

20.11.2025 - Technology Day

Mehr Wert, weniger Code

Warum
Nutzerbedürfnisse die
Architektur bestimmen
sollten

INNOQ



Aminata Sidibe
Principal Consultant

**„Wir entwickeln
Produkte und
Services für
Menschen“**

AMINATA SIDIBE

**Principal Consultant
INNOQ Deutschland GmbH**

Entwickelt seit vielen Jahren digitale Produkte.
Ihre Schwerpunkte liegen in User Experience, Team-
Zusammenarbeit und der Integration von KI in der
digitalen Produktentwicklung.





Herausforderungen für Unternehmen

Herausforderungen für Unternehmen

- Digitalisierung & Geschwindigkeit
 - Schnelle Veränderung am Markt, Komplexitäten steigen, ..
- Zusammenarbeit & Alignment
 - Fehlendes oder ungleiches Zielverständnis, viel Output, wenig Outcome,..
- Fachkräfte, Skills & Kultur
 - Neue Skills nötig, Wandel zur Lernkultur fällt vielen schwer,..
- Technische & organisatorische Schulden
 - Historisch gewachsene Systeme, Datensilos, Modernisierung,..

Herausforderungen für Unternehmen

- KI-Hype vs. Echter Mehrwert
 - Viele Initiativen ohne klare Ziele oder Datenbasis, ..
- Datenqualität & Integration
 - Zugängliche Daten?, Datensilos werden zu Innovationsbremsen, ..
- Neue Rollen, Skills & Verantwortungen
 - Fehlende Kompetenzen, Teams müssen Arbeitsweise neu denken,..

Herausforderungen für Unternehmen

- Komplexität & Geschwindigkeit beherrschen
- Zusammenarbeit & Zielausrichtung stärken
- Technologie & KI sinnvoll nutzen => Für echten Wert, nicht für Output

VALUE

VALUE

Und warum das wichtig ist

Ohio State University





**Architektur, basierend
auf Nutzerbedürfnissen**

**Wege wurden auf dieser
Basis gebaut.
Nicht umgekehrt**

**Sie haben damit echten
Mehrwert erzeugt**

**Für die Studenten, aber auch
für die Universität**



**Das selbe Material verwendet,
wie bei einer anderen Lösung**

In unserem Geschäft: das Gleiche

Mehrwert sollte an erster Stelle stehen

Meine These:
Wir modernisieren Strukturen,
nicht die gesamte Experience

Wir lieben Technologie

**Technologie sollte enablen
nicht im Lead sein**

DAS PRODUKT

Kurzer „Break“

Was ist ein Produkt

Was ist ein Produkt?

Treiber für Nutzen und Mehrwert.

Was macht ein gutes Produkt aus?

1. Löst ein echtes Problem

Was macht ein gutes Produkt aus?

2. Befriedigt ein Bedürfnis

Was macht ein gutes Produkt aus?

3. Holt den Nutzer in seinem Kontext ab

Was macht ein gutes Produkt aus?

4. Erreicht Geschäftsziele des Unternehmens

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

1. Löst kein Problem

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

2. Befriedigt kein Bedürfnis

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

3. Holt Nutzer in seinem Kontext nicht ab

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

4. Wird direkt als Lösungen gedacht

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

4. Wird direkt als Lösungen gedacht

Was macht ein schlechtes Produkt aus?

5. Erreicht Geschäftsziele nicht

**Gutes Produkt, schlechtes Produkt:
Entscheidung nicht subjektiv**







https://www.instagram.com/the_very_nature/



[Via boredpanda.com]



