

WORKBOOK · EDITION 01

Dein 90-Tage-Plan

Vom ersten Gedanken zu einer getesteten Geschäftsidee – mit klaren Entscheidungen, echten Gesprächen und einem umsetzbaren Plan.

IDEEN

TESTEN

ANBIETEN

LERNEN

6 Kapitel · 27 Seiten · Arbeitsblätter & Beispiele

buildbefore30

WILLKOMMEN

Nicht mehr nur Ideen sammeln.

Dieses Workbook hilft dir, eine kleine, realistische Geschäftsidee neben Studium, Beruf oder Alltag zu testen.



Du musst nicht kündigen, investieren oder schon Expertin bzw. Experte sein. Du brauchst ein konkretes Problem, ein kleines Angebot und die Bereitschaft, mit Menschen zu sprechen.

Dein Ziel nach 90 Tagen

Du hast eine Zielgruppe gewählt, echte Nachfrage geprüft, ein erstes Angebot formuliert und – wenn die Signale stimmen – aktiv versucht, einen zahlenden Kunden zu gewinnen. Umsatz ist nicht garantiert.

So nutzt du dieses Workbook

- Lies maximal ein Kapitel im Voraus. Setze die Aufgaben direkt um.
- Plane feste, kurze Arbeitsblöcke statt auf Motivation zu warten.
- Notiere Beobachtungen und Zahlen, nicht nur Meinungen.
- Verändere deinen Plan, sobald du bessere Informationen hast.

Hinweis: Dies sind Bildungsinhalte, keine individuelle Rechts-, Steuer- oder Finanzberatung.

ORIENTIERUNG

Deine Route in 6 Kapiteln

Du arbeitest nicht 90 Tage an einer perfekten Idee. Du sammelst 90 Tage lang bessere Belege.

DEINE ENTWICKLUNG

01
Klarheit



02
Test



03
Angebot



04
Lernen

01 · Ausgangspunkt

Zeit, Fähigkeiten, Grenzen

02 · Idee wählen

Probleme statt Trends

03 · Nachfrage prüfen

Gespräche und Signale

04 · Angebot bauen

Ein klares Ergebnis

05 · Erste Kunden

Persönliche Akquise

06 · 90-Tage-Plan

Messbar umsetzen

Eine wichtige Unterscheidung

Interesse ist noch keine Nachfrage. Nachfrage zeigt sich eher daran, dass Menschen Zeit investieren, einen Termin vereinbaren, eine Testversion nutzen oder bereit sind zu bezahlen.

01 · AUSGANGSPUNKT

Was ist für dich realistisch?

Dein Geschäftsmodell muss zu deinem Alltag passen – nicht umgekehrt.



Die drei Ressourcen, die du tatsächlich hast

- **Zeit:** Welche Stunden sind jede Woche zuverlässig frei?
- **Fähigkeiten:** Wofür wirst du heute schon um Hilfe gebeten?
- **Energie:** Welche Tätigkeiten kannst du wiederholt ausführen, ohne auszubrennen?

Praxisbeispiel

Eine Person arbeitet 80 % und hat vier freie Stunden pro Woche. Ein individueller Beratungsservice mit fünf Kundenterminen pro Woche wäre unpassend. Ein klar begrenztes Audit mit einem festen Lieferumfang könnte dagegen testbar sein.

Du brauchst nicht das grösste Potenzial. Du brauchst einen Start, den du durchhalten kannst.

ARBEITSBLATT 01

Deine Startbedingungen

Fülle die Felder ehrlich aus. Es geht um Entscheidungen, nicht um Selbstdarstellung.

Verlässliche Stunden pro Woche

Drei Fähigkeiten, die ich anbieten könnte

Eine Zielgruppe, die ich gut verstehe

Was ich auf keinen Fall anbieten möchte

Maximales Startbudget (CHF)

Dein erster Filter

Streiche Ideen, die mehr Zeit, Geld oder Spezialwissen voraussetzen, als du aktuell einsetzen kannst.

