

A close-up photograph of a glass mug filled with dark coffee, topped with a thin layer of foam. Wisps of white steam rise from the surface of the coffee. The mug is placed on a dark, textured wooden table. In the background, a blurred white saucer and a silver spoon are visible. The lighting is warm and soft, creating a cozy atmosphere.

Kaffeepause

- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- 5. Co-creation, Agilität und Ökosysteme**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**

Entwicklungsprozess klassischer Automobilhersteller

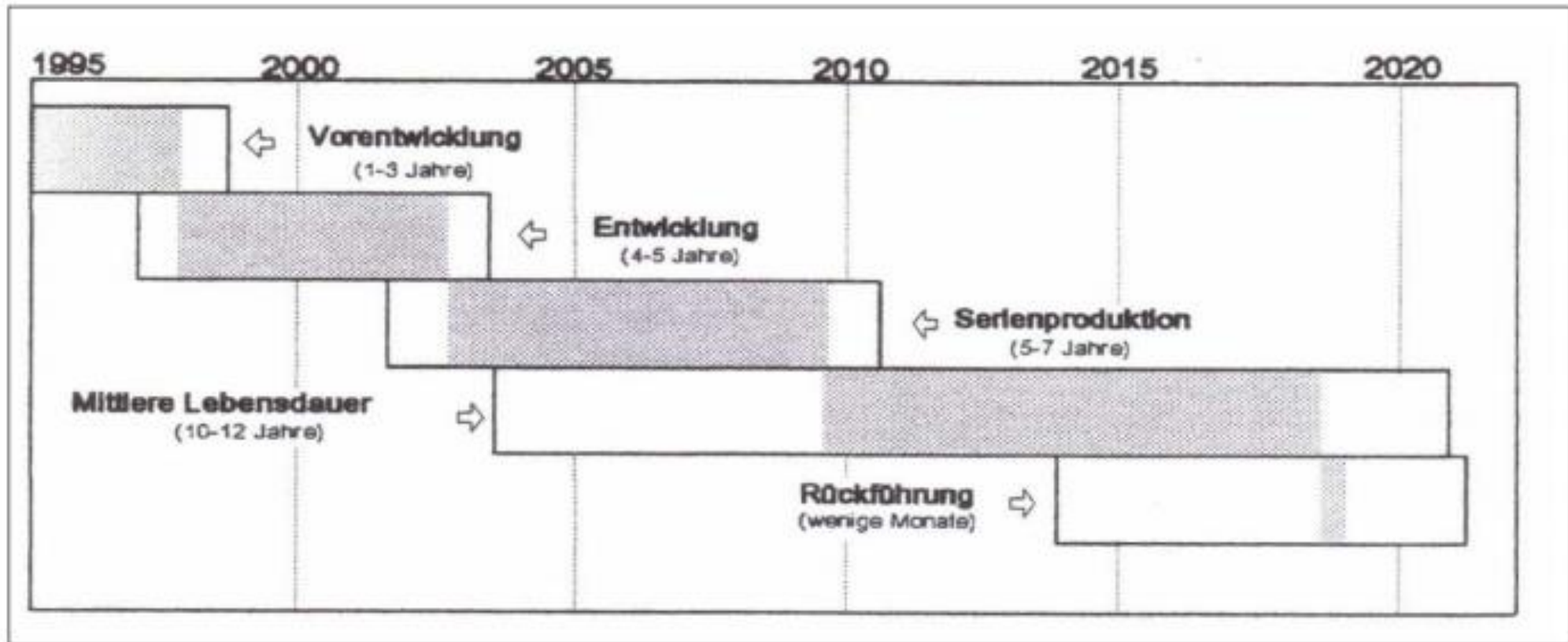


Abbildung 1.1-1: Zukünftiger Lebenszyklus eines PKWs

MINUS FÜNF PROZENT ZUM JAHRESWECHSEL

BMW will Teilepreise bei Zulieferern nachträglich drücken

EXKLUSIV

von Annina Reimann

01. Oktober 2020



Webasto

Autozulieferer macht Kunden zu Ideen-Lieferanten

Der Autokäufer kennt den Lieferanten wichtiger Bauteile seines Wagens nicht, der Zulieferer wiederum hat vom Endkunden keine Ahnung - beiden steht der Autohersteller im Weg. Das soll sich ändern: Die bayerische Firma Webasto sucht den Kontakt zu den Verbrauchern.

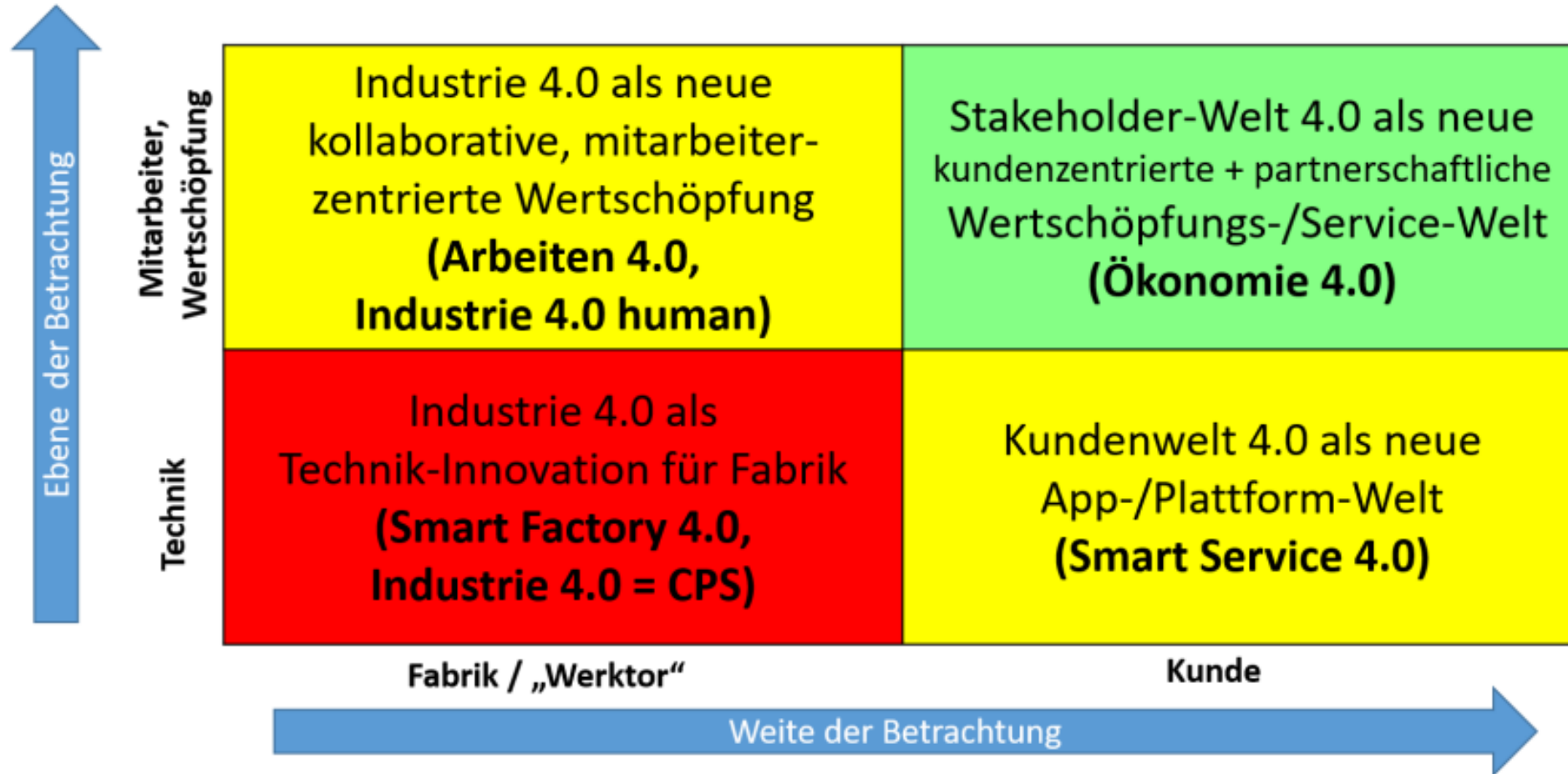
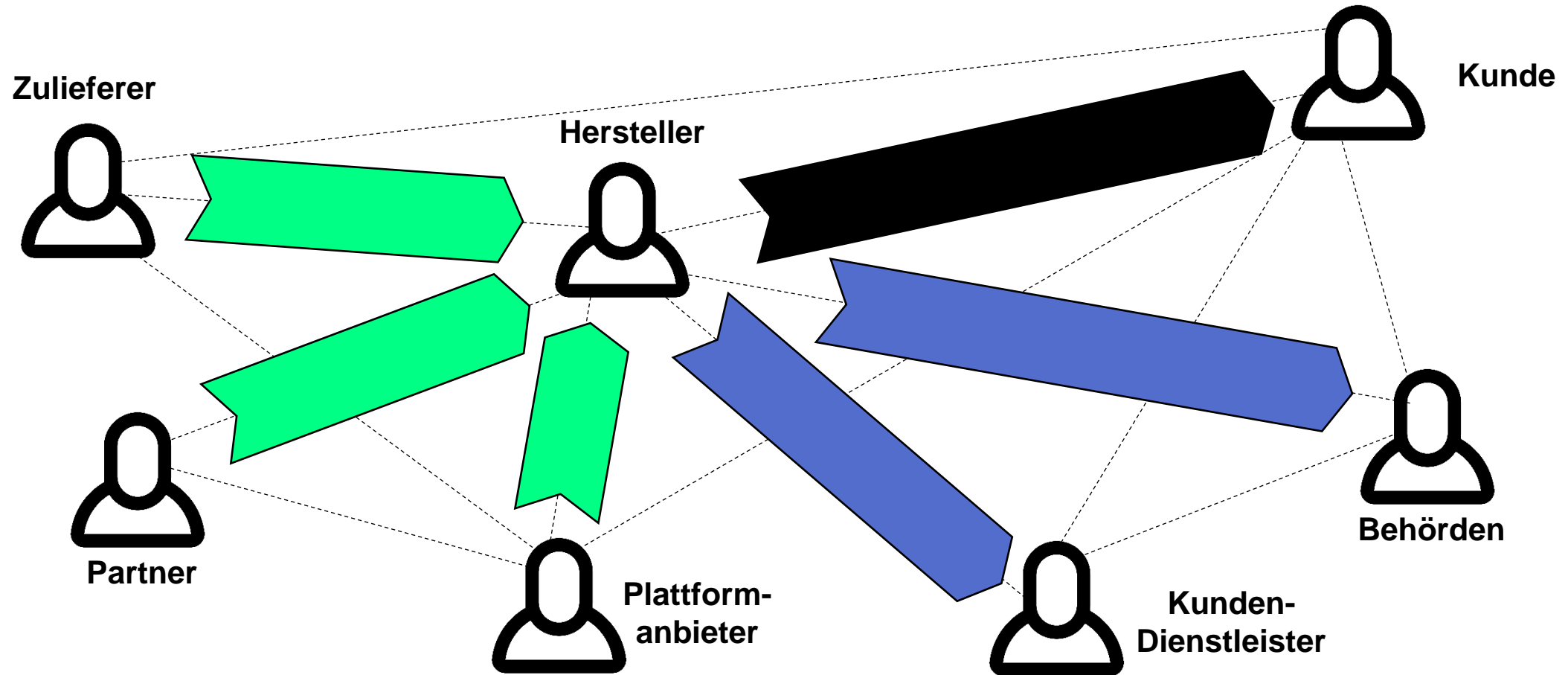
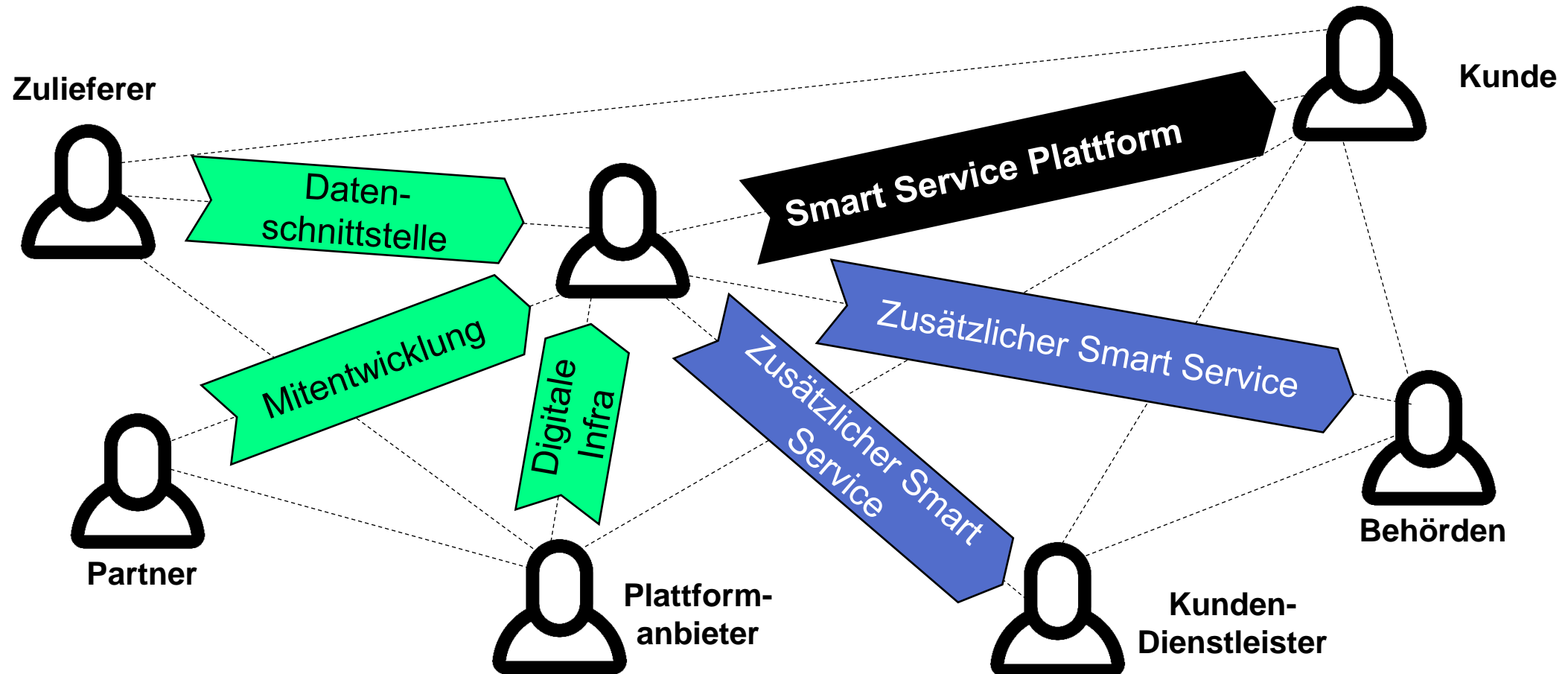


Bild 1: „Syska-Quadrant“, Ausweitung der Industrie 4.0-Perspektive

Ökosystem Wertschöpfungsnetzwerke



Digitales (Mikro-)Ökosystem Wertschöpfungsnetzwerke



Von der Maschine zum Plattformanbieter

Das digitale Ökosystem von Heidelberg erhält den Namen "Heidelberg Plus"

Hauptkategorie: **Industry News** Kategorie: **Analogue Printing** Veröffentlicht: 14. April 2021



Die Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) hebt die Digitalisierung ihrer Kundenbeziehungen mit nützlichen Mehrwertdiensten auf die nächste Stufe. In seinem neuen digitalen Kundenportal "Heidelberg Plus" bündelt das Unternehmen alle Elemente des Heidelberg Ökosystems.