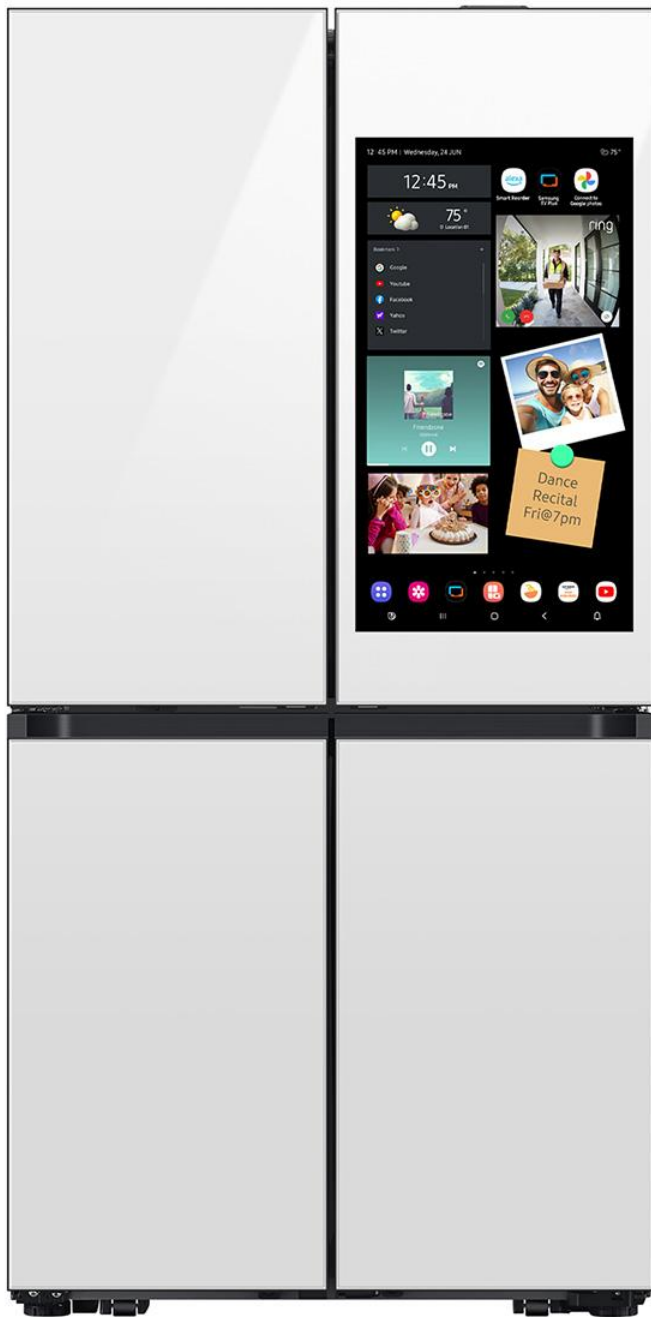




**Es gibt knapp 8 Millionen
behinderte Menschen in Deutschland**







**Gleiches gilt in der
digitalen Produktentwicklung**

Digitale Produktentwicklung

- Schlechte Informationsarchitekturen
- Accessibility nicht beachtet
- Design over function (UI!=UX)
- Features entwickeln, die keiner braucht
- Funktionen, die unlogisch/nutzlos sind
- Lösungen die keine sind
- AI einsetzen, um AI einzusetzen
- ..

Unser Ziel:

**Nicht einfach nur Dinge bauen,
sondern Mehrwert schaffen**

Aber

Erfolgreiche Produkte zu bauen ist nicht so einfach

Ein typisches Apple Produkt...



Ein typisches Google Produkt...

Ein typisches Enterprise-Produkt...