01 · AUSGANGSPUNKT

Ein kleines Ziel schlägt ein vages grosses.

Formuliere ein überprüfbares Lernziel statt nur einen Wunschbetrag.

MESSEN STATT HOFFEN

10 Gesprächsanfragen

3 konkrete Folgetermine

1 Pilotversuch als Ziel

Illustratives Beispiel, keine prognostizierte Erfolgsquote.

Nicht so:

«Ich will finanziell frei werden.»

Sondern so:

«Ich möchte in 30 Tagen zehn relevante Gespräche führen und prüfen, ob drei Personen für eine klar beschriebene Lösung bezahlen würden.»

Aktivität

10 Gespräche anfragen

Signal

3 konkrete Folgetermine

Ergebnis

1 bezahlter Pilotversuch

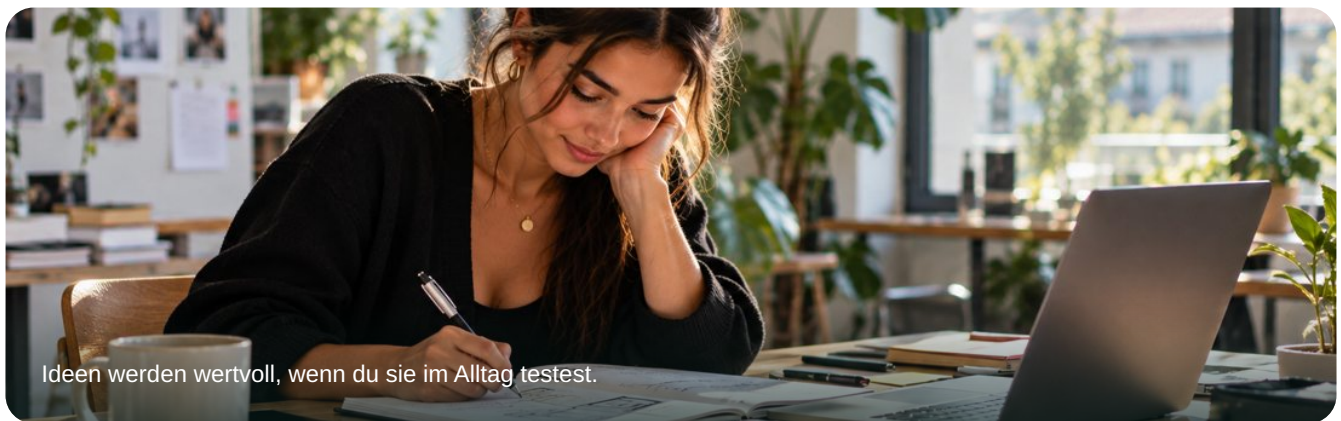
Warum das funktioniert

Du kontrollierst die Aktivität. Das Ergebnis hängt auch vom Markt ab. Trenne beides, damit du nicht aus fehlendem Umsatz auf persönliches Versagen schliesst.

02 · IDEEN

Beginne mit einem Problem.

Die Frage lautet nicht «Was könnte ich verkaufen?», sondern «Welches Problem ist dringend genug?».



Ideen werden wertvoll, wenn du sie im Alltag testest.

Fünf realistische Startmodelle

Modell	Beispiel	Erster Test
Dienstleistung	LinkedIn-Profil optimieren	3 Profil-Audits anbieten
Produktisierte Leistung	Website-Check mit Fixpreis	1 Checkliste + Pilotkunde
Digitales Produkt	Budget-Template	5 Nutzer testen lassen
Training / Workshop	Excel für Einsteiger	1 Mini-Session durchführen
No-Code-Tool	Einfaches Termin-Tool	Klickbarer Prototyp

Die Modelle unterscheiden sich in Zeitbedarf, Wiederholbarkeit und Vertriebsaufwand. Keines ist automatisch passiv.

