

Überzeugende Konzepte

Strukturiert und effektiv von
der Idee bis zur Präsentation



Barbara Kettl-Römer ist seit 1998 freie Autorin, Redakteurin und Dozentin und auch deswegen erfolgreich, weil ihre Publikations-, Kommunikations- und Seminar-Konzepte ihre Kunden überzeugen.

Cordula Natusch entwickelt seit 2006 als freie Redakteurin Konzepte für Publikationen aller Art. Für ihre Kunden übernimmt sie sämtliche Schritte von der Ideenfindung bis zur Drucklegung.



Nutzungshinweise für Ihr BusinessVillage-E-Book

Lesen Sie bitte den E-Book-Lizenzvertrag auf der folgenden Seite sorgfältig durch. Sie sind nur dann berechtigt, dieses E-Book zu nutzen, wenn Sie den Bestimmungen dieses Lizenzvertrages zustimmen.

Bitte beachten Sie hierbei insbesondere folgende Punkte:

- Die E-Book-Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, dieses Dokument **für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch** zu nutzen.
- Sie sind nicht berechtigt dieses Dokument – auch nicht auszugsweise – anderen Personen zugänglich zu machen, insbesondere es zu verleihen, zu vermieten oder zu verkaufen. Unternehmensversionen erhalten Sie auf Anfrage.
- Das Anfertigen von Vervielfältigungen und das Ausdrucken oder Speichern auf anderen Computern ist jederzeit gestattet, jedoch nur dann, wenn dies für Ihren persönlichen Gebrauch geschieht und Dritten dadurch nicht der Zugang dazu ermöglicht wird.
- Sie dürfen dieses Dokument nicht verändern. Schon bei dem Versuch einer Veränderung erlischt das Recht zur Nutzung.
- Das Recht zur Nutzung wird zeitlich unbegrenzt erteilt, solange die Lizenzbestimmungen vom Lizenznehmer erfüllt werden.
- Ihr BusinessVillage-E-Book ist speziell für Sie erstellt worden. Sichtbare und nicht sichtbare Kennzeichnungen zur Individualisierung innerhalb des E-Books erlauben die Identifizierung des Lizenznehmers im Falle eines Verstoßes gegen die Lizenzbedingungen.
- BusinessVillage übernimmt für Inhalte des E-Books keine Haftung.

BusinessVillage E-Book-Lizenzvertrag

Indem Sie dieses E-Book speichern, kopieren oder in einer anderen Art und Weise nutzen, erklären Sie, dass Sie die Bestimmungen der nachfolgenden Lizenzbedingungen akzeptieren. Durch das Speichern, Kopieren oder durch eine anderweitige Benutzung dieses E-Books wird ein rechtsgültiger Vertrag zwischen Ihnen (entweder als natürliche oder juristische Person) und BusinessVillage GmbH und deren Rechtsnachfolgern geschlossen. Falls Sie den nachfolgenden Bestimmungen nicht zustimmen, sind Sie nicht berechtigt, dieses E-Book zu speichern, zu kopieren, zu lesen oder in einer anderen Art zu nutzen. In diesem Fall sind Sie verpflichtet, dieses E-Book sofort zu löschen!

E-Book-Nutzungslizenz: Das vorliegende E-Book ist rechtlich als SOFTWARE zu qualifizieren und wird sowohl durch Urheberrechtsgesetze und andere internationale Urheberrechtsverträge geschützt als auch durch andere Gesetze und Abkommen über geistiges Eigentum. Wenn Sie den Lizenzvertrag akzeptieren, wird Ihnen dieses E-Book lizenziert, nicht verkauft.