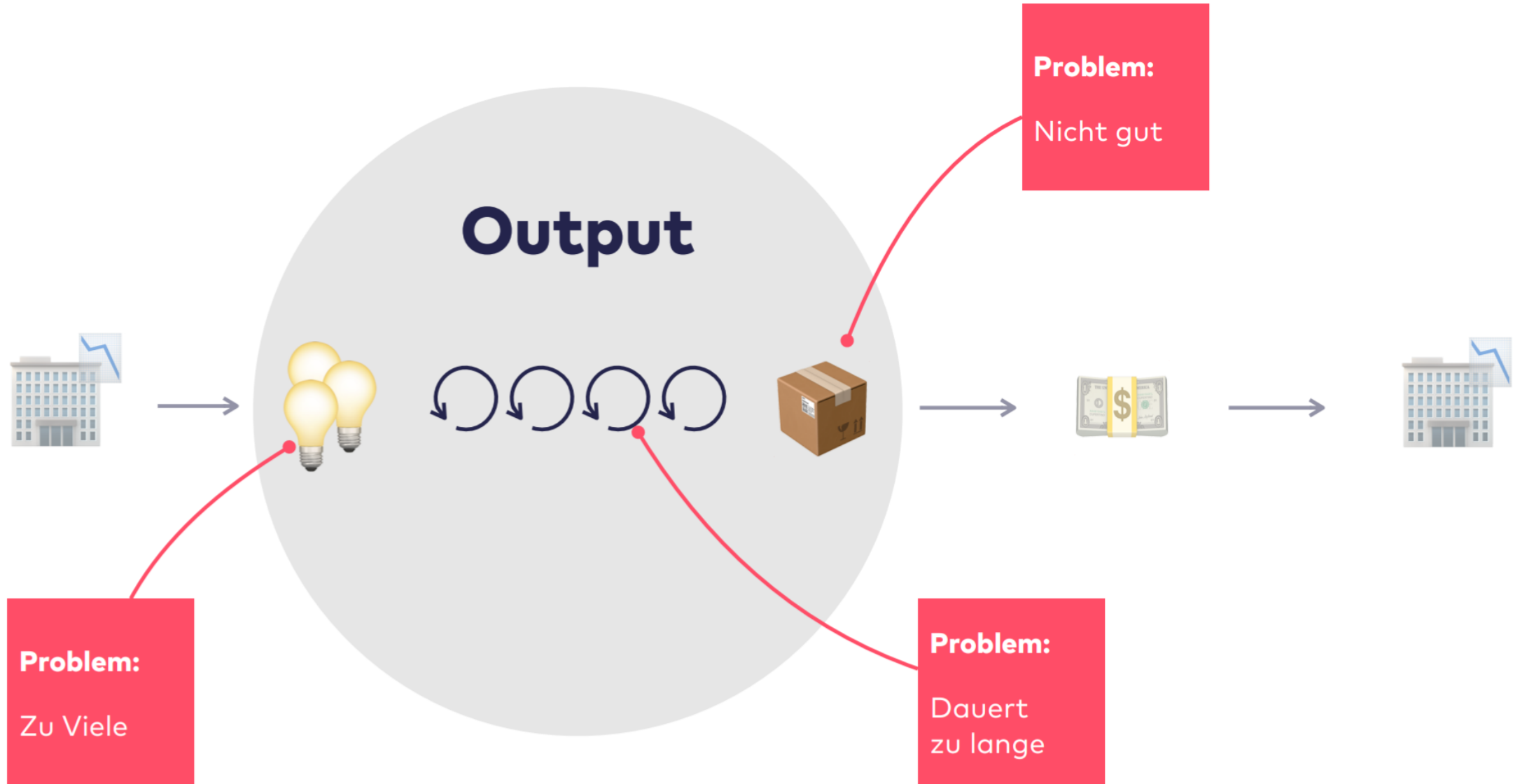
ANREDE		ORT/PLZ			ANFRAGE	
TITEL		ADRESSE				
VORNAME		HAUSNR.				KATEGORIE
NAME		GEB.DATUM				EMAIL
HANDY		TELEFON			NEWSLETTER JA ☐	NEIN ☒
PASSWORT		FAX			☒ AB UND ZU	

