

Creative Transformation Health & Social Business

K
—
A
T

Female ScaleUp 2026

Creative Transformation Lab mit Clôd Baumgartner
Von der Idee zum ersten Test .

Ziel des Workshops

Das nimmst du heute mit:

1. Klarheit über einen Need deiner Protagonistin.
2. Ein formuliertes (gezeichnetes) neues Angebot.
3. Deine wichtigste offene Frage - priorisiert.
4. Einen 60-Sekunden-Pitch.
5. Eine erste sichtbare Version deiner Idee (MVP).
6. Einen konkreten nächsten Schritt für die kommenden 7 Tage.

Lade jetzt das Canvas herunter - das ist dein Arbeitsdokument für heute.

[Creative Canvas Download](#)

CREATIVE
TRANSFORMATION

Unser Mindset für heute

Spielregeln für heute

- Build to Think - Wir denken durchs Machen.
- Progress over Perfection - 20 % reichen. Lieber heute raus als nächsten Monat perfekt.
- Kunst des Weglassens - Was können wir streichen, damit der Kern sichtbar wird?
- Schwarmintelligenz - Nutzt die Gruppe. Feedback ist kein Urteil, sondern Treibstoff.

Protagonist*in & Needs: Das Fundament

Für wen machst du das - und warum?

Jedes gute Angebot beginnt beim echten Problem einer echten Person. Nicht bei deiner Idee.

- Wer hat dieses Problem?
- Welchen Pain hat sie, dessen sie sich bewusst ist?
- Wann tritt es auf?
- Was passiert, wenn es ungelöst bleibt?
- Ist das wahr?

Protagonist*in & Needs: Das Fundament

Warum machen wir das? (Die Theorie)

- **Human-Centered Design (oder Women Centric Design)*:** Die meisten Ideen scheitern nicht, weil sie schlecht umgesetzt sind, sondern weil sie ein Problem lösen, das niemand hat.
- **Empathie vor Ego:** Wir müssen uns in das Problem verlieben, nicht in unsere erste Lösungsidee. Nur wenn wir den echten "Need" verstehen, bauen wir etwas Relevantes.

* *Mansi Gupta WomenCentricDesign.org*

Protagonist*in & Needs: Das Fundament

WIE machen wir das? (Deine Werkzeuge & Wegweiserinnen)

- **Der "Mom Test" (Interviews):** Stelle Fragen über das vergangene Verhalten deiner potenziellen Kundinnen, nicht über deine Idee. (Falsch: "Würdest du App X nutzen?" / Richtig: "Wie hast du dieses Problem beim letzten Mal gelöst?").
- **Shadowing (Beobachtung):** Begleite deine Zielgruppe in ihrem Alltag. Schau zu, wo sie flucht, wo sie Zeit verliert.
- **Empathy Map:** Ein visuelles Tool (z.B. auf einem Miro-Board), auf dem du sammelst: Was sagt, denkt, tut und fühlt meine ideale Kundin?
- **Umfrage-Tools:** Typeform, Google Forms oder Tally.so für schnelle, strukturierte Datenerhebung bei deiner Zielgruppe.

Protagonist*in & Needs: Das Fundament

Psychografisch (Die weichen Faktoren / Das Innen)

- Werte & Überzeugungen: Was ist ihr heilig? (z.B. Nachhaltigkeit, Freiheit, Sicherheit, Status, Familie)
- Ziele & Wünsche: Wo will sie hin? (z.B. mehr Zeit für sich, finanzielle Unabhängigkeit, die Welt verbessern)
- Ängste & Frustrationen: Was hält sie nachts wach? (-> Hier sitzt der bewusste Pain!) (z.B. Angst vor Überforderung, Sorge, nicht gut genug zu sein, Frust über ineffiziente Prozesse)
- Lebensstil: Wie sieht ihr Alltag aus? (z.B. minimalistisch, gestresst & always-on, gesundheitsbewusst)
- Interessen & Hobbys: Wofür brennt sie abseits des Problems?
- Informationsverhalten: Wem vertraut sie? (z.B. liest Fachblogs, hört Podcasts, fragt in LinkedIn-Gruppen, vertraut Influencern)

Demografisch (Die harten Fakten / Das Außen)

