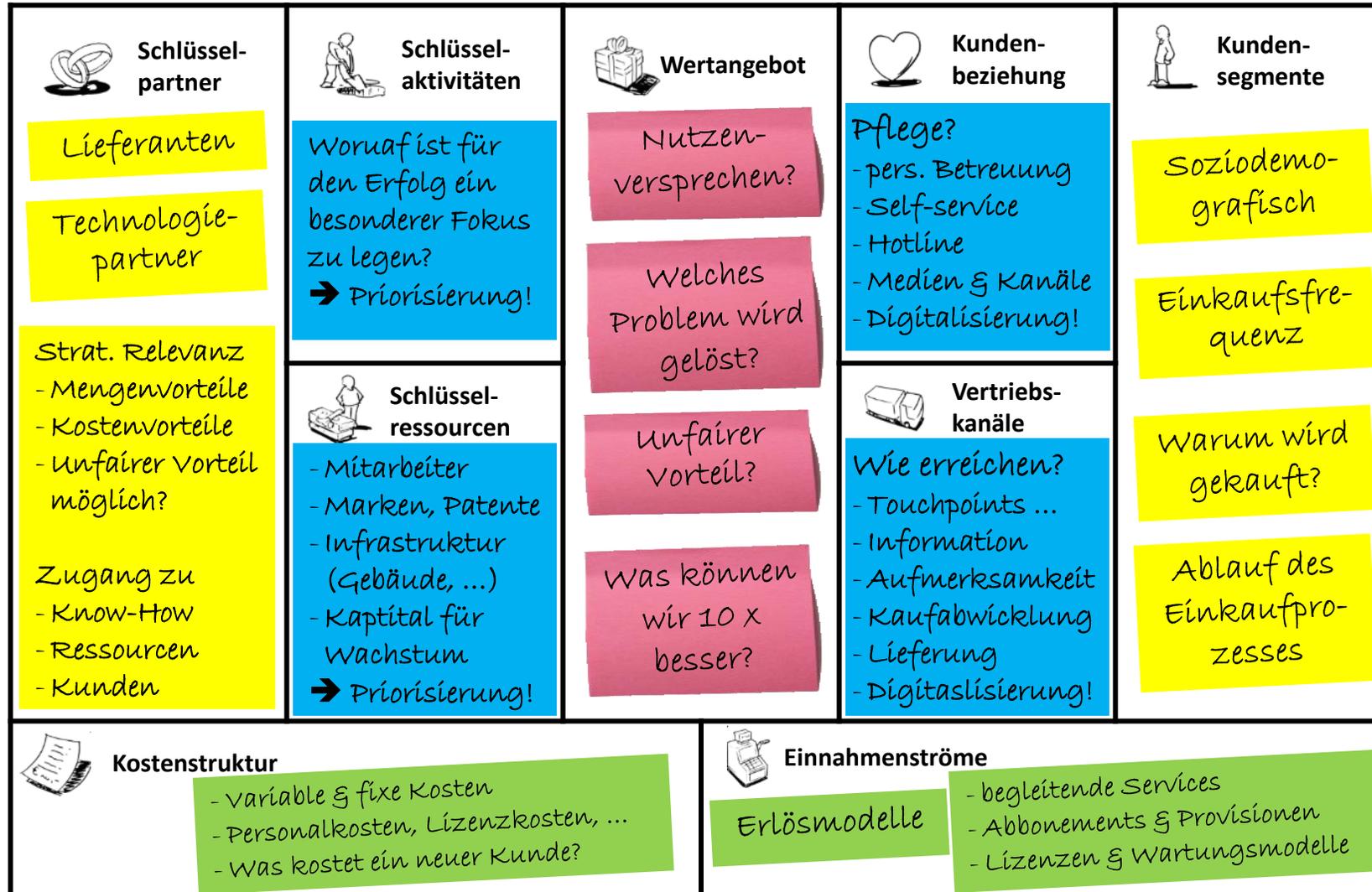
www.businessmodelgeneration.com; digitaleneuordnung.de

Die Business Model Canvas (BMC)