I. LIZENZGEWÄHRUNG

Durch diesen Lizenzvertrag werden Ihnen folgende Rechte gewährt:

a) Verwendung des E-Books

Diese Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, das E-Book für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch zu nutzen. Sie sind nicht berechtigt – auch nicht auszugsweise – das E-Book zu vervielfältigen, zu kopieren oder zu verbreiten, zu verleihen, weiterzugeben oder Ähnliches, es sei denn, es wird Ihnen mit diesem Lizenzvertrag ausdrücklich gestattet. In jedem Fall ist eine Veränderung des E-Books (zum Beispiel Änderungen im Text, Kürzungen oder Ergänzungen etc.) oder ein Eingriff in oder eine Änderung an dem Quellcode des E-Books (insbesondere eine Veränderung oder Entfernung der personalisierenden Elemente des E-Books) strengstens untersagt.

b) Speicherung/Netzwerkverwendung

Sie sind lediglich berechtigt, das E-Book für Ihren persönlichen Gebrauch zu speichern. Dieses Recht schließt eine Speicherung auf mehreren Computern ein, solange diese ausschließlich von Ihnen genutzt werden. Eine Speicherung dieses E-Books auf einer zentralen Speichervorrichtung, wie etwa einem Netzwerkspeicher, ist Ihnen nur dann erlaubt, wenn Sie diese Speichervorrichtung ausschließlich dazu verwenden, das E-Book über ein internes Netzwerk auf Ihren anderen Computern zu nutzen. Anderen Nutzern darf dieses E-Book nicht überlassen werden oder der Zugriff über ein Netzwerk ermöglicht werden. Sie sind ebenfalls nicht berechtigt, das E-Book über ein externes Netzwerk oder das Internet direkt oder indirekt (beispielsweise durch Einstellen in eine Homepage, Speicherung auf einem File-, FTP- oder anderen Servern, Verweis darauf durch einen Link etc.) Dritten zur Verfügung zu stellen oder anderen den Zugang zu ermöglichen.

c) Sicherungskopie

Zusätzlich zu den unter Punkt b) genannten Speicherungsmöglichkeiten sind Sie lediglich berechtigt, von dem E-Book eine Sicherungs- oder Archivierungskopie zu fertigen. Auch diese Kopie ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch und darf nicht an Dritte weitergegeben werden oder Dritten Zugang dazu verschafft werden.

d) keine Weitergabe/Übertragung der Nutzungsrechte

Da dieses E-Book ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch ist, ist eine – auch unentgeltliche – Weitergabe nicht gestattet. Sie sind auch nicht berechtigt, die Nutzungsrechte an diesem E-Book entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.

II. Laufzeit und Kündigung

BusinessVillage erteilt Ihnen die Nutzungslizenz zeitlich unbegrenzt, solange Sie die Lizenzbestimmungen erfüllen. Unbeschadet sonstiger Rechte ist BusinessVillage berechtigt, Ihre Rechte aus diesem Lizenzvertrag zu kündigen, sofern Sie gegen die Bestimmungen dieses Lizenzvertrages verstoßen. In einem solchen Fall sind Sie verpflichtet, dieses E-Book und sämtliche Kopien unwiderruflich zu löschen.

III. Kennzeichenrechte

Diese Lizenzvereinbarung gewährt Ihnen keinerlei Rechte in Verbindung mit Kennzeichenrechten von BusinessVillage.

IV. Prüfrechte

Der Kunde wird über die Anzahl der Anwender beziehungsweise der von der Software erstellten Kopien sowie über deren Installationsort genaue Angaben nachhalten. BusinessVillage ist berechtigt, fünf Werktage nach vorheriger schriftlicher Ankündigung die Geschäftsräume des Kunden während der allgemeinen Geschäftszeiten zu betreten, um zu überprüfen, ob der Kunde seine Vertragspflichten einhält. Unter Berücksichtigung berechtigter Belange des Kunden wird BusinessVillage gegebenenfalls einen zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Sachverständigen mit dieser Überprüfung beauftragen. Der Kunde unterrichtet den Sachverständigen oder BusinessVillage umfassend, hält seine Mitarbeiter zur Auskunftserteilung an und gewährt Einblick in die für die Überprüfung erforderlichen Unterlagen. BusinessVillage trägt die Kosten dieser Überprüfung, es sei denn, es würde eine Vertragsverletzung durch den Kunden festgestellt.