Neue Marktdynamiken -> Agilität

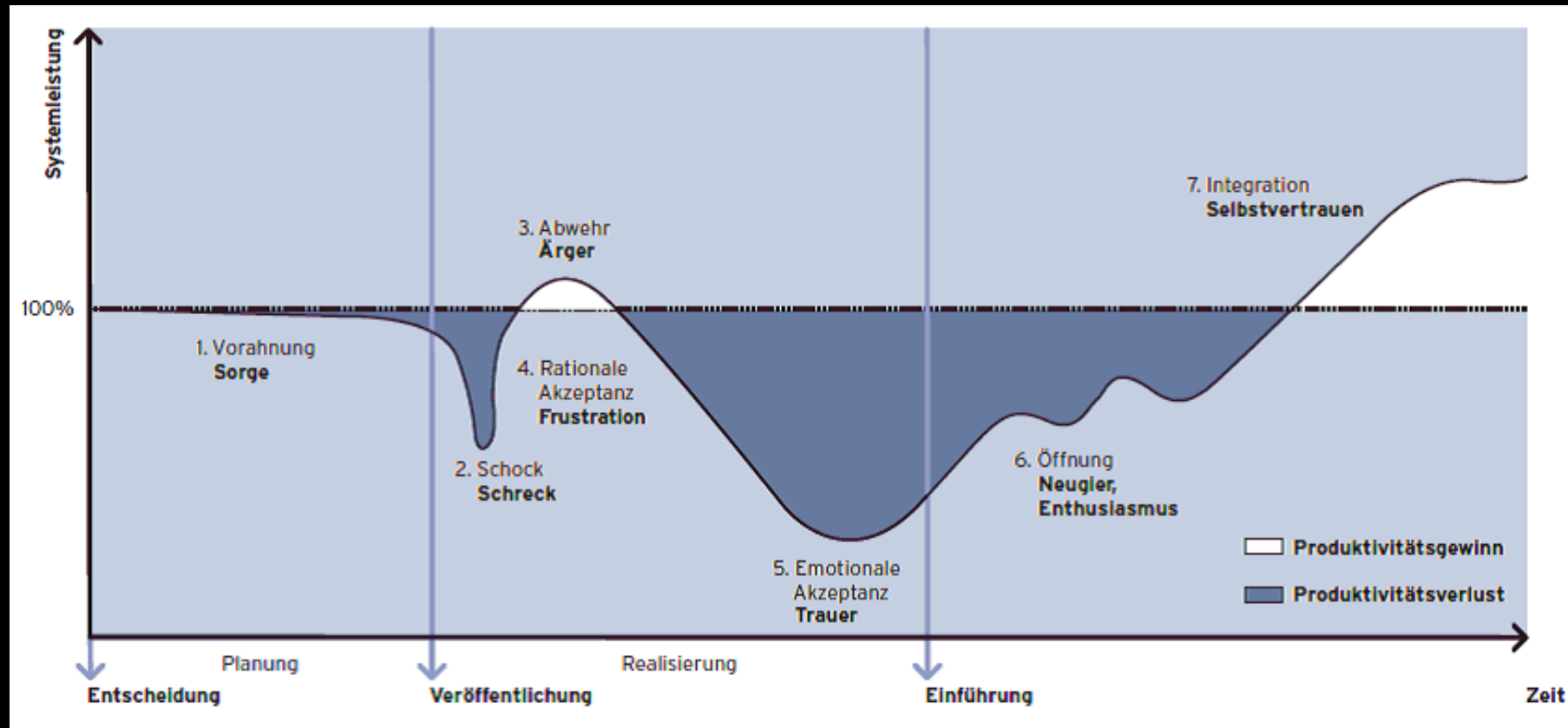
Agilität

**Um zukünftig relevant zu bleiben,
müssen Unternehmen in die Fähigkeit
investieren, sich mit Innovationen
schnell an neue Marktrealitäten
anzupassen oder diese zu gestalten.**

Studie: Unternehmenskultur behindert Digitalisierung

Eine Studie der Strategieberatung Capgemini attestiert der Mehrheit von 340 befragten Unternehmen „ein Fehlen von digitaler Vision“. Sie riskieren damit, gegenüber ihren Wettbewerbern zurückzufallen.

Auf Kommando läuft es nicht...



An iceberg floating in a blue ocean under a blue sky with white clouds. The top part of the iceberg is visible above the water, while the much larger bottom part is submerged. Two black text boxes are overlaid on the image: one above the water and one below. The text in the top box is 'Agile Frameworks & Tools' and the text in the bottom box is 'Agile Prinzipien & Werte'.

Agile Frameworks & Tools

Agile Prinzipien & Werte



Misstrauere
Bauchentscheidungen

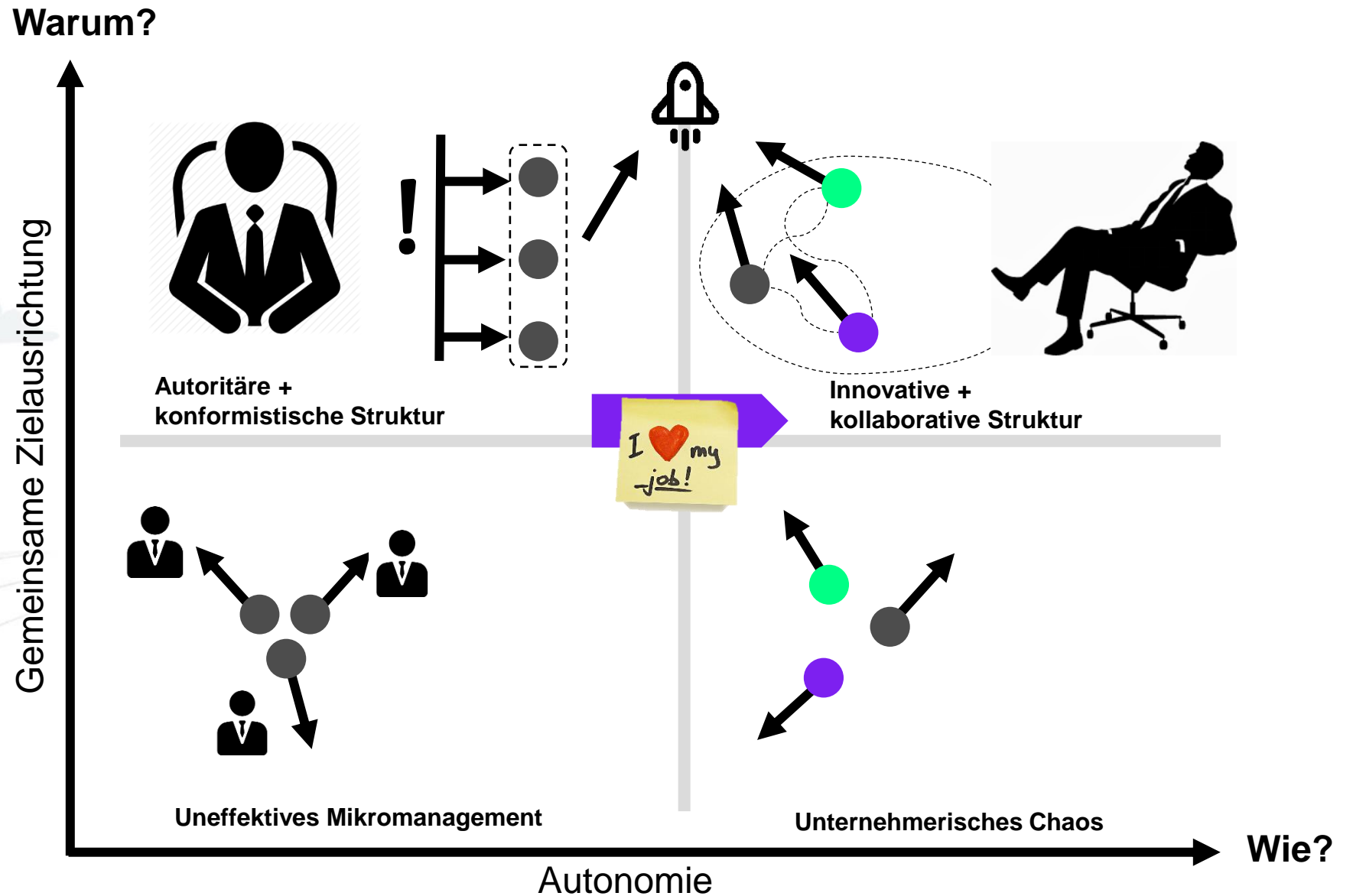
Verlange die
Rationale Begründung
jeder guten Idee

Schaffe eine
Absicherungskultur

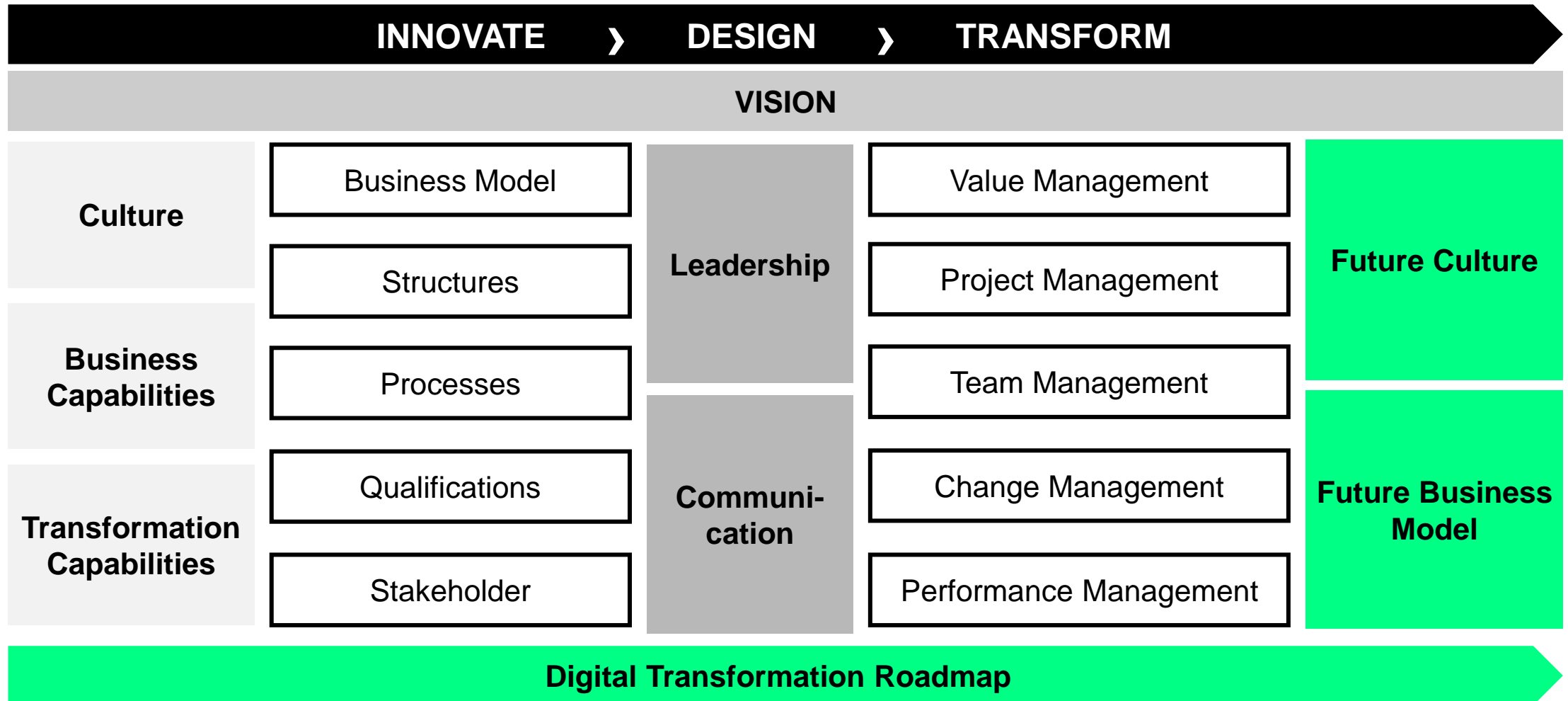
Mehr Dokumentation
und defensive
Entscheidungen

Wie werden Innovationen verlangsamt

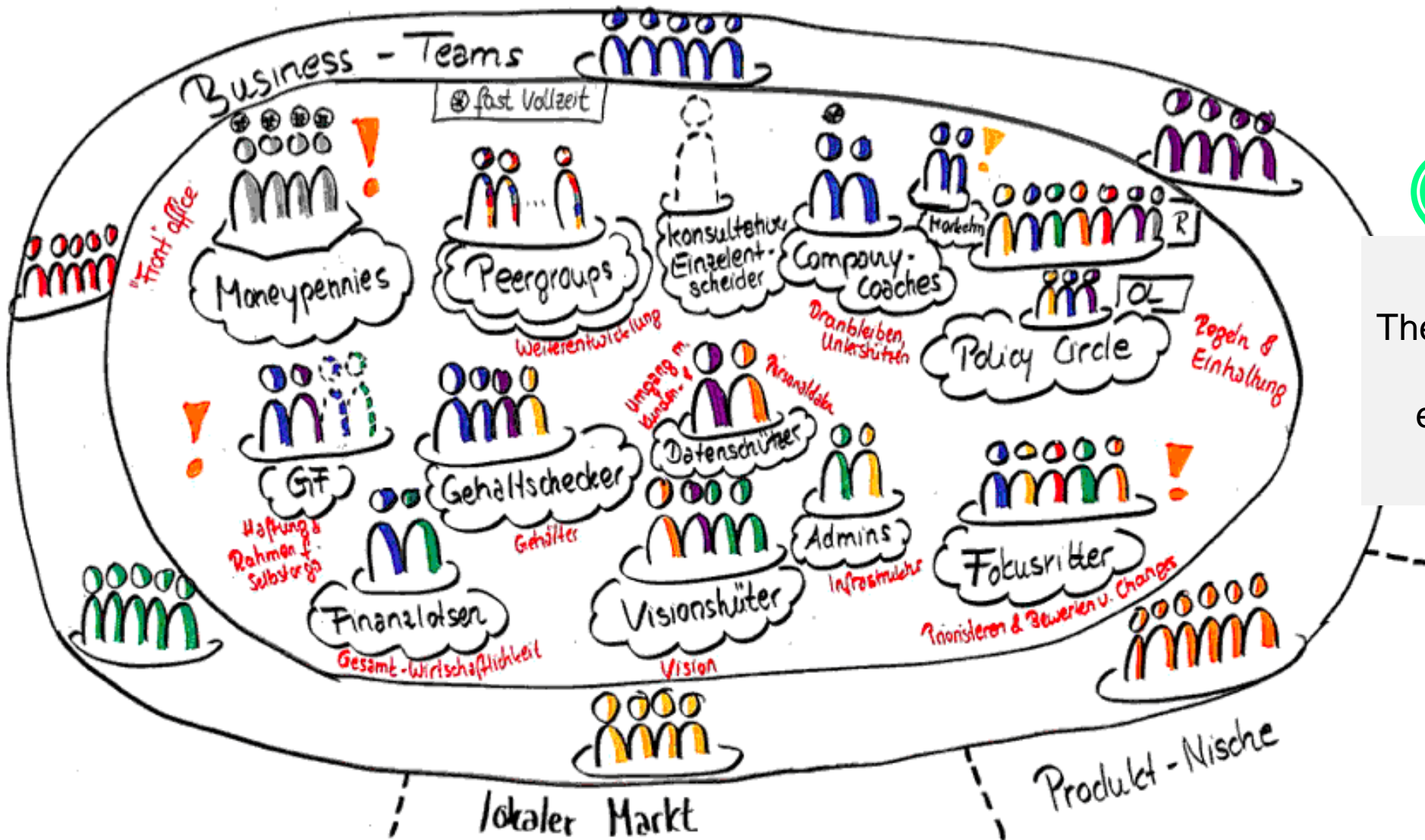
Culture eats strategy for breakfast, lunch and dinner!