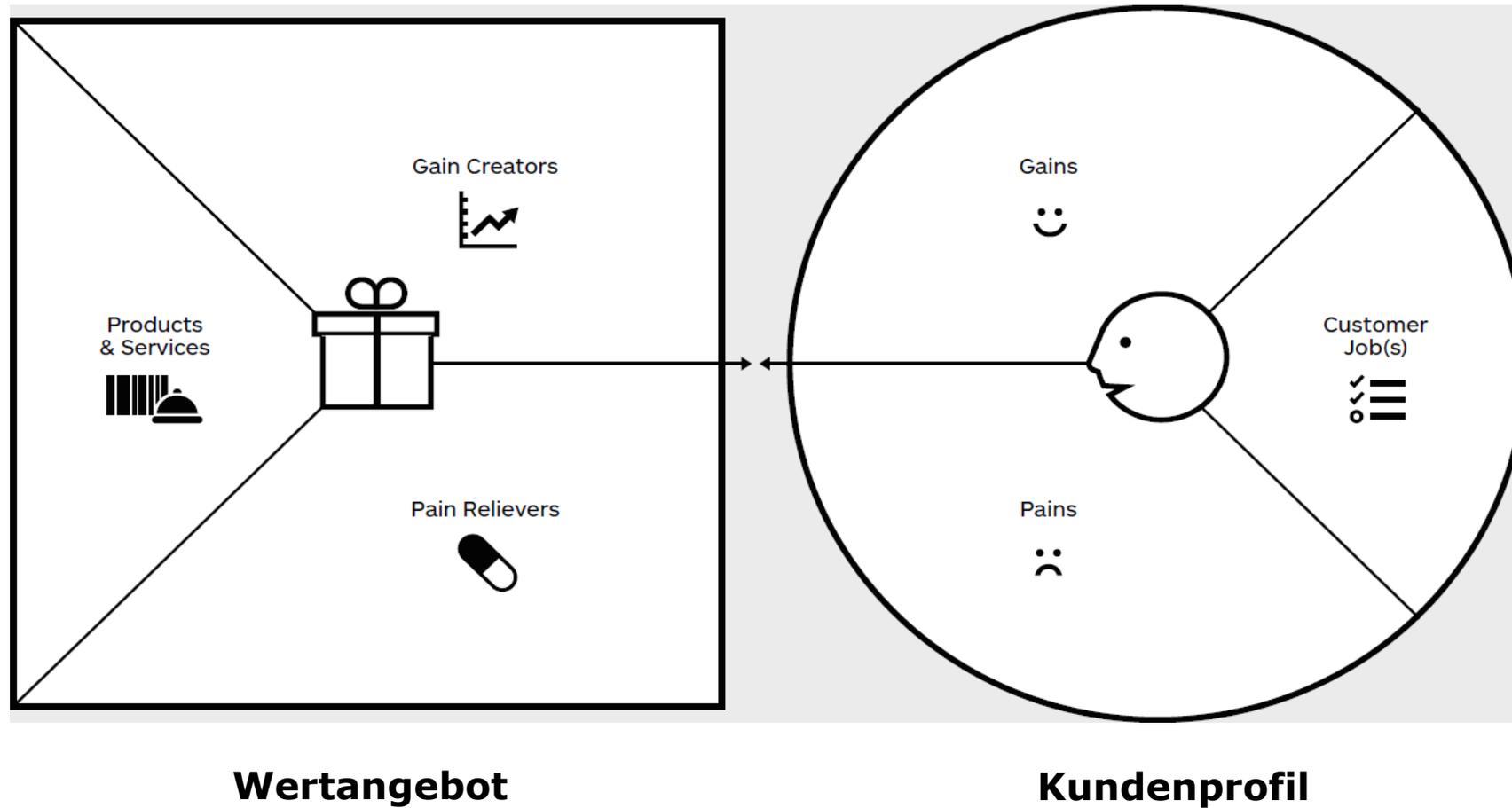
Typische Anwendungsfelder

- ✓ Gemeinsam mit Partnern eine **Idee konkretisieren** und die **Potentiale** dahinter diskutieren
- ✓ Aus einer Idee ein **Geschäft entwickeln**
- ✓ **Verschiedene Varianten** eines Produktes oder Dienstleistung **erarbeiten**
- ✓ ... und dann die getroffenen **Annahmen überprüfen**
- ✓ **Auf nichts vergessen** - keine wesentlichen Fragen außer Acht lassen
- ✓ **Vorstufe** für einen **Businessplan**

