

Science2Startup

# Austausch mit der Zielgruppe

Problem- & Lösungsinterviews

# Vorab

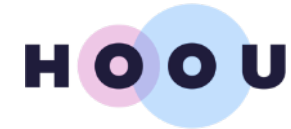
Dieser Lerninhalt wurde im Rahmen des Projekts „Science2Startup“ für die Hamburg Open Online University erstellt. Er steht, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 International



[CC BY 4.0 Deed | Attribution 4.0 International | Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

D.h. er darf unter Einhaltung der Lizenzbedingung weiterverwendet und angepasst werden. Die verwendeten Fotos sind folgenden Bildarchiven entnommen: Pixabay, Pexels und Unsplash. Sie sind auch ohne Bildnachweis frei verwendbar, aber von der CC-Lizenzierung ausgenommen. Eine Bild-Referenzliste ist auf der letzten Dokumentseite zu finden.

Lizenzhinweis:  
CC BY 4.0 GründungsService der HAW Hamburg/Science2Startup



Das Projekt „WISU“ und „Startup Port“ werden im Rahmen der „EXIST-Potentiale“ durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



**Der Kontakt mit der Zielgruppe  
ist das A&O!**

—

# Worum geht's?

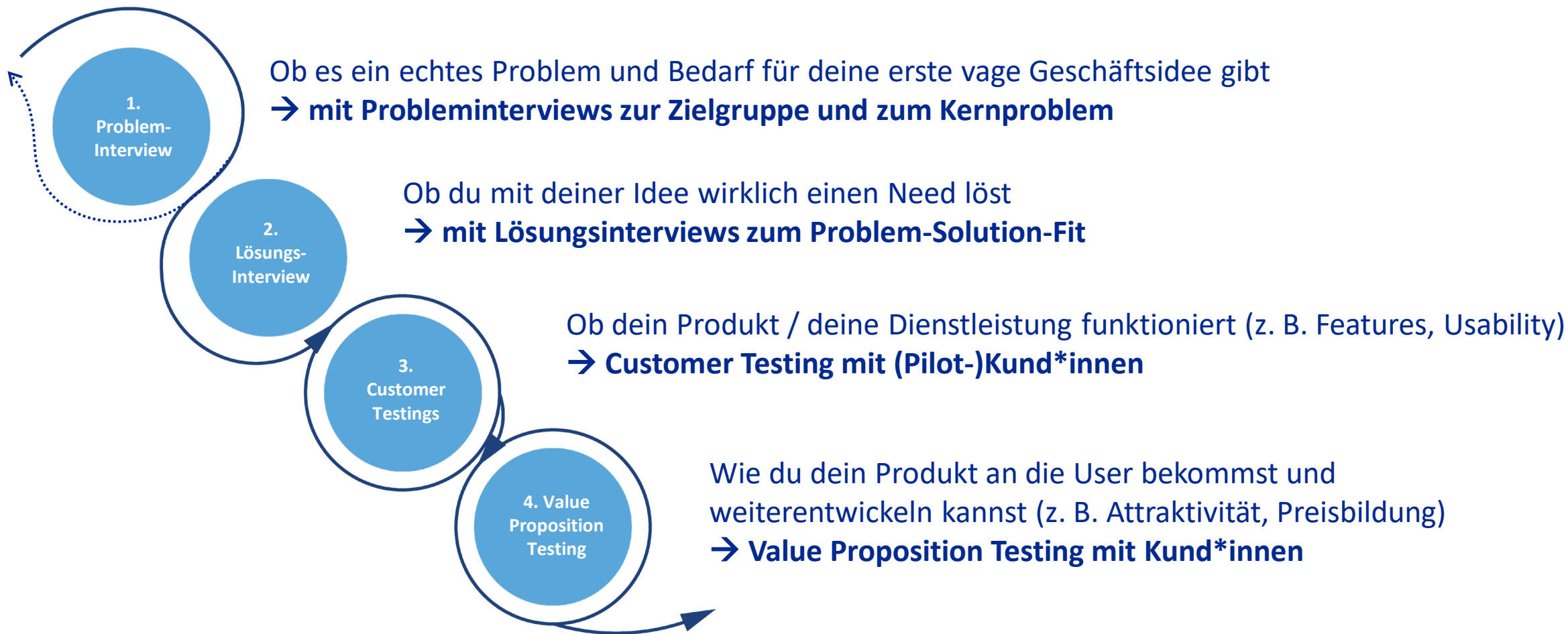
---

Mit diesem Abschnitt erfährst du:

- warum das Feedback der Zielgruppe in verschiedenen Entwicklungsphasen deines Produkts so wichtig ist,
- wann und wofür du es am besten einholst und
- Tipps, wie du deine Zielgruppe am besten befragst.

# Wann und Warum?

Im Kontakt mit der Zielgruppe kannst du zu verschiedenen Zeitpunkten einer Gründung beispielsweise erfahren:



# 1) Das Probleminterview

Liebt eurer Problem, nicht eure Lösung!