02 · IDEEN

Die Ideen-Matrix

Bewerte jede Idee nach denselben Kriterien. 1 = schwach, 5 = stark.

IDEEN VERGLEICHEN

Beispielwerte zur Illustration der Bewertungsmethode.

Kriterium	Frage	Punkte
Problem	Wie häufig und schmerzhaft?	1–5
Zugang	Erreiche ich die Zielgruppe?	1–5
Kompetenz	Kann ich eine erste Lösung liefern?	1–5
Tempo	Kann ich in 14 Tagen testen?	1–5
Motivation	Will ich das öfter machen?	1–5

Auswertung

Addiere die Punkte. Die höchste Zahl ist **keine Marktvalidierung**, sondern deine beste Hypothese für den nächsten Test. Prüfe anschliessend die tatsächliche Nachfrage.

Idee A / Summe

Idee B / Summe

02 · IDEEN

Drei Beispiele, drei Denkfehler.

Die Beispiele sind fiktiv und dienen der Illustration.

**Studentin**

Kann gut Präsentationen gestalten. Testet Pitch-Deck-Überarbeitungen für studentische Projekte.

Berufstätiger

Kennt Excel-Automationen. Testet einen klar begrenzten Reporting-Check für kleine Teams.

Reisende

Plant Reisen effizient. Testet individuelle Routenpläne für eine eng definierte Zielgruppe.

Typische Fehler

- «Jeder ist meine Zielgruppe» – dadurch fühlt sich niemand direkt angesprochen.
- «Ich baue zuerst die ganze Website» – ohne zu wissen, ob jemand das Angebot braucht.
- «Ich frage Freunde, ob sie die Idee cool finden» – Höflichkeit ist kein Kaufinteresse.

Merksatz

Spezifisch schlägt allgemein. Testbar schlägt perfekt.

ARBEITSBLATT 02

Deine beste Idee in einem Satz

Eine klare Hypothese ist die Grundlage jedes guten Tests.

Ich helfe **[konkreter Zielgruppe]**, **[spürbares Problem]** zu lösen, indem ich **[kleine Lösung]** anbiete.

Meine Zielgruppe

Ihr Problem – in ihren Worten

Meine kleine Lösung

Wie ich die Zielgruppe erreiche

Was meine Idee widerlegen würde

Qualitätscheck

Wenn du den Satz nur mit Begriffen wie «alle», «innovativ», «digital» oder «Mehrwert» beschreiben kannst, werde konkreter.

03 · VALIDIERUNG

Sprich mit Menschen, bevor du baust.

Fünf gute Gespräche sind oft hilfreicher als 50 oberflächliche Umfrageantworten.



So führst du ein 15-Minuten-Problemgespräch

- Frage nach der **letzten konkreten Situation**, nicht nach hypothetischen Wünschen.
- Lass die Person erzählen, wie sie das Problem heute löst.
- Frage nach Zeitverlust, Kosten und bisherigen Alternativen.
- Verkaufe deine Idee nicht mitten im Gespräch.
- Notiere wörtliche Aussagen und wiederkehrende Muster.

Gute Frage

«Wann ist dieses Problem zuletzt aufgetreten? Was hast du dann gemacht?»

Schlechte Frage

«Würdest du meine tolle App für CHF 19 kaufen?»

03 · VALIDIERUNG

Dein Interview-Leitfaden

Nutze diese sieben Fragen als Gesprächsgerüst.

- 1. Wann hattest du zuletzt [Problem]?
- 2. Was genau war daran schwierig?
- 3. Wie hast du es bisher gelöst?
- 4. Was hat dich diese Lösung gekostet – Zeit, Geld oder Nerven?
- 5. Was hast du schon ausprobiert?
- 6. Wer entscheidet, ob dafür Geld ausgegeben wird?
- 7. Darf ich dir später eine einfache Lösung zeigen?

Beobachte Verhalten

Eine Person, die dir einen bestehenden Prozess zeigt oder einen Folgetermin vereinbart, liefert oft ein stärkeres Signal als «Klingt spannend».

