

Erklärung der Antwortstufen

- Stufe 1: Unvollständig
 - Der Prozess, die Annahme oder die Aufgabe wurde nicht gestartet
- Stufe 2: Erste Überlegungen
 - Zum Prozess, der Annahme oder der Aufgabe wurden erste Überlegungen gemacht und eventuell schon erste Schritte unternommen, jedoch ohne Struktur oder Definition.
- Stufe 3: Strukturierte Umsetzung
 - Der Prozess, die Annahme oder die Aufgabe befindet sich in der Umsetzung mit konkreten Zielen, Meilensteinen, Zuständigkeiten oder Definitionen.
- Stufe 4: Validiert und Optimiert
 - Der Prozess, die Annahme oder die Aufgabe wurde durch Nutzerfeedback, Datenanalyse oder Experteninterviews validiert und/oder wird optimiert.

Startup Journey Phasen

Phase 1: Ideen- und Teamfindung

1. Wie weit ist die Produktidee entwickelt?
 - a. Bisher gibt es noch keine Produktidee.
 - b. Es gibt eine erste Produktidee, sie ist aber noch nicht ausgearbeitet.
 - c. Es gibt eine klare Vorstellung, was unser Produkt sein soll.
 - d. Die Produktidee wurde durch Marktanalysen oder Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie stark sind Motivation und Passion im Team erkennbar?
 - a. Das ist noch unklar.
 - b. Es ist ungefähr bekannt, wo die Motivation und Passion jedes Einzelnen liegen.
 - c. Im Team sind die konkrete Motivation und Passion jedes Einzelnen bekannt.
 - d. Im Team versuchen wir aktiv die Motivation und Passion durch gezielte Maßnahmen zu fördern.
3. Inwiefern sind die erforderlichen Kompetenzen im Team vorhanden?
 - a. Das muss noch überprüft werden.
 - b. Es gibt erste Überlegungen, welche Kompetenzen benötigt werden.
 - c. Es gibt einen konkreten Plan der Zuständigkeiten basierend auf der Erfahrung der Teammitglieder.
 - d. Das Team hat alle benötigten Kompetenzen und erweitert aktiv sein Wissen.

4. Wie klar ist das Mission Statement definiert worden?
 - a. Das gibt es noch nicht.
 - b. Es besteht eine erste Überlegung dazu, die Ausarbeitung fehlt noch.
 - c. Das Mission Statement wurde klar definiert.
 - d. Das Mission Statement wurde durch Team-Feedback validiert und gegebenenfalls angepasst.

Phase 2: Chancen Validierung

1. Besteht ein Problem-Solution-Fit?
 - a. Das wurde noch nicht überprüft.
 - b. Es wurden erste Überlegungen angestellt, ob unser Produkt wirklich ein Kundenproblem löst.
 - c. Es ist sicher, dass unser Produkt ein konkretes Problem löst.
 - d. Der Problem-Solution-Fit wurde durch Tests validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wurde ein innovatives und werthaltiges Angebot entwickelt? (Value Proposition)
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Die Entwicklung ist im Gange, aber noch nicht abgeschlossen.
 - c. Es wurde eine konkrete Value Proposition entwickelt.
 - d. Die Value Proposition wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Inwiefern existieren Unique Selling Points (USP)?
 - a. Es wurden noch keine konkreten USPs ausgearbeitet.
 - b. Es gibt erste Überlegungen, was USPs sein könnten.
 - c. Die USPs wurden klar definiert.
 - d. Die USPs wurden durch Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
4. Wie klar ist die Zielgruppe definiert?
 - a. Sie wurde noch nicht definiert.
 - b. Es besteht eine erste Überlegung, wer unsere Zielgruppe ist.
 - c. Wir haben eine klare Definition unserer Zielgruppe.
 - d. Die Definition unserer Zielgruppe wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Inwiefern sind die Bedürfnisse der Zielgruppe bekannt?
 - a. Die Bedürfnisse sind noch nicht bekannt.
 - b. Es besteht eine erste Vorstellung davon, was die Bedürfnisse sein könnten.
 - c. Es besteht eine klare Definition der Bedürfnisse unserer Zielgruppe.

