An abstract graphic featuring a cloud shape composed of overlapping translucent blue and white polygons. A network of white lines connects various points on the cloud, with some points highlighted in orange, green, and yellow. The background is a gradient from dark blue on the left to light blue on the right, with several small, glowing white and blue dots scattered throughout.

Business Process Engineering

Wintersemester 2020/2021

Business Model Innovation

Agenda

- Organisatorisches
- Business Model Canvas



Organisatorisches

- Aufgaben bitte **rechtzeitig** abgeben!
 - Montag **14 Uhr**
 - Donnerstag **14 Uhr**
- **Bei zu später Abgabe erfolgt Punktabzug!**
- Änderungsverfolgung benutzen → **sonst 1P Abzug**
- Feedback gibt es als Word-Kommentare
 - Versand per Mail
 - Demo



Wiederholung

- BMI Wiederholung
 - Musterlösung



- Quellen
 - Direkte vs. Indirekte Zitate



Business Model Innovation in der Praxis



Welche Tools / Hilfsmittel gibt es die beim Thema Business Model Innovation unterstützen können?

- Konzept-kreative Gründung
- Effectuation
- Business Model Canvas
- Business Model Innovation Pattern Cards

- Idee steht im Vordergrund
- „Gründungen, die nicht auf einem Patent oder einer technischen Erfindung, sondern auf einem innovativen Konzept beruhen.“ [12]

Business Model Innovation in der Praxis



Welche Tools / Hilfsmittel gibt es die beim Thema Business Model Innovation unterstützen können?

- Konzept-kreative Gründung
- Effectuation
- Business Model Canvas
- Business Model Innovation Pattern Cards

- „Unternehmerische Entscheidungslogik die in Situationen der **Ungewissheit** eingesetzt werden kann“ [13]
- Sinnvoll wenn keine belastbaren Prognosen für die Zukunft erstellt werden können

Business Model Innovation in der Praxis



Welche Tools / Hilfsmittel gibt es die beim Thema Business Model Innovation unterstützen können?

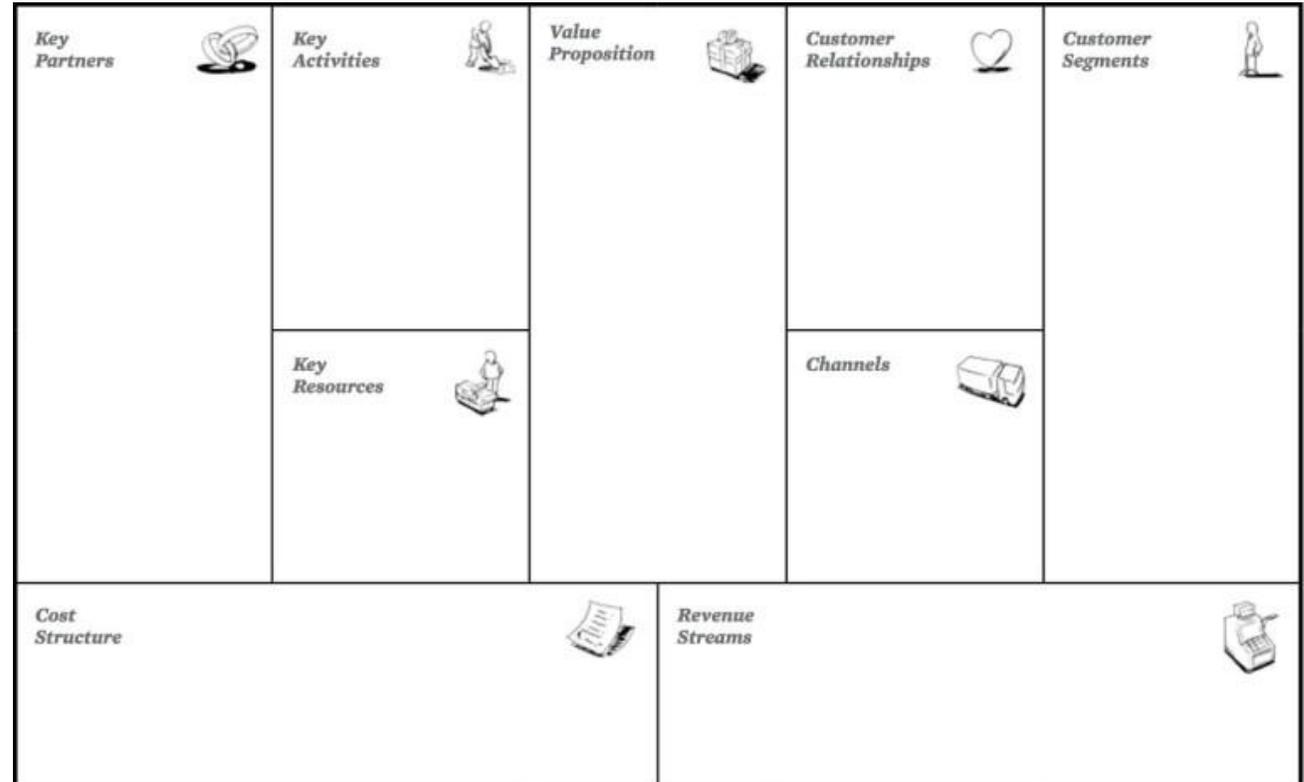
- Konzept-kreative Gründung
- Effectuation
- **Business Model Canvas**
- Business Model Innovation Pattern Cards