# Wichtig!

Ihr habt schon eine Idee, um ein Kund\*innenproblem zu lösen? Nun müsst ihr prüfen, **ob dieses Problem wirklich existiert.**

**Verlasst euch nicht auf euer Bauchgefühl** – ihr seid kein durchschnittliche\*r Kund\*in! Probleminterviews helfen objektiv einzuschätzen, ob eure Idee auch wirklich gebraucht wird und einen Mehrwert bieten könnte.

**Ziel:**    1) Verstehen und Validieren der Kund\*innenprobleme und Bedürfnisse  
              2) Herausfinden, ob der Markt groß und die Alternativen nicht gut sind

**Achtung:**

**STARTUPS SCHEITERN DARAN, DASS SIE EIN PROBLEM LÖSEN WOLLEN, DAS ES NICHT GIBT!**

# 10 konkrete Tipps



# 1. Mindset: „Fail fast, fail often!“

---

Dieses gängige Gründer\*innen-Motto hilft deine Idee wirklich tragfähig zu entwickeln. Das Mindset „Scheitere lieber früh mit deiner Idee, lerne schnell, passe an und spare kostbare Zeit und Geld“ macht dich kritikfähig und hilft Bestätigungsfehler zu minimieren.



## 2. Vorbereitung ist der Schlüssel

---

Lege dir Fragen zurecht, die im Rahmen deiner Idee wichtig erscheinen, z. B. nach Bedürfnissen, Herausforderungen, Vorlieben, Assoziationen, Erfahrungen, Erwartungen, Befürchtungen, Hindernissen usw.



# 3. Persönlich befragen

---

Führe das Gespräch mit kurzen, offenen Fragen.  
Höre mehr zu, als du sprichst – Ziel ist ein 80/20-Verhältnis.

"Warum-Fragen" helfen dir, tiefer zu graben und emotionale Geschichten zu entdecken.  
Beobachte die Körpersprache genau.



# 4. Vier-Augen-Prinzip

---

Für eine objektive Interpretation, solltet ihr zu zweit in die Gespräche gehen. Eine Person stellt Fragen und eine andere schreibt mit.



# 5. Vielfältige Perspektiven einholen

---

Befrage Personen innerhalb und außerhalb deiner angenommenen Zielgruppe, um ein genaues Bild deiner potentiellen Kund\*innen zu gewinnen.



# 6. Rahmen setzen und Story erzählen

---

Damit die Befragten gut verstehen, um was es geht, beginne mit einer lebensnahen Geschichte, die das angenommene Problem thematisiert.

Beachte dabei, dass du durch die Geschichte nicht schon die Befragten beeinflusst.



## 7. Echte Situationen aus dem Leben abfragen

---

Menschen können sehr schlecht über ihr zukünftiges Verhalten spekulieren. Fragt nach echten Szenarien, z. B. was sie tun, was sie getan haben, was sie kaufen, was sie lesen, ob und wie häufig sie das Problem haben.

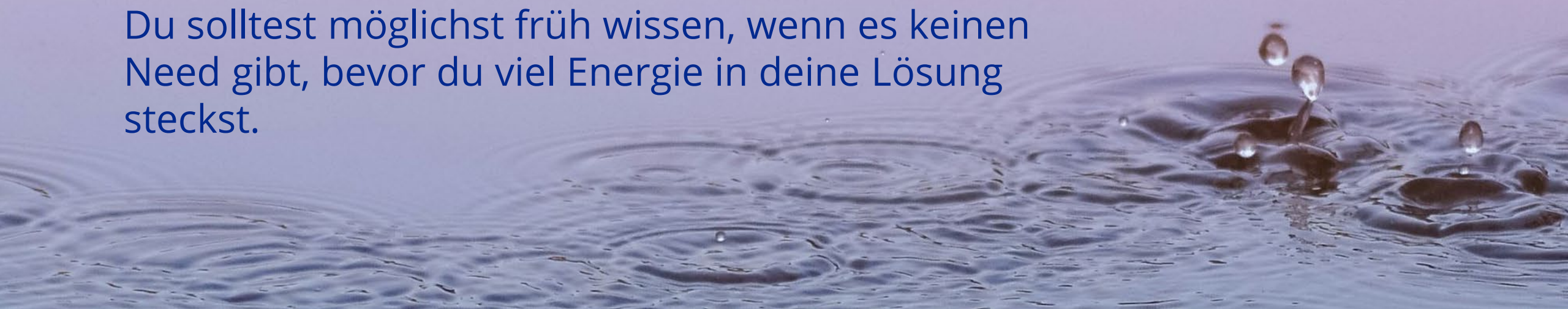
Sei sparsam und vorsichtig mit hypothetischen, wünschenswerten oder zukünftigen Situationen.

