

Willkommen!

Business Case Light

Montag, 18. Mai 2026
mit Dominique Winter





Business Case Light

Ein interaktives Live-Event

Wer ist eigentlich heute alles
hier im Raum?



Eure Gastgeber:



Die
Produktwerker



Tim
[LinkedIn](#)



Dominique
[LinkedIn](#)

Theresia

[Matthias](#)

Sonja

Ronny

Mira 

[Dorothee](#)

[Carolyn
Tietze](#)

Carmen aka
Melody

Mayra

Alexander
<https://www.linkedin.com/in/alexander-quast/>

[Sabine](#)

[Achim](#)

[Axel](#)

Martin

Hanno 

[Karsten](#)

[Christian](#)

[Heike](#)

Davit Kalish 
Mulugeta

[Christian R.](#)

Tanja

[Helmar](#)

Edgar Kogel
<https://www.linkedin.com/in/edgar-kogel/>

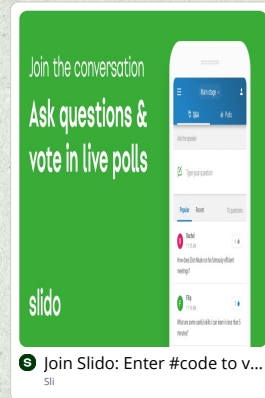
[Martin Z.](#)

[Mandy](#)

Felix
<https://www.linkedin.com/in/felix-hoffmann-5bb120244>

Unsere Agenda

- **Intro & Technik-Check** (~5min)
- **Kennenlernen** (~10min)
- **Input** (~20min)
- **Gruppenarbeit & Reflexion** (~60min)
- **Zeit für Eure Fragen** (~15min)



Impromptu Networking

- Eine Runde in 4er Gruppen (8 Minuten)
- Lernt Euch kennen - vernetzt Euch ;)

Leitfrage:

„Warum bist du heute hier?“

Neugier

Warum bist du heute hier?

ich muss
Investitionsop-
tionen
verargumenti-
eren

Neugier

Passt gut
zur
zukünftigen
Rolle als PO

Empfehlung
von
Kollegen

Austausch von
Erfahrungen
neue
Perspektiven

Business
Case für
größere
Epics

was
heißt
light

schnell
Themen
vergleichen
können

Business Case
realistisch und
häufiger machen.
(Zeitdruck, hoher
Aufwand, dann
macht man es doch
nicht in der Praxis)

Neue Features
oder Epics :

Lohn sich das,
wollen wir das
machen?

Dude's Law
Value = $\frac{\text{Why?}}{\text{How?}}$
— David Hussman

Inspirationen für:
Wie kann ich
andere von UX
Themen über
Business Cases
begeistern?

Cases
besser
machen

PO als Agile Coach
unterstützen Themen ggü.
Management zu verteidigen /
für Budget zu werben.

Als Prozessmanagerin
frisch in der neuen Rolle
lernen, wie man
Wirtschaftlichkeit und ggf.
andere Aspekte vergleicht,
um den
vielversprechendsten
Prozess zur nächsten
Umsetzung auszuwählen

Immer offen
etwas neues zu
lernen und einen
neuen
Lernblickwinkel
einzunehmen

Produktsicht
innerhalb eines
Business Case
im Konzern
abbilden

Großer Fan der
Produktwerker
und ihrer
spannenden
Sessions

ich bin so ein
krasser Fan der
Produktwerker



als agile Coach
bin ich quasi 'by
nature'
neugierig auf
den ROI

Bisher betrachten
wir bei neuen
Initiativen/Features
den Business Case
nur recht grob,
wenn überhaupt

Formate von den
Produktwerkern
sind immer
spannend

Business Case
im
Unternehmen
besser
platzieren.

Als IT-Trainer möchte
ich die PO-Rolle besser
verstehen und mich in
sie hineinversetzen.

als Produkt-
Mensch :-)
Produkt-
Delivery KH
erweitern

Übungsübersicht

Gruppe 1

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 2

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 3

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 4

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 5

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 6

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Gruppe 7

Übung 1



Übung 2



Übung 3



Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

Welches Problem oder ungenutztes Potenzial adressieren wir?

Geblockte Zeit der Recruiter, die nicht genutzt wird

"Teure" Arbeitsstunde/Meetingraum der nicht genutzt werden kann

Zusätzlicher Aufwand für neue Terminfindung

Mögliches Potenzial späterer Termine wird verhindert

Frustration auf beiden Seiten

Für wen ist das Problem relevant?