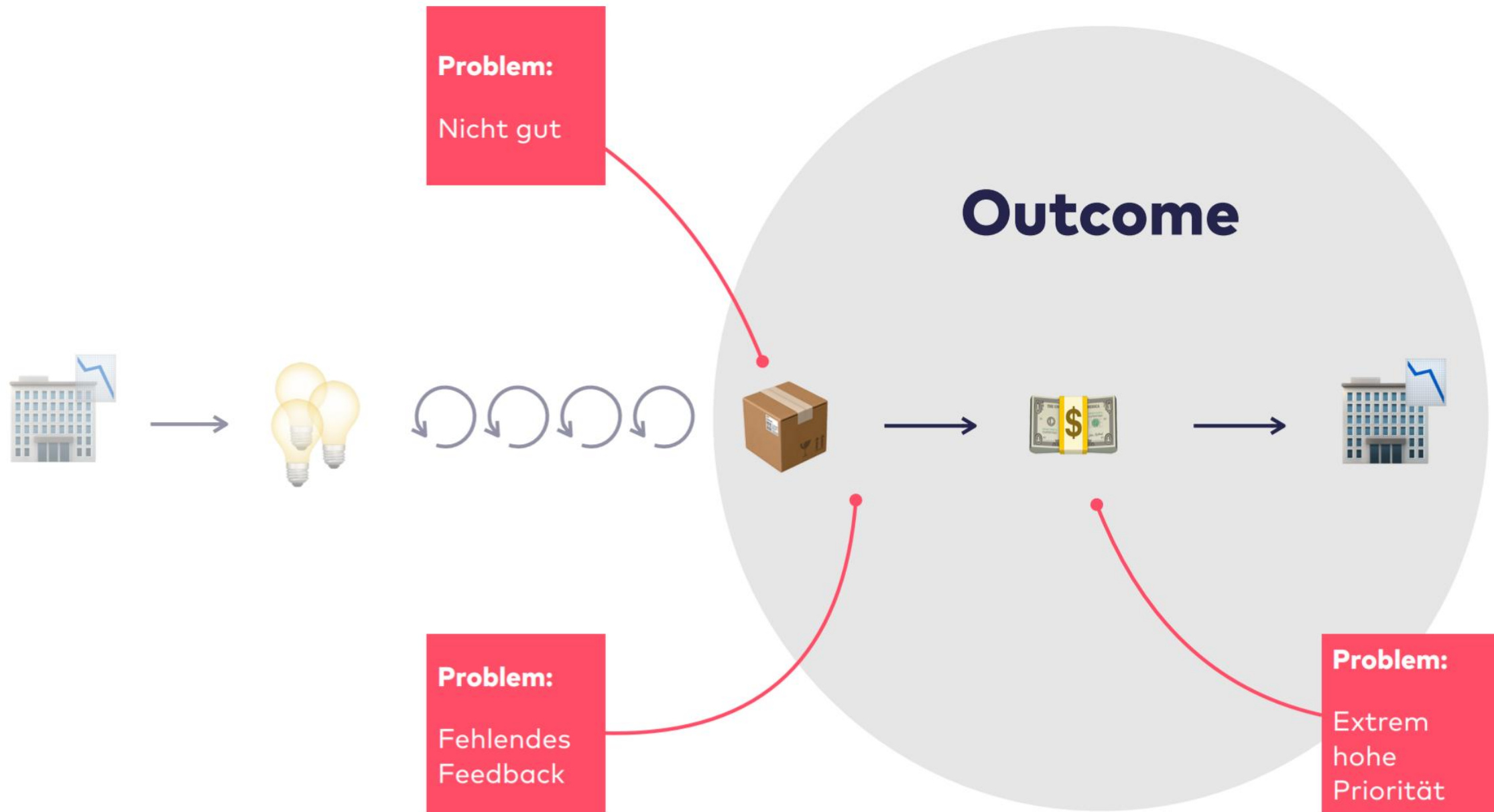
„Das perfekte digitale Produkt“



Die Realität







**Mehrwert generieren wir durch
den Fokus auf den Outcome**

Outcome



See it



Try it



Use it



Use it again



Say good things



Impact



Der „Build Trap“

Output (Feature Factory)

- Erfolg wird anhand von Outputs gemessen (Quantität).
Also viel bauen, anstatt weniger in gut und sinnvoll
- Fokus liegt darauf Features zu deployen. Bspw. Burn-down-Charts
- Der Mehrwert für den Nutzer geht dadurch automatisch verloren
- Technisch perfekte Neuentwicklungen erzeugen kein besseres Produkt