Gestaltungsfelder einer erfolgreichen Transformation



Agile Benefits: Entscheidungen passieren direkt an der Kunden-/ Nutzerperipherie → Zeit und Nutzeneffektivität!



The company as a laboratory
-
error is part of the system

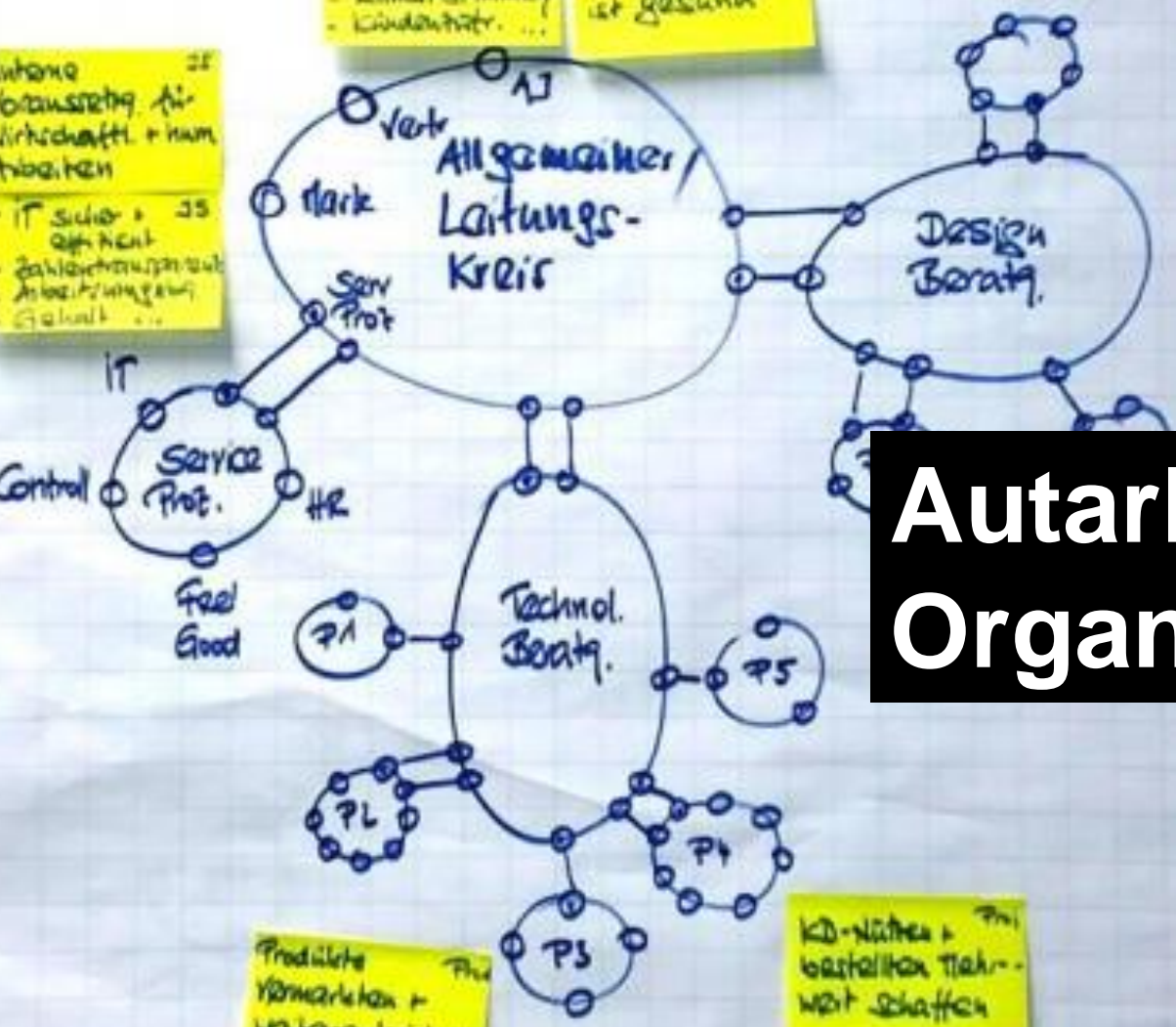
Haier



Zielvariante I Produktionisierung

- Produktionsproz. 1
 - Prozesse
 - Klima/Stimmung
 - Kundentat. ...
- Unternehmen
schafft Ziele -
ist gesund

- Zentrale
Voraussetz. für
Wirtschaftl. + hum.
Arbeiten
- IT Skills + JS
 - Offene Kultur
 - Zahlenverständnis
 - Arbeitsumgebung
 - Gehalt ...



Produkte
komplexer +
weiterentwickeln

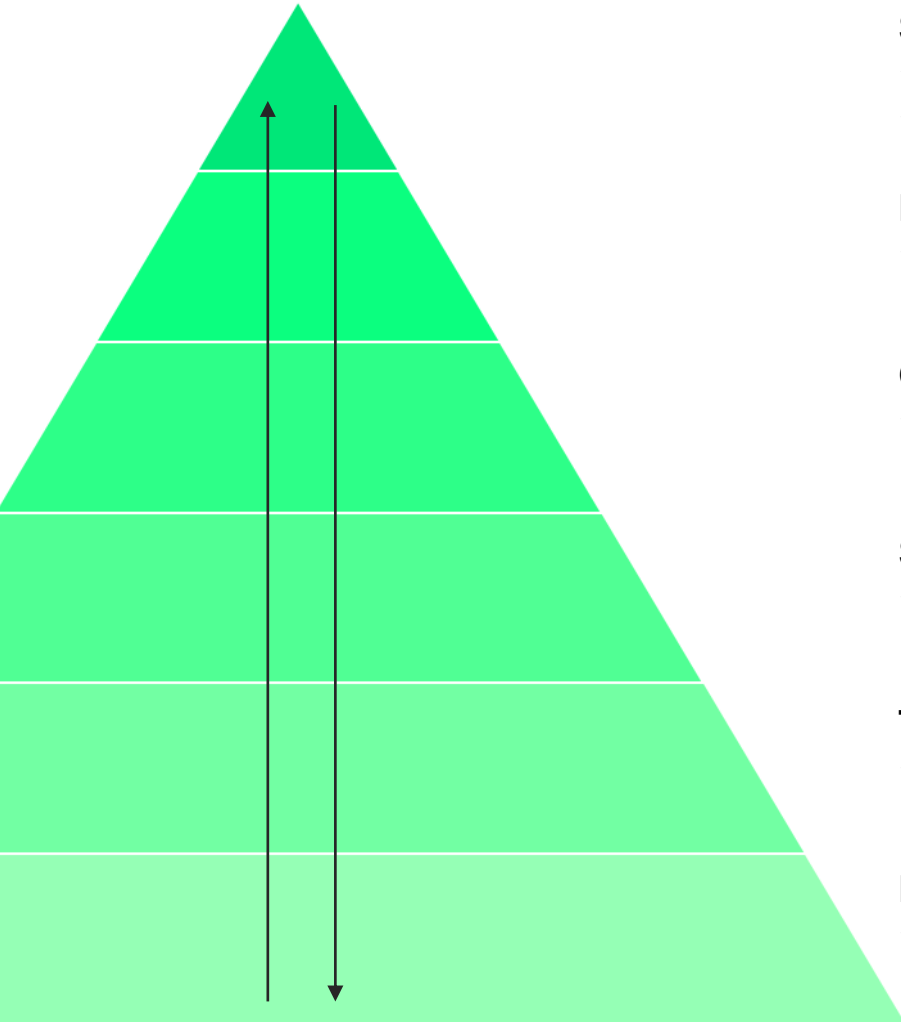
KD-Nutzen +
bestellbar Takt-
zeit schaffen

**Autarke, selbstbestimmende
Organisationseinheiten**



Fin./Conty. 75* Back Office Arbeitspl. QS Pro-Shop Office Acquire Wiss. Shop / Ideenlab.

Agile durchdringt die gesamte Organisation – Von den Menschen bis hin zur Strategie



Strategische Agilität

- ✓ Ständige strategische Neuausrichtung
- ✓ Änderung des Kerngeschäfts, ohne das Momentum zu verlieren

Business Agilität

- ✓ Ständige Anpassung des Geschäftsmodells und der Taktik, um strategische Ziele zu erreichen

Organisatorische Agilität

- ✓ Ständige Anpassung der Organisation, ihre Strukturen, Abläufe und Formen der Zusammenarbeit

Service Agilität

- ✓ Ständige Anpassung an Kundenanforderungen, um auf sich ändernde Kundenwünsche oder neue Marktanforderungen zu reagieren

Technische Agilität

- ✓ Ständiges Hinterfragen und Anpassen von eingesetzten Tools, Methoden und Prozessen, um die angeforderten Eigenschaften von Kunde und Markt zu leisten

Persönliche Agilität

- ✓ Ständige Weiterentwicklung von Menschen: Erweiterung von Fähigkeiten, Übernehmen anderer Aufgaben, Ausprobieren neuer Techniken oder Herangehensweisen

FOM-Edition

Friederike Müller-Friemauth
Rainer Kühn

Silicon Valley als unternehmerische Inspiration

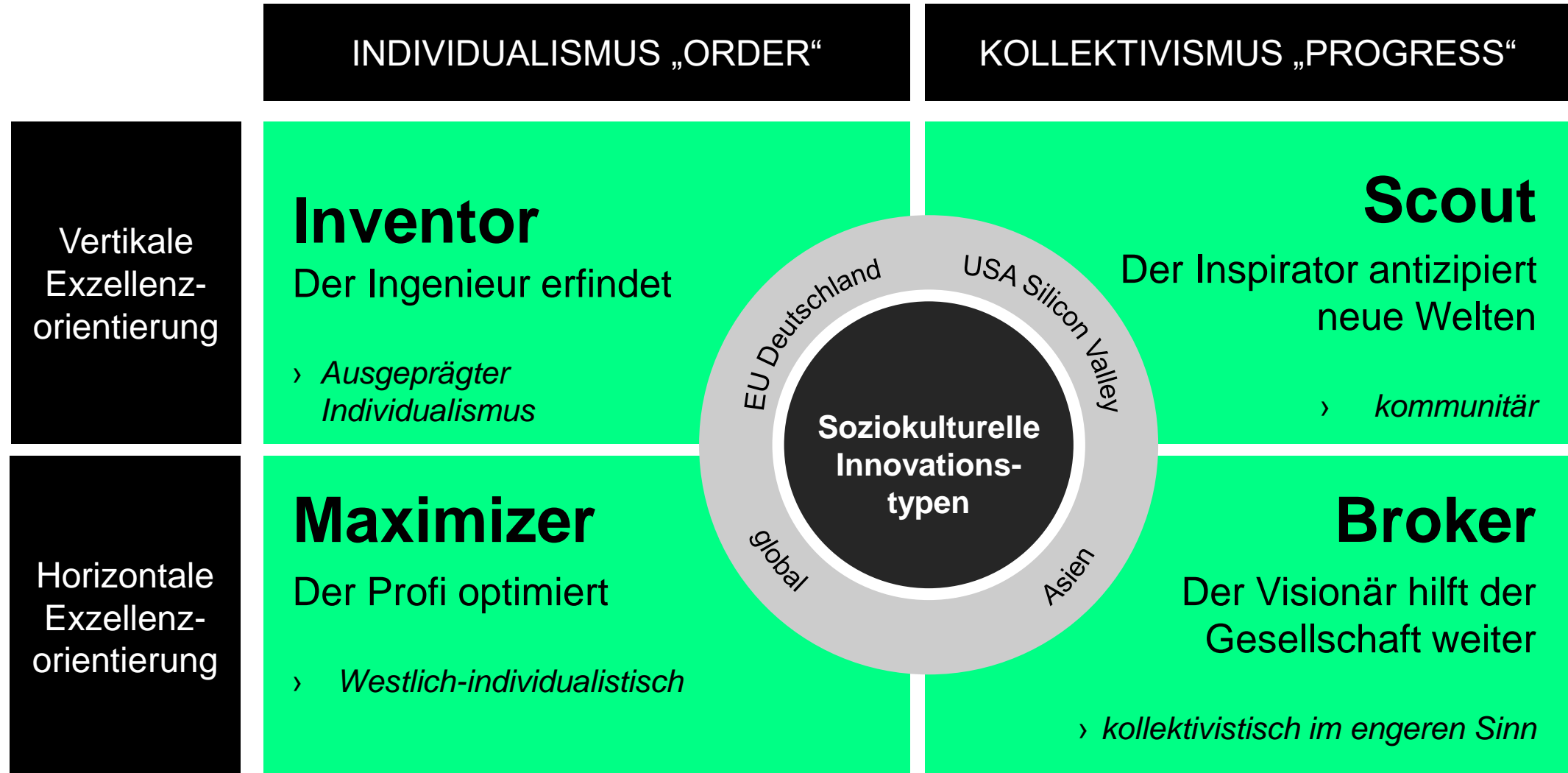
Zukunft erforschen – Wagnisse
eingehen – Organisationen entwickeln



 Springer Gabler

The Springer Gabler logo features a white chess knight icon to the left of the text 'Springer Gabler' in a white, sans-serif font.

Deutschland ist Inventor und kein Scout.