Recruiter (des Unternehmens)

Alle Gesprächsteilnehmer

Bewerber

Plattformbetreiber

Wodurch entsteht Nutzerwert?

Erhöht Planbarkeit

Professionelles Auftreten der Recruiting-Plattform

Convenience

Einfachheit durch gegebene Strukturierung

Anpassung an persönliche Präferenz: UX Optimierung (Erinnerung per Messenger anstatt E-Mail, weil das weniger untergeht)

Angemessener und sinnvoller Zeitpunkt der Erinnerung

Wodurch entsteht Unternehmenswert?

Personen kommen in spätere Gesprächsrunden

Erhöhte Nutzerzahlen

Provision

Erfolgsschnitt steigt

Effizienzsteigerung der Arbeitszeit der Recruiter

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.

einmalige Investition

5.000€

Entwicklungsaufwand
inkl. Design:
Erinnerung per E-Mail
und SMS inkl. Button
inkl. Verschiebung
(SPT bei externer
Agentur)

+

500€

Werbung
für das
Feature

monatliche Bruttoeffekt

7000€

20 Gespräche mehr,
davon 10 die zu einem
Vertrag geführt
haben (im Schnitt
200€ für nur das
Gespräch und 500€ für
erfolgreich)

laufenden Kosten

500€/Monat

erhöhtes
Hosting und
externe
Dienste inkl.
Wartung

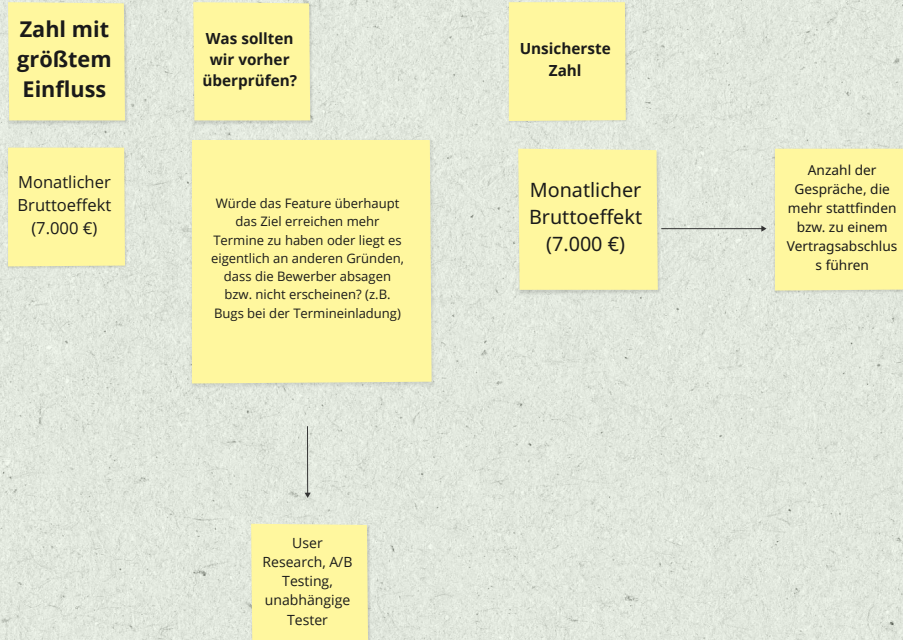
monatliche Nettoeffekt

6500€

Amortisationsdauer

0,76
Monate

Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.



Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

Welches Problem oder ungenutzte Potenzial adressieren wir?

no show rate reduzieren

Termine an zuverlässige Bewerber

Termin verschiebbar machen

Kein Blocken interner Mitarbeiter

Best Fit: Bester Bewerber findet den besten Termin

Für wen ist das Problem relevant?

HR

Fachbereich

Bewerber

Agenten

Teams (die auf ein neues Teammitglied warten)

Wodurch entsteht Nutzerwert?

Zeitoptimierung

Planbarer Arbeitstag für Interviewer

Bewerber fühlt sich auf dem Laufenden gehalten und wertgeschätzt

Zeitoptimierung bei Terminverschiebung

Wodurch entsteht Unternehmenswert?