- Alter / Generation: (z.B. Mitte 30, Gen Z, kurz vor der Rente)
- Wohnort: (z.B. Großstadt, ländlicher Raum, Pendlerin)
- Familiensituation: (z.B. Single, alleinerziehend, verheiratet mit Kleinkindern)
- Beruf & Position: (z.B. Angestellte im Mittelstand, Solo-Selbstständige, Führungskraft)
- Bildung: (z.B. Akademikerin, Quereinsteigerin)
- Einkommenssituation: (z.B. preissensibel, hohes frei verfügbares Einkommen)

SOLO JOURNALING:

- **Wer ist deine Hauptdarstellerin? Gib ihr 1 konkreten Namen.**
- **Was sind ihre demografischen & psychografischen Merkmale?**
- **Beschreib die Person in 2 Sätzen.**

- **Welchen Need hat sie (der ihr bewusst ist)?**
- **Wann ist dieser Need zuletzt aufgetreten?**
- **Wie löst sie es bisher?**

**Schreibe in dein Canvas.
5 Min.**



Prototyp: Die Idee greifbar machen

Warum machen wir das? (Die Theorie)

- **Rapid Prototyping / Build to Think:** Unser Gehirn kann über abstrakte Konzepte nur schwer diskutieren. Sobald etwas auf dem Papier steht, können wir Fehler sehen und darüber sprechen.
- **Fail fast, learn early:** Ein unperfekter Prototyp lädt zu ehrlichem Feedback ein. Wäre er schon perfekt designt, würde sich niemand trauen, ihn zu kritisieren.
- **Resourcenschonend** in jeder Hinsicht.

Prototyp: Die Idee greifbar machen

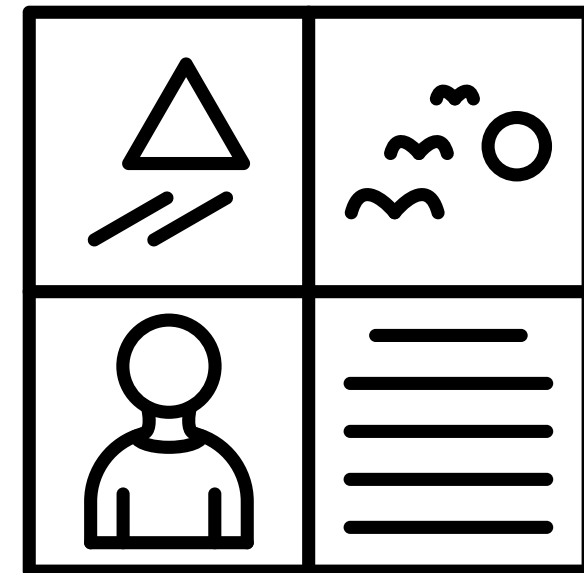
WIE machen wir das? (Deine Werkzeuge)

- **Paper Prototyping:** Stift, Papier, Post-its. Zeichne die Screens deiner App oder die Schritte deiner Dienstleistung einfach auf.
- **Storyboarding:** Nutze Canva oder Miro, um die "Customer Journey" deiner Kundin wie in einem Comic in 4-6 Bildern zu skizzieren.
- **Digitale Wireframes (für Tech-Gründerinnen):** Tools wie Balsamiq oder Figma, um klickbare, aber komplett ungestaltete (graue) Dummys zu bauen.
- **Rollenspiel:** Wenn dein Produkt ein Service ist (z.B. Coaching), spiele den Ablauf mit einer Mitgründerin oder Freundin physisch durch.
- **AI supported Prototyp:** z.b. Lovable, Base44

Prototyp: Die Idee greifbar machen

Mach deine Idee greifbar. Was könntest du nächste Woche anbieten, ohne etwas Neues zu bauen? Denk noch nicht an die “Verkaufbarkeit”. Sei kreativ.

- Was bietest du an in einer idealen Welt? (Workshop, Beratung, digitales Produkt ...)
- Für wen genau?
- Was ist das konkrete Ergebnis für die Person?



Skizziere es in deiner Canvas (zeichnen!), 5 Minuten.
Selbsterklärend. Ein Comic-Strip. Ein Storyboard.

Deine offenen Fragen

Worum geht's?

- Wir suchen den wunden Punkt der Idee. Wo drückt der Schuh?
- Welche Frage bereitet dir am meisten Bauchschmerzen? Was weißt du noch nicht?