- d. Die Bedürfnisse unserer Zielgruppe wurden durch Interviews validiert und gegebenenfalls angepasst.
6. Inwiefern wurde eine Customer Validation durchgeführt?
- a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste Rückmeldungen wurden von potenziellen Nutzern eingeholt.
 - c. Der Prototyp wurde innerhalb der Zielgruppe getestet.
 - d. Der Prototyp wurde mit einer breiten Zielgruppe getestet und durch Feedback gezielt angepasst.
7. Wie differenziert wurde die Marktsegmentierung vorgenommen?
- a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es gibt erste Überlegungen zur Segmentierung.
 - c. Der Markt wurde klar segmentiert.
 - d. Die Marktsegmentierung wurde durch Marktanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
8. Wie gut ist das wirtschaftliche Potenzial des Marktes analysiert worden?
- a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste Analysen zum Marktpotenzial wurden unternommen, eine Ausarbeitung fehlt noch.
 - c. Es besteht eine konkrete Analyse zum Marktpotential.
 - d. Die Marktpotentialanalyse wurde durch Marktstudien oder mit Experten validiert und gegebenenfalls angepasst.
9. Inwiefern wurde eine Machbarkeitsanalyse durchgeführt? (technisch & wirtschaftlich)
- a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste Annahmen wurden formuliert, aber nicht geprüft.
 - c. Eine interne Machbarkeitsanalyse wurde durchgeführt.
 - d. Die Machbarkeitsanalyse wurde durch einen Proof-of-Concept oder mit Experten validiert und gegebenenfalls angepasst.
10. Wie gut ist der aktuelle Zeitpunkt für eine Markteinführung begründet?
- a. Das muss noch gemacht werden.
 - b. Es ist ungefähr bekannt, wie gut der aktuelle Zeitpunkt ist.
 - c. Es gibt konkrete Informationen darüber, wie gut der aktuelle Zeitpunkt ist.
 - d. Der aktuelle Zeitpunkt wurde durch Marktanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
11. Inwiefern gibt es eine erste Finanzplanung (Fördermittel / Investoren)?
- a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste Ideen zur Finanzierung wurden gesammelt.
 - c. Eine grobe Planung zur Finanzierung liegt vor.
 - d. Die Planung zur Finanzierung wurde mit externem Feedback validiert und gegebenenfalls angepasst.

Phase 3: Marktgerechte Lösungsfindung

1. Besteht ein Product-Market-Fit?
 - a. Das wurde noch nicht überprüft.
 - b. Es gibt erste Hinweise, dass unser Produkt am Markt ankommt.
 - c. Es gibt starke Indikatoren dafür, dass unser Produkt am Markt ankommt.
 - d. Der Product-Market-Fit wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie weit ist die Planung bis zur Markteinführung?
 - a. Es besteht noch kein Zeitplan.
 - b. Es gibt einen groben Zeitplan.
 - c. Es gibt einen konkreten Zeitplan mit Milestones.
 - d. Der Zeitplan wurde durch Machbarkeitsanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Wie weit ist die Entwicklung des Geschäftsmodells?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es bestehen erste Überlegungen zu einem Geschäftsmodell.
 - c. Es gibt eine klare Definition des Geschäftsmodells.
 - d. Das Geschäftsmodell wurde mit Experten oder Wettbewerbsanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
4. Inwiefern wurden die Wettbewerber analysiert?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste gibt vereinzelte Recherchen, eine Ausarbeitung fehlt noch.
 - c. Es besteht eine strukturierte Analyse des Wettbewerbs.
 - d. Die Wettbewerbsanalyse wurde mit Marktexperten validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Inwiefern gibt es Kompetenzen zum agilen Bau des Produktes?
 - a. Es ist noch unklar, wie das Produkt gebaut werden könnte.
 - b. Es gibt ein grobes Verständnis zum Produktbau.
 - c. Es gibt ein konkretes Verständnis für agile Methoden beim Produktbau.
 - d. Die agilen Methoden zum Produktbau wurden in der Praxis validiert und gegebenenfalls angepasst.