V. Urheberrecht

Alle Rechte und geistigen Eigentumsrechte an dem E-Book (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Text, Bilder, Fotografien, Grafiken, Animationen, Video, Audio, Musik und Applets, die in dem E-Book enthalten sind), den gedruckten Begleitmaterialien und jeder Kopie des E-Books liegen bei BusinessVillage oder seinen Autoren. Jeder Fall einer Verletzung der Urheberrechte von BusinessVillage und jeder Verstoß dieser Lizenzvereinbarung wird ausnahmslos verfolgt. Jede Verletzung der Urheberrechte oder eine Missachtung der Lizenzbestimmungen verpflichtet zum Schadenersatz. Jede unerlaubte Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe kann mit einer Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft werden. Bei einer gewerbsmäßigen unerlaubten Verwertung droht eine Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe.

VI. Haftungsausschluss

BusinessVillage übernimmt für den Inhalt des E-Books keine Haftung. Die Verantwortlichkeit für den Inhalt liegt ausschließlich bei dem jeweiligen Autor. Dies gilt insbesondere für fachspezifische Inhalte wie rechtliche, steuerrechtliche, medizinische, pharmazeutische oder ähnliche Inhalte. Im Übrigen ist die Haftung von BusinessVillage und seinen Erfüllungsgehilfen beschränkt auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.

Barbara Kettl-Römer, Cordula Natusch

Überzeugende Konzepte

**Strukturiert und effektiv von
der Idee bis zur Präsentation**

Barbara Kettl-Römer, Cordula Natusch

Überzeugende Konzepte

Strukturiert und effektiv von der Idee bis zur Präsentation

1. Auflage 2015

© BusinessVillage GmbH, Göttingen

Bestellnummern

ISBN 978-3-86980-314-2 (Druckausgabe)

ISBN 978-3-86980-315-9 (E-Book, PDF)

Direktbezug www.BusinessVillage.de/bl/971

Bezugs- und Verlagsanschrift

BusinessVillage GmbH

Reinhäuser Landstraße 22

37083 Göttingen

Telefon: +49 (0)5 51 20 99-1 00

Fax: +49 (0)5 51 20 99-1 05

E-Mail: info@businessvillage.de

Web: www.businessvillage.de

Layout und Satz

Sabine Kempke

Illustrationen im Buch

Barbara Kettl-Römer

Seite 30: Männchen: ioannis kounadeas, www.fotolia.de

Seite 61: Foto Ute von Staegmann: Rudolf Küstner, Hamburg

Seite 76 und 122: Foto Frank T. Hill: Thomas Lohnes, thomas-lohnes.com

Autorenfotos

Barbara Kettl-Römer: Fotostudio Sienz, www.fotostudio-sienz.de

Cordula Natusch: Gerd Grossmann, hansephoto.de

Druck und Bindung

www.booksfactory.de

Copyrightvermerk

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in diesem Buch enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor/den Autoren nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Inhalt

Vorwort	7
1. Was ist ein Konzept und was kann es leisten?	11
1.1 Von der Idee zum Konzept	12
1.2 Welche Situationen verlangen nach Konzepten?	18
1.3 Nutzen und Grenzen von Konzepten	22
2. In diesen sieben Schritten erstellen Sie ein überzeugendes Konzept	29
3. Konzepte entwickeln: Zielfestlegung und Situationsanalyse	35
3.1 Was ist das Ziel Ihres Konzepts?	36
3.2 Situationsanalyse: Was soll anders oder neu werden?	44
3.3 Interview: Konzeptentwicklung für einen Verein	61
4. Lösungsansätze ausarbeiten: Ideen entwickeln, Alternativen bewerten, Entscheidungen treffen	65
4.1 Methoden der Ideenfindung und -sammlung	67
4.2 Wege zum Ziel	72
4.3 Interview: Konzepte für Kunden entwickeln	76
5. Konzepte strukturieren und ausarbeiten: Aber logisch!	89
5.1 Chronologisch strukturieren: Passt selten, aber manchmal besonders gut	91
5.2 Sachlogisch strukturieren: Folgen Sie den W-Fragen	93
5.3 Konzepte ausarbeiten: Überzeugen Sie Ihre Leser	100
6. Die Präsentation: Von der Vorbereitung zur mitreißenden Inszenierung	111
6.1 Gute Vorbereitung ist die halbe Wirkung	112
6.2 Interview: Präsentation mit Dramaturgie	122
6.3 Ihr Auftritt	126