Schreib jetzt 5 bis 10 Fragen auf, die dich gerade blockieren. Alles, was unklar ist. Alles, was dir Bauchschmerzen macht. Keine Frage ist zu dumm.

Braindump - nicht filtern, nur schreiben. 3 Minuten.

Die 1 brennende Frage: Der Stresstest 🔥

WIE machen wir das? (Deine Werkzeuge)

- **Assumption Mapping:** Schreibe alle deine Annahmen auf Post-its. Ordne sie auf einer Matrix an: Achse 1 (Wichtig vs. Unwichtig) und Achse 2 (Bekannt vs. Unbekannt). Der Fokus liegt auf dem Quadranten "Wichtig & Unbekannt".
- **Das Pre-Mortem:** Stell dir vor, wir sind ein Jahr in der Zukunft und dein Business ist krachend gescheitert. Was war der Grund? (Das deckt oft die größte Schwachstelle auf).
- **Fake-Door-Testing:** Landingpage bauen (z.B. mit Carrd.co) mit einem "Jetzt kaufen"-Button für ein Produkt, das es noch gar nicht gibt. Klickt eine Interessentin darauf, erscheint: "Wir bauen gerade noch - trag dich in die Warteliste ein!". So misst du echtes Kaufinteresse, ohne das Produkt vorher zu bauen.
- **Crowdfunding**

Deine offenen Fragen - Priorisierung

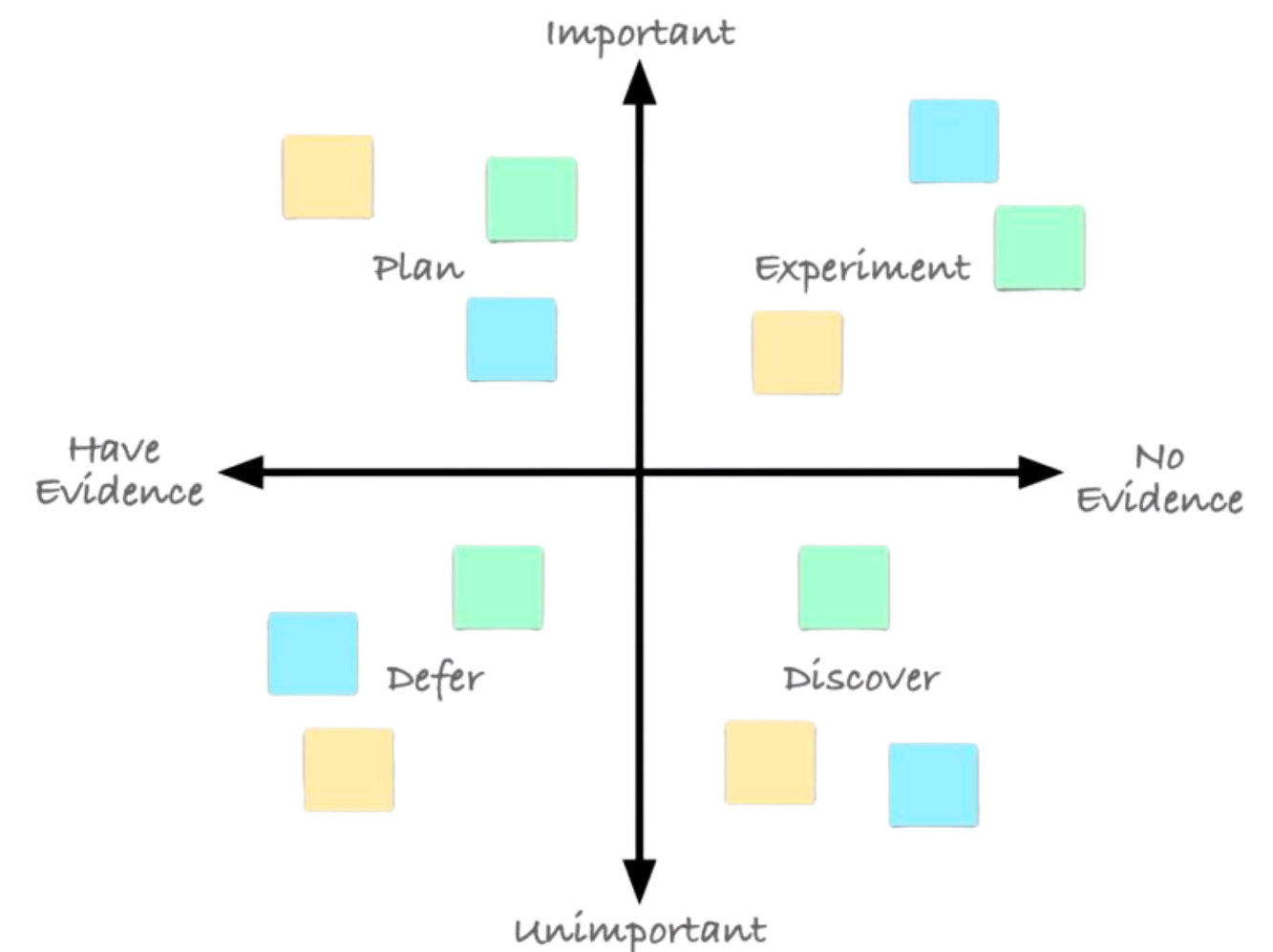
Filtern: Was ist wirklich wichtig für den MVP?