BMC: Ablauf und Details

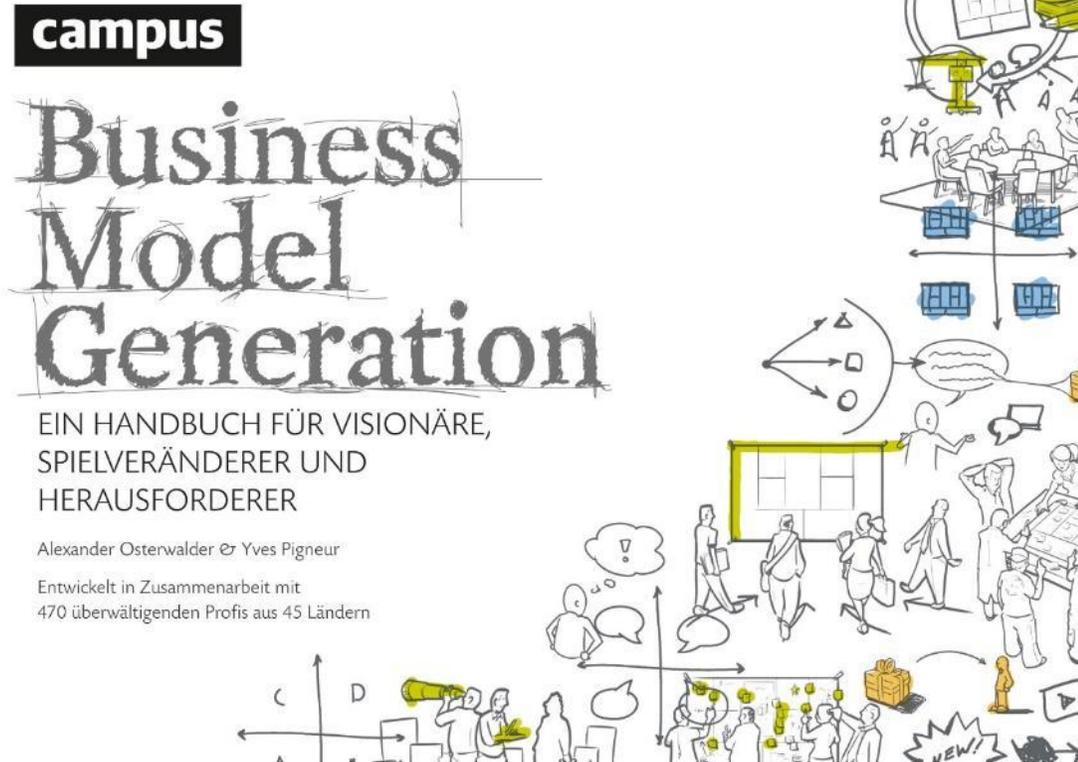


Das Werteversprechen optimieren mit „Value Proposition Design“



Quelle: Osterwalder A., Pigneur Y., Bernarda G., Smith A. (2015).
Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen.

Zum Thema passende Bücher



Die Fortsetzung des Bestsellers *Business Model Generation*!