Effizienter Bewerbungsprozess ggü Wettbewerb

Erhöhung des Bekanntheitsgrad bei Bewerbenden

Vendor-Lock-In

ggf. USP gegenüber anderen Plattformen

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.

einmalige Investition

50 PT a
500 €

Entwicklung,
Design,
Contenterstellung,
Test,
Rollout, RE

+ Termine
Verschieben

monatliche Bruttoeffekt

10.000

Provision pro
erfolgreiche
Vermittlung

laufenden Kosten

1PT 500€
Wartung +
3000€ alles
andere

Wartung,
Mailing-Server,
Lizenzen, SMS-
Gateway +
Vertrag

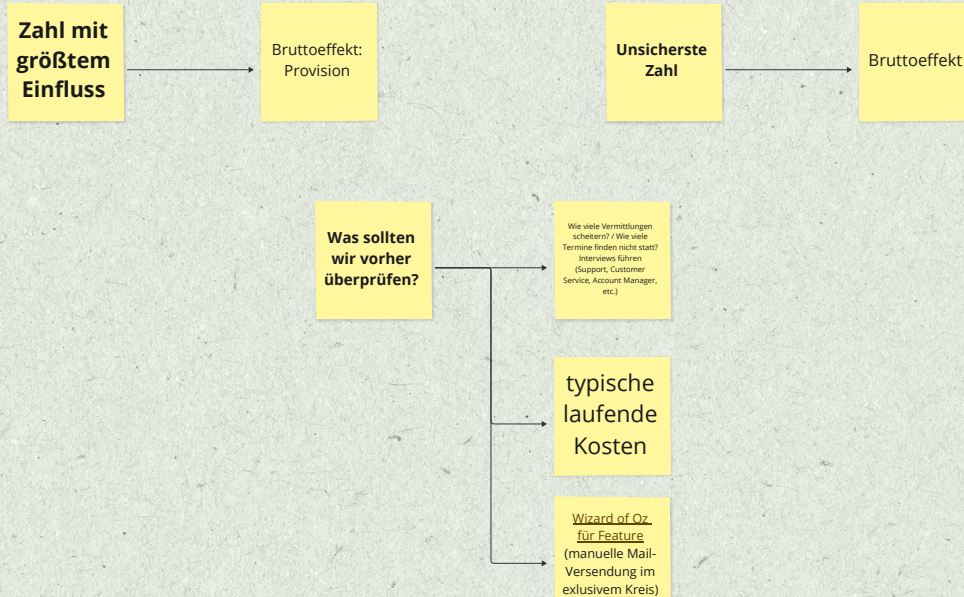
monatliche Nettoeffekt

6500,-

Amortisationsdauer

4
Monate

Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.



Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

Welches Problem oder ungenutzte Potenzial adressieren wir?

Verlorene/
verschwendete
Zeit von
Recruiter/innen

Verlust von
potenziell guten
Bewerber*innen

Bewerber:
Besserer
Überblick
über laufende
Prozesse

Wie hoch ist no-
show Rate
überhaupt?

Für wen ist das Problem relevant?

Recruiter

Bewerber

Mitarbeiter des
Unternehmen, die
auch in teilnehmen
(Hiring
Manager:in,
Kolleg:innen)

Wodurch entsteht Nutzerwert?

schnelleren
Time-to-
Hire

Prozess
geschwi-
ndigkeit

Zeitersparnis, da
Termine
rechtzeitig
abgesagt oder
verschoben
werden

Frustration
sinkt (Recruiter
wg nicht
erscheinenden
Bewerbern)

Automatisierung
von Erinnerungen

Wodurch entsteht Unternehmenswert?

schwaches
Feature

Basis
Feature

Churn-Rate
reduzieren?

Wie hoch ist no-
show Rate
überhaupt?

Zieht Nutzer
in Upgrade zu
"Automatisier-
ungs Variante"

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.

einmalige Investition

Annahmen:

5 Menschen
(Dev+UI+PO,
intern)

2 Sprints
a 2
Wochen

100
Personentage
(PT)

- 50.000
€

monatliche Bruttoeffekt

+1000
Upgrade im
Vergleich zur
vorherigen Edition
→ 1/10 da eins von
10 Autom. Features
→ 100€

2000
Kunden -
5% upgrade
wachstum

100
Upsell-
Kunden

Annahme: Im
ersten Jahr
kaufen 5% die
Automatisier-
ungs-Version.
Von 200 auf
400 der
Gesamtkunden.

Normale
Version: 1000
Euro pro
Unternehmen
(ohne Limits)

Zieht Nutzer
in Upgrade zu
"Automatisier-
ungs Variante"

ein von 10
Automatisi-
erungs-
Features

+
10.000€

laufenden Kosten

SMS-
Provider -
1000€ (im
Monat)

100€/
Monat E-
Mail
Provider

monatliche Nettoeffekt

10.000-1.100€
= 8900€

Amortisationsdauer

5,6
Monate

Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.