# 8. Suggestivfragen & Verkaufsgespräche sind tabu

---

Beeinflussungen fallen dir später auf die Füße! Es lohnt sich nicht, dir krampfhaft bestätigen zu lassen, was du hören willst.

Du solltest möglichst früh wissen, wenn es keinen Need gibt, bevor du viel Energie in deine Lösung steckst.







## 9. Netzwerk aufbauen

---

Gewinnt die Befragten für zukünftige Interviews oder als Pilotkund\*innen. Vielleicht könnten sie sogar in ihrem Netzwerk weitere Interessierte finden.

# 10. Gut dokumentieren

---

Protokolliert einzelne Interviews objektiv und mit Kernzitaten. Was hat euch überrascht? Wo gab es Spannungen? Vermeidet auch hier den Confirmation Bias (ihr wollt ja wirklich herausfinden, ob sich die Mühe lohnt).



# Beispiel „TrAIner“

---

In unserem fiktiven Beispiel, im Rahmen der **Design Thinking Challenge** aus dem Modul „Create“, wollen wir einen persönlichen **KI-basierten Trainingspartner** für die Vorbereitung auf herausfordernde Gespräche entwickeln. Mit einem Probleminterview in einer breiteren Stichprobe wollen wir nun herausfinden, **ob es wirklich einen Bedarf bzw. Need gibt, sich im Rollenspiel auf Gespräche vorzubereiten.**

# Probleminterview „stressige Gespräche“

---

## Beispielfragen

**Demografie sammeln:** Alter, Geschlecht, Beruf, Entscheidungsfindung, Online- und Offline-Aktivitäten

**Rahmen setzen:** Geschichte einer stressigen Situation nutzen, um den Kontext erlebbarer zu machen (z. B. Bewerbungsgespräch).

### **Problem-Ranking z.B.:**

- Was sind die größten Herausforderungen, denen Sie sich bei der Vorbereitung auf wichtige Gespräche gegenübersehen?
- Wie bewerten Sie diese Probleme auf einer Skala von 1 bis 10 in Bezug auf ihre Auswirkung auf Ihre Gesprächseffektivität?
- Welche anderen Probleme oder Schwierigkeiten sind uns möglicherweise entgangen?

### **Alternativen und aktuelle Lösungen erkunden z.B.:**

- Wie bereiten Sie sich derzeit auf wichtige Gespräche vor?
- Gibt es spezifische Tools oder Methoden, die Sie nutzen, und wie zufrieden sind Sie mit diesen?
- Was würde Sie dazu bewegen, zu einer neuen Lösung, wie einem KI-Trainer, zu wechseln?

### **Kundenbedürfnisse und -wünsche z.B.:**

- Welche Features oder Funktionen würden Sie sich von einer idealen KI-basierten Gesprächsvorbereitungslösung wünschen?
- Wie wichtig sind Aspekte wie Benutzerfreundlichkeit, Anpassungsfähigkeit und Datenschutz für Sie?

# Das Ergebnis des Probleminterviews

---

**Befragungsende:** Ihr habt genügend Interviews geführt, wenn die Zielgruppe klar definiert ist, ein Kernproblem gefunden wurde sowie die existierenden Alternativen bekannt sind.

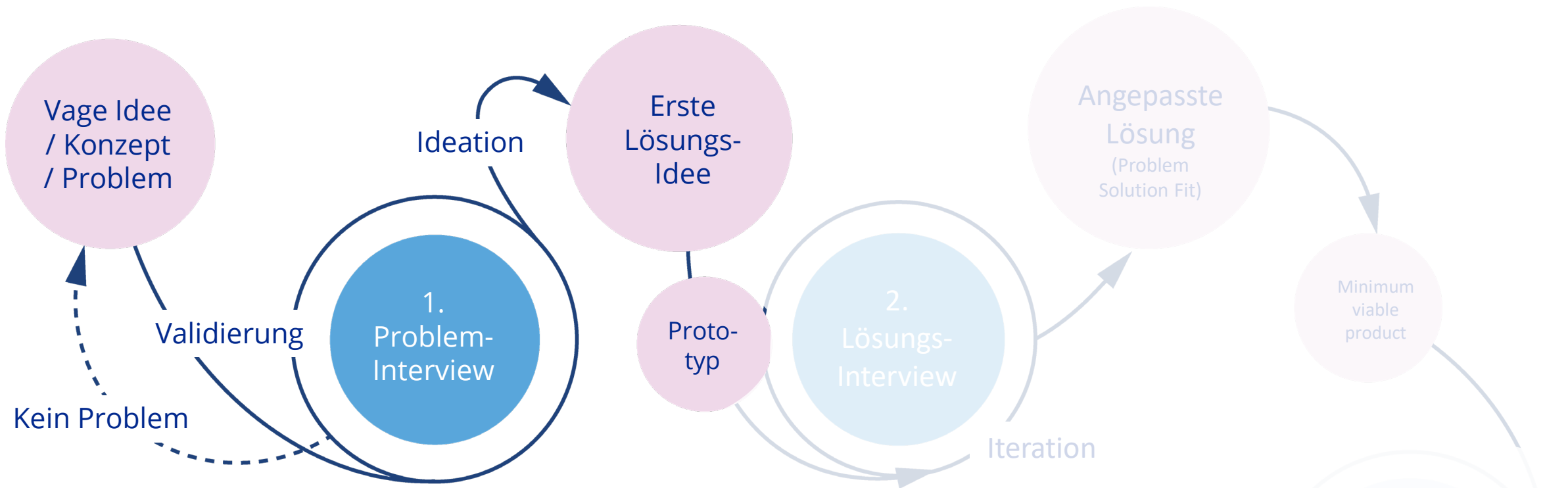
## Am fiktiven Beispiel: „KI-basierte Trainingssituation“:

**Zielgruppe:** v. a. introvertierte Personen und solche mit geringem Selbstbewusstsein (große Zielgruppe)

**Kernproblem:** müssen in sehr realistischer Umgebung üben, um auch in der stressigen Gesprächssituation (wie in einem Bewerbungsgespräch) zu überzeugen (Need)

**Existierende Alternativen:** Beste Lösungen sind derzeit Rollenspiele mit sehr teuren Coaches. (Alternative nicht niedrigschwellig genug)

**Validierung:** Umsetzung scheint hier sinnvoll. Basierend auf den gesammelten Erkenntnissen könnte sich noch einmal eine Ideationsphase anschließen, um die Lösung auf die Zielgruppe und das Kernproblem zuzuschneiden. Daraufhin wird ein erster Prototyp entwickelt.

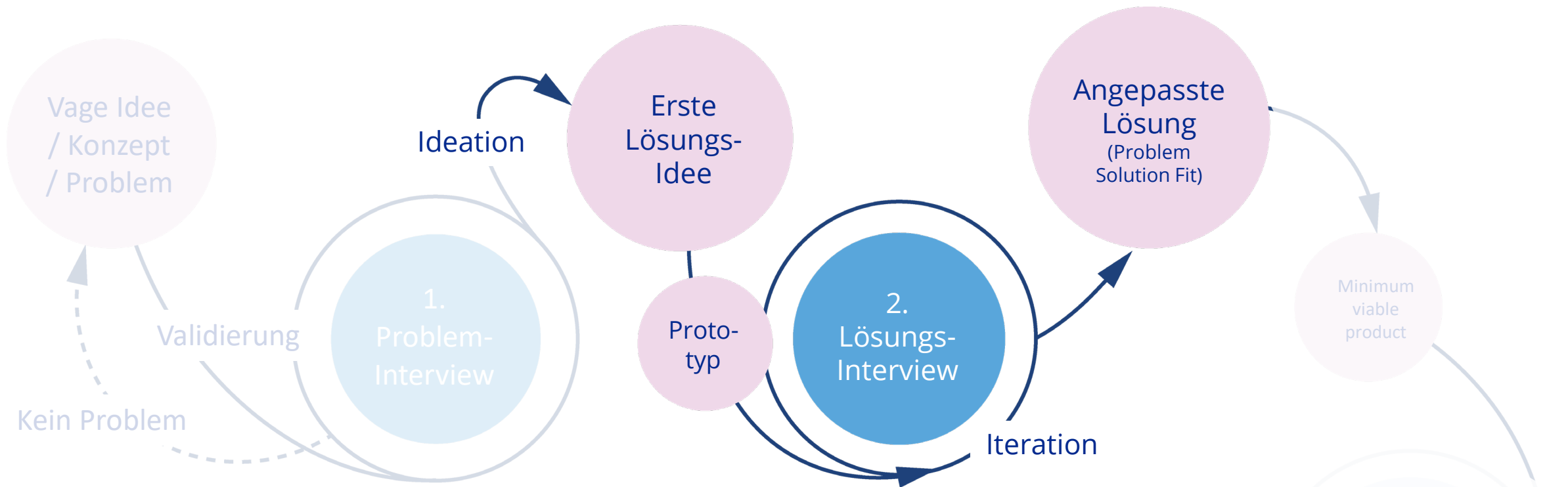


## Validierung des Problems:

- Wird durch die Befragung das Problem bestätigt und fehlen geeignete Alternativen, geht es für eure Idee weiter in der Entwicklung. Das lohnt sich! Schließt mit den vertieften Erkenntnissen eine Ideationphase an und entwickelt einen Prototypen.
- Wenn existierende Lösungen perfekt wären oder gar das Problem in der breiten Befragung nicht häufig genug existiert, besteht kein Need für ein solches Produkt. Glück gehabt, ihr habt viel Zeit gespart! Bleibt aber dennoch am Ball und startet wieder z. B. mit einer Problemfeldanalyse

