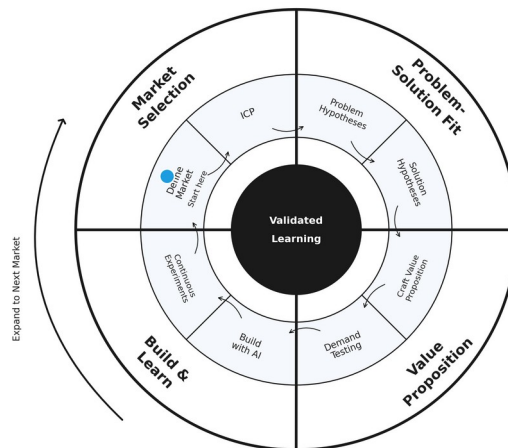


Vom Markt zum bestätigten Fit

KI baut heute alles in Stunden. Was knapp bleibt, ist Beweis, und Beweis kommt von Menschen, die mit Zeit, Aufmerksamkeit und Geld antworten. Dieses Heft führt eine Firma Station für Station durch das PMF Flywheel. Ein Backbone für Startups und KMU, mit zwei umschaltbaren Linsen.



VOR DEM START · DIE EINSTIEGS-WEICHE

Frag zuerst: Neuer oder bestehender Markt? Schon zahlende Kunden? Wer entscheidet über Budget? Wie schnell bekommst du ehrliches Feedback? Die Antworten legen Linse und Einstiegspunkt fest.

STARTUP-LINSE

Neuer Markt, noch keine Kunden. Voller Durchlauf ab Station 1. Risiko ist Überleben, der Engpass ist Zeit.

KMU-LINSE

Bestehender Markt, schon Kunden und Vertrieb. Station 1 leicht, Schwerpunkt ab Station 3. Risiko ist Ressourcen und Kannibalisierung.

1 · Define Market

MARKET SELECTION

Ziel: Den Markt abgrenzen, in dem ein echtes, häufiges Problem lebt. Nicht der größte Markt, sondern der mit dem schnellsten Lernen.

Werkzeug: Market Evaluation Rubric (Excel-Tab 1). Kandidatenmärkte 1 bis 5 nach Schmerz, Häufigkeit, Zugang, Zahlungsbereitschaft, Feedback-Tempo bewerten.

STARTUP-LINSE

Neuen Markt finden und scharf eingrenzen. Groß denken verboten, schnell lernen erlaubt.

KMU-LINSE

Kerngeschäft plus angrenzende Segmente. Markt meist bekannt, also kurz halten.

ARBEITSFLÄCHE

DREI KANDIDATENMÄRKTE

GEWÄHLTER MARKT, IN EINEM SATZ

WARUM TUT DAS PROBLEM HIER WEH

Weiter, wenn: du den Markt in einem Satz benennen kannst, in dem das Problem wehtut.

2 · ICP

MARKET SELECTION

Ziel: Den ersten idealen Kunden festlegen. Diese Wahl entscheidet, was dein Produkt wird.

Werkzeug: ICP Decision Framework (Excel-Tab 2). Vier Fragen, jede 1 bis 5.

STARTUP-LINSE

Das schnellste Lernsegment, nie der prestigeträchtigste Logo-Kunde.

KMU-LINSE

Bestandskunden als Testfeld nutzen, aber prüfen, ob sie repräsentativ sind.

ARBEITSFLÄCHE

WER HAT DAS PROBLEM HÄUFIG UND DRINGEND?

WER ENTSCHEIDET OHNE 12-MONATS-FREIGABE?

WER GIBT SCHNELLES, EHRLICHES FEEDBACK?

WER BRINGT AM SCHNELLSTEN ZUM FIT-BEWEIS?

ERSTES ICP

Weiter, wenn: du genau einen ICP benennst. Alles andere ist Ablenkung.

3 · Problemhypothesen

PROBLEM-SOLUTION FIT

Ziel: Das Problem so tief verstehen, dass du dafür bauen darfst. Verliebe dich ins Problem, nicht in die Lösung.

Werkzeug: Problemgespräch im Mom-Test-Stil. Nach Verhalten und Vergangenheit fragen, nicht nach Meinung über die Idee.

STARTUP-LINSE

Problem von außen entdecken, eigene Annahmen als Hypothese behandeln.

KMU-LINSE

Bekannte Painpoints, aber die Workshop-Illusion meiden: verbal ist nicht behavioural.

ARBEITSFLÄCHE

LEITFRAGEN FÜRS GESPRÄCH (WAS, WANN ZULETZT, WIE HEUTE GELÖST, WAS KOSTET ES)

BEOBACHTETE WORKAROUNDS

PROBLEMHYPOTHESE: WIR GLAUBEN, DASS [ICP] DAS PROBLEM [X] HAT, WEIL ...

Weiter, wenn: mehrere ICP-Kunden dasselbe Problem unabhängig und unaufgefordert schildern.

4 · Lösungshypothesen

PROBLEM-SOLUTION FIT

Ziel: Lösungsansätze als testbare Hypothesen formulieren, nicht als feste Überzeugung.

Werkzeug: Hypothesen-Karte. Pro Ansatz: Annahme, riskantester Teil, was würde meine Meinung ändern.

STARTUP-LINSE

Mehrere Lösungsrichtungen offen halten, bevor du dich festlegst.