**Zahl mit
größtem
Einfluss**

Ressourcen
(Sprint
Schätzung)

Wie viele
Kund*innen
wählen das
Upgrade ->
Fake Door Test

**Was sollten
wir vorher
überprüfen?**

Test: SMS
Feature
benötigt

Laufende
Kosten
d.Provider

**Unsicherste
Zahl**

Wie viele
Kund*innen
wählen das
Upgrade ->
Fake Door Test

Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

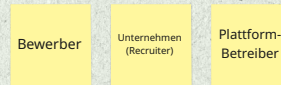
Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

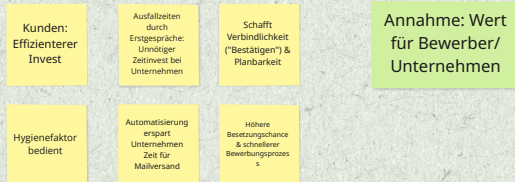
Welches Problem oder ungenutzte Potenzial adressieren wir?



Für wen ist das Problem relevant?



Wodurch entsteht Nutzerwert?



Wodurch entsteht Unternehmenswert?



Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.

einmalige Investition

Team: 10 (5 intern/ 5 extern)

Kosten pro Tag:
7500
(5*500+5*1000)

2 Wochen =
10 Teamtage

75.000€

monatliche Bruttoeffekt

Zusätzlicher Umsatz aus Premiumabos: 10.000 mtl.

+100 Neukunden durch Differenzierung (+5.000 mtl.)

Zusätzlicher Umsatz aus erhöhter Conversionrate: 20.000 mtl.

35.000€

laufenden Kosten

Mail- & SMS-Versand: 200 mtl.

Service & Support: 1PT mtl. = 1.000€

1.200€

monatliche Nettoeffekt

33.800 mtl.

Amortisationsdauer

~2,22
Monate

Begriffe der Amortisationsrechnung

- Die **einmalige Investition** beschreibt die Kosten, die entstehen, bevor das Feature genutzt werden kann, etwa für Konzeption, Design, Entwicklung, Test und Einführung.
- Der **monatliche Bruttoeffekt** beschreibt den gesamten erwarteten wirtschaftlichen Nutzen pro Monat, bevor laufende Kosten abgezogen werden.
- Die **laufenden Kosten** sind wiederkehrende monatliche Aufwände, etwa für Betrieb, Wartung, Support oder externe Dienste.
- Der **monatliche Nettoeffekt** zeigt, welcher wirtschaftliche Nutzen nach Abzug der laufenden Kosten tatsächlich übrig bleibt.
- Die **Amortisationsdauer** beschreibt, nach welcher Zeit die einmalige Investition durch den monatlichen Nettoeffekt wieder eingespielt ist.

Einmalige Investition + monatlicher Nettoeffekt = Amortisationsdauer

Alle Kosten bezüglich der Umsetzung

Dauer in Monaten

Bruttoeffekt - Laufende Kosten

Direkter Effekt

Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.

**Zahl mit
größtem
Einfluss**

Zusätzlicher Umsatz
aus erhöhter
Conversionrate:
20.000 mtl.

**Unsicherste
Zahl**

Zusätzlicher Umsatz
aus Premiumabos:
10.000 mtl.

**Was sollten
wir vorher
überprüfen?**

Gibt es die Bereitschaft, für
das Feature ein Premium-
Abo abzuschließen? zB mit
A/B-Test

Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

Welches Problem oder ungenutzte Potenzial adressieren wir?

no-show
Quote
verringern

Für wen ist das Problem relevant?

Für die
buchenden
Unternehmen

Plattform
als
Anbieter

Bewerber:innen

Wodurch entsteht Nutzerwert?

Planungssicherheit für
buchende
Unternehmen

Unkomplizierte,
flexible
Rückmelde- /
Verschiebbarkeit

erlaubt Auswertungen
zu Erstgesprächen
(Verschiebung,
Absagen, etc.) =
Bewerber:innen
Feedback
Absagegründe

Wodurch entsteht Unternehmenswert?

