

Die 7K-Checkliste

Die Erfolgchancen von Geschäftsideen
prüfen

Prof. Dr.-Ing. Graham Horton

Die Prüfung von Geschäftsideen

Eine wichtige Aufgabe für Startups:

- Die Bedeutung der Prüfung wird oft unterschätzt.
- Viele Startups scheitern mit ihren Geschäftsideen.

Es müssen verschiedene Perspektiven betrachtet werden.

- Sie bilden einen Teil des Business Plans.
- Ein professioneller Investor erwartet sie.

Die Prüfung von Geschäftsideen

Die Prüfung erfolgt in mehreren Phasen.

- Zunächst erfolgt eine grobe Prüfung.
- Im Erfolgsfall folgen dann tiefere, speziellere Prüfungen.

Die 7K-Checkliste ...

- eignet sich als Orientierung für die erste Phase
- enthält viele wichtige Kriterien nicht

Sie reicht (lange!) nicht aus für eine vollständige Prüfung.

Die 7K-Checkliste

Die 7K-Checkliste besteht aus den folgenden Einträgen:

1. Kundennutzen
2. Kundenpotenzial
3. Konkurrenzvorteil
4. Kompetenz
5. Kommunikation
6. Kosten
7. Kapitalbedarf

Kundennutzen

Kundennutzen (*Customer value*):

- Der Wert, den ein Produkt für den Kunden hat

Teilfragen zum Kundennutzen:

- Welchen Nutzen hat das Produkt für die Kunden?
- Welches Kundenproblem löst das Produkt?
- Wie wichtig ist das zu befriedigende Kundenbedürfnis?
- Ist der Nutzen überzeugend darstellbar?

Kundenpotenzial

Kundenpotenzial:

- Der Wert des Marktes für das Produkt

Teilfragen zum Kundenpotenzial:

- Wie groß ist der Markt für dieses Produkt?
- Wie wird sich der Markt in Zukunft entwickeln?
- Wie viel sind die Kunden bereit, für das Produkt zu bezahlen?
- Lassen sich weitere Märkte durch Anpassungen erreichen?

Konkurrenzvorteil

Konkurrenzvorteil:

- Was macht das Produkt besser als seine Konkurrenten?

Teilfragen zum Konkurrenzvorteil:

- Welche Vorteile hat das Produkt gegenüber den Alternativen?
- Ist dieser Vorteil groß genug, um einen Wechsel zu veranlassen?
- Trifft dieser Vorteil auf ein wichtiges Kundenbedürfnis?
- Wie kann ein Interessent sich von den Vorteilen überzeugen?

Kommunikation

Kommunikation:

- Wie soll die Kommunikation mit dem Markt erfolgen?

Teilfragen zur Kommunikation:

- Wie soll auf das neue Produkt aufmerksam gemacht werden?
- Wie sollen die Kundenreaktionen ermittelt werden?
- Wie können sich Kunden über das Produkt informieren?
- Mit welchen Botschaften soll geworben werden?

Kosten

Kosten:

- Die Ausgaben, um das Produkt bereitzustellen und zu vermarkten

Teilfragen zu den Kosten:

- Wie hoch sind die Entwicklungskosten?
- Wie hoch sind die Herstellungs- und Distributionskosten?
- Wie hoch sind die Kosten für Marketing und Vertrieb?
- Wie hoch sind die Kosten für den Launch?

Kompetenz

Kompetenz:

- Fähigkeiten, die erforderlich sind, um das Produkt bereitzustellen

Teilfragen zur Kompetenz:

- Wie sehr hängt die Umsetzung von speziellen Kompetenzen ab?
- Besitzen wir alle erforderlichen Kompetenzen?
- Können wir ggf. fehlendes Know-How einkaufen?
- Sind wir auf Geschäftspartner angewiesen?

Kapital

Kapital:

- Der Finanzierungsbetrag, der insgesamt notwendig ist

Teilfragen zum Kapitalbedarf:

- Wie viel werden wir bis zum Break-Even ausgeben?
- Wie lange dauert es bis zum positiven Cash Flow?
- Welche Risiken müssen abgedeckt werden?
- Werden Mittel später für Wachstumsmaßnahmen benötigt?