# Das Lösungsinterview

---



## Der „Problem-Solution-Fit“

- Nach der Ideationphase solltet ihr testen, **ob eure angedachte Lösung das Problem auch wirklich löst.**
- Dazu braucht ihr eine Demo / **einen Prototypen**. Diese macht das Produkt optisch anschaulich, hat aber noch keine Funktion. Das heißt, ihr müsst die Lösung nicht schon gebaut haben.
- Dann sprecht dazu die Early Adopter euer ersten Befragung an und **erweitert die Stichprobe** mit anderen Freiwilligen eurer vordefinierten Zielgruppe.
- **Ziel: Akzeptanz und Validierung der Effektivität** eurer vorgeschlagenen Lösung und **Learnings** für ein an die Zielgruppe angepasstes Produkt



# 5 konkrete Tipps

# 1. Effiziente Demos

---

Stelle sicher, dass dein Prototyp verständlich ist. Er muss die Lösung vorstellbar / greifbar machen mit z. B. Klickdummies, Erklärvideos, Präsentationen, 3D-Modellen, Zeichnungen sowie Beschreibungen.

Beginne am besten mit einfachen visuellen Prototypen und steigere später erst die Detailtiefe.

## 2. Klare Zielsetzung

---

Definiere vorher das Hauptziel der Lösungsinterviews:

Willst du allgemeines Feedback zur Lösung einholen und schon spezifische Features validieren?



# 3. Fragen strukturieren

---

Entwickle einen passgenauen Fragenkatalog, der auf das zuvor gesetzte Ziel einzahlt.

Kombiniere quantitative Umfragen mit qualitativen Interviews, um ein umfassendes Bild der Meinungen zu erhalten.



## **4. Aktives Zuhören**

---

Höre den Teilnehmenden genau zu und stelle klärende Nachfragen, um tiefere Einblicke zu erhalten.



# 5. Dokumentation

---

Dokumentiere alle Rückmeldungen sorgfältig. Nutze Audio-/Videoaufzeichnungen oder detaillierte Notizen.

Erkundige dich, ob die Interviewteilnehmer\*innen bereit wären, an zukünftigen Tests oder Gesprächen teilzunehmen.



# Mögliche Vorgehensweise

---

- 1) Szenarien und spezifische Erfolgskriterien im Vorfeld definieren
- 2) Lösung anhand des Prototypen vorstellen und wie sie das Problem genau lösen soll
- 3) Demografie und Einstellung zum Problem erheben
- 4) Passgenauer Fragenkatalog zum Prototypen

Mögliche (generische) Beispielfragen:

- Würden Sie unsere Lösung gerne einmal im Alltag ausprobieren?
- Welche spezifischen Funktionen oder Aspekte unserer Lösung finden Sie am nützlichsten?
- Wie würden Sie unsere Lösung im Vergleich zu anderen ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen bewerten?
- Haben Sie Vorschläge zur Verbesserung bestimmter Funktionen oder zur Benutzerfreundlichkeit unserer Lösung?
- Können Sie Beispiele für Situationen oder Aufgaben teilen, bei denen unsere Lösung besonders hilfreich wäre?
- Wie empfinden Sie das Design / die Benutzeroberfläche unserer Lösung?
- Gibt es zusätzliche Funktionen oder Integrationen, die Sie sich für unsere Lösung wünschen würden?
- Haben Sie negative Erfahrungen oder Bedenken hinsichtlich unserer Lösung? Wenn ja, könnten Sie diese näher erläutern?

