



OSTBAYERISCHE
TECHNISCHE HOCHSCHULE
REGENSBURG

Exposé

im Studiengang
B.Sc. Technische Informatik

Evaluierung und Anwendung moderner Designprozesse bei der Startup-Gründung

von

Verena Schmöller

Erstprüfer: Prof. Dr. Markus Heckner

1 Problemstellung

Es ist statistisch erwiesen, dass rund 70% aller IT-Startups scheitern. [1] Diese Statistik steht dem Scheinbild entgegen, nach welchem jede Idee Gold wert ist. Die Idee alleine genügt leider nicht, denn es ist auch essentiell, diese auf die Zielgruppe abzustimmen und richtig zu vermarkten. Die Gründe für das Scheitern der meisten Unternehmen sind oft sehr ähnlich. Einer der Hauptgründe dafür ist beispielsweise die fehlende Nachfrage. Außerdem war bei ungefähr 17% aller gescheiterten Startups die schlechte Benutzerfreundlichkeit des Produktes ein Problem. Weitere Probleme stellen beispielsweise das falsche Team, fehlendes Budget, Konkurrenzkampf usw. dar. [2]

Darüber hinaus ist es hauptsächlich in der IT-Branche ist es ein verbreiteter Fehler, dass sich Entwickler sofort auf die Implementierung stürzen, ohne die Rahmenbedingungen zuerst genau abzustecken. Diese denken oft, sie haben ein klares Bild vom Endprodukt, ohne das wirklich mit dem Kunden (oder der potentiellen Zielgruppe) abgestimmt zu haben. Bei einem Startup gibt es zunächst noch keinen konkreten Kunden. Deshalb muss auf potentielle Zielgruppen zugegangen werden, was auch weitestgehend vermieden wird. Am Ende wird das Produkt aus Entwicklersicht umgesetzt, was logischerweise in fehlender Nachfrage resultieren kann, da es meist nicht dem entspricht, was wirklich gebraucht wird. Daraus kann sich nun eine Kette von Problemen entwickeln. Dass bei fehlendem Erfolg das Klima im Team zu leiden hat und auch die Sponsoren ausbleiben, ist ersichtlich. Entwickelt zeitgleich ein anderes Team ein ähnliches Produkt und schafft jenes eine bessere Umsetzung, wurde man klar von der Konkurrenz verdrängt.

2 Fragestellung

Um den oben beschriebenen Problemen entgegenzuwirken entstehen immer mehr moderne Prozesse, mit welchen jede Idee vermarktbare und erfolgreich zu sein scheint. Die Gründer versprechen sehr großen Erfolg und auch in immer mehr Unternehmen werden diese Innovation-Prozesse angewandt. Diese bauen alle auf einem gleichen Prinzip auf: Das Produkt perfekt auf den Kunden abzustimmen.

Es stellt sich also die Frage, ob potentiell vermeidbare Probleme bei der Startup-Gründung mithilfe von modernen und erfolgsversprechenden Prozessen eliminiert werden können.

Ziel dieser Arbeit soll es sein, eine Aussage darüber zu treffen, wie sinnvoll die Anwendung solcher Prozesse wirklich ist. Diese gelten dann als sinnvoll, wenn am Ende ein

klarer Mehrwert erkennbar ist. Dieser Mehrwert soll anhand folgender Fragen gemessen werden:

- Weicht der durch einen kreativen Workshop entstandene Prototyp sehr von der Anfangsidee ab?
- Ist das Endprodukt besser als die initiale Idee der Entwickler?
- Können jene Prozesse auch anderen Startup-Problemen entgegenwirken?

3 Theoriebezug / Forschungsstand

Die Erfinder dieser Prozesse werben damit, dass dadurch jedes Startup Erfolg haben würde. Es gibt auch bereits sehr viele große Unternehmen, die solche Strategien entweder für die Gründung oder für kleinere Erweiterungen benutzt haben. Dagegen stehen trotzdem die Scheiterungsstatistiken von Startups. Daher könnte es auch einfach Zufall sein und jene Unternehmen hätten sich auch ohne Lean-Methoden gut entwickelt. Es lässt sich leider keine Aussage darüber machen, wie viele der Lean-Startups am Ende doch scheitern und warum. Doch zusammenfassend kann man sagen, dass der Trend eindeutig in die Richtung geht, kreative Prozesse zu benutzen. Der Mehrwert wird hoch geschätzt, allerdings kommen diese Aussagen hauptsächlich von den Prozessgründern.

4 Methode

Die oben beschriebenen Fragen sollen anhand des Prozesses SPRINT von Google Ventures gemessen werden. Ein junges Startup-Team wird diesen Sprint für die Entwicklung ihrer Leitidee durchlaufen.

5 Evaluierungsstrategie

Der Mehrwert eines modernen Lean-basierten Prozesses kann in diesem Fall natürlich nicht am Erfolg eines neu gegründeten Startups gemessen werden, da dieser auf mehrere Jahre hinweg gemessen wird. Es soll ein Vergleich zwischen den Prototypen mit versus ohne Sprint stattfinden. Diese Ergebnisse werden am Ende mit potentiellen Kunden mittels eines Usability-Tests abgeglichen. Anhand der Auswertung dieser Tests wird der Erfolg des Sprints gemessen. Auch das Team selbst wird in die Evaluierung miteingebunden indem die Mitglieder abstimmen, ob sie den Prozess als effektiv oder überflüssig

empfinden. Weichen initiale Produktidee und Prototyp nach dem Sprint sehr weit voneinander ab, ist zu erwarten, dass eine klare Aussage getroffen wird, welches Produkt erfolgsversprechender ist. Sind sie sich allerdings sehr ähnlich, ist der Erfolg von SPRINT an diesem Beispiel trotzdem nicht klar widerlegt. In diesem Fall wird vom Team eine Aussage gemacht, ob der Prozess an sich sinnvoll ist.