

2020

1. Auflage



Guide:

Digitale Produkte

erfolgreich

mit der MVP- Methode

entwickeln



FLYACTS
DIGITALE LÖSUNGEN

Inhaltsverzeichnis

01 Was ist ein MVP?	3
02 Die Vision.	5
03 Das agile Anforderungsmanagement.	7
04 Das Nutzerfeedback.	10
05 Die Vorteile durch die MVP- Entwicklung,	12
06 Das agile Mindset.	12

Vorwort

Liebe Leser,

ich freue mich, dass Sie den Weg zu unserem Guide zum Thema MVP-Methode gefunden haben. Das bedeutet nämlich, dass Sie eine Idee für eine digitale Innovation haben und nun eine Möglichkeit suchen, diese umzusetzen. Mit der MVP-Methode treffen Sie auf jeden Fall eine gute Wahl, denn damit wenden Sie die Vorgehensweise der Vordenker und Pioniere aus dem Silicon Valley an. Freilich, auch dort ist nicht alles so glänzend wie es scheint und beim Thema Fremdkapitalvergabe und -einsatz wissen wir längst, dass nicht alles eins zu eins hierzulande funktioniert (leider). Aber die MVP-Methode hat ihre absolute Berechtigung. Warum? Das erfahren Sie hier - und natürlich erfahren Sie, welche Erfolgsfaktoren wir sehen, damit Sie ein erfolgreiches digitales Produkt entwickeln.

Herzlichst,
Anne Schulze



01 Was ist ein MVP?

MVP steht für **Minimal Viable Product**. Übersetzt bedeutet das soviel wie "minimal (über-)lebensfähiges Produkt", oder besser: ein Produkt mit Minimalanforderungen.

Lange Zeit waren IT-Projekte durch das Ausarbeiten von Lasten- und Pflichtenheften geprägt. Dazu wurden Projektgruppen einberufen, die über Wochen, Monate oder manchmal sogar Jahre ein Konzept entwickelten, welches anschließend in einem Lastenheft granular dokumentiert wurde. Dieses übersetzte dann ein IT-Dienstleister in ein Pflichtenheft. Basierend auf diesem Pflichtenheft entwickelte der Dienstleister wiederum über Wochen, Monate oder Jahre die Software, bis diese dann mit einem finalen Launch einer großen Nutzerschaft zur Verfügung gestellt wurde. Welche Schwierigkeiten dieses Vorgehen mit sich bringen kann, lässt sich am besten am bekanntesten Beispiel der Automobilmarke "Edsel" von Ford nachvollziehen.

Um ein ähnliches Ergebnis wie bei der Entwicklung des Edsel zu vermeiden, sollten Sie daher auf eine Lean-Startup-Methode in Kombination mit einem agilen Projektmanagement setzen und ein MVP umsetzen lassen.

Quellen zu „Edsel“: <https://de.wikipedia.org/wiki/Edsel> // <https://www.spiegel.de/auto/aktuell/ford-flop-edsel-titanic-auf-raedern-a-494762.html> // https://www.focus.de/auto/gebrauchtwagen/oldtimer/tid-30252/der-edsel-war-der-groesste-flop-aller-zeiten-fuer-dieses-auto-schaemt-sich-ford-noch-heute_aid_945953.html

Exkurs - Edsel als Musterbeispiel einer gescheiterten Produktentwicklung

Der Edsel sollte eine Automobilmarke von Ford im gehobenen Mittelklassewagensegment werden. Heutzutage wird Edsel aber als das Beispiel einer misslungenen Produktentwicklung und -einführung verwendet. Alles begann zu Beginn der 50er Jahre in den USA - die Wirtschaft boomte und das Fahrzeug als Statussymbol wurde immer wichtiger. Ford wollte dieser Entwicklung nachkommen und einen exklusiven Mittelklassewagen produzieren - unter eigenem Namen, eigenem Händlernetz, radikalem Design und technischen Innovationen. Es wurden augenscheinlich keine Kosten und Mühen gescheut - allein für die Namensfindung wurde eine Werbeagentur beauftragt, die mehr als 18.000 Begriffe evaluieren ließ. Eine riesige PR-Kampagne begleitete den Launch des Fahrzeugs. Doch - **nach mehr als 5 Jahren Planung und Umsetzung** - blieb der Erfolg aus. Das Design wurde verspottet, die Qualität stimmte nicht, der Preis war zu hoch und die einsetzende Rezession veränderte die Bedürfnisse der Kunden - weg von "bigger is better" hinzu "big is bad". Der Edsel wurde nach 2 Jahren eingestellt - der Verlust betrug umgerechnet nach heutigen Maßstäben 2 Milliarden US Dollar.