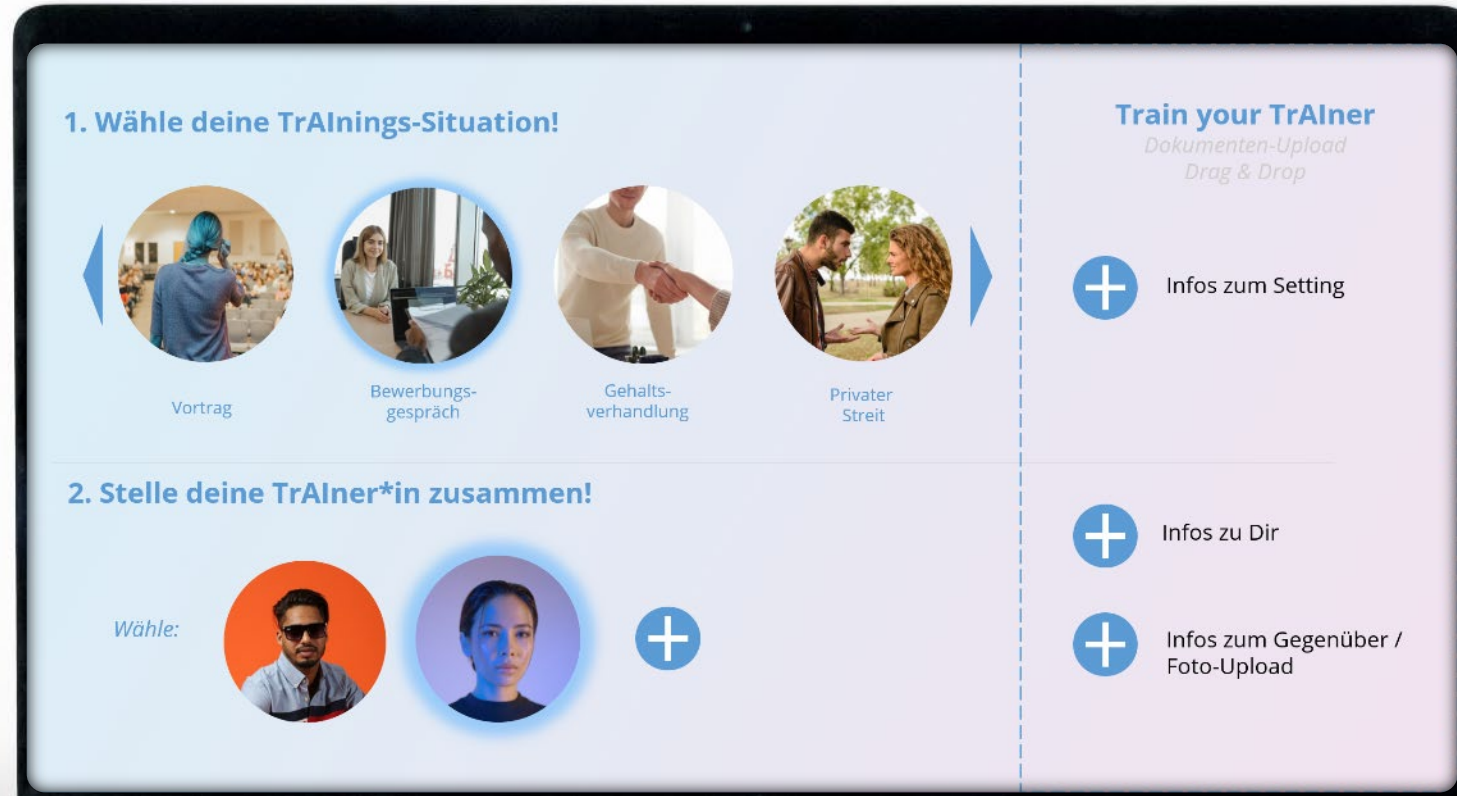
# Beispiel „TrAIner“

---

Für unsere KI-basierte Trainingspartner\*in haben wir einen Prototypen visualisiert. Die **grafische Darstellung unseres User Interfaces** deutet die zukünftige Funktionalität an. Somit ist unsere Lösung schon bereit für einen **Testlauf unter potentiellen Kund\*innen** ....



# TrAIner-Prototyp: GUI Visualisierung



# Fiktive Fragen rund um den TrAIner

---

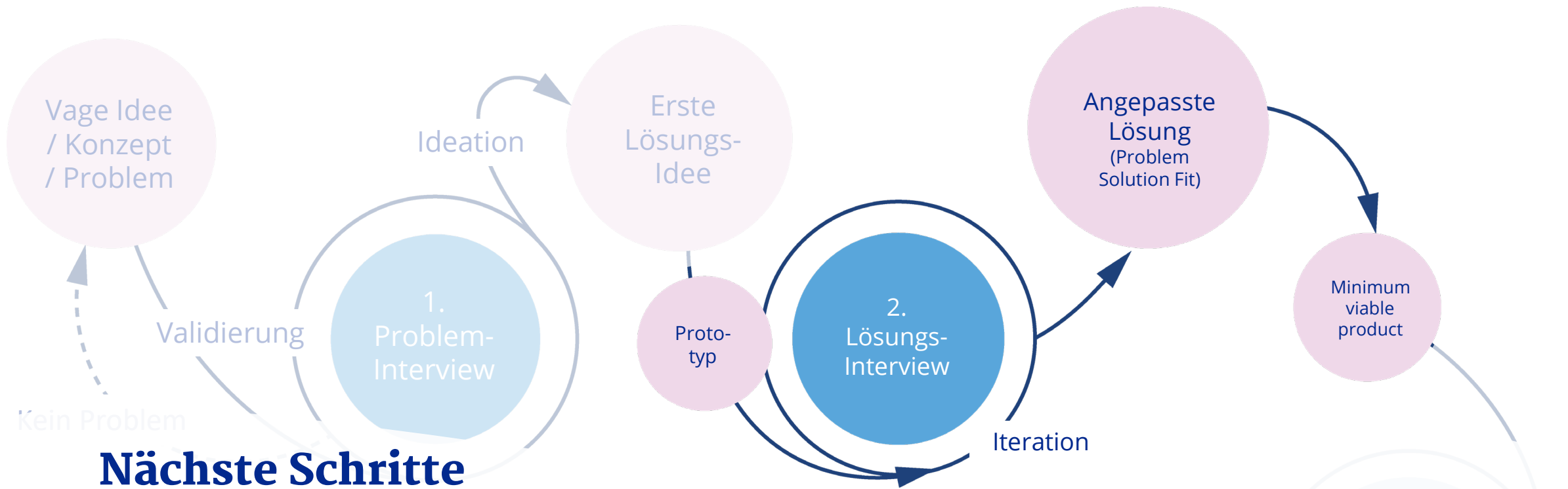
**„Angenommen, der TrAIner könnte genau die gezeigte Funktionalität bieten“:**