Entwickeln Sie Produkte und Services,
die Ihre Kunden wirklich wollen, mit

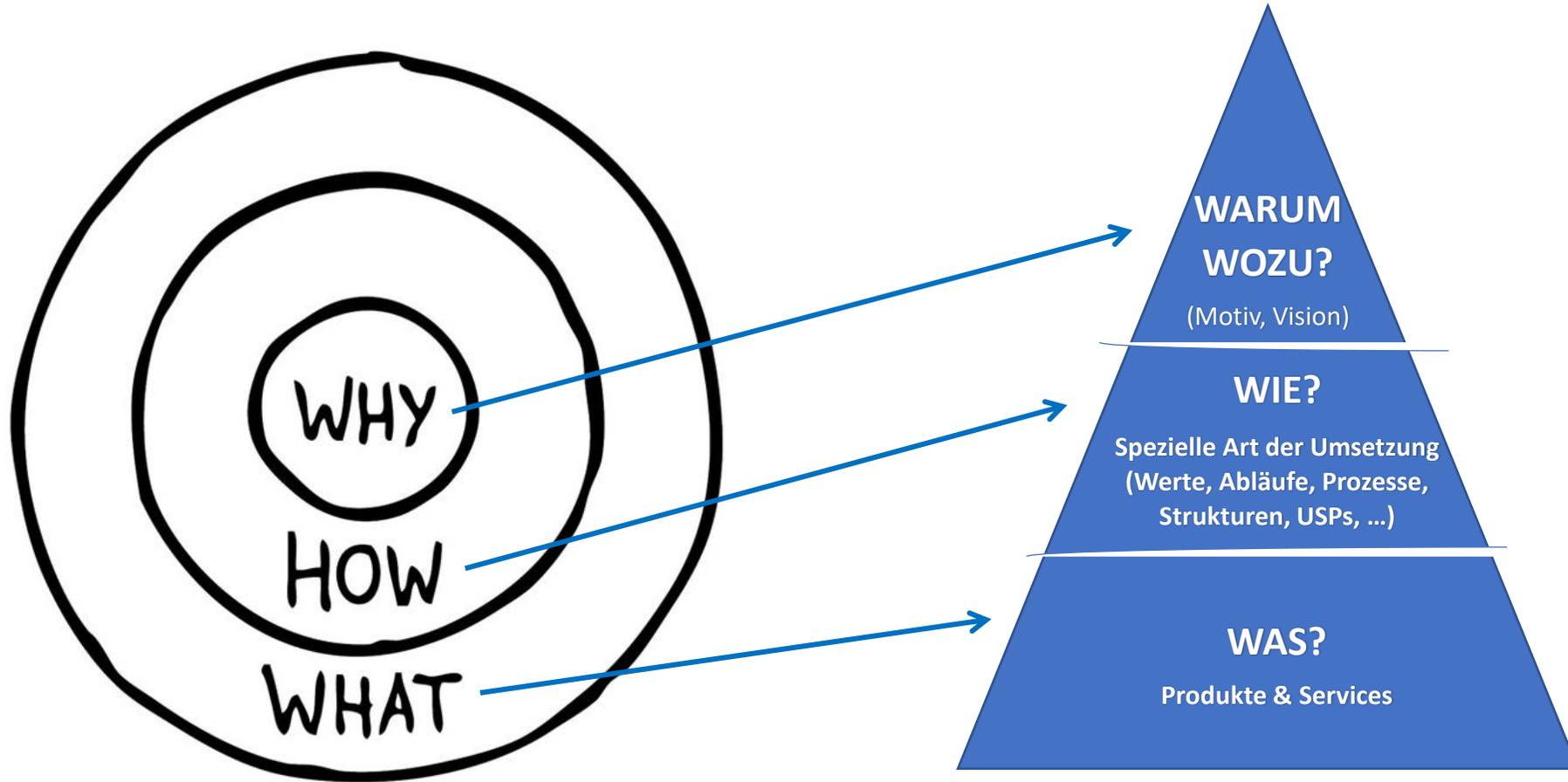
Value Proposition Design

strategyzer.com/vpd

Alexander Osterwalder,
Yves Pigneur,
Greg Bernarda,
Alan Smith

Design:
Trish Papadakos





Der Golden Circle von Simon Sinek

Elevator Pitch:

Wie du dein Business in unter 1 Minute erklärst, um Interesse zu schüren und in einen Dialog eingeladen zu werden ...

Ziel deines Kurz-Pitches ist **NICHT der Verkaufsabschluss**, sondern das **Interesse des Gesprächspartners**, mit dir in einen **weiterführenden Dialog** einzusteigen!

Lerne, wie du dein Business in 1 Minute erklärst!