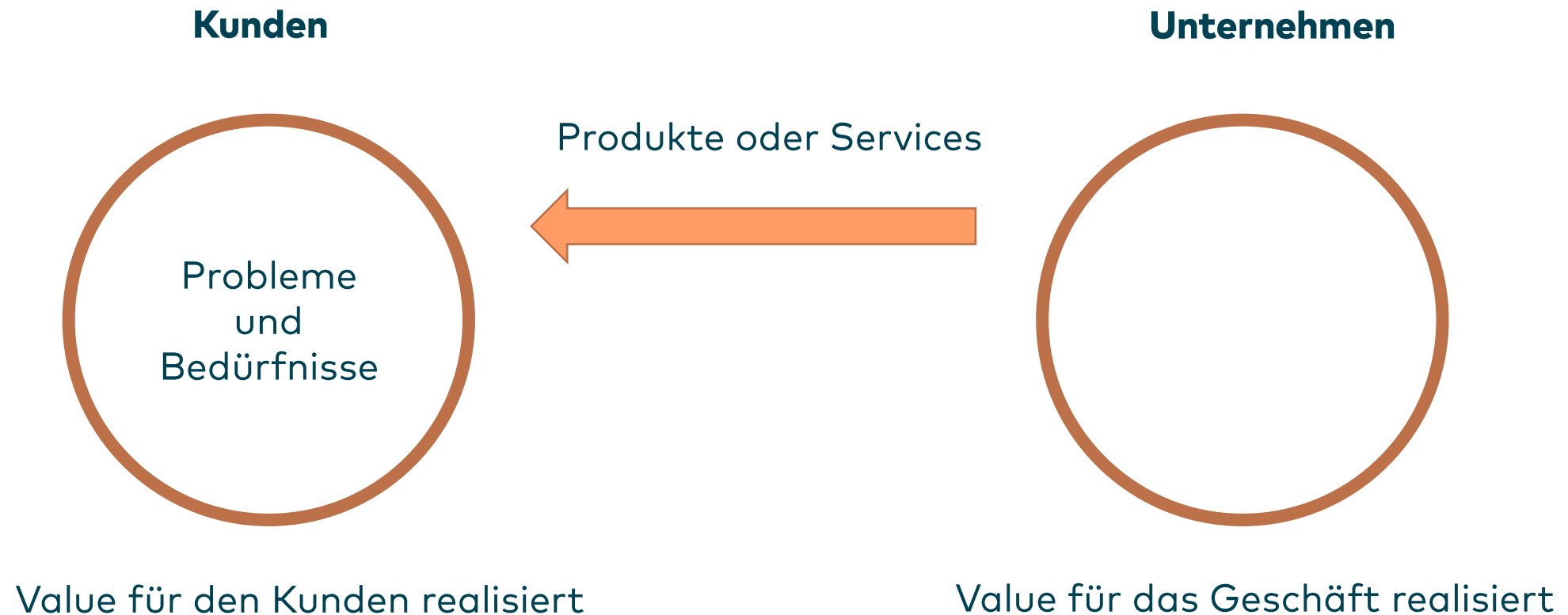
1400 UpM 1-6Kg A+++
WAK 64



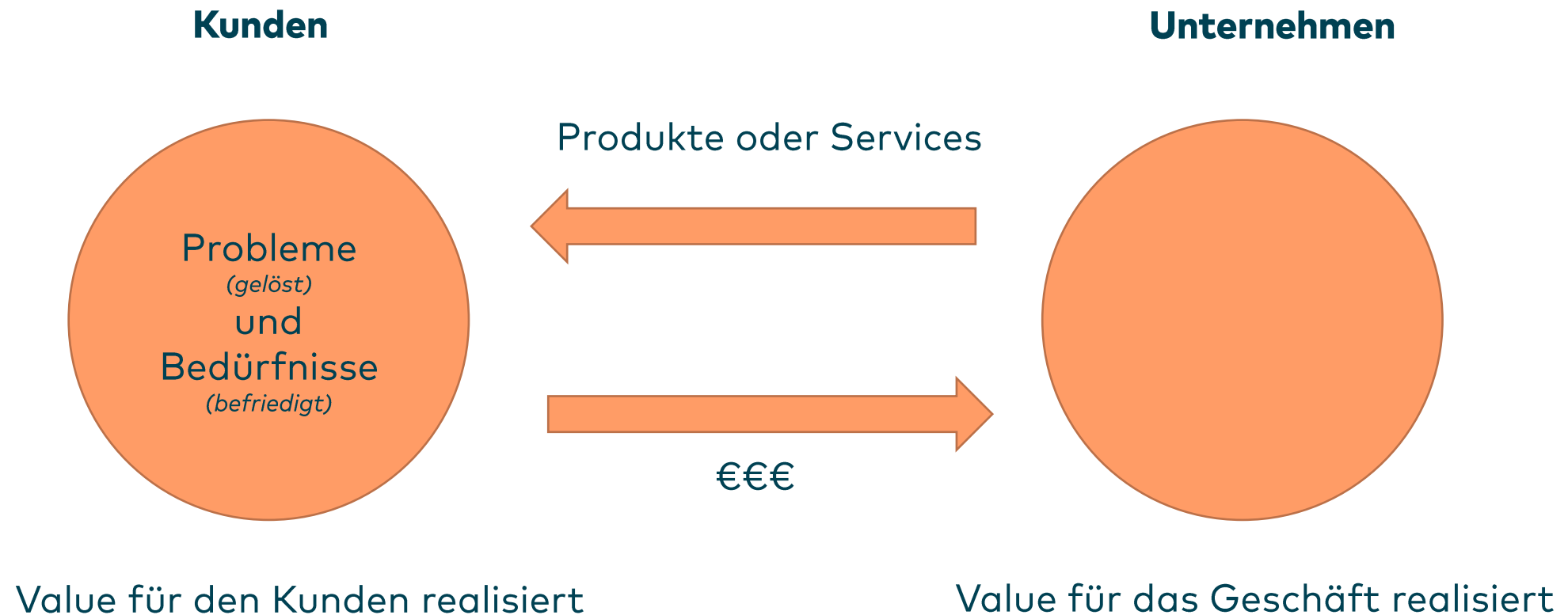
Unser Ziel:

**Nicht einfach nur Dinge bauen,
sondern Mehrwert schaffen**

Value Exchange System



Value Exchange System



**„Kunde ist König mit extremer
Handlungsgeschwindigkeit“**

WE DON'T NEED A RESEARCH



WE KNOW OUR CUSTOMER







<https://www.zdf.de/dokumentation/zdfinfo-doku/firmena-am-abgrund-das-foto-unternehmen-kodak-100.html>

