



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

Zweitprüfer: ???

1 Problemstellung

Ein Großteil aller IT-Startups scheitern unter Anderem aufgrund der fehlenden Nachfrage für ihr Produkt. Das hat zur Folge, dass sich immer weniger Leute trauen, überhaupt ein Unternehmen zu gründen. Sie wollen das finanzielle Risiko nicht eingehen und haben auch Angst, sich damit die Zukunft zu verbauen. Sehr viele heute sehr große Unternehmen sind aus einer kleinen simplen Idee heraus entstanden. Denn es genügt nicht, einfach nur eine Idee zu haben. Es ist auch wichtig, die Idee richtig umzusetzen und zu verkaufen, an den Kunden abzustimmen. Sonst ist auch die beste Idee nichts wert. Es stellt sich also die Frage, ob potentiell vermeidbare Probleme mithilfe von modernen und erfolgsversprechenden Prozessen eliminiert werden können.

In der heutigen Welt hat jeder die Möglichkeit, sich selbstständig zu machen. Meist reicht ein kleines Team und eine gute Idee aus. Viele heute sehr große Unternehmen sind aus einem kleinen Startup entstanden und unglaublich erfolgreich geworden, wie zum Beispiel Facebook oder AirBnb. Dadurch ist für viele das Scheinbild entstanden, dass jede noch so einfache Idee zu einem Milliarden-Unternehmen werden könnte.

Allerdings ist es statistisch erwiesen, dass rund 70% aller IT-Startups scheitern. [1] Diese Statistik steht dem Scheinbild entgegen, nach welchen 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 die Entwickler sofort auf die Implementierung stürzen, ohne die Rahmenbedingungen zuerst genau abzustecken. Ein Entwickler denkt, er habe ein gutes Bild vom Endprodukt, ohne wirklich mit dem Kunden (oder der potentiellen Zielgruppe) geredet zu haben. Bei einem Startup gibt es zunächst noch keinen konkreten Kunden. Deshalb muss auf potentielle Kunden zugegangen werden, was auch oft weitestgehend vermieden wird. Am Ende wird das Produkt aus Entwicklersicht umgesetzt, was logischerweise in fehlender Nachfrage resultieren kann. Daraus könnte sich nun eine Kette von Problemen entwickeln. Da bei fehlendem Erfolg das Klima im Team mit Sicherheit zu leiden hat und auch die Sponsoren ausbleiben, ist ebenfalls ersichtlich. Entwickelt zeitgleich ein anderes Team ein ähnliches Produkt und schafft dieses eine bessere Umsetzung, wurde man klar von der Konkurrenz verdrängt.

2 Fragestellung

Um den oben beschriebenen Problemen entgegenzuwirken entstehen immer mehr Prozesse, mit welchen jede Idee vermarktbar und erfolgreich zu sein scheint. Die Gründer versprechen sehr großen Erfolg und auch in immer mehr Unternehmen werden diese Innovation-Prozesse für kleinere Verbesserungen oder auch größere Projekte 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.

3 Ziele/ Hypothesen

Ziel dieser Arbeit soll es sein, eine Aussage darüber zu treffen, wie sinnvoll die Anwendung solcher Prozesse wirklich ist. Gibt es einen Mehrwert bei der Verwendung oder ähnelt das Produkt der initialen Idee des Entwicklers trotzdem sehr. Ist das Produkt besser? Welchen der Top-Gründe für das Scheitern eines Startups kann es eventuell noch entgegenwirken? Teambuilding, Budgetplanung, Rollenverteilung, Konkurrenzkampf. Außerdem könnte erwartet werden, dass man durch die Kundennähe im Vorhinein schon eine große Liste an add-ons zusammenstellen kann, womit das Produkt immer wieder erweitert werden kann.

4 Theoriebezug / Forschungsstand

Die Erfinder dieser Prozesse werben damit, dass damit jedes Startup Erfolg haben wird. Es gibt auch bereits sehr viele große Unternehmen, die diese Prozesse entweder für die Gründung oder für kleinere Erweiterungen benutzt haben. Entgegen stehen immer noch die Scheiterungsstatistiken von Startups. Daher könnte es auch einfach Zufall sein und jene Unternehmen hätten sich auch anders gut entwickelt. Es lässt sich leider keine Aussage darüber machen, wie viele von denen, die diese Prozesse angewandt haben, am Ende doch scheitern und warum. Kurz und knapp: Der Trend geht eindeutig in die Richtung, kreative Prozesse zu benutzen. Der Mehrwert wird hoch geschätzt, allerdings kommen diese Aussagen hauptsächlich von den Prozessgründern.

5 Evaluierungsstrategie

Das kann in diesem Fall natürlich nicht am Erfolg eines neu gegründeten Startups gemessen werden, da der auf mehrere Jahre hinweg gemessen wird. Es soll ein Vergleich stattfinden, was in etwa entstanden wäre ohne den Sprint und mit dem Sprint. Diese Ergebnisse sollen am Ende mit potentiellen Kunden abgeglichen werden, woran sich der Erfolg misst. Auch das Team selbst soll in die Evaluierung miteingebunden werden, ob diese den Prozess als gut oder überflüssig empfunden haben. Weichen initiale Produktidee und Produktidee nach dem Sprint sehr weit voneinander ab, ist zu erwarten, dass eine klare Aussage getroffen wird, welches Produkt besser ist. Weichen sie nicht stark voneinander ab, ist der Erfolg von SPRINT an diesem Beispiel klar widerlegt. Jedoch ist auch hier zu erwarten, dass vom Team eine Aussage gemacht werden kann, ob der Prozess an sich sinnvoll ist und das nur Zufall/Glück war.