

STARTUPTEENS

WIR MACHEN JUNGE UNTERNEHMER



12. ONLINE TRAINING

LEAN STARTUP

**WIE KOMME ICH ZU EINEM MINIMAL FUNKTIONSFÄHIGEN
PRODUKT/DIENSTLEISTUNG, WELCHES ICH POTENTIELLEN
KUNDEN ZEIGEN KANN?**

Laura Berg
Gründerin & Geschäftsführerin
KEKSZauber

Dr. Hubertus Porschen
Gründer & Geschäftsführer
iConsultants GmbH

OHNE PRODUKT FUNKTIONIERT KEINE IDEE – NUR WO SOLL MAN ANFANGEN?

Im folgenden werden wir euch nicht nur zeigen, warum es wichtig ist bei der Entwicklung einer Geschäftsidee frühzeitig ein Produkt zu haben, sondern auch genauer auf die Begriffe Prototyping, Lean Startup und Click Dummy eingehen, damit du so früh wie möglich den richtigen Weg zum perfekten Produkt bzw. der perfekten Dienstleistung findest.

VON DER IDEE ZUM PRODUKT

Hat man eine tolle Idee gefunden und das passende Geschäftsmodell dazu entwickelt dreht sich in der Anfangsphase alles um das Produkt oder die Dienstleistung. Oftmals kann man seine Dienstleistung direkt vorführen und potenzielle Kunden, Partner und Investoren von der Geschäftsidee überzeugen. Wenn ihr zum Beispiel ein Spezialitätenrestaurant eröffnen möchtet könnt ihr durch ein leckeres Menü verzaubern oder als Make Up Artist mit einem toll geschminkten Gesicht.

In den meisten Fällen steht am Anfang allerdings nur die Idee und man hat noch kein direktes Produkt zum Vorzeigen. Speziell wenn es sich hierbei um eine Innovation handelt, die es so noch nicht gibt.

Hier bietet es sich an früh an einer Version des Produktes zu arbeiten, die man dann in den weiteren Schritten an den Markt anpassen kann. Wichtig ist hierbei vor allem euren Markt zu kennen, denn ohne ihn wisst ihr nicht für wen ihr das Produkt oder die Dienstleistung anbietet. Kaum ein Produkt ist von Anfang an perfekt, egal ob es etwas Physisches oder etwas Technisches ist.

„Eric Ries: Das Erste was man benötigt, ist ein qualitativ hochwertiges Produkt oder eine Dienstleistung die man dem Zielmarkt anbieten kann. Um hier aber Qualität zu bieten, musst du deinen Kunden kennen. Ohne die Wünsche und Bedürfnisse deiner Zielgruppe zu kennen, weißt du nicht was für sie Qualität ist.“

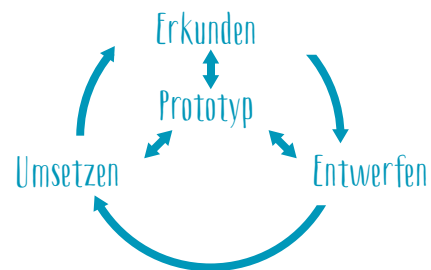
Mit KEKSZauber hatte Laura z.B. anfangs ein etwas anderes Produkt im Kopf. Die ursprüngliche Idee für die personalisierten KEKS Botschaften basiert auf dem klassischen Russisch Brot, welches seit mehr als 100 Jahren in der deutschen Naschkultur verankert ist. Im ersten Schritt hat sie beobachtet, dass in den Kekspäckchen mit Zufallsverteilung selten genügend Buchstaben, die man benötigt, um z.B. seinen Namen zu legen, vorhanden sind.