Iterativer Prozess

Der Weg zu mehr Impact

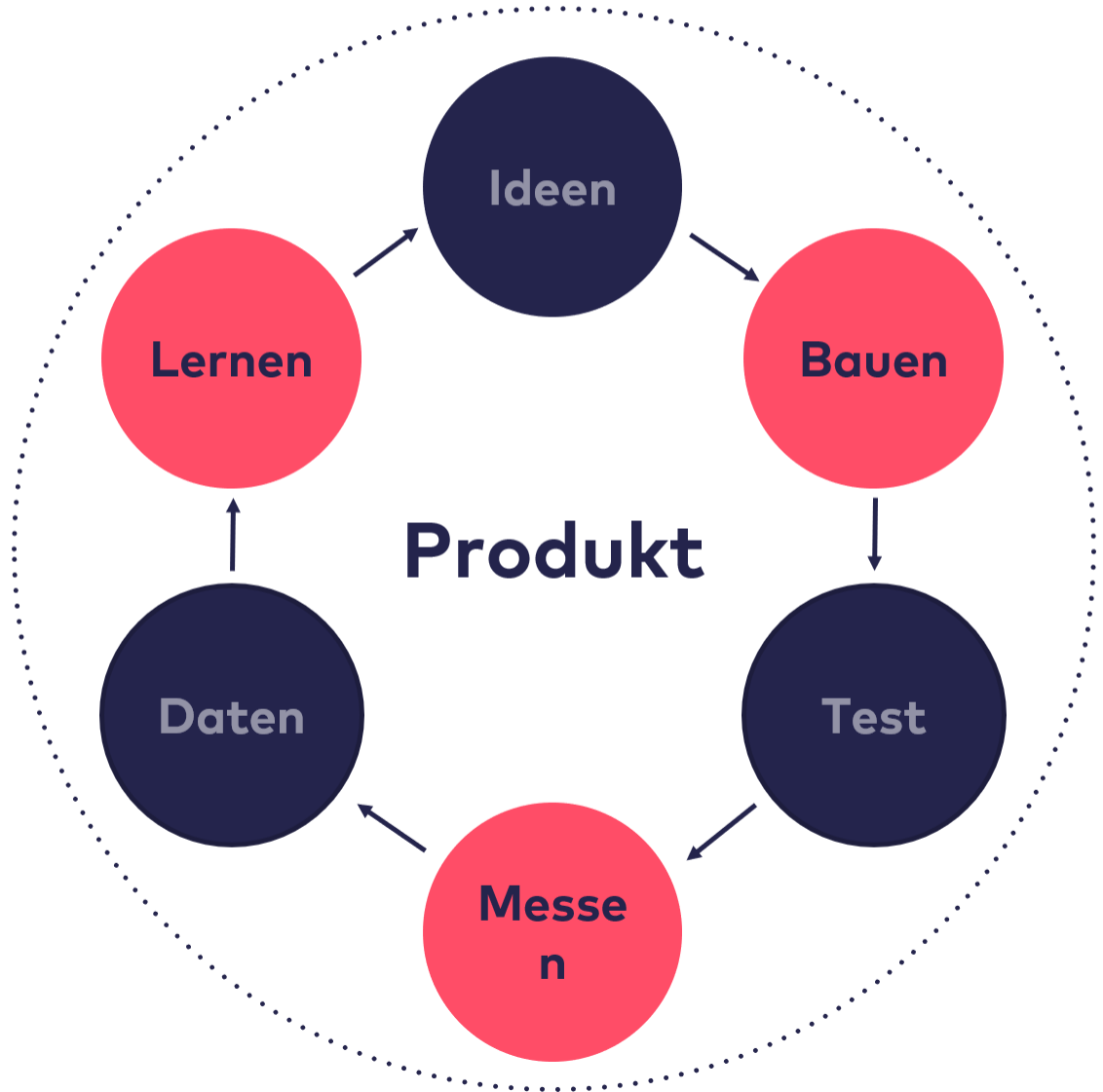
Kleine Schritte, große Änderung



Inspired By Jeff Patton

Continuous Discovery

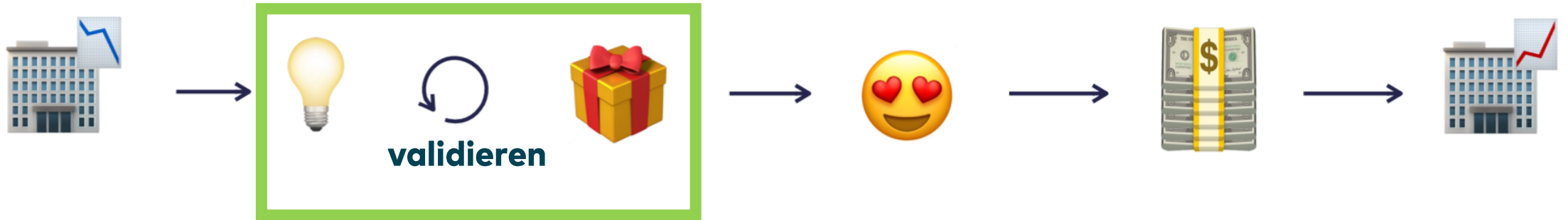
1. **Definiere ein Geschäftsproblem**
2. **Definiere das gewünschte Ergebnis**
3. **Definiere Annahmen**
4. **Hypothese: Schreibe erst deine Tests**
5. **Experiment durchführen**
6. **Ergebnisse zusammenfassen**
7. **Wegwerfen/anpassen/behalten**
8. **wiederholen**



Das perfekte digitale Produkt



Das perfekte digitale Produkt



Modernisierung/ Produktneuentwicklung

Mit Bedeutung

**„Refactor the Experience,,
Nicht „nur“ Code und Architektur**

Unterschied:
Technisch neue Sachen
Vs.
Echten Effekt erzeugen

**Technische Lösungen sollten immer auf
Nutzerbedürfnisse und Unternehmensziele
ausgerichtet sein**

**Um dem „Build Trap“
zu entgehen**

**„Shift from a culture of delivery to
a culture of learning.“**

(Jeff Gothelf)

Shift from

„Wir modernisieren das Backend“

to

**„Wir möchten dass die Software
schnell für den Nutzer reagiert“**

Modernisierung

Ist ein fortlaufender Prozess

Ever Produkt ist nie fertig

**Und es braucht alles
so lange wie es braucht**

Eine wichtige Sache noch:

ZUSAMMENARBEIT

Basis

Starke Kommunikation

**„It is not the domain experts knowledge
that goes into production,
it is the assumption of the developers that goes
into production“**

(Alberto Brandolini)

