



Teilnahmebedingungen und Programminformationen tu.CREATE x Miele

1.1 Geltungsbereich

Diese Teilnahmebedingungen gelten für jegliche Art der Durchführung des tu.CREATE x Miele Programms. Bei Vertragsabschluss erklärst Du dich mit den Teilnahmebedingungen einverstanden.

1.2 Kurzbeschreibung

tu.CREATE x Miele ist ein gemeinsames Programm der TU concept und Miele. Das Programm verfolgt das Ziel, Teilnehmenden praxisnahe Einblicke in Entrepreneurship-Methoden und das Innovationsmanagement zu bieten. In einem Zeitraum von acht Wochen validieren Teams von Miele vorgegebene Themen aus dem Nachhaltigkeitskontext auf Feasibility, Desirability und Viability und entwickeln erste Geschäftsmodelle.

1.3 Zeiträume

Die Bewerbungsphase endet am 05.02.2023 um Mitternacht. Das tu.CREATE x Miele Programm startet am 27.02.2023 und endet am 30.04.2023. In der nachfolgenden Kalenderwoche 18 wird die Abschlussveranstaltung stattfinden. Der Termin wird rechtzeitig bekannt gegeben.

1.4 Ablauf des Projekts

Nach der Zulassung zu dem Programm und dem administrativen Part (Personalfragebogen, Vertragsunterzeichnung, etc.) erfolgt in dem Kick-off Event am 27.02.2023 die finale Ideenpräsentation durch Miele und die Teamzusammensetzung. Im Anschluss startet das Programm mit einer Bootcamp-Phase in der das methodische Handwerkszeug vermittelt wird. Wir empfehlen im Vorfeld die Durchsicht der folgenden Literatur: [Startup Owner's Manual](#) von Steve Blank.

Ab der ersten Woche arbeiten die Teams in Eigenregie und folgen dem vorgegebenen Leitfaden. Ein genauer inhaltlicher Ablaufplan ist auf Seite 2 dargestellt. Jede Woche gibt es mit Mentor*innen ein wöchentliches Feedbackgespräch zur Fortschrittsdokumentation. Am Celebration Day präsentieren die Teams ihre Ergebnisse gemessen an den Kriterien Feasibility, Desirability und Viability (ggf. Markt & Wettbewerb) vor einer Jury. Miele und die TU concept entscheiden auf Grundlage der Abschlusspräsentationen und gesammelten Datenlage, ob die Idee in die nächste Projektphase überführt wird.



| Kick-off | Bootcamp | | Idea Validation | |
|-------------------------------|---|---|---|---|
| Pre-Program | Markt | | VPC | |
| | Woche 1 | Woche 2 | Woche 3 | Woche 4 |
| Vorstellung Ideen | Bootcamp 1 Das Problembewusstsein Jobs to be done Konzept Buying Center Konzept Empathy Map der Persona Mom Test - Teil 1 | Bootcamp 2 Mom Test - Teil 2 Das Wertversprechen der Idee Hypothesenbasierte Validierung | Persona Mapping Identifizierung Kunden Pains/Gains | Kundenchannel Kundenbeziehung |
| Teamzusammenstellung | Marktgröße Analyse | Interviewplanung und Setup | Kundenproblem Interviews (>10 Interviews) | Kundenproblem Interviews (>10 Interviews) |
| Vorstellungen Concept Coaches | Wettbewerbsanalyse | Bestimmung Experimente & Pass/Fail Tests für Value Prop & Kunden Hypothesen | Weiterentwicklung Experimente & Pass/Fail Tests für Value Prop & Kundenversprechen | Bestimmung Experimente & Pass/Fail Tests für Kundenbeziehung Hypothesen |
| Vorstellung Notion | | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 1+2 Bewertung durch Concept Coaches Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 3 Bewertung durch Concept Coaches Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 4 Bewertung durch Concept Coaches Kontrolle der Ergebnisse auf Notion |

| Kundensegment + Business Model Validation | | | | |
|---|--|--|--|--|
| BMC | | | KPI | Celebration Day |
| Woche 5 | Woche 6 | Woche 7 | Woche 8 | Woche 9 |
| Schlüsselpartnerschaften BMC | Kostenstruktur Umsatzplanung | Kostenstruktur 3 Jahres Umsatzplanung | Customer Live Time Value Customer Acquisition Cost | Präsentation Lösungsansatz (High-fidelity MVP** zB. Landing Page, Application) |
| Kundenlösung Interviews (>10 Interviews) | Kundenlösung Interviews (>10 Interviews) | Kundenlösung Interviews (>10 Interviews) | Zusammenfassung wichtiger KPIs | Juryentscheid |
| Bestimmung Experimente & Pass/Fail Tests für Schlüsselpartnerschaften Hypothesen | Bestimmung Experimente & Pass/Fail Tests für Umsatzplan Hypothesen | Bestimmung Experimente & Pass/Fail Tests für 3 Jahres Umsatzplanung Hypothesen | Vorbereitung Abschlusspräsentation | |
| Team präsentiert: Low-fidelity MVP* Bewertung durch Concept Coaches | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 6 Bewertung durch Concept Coaches | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 7 Bewertung durch Concept Coaches | Team präsentiert: Ergebnisse Woche 8 Bewertung durch Concept Coaches | |
| Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | Kontrolle der Ergebnisse auf Notion | |