Neben Unstimmigkeiten innerhalb der Führungsriege wurden beim Edsel eben auch die Fehler gemacht, die bei der klassischen Wasserfall-Methode der Software-Entwicklung anzutreffen sind: eine lange Planung ergab ein kostspieliges Konzept, welches zum Markteintritt nicht mehr zu den Bedürfnissen der Käufer passte, da sich die Umweltbedingungen verändert hatten.

Aber wichtig: ein MVP ist kein Prototyp, sondern eine vollwertige, belastbare Software, bei der bewusst nur die wichtigsten Funktionen zu Beginn konzipiert und umgesetzt werden.

Exkurs - Warum das MVP kein Prototyp ist.

Ein Prototyp ermöglicht ebenfalls das Einholen eines frühzeitigen Feedbacks. Der Schwerpunkt liegt allerdings auf der konkreten Modellierung einer sehr abstrakten Funktion, um die Kommunikation zwischen verschiedenen Stakeholdern zu erleichtern. Mit einem Prototypen kann z.B. vor einer MVP-Entwicklung geklärt werden, ob ein potentieller Kunde generell an dieser Art der Lösung interessiert ist. Der Prototyp ist nicht für den mittel- oder langfristigen Einsatz konzipiert und kann daher in der physischen Produktentwicklung lediglich aus Pappe bestehen, in der Software-Entwicklung beispielsweise aus einem Set an Mockups oder einem Klickdummy. In seltenen Fällen wird bereits eine an sich funktionstüchtige, aber nicht skalierbare Softwarelösung umgesetzt.

Mit dieser Vorgehensweise ist es möglich, frühzeitig und wiederholt Feedback einzuholen, welches dazu dient das Produkt erfolgreich weiterzuentwickeln. Das tatsächliche Produkt entspricht so den aktuellen Kundenbedürfnissen und große Fehlinvestitionen werden vermieden. Gleichzeitig können Sie auf dem bisherigen, softwaretechnisch-belastbaren Stand aufbauen - das spart Kosten und ermöglicht ein schnelles Vorankommen.

Das MVP hat - wie jede andere Methode auch - Regeln, um erfolgreich zu sein. Ein erfolgreiches MVP braucht

- **eine definierte Vision**
- **ein agiles Anforderungsmanagement**
- **eine Priorisierung**
- **eine agile Umsetzung**
- **frühzeitiges Feedback von echten Nutzern**
- **das richtige Mindset**

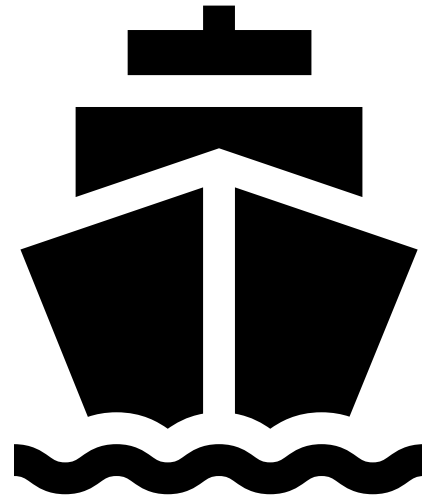
02 Die Vision.