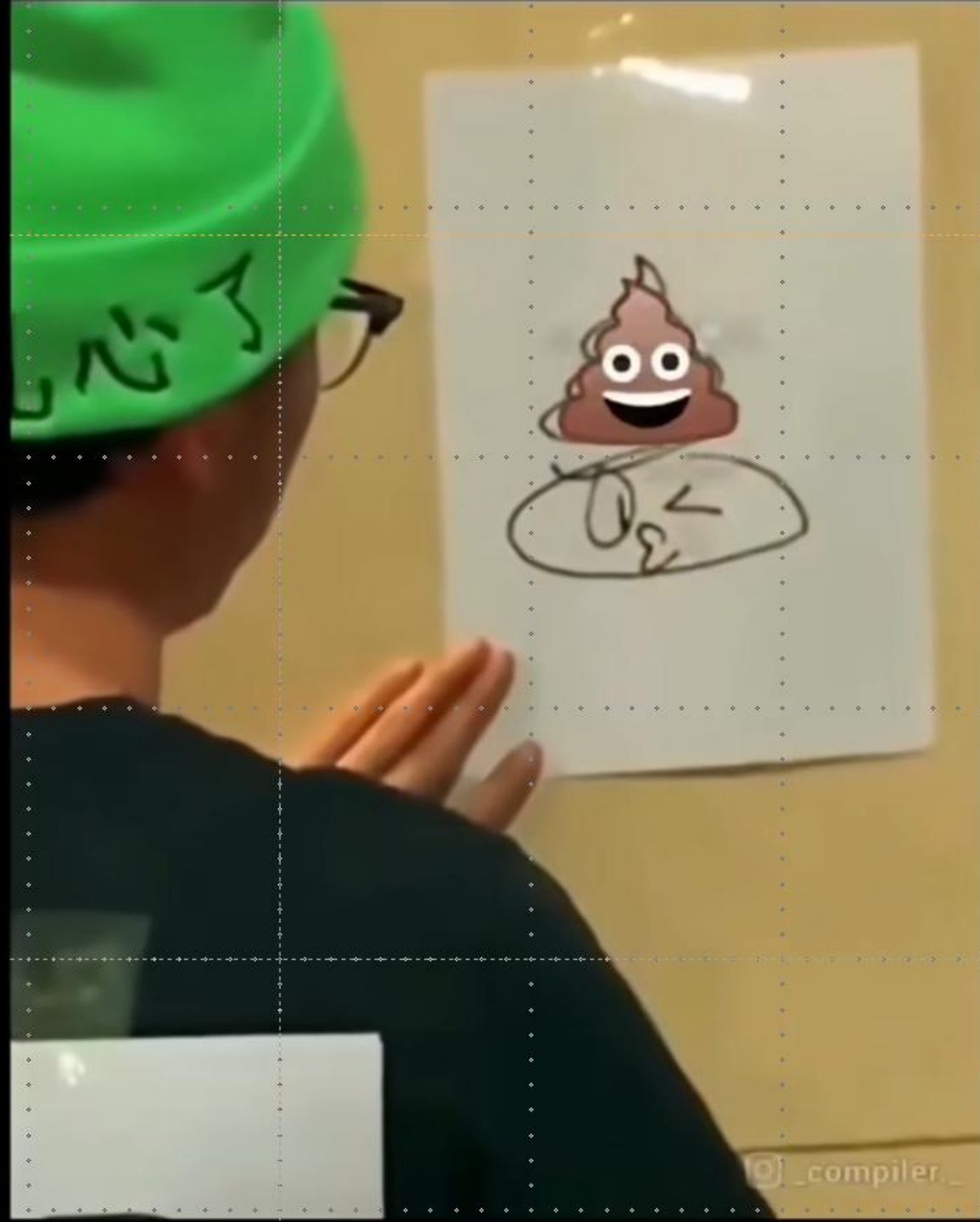


Client

Business Analyst

Developer

Code

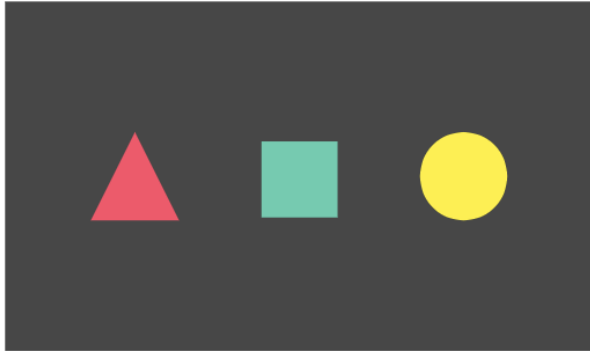


**„It is not the domain experts knowledge
that goes into production,
it is the assumption of the developers that goes
into production“**

(Alberto Brandolini)



Gut, dass wir uns einig sind



„OH!“



„Aha!“



Gut, dass wir uns einig sind

**Am Ende ist ein gutes Produkt das, was alle im
Team verstanden haben...**

**...nicht was gesagt wurde oder irgendwo
dokumentiert steht**

Digitale Produkte sind besser

- Wenn sie nutzerzentriert gestaltet werden
- Wenn sie iterative validiert und implementiert werden
- Wenn jeder im Team das gleiche Verständnis hat und ihr an den gleichen Zielen arbeitet

**Gute UX und Mehrwert werden innerhalb eines
Teams erzeugt,
nicht nur von einzelnen Personen**

**Kollaboratives Arbeiten und Modellieren ist der
Kern für erfolgreiche Produkte**

Was jeder von euch tun kann

Was du tun kannst

- Anforderungen: Frage nach: Welches Problem löst es, welches Bedürfnis befriedigt es?
- Redet miteinander: Versteht den gesamten Kontext (UX, Produkt, Domäne, Entwicklung)