## **Fragen zur potentiellen Nutzung:**

- 1) Wie wertvoll wäre ein solches Tool für Ihre Vorbereitung auf wichtige Gespräche?
- 2) Was wären die Gespräche, auf die Sie sich gerne einmal mit dem Trainer vorbereiten würden?
- 3) Was sind Ihre größten Herausforderungen bei der Vorbereitung auf schwierige Gespräche und wie könnte der TrAIner diese adressieren?
- 4) Könnten Sie sich vorstellen, ein solches Tool regelmäßig zu nutzen?
- 5) Wie überzeugend fänden Sie statistische Zahlen zum Nutzen für Anwendende?

## **Fragen zu den Features und Bedarfen:**

- 1) Welche Funktionen oder Merkmale halten Sie für am nützlichsten und warum?
- 2) Welche Arten von Dokumenten würden Sie gerne hochladen können, um die KI bestmöglich auf ein Gespräch vorzubereiten?
- 3) Wie wichtig ist für Sie die Fähigkeit, den Avatar an spezifische Merkmale Ihres realen Gesprächspartners anpassen zu können?
- 4) Wären zusätzliche Unterstützungsressourcen, wie Tipps oder Best Practices innerhalb des Tools, für Sie von Nutzen?
- 5) Welche Bedenken oder Zweifel haben Sie in Bezug auf die Nützlichkeit eines KI-gesteuerten Gesprächstrainings?



## Nächste Schritte

**Validierung:** Am Ende der Interviews wisst ihr idealerweise, ob eure Lösungsidee das adressierte Problem lösen kann und ob sich eine Umsetzung lohnt.

**Iteration:** Mit den gewonnenen Informationen, könnt ihr euer Produkt / eure Dienstleistung weiter an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen und in die nächste Entwicklungsstufe gehen:

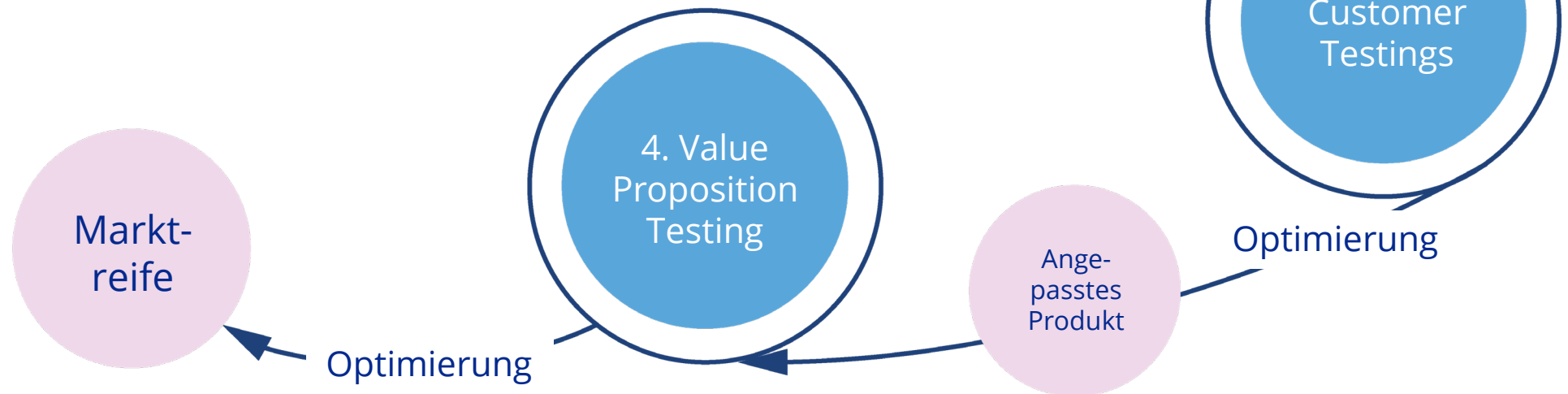
In unserem fiktiven Beispiel wäre das ein „Minimum viable Produkt“, also eine KI-Anwendung, die mit einer Gesprächssituation trainiert wird (z. B. Bewerbungsgespräch) und ein Training seitens der Anwender\*innen durch Upload ermöglicht (aber noch ohne Avatare usw.)