Kundenzufriedenheit
→
Wiederbuchungsrate
durch erfolgreichen
Kontakt zwischen
Bewerberin und UN

Planungssicherheit

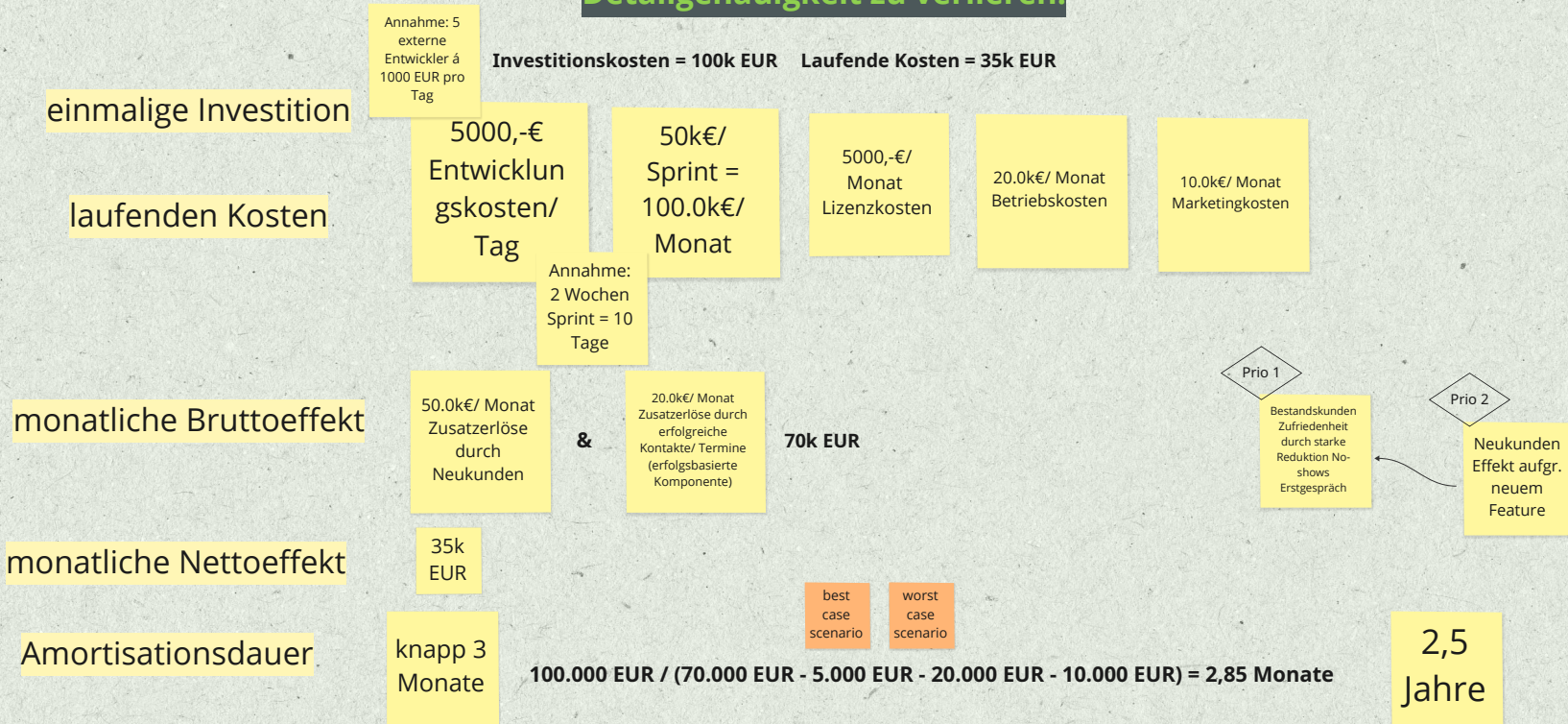
(erfolgreiche)
Kontaktquote

ermöglicht gut
organisierten u. so
positiven
Erstgespräch
Kontakt zw.
Unternehmen u.
Bewerber

Marketingwert
(wir als
Unternehmen
können uns
auch darstellen)

Vereinfachung
der
Erstgespräch
Organisation

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.



Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.



Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

Frage: Sind wir der Anbieter, oder das Unternehmen, dass die Plattform nutzt?

Annahme:
Wir sind der Anbieter der Plattform

korrekt
:-)

Welches Problem oder ungenutzte Potenzial adressieren wir?

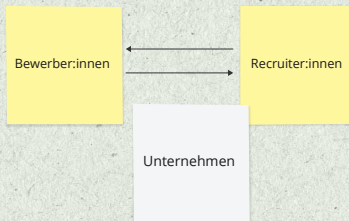
Bewerber nehmen nicht an dem Erstgespräch teil (Annahme 20% No show)

Bewerber Verbindlichkeit Motivation Wertschätzung

Entscheider Ressourcenallokation

HR/FK Ressourcenallokation Motivation MA Zufriedenheit

Für wen ist das Problem relevant?