ARBEITSBLATT 03

Gespräche dokumentieren

Schreibe direkt nach jedem Gespräch auf, was tatsächlich gesagt wurde.

Person / Segment	Letztes Problem	Aktuelle Lösung	Signal
1	_____	_____	_____
2	_____	_____	_____
3	_____	_____	_____
4	_____	_____	_____
5	_____	_____	_____

Welcher Satz wurde mehrfach gesagt?

Welche Annahme war falsch?

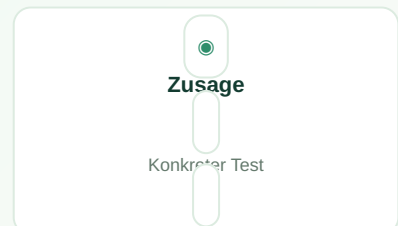
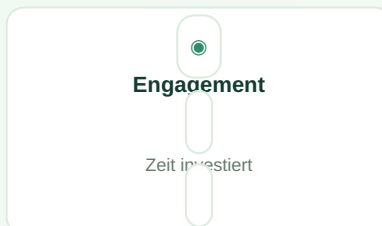
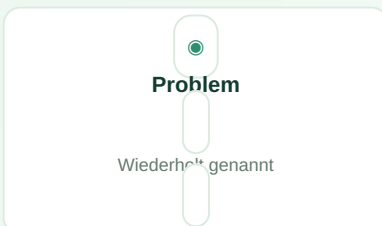
Was werde ich als Nächstes testen?

03 · VALIDIERUNG

Wann ist eine Idee gut genug?

Vermeide sowohl vorschnelles Aufgeben als auch endloses Optimieren.

DIE DREI NACHFRAGE-SIGNALE



Ein einfacher Entscheidungsrahmen

Signal	Interpretation	Aktion
Niemand kennt das Problem	Zielgruppe oder Problem unklar	Neu eingrenzen
Problem häufig, aber keine Priorität	Schmerz möglicherweise zu gering	Andere Situation suchen
Konkrete Nachfragen / Folgetermine	Interesse wird greifbar	Pilotangebot formulieren
Bezahlter Pilot	Starkes frühes Signal	Liefern und lernen

Wichtig

Fünf Gespräche sind ein erster qualitativer Test, keine repräsentative Marktstudie. Nutze die Erkenntnisse als Richtung, nicht als Beweis.

04 · ANGEBOT

Verkaufe ein Ergebnis, keine Liste von Skills.

Kunden kaufen selten «drei Stunden Excel». Sie wollen einen klaren Nutzen.

Die Angebotsformel

Für [Zielgruppe] löse ich [Problem] durch [Leistung], damit [Ergebnis]. Innerhalb von [Zeitraumen], für [Preis / Pilotkondition].

Illustratives Beispiel

«Für kleine Vereine bereinige ich unübersichtliche Mitgliederlisten und erstelle eine verständliche Auswertung. Lieferung innerhalb von fünf Werktagen, mit einer Korrekturrunde.»

Was ein gutes Pilotangebot enthält

- Klarer Lieferumfang
- Klare Ausschlüsse
- Konkreter Termin
- Einfacher Preis oder transparenter Testmodus
- Nächster Schritt zur Buchung

04 · ANGEBOT

Wie findest du einen Startpreis?

Ein Preis ist eine Hypothese. Prüfe ihn an echten Reaktionen.

PREIS IST MEHR ALS STUNDEN × SATZ

Aufwand

+

Kosten

+

Wert

→

Testpreis

Rechne zuerst deine Untergrenze

Zeit für Umsetzung + Abstimmung + Korrekturen + laufende Kosten. Berücksichtige auch Abgaben und Steuern in deiner eigenen Kalkulation.