Lassen wir diesen Abschnitt passend mit einem Zitat des Philosophen Laotse beginnen:

*„Nur wer sein Ziel kennt,
findet den Weg.“*

Bei der MVP-Methode stellt die Vision, bzw. das Ziel, einen der größten Erfolgsfaktoren dar. Das MVP ist ein minimal (über-) lebensfähiges Produkt. Doch was bedeutet in diesem Kontext eigentlich "überlebensfähig"? Und wie sollen Sie festlegen, welche Komponenten wirklich für ein minimales Produkt notwendig sind? Um genau diese Fragen zu beantworten, müssen Sie zwangsläufig wissen, wozu das (digitale) Produkt eigentlich gut ist. Und das wird mit der Vision beschrieben. Dabei ist die Vision keine Zielsetzung à la "in 5 Jahren haben wir 3 Mio. € Umsatz mit XYZ erzielt", sondern sie schafft ein langfristiges Bild, was Sie mit der Entwicklung erreichen wollen. Ein weiteres, sehr passendes Zitat von Antoine de Saint-Exupéry lautet:

„Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre die Männer die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer.“



Die Anforderung an die Vision besteht darin, den Kern des zukünftigen Produktes prägnant zusammenzufassen - ohne Kennzahlen zu verwenden oder Details anzugeben. Hier ein paar Beispiele aus den ersten Pitches mittlerweile sehr bekannter Digitalunternehmen:

Beispiele von Visionen bekannter digitaler Produkte

Airbnb

„ist eine Web-Plattform, auf der Nutzer ihre Räumlichkeiten vermieten können, um ...Geld zu sparen, wenn sie selbst reisen ...Geld zu verdienen, wenn sie vermieten und ...Kultur zu erleben.“

Später wurde dies mit den Werbeslogans "Teile deine Welt" oder "Willkommen zuhause" perfekt in Szene gesetzt.

Uber (damals noch als Uber Cab)

"UberCab ist ein On-Demand Fahrzeug-Service, welcher schneller und günstiger als eine Limousine ist, sowie besser und sicherer als ein normales Taxi."

Facebook

"thefacebook.com ist ein wachsendes Online-Verzeichnis, das Studenten, Alumni, Dozenten und Mitarbeiter über soziale Netzwerke an Hochschulen und Universitäten miteinander verbindet."

Quelle der Pitches: <https://slidebean.com/blog/startups-pitch-deck-examples>

Anleitung: so schreiben Sie Ihre Vision

Eine Vision ist zwar nur ein kurzer Satz bzw. Absatz, aber in ihm steckt tatsächlich einiges mehr. So sollten Sie vorher für sich klären:

- Welches (Kern-)Problem will ich lösen?
- Wer ist meine (Haupt-)Zielgruppe?
- Auf welchem Markt werde ich mich zukünftig befinden?
- Welche Werte sind für mich/mein Produkt wichtig?

Binden Sie dabei ruhig verschiedene Stakeholder ein, um ein gemeinsames Verständnis für die Vision zu entwickeln. Mit einer gleichen Auffassung für die Vision wird es Ihnen leichter fallen, diese später gemeinsam zu tragen und Entscheidungen zu treffen. Fangen Sie zu jedem Punkt die Gedanken auf Post-Its ein, verdichten Sie die Ergebnisse und formulieren Sie dann die Vision daraus.

Grafiken, die die MVP-Entwicklung bildlich darstellen, verwenden häufig das Beispiel einer Fahrzeugentwicklung. Dieses möchten wir aufnehmen und als Beispiel für jeden Schritt der erfolgreichen MVP-Entwicklung verwenden. Daher stellen wir uns die Frage: Wie hätte dafür die Vision ausgesehen? Das ist unser Ergebnis:

Kernproblem: Größere Strecken sind zu Fuß sehr mühsam zu erreichen und eine Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist zu unflexibel

Hauptzielgruppe: Junge Leute, die gern reisen ("Young Globalists")

Markt: Fahrzeuge / Verkehr

Werte: modern, fancy, anspruchsvoll, hochwertig, einfach zu nutzen

Im Kern ist das Produkt daher ein Fahrzeug bzw. ein Fortbewegungsmittel mit dem fiktiven Produktnamen SmartGo. Die Vision könnte vor Beginn der Entwicklung folgendermaßen lauten:

„SmartGo ist ein modernes Fortbewegungsmittel, welches die Young Globalists mit Leichtigkeit an ihr Ziel bringt.“

03 Das agile

Anforderungsmanagement.