7. Konzepte umsetzen und evaluieren: So werden Ideen Realität	139
7.1 Vom Konzept zum Plan	140
7.2 Lernen aus Fehlern	145
7.3 So gelingt die Umsetzung Ihres Konzepts	153
8. Praxisbeispiele für erfolgreiche Konzepte	157
8.1 Praxisbeispiel 1: ein Stellenkonzept	158
8.2 Praxisbeispiel 2: ein Eventkonzept	163
8.3 Praxisbeispiel 3: das Exposé für dieses Buch	165
Literaturverzeichnis	171
Die Autorinnen	172

Vorwort

»Wer hohe Türme bauen will, muss lange beim Fundament verweilen.«

Anton Bruckner (1824–1896), österreichischer Komponist

Ein stabiles Fundament ist nicht nur für Architekten und Komponisten von Bedeutung, sondern für jeden, der eine Idee in die Tat umsetzen will. Auch Gedankengebäude brauchen eine verlässliche Basis, die dem jeweiligen Unter- beziehungsweise Hintergrund und den Bedürfnissen und Zielen des Bauherren angepasst ist und dafür sorgt, dass das wunderbare Konstrukt im Laufe der Bauausführung, nämlich der Umsetzung, keine Risse bekommt oder gar einstürzt. Dieses gedankliche Fundament meinen wir, wenn wir in diesem Buch über Konzepte schreiben.

Ob im Beruf oder im Ehrenamt, allzu viele an sich gute Ideen werden schlecht oder gar nicht umgesetzt. Das liegt manchmal an fehlenden Ressourcen, oft aber an mangelhaften Konzepten. Die wiederum kranken daran, dass Konzeptarbeit zum einen nicht immer als notwendig erkannt und zum anderen weder in der Schule noch in der Ausbildung (und selbst an den Hochschulen nur geringfügig) gelehrt und damit gelernt wird. Irgendwann steht man dann im Beruf oder im Verein, wirbt für eine Idee und bekommt zu hören: »Na, dann machen Sie mal ein Konzept!«

Ja, was machen Sie dann? Und vor allem: Wie machen Sie das?

Für Menschen in dieser Situation haben wir dieses Buch geschrieben. Auch wir standen irgendwann zum ersten Mal vor der Herausforderung, ein Konzept zu erstellen, und mussten uns Schritt für Schritt das erforderliche Wissen aneignen. Etliche Jahre und viele Konzepte später

haben wir unser Know-how und unsere Erfahrungen systematisch in diesem Praxisleitfaden zusammengefasst.

Wir versprechen Ihnen keine Wundermethode, mit der Sie für jedes Problem sofort eine Standardlösung herbeikonzeptionieren können. Die gibt es nämlich nicht. Aber wir begleiten Sie durch die einzelnen Schritte der Konzeptarbeit, von der Idee über die Entwicklung, Strukturierung, Ausarbeitung und Präsentation bis zur Umsetzung und Evaluierung. Wir zeigen Ihnen jeweils, auf welche Punkte es ankommt und welche Methoden für Sie hilfreich sein können, und veranschaulichen dies durch Beispiele und Interviews.

Eine anregende und nützliche Lektüre wünschen Ihnen

Barbara Kettl-Römer und Cordula Natusch

**Was ist ein Konzept und
was kann es leisten?**



Wenn man wissen will, was genau ein Konzept ist und was es leisten kann, muss man zunächst klarstellen, was es nicht ist und was es nicht kann. Deshalb grenzen wir in diesem Kapitel das Konzept von der Idee und vom Plan ab und überlegen, welche Situationen und Aufgabenstellungen überhaupt nach einem Konzept verlangen. Unser Ziel ist nicht, dass Sie zukünftig für jede noch so kleine Idee erst einmal ein umfangreiches Konzept ausarbeiten, weil Ihnen das nach der Lektüre dieses Buchs (hoffentlich) so viel Spaß macht. Sondern wir denken ökonomisch und reservieren die Konzeptarbeit für die Aufgabenstellungen, bei denen wir sie wirklich benötigen. Wir zeigen, wie Sie von dieser Arbeit profitieren, aber auch, womit Sie ein Konzept überfrachten beziehungsweise überfordern können.