- Macht euch über den Impact Gedanken, nicht nur über Komponenten und Interfaces
- Frag nach einer Definition of Success: Wann ist denn das Feature erfolgreich? Wie messen wir das?

Was du tun kannst: Teamwork

- Startet klein, lernt schnell. Aber startet!
- Erstellt Hypothesen und validiert sie
- Teilt eure Erfahrung und seid glücklich über den erzeugten Mehrwert, nicht über das Deployment

Was du tun kannst: Mindset

- Technologie sollte sinnvoll eingesetzt werden
- Impact wird nicht durch Komplexität erzeugt, sondern durch Relevanz
- Sei neugierig nach Nutzern und was sie beschäftigt, nicht nur nach neuen Frameworks

Lead by example

**Entwickelt Software,
Produkte und Services für
Menschen, die sie benutzen**

Dankeschön!

Danke! Fragen?



Aminata Sidibe
aminata.sidibe@innoq.com

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/aminatasidibe/>

innoQ Deutschland GmbH

Krischerstr. 100
40789 Monheim
+49 2173 3366-0

Ohlauer Str. 43
10999 Berlin

Ludwigstr. 180E
63067 Offenbach

Kreuzstr. 16
80331 München

Wendenstraße 130
20573 Hamburg

Spichernstrasse 44
50672 Köln