Beispielrechnung – keine Preisempfehlung

3 Stunden Umsetzung + 1 Stunde Kommunikation = 4 Stunden. Bei einem internen Zielwert von CHF 40 pro Stunde ergibt das CHF 160 vor weiteren Kosten und Abgaben. Ein Marktpreis kann darüber oder darunter liegen.

Teste nicht nur den Preis

- Versteht die Zielgruppe das Ergebnis?
- Ist der Lieferumfang überschaubar?
- Ist die Entscheidung einfach?
- Welche Risiken oder Zweifel bleiben offen?

ARBEITSBLATT 04

Dein erstes Pilotangebot

Schreibe so, dass eine fremde Person es in 15 Sekunden versteht.

Für wen?

Welches konkrete Ergebnis?

Was genau ist enthalten?

Was ist ausdrücklich nicht enthalten?

Liefertermin und Pilotpreis

Wie kann jemand verbindlich zusagen?

Mini-Test

Zeige den Text drei Personen aus deiner Zielgruppe. Bitte sie, das Angebot in eigenen Worten zu erklären. Wo sie stocken, musst du präziser werden.

05 · KUNDEN

Die ersten Kontakte ohne Werbebudget.

Du brauchst anfangs keine Reichweite von 10'000 Personen. Du brauchst die richtigen zehn.



Drei passende Kanäle

Direktes Netzwerk

Frage gezielt nach einer Einführung bei Menschen mit dem Problem.

Fachcommunities

Hilf sichtbar bei konkreten Fragen, statt Links zu streuen.

Gezielte Ansprache

Kontaktiere wenige passende Personen persönlich und respektvoll.

Beispielnachricht

«Hoi [Name], ich beschäftige mich gerade mit [konkretem Problem] bei [Zielgruppe]. Du hast damit Erfahrung. Hättest du nächste Woche 15 Minuten für drei Fragen? Ich möchte verstehen, wie ihr das heute löst – kein Verkaufsgespräch.»

Beachte Plattformregeln und Datenschutz. Versende keine massenhaften unerwünschten Nachrichten.

05 · KUNDEN

Von Interesse zum nächsten Schritt.

Eine gute Unterhaltung endet mit einer konkreten, freiwilligen Vereinbarung.

VOM KONTAKT ZUM PILOT

01
Ansprache



02
Gespräch



03
Angebot



04
Feedback

Ein schlanker Ablauf

- **1 · Kontext:** Warum sprichst du gerade diese Person an?
- **2 · Problem:** Was ist ihr aktueller Engpass?
- **3 · Angebot:** Welches kleine Ergebnis könntest du liefern?
- **4 · Einladung:** Ist ein konkreter Folgetermin oder Pilot sinnvoll?
- **5 · Nachfassen:** Einmal höflich erinnern; ein Nein respektieren.

Kein Druck nötig

«Wenn das gerade nicht relevant ist, ist das völlig okay.» Das schafft Vertrauen und verhindert unangenehme Verkaufssituationen.

ARBEITSBLATT 05

Deine Kontaktliste

Qualität vor Menge. Suche Menschen, die das Problem tatsächlich kennen.

Kontakt / Kanal	Warum passend?	Nächster Schritt	Status
1	_____	_____	_____
2	_____	_____	_____
3	_____	_____	_____
4	_____	_____	_____
5	_____	_____	_____

Meine erste persönliche Nachricht

Woran erkenne ich echtes Interesse?

Mini-Challenge

Versende drei individuell formulierte Gesprächsanfragen innerhalb der nächsten 48 Stunden.

06 · UMSETZUNG

90 Tage in vier Phasen.

Der Plan ist bewusst flexibel: Du passt das Tempo an dein Leben und deine Signale an.

DEINE 90-TAGE-ROUTE

01–30

Verstehen

31–60

Testen

61–90

Liefern & lernen

Tage 1–14

Fähigkeiten prüfen, Problem wählen, Zielgruppe eingrenzen.

Tage 15–30

Gespräche führen, Muster erkennen, Idee anpassen.