Somit hatte Laura die Idee ganz simpel immer Päckchen mit Wunschbuchstaben zu packen und somit effektiv ein Alternativprodukt zum Klassiker zu werden. Nachdem sie aber mehr und

mehr den potenziellen Markt kennengelernt hat, wurde das Produkt weiter entwickelt und auf Geschenkverpackungen mit individuellen Botschaften aus Keksen als Botschaften angepasst. Also tatsächlich nur die Anzahl an Keksbuchstaben, die man benötigt oder bestellt. Bei der Marktanalyse hatte sich herausgestellt, dass der Markt für nachhaltige, essbare personalisierte Geschenke um einiges größer und leichter zu erschließen ist, als in Konkurrenz mit den großen Süßwarenherstellern zu treten. Von der Idee zu den Keksen ging es schnell an die Produktentwicklung und das Prototyping für KEKSZauber.

WAS IST PROTOTYPING UND WIE FUNKTIONIERT DAS?

Prototyping bedeutet ganz einfach sich eine Art Modell seines Produktes zu bauen. Dadurch können auf ganz einfache Weise die wichtigsten Funktionen getestet werden und Schwächen oder Fehler frühzeitig erkannt werden. Zum Beispiel bei Produkten, die in hohen Auflagen produziert werden, können so hohe Kosten für Fehlproduktionen vermieden werden.



Quelle: www.business-prototyping.com/wp-content/uploads/2012/01/methodology_DE.gif

Bei KEKSZauber war dies nicht nur ein Fall für die KEKSE, sondern auch die Verpackung. Dieses wurde nach Entwurf in verschiedenen Papierstärken gebastelt und auf Herz und Nieren geprüft. Hätte der Karton z.B. das Gewicht der Kekse nicht ausgehalten, hätte man die gesamte Auflage von 60 000 Kartons nochmal neu drucken müssen und viel Geld verloren.

Im Falle von KEKSZauber gab es verschiedene Arten von Prototyping. Einerseits die KEKSE und die Verpackung, andererseits aber auch den Onlineshop über den später die Bestellungen stattfinden sollten.

Laura hat direkt von ihrer Küche Zuhause die Rezepturen entwickelt und im ersten Schritt an Geschmack und Form gearbeitet,

anschließend ging der nächste Schritt weiter in Richtung optimaler Verpackung. In verschiedenen Tests im Bekanntenkreis, aber auch mit fremden Leuten hat sich das Produkt dann nach und nach weiterentwickelt. Allerdings war auch das Endprodukt mit dem Laura dann im September 2014 an den Start ging nicht perfekt. Auch hier erfolgen stetig Verbesserungen, Anpassungen an Kundenwünsche und Weiterentwicklungen.

Die Produktentwicklung sollte an sich nie enden, sondern man sollte stets die Reaktionen der Kunden beobachten und bei Bedarf eben auch die Strategie zur Vermarktung des existierenden Produktes ändern.

LEAN STARTUP ALS EINFACHE METHODE UM SCHNELL EIN MINIMAL FUNKTIONSFÄHIGES PRODUKT ZU BAUEN

Ein guter Leitfaden für die Entwicklung beim Prototyping ist die Lean Startup Methode von Eric Ries. Zum ersten Mal erwähnte Eric Ries diese Methode im Jahr 2008 in seinem Buch „Startup Lessons Learned“ zudem ist im Jahr 2011 das Buch „The Lean Startup“ erschienen. Mit Lean Startup wurde die Produkt- und Serviceentwicklung nachhaltig verändert. Kurz gesagt sollen anhand der Methode die Bedürfnisse und Wünsche der potenziellen Zielgruppe besser erfasst werden, um dann das Produkt konstant zu verbessern und anzupassen.

Hierbei werden stetig Hypothesen aufgestellt und getestet, anhand derer dann Anpassung an der Dienstleistung oder dem Produkt vorgenommen werden können. Wichtig ist hierbei, dass man mit einer einfach und schnell entwickelten Version des Prototypen auf den potenziellen Markt zugeht, und das Produkt direkt weiter verbessern kann bzw. direkt lernt, ob die Zielgruppe auch ein tatsächliches Interesse am Produkt hat.



