

STARTUP-HELPER

startup-helper.team

GRATIS

VORSCHAU

30 Aufträge

Die ersten 30 Tage im
Startup-Helper-Programm

Eine Vorschau ins 100-Tage-Programm

100-Tage-Geld-zurück-Garantie

Wenn du alles gibst und es nicht klappt,
bekommst du dein Geld zurück.

Edgar van der Sel

startup-helper.team

Vorwort

Ich habe dieses Programm nicht aus einer Theorie heraus gebaut. Ich habe es aus Fehlern gebaut — meinen eigenen und denen von Menschen, die mir über die Jahre erzählt haben, warum ihre Idee nicht vom Fleck kam.

Das häufigste Muster: Zu viel Zeit damit verbracht, eine Lösung zu perfektionieren. Zu wenig Zeit damit, zu überprüfen, ob überhaupt jemand dafür zahlen würde.

Die 30 Aufträge in diesem Dokument sind mein Versuch, das umzudrehen. Sie sind keine akademischen Übungen. Jeder Auftrag erzwingt eine konkrete Handlung — ein Gespräch, ein Dokument, einen Testverkauf. Und jeder Auftrag hinterlässt einen Beweis: einen Text, einen Screenshot, eine Aufzeichnung.

Du hältst hier eine Vorschau des vollständigen Startup-Helper-Programms in der Hand. Etappen 1 bis 3 sind ausführlich beschrieben — genug, um zu verstehen, wie das Programm funktioniert. Die Etappen 4 bis 10 findest du als Überblick.

Wenn du danach denkst: „Das will ich durchziehen“ — dann ist das Programm offen für dich.

Mit einem klaren Kopf und ohne Hokusfokus,
Edgar van der Sel

Das Programm auf einen Blick

10 Etappen × je 10 Tage = 100 Tage strukturierte Umsetzung.

30 Aufträge mit prüfbareren Deliverables.

3 synchrone Calls mit Edgar (Etappen 1, 6, 10).

Geld-zurück-Garantie bei nachweislicher Vollerfüllung aller Aufträge.

Preis: €490 (Pilot) · €790 (regulär)

Etappe 1 — Stärken & Realität (Tag 1–10)

Synchroner Onboarding-Call 90 min · Stärken-Report wird erstellt

A1 — Fragebogen ausfüllen

50 Fragen in den Kategorien Biografie, Kompetenz-Selbstbild, Energie-Muster, Umfeld, Markt und Selbstkritik. Ca. 30–40 Minuten.

Warum kritisch: Ohne diese Daten kann ich keinen personalisierten Stärken-Report erstellen. Der Fragebogen ist die Grundlage für alles, was danach kommt.

Erwartetes Ergebnis: Ausgefüllter Fragebogen als Datei oder Google Forms Submission.

A2 — Biografie-Kurzform

Ein einseitiger Text: zentrale berufliche und persönliche Stationen, was dir Energie raubt, was dir Energie gibt.

Warum kritisch: Viele Menschen wissen nicht, worin sie wirklich gut sind — weil sie nie aufgeschrieben haben, wo sie herkommen. Diese eine Seite ist oft die ehrlichste Stunde des gesamten Programms.

Erwartetes Ergebnis: Google Doc 'Biografie-Kurzform', freigegeben für Edgar.

A3 — Stärken-Report lesen & kommentieren

Du bekommst deinen personalisierten Bericht (8–10 Seiten PDF) und notierst: 5 Stellen 'trifft zu' + 3 Stellen 'kein Match'.

Warum kritisch: Ein Report, der nicht kommentiert wird, wird nicht verarbeitet. Die Kommentare zeigen mir, ob wir die gleiche Sprache sprechen.

Erwartetes Ergebnis: Kommentare im geteilten Google Doc oder 2-Minuten-Loom.

Etappe 2 — Ideen-Validierung (Tag 11–20)

Asynchron · Kein Call · Fokus auf echte Gespräche mit echten Menschen

A4 — 3 Geschäftsmodell-Kandidaten wählen

Aus dem Stärken-Report wählst du 3 Geschäftsmodell-Kandidaten und begründest in je 100–150 Wörtern: Warum gerade du?

Warum kritisch: Du kannst nicht 10 Ideen parallel validieren. Drei ist eine Zahl, mit der du arbeiten kannst — und die dich zwingt, zu priorisieren.

Erwartetes Ergebnis: Google Doc mit 3 Absätzen, je ein Kandidat.

A5 — 5 Mini-Interviews führen

Je 15–20 Minuten, Zoom oder Telefon, mit potenziellen Kunden des favorisierten Kandidaten. Nicht verkaufen — zuhören.

Warum kritisch: Die häufigste Startup-Falle ist, eine Lösung zu bauen ohne je einen echten Kunden zu fragen. Diese fünf Gespräche sind die Versicherung gegen diese Falle.

Erwartetes Ergebnis: 5 Interview-Protokolle (Bullet-Form, Datum, Name, Kern-Zitat).

A6 — Problem-Sheet v1

Eine Seite: Klarer Kunden-Job (Job-to-be-done), Schmerzpunkt, Zahlungsbereitschafts-Indikator aus den Interviews.

