## 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?
   1. Bisher gibt es noch keine Produktidee.
   2. Es gibt eine erste Produktidee, sie ist aber noch nicht ausgearbeitet.
   3. Es gibt eine klare Vorstellung, was unser Produkt sein soll.
   4. Die Produktidee wurde durch Marktanalysen oder Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie stark sind Motivation und Passion im Team erkennbar?
   1. Das ist noch unklar.
   2. Es ist ungefähr bekannt, wo die Motivation und Passion jedes Einzelnen liegen.
   3. Im Team sind die konkrete Motivation und Passion jedes Einzelnen bekannt.
   4. Wir versuchen aktiv die Motivation und Passion im Team zu stärken.
3. Inwiefern sind die erforderlichen Kompetenzen im Team vorhanden?
   1. Das muss noch überprüft werden.
   2. Es gibt erste Überlegungen, welche Kompetenzen benötigt werden.
   3. Es gibt einen konkreten Plan der Zuständigkeiten basierend auf der Erfahrung der Teammitglieder.
   4. Das Team hat alle benötigten Kompetenzen und erweitert aktiv sein Wissen.
4. Wie klar ist das Mission Statement definiert worden?
   1. Das gibt es noch nicht.
   2. Es besteht eine erste Überlegung dazu, die Ausarbeitung fehlt noch.
   3. Das Mission Statement wurde klar definiert.
   4. Das Mission Statement wurde durch Team-Feedback validiert und gegebenenfalls angepasst.

#### Phase 2: Chancen Validierung

1. Besteht ein Problem-Solution-Fit?
   1. Das wurde noch nicht überprüft.
   2. Es wurden erste Überlegungen angestellt, ob unser Produkt wirklich ein Kundenproblem löst.
   3. Es ist sicher, dass unser Produkt ein konkretes Problem löst.
   4. Der Problem-Solution-Fit wurde durch Tests validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wurde ein innovatives und werthaltiges Angebot entwickelt? (Value Proposition)
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Die Entwicklung ist im Gange, aber noch nicht abgeschlossen.
   3. Es wurde eine konkrete Value Proposition entwickelt.
   4. Die Value Proposition wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Inwiefern existieren Unique Selling Points (USP)?
   1. Es wurden noch keine konkreten USPs ausgearbeitet.
   2. Es gibt erste Überlegungen, was USPs sein könnten.
   3. Die USPs wurden klar definiert.
   4. Die USPs wurden durch Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
4. Wie klar ist die Zielgruppe definiert?
   1. Sie wurde noch nicht definiert.
   2. Es besteht eine erste Überlegung, wer unsere Zielgruppe ist.
   3. Wir haben eine klare Definition unserer Zielgruppe.
   4. Die Definition unserer Zielgruppe wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Inwiefern sind die Bedürfnisse der Zielgruppe bekannt?
   1. Die Bedürfnisse sind noch nicht bekannt.
   2. Es besteht eine erste Vorstellung davon, was die Bedürfnisse sein könnten.
   3. Es besteht eine klare Definition der Bedürfnisse unserer Zielgruppe.
   4. Die Bedürfnisse unserer Zielgruppe wurden durch Interviews validiert und gegebenenfalls angepasst.
6. Inwiefern wurde eine Customer Validation durchgeführt?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Erste Rückmeldungen wurden von potenziellen Nutzern eingeholt.
   3. Der Prototyp wurde innerhalb der Zielgruppe getestet.
   4. Der Prototyp wurde mit einer breiten Zielgruppe getestet und durch Feedback gezielt angepasst.
7. Wie differenziert wurde die Marktsegmentierung vorgenommen?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es gibt erste Überlegungen zur Segmentierung.
   3. Der Markt wurde klar segmentiert.
   4. Die Marktsegmentierung wurde durch Marktanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
8. Wie gut ist das wirtschaftliche Potenzial des Marktes analysiert worden?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Erste Analysen zum Marktpotenzial wurden unternommen, eine Ausarbeitung fehlt noch.
   3. Es besteht eine konkrete Analyse zum Marktpotential.
   4. Die Marktpotentialanalyse wurde durch Marktstudien oder mit Experten validiert und gegebenenfalls angepasst.
9. Inwiefern wurde eine Machbarkeitsanalyse durchgeführt? (technisch & wirtschaftlich)
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Erste Annahmen wurden formuliert, aber nicht geprüft.
   3. Eine interne Machbarkeitsanalyse wurde durchgeführt.
   4. 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?
    1. Das muss noch gemacht werden.
    2. Es ist ungefähr bekannt, wie gut der aktuelle Zeitpunkt ist.
    3. Es gibt konkrete Informationen darüber, wie gut der aktuelle Zeitpunkt ist.
    4. Der aktuelle Zeitpunkt wurde durch Marktanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
11. Inwiefern gibt es eine erste Finanzplanung (Fördermittel / Investoren)?
    1. Das wurde noch nicht angegangen.
    2. Erste Ideen zur Finanzierung wurden gesammelt.
    3. Eine grobe Planung zur Finanzierung liegt vor.
    4. Die Planung zur Finanzierung wurde mit externem Feedback validiert und gegebenenfalls angepasst.