Tage 31–60

Pilotangebot erstellen, präsentieren und testen.

Tage 61–90

Liefern, Feedback einholen, verbessern oder bewusst stoppen.

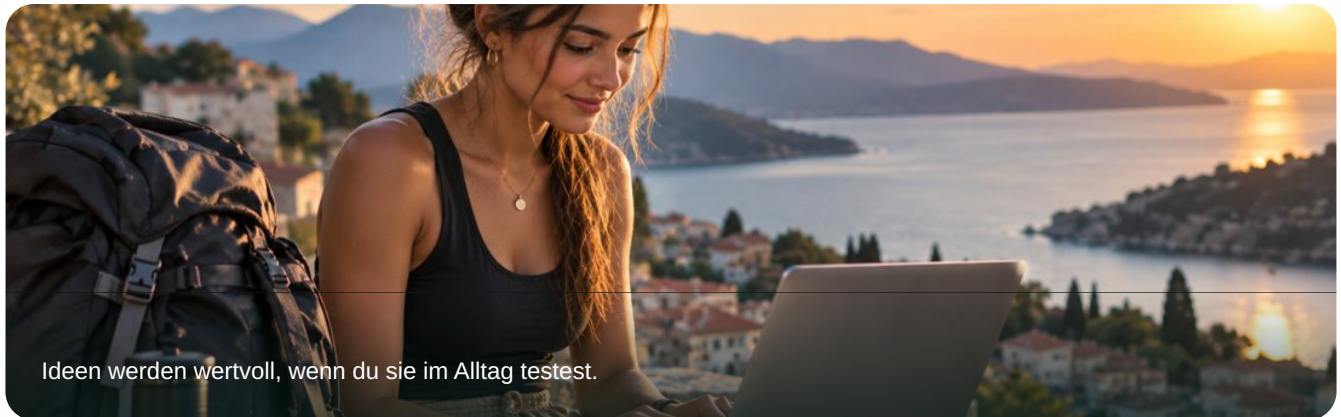
Deine Leitfrage jede Woche

«Welche Annahme habe ich überprüft – und was habe ich daraus gelernt?»

06 · UMSETZUNG

Wochen 1–4: Klarheit & Belege

Baue noch keine grosse Website. Sammle erst echte Signale.



Ideen werden wertvoll, wenn du sie im Alltag testest.

Woche	Fokus	Fertig, wenn ...
1	Zeit + Fähigkeiten	1 realistisches Zeitbudget steht
2	Problem + Zielgruppe	1 konkrete Hypothese formuliert
3	Gespräche	mind. 3 Gespräche dokumentiert
4	Muster + Entscheidung	Pilotidee gewählt oder angepasst

Checkpoint Tag 30

Kannst du das Problem in einem Satz erklären – mit Beispielen aus echten Gesprächen? Wenn nicht, wiederhole die Validierung.

06 · UMSETZUNG

Wochen 5–8: Ein Angebot testen

Jetzt darfst du etwas Kleines bauen – aber nur so viel, wie der Test verlangt.

Woche	Fokus	Fertig, wenn ...
5	Angebotsentwurf	Lieferumfang + Ergebnis klar
6	Feedback + Preis	3 Reaktionen dokumentiert
7	Gezielte Ansprache	5 passende Kontakte angesprochen
8	Pilotentscheidung	Zusage, Ablehnung oder Lernpunkt

Checkpoint Tag 60

Hast du mindestens eine konkrete Zusage oder einen klaren Grund, warum Menschen noch nicht zusagen? Beides ist nützlich.

06 · UMSETZUNG

Wochen 9–12: Liefern & verbessern

Ein funktionierender kleiner Prozess ist wertvoller als eine grosse Vision ohne Nachfrage.