# Ausblick auf nächste Schritte

---

# Es geht „lean“ weiter

- **Baut nach den Erkenntnissen eurer Befragungen ein Produkt mit der wichtigsten Funktion**  
(z. B. Minimum viable product, eine Alpha-Version o. ä.)
- **Weiter geht's mit Customer Testings**  
(z. B. Benutzerinterviews, Fokusgruppen, Usability-Tests, Sammeln von Feedback)
  - Mit Pilot-/Test-Kund\*innen
  - Um sicherzustellen, dass das Produkt für die Zielgruppe in der Form sinnvoll und nutzbar ist
  - Optimiere: Passe das Produkt / die Dienstleistung entsprechend an
  - Wiederholt das Testing mit neuen Entwicklungsstufen
- **Value Proposition Testing** (z. B. A/B-Tests, Kundenbefragungen oder Interviews )
  - Wenn ihr einen marktreifes Produkt habt,
  - testet, ob das Nutzenversprechen eures Produkts für den Kund\*in klar und attraktiv ist!



# Es geht „lean“ weiter

---

- **Nutze Befragungen zur Preisgestaltung:**
  - Frage nach der Zahlungsbereitschaft – variiere und optimiere!
  - Nimm konkrete und variierende Angebote als Diskussionsgrundlage (mit Produktbeschreibung, Nutzenversprechen und Preismodell)
  - ***In unserem fiktiven Beispiel:** Teste verschiedene Formulierungen des Nutzenversprechens und die Akzeptanz für verschiedene Preishöhen und Preismodelle, z. B. "Verwandle Nervosität in Souveränität: Dein Trainer begleitet dich durch jede Herausforderung – flexibel für 20 € pro Sitzung" oder „Zum Rhetorikprofi mit unbegrenztem Training für 10 € pro Monat“ usw.*
- Gehe für **neue Features und Usability immer wieder an deine Zielgruppe** heran. Nutze dazu auch schnelle kostenlose (z.B. in der Freemium-Version) und DSGVO-konforme Befragungstools.

# Credits

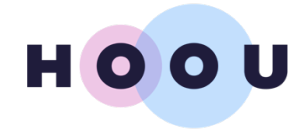
Erstellt im Rahmen des Projekts „Science2Startup“ für die Hamburg Open Online University

CC BY 4.0 GründungsService der HAW Hamburg/Science2Startup



## Projektteam Science2Startup

Dr. Bianca Kauff (Projektleitung, Autorin, Grafik)  
Lars Kalusky (Projektleitung, Autor)  
Laura Schoppe (Autorin, Video)  
Mohammed Farshad Golzari (Video)  
Ronja Fischer (Grafik)



Das Projekt „WISU“ und „Startup Port“ werden im Rahmen der „EXIST-Potentiale“ durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Stand: 01/2024

# Bildnachweise

**Slide 1:** Foto von Anna Shvets: <https://www.pexels.com/de-de/foto/natur-erde-model-beschadigung-5217883/>

**Slide 9:** Foto von [Melani Sosa](#) auf [Unsplash](#)

**Slide 10:** Foto von [Muhammad Zaqy Al Fattah](#) auf [Unsplash](#)

**Slide 11:** Foto von Pixabay: <https://www.pexels.com/de-de/foto/flachfokus-fotografie-des-schwarzen-mikrofons-164960/>

**Slide 12:** Photo by Jeffry Surianto: <https://www.pexels.com/photo/pair-of-green-frogs-sitting-on-tree-branch-11575310/>

**Slide 13:** Foto von [Brooke Lark](#) auf [Unsplash](#)

**Slide 14:** Foto von Her Roselyn: <https://www.pexels.com/de-de/foto/mauer-rosa-dekoration-drinnen-8296940/>

**Slide 15:** Foto von [Soulful Stock](#) auf [Unsplash](#)

**Slide 16:** Foto von [Ali Abdul Rahman](#) auf [Unsplash](#)

**Slide 17:** Foto von Anton Atanasov: <https://www.pexels.com/de-de/foto/weisses-spinnennetz-im-wald-wahrend-der-faytime-217877/>

**Slide 18:** Foto von cottonbro studio: <https://www.pexels.com/de-de/foto/person-die-weissen-stift-halt-der-auf-weissem-papier-schreibt-5124900/>

**Slide 26:** Foto von Mo Eid: <https://www.pexels.com/de-de/foto/licht-dammerung-landschaft-sonnenuntergang-9002742/>

**Slide 27:** Foto von Ricardo Arce auf [Unsplash](#)

**Slide 28:** Foto von Towfiq barbhuiya auf [Unsplash](#)

**Slide 29:** Foto von Anna Shvets: <https://www.pexels.com/de-de/foto/tier-haustier-niedlich-ostern-4588056/>

**Slide 30:** Foto von DS stories: <https://www.pexels.com/de-de/foto/hand-vintage-festhalten-kassettenspieler-9227554/>

**Slide 33:** Foto von Jessy Smith auf [Unsplash](#)