Quelle: Silicon Valley als unternehmerische Inspiration, Springer Gabler Verlag

Idealtypische soziokulturelle Modelle des Innovierens

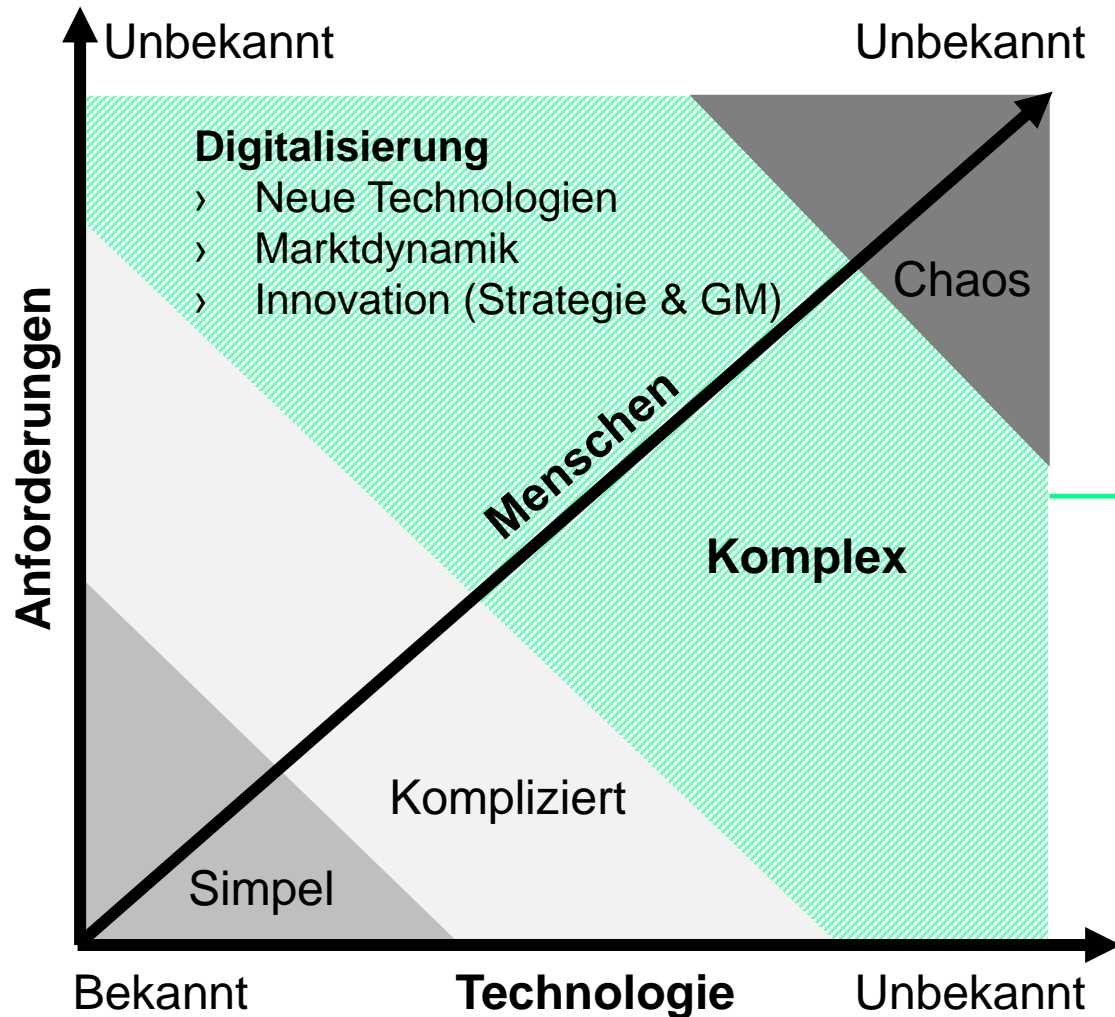
	Scouts „Inspirator“	Broker „Visionär“	Maximizer „Profi“	Inventor „meisterl. Ingenieur“
Achse	„Progress“	„Progress“	„Order“	„Order“
Stil	Kollektivistisch	Kollektivistisch	Individualistisch	Individualistisch
Instrumente	Kulturtechniken (Arbeit mit/ an kulturellen Codes)	Kulturtechniken (Arbeit mit/ an kulturellen Codes)	Sozialtechnik (Arbeit am ökonom. Regelsystem, staatl. Ordnung achten)	Sozialtechnik (Arbeit am ökonom. Regelsystem, staatl. Ordnung achten)
Exzellenz- orientierung	Vertikal (an der eigenen Bestmarke)	Horizontal (am Umfeld)	Horizontal (am Umfeld)	Vertikal (an der eigenen Bestmarke)
Entscheidungs- prinzip	Antizipation	Gruppenorientiert	Regel-Perfektionierung, kulturell neutrale Professionalität	Konsens/kontrollierte Experimente
Ungewissheits- verhalten	Normalisierung von Ungewissheit	Nicht ausgeprägt (kein Problem)	Vermeidung/ Minimierung	Druck, Effektivität/ Effizienz erhöhen
Unternehmens- entwicklung, Führung	Eigene Semantik entwickeln, Vernetzung, Kooperation	Unternehmerische Stärke mit dem/ durch das Umfeld gewinnen	Regelwerk abarbeiten (Controlling, Gewinnorientierung, usw.)	Akzeptanz, Gefolgschaft, Motivation
Beispiele	The Greatful Dead, Silicon Valley	Muhammad Yunus, Tata, Matsushita, Mitsui	(Klassische) Unternehmensberatungen, Finanzbranche	„Mittelstand“, Hidden Champions

Key Learnings:

- **Die Innovationskraft eines offenen Ökosystems ist weit höher als die eines einzelnen Akteures**
- **Digitale Ökosysteme lassen sich gezielt aufbauen und verwenden digitale Schnittstellen und Mechanismen zur Erreichung ihres Zieles**
- **Um in der heutigen und zukünftigen Geschäftswelt erfolgreich zu sein, müssen sich Unternehmen ganzheitlich transformieren**
- **Ein wichtiger Aspekt der Transformation ist Agilität auf allen Organisationsebenen**
- **Transformation kann im Kleinen – bei einzelnen Menschen und Teams – beginnen und Erfolg bringen**

- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- 5. Co-creation als Vertriebsweg**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**

Wann eignet sich was? Je nach Kontext und Anforderung eignet sich eine andere Vorgehensweise [Stacey Matrix]



Chaos

Ansatz: Act & Sense – schnelles Handeln und erleben was funktioniert
zB. *Design Thinking*

Komplex

Ansatz: Nutzerzentriert, Co-Kreativ
Selbstorganisierte, autonome Teamarbeit
zB. *Agile Methoden*

Kompliziert

Ansatz: Good Practices, Wasserfall
zB. *Kanban*

Simpel

Ansatz: Best Practice, stabile Prozesse
zB. *Wasserfall, V-Modell*

Framework: Design Thinking

**Kreative, gemeinschaftliche
Problemlösung mit Ansätzen aus dem
Design. Denken aus Nutzerperspektive.**



“Design Thinking ist ein menschenzentrierter und kollaborativer Ansatz, mit dem komplexe Probleme durch eine kreative Denkweise gelöst werden.“

Tim Brown, IDEO

Die zentralen Elemente des Design Thinkings [die drei P's]

Die wichtigsten Bestandteile für erfolgreiches Design Thinking



Personen

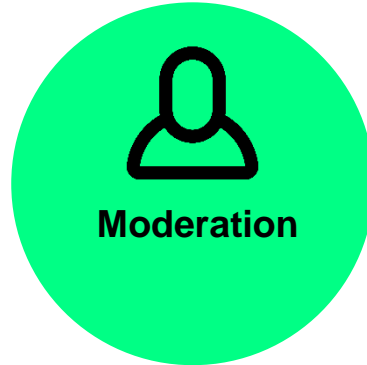


Wichtige Rollen im Design Thinking Prozess



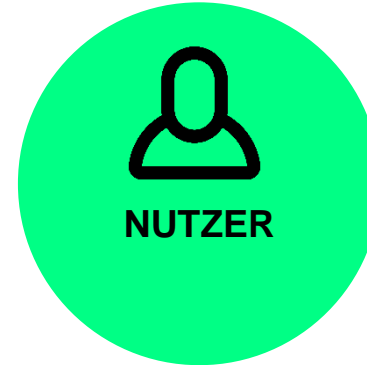
Aufgabe:
Entscheider, Geldgeber

Wichtig:
Anwesenheit im Kick-Off
Workshop



Aufgabe:
Vorbereitung und
Durchführung des
Workshops, Moderation
im Workshop

Wichtig:
Moderationskompetenz,
Methodenexpertise,
Verständnis von
Innovation



Aufgabe:
Endnutzer des Produktes/
Services

Wichtig:
Offenheit in Feedback und
Anforderungen gegenüber
dem Team, Zeitinvest für
Zusammenarbeit



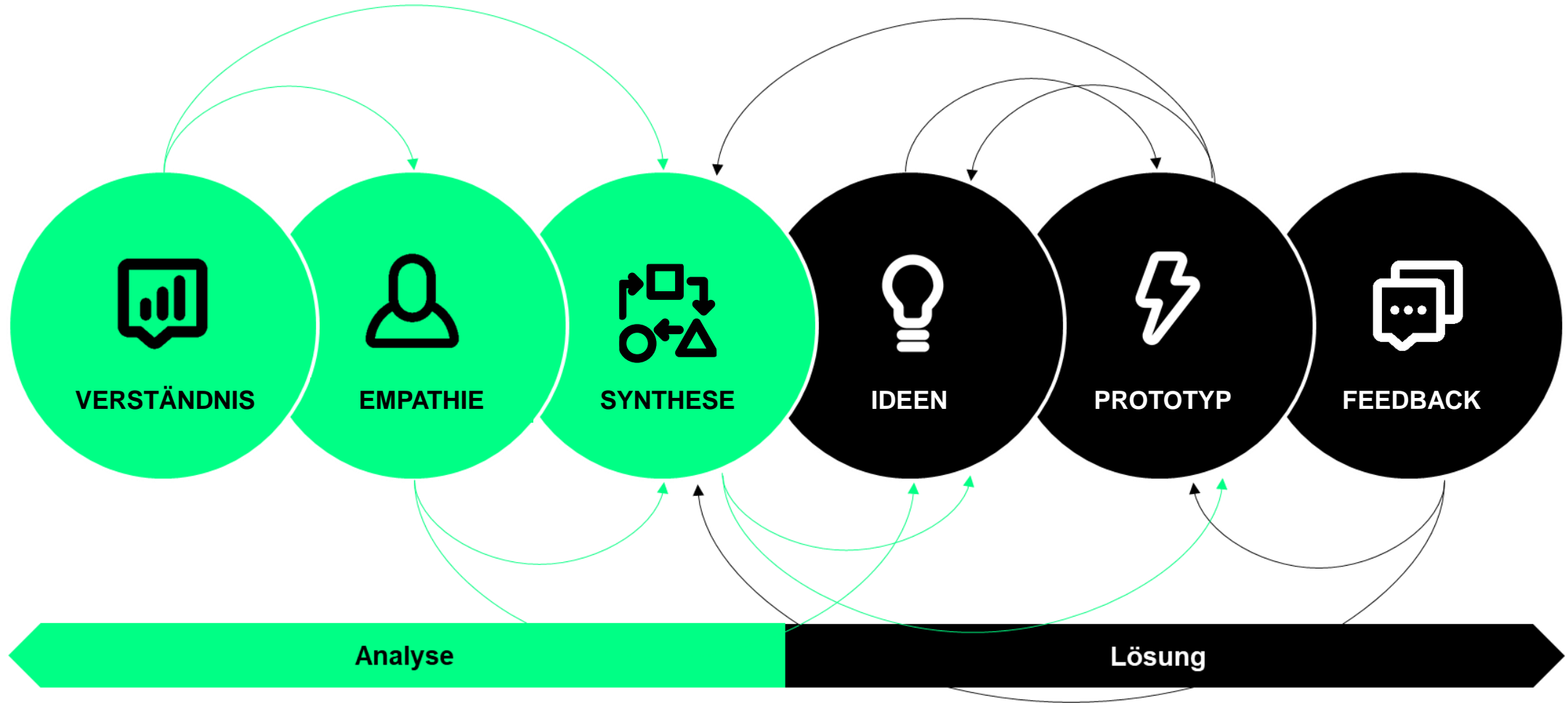
Aufgabe:
Projektteam

Wichtig:
Interdisziplinäre
Zusammenstellung
und ständige Nutzer-
einbeziehung

Umgebung



Prozess



→ Design Thinking ist ein nutzerzentrierter, iterativer Ansatz zur Lösung komplexer Probleme

Discover

insight into the problem

Define

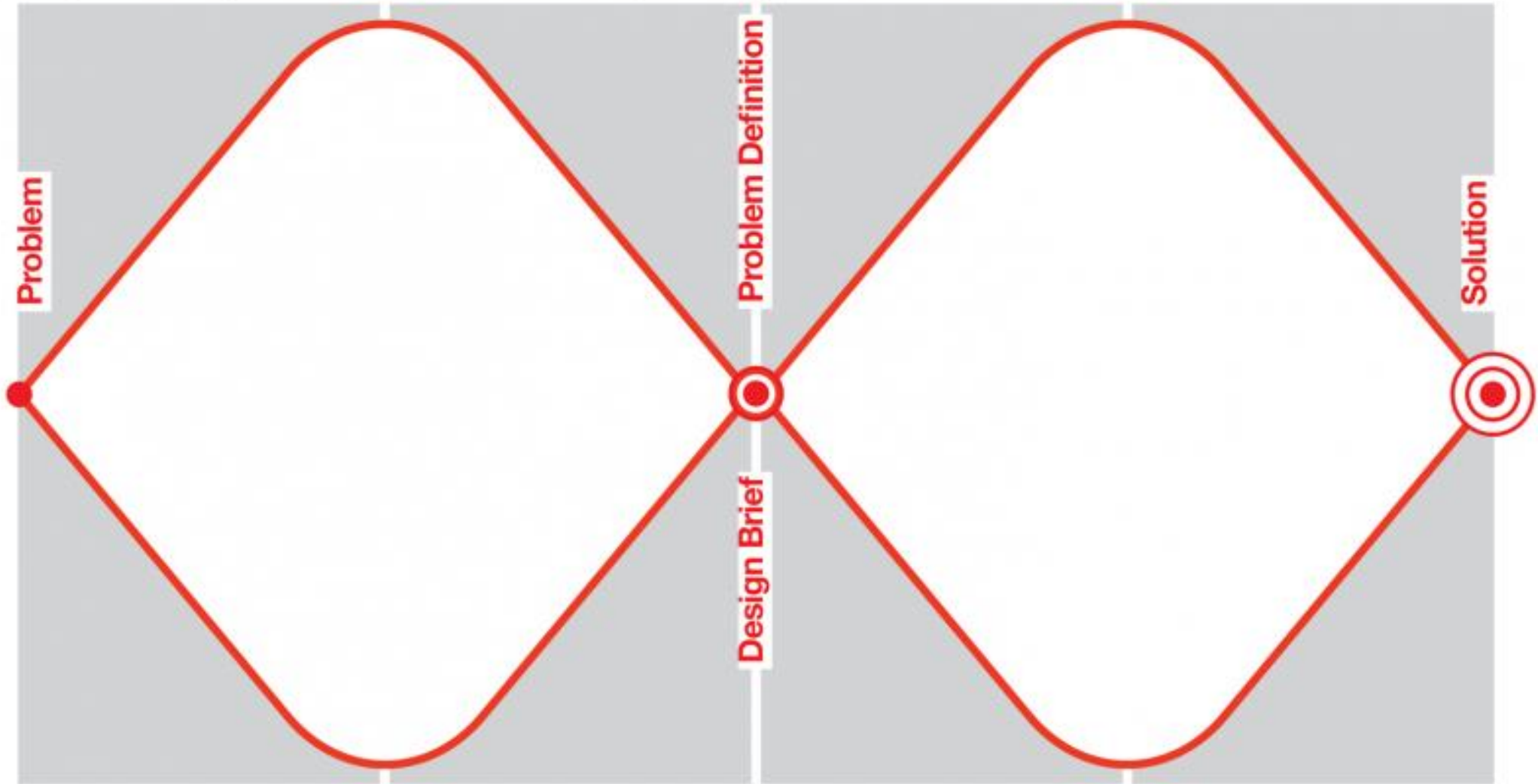
the area to focus upon

Develop

potential solutions

Deliver

solutions that work



Design Thinking Prinzipien



Quantität ist wichtig – Die Besten Ideen verstecken sich meist ganz hinten im Kopf.



Ideen miteinander verbinden und aufeinander aufbauen.



Interdisziplinäre Teams fördern Qualität und sind ein entscheidender Erfolgsfaktor



Kritzeln und visualisieren von Ideen erwünscht!