Sie haben nun eine aussagekräftige Vision und jetzt wollen Sie mit der Realisierung starten. Um Ihre bzw. die Arbeit der Entwickler zu koordinieren, ist es erforderlich, dass Sie die Anforderungen an das neue Produkt festhalten. Nach der klassischen Methode erfolgt dies durch ein Lastenheft - ein Dokument mit schier unendlich vielen Seiten, in dem jedes Detail so genau wie möglich mit Worten beschrieben wurde. Mit der MVP-Methode müssen Sie sich von Begriffen wie "Lastenheft", "Versionierung" und "Pflichtenheft" verabschieden. Stattdessen werden jetzt "Themen", "Epics", "User Stories" und "Product Backlog" die Art und Weise der Anforderungsformulierung und Organisation bestimmen.

Scrum als geeignete Projektmanagement-Methode

Aber wir beginnen weiter vorn. Die Entwicklung eines MVPs ist eine agile Methode. Daher brauchen Sie auch ein flexibles Projektmanagement. An dieser Stelle bietet sich das längst erprobte Managementframework "Scrum" an. Scrum bietet eine riesige Palette an Vorgehensmustern und Regeln, mit denen Entwicklungsteams und Organisationen gemanagt werden. Der Umgang mit agilen Anforderungen ist Teil von Scrum. Die von uns adaptierte Vorgehensweise sieht wie folgt aus:

1. Ein Produkt (welches überaus komplex sein kann) wird in sehr grobe, meist recht abstrakte Themen aufgeteilt. Die Themen für SmartGo könnten lauten:

- a) Öffnen
- b) Platz nehmen
- c) Starten
- d) Fahren...

2. zu jedem Thema werden dann wiederum granularere Unterthemen, sogenannte Epics formuliert:

- d) Fahren
 - Räder
 - Kugellager
 - Kraft...Treibstoff...Motor?

Obacht! Wichtig ist an diesem Punkt, dass Sie eine Antriebsmöglichkeit für Ihr Fortbewegungsmittel benötigen. Von Anfang an stehen dabei verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Wenn Sie direkt einen Motor verbauen, wird das sehr, sehr komplex - das würden Sie beim Ausformulieren der User Stories im nächsten Schritt und der Komplexitätsbewertung bemerken. Was wären nun einfachere Varianten, die trotzdem auf Ihre Vision einzahlen? Genau - Muskelkraft! Das bringt der Nutzer mit und es ist trotzdem komfortabler als zu Fuß!

Warum also nicht mit einem Fußantritt starten?

Nun wird es etwas detaillierter: die User Stories. Hier wird genau gesagt, was welcher Nutzer macht, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Dabei hat die User Story eine bestimmte Form:

Als... will ich..., um... .

Auf SmartGo könnte man das wie folgt anwenden:

Als Young Globalist will ich einen festen Stand haben, um mich mit einem Fußantritt anschieben zu können.

User Stories werden aber nur für das wichtigste Epic ausformuliert. Alle anderen Epics werden nur grob ausformuliert, z.B. mit Stichpunkten.

Die Themen, Epics und User Stories füllen Ihr Product Backlog - also alle Anforderungen, die Ihr Produkt (später) ausmachen werden. Das Product Backlog ist dabei beliebig erweiterbar und auf gar keinen Fall festgeschrieben.