“a business model is nothing else than a description of the value a company offers to one or several segments of customers and the architecture of the firm and its network of partners for creating, marketing and delivering this value and relationship capital, in order to generate profitable and robust revenue streams.”

(Bouwman, Faber, Haaker, Kijl, de Reuver)

Business Model Canvas

- 2008 vom Schweizer Unternehmer/Dozent Alexander Osterwalder entwickelt
- **Ziel:** herausfinden, ob sich die Umsetzung der neuen Geschäftsidee auch aus wirtschaftlicher Sicht lohnt
- Hat sich in verschiedenen Ausführungen **weltweit etabliert**
- Ermöglicht es eine Geschäftsidee zu strukturieren und auf **Stärken und Schwächen** zu überprüfen
- Vor allem **bei der Existenzgründung sehr vorteilhaft**, eignet sich aber auch bei der Entwicklung und Überarbeitung innovativer und disruptiver Geschäftsideen
- Erlaubt eine genauere Beschreibung der Funktion eines Unternehmens



Business Model Canvas – Wie wendet man es an?

Basiert auf neun Blöcken, welche auf einer Leinwand (analog oder digital) in fester Form markiert werden

Abhängigkeiten zwischen den Blöcken werden deutlich

Ideen sollten beweglich sein (Post-Its, evtl. mit Farbcode)

Jeder Block beantwortet eine andere Frage



Customer Segments

- *Wer sind die Zielgruppen?*
- *Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?*

Value Proposition

- *Welchen Nutzen haben die Kunden?*
- *Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.*

Customer Segments

- *Wer sind die Zielgruppen?*
- *Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?*

Value Proposition

- *Welchen Nutzen haben die Kunden?*
- *Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.*

Channels

- *Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?*
- *Vertriebsweg, After Sales Service*

Customer Segments

- *Wer sind die Zielgruppen?*
- *Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?*

Value Proposition

- *Welchen Nutzen haben die Kunden?*
- *Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.*

Customer Segments

- *Wer sind die Zielgruppen?*
- *Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?*

Channels

- *Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?*
- *Vertriebsweg, After Sales Service*

Revenue Streams

- *Wo wird das Geld erwirtschaftet?*
- *Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?*

Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen haben die Kunden?</i> • <i>Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.</i> 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie werden Kunden gewonnen und gehalten?</i> 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die Zielgruppen?</i> • <i>Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?</i>
	Channels <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?</i> • <i>Vertriebsweg, After Sales Service</i> 	
Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wo wird das Geld erwirtschaftet?</i> • <i>Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?</i> 		

