

In die digitale Gründerwerkstatt geschaut:

Verzahnung von Promotionsdurchführung und Entwicklung von Softwareprodukten

Von der Promotion zum eigenen Software-Produkt – wie die Grundgedanken des Lean-Startup und der menschenzentrierten Gestaltung einem Gründerteam mehr als sechs Monate Vorsprung sichern. Anlässlich des World-Usability-Days 2014 an der TU Dresden am 13. November 2014 haben die Autoren in ihrem gleichnamigen Vortrag erklärt, wie der frühzeitige Einsatz iterativer Verfahren die Ausrichtung von Promotion und beruflicher Karriere in Form einer Unternehmensgründung begünstigen kann.

dresden | exists

WISSEN. GRÜNDEN. UNTERNEHMEN.

Schlagworte wie Lean Startup, iterative Prozesse, human-centered Design oder agil prägen heute die Produktentwicklung ebenso wie die digitale Gründerszene. Diese Prinzipien finden von Jahr zu Jahr eine stärkere Durchdringung in unserer modernen Arbeitswelt – und das inzwischen auch außerhalb des IT-Bereiches.

Die Anwendung dieser Prinzipien kann schon während der Promotionszeit einen sehr schnellen und risikoarmen Weg zu einem auf Forschungsergebnissen beruhenden Produkt bieten. Häufig verfolgen GründerInnen während der Promotionszeit ausschließlich wissenschaftliche Ziele. Sobald der größte Berg der wissenschaftlichen Arbeit abgetragen ist, wird der nächste Schritt der Erwerbskarriere in Angriff genommen. Mit dem Fokus auf Gründungen wird über Produktideen und eine mögliche Unternehmensgründung auf Basis der Promotionsergebnisse nachgedacht. Die Prozesse der Dissertation und der Gründung werden demnach sequenziell angegangen. Es können keine Synergien in Bezug auf die Prozessdauer ausgenutzt werden.

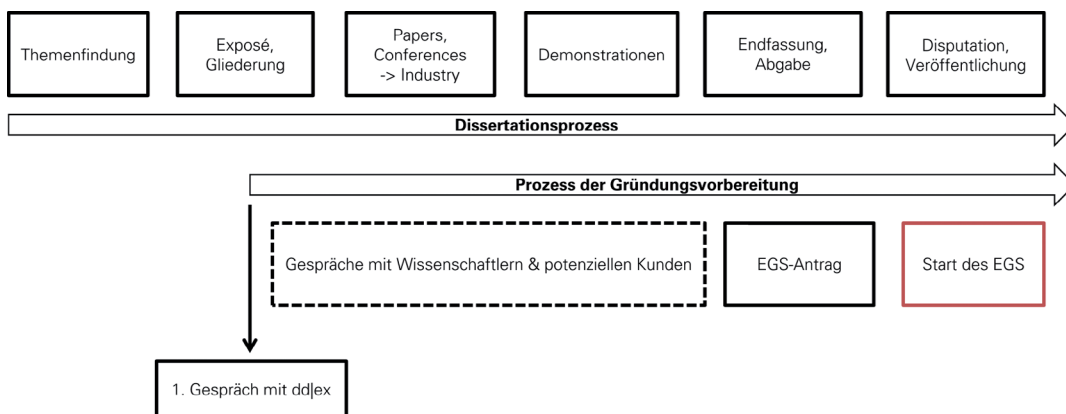
Das Vorgehen von Marius Brade, dem Kopf hinter dem Gründungsprojekt Visual-Sensemaking,

unterschied sich auffällig vom Prozess anderer GründerInnen aus der Wissenschaft. Beispielsweise wurden von Marius Brade während des Dissertationsprozesses diverse Möglichkeiten genutzt, die Idee, die heute hinter Visual-Sensemaking steckt, vorzustellen und Feedback vom Auditorium zu erhalten. Er stellte die Idee in verschiedenen Stadien auf wissenschaftlichen Konferenzen sowie Messen vor und konnte so bereits potentielle Interessenten und Partner identifizieren.

Dabei kamen wissenschaftliche Vorträge, Demonstrationen von Softwareprototypen sowie informelle Gespräche im Umfeld dieser Veranstaltungen zum Einsatz.

Auch das Feedback durch Gutachter bei Einreichung wissenschaftlicher Beiträge auf Konferenzen kann als Feedback zur praktischen Relevanz einer Idee beitragen.

Durch diese Verzahnung des Promotions- und Produktentwicklungsprozesses mittels Feedbackstrukturen und iterativen Prozessen hat das Team Visual-Sensemaking mindestens sechs Monate eher als durchschnittliche Gründer die ersten Meilensteine im Gründungsprozess erreicht. ■



Ein früher Fokus auf Produktentwicklung, gepaart mit agilem Vorgehen während der Abschlussarbeit/Dissertation, hilft dabei, Feedback zur Idee und möglichen Produktvarianten zu erhalten und potentielle Interessenten und Partner zu identifizieren.

Abbildung: Marius Brade, Katrin Kahle

Kontakt

Visual-Sensemaking – ein Gründungsvorhaben der Professur Mediengestaltung

Marius Brade
Fakultät Informatik
Nöthnitzer Straße 46, Zi. 2075
01187 Dresden

m.brade@visual-sensemaking.com
http://visual-sensemaking.com

dresden|exists
Gründungsnetzwerk der TU Dresden

Katrin Kahle
Hülse-Bau, Nordflügel, 2. Etage
Helmholtzstraße 10
01069 Dresden

katrin.kahle@dresden-exists.de
https://dresden-exists.de