

Eric Ries

# Lean Startup

Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen

*Übersetzung aus dem amerikanischen Englisch von  
Ursula Bischoff*

**REDLINE** | VERLAG

# Inhalt

<b>Einführung .....</b>	<b>9</b>
<b>Teil I – Vision .....</b>	<b>19</b>
<b>1. Start .....</b>	<b>21</b>
Entrepreneurship ist Management .....	21
Die Wurzeln der Lean-Startup-Methode.....	25
<b>2. Definition .....</b>	<b>31</b>
Was genau kennzeichnet einen Entrepreneur? .....	31
Wenn ich Entrepreneur bin, was ist dann ein Startup?.....	33
Der Fall SnapTax.....	34
Ein Lean Startup mit 7 000 Mitarbeitern.....	36
<b>3. Lernprozesse .....</b>	<b>41</b>
Validiertes Lernen bei IMVU .....	42
Wertvoll versus überflüssig .....	49
Was beinhaltet der Begriff Validierung? .....	51
Der Mut zur Null.....	53
Lektionen, die über IMVU hinausgehen .....	54
<b>4. Experimente .....</b>	<b>57</b>
Von der Alchemie zur Wissenschaft.....	57
Ein Experiment ist ein Produkt.....	63
Der Village Laundry Service.....	65
Ein Lean Startup in Regierungskreisen? .....	67

<b>Teil II – Steuerung</b> .....	<b>71</b>
<b>5. Sprung</b> .....	<b>77</b>
Strategien stützen sich auf Annahmen.....	78
Genchi Gembutsu.....	82
Raus aus dem Elfenbeinturm! .....	84
Analyse-Paralyse.....	86
<b>6. Tests</b> .....	<b>87</b>
Warum die ersten Produkte nicht perfekt sein müssen.....	88
Das Video-MFP.....	91
Das Concierge-Service-MFP.....	93
Achten Sie nicht auf die acht Personen hinter den Kulissen.....	95
Die Rolle von Design und Qualität bei einem MFP.....	98
Bremsschwellen auf dem Weg zum MFP.....	101
Vom MFP zur Innovationsbilanz.....	103
<b>7. Messungen</b> .....	<b>105</b>
Warum etwas so Unspektakuläres wie eine Bilanz Ihr Leben verändern wird	105
Die Innovationsbilanz in der Praxis .....	107
Innovationsbilanz bei IMVU.....	110
Optimierung versus Lernen.....	114
Fassadenmetrik: Eine Warnung.....	116
Angemessene Parameter versus Fassadenmetrik.....	118
Der Nutzen der drei As.....	128
Allgemein zugänglich .....	129
<b>8. Kurswechsel</b> .....	<b>133</b>
Innovationsbilanz führt zu schnelleren Kurskorrekturen.....	134
Kurswechsel erfordern Mut .....	143
Die Strategieszugung: Kurs wechseln oder beibehalten? .....	145
Der versäumte Kurswechsel.....	149
Ein Kurswechselkatalog.....	152
Ein Kurswechsel ist eine Strategiehypothese .....	155

<b>Teil III – Beschleunigung .....</b>	<b>157</b>
<b>9. Batchgrößen .....</b>	<b>163</b>
Kleine Batchgrößen in einem Entrepreneurship-Umfeld.....	165
Kleine Batchgrößen in der Praxis .....	170
Die Todesspirale der großen Losgrößen .....	172
Pull- statt Push-Strategie .....	174
<b>10. Wachstum .....</b>	<b>181</b>
Woher leitet sich das Wachstum ab? .....	182
Warum Wachstumsmotoren wichtig sind.....	183
Wachstumsmotoren bestimmen den Product-Market-Fit .....	191
Wenn Wachstumsmotoren ihren Schwung verlieren .....	193
<b>11. Anpassung .....</b>	<b>195</b>
Der Aufbau einer adaptiven Organisation .....	196
Die Fünf-Warum-Analyse .....	199
Der Fluch der fünf Schuldzuweisungen .....	203
Die Fünf-Warum-Analyse in der Praxis.....	207
<b>12. Innovation .....</b>	<b>219</b>
Wie man die disruptive Innovation fördert.....	219
Knappe, aber sichere Ressourcen .....	219
Eine Plattform für Experimente schaffen.....	221
Entwicklung eines Managementportfolios.....	228
<b>13. Nachwort: Das oberste Gebot – Du sollst nichts verschwenden .....</b>	<b>235</b>
Talente mit Superman-Status .....	238
Die langfristige Aktienbörse .....	243
Fazit .....	244
<b>14. Schließen Sie sich der Bewegung an .....</b>	<b>245</b>
Weiterführende Lektüre .....	247
<b>Anmerkungen .....</b>	<b>249</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>257</b>