

**GRÜNDEN?  
KLAR DOCH!  
DU, WIR  
& UNSER  
NETZWERK**

**BPW  
2026**  
[www.b-p-w.de](http://www.b-p-w.de)



# BPW 2026

---

## Seminarprogramm Brandenburg



# From Idea to Impact

Finde dein Warum und dein Problem

Workshop am 17.12.2025



#wirgründen

Wer bist du und was hast du vor?  
Warum hast du das vor?  
Was ist deine Erwartung an mich &  
den Workshop heute?

# Erst das Problem verstehen, ob es wirklich existiert!

**Key question:** Was ist das Problem?

Versetze dich in die Lage der Zielgruppe.

Erforsche die Absichten, Emotionen und Gedanken der Zielgruppe.

Beobachte/erforsche den Problembereich.

Sammle und trage Informationen zusammen.

Ziel:



Entwickle Verständnis/Einfühlungsvermögen für die Zielgruppe und verstehere deren Bedürfnisse. Erarbeite eine menschenzentrierte Problemdefinition.

# Perspektivwechsel: Jobs to be done framework



## Organization centered design

- Was können wir unseren Kunden verkaufen?
- Wie können wir Kunden effizient erreichen?
- Welche Beziehungen zu Kunden müssen wir aufbauen?
- Wie können wir mit unseren Kunden Geld verdienen?

## Customer centered design

- Welche Aktivitäten müssen unsere Kunden durchführen und wie können wir ihnen dabei helfen?
- Was sind die Ziele unserer Kunden und wie können wir ihnen dabei helfen, diese zu erreichen?
- Welche Art von Beziehung möchten unsere Kunden zu unserem Unternehmen aufbauen?
- Für welchen Mehrwert sind Kunden wirklich bereit zu zahlen?

# Methode: 5 Whys Technik

Zweck:

Verstehe die zugrunde liegenden Ursachen für die Herausforderungen der Benutzer.

Gehe über oberflächliche Beobachtungen hinaus, um wirklich auf die Bedürfnisse der Benutzer einzugehen.

Frage „Warum?“, um tiefere Ebenen des Problems zu erforschen.

Wiederhole die Frage bis zu fünf Mal (oder bis du die Ursache aufgedeckt hast).

Dokumentiere jede Antwort, um eine klare Kausalkette zu bilden.



#wirgründen

Probleme kann man nicht immer selbst erkennen –  
es ist wichtig, mit den Zielgruppen zu sprechen!



Identifizierung von  
Herausforderungen,  
Problemen und Trends  
in der Branche mithilfe  
von Statistiken.

**Sekundär Recherche**



Offene oder verdeckte  
Beobachtung der  
Zielgruppe während der  
relevanten Aktivitäten.

**Feldobservation**



Die Situation der  
Zielgruppe qualitativ  
untersuchen.

**Experten interviews**



#wirgründen

# Methode: The problem statement

Um unsere potenziellen Kunden besser zu verstehen, versuchen wir, ihr Problem in einer präzisen Aussage zusammenzufassen.

Hebe die Lücke zwischen dem aktuellen und dem gewünschten Zustand eines Produkts oder Prozesses hervor.

Biete eine Lösung, die den Bedürfnissen der Nutzer entspricht und eine positive Benutzererfahrung gewährleistet.

Versuche, die Bedürfnisse der Zielgruppe gründlich zu verstehen.

Nutze Erkenntnisse, um das Problem iterativ zu verfeinern und ein gemeinsames Verständnis zu fördern.

Erstelle eine nutzerorientierte Problemstellung, die Innovation und Kreativität fördert.

