

Schnell starten, schlauer landen

Auf dem Weg von einer guten Idee zu einem verkaufbaren Produkt hilft die Methode „Minimum Viable Product“. So funktionieren die ersten Schritte.

Bei der Produktentwicklung eint Startups und etablierte Unternehmen dasselbe Ziel: in möglichst kurzer Zeit und zu geringen Kosten neue Produkte entwerfen, die Erfolg am Markt haben. Doch wie kann man sicher sein, dass sich mit einer neuen Idee tatsächlich Umsatz generieren lässt? Über das ideale Vorgehen diskutieren die Beteiligten aus Management, Entwicklung, Marketing und Vertrieb in der Regel leidenschaftlich.

Eine recht neue Methode ist das Minimum Viable Product (MVP), ein „minimal funktionsfähiges Produkt“, das bislang meist im Softwarekontext geschaffen wird, das sich aber auch auf physische Produkte übertragen lässt.

Die drei Eigenschaften sind:

- > **Minimum:** Eingeschränkter Funktionsumfang, bestimmt durch strikte Priorisierung auf Basis von Kosten und Nutzen
- > **Viable:** Das Produkt muss einsetzbar sein und die ausgewählten Prozesse unterstützen.
- > **Product:** Das Produkt wird wirklich vom (Test-)Kunden verwendet. Bei Web-Anwendungen melden sich Anwender beispielsweise mit echten Accounts an und bearbeiten reale Daten.

Mit der MVP-Methode können Produktentwickler den Umfang auf den Kern reduzieren, Annahmen frühzeitig validieren und damit Risiken reduzieren. So lässt sich die Entwicklungsarbeit erfolgreich ausrichten.

„Nicht nur für Startups ist es eine gute Idee, in kurzen Zyklen mit Verbesserungen und mit minimalistischen Kosten ein Produkt auf den Markt zu bringen“, sagt Sebastian Neus, Digital

Agile Coach und Co-Founder der Conciso GmbH aus Dortmund. „Durch viele Feedback-Schleifen kann das Unternehmen lernen und sein Produkt schnell an die Marktsituation anpassen – denn die kann man zu Beginn meist nur grob richtig einschätzen.“

Um ein MVP zu erstellen, hilft im ersten Schritt ein MVP Canvas – eine systematische Übersicht, in der das eigene Team sein Wissen in fünf Feldern sammelt.

Ausgedruckt auf DIN-A3 oder größer kommt das Canvas an die Wand zur Bearbeitung. Dabei ist wichtig, dass das Unternehmen alle Stakeholder von Anfang an in die Diskussionen einbindet, damit alle Sichtweisen angesprochen und spätere Entscheidungen mitgetragen werden. In diesem Sinne wirkt der MVP-Canvas als Werkzeug zur Motivation, strukturiert die Gruppen-Diskussionen – und spart wertvolle Zeit in der späteren Produktentwicklung.

Fünf Themen reichen zum Start aus, empfiehlt Sebastian Neus:

Startbahn Ruhrgebiet.

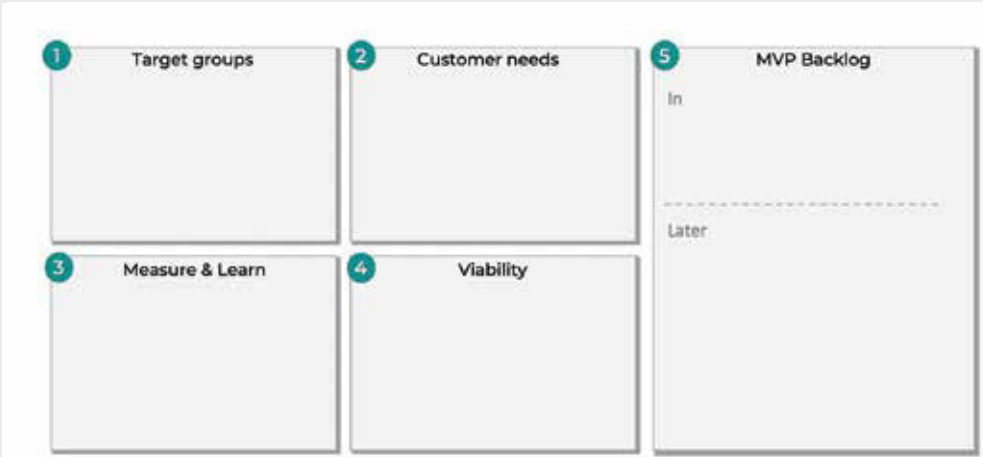
Der kurze Weg ist das Ziel!

Wähle aus einem der über 40 Ziele direkt ab Dortmund!

Target Groups: Unterscheiden Sie bei den Zielgruppen die Benutzer und die Entscheider. Ein hilfreiches Tool ist die Persona-Beschreibung, bei der fiktive Personen mit ihren Bedürfnissen im Berufs- und Privatleben möglichst konkret skizziert werden. Identifizieren Sie auch Early Adopter, die ein besonderes Bedürfnis und Verständnis für das neue Produkt und seine Problemlösung haben. Klären Sie, wie Sie ausreichend Feedback erhalten können.

Customer Needs: Welches Ziel will der Käufer erreichen, und wie hilft ihm das neue Produkt dabei? Eine Methode, das herauszufinden, ist die Customer Journey. Dort formulieren Sie unter anderem die Kernbedürfnisse des Anwenders – und welche Lösungsmöglichkeiten Sie anbieten möchten.

Measure & Learn: Das MVP dient zum schnellen Lernen. Daher müssen Sie vorab Hypothesen erstellen, die Sie verifizieren möchten, und dann das Käufer-/Nutzerverhalten messen. Schon die Diskussion über Gewissheiten und Annahmen deckt wichtige Risiken auf. Die zentralen Fragen: Ist die Zielgruppe bereit, Geld für Ihr Produkt auszugeben? Welche Rolle spielen der Funktionsumfang, die Handhabung, der Wechselaufwand oder der Preis?



Ein Minimum Viable Product Canvas sammelt die wichtigsten Themen, die ein Produktteam erarbeiten sollte. Grafik: conciso

Viability: Hier geht es darum, die Nutzbarkeit für den Anwender zu bestimmen. Finden Sie heraus, ob der MVP-Umfang nicht nur kostengünstig realisierbar ist, sondern auch sinnvoll benutzbar. Die Anwender müssen das MVP im echten Leben verwenden können, nur dann lassen sich Erkenntnisse mit hoher Aussagekraft gewinnen. Für die Tests brauchen Sie Leute, die für neue Ansätze offen sind und eine möglichst objektive Bewertung liefern können.

MVP Backlog: Grenzen Sie wichtige und unwichtige Features voneinander ab, um möglichst schnell und kostengünstig mit dem MVP produktiv gehen zu

können. Dafür greift Ihr Team wieder auf die Customer Journey zurück. Beachten Sie dabei auch nichtfunktionale Anforderungen wie Performance und Sicherheit. Prüfen Sie Ihre Liste regelmäßig danach, ob Features verzichtbar sind. Dabei hilft eine Kosten-Nutzen-Betrachtung.

- > Möchten Sie wissen, wie Sie in einem Workshop mit den wichtigsten Akteuren und einem Stapel Post-its Ihren ersten MVP-Entwurf erstellen?
- > Mehr zum Thema MVP Canvas:



BMS
Industriebau.

NEUBAU EINES TECCENTERS

EJOT SE & Co. KG
Market Unit Construction
in Bad Laasphe

