# Arbeitsblatt 3.1.4: Build – Measure – Learn

## Hintergrund

In Gründungsplänen steckt viel Ungewissheit, sodass viele Risiken den Erfolg eines Startups bedrohen. Gründer versuchen, diese Ungewissheiten zu reduzieren, indem sie daraus Hypothesen formulieren und diese Hypothesen experimentell testen. Ein positives Testergebnis führt zu einer Reduktion des Risikos im Geschäftsmodell oder die Bestätigung der Wirksamkeit einer Idee; Bei einem negativen Ergebnis müssen die Gründer ihre Hypothese bzw. ihre Idee verwerfen und gegebenenfalls durch eine neue ersetzen.

Die Sequenz von Schritten:

1. Hypothese formulieren
2. Hypothese testen
3. Hypothese verwerfen

ist das wichtigste Erkennungsmerkmal eines modernen Startups. Er muss so oft durchlaufen werden, bis alle kritischen Hypothesen bestätigt sind oder die Geschäftsidee endgültig verworfen werden muss. Er wird *Build-Measure-Learn-Loop* genannt.

Dieses Arbeitsblatt hilft euch, einen Lauf durch die Build-Measure-Learn-Schleife zu planen.

## Aufgabe 1: Die kritischste Annahme wählen

Annahmen sind Dinge, die zutreffen müssen, damit euer Startup Erfolg haben kann. Zum Beispiel:

- *Der neue Service, den wir anbieten wollen, löst ein lästiges Problem für große Pflegeheime.*

Ihr solltet immer die Annahme wählen, die das größte Risiko in sich trägt.

✍ Welche ist die kritischste noch ungeprüfte Annahme, die eurer Planung steckt?

## Aufgabe 2: Hypothese formulieren

Hypothesen sind Annahmen, die präziser und konkreter formuliert wurden, damit sie sich überprüfen lassen und damit ihr aus dem Prüfungsergebnis etwas Nützliches lernen könnt.

Hypothesen werden entweder als Tatsachenbehauptungen oder als Glaubenssätze formuliert, zum Beispiel:

- *Pflegeheime mit mehr als 100 Betten sind bereit, für unseren Service 99€ im Monat zu bezahlen.*

 © Graham Horton 2017-2018

- *Wir glauben, dass ein Erklärungsvideo auf der Landing Page die Aktivierungsrate erhöhen wird.*

Betrachtet jetzt die Annahme aus Aufgabe 1:

✍ Formuliert aus dieser Annahme eine nachprüfbare Hypothese.

## Aufgabe 3: Experiment spezifizieren

Zu einem Experiment gehören Testpersonen, Aufbau und Vorgehen:

✍ Wer sind eure Testpersonen? Wie wollt ihr sie akquirieren? Wie viele sind notwendig, um ein zuverlässiges Ergebnis zu erhalten?

✍ Was müsst ihr aufbauen, einrichten oder bereitstellen, um das Experiment durchzuführen? (Das kann ein kurzer Interviewleitfaden oder ein ausgereifter Produktprototyp sein.)

✍ Wie läuft euer Experiment im Einzelnen ab?

## Aufgabe 4: Messgröße und Kriterium festlegen

Im Experiment müsst ihr (mindestens) eine Variable messen, zum Beispiel den Anteil der „Ja"-Antworten bei einer bestimmten Frage oder die Nutzungshäufigkeit eures Produktes.

✍ Welche Größe wollt ihr während des Experimentes messen?

Ihr müsst euch auch im Voraus entscheiden, bei welchem Schwellwert eure Hypothese als bestätigt bzw. widerlegt gilt, zum Beispiel wenn mehr als 60% aller Antworten positiv sind oder wenn die Testnutzer das Produkt im Mittel mindestens einmal täglich einsetzen.

✍ Welchen Schwellwert muss die Messgröße erreichen, damit ihr eure Hypothese als bestätigt betrachtet?

## Schlussbemerkungen

### Mögliche Resultate

Für den Ausgang des Experimentes gibt es drei verschiedene Möglichkeiten:

- **Das Kriterium wurde erreicht.** Ihr habt ein Risiko in eurem Geschäftsmodell beseitigt, oder ihr habt nachgewiesen, dass eine bestimmte Maßnahme funktionieren wird. Ihr könnt euch jetzt der nächsten Annahme widmen.
- **Das Kriterium wurde nicht erreicht.** Ihr habt euch getäuscht und müsst die Hypothese verwerfen. Ihr braucht jetzt eine neue Hypothese oder möglicherweise sogar eine neue Annahme – zum Beispiel eine

 © Graham Horton 2017-2018

neue Zielgruppe wählen oder ein neues Nutzenversprechen formulieren. Dies ist übrigens der Normalfall.

- **Das Experiment misslang**. Beispielsweise konntet ihr nicht genug Probanden finden, oder eure Testnutzer fanden sich mit dem Prototyp nicht zurecht. In diesem Fall müsst ihr das Experiment wiederholen oder neu planen.

### Ergebnisse können trügerisch sein

Schlussfolgerungen in der Startup-Lernphase können Irrtümer sein, weil das zugrundeliegende Experiment falsch konzipiert war oder schlecht durchgeführt wurde. Diese Gefahr wird häufig unterschätzt. Wenn ihr eine Frage ungünstig formuliert oder eure Benutzerführung schwer verständlich ist, können Testpersonen anders reagieren, als es im Experiment beabsichtigt war.

Eine Falsch-positiv-Reaktion könnt ihr beispielsweise bekommen, wenn ihr zu viel versprecht oder zu vage fragt. Auf die Frage, „Würden Sie gern Ferrari fahren?“ würden die meisten Menschen wohl mit „Ja“ antworten, aber auf die eigentlich entscheidende Frage, „Würden Sie 250.000€ für einen Ferrari ausgeben?“ jedoch vermutlich nicht.

Eine Falsch-negativ-Reaktion könnt ihr erhalten, wenn die Testperson mit eurem Produkt nicht klarkommt oder ihr dessen Vorteile nicht deutlich genug kommuniziert habt.

Ihr müsst also sicherstellen, dass eure Testpersonen auf das reagieren, was ihr geplant habt sodass die Messergebnisse zuverlässig sind.

## Link

- Kapitel 3.1 bei founders-playbook.de: founders-playbook.de/validation/customer-feedback/

 © Graham Horton 2017-2018