#### Phase 3: Marktgerechte Lösungsfindung

1. Besteht ein Product-Market-Fit?
   1. Das wurde noch nicht überprüft.
   2. Es gibt erste Hinweise, dass unser Produkt am Markt ankommt.
   3. Es gibt starke Indikatoren dafür, dass unser Produkt am Markt ankommt.
   4. Der Product-Market-Fit wurde durch Nutzerstudien validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie weit ist die Planung bis zur Markteinführung?
   1. Es besteht noch kein Zeitplan.
   2. Es gibt einen groben Zeitplan.
   3. Es gibt einen konkreten Zeitplan mit Milestones.
   4. Der Zeitplan wurde durch Machbarkeitsanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Wie weit ist die Entwicklung des Geschäftsmodells?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es bestehen erste Überlegungen zu einem Geschäftsmodell.
   3. Es gibt eine klare Definition des Geschäftsmodells.
   4. Das Geschäftsmodell wurde mit Experten oder Wettbewerbsanalysen validiert und gegebenenfalls angepasst.
4. Inwiefern wurden die Wettbewerber analysiert?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Erste gibt vereinzelte Recherchen, eine Ausarbeitung fehlt noch.
   3. Es besteht eine strukturierte Analyse des Wettbewerbs.
   4. Die Wettbewerbsanalyse wurde mit Marktexperten validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Inwiefern gibt es Kompetenzen zum agilen Bau des Produktes?
   1. Es ist noch unklar, wie das Produkt gebaut werden könnte.
   2. Es gibt ein grobes Verständnis zum Produktbau.
   3. Es gibt ein konkretes Verständnis für agile Methoden beim Produktbau.
   4. 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?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Erste Ideen zur Pilotierung mit Erstkunden bestehen.
   3. Eine Pilotstrategie mit Erstkunden wurde klar definiert.
   4. Die Pilotierung wurde erfolgreich durchgeführt, validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. Wie weit ist die Entwicklung einer Go-To-Market Strategie?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es gibt erste Überlegungen, wie das Produkt an den Markt gebracht werden könnte.
   3. Es gibt eine ausgearbeitete Go-To-Market Strategie.
   4. Die Go-To-Market Strategie wurde mit Markttests oder Expertenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Inwiefern wurden geeignete Vertriebskanäle definiert?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es gibt erste Überlegungen zu möglichen Vertriebskanälen.
   3. Die Vertriebskanäle wurden genau definiert.
   4. Die Vertriebskanäle wurden in der Praxis getestet, validiert und gegebenenfalls angepasst.
4. Inwiefern existiert eine Marketingstrategie entlang einer Customer Journey?
   1. Es gibt bisher keine Marketingstrategie.
   2. Eine grobe Marketingstrategie wurde erarbeitet.
   3. Es existiert eine klare Marketingstrategie entlang einer Customer Journey.
   4. Die Marketingstrategie wurde durch Tests und Nutzerfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Wie weit ist die Entwicklung der Unternehmensstruktur und -prozesse?
   1. Es wurde noch nicht über Strukturen oder Prozesse nachgedacht.
   2. Erste Überlegungen zur Struktur und den Prozessen wurden gemacht.
   3. Es wurde eine klare Unternehmensstruktur sowie dazugehörige Prozesse definiert und eingeführt.
   4. 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)
   1. Zielgrößen wurden noch nicht definiert.
   2. Erste grobe Zielgrößen wurden formuliert.
   3. Relevante Zielgrößen wurden klar definiert und werden verfolgt.
   4. Die Zielgrößen wurden durch Monitoring validiert und gegebenenfalls angepasst.
2. **Wie weit ist die Entwicklung einer Vertriebsstrategie zur Skalierung?**
   1. Es gibt noch keine Überlegungen zur Skalierung des Vertriebs.
   2. Erste Ansätze zur Skalierungsstrategie wurden formuliert.
   3. Eine klare Skalierungsstrategie wurde ausgearbeitet.
   4. Die Skalierungsstrategie wurde durch Pilotprojekte oder Expertenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.
3. Inwiefern ist die Finanzierung für die aktuellen Pläne gesichert?
   1. Die Finanzierung ist noch nicht gesichert.
   2. Es gibt erste Gespräche oder Vereinbarungen.
   3. Die benötigte Finanzierung ist vorhanden.
   4. Einnahmen und Ausgaben werden laufend überprüft und auf Basis der Finanzierung optimiert.
4. Inwiefern existiert eine Strategie zum Aufbau von Vertriebspartnerschaften und Handelsnetzwerken?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es gibt erste Überlegungen zu potenziellen Partnern.
   3. Es gibt eine klar definierte Strategie zum Aufbau von Partnerschaften.
   4. Die Strategie wurde mit Pilotpartnern validiert und gegebenenfalls angepasst.
5. Wie weit ist die Strategie zur Internationalisierung?
   1. Das wurde noch nicht angegangen.
   2. Es gibt erste Überlegungen zur Internationalisierung.
   3. Es gibt eine klar definierte Strategie zur Internationalisierung.
   4. Die Strategie zu Internationalisierung wurde durch Markttests und Kundenfeedback validiert und gegebenenfalls angepasst.