Bildquelle: www.diedurchstarter.com/lean-startup

WAS IST EIGENTLICH EIN MINIMAL FUNKTIONSFÄHIGES PRODUKT?

Ein essentieller Teil der Lean Startup Methode ist das „Minimum viable product“ (MVP) oder minimal funktionsfähiges Produkt. Hierbei wird ein Prototyp mit den wichtigsten Funktionen und Merkmalen des späteren Produktes oder der Dienstleistung entwickelt. Besonders in dieser Phase sollte man sich nicht zu sehr auf Details und Kleinigkeiten versteifen. Unter Umständen haben diese keinerlei Relevanz für den Zielmarkt.

Am Beispiel von KEKSZauber dachte Laura zu Beginn immer es geht vor allem um den Geschmack und die Qualität der Inhaltsstoffe der Kekse. In den ersten Testläufen hat sich aber herausgestellt, dass neben der Qualität ein weiterer wichtiger Punkt die Verpackungsmöglichkeiten sind. Somit wurde in diesem Schritt festgestellt, dass für den Erfolg der Idee eine hochwertigere Verpackung, die wie ein Geschenk wirkt wichtig ist. Zudem ist es wichtig, dass die Verpackungen bereits in kleinen Auflagen für die Kunden individuell anpassbar sind. Die Vielzahl der potenziellen Kunden im Privat- und Firmenkundenbereich hat klar den Wunsch nicht nur den Inhalt individuell zu gestalten, sondern auch die Verpackung nach Wunsch anzupassen.

Wichtig ist sich wenn man etwas anpasst die Möglichkeit offen zu halten zu überprüfen, ob die Annahme vorab richtig war. Schließlich sollte man nicht einfach das Produkt anpassen, weil man vermutet der Kunde würde es anders besser mögen. Speziell wenn man dann keine Möglichkeit die Annahme zu überprüfen.

Alles in allem ist die Lean Startup Methode sehr einfach, aber effizient. Das Produkt oder der Service wird entwickelt und gestaltet, schnellst möglich auf den Markt gebracht und anhand des gewonnen Feedback stetig weiter entwickelt.

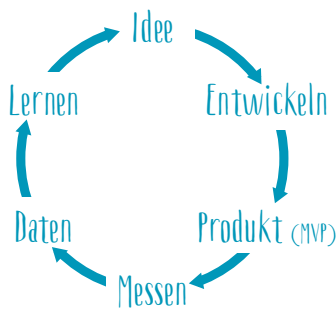
HIER KOMMT EIN GANZ EINFACHES BEISPIEL AUS EUREM TÄGLICH LEBEN:

Man kann das auch ganz einfach mit alltäglichen Dingen wie z.B. kochen vergleichen. Eure Mutter probiert z.B. das erste Mal ein neues Rezept (Produkt) aus von dem sie sich erhofft, dass es geschmacklich etwas ganz besonderes ist. Danach esst ihr gemeinsam und unterhaltet euch was ihr gut finden was nicht. (Feedback von der Zielgruppe) Vielleicht hatte eure Mutter auch Angst, dass es zu salzig ist? Ihr findet es zu scharf? Oder die Konsistenz stimmt nicht? (Überprüfung der Annahmen) Im Anschluss wird sie sich Gedanken machen wie man es besser machen kann und beim nächsten Mal die Änderungen ausprobieren. (Anpassung des Produktes) Mit etwas Glück hat sie dann euren (Zielgruppe) Geschmack getroffen,

aber unter Umständen wird sie weitere Anpassungen vornehmen oder das Rezept einfach gar nicht mehr kochen. (weitere Produktanpassung oder Aufgabe des Geschäftsmodells) Alternativ könnte es aber auch sein, dass sie mit euch die falsche Zielgruppe hat und das Gericht eher für ihre Freunde geeignet. (Strategieänderung → Zielgruppenwechsel)