Woche	Fokus	Fertig, wenn ...
9	Pilot liefern	Ergebnis termingerecht übergeben
10	Feedback	Verbesserungspunkte dokumentiert
11	Angebot schärfen	Umfang / Preis / Zielgruppe geprüft
12	Entscheidung	Weiterführen, ändern oder stoppen

Checkpoint Tag 90

Welche drei Dinge weisst du heute über deine Zielgruppe, die du vor 90 Tagen nicht wusstest?
Das ist dein tatsächlicher Fortschritt.

ARBEITSBLATT 06

Dein Wochen-Dashboard

Fülle diese Seite einmal pro Woche aus – fünf Minuten reichen.

Kennzahl	Diese Woche	Nächste Woche
Arbeitsstunden	_____	_____
Gesprächsanfragen	_____	_____
Gespräche	_____	_____
Angebote	_____	_____
Zusage / Absage	_____	_____
Wichtigstes Learning	_____	_____

Was funktioniert bereits?

Was stoppe oder vereinfache ich?

Die eine wichtigste Aufgabe nächste Woche

ENTSCHEIDUNG

Weiterführen, ändern oder stoppen?

Du musst nicht jede Idee durchziehen. Gute Gründerinnen und Gründer lernen schnell.

DEINE ENTSCHEIDUNG

**WEITER**

Nachfrage bestätigt

**ANPASSEN**

Problem ja, Angebot nein

**STOPPEN**

Zu wenig Belege

WEITER

Problem wiederholt bestätigt, echte Zusagen, Lieferung machbar.

ANPASSEN

Problem vorhanden, aber Angebot, Segment oder Preis unklar.

STOPPEN

Kaum Problemebelege, keine Priorität, hoher Aufwand ohne Signal.

Kein verlorener Versuch

Ein sauber dokumentierter Test, der eine schlechte Idee früh beendet, spart dir Zeit und Geld.

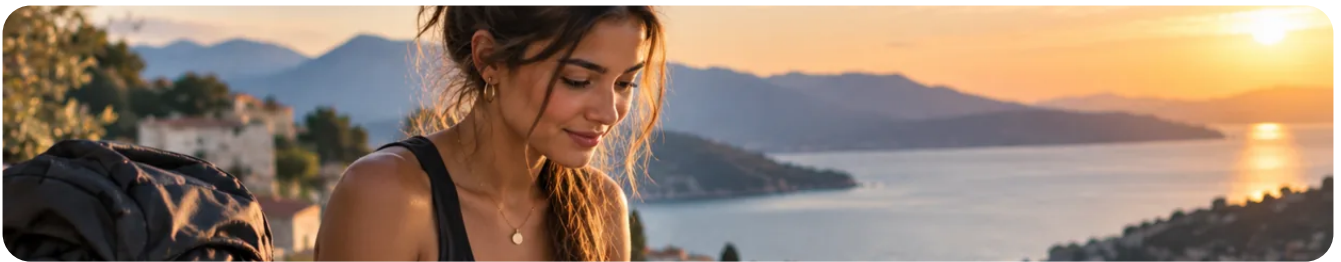
Meine Entscheidung am Tag 90

Die drei wichtigsten Belege dafür

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Du hast einen Plan. Jetzt teste ihn.

Der kostenlose Guide führt dich bis zum ersten echten Marktcheck. Mehr brauchst du für den Start nicht.



Wenn du weitergehen möchtest

BuildBefore30 Premium ist als vertiefendes Umsetzungspaket gedacht: mit editierbaren Kalkulationen, branchenspezifischen Angebotsvorlagen, strukturierten Akquise-Workflows, ausführlichen Fallbeispielen und detaillierten Checklisten.

Wichtig: kein Kauf nötig

Du kannst alle Schritte dieses kostenlosen Guides eigenständig umsetzen. Premium soll Zeit sparen und zusätzliche Tiefe liefern – keine fehlenden Grundlagen nachreichen.

buildbefore30

Dein nächster Schritt beginnt mit einer einzigen konkreten Handlung.

[BuildBefore30 Premium entdecken →](#)

Noch nicht verfügbar? Trag dich unverbindlich auf die Interessentenliste ein.