

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

2. Wie wird die Gründung eines Unternehmens vorbereitet?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

2.4.2 „Gründen 2.0“ – das Lean Startup Konzept II

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship





Lean Startup: Grundinhalte und Anwendung



Product Market Fit

Product Market Fit

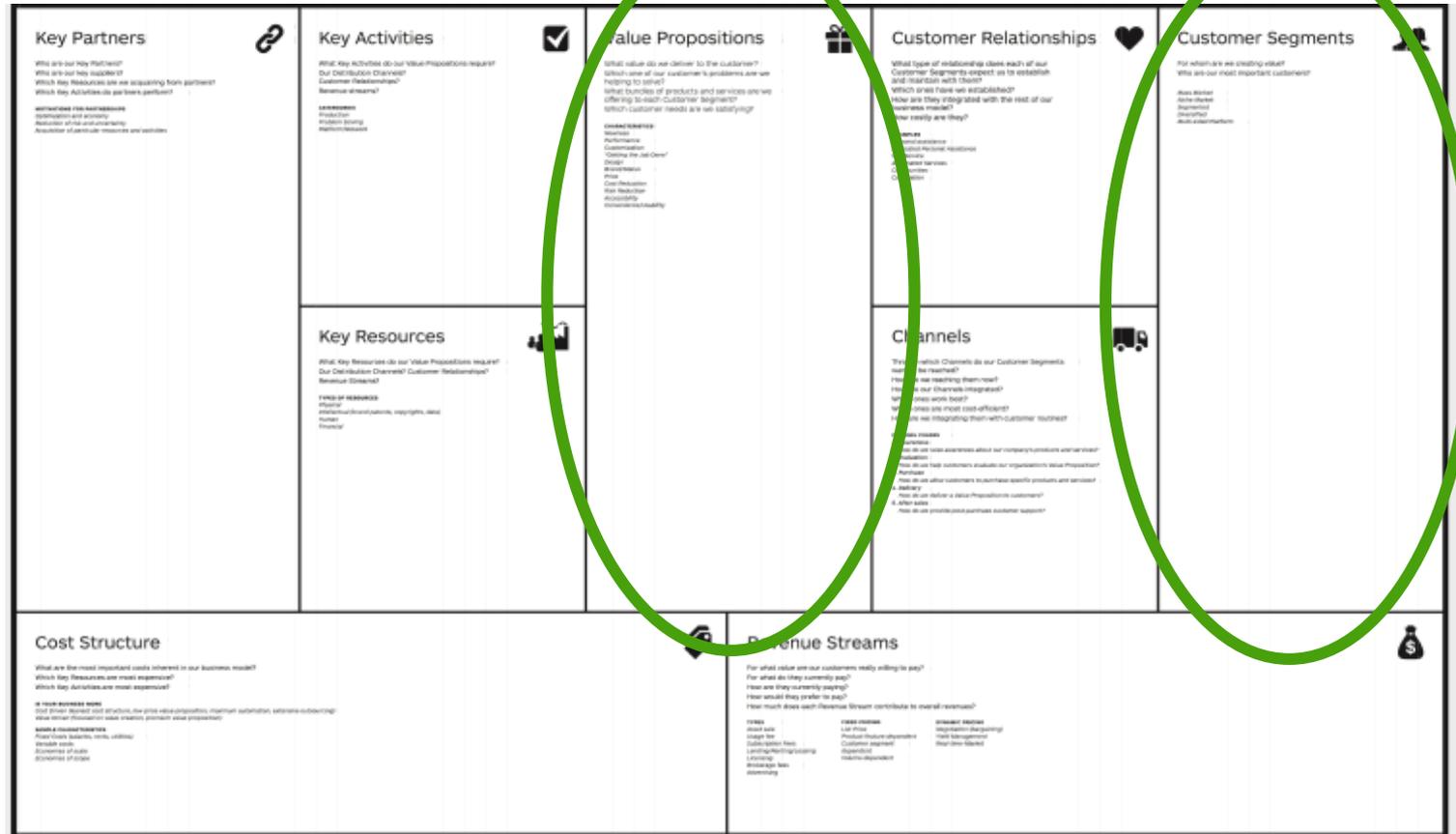


Bild: Business Model Canvas - The Business Model Alchemist - <http://businessmodelalchemist.com/tools> - CC BY-SA 1.0