DER LEAN STARTUP KREISLAUF

Der Kreislauf in der Lean Startup Methode dreht sich dabei immer um die folgenden drei Kernbegriffe „Build-Measure-Learn“ die sich wie ein Kreislauf immer wiederholen sollen. Wichtig ist eben nur das sich hierbei an Ergebnissen orientiert wird, die nicht nur auf absoluten Kennzahlen beruhen wie Umsatz oder Klicks. Alternativ können hier verschiedene Methoden genutzt werden. Man kann beispielsweise A/B Split Tests anwenden in dem die Kunden in zwei Gruppen aufgeteilt werden und dann bekommt Gruppe A das Produkt in einer anderen Variante als Gruppe B.



Quelle: <http://creffective.de-web.biz/wp-content/uploads/2014/11/Lean-Startup.png>

Anhand von KEKSZauber funktioniert das zum Beispiel ganz gut in dem man die KEKSE in verschiedene Verpackungen steckt. Einmal in eine Box liebevoll als Geschenk und für die andere Gruppe funktionell in einem Beutel. Anhand des Kundenfeedbacks, sowie die Wiederbesteller kann man dann differenzieren, ob die Hypothese, dass die Verpackung einen großen Teil ausmacht tatsächlich stimmt.

Am wichtigsten ist im Grunde, dass ihr direkt anfangt mit einer minimal funktionsfähige Version eures Produktes an euren potenziellen Zielmarkt heranzutreten. Nur so könnt ihr sichergehen, dass eure Produkte auch dementsprechend überlebensfähig sind und an die Bedürfnisse der Kunden angepasst sind.

Ein wichtiger Leitsatz bei der Entwicklung eures minimal funktionsfähigen Produktes von Eric Ries ist:

„Wenn man dabei ist sein minimal funktionsfähiges Produkt zu erstellen, ist Einfachheit die wichtigste Regel: lass alle unnötigen Eigenschaften oder Prozesse weg, die nicht zu dem beitragen was du daraus lernen möchtest.“

(Eric Ries, The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses)

WARUM AUF DEN ZIELMARKT HÖREN? UND WIE MACHT MAN DAS?

Viele Gründer und Unternehmer machen oftmals den Fehler zu sehr von sich und der Idee oder dem Produkt überzeugt zu sein und nicht auf den Markt zu hören.

Ihr könnt hier wirklich ganz einfach vorgehen und über die verschiedensten Varianten Feedback von eurer Zielgruppe bekommen:

- Startet eine Umfrage egal ob mündlich oder schriftlich
- Gebt Testprodukte aus und seht wie eure potenziellen Kunden mit dem Produkt umgehen
- Entwerft einen „Clickdummy“ – ein Clickdummy ist eine einfache Version von z.B. einer App oder eine Website, die die eigentlichen Funktionen noch nicht beherrscht, aber schon zeigt was es später können soll

ZUSAMMENFASSEND:

Ein Produkt oder eine Dienstleistung ist nur dann perfekt, wenn es von der angestrebten Zielgruppe gekauft wird. Um früh möglichst zu erkennen, ob euer Produkt die Wünsche und Bedürfnisse eurer angestrebten Zielgruppe erfüllt müsst ihr so früh ihr könnt, einen Prototypen bauen.

Dieser muss nicht perfekt sein, aber die wichtigsten Eigenschaften ausführen oder zeigen. Egal ob es hier um die Funktionalität einer App, den Geschmack oder auch das Design geht. Nur indem ihr euch traut eurer Zielgruppe zu zeigen, was das Besondere an eurer Idee und dem Produkt oder der Dienstleistung ist, könnt ihr dieses noch verbessern und rechtzeitig erkennen was wichtig für den Kunden ist und was nicht.

BUCHEMPFEHLUNGEN:

- The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses von Eric Ries
- Design Thinking: Das Handbuch von Falk Uebernickel Walter Brenner (Autor), Therese Naef (Autor), Britta Pukall (Autor), Bernhard Schindlholzer (Autor)