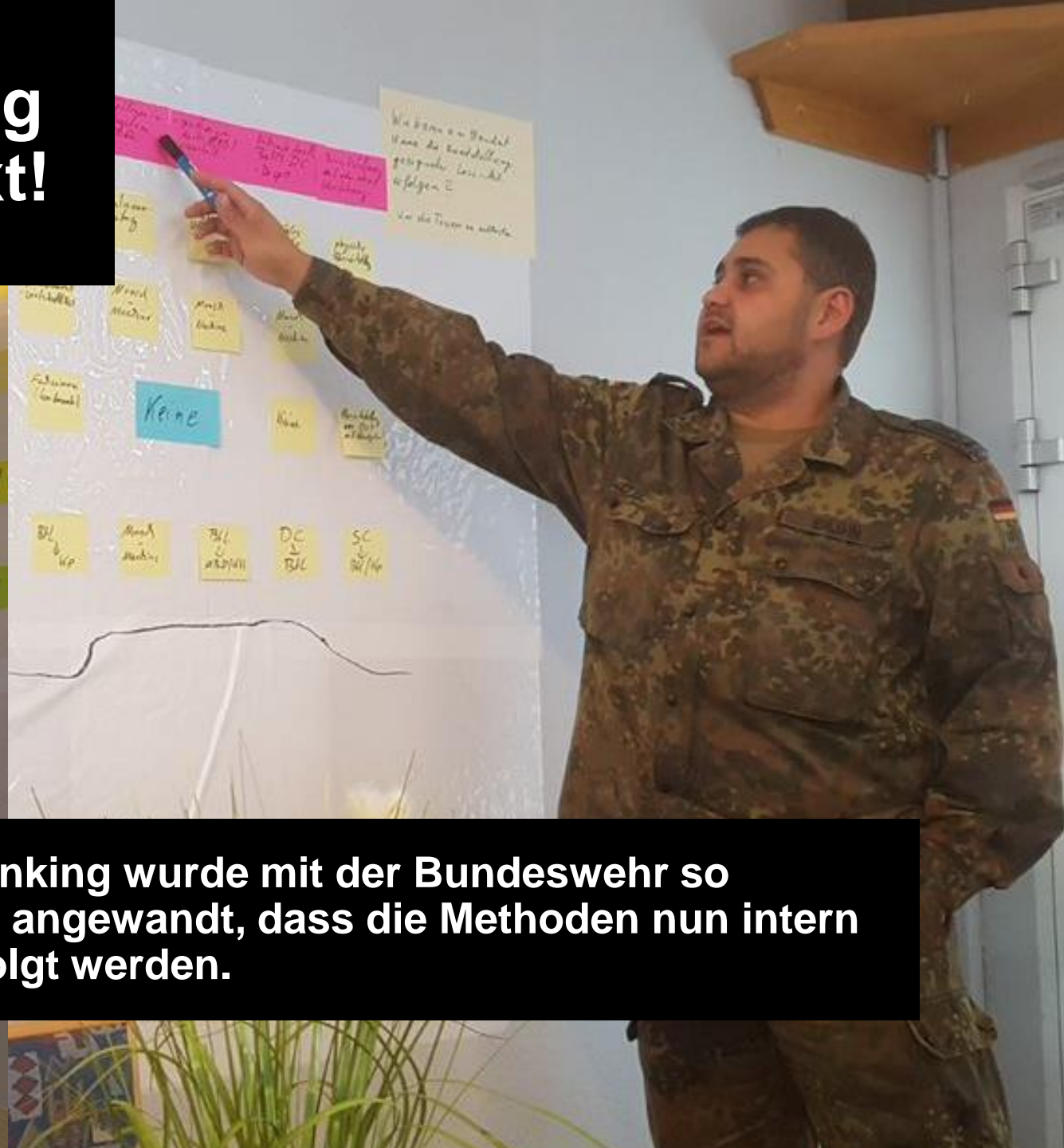


Vermeide Kritik! Es gibt kein Richtig oder Falsch!



Kreative Zuversicht und Humor (Wichtige Katalysatoren für Kreativität)

Anmerkung: Design Thinking funktioniert in jedem Kontext!



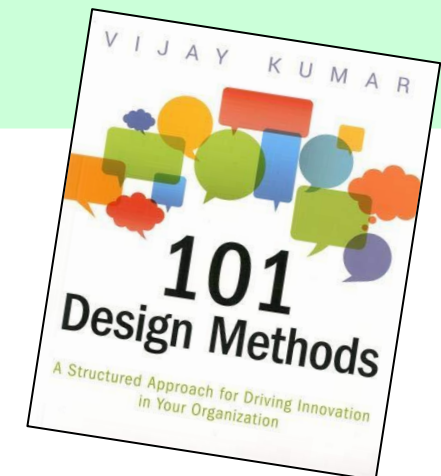
Design Thinking wurde mit der Bundeswehr so erfolgreich angewandt, dass die Methoden nun intern weiterverfolgt werden.



Weitere Kreativitätsmethoden

Kreative impulsgeleitete Ideengenerierung zur Generierung innovativer und kreativer Ideen sowie effiziente, pragmatische Ideengenerierung zur Generierung einer Vielzahl an Ideen

Intuitiv-spontane Methoden	Schöpferisch-konfrontative Methoden	Systematisch-diskursive Methoden
<ul style="list-style-type: none">› Brainstorming› Erstellen einer Mindmap› ...	<ul style="list-style-type: none">› Visuelle Synektik/ Reizbildanalyse (Bild)› Reizwortanalyse (Wort)› Semantische Intuition› Provokation, Super Hero, Widerspruchsformulierung, Nightmare Competitor	<ul style="list-style-type: none">› Osborn Checkliste/ SCAMPER› Morphologischer Kasten› Kundennutzen-Matrix (basierend auf Customer Journey)



Methode: Empathy Map

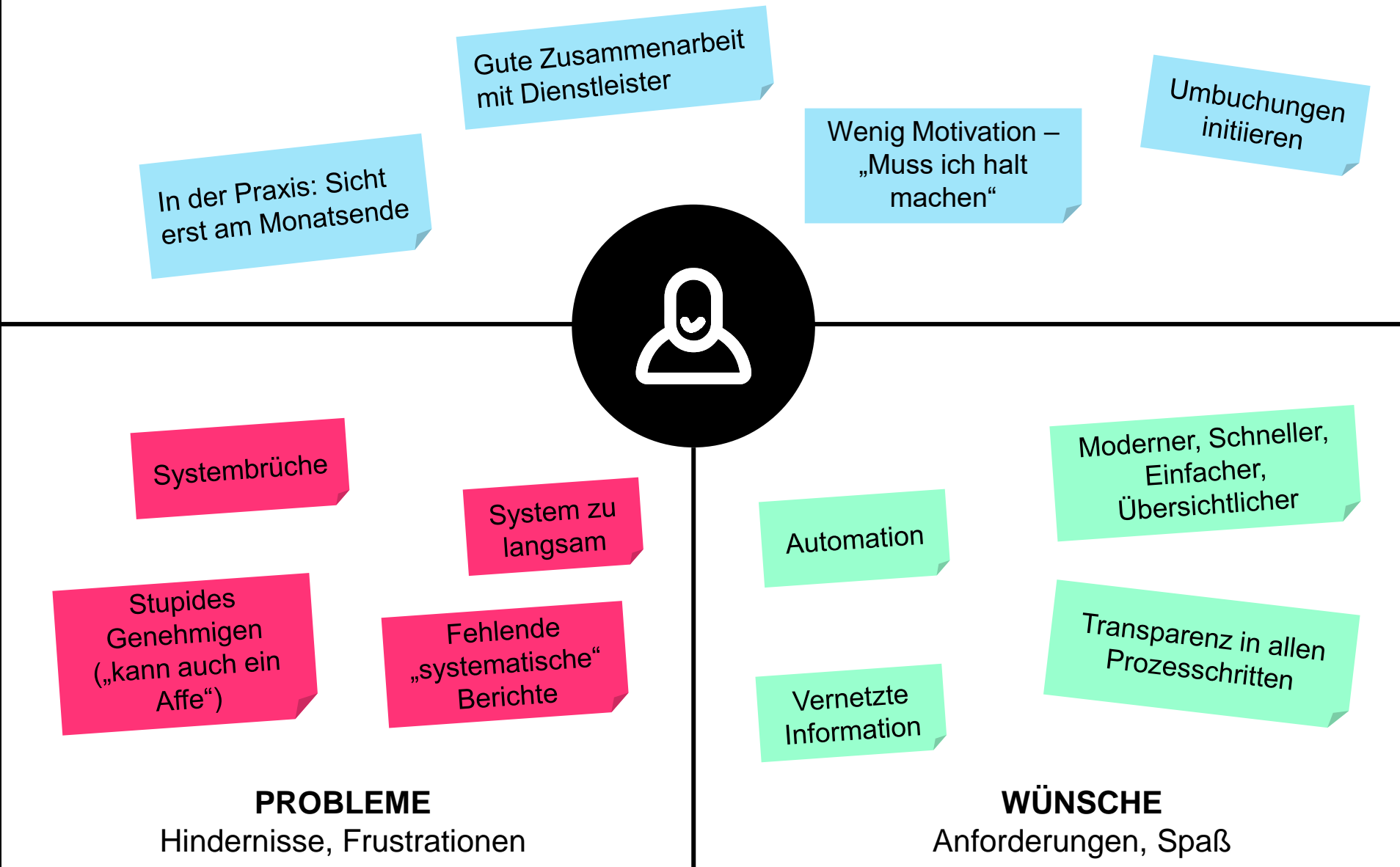
Leistungserfassungs-
prozess



- **Name** Dirk
- **Alter** 43 Jahre
- **Beruf/
Rolle** Projektleiter,
Rolle: Erfasser

AUFGABEN & ZIELE Motivation

🕒 15 min



Methode: User Journey

Personas

Offen gesagt brauche ich keine App für **_____**-Durchflussmesser, sondern einen Instrumenten-Monitor mit allen Messwerten meiner Anlage. Ich will ja nicht für 20 Messgeräte oder unterschiedliche Hersteller jeweils andere Apps nutzen.

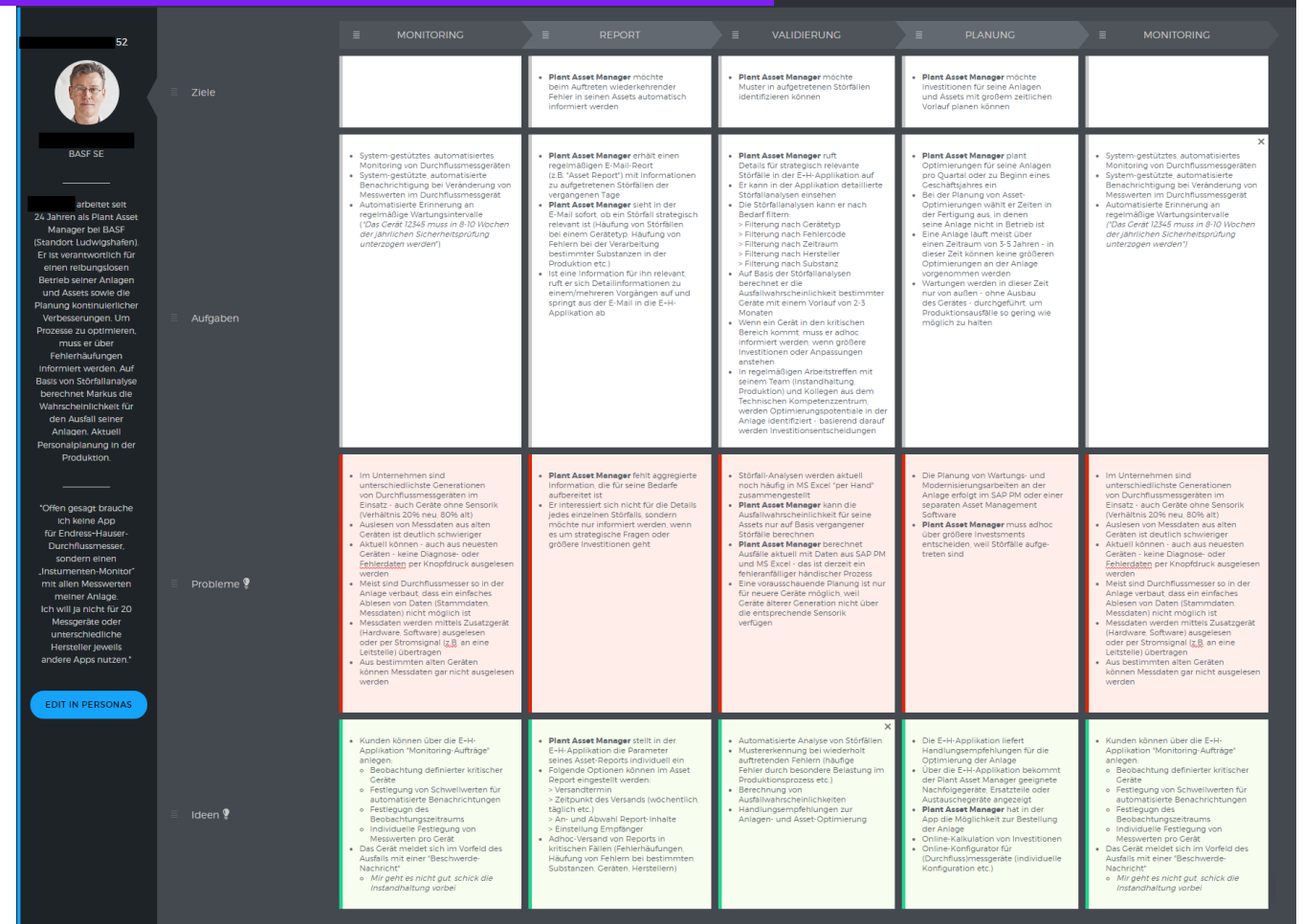


Markus, 52
Plant Asset Manager, _____

Empathy Map



Customer Journey Experience Map



Erstellung der User-Journey im IST-Zustand

Wie sieht der aktuelle Nutzungsprozess aus?