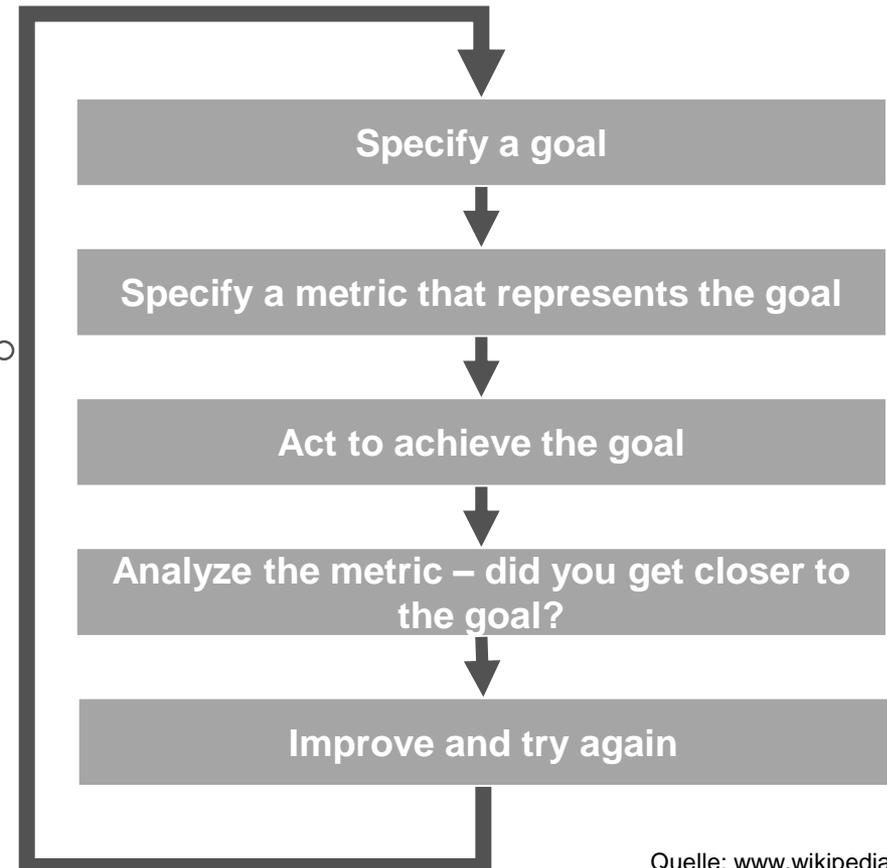
Validiertes Lernen

Validiertes Lernen: Hypothesen aufstellen und testen, wie ein Produkt am Markt funktioniert.

Was wollen die Kunden?
Wie kann ich Geld verdienen?

Nicht → Fragebogen und fiktive Kunden

Sondern → echte Kunden mit einem echten Produkt (Prototyp) und einer realen Kaufentscheidung konfrontieren



Quelle: www.wikipedia.org.

Beispiel validiertes Lernen

Zappos Shoes Hypothesis



The MVP Life Cycle Solution

Build

Rudimentary web page showing pictures the founder had taken of shoes in local stores and there prices.

Shoe Type A



Shoe Type B



Drive Traffic

Run adword campaign

Learn

Hypothesis proved

Measure



He then measured traffic

Quelle: www.bullethq.com (o.J.).

Leap of Faith – Value & Growth-Hypothese

Der „Leap of Faith“: Jedes Startup muss sich über seine Value- und Growth-Hypothesen klar werden und beide testen

Ziel → möglichst schnell die Lücke zwischen Glauben und Wissen schließen

Zwei zentrale Annahmen testen

Value Hypothese

- Produkt liefert seinen Kunden einen Mehrwert
- Innovators & Early Adopters finden das Produkt und nehmen es an

Growth Hypothese

- Produkt funktioniert nicht nur in der kleinen Gruppe erster Nutzer, sondern darüber hinaus in einem großen Markt

Quelle: in Anlehnung an: Ries (2011).

Beispiel Value- und Growth-Hypothese

Facebook:

Facebook konnte sehr früh mit wenigen Nutzern beide Hypothesen bestätigen...

Value Hypothese

- Registrierte Nutzer waren äußerst aktiv. Mehr als die Hälfte loggte sich täglich auf der Seite ein

Growth Hypothese

- Facebook hatte beeindruckende Nutzer-Aktivierungs-Raten. In den Colleges, in denen Facebook eingeführt worden war, registrierten sich innerhalb eines Monats $\frac{3}{4}$ aller Studenten (ohne Marketing)

Minimal Viable Product

ACHTUNG! Gefahr!

Viele basteln zu lange isoliert an ihren Ideen!
→ Ideen müssen möglichst schnell in der Realität getestet werden



MVP

„minimal viable product“

- Einfacher Prototyp mit grundlegendsten Funktionen
- Im Extremfall auch ein „Smoke-Test“, ein vorgetäushtes Produkt, das z.B. als Bild in einem Webshop existiert, aber noch nicht entwickelt wurde

Facebook MVP

The screenshot shows the profile of Mark Zuckerberg on the original Facebook website. The page layout includes a navigation bar at the top with the site name and various links. The profile section is divided into several panels: a search bar, a navigation menu, a profile picture, a message box, and an information panel.