- Achse X = Wissen wir schon vs. Wissen wir nicht.
- Achse Y = Unwichtig vs. Wichtig.

Ordne deine Fragen ein.

Assumption Mapping

Identify, evaluate, and test project assumptions



Deine offenen Fragen - Priorisierung

- ● Wichtig + Wissen wir = NUTZEN! (Wir haben die Fakten, lasst uns damit arbeiten.)
- ● Unwichtig + Wissen wir = IGNORIEREN! (Kostet uns nur Fokus, weg damit.)
- ● Unwichtig + Wissen wir nicht = PARKEN! (Verschwenden wir jetzt keine Zeit damit, das herauszufinden. Ab auf den Parkplatz.)
- ● Wichtig + Wissen wir nicht = TESTEN! (Das ist unsere absolute Priorität für heute.)

Deine offenen Fragen - Antworten

Wie klärst du diese Frage?

- **Peer** - Frag jemanden aus der Gruppe.
- **Markt** - Frag oder beobachte deine echte Zielperson.
- **Selber** - Recherchiere oder entscheide, antworte selbst.
 - **TESTEN!**

Entscheide jetzt: Welchen Weg gehst du - und bis wann?

Pitch & Peer Power

Deine Idee in 60 Sekunden

Ein Pitch ist kein Verkaufsgespräch. Ein Pitch ist eine Einladung.

Ziel: Die anderen verstehen dein Problem, deine Lösung und können dir helfen.

- Satz 1: Hook - Welches Problem löst du für wen?
- Satz 2: Lösung - Was bietest du an?
- Satz 3: Vision/Impact - Warum ist das wichtig? Was wird die Lösung bewirken?
- Satz 4: Call-to-Action - Deine Kernfrage an die Gruppe.

Formuliere deinen 60-Sekunden-Pitch.

Hook: "Kennt ihr das von XY (1 Protagonistin mit Name), wenn..." (1 Need)

Lösung: "Genau dafür bauen wir / bieten wir..." (1 kleine Intervention)

Vision/Impact: "Das führt dazu, dass sie ..." (Ihr Mehrwert und positive Transformation)

Call-to-Action: "Dafür frage ich mich heute..." (Deine konkrete Frage an deine Audience, das sind heute hier deine Peers!).



Peer-Power-Pitch-Runde: 1 Minute pro Person

- klar
- einfach
- offene Einladung statt Verkauf

Publikum bitte einfach spontan Zoom-Reaktionen nutzen (Herzen, Daumen hoch, Raketen, Klatschen)!



PEER POWER : Feedback holen – jetzt

1) Poste deinen 60-Sekunden-Pitch UND deine offene Frage jetzt direkt als Text in unsere LinkedIn-Gruppe. *KISS - keep it short and spicy.*

2) Lies die Pitches der anderen.

3) Gib mindestens 2 Personen Feedback oder beantworte ihre offene Frage. Kommentiert und antwortet einander!

FEEDBACK

- I LIKE
- I WISH
- WHAT IF



MVP (Minimum Viable Product): Der Rückschnitt ✂

Reduziere dein Angebot auf das Minimum

- maximal 3 Kernelemente
- was lässt du bewusst weg

Frage: Wie kannst du das testen, ohne viel Aufwand?