* Ein **low-fidelity MVP** liefert das Wertangebot mit geringer Genauigkeit. Es nimmt die Vorstellungskraft potentiellen Kunden stark in Anspruch. Darunter leidet die Qualität der Ergebnisse.
 ** Ein **high-fidelity MVP** liefert das Wertangebot mit hoher Genauigkeit. Die Vorstellungskraft potentieller Kunden wird kaum in Anspruch genommen. Die Qualität der Daten ist hoch, die Signale sind valider - gleichzeitig steigt der Ressourceneinsatz. Die Entwicklungsgeschwindigkeit nimmt ab.

1.5 Erwartungshaltung

Das Programm bringt viele Menschen über ihre Komfortzone hinaus. Wenn Du glaubst, dass die Rolle der Mentor*innen darin besteht, das Team in der Öffentlichkeit zu loben und unter vier Augen zu kritisieren, bist Du in dem Programm an der falschen Stelle.

Es ist nicht persönlich gemeint, aber es ist Teil des Programms, das Tempo, die Unsicherheit und den Druck eines Start-ups zu vermitteln. Acht Wochen sind nicht viel Zeit, um ein erstes Geschäftsmodell zu entwickeln. Im Gegenzug erwarten wir, dass Du uns und unseren Standpunkt in Frage stellst und einen echten Dialog mit dem Mentor*innen Team führst, wenn Du anderer Meinung bist.

Der Hauptteil der Zeit wird das Team damit verbringen Kund*inneninterviews zu führen. Wenn Du dir nicht die Zeit nehmen kannst oder gehemmt bist mit Kund*innen zu sprechen, ist dieser Kurs nichts für Dich. Von den Teams wird erwartet, dass sie ab Woche 3 mindestens 10 Interviews persönlich oder digital pro Woche durchführen, die sich auf den Schwerpunktbereich in der jeweiligen Woche (Kundenproblem bzw. Kundenlösung) konzentrieren. Spätestens ab der 5. Woche des Programms erwarten wir, dass mindestens 15 Interviews pro Woche durchgeführt werden, um schnell Kundensegmente und das Wertversprechen zu validieren.



Teams, die ein physisches Produkt bauen, müssen eine Kostenaufstellung und einen Prototyp vorlegen, bei dem es sich um ein grobes Mock-up handelt.

Teams, die ein Web-Produkt entwickeln, müssen eine Website erstellen, Nachfrage schaffen und erste Kund*innen gewinnen, die beides nutzen.

1.6 Ziele des Programms

tu.CREATE x Miele verfolgt das Ziel Ideen von Miele in einem agilen und schnellen Prozess zu validieren. Teilnehmende haben die Möglichkeit eng mit einem renommierten Unternehmen zusammenzuarbeiten und Start-up Methoden in einem realen Umfeld zu erlernen. Am Ende des Programms werden die besten Geschäftsmodelle, mit dem mittelfristigen Ziel daraus Start-ups zu gründen, ausgewählt.

1.7 Bewerbung

Insgesamt sind maximal 25 Plätze in dem Programm zu vergeben. Das bedeutet, dass die fünf Teams aus maximal fünf Teammitgliedern bestehen. Eine eingereichte Bewerbung bedeutet dementsprechend noch keine automatische Teilnahme am Programm.

1.8 Aufwand

Der wöchentliche Arbeitsaufwand der Teilnehmenden beläuft sich inklusive der Feedbackgespräche auf circa 15 Stunden.

2.1 Vergütung

Das Programm wird im Rahmen eines Praktikumsvertrages in Höhe von 600€ pro Monat vergütet. Kosten für projektbezogene Tätigkeiten sind mit der Vergütung abgegolten.

1.9 Haftung

Es gilt die Haftungsvereinbarung aus dem zu schließenden Praktikumsvertrag.

1.10 Verwendung Ergebnisse

Die Arbeitsergebnisse (Entwürfe, MVPs, etc.) der Teams verbleiben Eigentum des Auftraggebenden und dürfen ausschließlich in dem vertraglich festgehaltenen Rahmen verwendet werden.

2.0 Abbruch

Eine ordentliche Kündigung des Vertrages ist nicht vorgesehen, eine Kündigung aus wichtigem Grund (außerordentliche Kündigung) bleibt beiden Parteien vorbehalten.

2.2 Rechte und Pflichten

Die Teilnehmenden verpflichten sich, regelmäßig an den wöchentlichen Feedbackterminen teilzunehmen und entsprechende Arbeitsergebnisse vorzulegen.