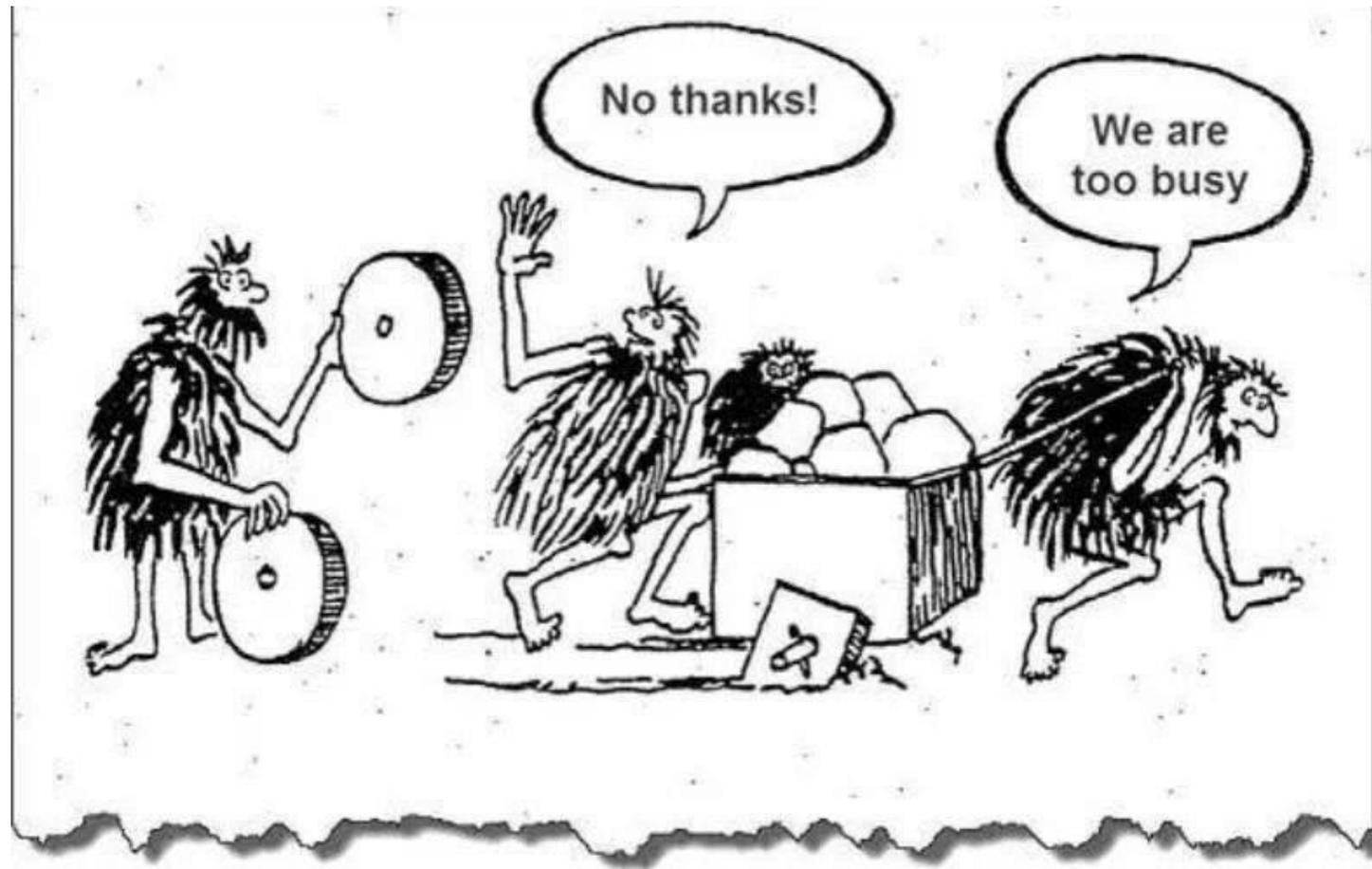
Basis-Pitch

Wir helfen **Zielgruppe** dabei **Problem** zu lösen
Indem wir **Lösung**



Viel Spaß bei eurer Selbständigkeit!

... und blickt auch manchmal nach links und rechts ...



Wer ich bin 😊



Thomas Kasper 
INNOVATIONSMANAGER.NET

- Leidenschaftlicher „Erklärbar“
- **Unternehmensberater**
*mit Fokus Innovation, digitale Transformation
& künstliche Intelligenz*
- **Startup Gründer und Entrepreneur**

Dipl.-Ing. Thomas Kasper

Thomas Kasper - Innovationsmanager

A - 4020 Linz, Schillerstraße 12

Mob +43 660 / 5032953



kontakt@innovationsmanager.net



www.innovationsmanager.net

Thomas Kasper
INNOVATIONSMANAGER.NET



Dipl.-Ing. Thomas Kasper

A-4020 Linz, Schillerstraße 12

+43 660 503 295 3

kontakt@innovationsmanager.net

www.innovationsmanager.net



Erfolgreicher durch strategische Innovation!