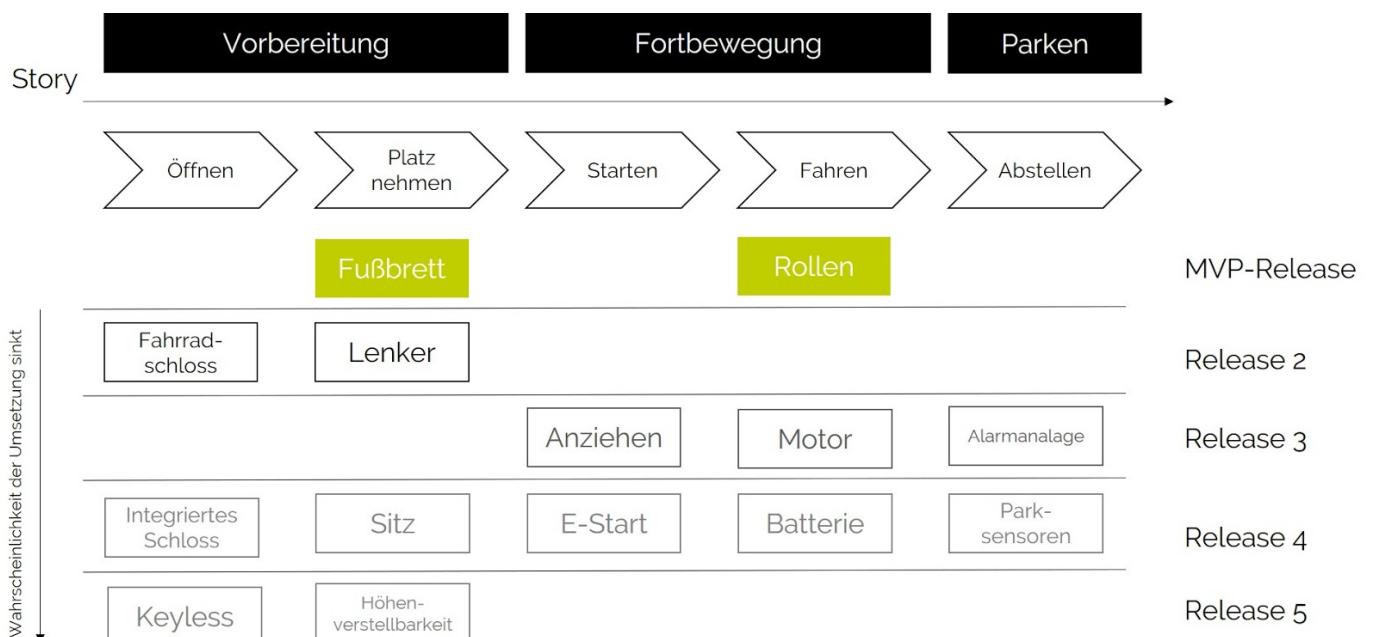
Abgrenzung der MVP-Anforderungen mittels Story-Mapping

Das Zerlegen Ihres Vorhabens in einzelne Themen, Epics und User Stories ist wichtig, um Komplexitäten zu reduzieren und es ist sogar essentiell für die MVP-Entwicklung.

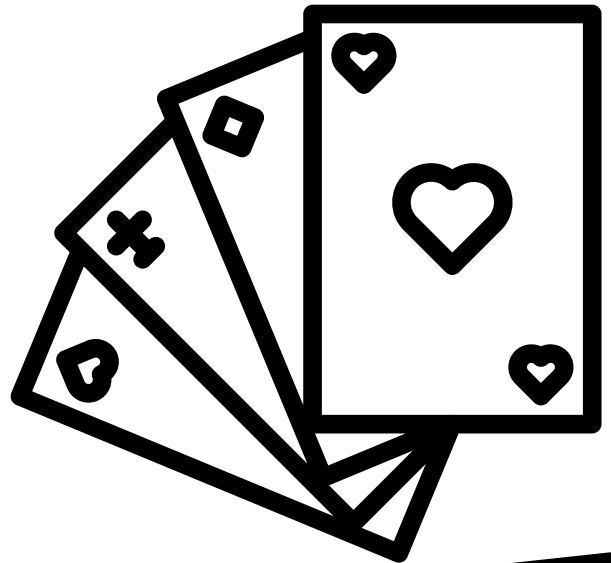
Denn Ihr Ziel ist, nur die wichtigsten Funktionen umzusetzen, mit denen Sie echtes Nutzerfeedback einholen. Eventuell können Sie sogar erste Einnahmen generieren - je nachdem, wie Ihr Geschäftsmodell konzipiert ist. Um zu entscheiden, welche Funktionen für das MVP notwendig sind und welche nicht, eignet sich das Story-Mapping.