# Methode: 5W + H

**Was ist das  
Problem?**

**Für wen ist es ein  
Problem?**

**Wann taucht das  
Problem auf?**

**Warum ist es ein  
Problem?**

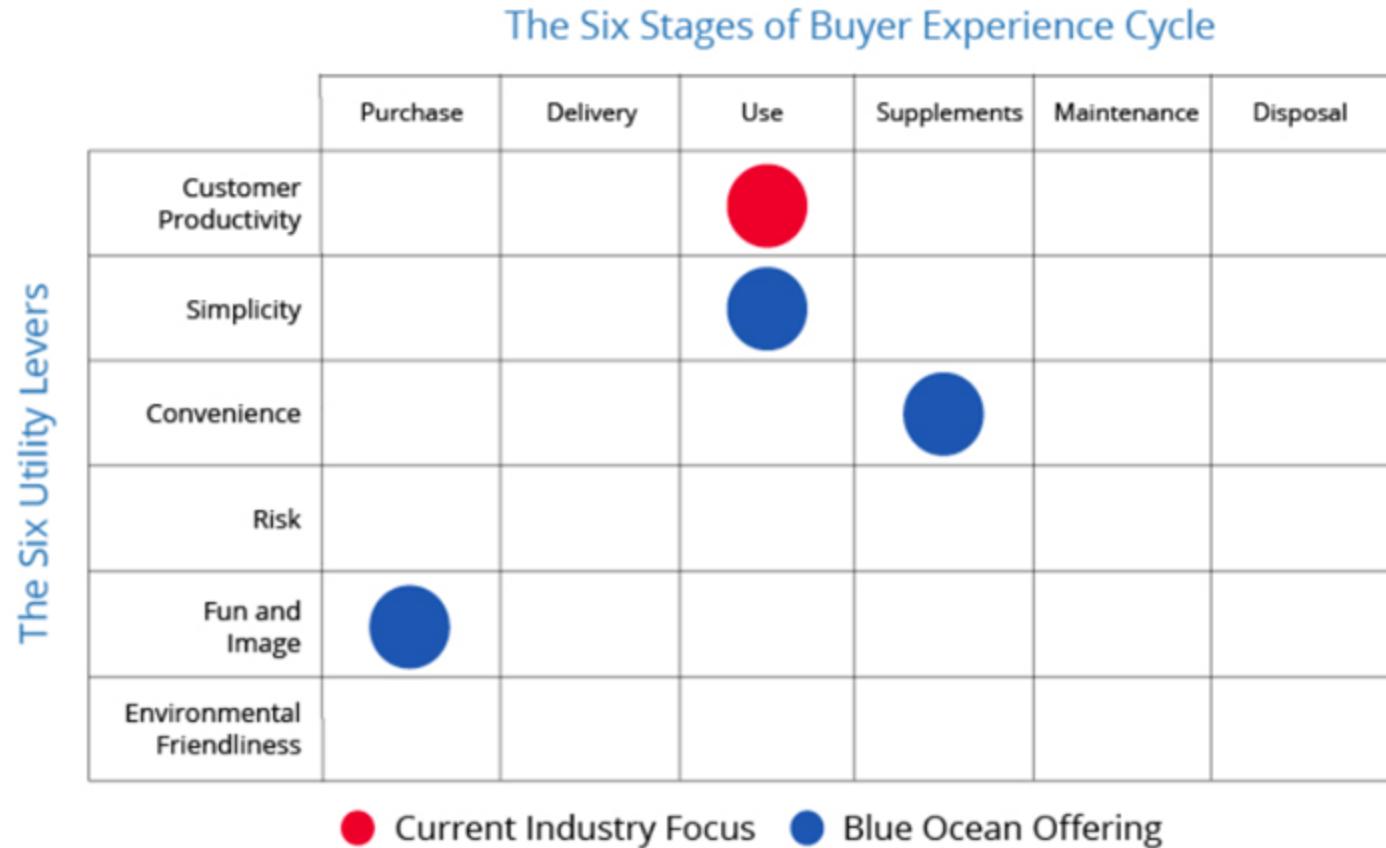
**Wo taucht es  
auf?**

**Wie wurde das  
Problem bisher  
gelöst?**

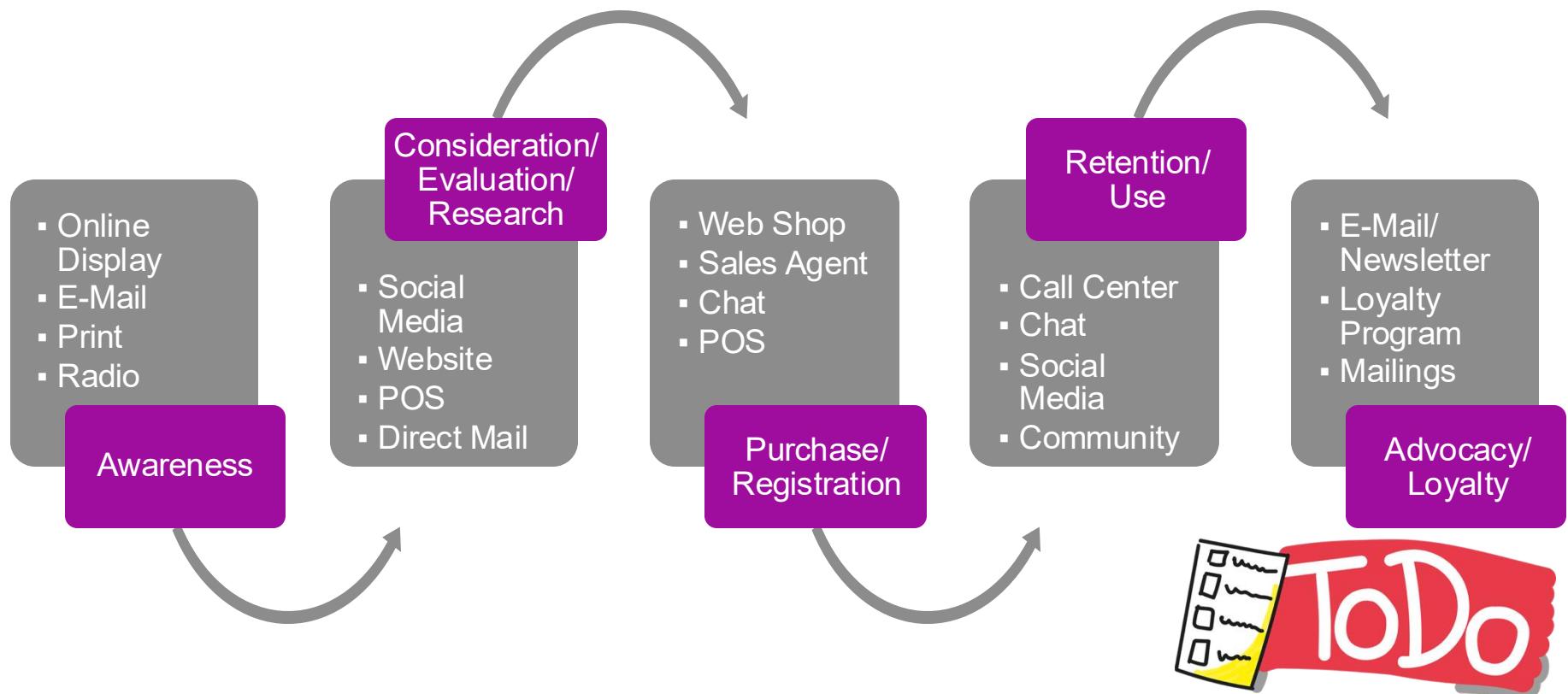


#wirgründen

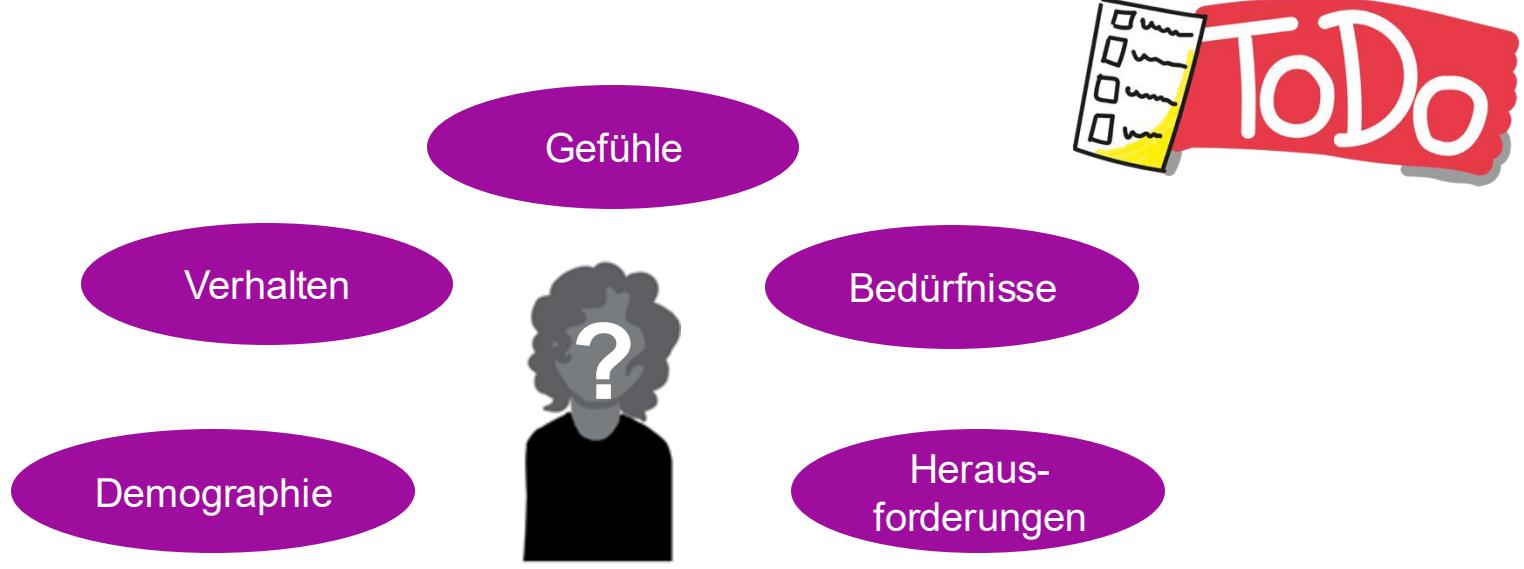
# Methode: the buyer utility map



# Methode: Customer Experience mit Touchpoints



# Methode: Personas



Erstellung verschiedener Hypothesen, um das Kauf- und Nutzungsverhalten der Zielgruppe besser zu verstehen.



# Methode: How Might We

Knowledge	Understand	Apply	Rate	Create
• define	• predict	• solve	• frame	• create
• identify	• reflect	• apply	• compare	• develop
• describe	• demonstrate	• construct	• experiment	• modify
• match	• distinguish	• choose	• ask	• rewrite
• recognize	• discover	• prepare	• test	• imagine
• select	• research	• produce	• correlate	• negotiate
• examine	• transform	• show	• separate	• design
• tell	• describe	• direct	• analyze	• structure
• visualize	• compare	• transfer	• compare	• organize

Wie können wir die Zielgruppe unterstützen/helfen/vorbereiten, um das Problem besser auszuwählen/umzuwandeln/vorzubereiten/zu überprüfen/zu organisieren, damit ein Mehrwert entsteht?



# BPW 2026

Deine Idee | Dein Konzept | Dein Unternehmen

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21

E-Mail: [bpw@ibb-business-team.de](mailto:bpw@ibb-business-team.de)

Internet: [www.b-p-w.de](http://www.b-p-w.de)

## Förderer



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg wird gemeinsam durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin und durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz des Landes Brandenburg unterstützt sowie aus Mitteln der Europäischen Union kofinanziert.

#wirgründen