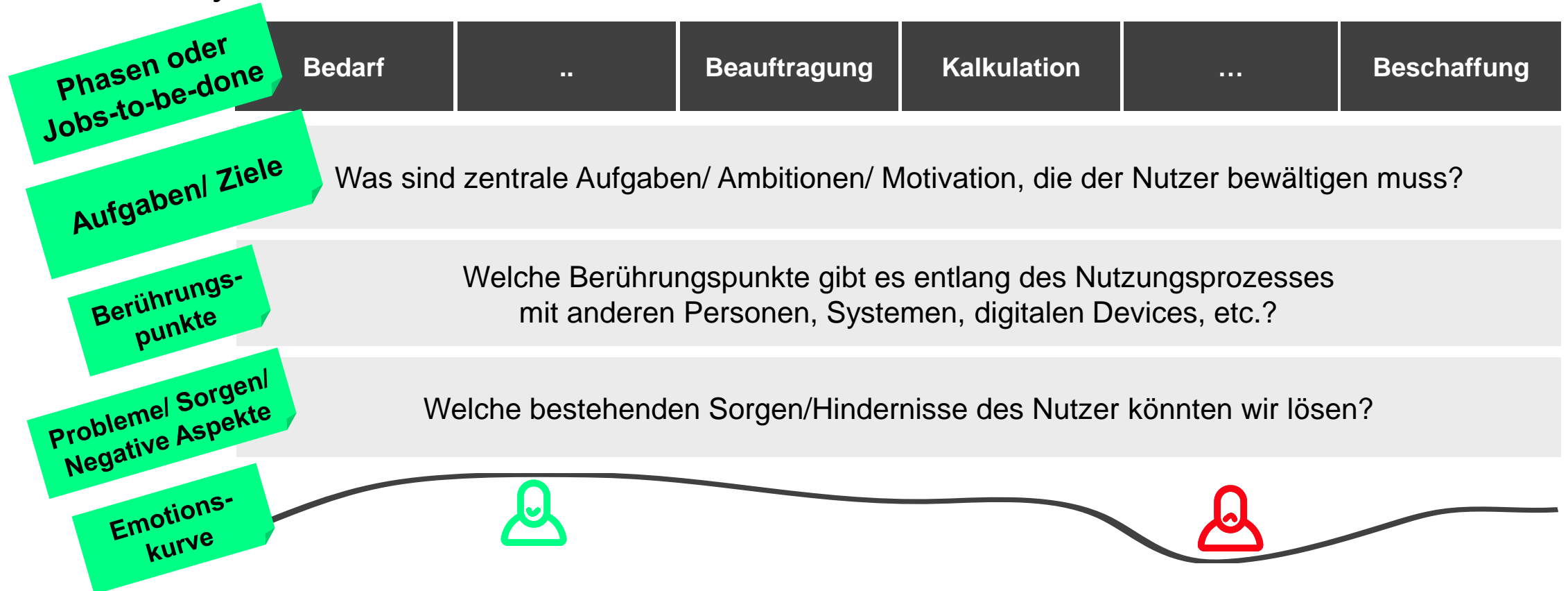


Karl, 48

Design Challenge:

Wie können wir den Arbeitsalltag von Karl optimieren, um ihm mehr Zeit für seine Kernaufgaben zu verschaffen sowie eine Transparenz über seine Projekte zu generieren?

User-Journey im IST-Zustand:



Erstellung der User-Journey im Soll-Zustand

Wie sieht der zukünftige optimale Nutzungsprozess aus?



Karl, 48

Design Challenge:

Wie können wir den Arbeitsalltag von Karl optimieren, um ihm mehr Zeit für seine Kernaufgaben zu verschaffen sowie eine Transparenz über seine Projekte zu generieren?

User-Journey im Soll -Zustand:

Phasen oder
Jobs-to-be-done

Bedarf

..

Beauftragung

Kalkulation

...

Beschaffung

Aufgaben/ Ziele

Wie verändern unsere Ideen und Lösungskomponenten die zukünftigen Aufgaben und erleichtern damit die Zielerreichung?

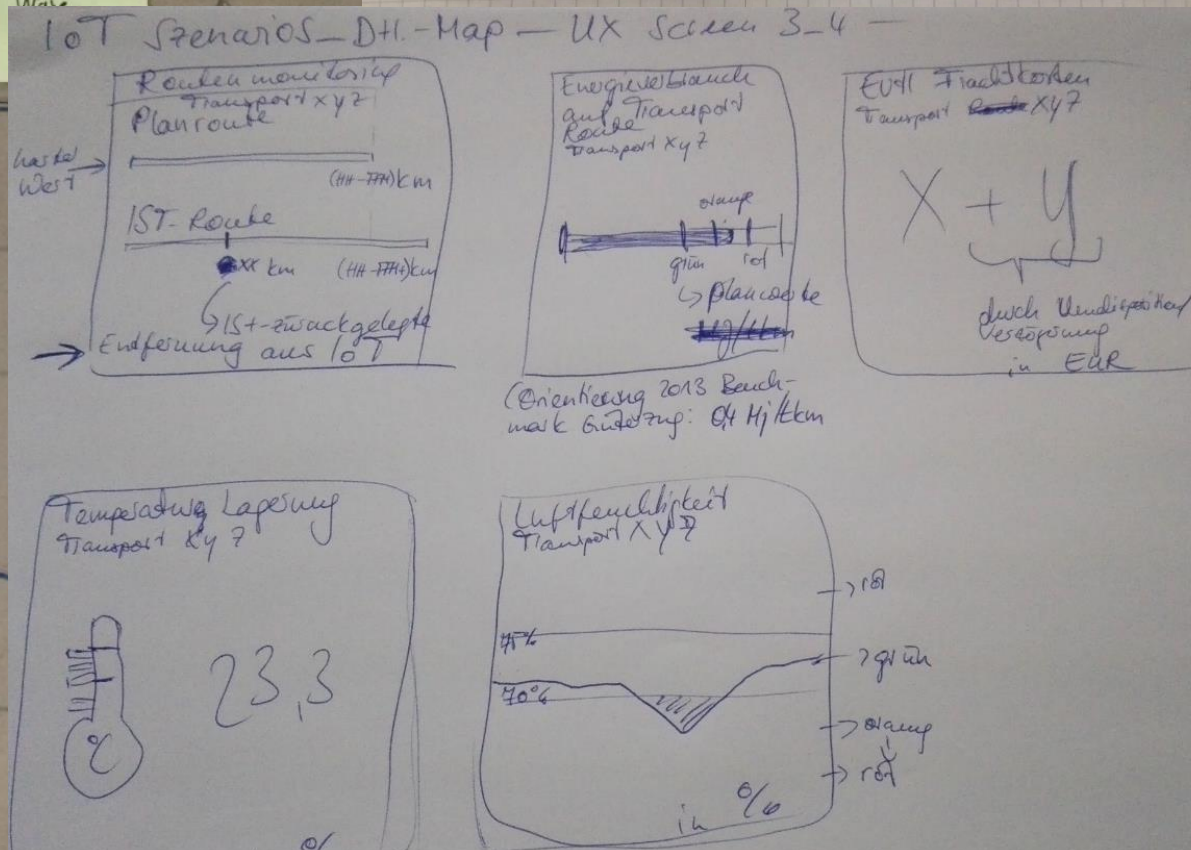
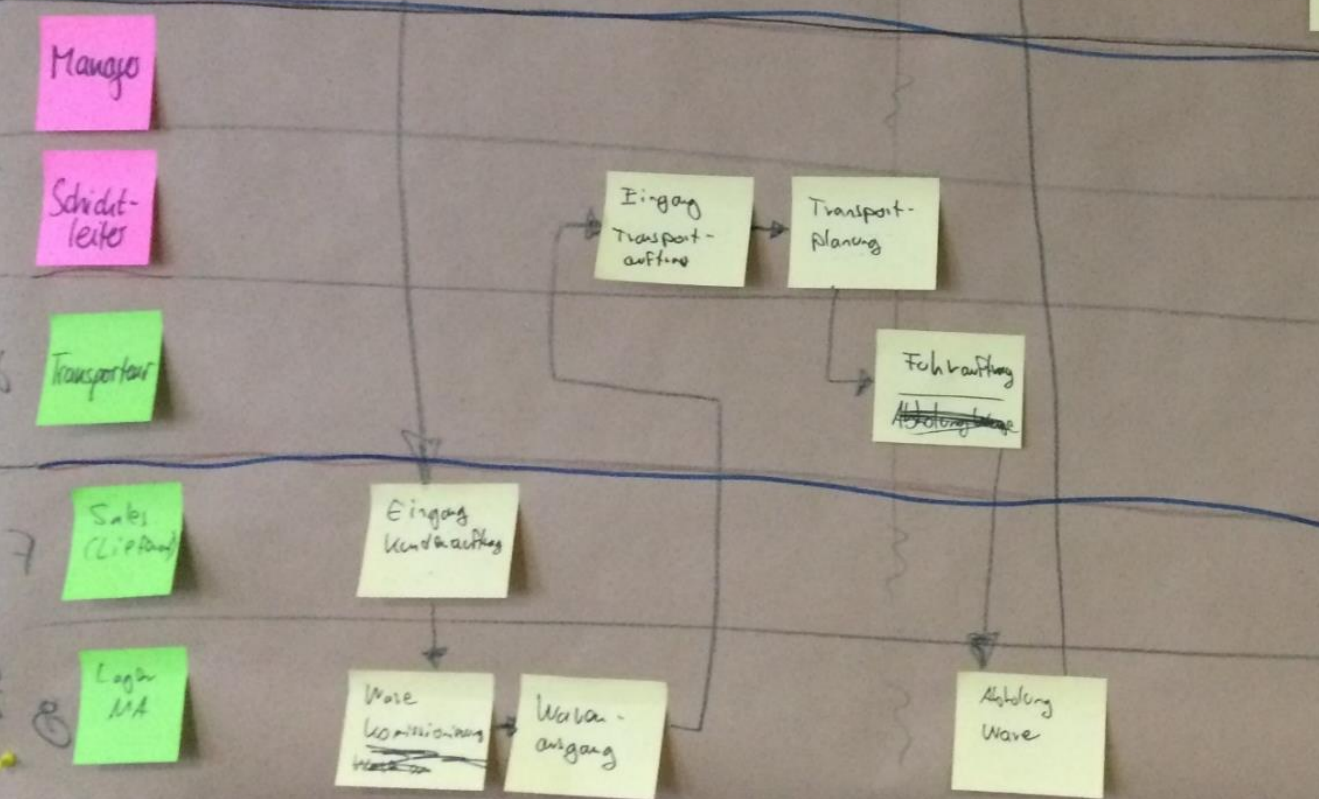
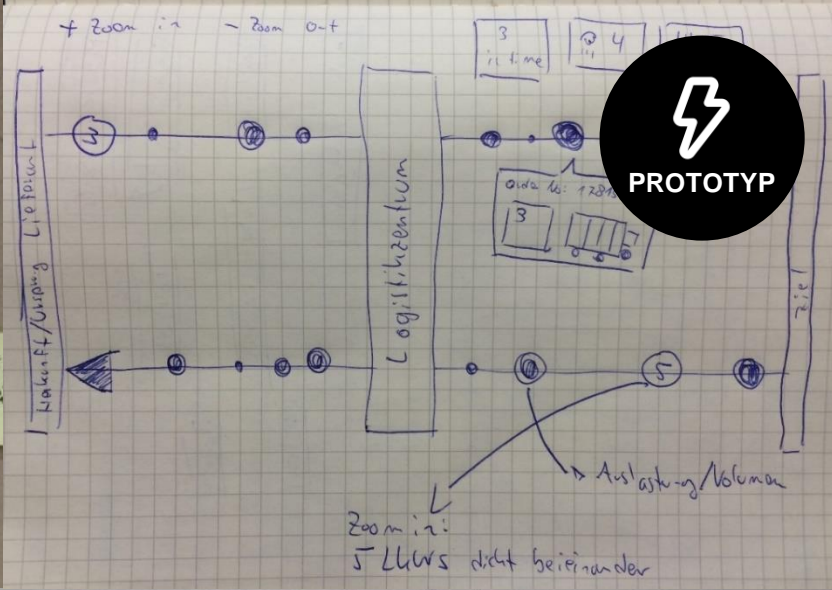
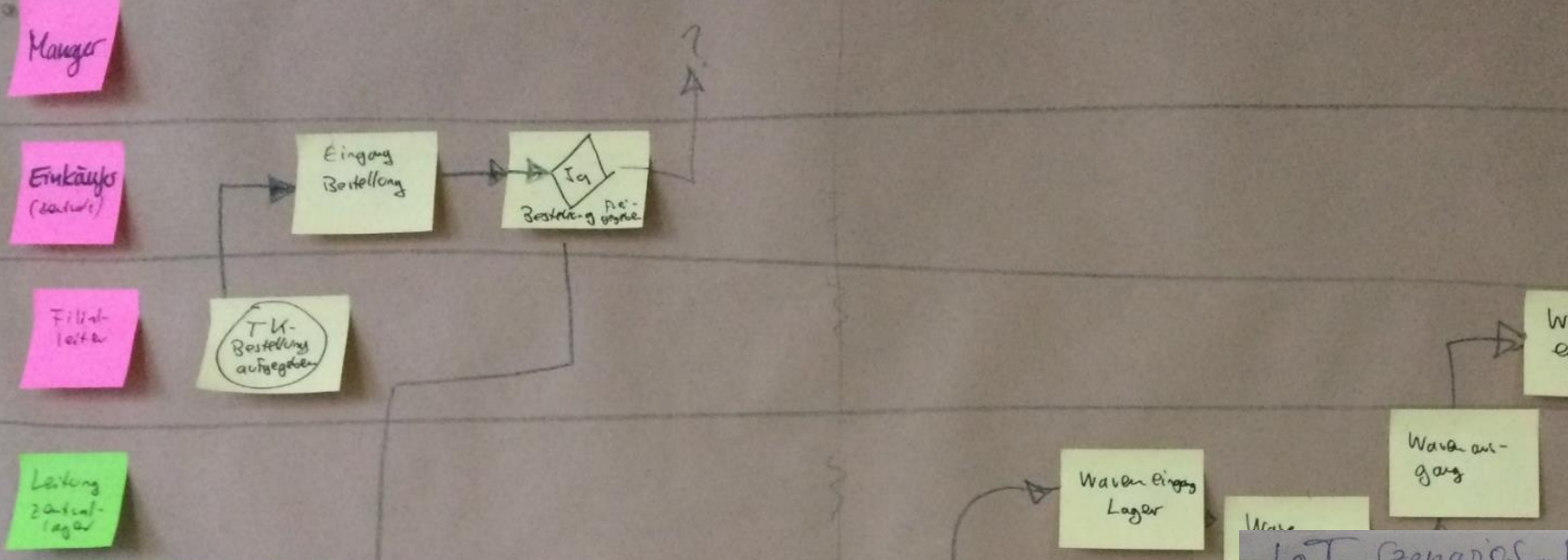
Berührungspunkte

Welche Berührungspunkte gibt in Zukunft entlang des Nutzungsprozesses mit anderen Personen, Systemen, digitalen Devices, etc.?