Mit dieser Methode wird zuerst die Customer Journey (= Story) aufgezeichnet, welche sich idealerweise bereits in Ihren Themen vom Anforderungsmanagement widerspiegelt. Jedem Thema werden die entsprechenden möglichen Funktionen zugeordnet und im Anschluss werden die Funktionen, die wirklich notwendig sind, priorisiert.

Stellen Sie sich bei jeder Funktion die Frage: "Braucht es diese Funktion wirklich, um die Vision grundsätzlich zu realisieren?" Oder ist es nur etwas, was Komfort bringt? Diesen Schritt sollten Sie nach Möglichkeit mit Partnern, Kollegen, Stakeholdern oder anderen Experten zusammen angehen. Ein Blick von außen bringt meist mehr Objektivität und eine Diskussion über die Notwendigkeit macht das Abgrenzen umso eindeutiger. So sieht das Ganze an unserem fiktiven Beispiel SmartGo aus:



Die Wahrscheinlichkeit, dass die Funktionen in den jeweiligen Releases tatsächlich so integriert werden, sinkt mit zunehmendem Release. Doch mit dem Anforderungsmanagement nach Scrum in Kombination mit der Story Mapping-Methode stellen Sie sicher, dass Ihre Anforderungen flexibel umsetzbar sind. Weiterhin vermeiden Sie, sich zu viele Gedanken über Details zu machen, die sich nach der ersten Nutzerbefragung und dem dadurch generierten Feedback verändern können oder gar unnötig werden. Und damit sind wir auch schon beim nächsten und einem weiteren, sehr wichtigen Thema der MVP-Methode: der Erhebung und dem Einbinden von Nutzerfeedback.



Exkurs - Priorität festlegen mit dem Business Value Poker

Ihr Produkt ist sehr komplex und ein Story Mapping enthält immer noch sehr viele Funktionen, sodass Sie weiter reduzieren müssen? Oder Sie wollen vorab eine Einschätzung des möglichen Geschäftswertes seitens Ihrer Partner, Kollegen, Manager einholen und ein gemeinsames Verständnis schaffen?

Dazu eignet sich die **Business Value Poker Methode**. Mit ihr werden einzelne Themen, Epics oder sogar User Stories mittels einer Punkte-Skala bewertet. Diese Bewertung sollten Sie nicht allein, sondern mit mehreren Stakeholdern, Partnern oder Kollegen durchführen. Jeder Teilnehmer erhält ein Set an Karten mit verschiedenen Punkten - von 0 bis 3400 sind es insgesamt 10 Karten. Jeder Teilnehmer muss jetzt seinen Wert für ein Epic schätzen. Je höher der Wert, umso wichtiger die Anforderung bzw. Anforderungskomplex - immer mit der Vision im Hinterkopf. Uneinigkeiten bei der Bewertung sind perfekt, um über verschiedene Sichtweisen zu sprechen und damit mögliche Alternativen beleuchten zu können.

04

Das Nutzerfeedback.

Es gab eine Zeit, da galt "If you build it, they will come." - sprich, wenn Sie es schaffen, ein solches Produkt herzustellen, dann werden Sie es auch (erfolgreich) verkaufen. Doch diese Zeiten sind in den meisten Marktsegmenten vorbei, denn es gibt so viele Konkurrenten bei einer unglaublich hohen Markttransparenz, dass Ihre Kunden die große Auswahl haben. Um diesem Konkurrenzdruck zu entgehen, wollen Sie daher mit einem neuen Produkt Ihre Marktposition ausbauen oder sichern. Effizient ist es, in Kontakt mit den möglichen Kunden zu treten, und ihnen zuzuhören. Was sind ihre Wünsche, Träume oder Ängste? Wie schnell springt jemand auf Ihre Idee auf und reagiert auf sie? Mit welchem Feedback? Öffnen Sie sich mit Ihrer Idee, denn frühzeitiges Nutzerfeedback bringt Ihnen wertvolle Erkenntnisse und dadurch sogar den entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Nach jedem Release sollten Sie Ihre ersten Nutzer um Rückmeldung bitten - dies kann spontan oder auch systematisch erfolgen.

Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie Sie an Nutzerfeedback kommen. In erster Linie sollten Sie auf den nächst greifbaren Umkreis setzen - Ihre Familie, Freunde und/oder Kollegen. Stellen Sie fest, dass Ihnen das Feedback nicht reicht oder Ihre Zielgruppe dort nicht zu finden ist, so können Sie auch anderweitig aktiv werden.

Von wem Sie Feedback bekommen können:

1. Familie, Freunde und Kollegen
2. erste Nutzer direkt kontaktieren
3. bestehende Gruppen/Foren in sozialen Medien
4. Direktnachrichten an mögliche Nutzer über soziale Medien
5. eigene Gruppe in sozialen Medien gründen (hier wird es aber viel Zeit brauchen, ehe sie eine entsprechend große Crowd aufgebaut haben)
6. Aushänge mit dem Gesuch nach Testern an Universitäten, am schwarzen Brett, ebay-Kleinanzeigen
7. externes Crowdfunding beauftragen
8. externe Umfragen beauftragen, z.B. Clickworker

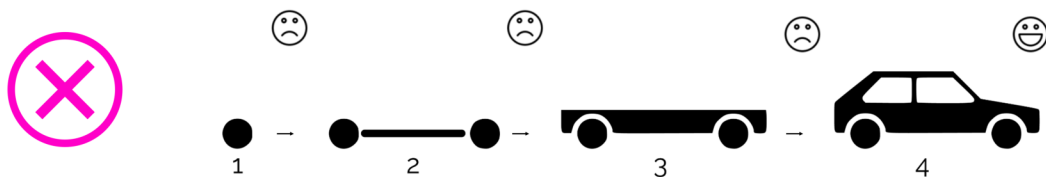
Bewerten Sie das Feedback in Hinblick der nächsten Funktionen. Anhand des MVP konnten die ersten Nutzer bereits ein Gefühl für Ihr Produkt bekommen und nun die weiteren Wünsche äußern. So ersparen Sie sich aufwändige und kostspielige Entwicklungen für eine Funktion, die eigentlich gar nicht gewünscht oder - noch schlimmer - später gar nicht genutzt wird.

Um den Effekt des frühzeitigen und wiederholenden Nutzerfeedbacks ersichtlich zu machen, haben wir die weit verbreitete Abbildung der "klassischen Entwicklung und MVP-Entwicklung im Vergleich" überarbeitet. In der bekannten Version entwickelt sich über 4 bis 5 Stufen ein Auto - manchmal ist es genau das gleiche Auto am Ende, egal ob es klassisch oder nach der MVP-Methode gebaut wurde. Einziger Unterschied: die Nutzer sind während der MVP-Methode eher besänftigt, da sie bereits ein (rudimentäres) Fortbewegungsmittel zur Verfügung haben und nicht wie bei der klassischen Methode so lang warten mussten. Bei manchen Grafiken entstehen kleine Unterschiede am Schluss, z.B. ein Cabrio statt einer geschlossenen Karosserie - aber das genügt uns nicht.

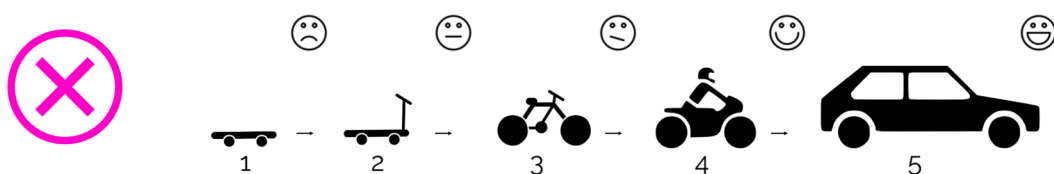
Deswegen haben wir das MVP-Modell auch verbessert - denn das Ergebnis ist offen. Durch das Nutzerfeedback können sich gänzlich neue Optionen ergeben und wir erreichen damit nicht nur gute, sondern Spitzenergebnisse. Mit SmartGo wurde damit nicht das das X-te Auto, sondern eine wirklich innovative Fortbewegungsmöglichkeit entwickelt - denn unsere Vision lautete:

„SmartGo ist ein modernes Fortbewegungsmittel, welches die Young Globalists mit Leichtigkeit an ihr Ziel bringt“

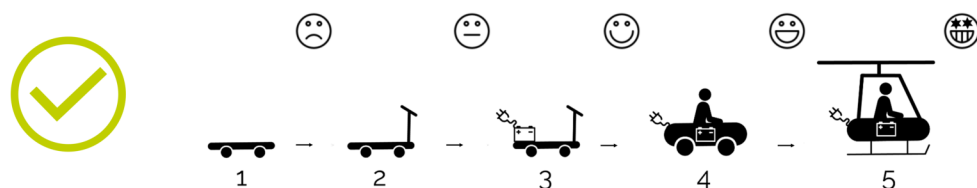
Monolithische Entwicklung ohne Nutzerfeedback



Prototypen Entwicklung ohne Nutzerfeedback



MVP Entwicklung mit kontinuierlichem Nutzerfeedback



05

Die Vorteile durch die MVP-Entwicklung

Zusammenfassend bringt Ihnen die MVP-Methode folgende Vorteile:

- **Sie setzen schnell eine Innovation um**
- **Sie erschließen schnell neue Märkte**
- **Sie generieren frühzeitig echtes Nutzerfeedback**
- **Sie entwickeln bessere, kundenzentrierte Produkte, die den wandelnden Bedürfnissen gerecht werden**
- **Sie zerlegen komplexe Vorhaben und machen Sie damit leichter umsetzbar**
- **Sie gehen agil mit Änderungen um und nutzen Sie als Chance**
- **Sie generieren schnell erste Einnahmen, damit sichern Sie frühzeitig Ihren Return on Investment**
- **Sie vermeiden große Fehlinvestitionen**

06

Das agile Mindset

Jeder, der schon mal ein Bewerbungsgespräch hatte, wird sich wahrscheinlich über die Frage Gedanken gemacht haben, was seine/ihre Schwächen sind. Und, haben Sie da schon mal mit "Perfektionismus" geantwortet (oder mit dem Gedanken gespielt, so zu antworten)? Denn irgendwie ist diese Eigenschaft ja auch eine Stärke. In unserem Schulwesen werden nur vollständige bzw. vollkommen richtige Lösungsansätze mit "sehr gut" benotet. Niemand schaut auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis. Aber genau das ist es, was Sie brauchen, um in der heutigen Zeit erfolgreich zu sein. Sie sollen nicht überall 110 % leisten, wenn 80 % eben auch reichen, um ein entsprechendes Ziel zu erreichen. Die anderen 20 - 30 % können Sie nutzen, um an neuen Ideen zu arbeiten oder Ihre Work-Life-Balance zu verbessern. Doch wann reichen 60 %, 80 % und wann müssen Sie 110 % geben? Das ist die Kunst, die Sie lernen müssen. Für die MVP-Methode gilt: es braucht keine 100 %, denn durch das kontinuierliche Nutzerfeedback ist Ihr Produkt agil - sprich in ständiger, positiver Veränderung.

Fangen Sie an und lesen Sie Bücher zum agilen Mindset und besuchen Sie Vorträge. Das wird Sie inspirieren und die ein oder andere Möglichkeit aufzeigen, wie Sie sich das agile Mindset aneignen können. Oder nehmen Sie (und Ihr Team) an einem Design-Thinking-Workshop teil, um zu erleben, was es heißt, in kürzester Zeit ein bewusst unfertiges Produkt zu entwickeln und dieses auch anderen zu zeigen. Sie werden merken, für das Ziel der Feedbackgewinnung wird es reichen.

Es gibt noch zahlreiche Methoden und Übungen, die Ihre Denkweise nachhaltig ändern können. Aber bedenken Sie: eine Änderung der Einstellung benötigt Zeit.



Über den Herausgeber

FLYACTS GmbH

Ebertstr. 8

07743 Jena