KMU-LINSE

Lösung muss in bestehende Prozesse und Systeme passen, das ist selbst eine Annahme.

ARBEITSFLÄCHE

HYPOTHESEN-KARTE A — ANNAHME

A — RISKANTESTER TEIL

A — WAS WÜRD MEINE MEINUNG ÄNDERN

HYPOTHESEN-KARTE B — ANNAHME

B — RISKANTESTER TEIL

B — WAS WÜRD MEINE MEINUNG ÄNDERN

Weiter, wenn: du die riskanteste Annahme deiner Lösung explizit benannt hast.

5 · Value Proposition

VALUE PROPOSITION

Ziel: Den Nutzen so zuspitzen, dass klar wird, warum gerade du und nicht der Status quo.

Werkzeug: Kano-Modell (Excel-Tab 5). Features in Basis, Leistung, Begeisterung sortieren.

STARTUP-LINSE

Differenzieren gegen den bestehenden Zustand und gegen Nichtstun.

KMU-LINSE

Differenzieren gegen interne Alternativen, Eigenbau und Trägheit der Organisation.

ARBEITSFLÄCHE

VALUE-PROP-SATZ: FÜR [ICP] DER [NUTZEN], ANDERS ALS [ALTERNATIVE], WEIL ...

BEGEISTERUNGS-NUTZEN (UNERWARTET, TEILBAR)

BASIS-ANFORDERUNGEN, DIE EINFACH SITZEN MÜSSEN

Weiter, wenn: ein Begeisterungs-Nutzen klar ist, der über bloße Basisanforderungen hinausgeht.

6 · Demand Testing

VALUE PROPOSITION

Ziel: Echte Nachfrage von höflichem Interesse trennen, bevor du baust.

Werkzeug: Minimum-Commitment plus Demand Test Benchmarks (Excel-Tab 6). Vom Problemgespräch über Landing Page und Typeform mit Zahlung bis zum bezahlten Pilot.

STARTUP-LINSE

Landing Page, Typeform mit Zahlung, bezahlter Pilot mit dem ICP.

KMU-LINSE

Pilot mit Bestandskunden, Concierge-Test, zugesagtes Budget statt nur Innovationsbegeisterung.

ARBEITSFLÄCHE

RISKANTESTE ANNAHME

GEWÄHLTER TEST

COMMITMENT-SIGNAL, DAS ZÄHLT (GELD, TERMIN, RESERVIERTER SLOT)

ERFOLGSKRITERIUM

ERGEBNIS: INTEREST ODER DEMAND?

Weiter, wenn: jemand etwas einsetzt, das er nicht leicht zurücknehmen kann.

7 · Build with AI

BUILD & LEARN

Ziel: Nur so viel bauen, wie nötig, um die nächste Annahme zu testen. KI beschleunigt Ebene-1-Artefakte.

Werkzeug: 72-Stunden-Regel. Artefakt raus, echtes Verhaltenssignal rein, innerhalb von 72 Stunden.

STARTUP-LINSE

Schlankes Produkt, gerade genug zum Lernen.
Nicht in die falsche Richtung verbauen.

KMU-LINSE

Prototyp im bestehenden Stack, kein
Parallelprodukt. Erst testen, dann integrieren.

ARBEITSFLÄCHE

ANNAHME, DIE DAS ARTEFAKT TESTET

ARTEFAKT (WAS GENAU BAUST DU)

SIGNAL, DAS ICH MESSE

DEADLINE (DATUM PLUS 72 STUNDEN)

ERGEBNIS

Weiter, wenn: das Gebaute eine konkrete Annahme beantwortet hat, nicht nur fertig aussieht.

8 · Continuous Experiments

BUILD & LEARN

Ziel: Den Loop laufend drehen. Aus einem einmaligen MVP wird dauerhaftes Messen: Annahme, Experiment, Signal, Entscheidung.

Werkzeug: Experiment Log (Excel-Tab 8) plus No-Filter vor jedem Ja. Wöchentlich priorisieren, Wartezeit gegen falsche Dringlichkeit.

STARTUP-LINSE

MVP-Iteration, schnelle Lernzyklen. Echtes Signal von Lärm trennen, nicht ständig pivoten.

KMU-LINSE

A/B-Tests, Pilot-Wellen, kontrollierte Rollouts mit Bestandskunden.

ARBEITSFLÄCHE

ANNAHME (RISKANTESTE)

EXPERIMENT

ERWARTETES SIGNAL

ERGEBNIS (ECHTES VERHALTEN)

ENTSCHEIDUNG: WEITER / PIVOT / STOP

NO-FILTER: NÄHER ZUM FIT? OHNE TEAM-ZERSPLITTERUNG? IN 6 MONATEN NOCH DA?

Weiter, wenn: Nachfrage sich wiederholt, Kunden zurückkehren und ungefragt weiterempfehlen.
Dann: Expand to Next Market.

ZUR MVP-FRAGE

In der alten Logik war MVP eine einmalige Station am Ende. Im Human-Signal-Flywheel wird daraus der Quadrant Build & Learn: erst Build with AI, dann Continuous Experiments. „MVP“ ist Startup-Sprache, „Experimente“ laufen genauso im KMU als Pilot, Concierge-Test oder A/B mit Bestandskunden. Genau diese Umbenennung bringt KMU und Startups unter einen Hut.

Human Signal · Boris Manhart · humansignal.co