Navigation Bar: [thefacebook] livestream
home search global social net invite faq logout

Profile Header: Mark Zuckerberg's Profile Puget Sound

Search Bar: quick search go

Navigation Menu: My Profile [edit], My Friends, My Parties, My Messages, My Account, My Privacy

Profile Picture: 

Message Box: Send Mark a Message, Poke Him

Information Panel:

Information	
Account Info:	
Name:	Mark Zuckerberg
Member Since:	The beginning (February 4, 2004)
Last Update:	July 19, 2005
Basic Info:	
School:	Harvard
Status:	Student
Sex:	Male
Residence:	02138 USA
Birthday:	May 14, 1984
Home Town:	Orting, WA
High School:	Phillips Exeter Academy
Contact Info:	
Email:	mzuckerb@fas.harvard.edu
Screename:	zberg02
Mobile:	

Connection: This is you

Mutual Friends: You have 10 friends in common with Mark

Quelle: www.insanelab.com (o. J.)

MVP Matrix

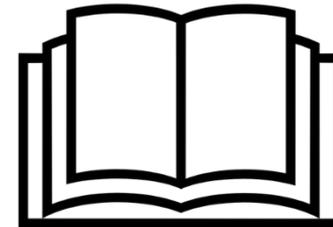
Markt

Lösung

Generativ



Problem Interview



Faked Manual

Evaluativ



Teaser Page



Version 1.0

Quelle: www.slideshare.net

Überblick: MVP Matrix

Generative Market Research

Customer discovery interview/problem interviews, contextual inquiry/ethnography, data mining, focus groups, sampling...

Evaluative Market Experiments

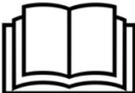
Pre sales, smoke test (video, storyboard, 3D model picture, landing page, sales pitch, crowdfunding etc.)

Generative Solution Research

Solution interview, demo pitch, competitor usability etc.

Evaluative Solution Experiments

Paper prototypes, clickable prototypes, usability, takeaway, mystery shopping ...

	Markt	Lösung
Generativ	 Problem Interview	 Faked Manual
Evaluativ	 Teaser Page	 Version 1.0

Beispiel: Minimal Viable Product

Dropbox:

Problem:

Entwicklung eines Prototyps wäre sehr aufwändig gewesen

Einfache und kreative Lösung:

Ein Video, das eine simple anwenderfreundliche Datensynchronisierung zeigte in Verbindung mit einer Warteliste für Interessenten.

Ergebnis:

Über Nacht trugen sich 75.000 potenzielle Nutzer in die Warteliste ein

Quelle: in Anlehnung an: www.medium.com (o. J.).

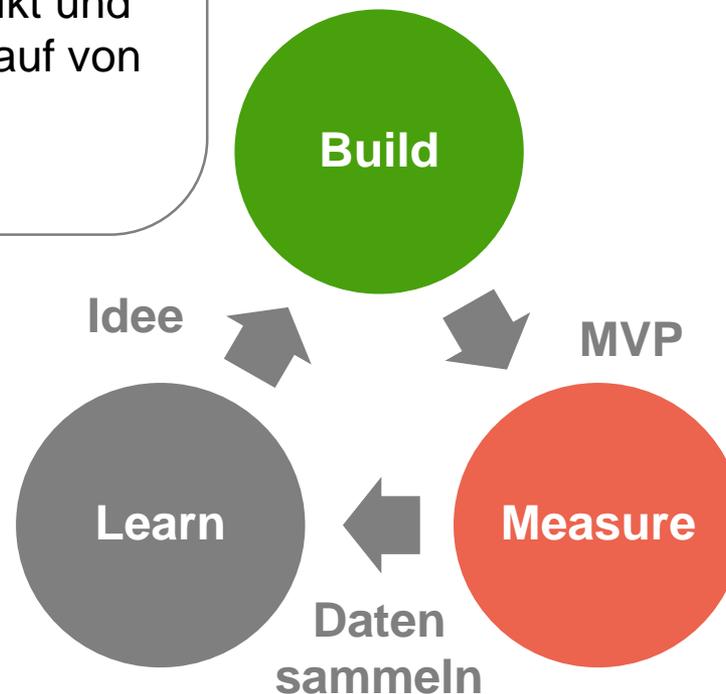
Build - Measure - Learn

Mit den gewonnenen Erkenntnissen und Eindrücken konzipiert man ein neues, optimiertes Produkt und startet den Kreislauf von vorne.

Entwicklung eines einfachen Prototypen

Measure: Man geht an den Markt und sammelt Feedback. Man „misst“, indem man:

- quantitative Daten sammelt (z. B. Auswertung von Clickraten),
- mit Kunden spricht und sie besser verstehen lernt.



Quelle: in Anlehnung an Maurya (2012).