Phase 4: Übergang zum Markt-Start

1. Inwiefern existiert eine Strategie zur Pilotierung mit Erstkunden?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Erste Ideen zur Pilotierung mit Erstkunden bestehen.
 - c. Eine Pilotstrategie mit Erstkunden wurde klar definiert.

- d. Die Pilotierung wurde durchgeführt, validiert und wird aktiv zur kontinuierlichen Verbesserung genutzt.
2. Wie weit ist die Entwicklung einer Go-To-Market Strategie?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es gibt erste Überlegungen, wie das Produkt an den Markt gebracht werden könnte.
 - c. Es gibt eine ausgearbeitete Go-To-Market Strategie.
 - d. Die Go-To-Market Strategie wurde mit Markttests oder Expertenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
 3. Inwiefern wurden geeignete Vertriebskanäle definiert?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es gibt erste Überlegungen zu möglichen Vertriebskanälen.
 - c. Die Vertriebskanäle wurden genau definiert.
 - d. Die Vertriebskanäle wurden in der Praxis getestet, validiert und gegebenenfalls angepasst.
 4. Inwiefern existiert eine Marketingstrategie entlang einer Customer Journey?
 - a. Es gibt bisher keine Marketingstrategie.
 - b. Eine grobe Marketingstrategie wurde erarbeitet.
 - c. Es existiert eine klare Marketingstrategie entlang einer Customer Journey.
 - d. Die Marketingstrategie wurde durch Tests und Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
 5. Wie weit ist die Entwicklung der Unternehmensstruktur und -prozesse?
 - a. Es wurde noch nicht über Strukturen oder Prozesse nachgedacht.
 - b. Erste Überlegungen zur Struktur und den Prozessen wurden gemacht.
 - c. Es wurde eine klare Unternehmensstruktur sowie dazugehörige Prozesse definiert und eingeführt.
 - d. Die Unternehmensstruktur und -prozesse wurden in der Praxis und durch Teamfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.

Phase 5: Markteintritt und Wachstum

1. Inwiefern wurden Zielgrößen definiert? (KPIs und/oder OKRs)
 - a. Zielgrößen wurden noch nicht definiert.
 - b. Erste grobe Zielgrößen wurden formuliert.
 - c. Relevante Zielgrößen wurden klar definiert und werden verfolgt.
 - d. Die Zielgrößen wurden durch Monitoring validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie weit ist die Entwicklung einer Vertriebsstrategie zur Skalierung?
 - a. Es gibt noch keine Überlegungen zur Skalierung des Vertriebs.
 - b. Erste Ansätze zur Skalierungsstrategie wurden formuliert.
 - c. Eine klare Skalierungsstrategie wurde ausgearbeitet.

- d. Die Skalierungsstrategie wurde durch Pilotprojekte oder Expertenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
- 3. Inwiefern ist die Finanzierung für die aktuellen Pläne gesichert?
 - a. Die Finanzierung ist noch nicht gesichert.
 - b. Es gibt erste Gespräche oder Vereinbarungen.
 - c. Die benötigte Finanzierung ist vorhanden.
 - d. Einnahmen und Ausgaben werden laufend überprüft und auf Basis der Finanzierung optimiert.
- 4. Inwiefern existiert eine Strategie zum Aufbau von Vertriebspartnerschaften und Handelsnetzwerken?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es gibt erste Überlegungen zu potenziellen Partnern.
 - c. Es gibt eine klar definierte Strategie zum Aufbau von Partnerschaften.
 - d. Die Strategie wurde mit Pilotpartnern validiert und gegebenenfalls angepasst.
- 5. Wie weit ist die Strategie zur Internationalisierung?
 - a. Das wurde noch nicht angegangen.
 - b. Es gibt erste Überlegungen zur Internationalisierung.
 - c. Es gibt eine klar definierte Strategie zur Internationalisierung.
 - d. Die Strategie zur Internationalisierung wurde durch Markttests und Kundenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.