Wodurch entsteht Nutzerwert?

Höhere Wertschätzung auf Unternehmen und Bewerberseite

Entscheider integrativer Workflow

API Schnittstelle für U-eigene Infrastruktur

Wodurch entsteht Unternehmenswert?

Höhere Effizienz im Bewerbungsverfahren

Mehr Kunden durch niedrigere No show Rates

Weniger Idle-Time bei HR

Reputation Referenzen Bewertungen

Wie verdienen wir als Plattform Geld?

1. Monatliche Grundgebühr
2. Provision pro vermittelten Bewerber (% von Recruitingkosten)

Erstellt eine erste wirtschaftliche Kalkulation, ohne euch in Detailgenauigkeit zu verlieren.

einmalige Investition

monatliche Bruttoeffekt

laufenden Kosten

monatliche Nettoeffekt

Amortisation:

1 Sprint a
10 Tage
mit 5 Dev

1000€ /
Tag

20% mehr
Vermittlung
5% Provision:
4.000€

350
Vermittlungen
pro Monat

70x4.000€
280.000€

Mailing
Anbieter (Brevo,
SendInblue etc.)

Cybersecurity

300€ /
Monat

200€ /
Monat

50.000 €
(einmalig)

280.000 €
(monatlich)

500€ /
Monat

275.000
€

1
Monat

Prüft, ob der Business Case tragfähig genug ist oder zuerst validiert werden muss.

**Zahl mit
größtem
Einfluss**

Abschlussrate
wirklich bei
20%

mehr
Vermittlungen
und höhere
Kundenzahl
erhöhen den
Umsatz

zu erwartende
Wartungskosten
für das neue
Feature

**Was sollten
wir vorher
überprüfen?**

Kosten wirklich
nur die
Developer Geld
beim neuen
Feature?

**Laufende
Kosten
genauer
überprüfen**

Schätzung, wie
lange der
Bruttoeffekt "hält"
(bis z.B.
Mitbewerber das
gleiche Feature
anbieten)

Weiterent-
wicklungen
können auch
laufende
Kosten erhöhen

**Unsicherste
Zahl**

"20% mehr
Vermittlungen"

Wettbewerbseffekte
können Kundenerfolg
reduzieren

Tolle
Vorbereitung

Gute Vorbereitung,
sehr abstrakter und
grob beschriebener
Case

Technik hat
super
funktioniert

Schöner Mix aus
Gruppenarbeit
und Input

Vielen Dank für euer Beispiel,
es war super gut investierte
Zeit. Die 2h sind wie im Flug
vergangen.

Interaktives
Board bzw.
Termin

super Format, danke
für die Inhalte &
interaktiven Sessions

DANKE

Vielen Dank, hat mich genau
da abgeholt, wo ich es aktuell
brauche. Gutes
Einstiegsniveau für das
Thema

Vielen Dank für die sehr
gute Moderation und die
durchdachte Übung. Ich
bin gerne wieder dabei.

Tolles Webinar, in
Übung 2 wären 5
minuten mehr auch
gut gewesen :)

**Wir freuen uns über Euer Feedback
zum Live-Event
"Business Case Light"**

gut organisiert, mit
Interaktiven Gruppen-
Arbeit (hands-on) find
ich super Format

wie immer, mega
vorbereitet und mit
praktischem Nutzen

Gruppenarbeit
liefert neue
Perspektiven

schöne Mischung aus selbst
ausprobieren, über
Entscheidungen im eigenen
Unternehmen reflektieren
und Theorie

Viele gute Inputs!
17 -19 Uhr finde
ich besser

Schönes, sehr
interaktives
Format

Sehr kurzweiliges
Format, hat mir
sehr gut gefallen

Mit den gleichen Personen beim
Kennenlernen und in den
Arbeitsgruppen zu sein, würde
helfen, den Background/die
Perspektiven der anderen schneller
zu verstehen

Wieder super
organisiert

Gerne wieder
um 16:30 Uhr
starten

Wieder einmal sehr informativ und
viel gelernt durch das selbst
durchgehen des Fallbeispiels.

Vielen Dank!

heute etwas wenig Theorie

~~Sample BC Light~~
Zusammenstellung wäre toll
(da war ich zu früh :-))

"Was du in diesem Event lernst" hat (aus
meiner Sicht) höhere Erwartungen
geweckt, als das was wir heute
besprochen haben. Wir hätten gerne
tiefer in die Themen gehen können
(aber dafür ist die Zeit natürlich auch zu
knapp)

Lernt euch in den Gruppen
kennen. Klärt auch, warum ihr
heute hier seid.