Methode: Rapid Prototyping

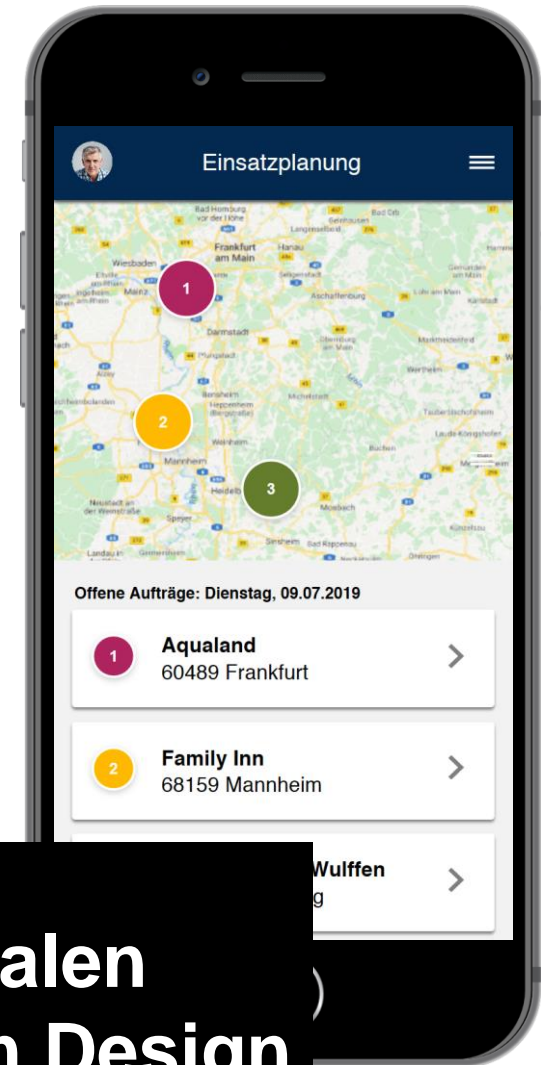
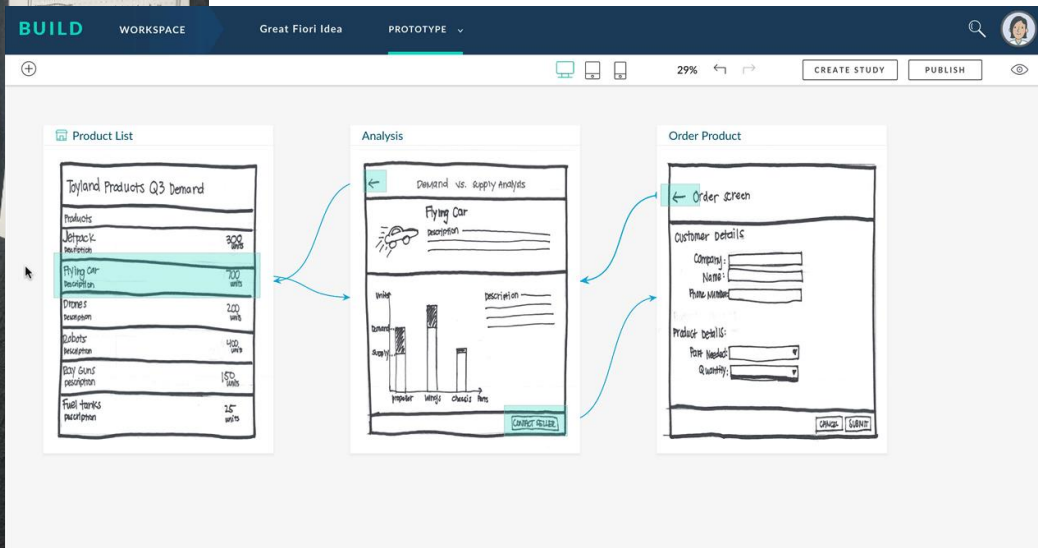
Erstellung von Prototypen auf Papier
oder digital für schnelles
Nutzerfeedback.





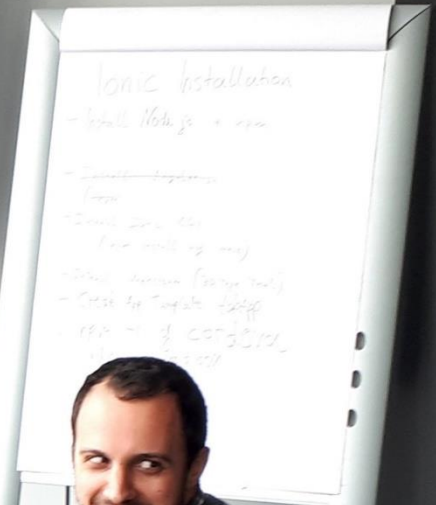
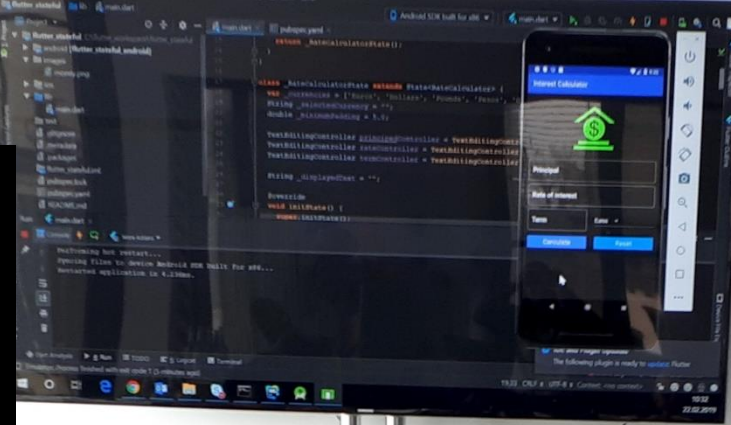


Everything you need to design beautiful apps in one set of cloud-based tools.



Vom Papierprototyp zum digitalen Clickdummy mit nutzerzentriertem Design

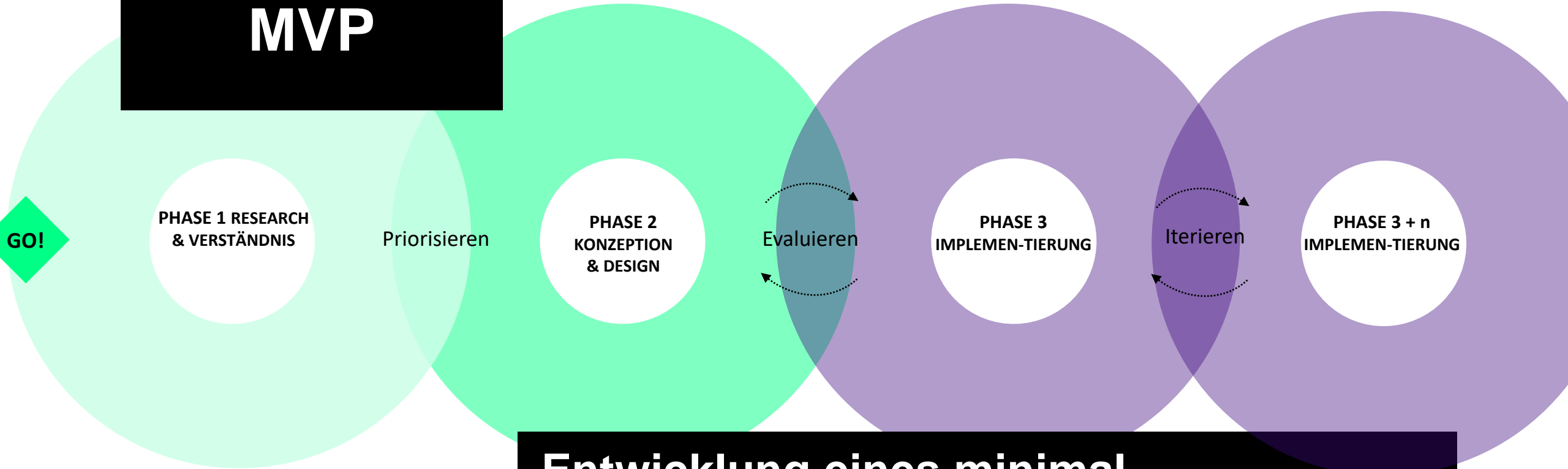
Methode: Hackathon



**Prototypische, kreative
Softwareentwicklung in kürzester Zeit**



Framework: MVP

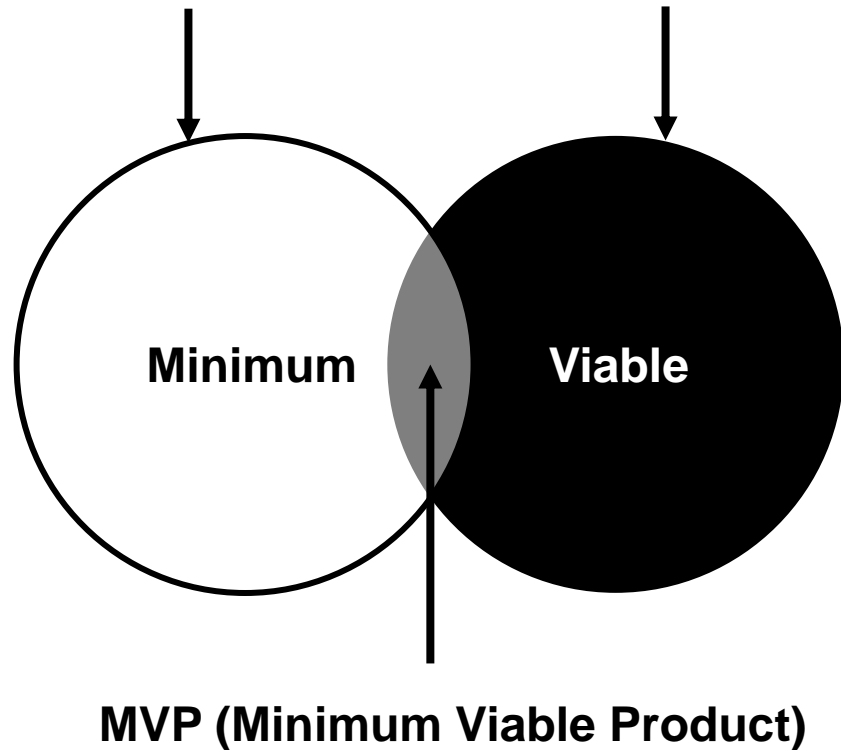


**Entwicklung eines minimal
umfänglichen (Software-)Produktes →
Adaptierbar, ausbaufähig und risikoarm,
Basis für beliebig viele Iterationen**

Die Entwicklung über MVP macht es möglich große Ideen in kleinen Schritten auszutesten

Schlechtes Produkt,
das keiner nutzen will!

Tolles Produkt, in das
aber zu viel Zeit und
Geld geflossen ist!



Im Kontext steigender Komplexität erlaub ein MVP – Ansatz:

- › Den vereinfachten Beweis der technologischen Machbarkeit
- › Fokus auf wesentliche Funktionen für den anvisierten Nutzenwert
- › Schnelligkeit / Iteration
- › Nutzerzentrierte Entwicklung; Erwartung = Erlebnis
- › Günstiges / risikominimiertes Austesten der Nutzen-Hypothese

HOW NOT TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

ALSO HOW NOT TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2



3



4

HOW TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT



1



2

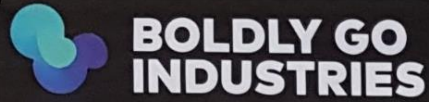


3



4

Minimum Viable Product



INNOVATE
DESIGN
TRANSFORM

- 1. Insights, wie connecte ich? Zusammenspiel Produkt / Plattform
- 2. Gestaltung der Services / Geschäftsmodell
- 3. Gestaltung der Plattform

VISION

Insights generieren → Geschäftsmodell entwickeln

- Use Case
- Services
- Business Case

Experiment: Pilotfirma: "Sit-by-the-hour" Geschäftsmodell

Demo-Company → Messen 1
→ Auswerten 2
→ Geschäftsmodell

OUTCOME STATEMENT

Was ist use? ↓
↓
Geschäftsmodell pay per use austesten!
Mehrwert durch IoT schaffen

Proof of Concept Nutzenwert-generierung

FEATURES

Experience aus Insights
Tracking einer konzeptionellen Vorarbeit

Nutzungsverhalten identifizieren & bewerten

"Nutzerinterview"
ECHTZEIT direktes Feedback

Personal Identification

"Wir wollen ^{intern} dich, Nike, verstehen"

Messen:
• Abnutzung
• Sitzhäufigkeit
• Sitzdauer
• Produktverbleib?

Mehrwert-^{extern}

Übernutzung?

METRICS FOR BUSINESS VALIDATION

ROI des fiktiven Geschäftsmodell
im Vg. zum klassischen Geschäftsmodell

- Laststärke
- Heat map
- Sitzposition
- Arbeitsform

PERSONA & JOURNEY

Company Owner

TECHNOLOGY

IoT
SAP
Hana Cloud Plattform

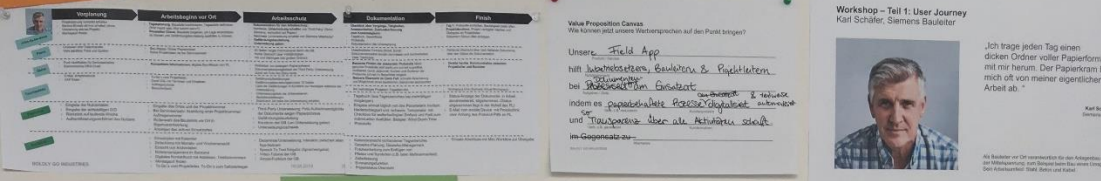
Definition über bspw.: MVP Canvas

COST & SCHEDULE

pay back? Sit-by-the-hour

Aufwand? Rollen?

User Journey & Feature Mapping



Übersicht anhalten

User Tasks

- Anmelden
- Baustraße/Projekt/ot auswählen
- Aufgaben/ Tätigkeiten sehen & auswählen
- Tagbuch pflegen
- Protokolle anfüllen
- EHS-Prozess

Subtasks

- Name eingeben
- Angemeldet bleiben
- Home-Screen
- Werte erfassen
- Protokolle anfüllen
- EHS-Prozess

Other notes:

- Alle Protokolle müssen...
- Alle Protokolle sehen/öffnen
- 5 Tabs für 5 projektleiter
- Geld...
- Alle Protokolle...
- Speichern (Abbruch) (ohne Check)
- Bei weiteren...
- Alle Protokolle...
- 5 Tabs für 5 projektleiter
- Geld...
- Alle Protokolle...
- Speichern (Abbruch) (ohne Check)
- Bei weiteren...
- Alle Protokolle...
- 5 Tabs für 5 projektleiter
- Geld...

VISION

Produktionsanlagen

VISION

Outcome STATEMENT

Value Proposition Canvas
Wie können wir unsere Wertversprechen auf den Punkt bringen?