1.1 Von der Idee zum Konzept

»Ihre Idee ist gut. Bitte legen Sie uns dazu bis zum Ende nächster Woche ein Konzept vor!« Herzlichen Glückwunsch! Wenn Sie diese Worte im Meeting oder im Vier-Augen-Gespräch von Ihrem Chef hören, haben Sie mit Ihrem Vorschlag schon einmal Gehör gefunden. Möglicherweise liegt in Ihrer Idee die Lösung für ein bestehendes Problem oder Sie haben einen zündenden Gedanken für ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung – egal, welchen Inhalt Ihre Idee hat, nun geht es darum, aus ihr ein vorzeigbares und überzeugendes Konzept zu machen. Manchmal wird die Idee oder die Aufgabenstellung auch von einem Kunden oder Vorgesetzten an Sie herangetragen werden. Dann dient ein Konzept dazu, den Auftraggeber davon zu überzeugen, dass die eigene Weiterentwicklung der Kunden- oder Chefidee genau die richtige Lösung ist.

Mehr als eine Idee ...

Aber was ist nun ein Konzept eigentlich genau? Der Duden sagt dazu: »skizzenhafter, stichwortartiger Entwurf«, »Rohfassung eines Textes, einer Rede oder Ähnliches«, »klar umrissener Plan, Programm für ein Vorhaben«, »Idee, Ideal; aus der Wahrnehmung abstrahierte Vorstellung«. Wikipedia nennt ein Konzept die »Skizzierung eines Vorhabens« und einen »vorläufigen, nicht bis ins Detail ausgearbeiteten Plan«. Als »geistigen, künstlerischen Einfall«, »Entwurf eines Werks« oder auch »Leitprogramm« definiert der Fremdwörter-Duden das Konzept.

Am Anfang steht eine Idee: Wie häufig wird ein Vorschlag einfach so in den Raum geworfen, nur um dann gleich wieder vergessen zu werden. Dabei sind sie oft gut, die Ideen, die typischerweise anfangen mit Worten wie: »Wir sollten mal ...

- ... unseren Webauftritt relaunchen.«
- ... unsere Personalentwicklung professionalisieren.«
- ... unsere Kommunikationsmaßnahmen besser miteinander vernetzen.«
- ... das auch für unsere Kunden anbieten.«

Gerade weil solche Äußerungen in der Regel spontan gemacht werden, benennen sie ein konkretes, in diesem Moment auftretendes Problem, zeigen eine intelligente Lösung oder decken einen ganz neuen, innovativen Sachverhalt auf. Oft genug bleibt es dann aber bei der Idee und der Gedanke kommt nie zur Umsetzung. Warum ist das so?

Dafür gibt es viele Gründe:

- Ein Konzept macht Arbeit. Es ist leichter, eine Idee in den Raum zu werfen, als sie in einem Konzept zu konkretisieren, dann bis zu einem Detailplan auszuarbeiten und anschließend tatsächlich zu verwirklichen.
- Die benötigten Ressourcen sind nicht vorhanden: Es mangelt an Zeit, Personal, Finanzen oder Know-how.
- Die Analyse der aufgetretenen Schwierigkeiten war falsch oder ungenügend. Wer das Problem nicht wirklich verstanden hat, findet auch keinen Weg, es zu lösen.
- Es gibt auch schlechte Ideen. Da ist es ausnahmsweise positiv, wenn diese gleich wieder in der Versenkung verschwinden.

Oft aber scheitern gute Ideen auch daran, dass das Wissen fehlt, in welchen Schritten und mit welchen Werkzeugen aus ihnen zunächst ein Konzept und anschließend ein Detailplan werden. Und dann gibt es noch die tragischen Fälle, in denen die Idee gut ist, das entsprechende Konzept auch präsentiert wird, das Vorhaben aber dennoch einen vorzeitigen Tod stirbt. Wahrscheinlich hat dann die Ausarbeitung nicht gezeigt, warum es so wichtig ist, die Idee auch umzusetzen. Es fehlen beispielsweise Argumente, die für die Entscheidungsträger überzeugend sind. Oder diese Argumente werden nicht überzeugend vorgetragen. Dann ist das Konzept schlicht unzureichend.