Bitte dokumentiert den Grund auf dem Miro-Board.

Einführung

WARUM SOLLTEN WIR ÜBER BUSINESS CASES SPRECHEN?

Viele Produktideen klingen fachlich sinnvoll.



Spätestens bei Priorisierung, Budget oder Fokus entsteht die Frage nach Wirtschaftlichkeit.



Ein Business Case Light hilft, Nutzen, Aufwand, Annahmen und Entscheidung früh sichtbar zu machen.



1. Wertlogik

Wodurch entsteht wirtschaftlicher Wert?

2. Kalkulation

Wann amortisiert sich das Vorhaben ungefähr?

3. Entscheidung

Was tun wir als Nächstes?



Ein **Business Case Light** macht **sichtbar**, ob ein **Feature** sich unter **nachvollziehbaren Annahmen** in einem **akzeptablen Zeitraum** **amortisieren** kann.



Beispiel

CASE STUDY

Feature: Automatische Interview-Erinnerungen für eine Recruiting-Plattform

Eine Plattform vermittelt Bewerber:innen an Unternehmen. Viele gebuchte Erstgespräche finden nicht statt, weil Bewerber:innen Termine vergessen oder kurzfristig absagen.

Das Feature sendet automatisierte Erinnerungen per E-Mail und SMS, inklusive Bestätigungsbutton und einfacher Terminverschiebung.



Übungen

WIRTSCHAFTLICHE HEBEL



1. Welches **Problem** oder ungenutzte **Potenzial** adressieren wir?
2. Für **wen** ist das Problem **relevant**?
3. Wodurch entsteht **Nutzerwert**?
4. Wodurch entsteht **Unternehmenswert**?

Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat das Feature?

z. B. Upselling, Aufwandsreduktion oder Conversion

Beispiel

Automatische Interview-Erinnerungen **reduzieren die No-Shows, senken** dadurch den **Recruiting-Aufwand** und machen dadurch **Upgrades** sowie **Kundenbindung wahrscheinlicher**.



Übungen

AMORTISATIONSRECHNUNG

Einmalige Investition ÷ monatlicher Nettoeffekt = Amortisationsdauer



Alle Kosten bezüglich
der Umsetzung



Dauer in Monaten

Bruttoeffekt – Laufende Kosten



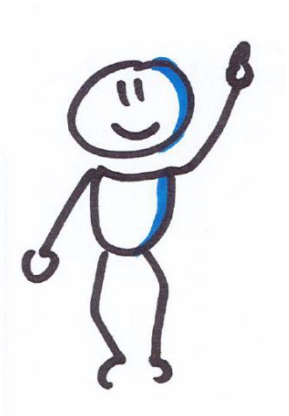
Direkter Effekt

Tipp

Zur Berechnung der Entwicklungskosten kann im Zweifelsfall mit einer einfachen Annäherung gerechnet werden



500 € pro Tag bei internen
Mitarbeitenden und 1.000 € pro Tag bei
externen Dienstleistenden



Begriffe der Amortisationsrechnung

- Die **einmalige Investition** beschreibt die Kosten, die entstehen, bevor das Feature genutzt werden kann, etwa für Konzeption, Design, Entwicklung, Test und Einführung.
- Der **monatliche Bruttoeffekt** beschreibt den gesamten erwarteten wirtschaftlichen Nutzen pro Monat, bevor laufende Kosten abgezogen werden.
- Die **laufenden Kosten** sind wiederkehrende monatliche Aufwände, etwa für Betrieb, Wartung, Support oder externe Dienste.
- Der **monatliche Nettoeffekt** zeigt, welcher wirtschaftliche Nutzen nach Abzug der laufenden Kosten tatsächlich übrig bleibt.
- Die **Amortisationsdauer** beschreibt, nach welcher Zeit die einmalige Investition durch den monatlichen Nettoeffekt wieder eingespielt ist.



Erstellt eine erste wirtschaftliche
Kalkulation, ohne euch in
Detailgenauigkeit zu verlieren.

Redet miteinander und dokumentiert auf dem Miro-Board.