MVP (Minimum Viable Product): Der Rückschnitt ✂

Warum machen wir das? (Die Theorie)

- **Lean Startup Methode:** Wir wollen Verschwendung (von Zeit, Geld, Energie) vermeiden.
- **Maximales Lernen bei minimalem Aufwand:** Du brauchst keine programmierte App, um einen Service zu testen - eine WhatsApp-Gruppe oder ein Zettel am schwarzen Brett reicht oft als MVP, um zu beweisen, dass der "Need" wirklich existiert.

MVP (Minimum Viable Product): Der Rückschnitt ✂

WIE machen wir das? (Deine Werkzeuge)

- **Concierge MVP:** Du führst den Service komplett manuell und hochgradig personalisiert für die ersten 3 Kundinnen aus (anstatt direkt einen automatisierten Online-Kurs zu bauen).
- **Wizard of Oz MVP:** Nach außen sieht alles professionell und automatisiert aus (z.B. eine schicke Website), aber im Hintergrund machst du als Gründerin noch alles händisch (wie die Zaubererin von Oz hinter dem Vorhang).
- **No-Code Tools:** Nutze Baukästen wie Shopify (für E-Commerce), Substack (für bezahlte Newsletter) oder Notion (um erste Info-Produkte oder Mitgliederbereiche zu teilen), ohne eine einzige Zeile Code zu schreiben.

15 Minuten Sprint (MVP)

Hands-on mit Lovable.dev

Prompt: Erstelle eine einfache Landingpage für [Protagonistin], die [Problem] hat. Ich biete [Lösung].

Ziel: E-Mail-Adressen für einen ersten Testlauf sammeln.

Teilt eure generierten Links gerne im Anschluss im Chat!

Unperfekt ist perfekt. Es muss nur zeigbar sein.

Reduktion schafft Klarheit.



Skalierung: Das System

Arbeite AN deinem Business, nicht IN deinem Business.“ (Michael Gerber, The E-Myth)

Baue dein 'Mc XYZ' System: Entwickle Prozesse und Vorlagen so, als würdest du ein Franchise aufbauen. Das Ziel ist es, dass das System so gut funktioniert, dass du als Gründerin in der Ausführung ersetzbar wirst und es OHNE DICH wachsen kann.

Skalierung: Das System

Warum machen wir das? (Die Theorie)

- **Das "E-Myth" Prinzip** (nach Michael Gerber): Die meisten Selbstständigen erschaffen sich keinen echten Unternehmenswert, sondern nur einen neuen, sehr anstrengenden Angestelltenjob, in dem sie selbst ihre härteste Chefin sind.
- **Der Flaschenhals bist du (CEO, EPU):** Wahres Wachstum (Skalierung) ist nur möglich, wenn du dich selbst als ausführende Kraft schrittweise ersetzbar machst. Wir müssen unser Business von Anfang an wie ein Franchise-Modell (a la McDonald's) denken: Alles braucht ein klares "Rezept" und System, das theoretisch auch von jemand anderem ausgeführt werden könnte.

Skalierung: Das System

WIE machen wir das? (Werkzeuge)

- **SOPs** ((Standard Operating Procedures) via Video: Aufgaben 1x mit Loom aufzeichnen = fertige Anleitung für zukünftige Mitarbeiterinnen.
- **Automatisierung** (Die unsichtbare Assistentin): Tools wie Zapier oder Make verbinden Apps (z.B. Buchung der Kundin löst automatisch Mail & Rechnung aus).
- **Digitale Hebel (1:n)**: 1:1-Wissen in Online-Kurse oder Gruppenprogramme verwandeln (z.B. via Elopape, Kajabi).
- **Delegieren**: Deine Zeitfressers an Freelancerinnen abgeben (z.B. via Female Founders und Boostersisters Netzwerke).

NEXT STEP:

Was testest du in den nächsten 7 Tagen?

Konkret:

- mit wem
- wie genau
- bis wann

Schreib dein Commitment als Kommentar zu deinem Pitch-Posting auf LinkedIn.



