
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Sebastian Pioch

Digital Entrepreneurship

Ein Praxisleitfaden für die
Entwicklung eines digitalen Produkts
von der Idee bis zur Markteinführung

 Springer Gabler

Sebastian Pioch
Fachbereich Wirtschaft & Medien
Hochschule Fresenius
Hamburg, Deutschland

ISSN 2197-6708

essentials

ISBN 978-3-658-24067-7

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-24068-4>

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-24068-4 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Ideenfindung und Geschäftsmodell
- Marktrecherche
- Entwickeln eines Prototyps
- Markteinführung
- Exkurs agile Arbeitsmethoden

Vorwort

Digital Entrepreneurship beschreibt jene Bereiche der BWL, die speziell Unternehmungen zuzuordnen sind, welche ohne physische Ressourcen wertschöpfen. Im Gegensatz zum klassischen Unternehmertum gelten hier einige Besonderheiten, die gerade in der aktuellen Diskussion zur *Digitalen Transformation* breite Anwendung finden. Dabei handelt es sich etwa um Gesetzmäßigkeiten wie „*The winner takes it all.*“, Phänomene wie die *Zero Marginal Cost* oder der Einsatz agiler Arbeitsmethoden wie z. B. scrum.

Der vorliegende Praxisleitfaden beschreibt an einem durchgehenden Beispiel den Prozess der Ideenfindung bis zum Launch eines digitalen Produkts. Dabei werden insbesondere die Phasen der Marktrecherche, der Prototypentwicklung und des Markteintritts beschreiben. Der Leitfaden schließt sodann mit einem Exkurs zum Thema agile Arbeitsmethoden. Der hier skizzierte Prozess eignet sich sowohl zur Umsetzung durch Start-ups als auch durch bereits bestehende Unternehmen. Der Leitfaden richtet sich ferner an Studierende, welche sich hier einen einführenden Abriss der wichtigsten Arbeitsschritte wünschen.

Das vorliegende *essential* basiert im Wesentlichen auf Teilen der Entrepreneurship-Lehre von Prof. Sebastian Pioch, der gleichsam auch als Founder des hier als Beispiel dienenden Start-ups entsprechende Einblicke gewährt. Den Leserinnen und Lesern wird empfohlen, den vorliegenden Leitfaden in der Nähe eines Computers oder Tablets zu lesen, da er viele Verweise zu digitalen Beispielen enthält, die sodann idealerweise direkt online nachgeschlagen werden können.

Der Autor freut sich über Anregungen bzw. Feedback und wünscht eine erfolgreiche Produktion innovativer digitaler Produkte!

Hamburg, Deutschland
Im Oktober 2018

Sebastian Pioch

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Besonderheiten des Digital Entrepreneurship	2
2	Ideenfindung und Geschäftsmodell	5
2.1	Prozess der Ideenfindung	5
2.2	Vorstellung Praxisbeispiel	7
2.3	Ein Geschäftsmodell entwickeln	9
2.4	Das Business Model Canvas am Beispiel des prooflers	11
3	Marktrecherche	13
3.1	Ziele einer Marktrecherche	13
3.2	Phase I – die Marktrecherche planen	15
3.3	Phase II – Positionierung und Informationsbedarf	17
3.4	Phase III – Informationsbeschaffung	20
3.5	Phase IV – Auswertung der Marktinformationen	22
3.6	Phase V – Aufbereitung und fortlaufende Beobachtung	25
4	Entwickeln eines Prototyps	29
4.1	Wireframe	29
4.2	Mock-ups	32
4.3	Nutzerführung und Affordance	35
4.4	Das MVP – ein Prototyp	36
4.5	UX-Tests	39

5	Markteinführung	43
5.1	Grundsätzliches zum Launch	43
5.2	Markteintritt am Beispiel des proofler	45
5.2.1	Proofler Facebook-Kampagne 1.0	46
5.2.2	Proofler Facebook-Kampagne 2.0	48
5.2.3	Weitere Maßnahmen zum proofler-Markteintritt	49
6	Exkurs agile Arbeitsmethoden	53
	Literatur	59

Über den Autor



Dr. Sebastian Pioch lehrt als Professor für Digital Entrepreneurship an der Hochschule Fresenius in Hamburg und leitet dort das Digital Innovation-Lab. Seine Dissertation zum Thema „Start-up Intelligence“ verfasste er an der Filmuniversität Babelsberg und entwickelte darin ein Modell zur Entscheidungsfindung in der frühen Gründungsphase. Der Medien- und Informationswissenschaftler ist selbst auch als Gründer aktiv. So prämierte etwa das BMWi 2009 eine seiner Ideen mit dem EXIST-Gründerstipendium.

Sein aktuelles Projekt „profler.com“, eine Online-Anwendung zur Entscheidungsfindung, wurde 2016 für den Gründen Live-Preis nominiert und motivierte 2017 das VC-Unternehmen 20scoops zu einem sechsstelligen Investment.

Kontaktinformationen:

Hochschule Fresenius
Alte Rabenstr. 32
20148 Hamburg
sebastian.pioch@hs-fresenius.de