Unser **Monitoring App** hilft **unser** **Source** **Erkundung** **dem** **Erkundung** bei **Datenanalyse** **um** **die** **Kundenbindung** **zu** **erhalten** im **Gegensatz** **zur** **...**

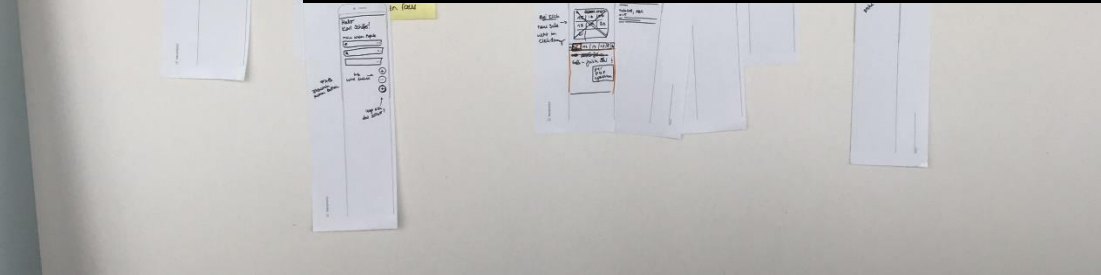
FEATURES

TECHNOLOGY

Other notes:

- Wichtigste Punkte
- Alte Lösung
- Schnelle
- Effizienz
- Produktionsanlagen
- Wichtigste Punkte
- Alte Lösung
- Schnelle
- Effizienz
- Produktionsanlagen

Geschärfte Soll Journey mit User Stories und priorisierten Features für den MVP

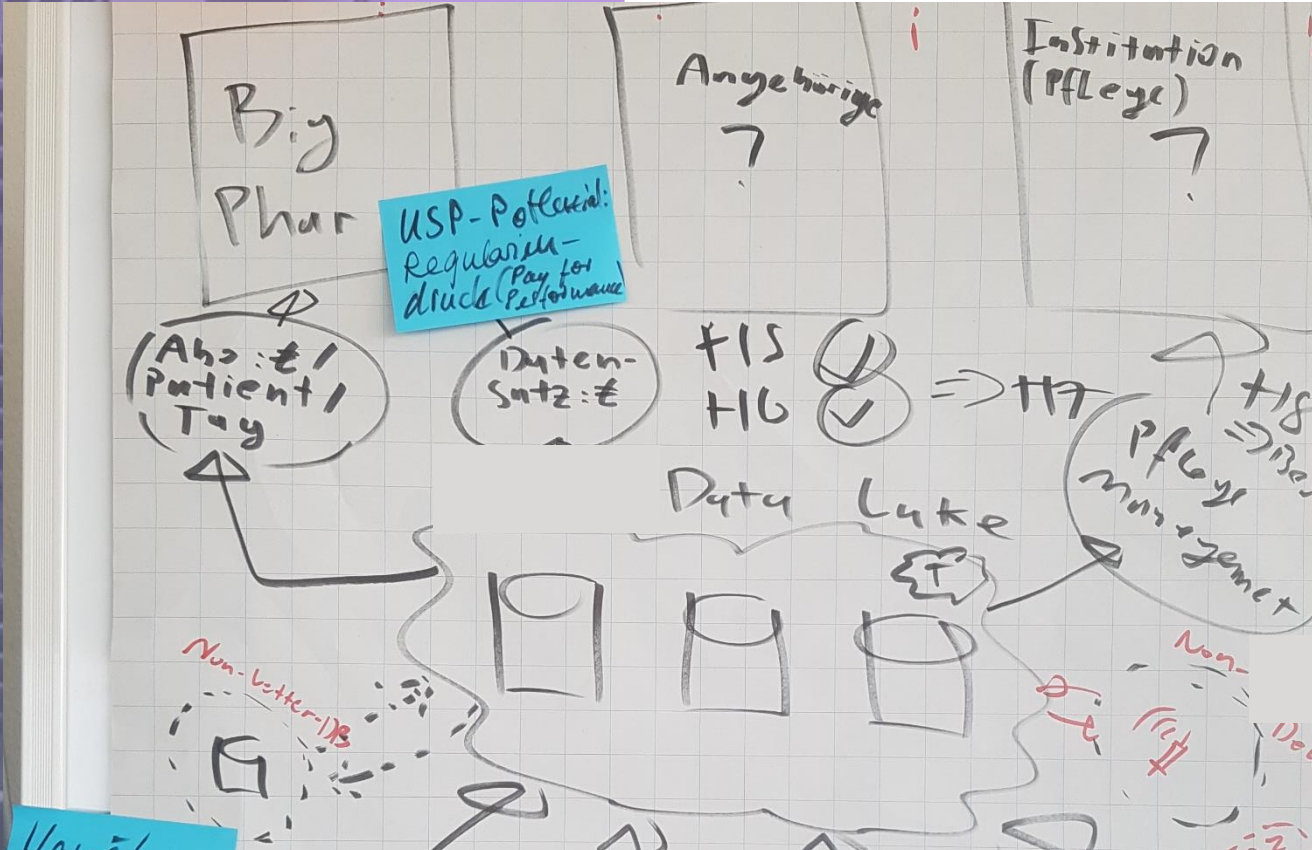


USER

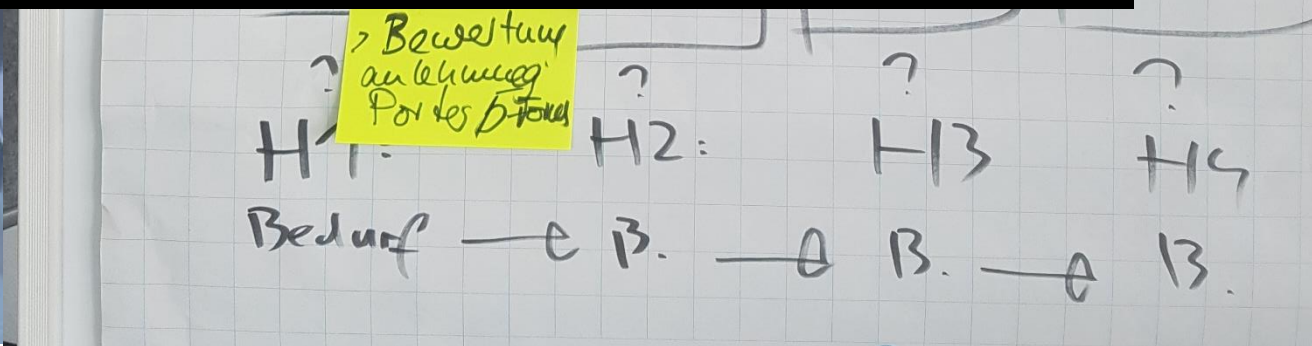
TIME + BUDGET

Other notes:

- Wichtigste Punkte
- Alte Lösung
- Schnelle
- Effizienz
- Produktionsanlagen

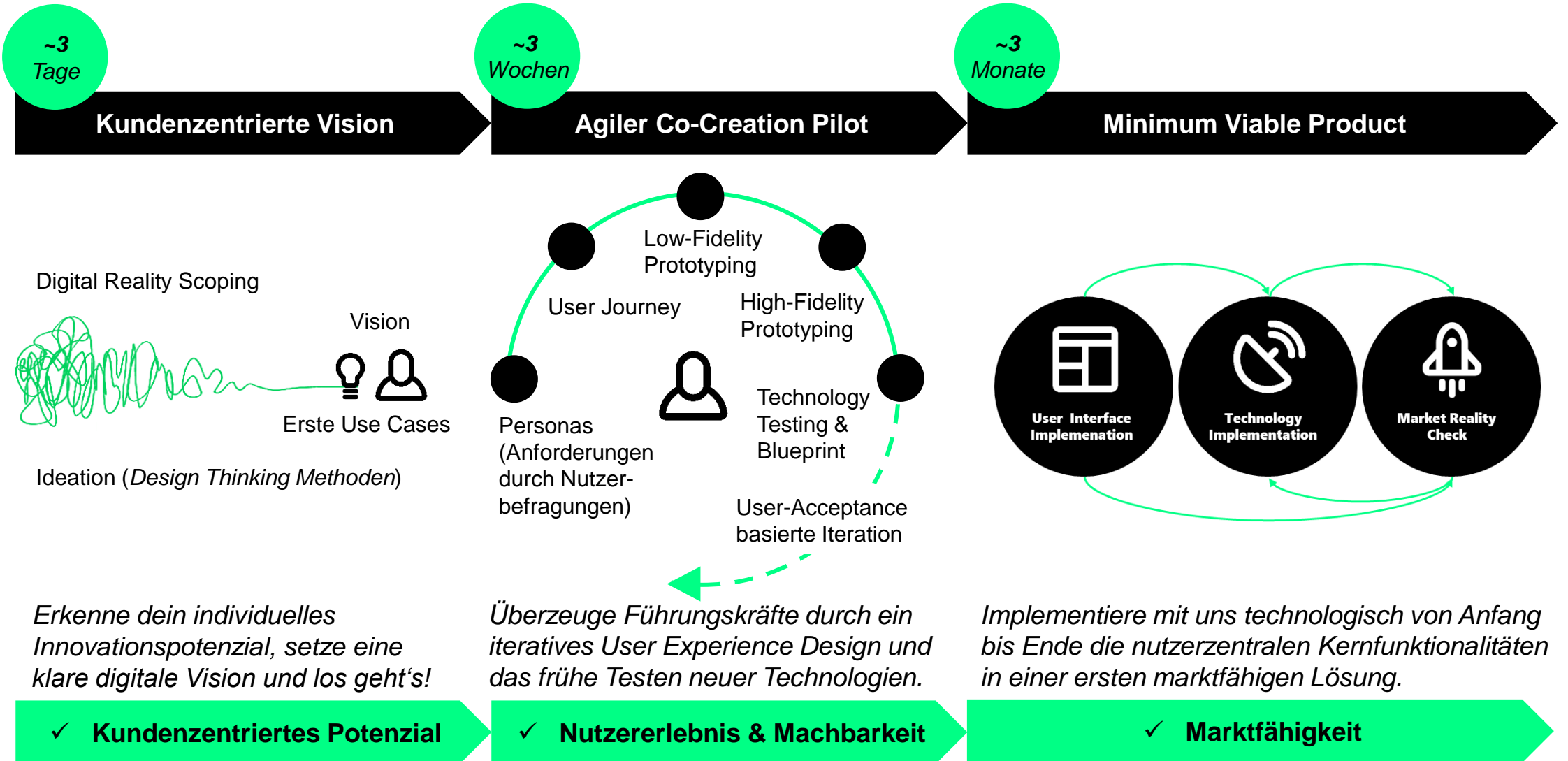


**Technische Machbarkeit:
MVP High-Level Architektur und Rahmenbedingungen,
Proof of Technology**



MVP Vorgehen zur Lösungsimplementierung

Unser iterativer Innovationsprozess



Key Learnings:

- **Das Design-Thinking-Framework hat sich weitgehend zur Lösung komplexer Probleme und Hebung komplexer Potenziale bewährt**
- **Kern des Design Thinking sind Methoden, die Lösungen und Ideen generieren (kreativ) abwechselnd mit Methoden, die diese Ergebnisse bewerten und priorisieren (analytisch)**
- **Das MVP-Modell bringt Design Thinking mit Methoden der agilen und iterativen Softwareentwicklung zusammen**

- 1. Intro, Vorstellung und Erwartungen**
- 2. Produkt- und Lösungsverkauf: Smart Services**
- 3. Fokus Nutzerzentrierung**
- 4. Digitale Geschäftsmodelle & Monetarisierung**
- 5. Co-creation als Vertriebsweg**
- 6. Vorgehensmodelle: Von Design Thinking bis MVP**
- 7. Abschlussrunde**

Vertrieb von Smart Services: Herausforderungen und Erfolgsfaktoren

Herausforderungen

Vertrieb



IT

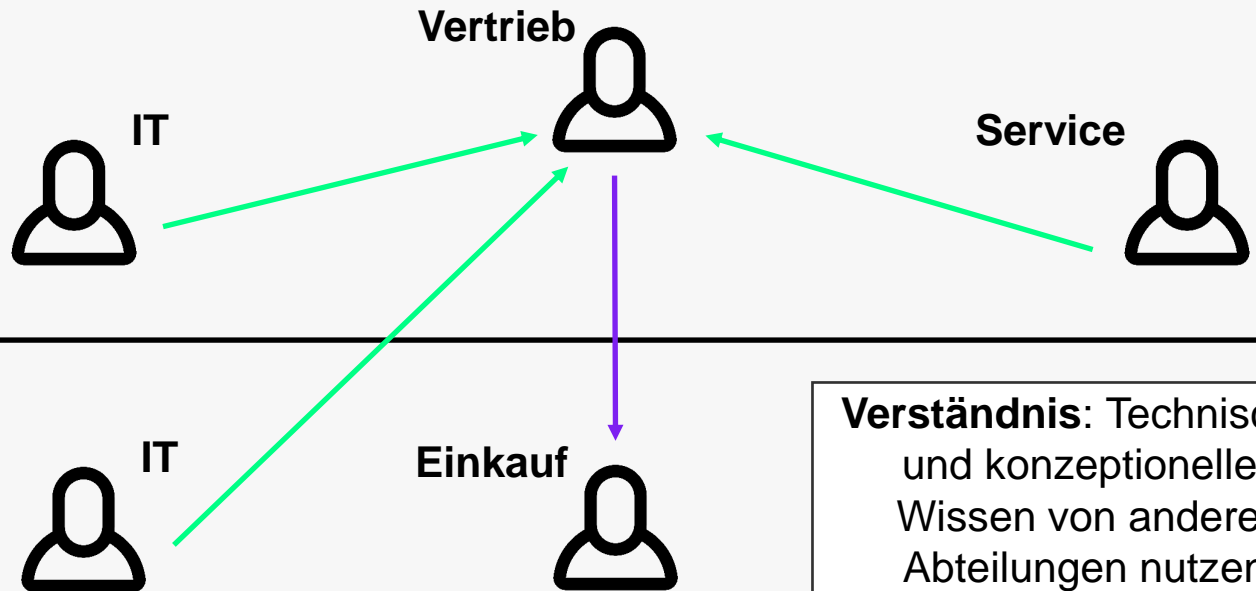


Einkauf

Das „richtige Problem“ ist für den Vertrieb schwer zu identifizieren.

Zudem ist die IT plötzlich ein wichtiger Stakeholder in der Kaufentscheidung.

Erfolgsfaktoren



Erfolgsfaktor 2: IT und Kundenservice ins Boot holen. Kontakt zu Kunden-IT herstellen!

Ansätze für den Vertrieb von Smart Services und Aufbau von Ökosystemen

IT und Service integrieren

Beim Vertrieb von Smart Services ist die Unterstützung der Kunden-IT- und Serviceabteilungen entscheidend.

Lösungen verkaufen

Statt Produkten werden clevere Lösungen mit dem Kunden erarbeitet und an ihn verkauft. Die Smart Services sind nur Mittel zum Zweck der Lösung.

Die richtige Methodik anwenden

Es eignen sich neue Methoden wie Design Thinking, Prototyping und MVP-Entwicklung besonders gut.

Ökosystem aufbauen

Das volle Umsatzpotenzial von Smart Services wird in digitalen Ökosystemen freigesetzt.

Ansätze für den Vertrieb von Smart Services und Aufbau von Ökosystemen

Ressourcen und Schnittstellen

- **Digitale Touchpoints:** Der Vertrieb von Smart Services wird digital unterstützt, um Services zu demonstrieren und bspw. Upgrades zu vertreiben
- **Integration:** Die Vertriebsabteilung besitzt nützliche Schnittstellen zu IT und Service
- **Neue Segmentierung:** Die digitale Reife des Kundenunternehmens ist entscheidend bei der Wahl des Vorgehensmodells

Co-Creation und Lösungsvertrieb

- **Bedarfsgerechtigkeit:** Smart Services werden mit dem Kunden und anderen Stakeholdern im Ökosystem gemeinsam entwickelt, oder bei bestehenden Smart Services gemeinsam weiterentwickelt. Die Schwierigkeit der Kalkulation wird dadurch aufgelöst.
- **Lösungsvertrieb:** Im Vertrieb von Smart Services hat es sich bewährt, stärker aus der Kundenperspektive zu denken und gemeinsame Lösungen zu finden, die erst im späteren Verlauf auf Produkte bezogen werden
- **Methodenbaukasten:** Spezifische Methoden wie MVP-Entwicklung, Prototyping und Design Thinking sind besonders geeignet für die Unterstützung von Bedarfsgerechtigkeit und Lösungsvertrieb

Key Learnings - Zusammenfassung:

- **Digitale Produkte und Plattformmodelle sind die erfolgreichsten Geschäftsmodelle der Gegenwart und es wird erwartet, dass sie auch die produzierende Industrie dominieren werden**
- **Erfolgreich ist Vertrieb und Entwicklung von Smart Services dann, wenn kundenzentriert, iterativ und methodisch vorgegangen wird**
- **Es besteht hohe Flexibilität und Potenzial in korrekter Monetarisierung und Pricing für Smart Services und digitale Produkte**
- **Im Vorgehen sind Co-Creation, Agilität, und ein Baukasten von bewährten Methoden wie MVP und Design Thinking die entscheidenden Erfolgsfaktoren**



Going further.

BE BOLD. EXPLORE.

Vielen Dank!

Andreas Jamm

CEO

BOLDLY GO INDUSTRIES / Schwedler-Straße 6 / 60314 Frankfurt a. M.

T +49 69 244 5002-0 / F +49 69 244 5002-60

andreas.jamm@boldlygo.de

www.boldlygo.de