Der Verlust der vielen guten Ideen, die jeden Tag in Unternehmen, Verwaltungen, aber auch Schulen und Vereinen geboren und dann nicht umgesetzt werden, ist bedauerlich. Hier schlummert ein großes Potenzial, wie Aufgaben im Unternehmen leichter gelöst, Kunden bes-

ser betreut, Märkte erfolgreicher erschlossen und bürokratische Hürden vermieden werden können. Wie Vereine ihren Mitgliedern mal etwas Neues anbieten und Verwaltungen bürgernäher arbeiten können ... Die Liste ist endlos. Innovative Unternehmen wie Google machen es vor. Sie fordern ihre Mitarbeiter aktiv zum Ideenspinnen auf. Aus diesen »Spinnereien« werden dann konkrete Konzepte und schließlich neue Dienste. Natürlich ist nicht jeder Vorschlag, der dabei entsteht, gut und nicht alles wird erfolgreich umgesetzt. Aber in der Summe bleiben viele Ideen übrig, die zum weiteren Erfolg beitragen und durch die neue Marktgiganten entstehen.

Damit Ihre Idee nicht als ebenso schnell gemachter wie schnell vergessener Vorschlag endet, sollten Sie sie zu einem tragfähigen, überzeugenden Konzept ausarbeiten. Ihre Idee verlässt dabei das reine Gedankengebäude und nimmt konkretere Formen an. In Ihrem Konzept skizzieren Sie, wie sich Ihre Idee in die Realität umsetzen lässt, welche ersten, grundsätzlichen Schritte und Voraussetzungen dafür notwendig sind und welche Ressourcen – grob geschätzt – Sie dafür benötigen.

Ziel eines Konzepts ist es, aufzuzeigen, wie ein erkanntes Problem gelöst und eine Aufgabe erledigt werden können.

KOMPAKT

... weniger als ein Plan

Ein Konzept ist mehr als eine bloße Idee, aber noch kein fertig ausgearbeiteter Plan. Wenn jemand Sie um ein Konzept bittet, dann möchte er von Ihnen nicht alle Details, Einzelmaßnahmen und Fallstricke wissen, die Sie bei der Umsetzung im Auge behalten müssen. Er wünscht sich gut aufbereitete Informationen, die es ihm ermöglichen, Ihre Idee zu beurteilen und ihre Realisierungschancen einzuschätzen. Ein über-

zeugendes Konzept legt die großen, zentralen Gedanken Ihrer Idee oder Ihres Vorhabens offen.

Aber erst nachdem ein Konzept gebilligt wurde, entsteht daraus ein Plan. Erst in einem Plan halten Sie fest, mit welchen konkreten Einzelmaßnahmen Sie Ihr Projekt (den Website-Relaunch, die Einführung eines neuen Produkts, die Umsetzung einer neuen Kommunikationsstrategie ...) in die Realität bringen wollen.

Wer plan-los an die Arbeit geht, scheitert häufig schon in der Frühphase, weil er sich in Aktivitäten verzettelt, die nicht zum Ziel führen. Oder er trifft Entscheidungen, die das Problem nicht wirklich und nachhaltig lösen, dafür aber unnötige Kosten verursachen. Mit einem Plan hingegen erstellen Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie Ihr Vorhaben, Ihr Projekt umsetzen werden. Aus einem Projektplan heraus entstehen weitere Unterpläne, etwa

- Projektstrukturpläne, mit denen Sie Schritt für Schritt das weitere Vorgehen im Detail aufschlüsseln,
- Budgetpläne, in denen Sie die vorhandenen finanziellen Mittel auf die verschiedenen Posten verteilen, und
- Zeitpläne, in denen Sie die Arbeitspakete in einer Zeitleiste auflisten.

Ein Plan ist also sehr viel detaillierter als ein Konzept und listet Einzelmaßnahmen mit ihren exakten Terminen, Kosten und Verantwortlichkeiten auf. Je sorgfältiger und realistischer Sie planen, desto eher gelingt ein Vorhaben.