Warum kritisch: Wenn du das Problem nicht in einem Satz beschreiben kannst, hast du noch nicht verstanden, was du lösen willst. Das Problem-Sheet erzwingt diese Klarheit.

Erwartetes Ergebnis: Google Doc 'Problem-Sheet v1'.

Etappe 3 — Angebots-Kern (Tag 21–30)

Asynchron · Edgar-Review auf A7 und A8

A7 — Angebots-Snapshot

Eine Seite: Wer bist du als Anbieter, was bietest du an, wie viel kostet es, was ist dein Kern-Versprechen, was differenziert dich?

Warum kritisch: Wer das in einer Seite sauber beantworten kann, hat die ersten zwei Etappen wirklich verarbeitet. Das ist der erste echte Reifegrad-Test.

Erwartetes Ergebnis: Google Doc 'Angebots-Snapshot', Edgar-Feedback folgt.

A8 — Landing-Copy-Entwurf

400–600 Wörter, kein Design, nur Text: Hero, Problem, Angebot, Preis, Call to Action.

Warum kritisch: 'Ich muss erst die Landing Page bauen' ist der klassische Aufschieb-Mechanismus. Die Copy erzwingt Klarheit, bevor eine einzige Zeile HTML geschrieben wird.

Erwartetes Ergebnis: Google Doc 'Landing-Copy v1'.

A9 — Preis-Hypothese mit Begründung

Was kostet das Alternativproblem dem Kunden, wenn er es nicht löst? Was macht die Konkurrenz? Was musst du verdienen, damit der Aufwand sinnvoll ist?

Warum kritisch: Preise aus dem Bauch heraus funktionieren selten. Diese drei Fragen erzwingen eine rationale Grundlage.

Erwartetes Ergebnis: 1 Absatz im Angebots-Snapshot mit Begründung.

Etappen 4–10 — Überblick

Das vollständige Programm umfasst 21 weitere Aufträge in den Etappen 4 bis 10. Hier ein Kurzüberblick:

Etappe 4 — Erster Testverkauf (Tag 31–40)

A10 — 10 gezielte Pre-Sell-Kontakte: Namensliste + individuelle Ansprache pro Kontakt — kein Blast-Mailing.

A11 — 1 Erstgespräch führen: Nicht präsentieren — zuhören und das Problem abfragen.

A12 — 1 Angebot senden: Konkret, mit Preis, in Schriftform.

Etappe 5 — MVP-Lieferung (Tag 41–50)

A13 — Lieferung (bei Ja-Fall): Die Leistung tatsächlich erbringen — egal wie manuell, aber dokumentiert.

A14 — Post-Mortem (bei Nein-Fall): Warum Nein, was sagt das Problem-Sheet.

A15 — Testimonial-Anfrage: Beim ersten Kunden nach einem Zitat fragen.

Etappe 6 — Positionierung schärfen (Tag 51–60)

A16 — Positionierungs-Workshop: 7-Fragen-Template + synchroner Call 45 min mit Edgar.

A17 — Pitch-Deck light oder Video-Pitch: 5 Slides oder 30-Sekunden-Video.

A18 — Elevator-Pitch (60 Wörter): Für LinkedIn-Bio und E-Mail-Signatur.

Etappe 7 — Traffic-Kanal wählen (Tag 61–70)

A19 — 1 Kanal festlegen: LinkedIn / YouTube / Newsletter / Reddit — begründet.

A20 — Redaktionsplan 30 Tage: 10–12 Themen, wöchentlicher Rhythmus.

A21 — Erste 3 Beiträge live: Auf dem gewählten Kanal veröffentlichen.

Etappe 8 — Verkaufs-Prozess (Tag 71–80)

A22 — Erstgesprächs-Leitfaden: 8 Fragen, max. 30 Min Call-Struktur.

A23 — Angebotsvorlage (PDF): Wiederverwendbares Template.

A24 — Rollenspiel mit Edgar: Edgar spielt schwierigen Kunden — 45 Min synchron.

Etappe 9 — Erste Skalierung (Tag 81–90)

A25 — 10 weitere Pre-Sell-Kontakte: Mit gelernter Positionierung aus Etappe 6.

A26 — 3–5 Erstgespräche: Kurz-Notizen je Gespräch.

A27 — Lead-Funnel skizzieren: Woher kommen Leads, welche Konversionspunkte.

Etappe 10 — Review & Weg weiter (Tag 91–100)

A28 — Retrospektive: Was funktionierte, was nicht, was ändere ich.

A29 — 6-Monats-Plan: 5 Meilensteine für Monat 4–9.

A30 — Abschluss-Call 60 min: Edgar + Teilnehmer — Übergabe-Entscheidung, Cross-Sell oder Garantie-Prüfung.

Was als nächstes?

Das vollständige Programm umfasst alle 30 Aufträge — mit asynchronem Support, 3 synchronen Calls, einem personalisierten Stärken-Report und der Geld-zurück-Garantie bei nachweislicher Vollerfüllung.

Pilot-Preis: €490 (erste 10 Teilnehmer)

Regulär: €790

Wenn du mitmachen möchtest oder zuerst ein Erstgespräch willst:

→ Erstgespräch buchen: [Calendly-Link folgt]

→ Mehr Infos: startup-helper.team

Edgar van der Sel

edgar@startup-helper.team