Clôd Baumgartner

www.agenturfürinnovation.com

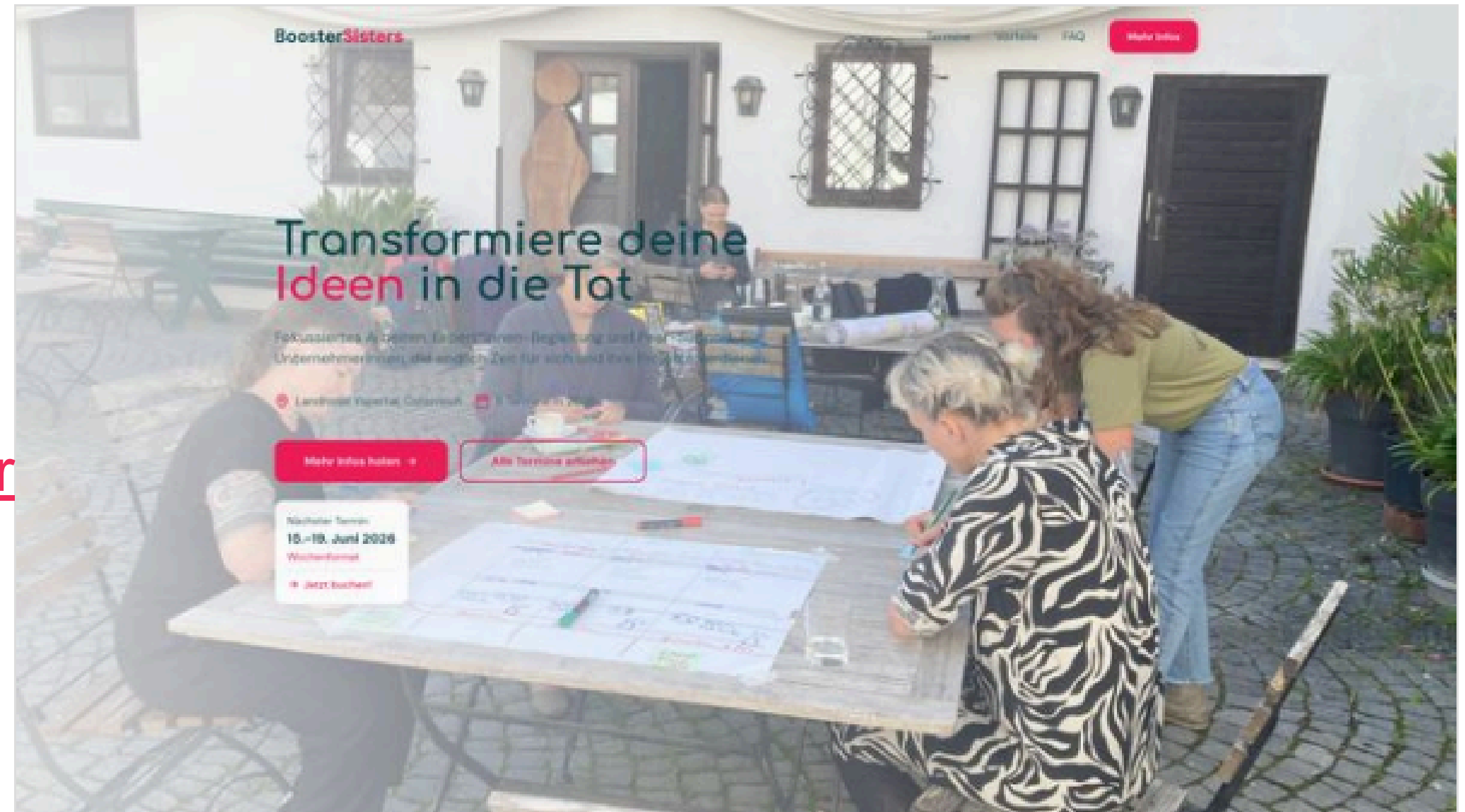
hallo@agenturfürinnovation.com

www.EXPEERTs.club

www.linkedin.com/in/cpbaumgartner

AGENCY
FOR INNOVATION &
ENTREPRENEURSHIP

EXPEERTS
CLUB



BoostCamps 2026 | Landhotel Yspertal

Transformiere deine Ideen in die Tat. 4 Tage fokussiertes Arbeiten mit Gleichgesinnten im wunderschönen Yspertal.

 [agenturfuerinnovation /](#)



#FEMPOWERMENT