Einmalige Investition: 36.000 €

Monatlicher Bruttoeffekt:

4.500 € Upgrades +

1.000 € Supporteinsparung +

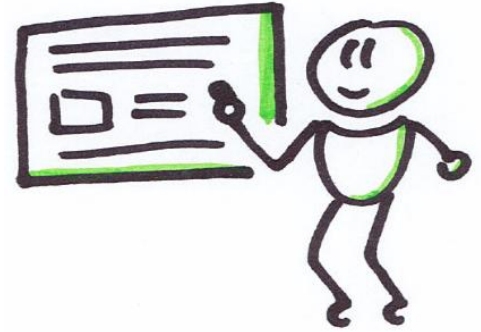
3.000 € vermiedener Churn = 8.500 €

Monatlicher Nettoeffekt:

8.500 € Bruttoeffekt - 2.000 € laufende Kosten = 6.500 €

Amortisationsdauer:

36.000 € / 6.500 € = 5,5 Monate

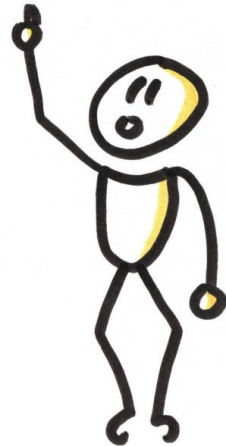


Zahl mit größtem Einfluss

Upgrade-Umsatz und Churn-Reduktion, weil sie den größten Anteil am monatlichen Effekt ausmachen.

Unsicherste Zahl

Vermiedener Churn, weil schwer nachzuweisen ist, ob Kund:innen tatsächlich wegen dieses Features bleiben.



Übungen

REFLEXION

Was sind die **kritischsten** und was
die **unsichersten Annahmen**?



Prüft, ob der Business Case
tragfähig genug ist oder zuerst
validiert werden muss.

Redet miteinander und dokumentiert auf dem Miro-Board.

Kritischste Annahme

Das Feature reduziert tatsächlich die Zahl nicht stattfindender Erstgespräche und wird von Unternehmenskund:innen als relevanter Mehrwert wahrgenommen.

Unsicherste Annahme

Dass Unternehmen wegen dieses Features in ein höheres Paket wechseln oder weniger häufig kündigen.



Wir bauen **drei verschiedene Szenarien**
auf, um zu **entscheiden**, wie wir weiter
machen.

	Konservativ Nur geringer Upgrade-Effekt, kaum messbarer Churn-Effekt.	Realistisch Moderater Upgrade-Effekt, etwas weniger Churn, weniger Support.	Optimistisch Starker Upgrade-Effekt, deutliche Churn-Reduktion, hoher wahrgenommener Nutzen.
Monatlicher Bruttoeffekt	3.000 €	8.500 €	14.000 €
Laufende Kosten	2.000 €	2.000 €	2.500 €
Nettoeffekt	1.000 €	6.500 €	11.500 €
Amortisation	36 Monate	5,5 Monate	3,1 Monate

Auch beim Einsatz der **3-Punkt-Schätzung** sollte man bereit sein das Feature zu entwickeln.

Bester Fall + 4 x wahrscheinlicher Fall + Schlechterer Fall

6

$$\frac{3,1 + 4 \times 5,5 + 36}{6} = 10,18 \text{ Monate}$$



Nächster Validierungsschritt

Kein vollständiger Bau. Zuerst ein Pilot mit 20 Unternehmenskund:innen über vier Wochen. Die Erinnerungen werden zunächst nur per E-Mail umgesetzt, um Kosten und technische Komplexität niedrig zu halten.



Zu messende Signale

- Veränderung der No-Show-Rate
- Anzahl bestätigter oder verschobener Termine
- wahrgenommener Nutzen durch Recruiter:innen
- Bereitschaft, das Feature als Teil eines höheren Pakets zu bezahlen
- Veränderung von Supportanfragen zu Terminproblemen



Abschluss

SCHLUSSGEDANKEN

1. Ein **Business Case Light** ist **keine exakte Vorhersage**, sondern eine strukturierte Entscheidungshilfe.
2. Er hilft uns, **früh sichtbar** zu machen, wodurch **wirtschaftlicher Wert** entstehen könnte, welche **Annahmen kritisch** sind und was als Nächstes validiert werden sollte.
3. Gerade bei unsicheren Produktideen ist **nicht die perfekte Kalkulation** entscheidend, sondern ein **gemeinsames Verständnis** über Nutzen, Aufwand, Risiken und nächste Lernschritte.
4. So wird aus einer Idee keine Bauchentscheidung, sondern **eine überprüfbare Hypothese**.



Gemeinsam können wir so viel mehr
erreichen. Lasst uns also voneinander
und miteinander lernen.



Tauscht euch auch gerne
nach diesem Event
miteinander aus. :)



*Lasst uns gerne in Kontakt
treten! :)*

