

Cheatsheet 01 - Warum Produkte scheitern

Business Basics

Scheiterraten: Mythos vs. Daten

Behauptung	Belastbar?
„90 % aller Produkte scheitern“	Nein – Fachpresse-Folklore der 1980er (argumentum ad populum)
Konsumgüter, nach 1 / 2 Jahren	~25 % / ~40 % (Victory et al. 2021)
19 Studien 1945–2004	30–49 % (Castellion & Markham 2013)
„42 % kein Marktbedarf“ (CB Insights)	Schätzung aus selbst gewählter Stichprobe – nicht repräsentativ
Faustregel	ein Drittel bis knapp die Hälfte – nicht neun von zehn

Failure-Taxonomie nach Eisenmann (2021)

Phase	Muster	Kern
Früh	Bad Bedfellows	Team / Partner / Investoren
Früh	False Start	bauen vor Bedarfsprüfung
Früh	False Positive	früher Zufallserfolg täuscht
Spät	Speed Trap	zu schnell skaliert
Spät	Help Wanted	Ressourcen / Talente fehlen
Spät	Cascading Miracles	zu viel muss gleichzeitig klappen

Betrug (z. B. Theranos) fällt aus der lernbaren Taxonomie heraus – idiosynkratisch, nicht strukturell.

Denkweise: NPDP vs. Customer Development

New Product Development	Customer Development (Blank)
Plan → bauen → ausliefern	Annahmen früh am Kunden testen
„Wir wissen, was Kunden wollen“	Discovery → Validation → ...
Kundenkontakt am Ende	Kundenkontakt von Anfang an

MVP & Pivot

Begriff	Bedeutung	Beispiel
MVP	kleinstes Experiment, das eine Annahme prüft	Dropbox-Erklärvideo (2007)
Build-Measure-Learn	schneller Lernzyklus (Ries)	Bauen → Messen → Lernen
Pivot	bewusster Strategiewechsel Basis von Gelerntem	auf Slack (aus dem Spiel Glitch)

Evidenz: Camuffo et al. (2020, RCT, 116 Startups) – wer Hypothesen streng testet, verwirft schlechte Ideen früher und pivottiert gezielter.

Landkarte der BWL (mini)

- Gründung & Strategie
- Marketing & Vertrieb
- Produktion & Logistik
- Personal & Organisation
- Rechnungswesen & Controlling
- Finanzierung & Investition
- Wirtschaftsinformatik & Daten
- Fundament: VWL & Methoden

Alle 20 Pflichtmodule (Sem. 1–4) – Brücken aus S1: BA-EBF (parallel) · BA-UFÜ (Sem. 2); ab Sem. 5: 1 von 8 Schwerpunkten:

Sem.	Pflichtmodule
1	BA-SBB (ihr seid hier; ersetzt BA-EDT), BA-EBF, BA-GRWINF, 22-1.EVWL, BA-MATHE I
2	BA-GRUR, BA-REPR, BA-UFÜ, 22-1.MikroBWL, BA-MATHE II
3	BA-BILANZ, BA-WIPRE, BA-EWF, 22-1.MakroBWL, BA-STAT I
4	BA-MARKET, BA-INFIN, BA-PUL, BA-GOR, BA-STAT II

Merksatz: Erst testen, dann bauen – viele „Produktprobleme“ sind ungetestete Annahmen.