	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen haben die Kunden?</i> • <i>Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.</i> 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie werden Kunden gewonnen und gehalten?</i> 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die Zielgruppen?</i> • <i>Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?</i>
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Ressourcen sind unverzichtbar? • Menschlich / Finanziell / Phys. 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?</i> • <i>Vertriebsweg, After Sales Service</i> 	
<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wo wird das Geld erwirtschaftet?</i> • <i>Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?</i> 			

<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Was sind die wichtigsten Tätigkeiten, um das Geschäftsmodell am laufen zu halten?</i> 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen haben die Kunden?</i> • <i>Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.</i> 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie werden Kunden gewonnen und gehalten?</i> 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die Zielgruppen?</i> • <i>Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?</i>
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Ressourcen sind unverzichtbar? • Menschlich / Finanziell / Phys. 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?</i> • <i>Vertriebsweg, After Sales Service</i> 	
<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wo wird das Geld erwirtschaftet?</i> • <i>Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?</i> 			

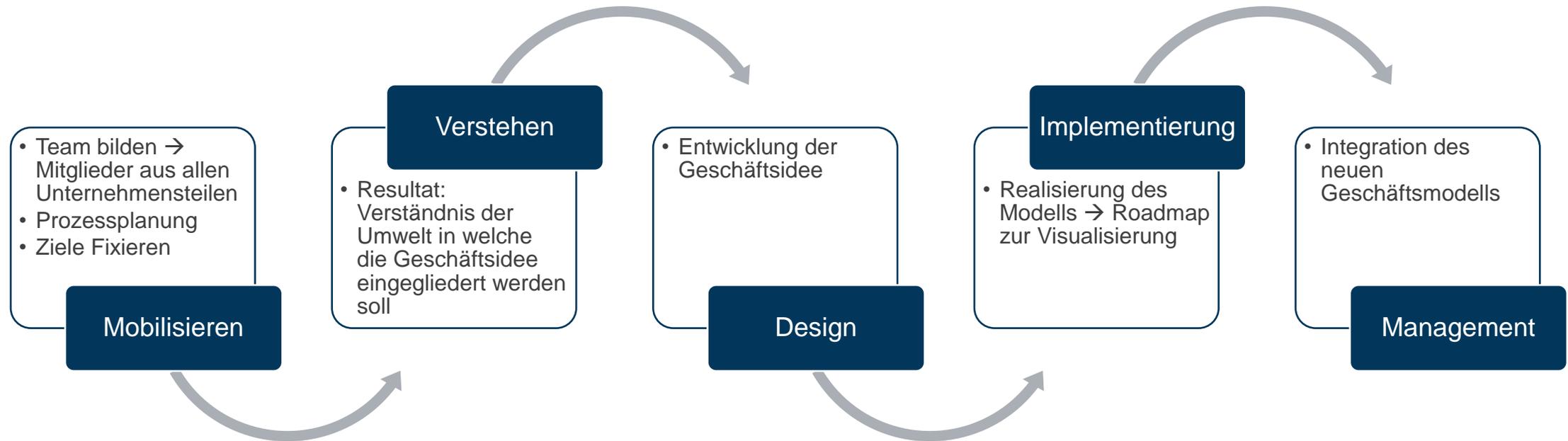
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die wichtigsten Partner?</i> 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • <i>Was sind die wichtigsten Tätigkeiten, um das Geschäftsmodell am laufen zu halten?</i> 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen haben die Kunden?</i> • <i>Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.</i> 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie werden Kunden gewonnen und gehalten?</i> 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die Zielgruppen?</i> • <i>Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?</i>
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welche Ressourcen sind unverzichtbar?</i> • <i>Menschlich / Finanziell / Phys.</i> 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?</i> • <i>Vertriebsweg, After Sales Service</i> 	
			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wo wird das Geld erwirtschaftet?</i> • <i>Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?</i> 	



Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die wichtigsten Partner?</i> 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • <i>Was sind die wichtigsten Tätigkeiten, um das Geschäftsmodell am laufen zu halten?</i> 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen haben die Kunden?</i> • <i>Das Nutzenversprechen des Produkts: Arbeit erleichtern, Neuheit, kostengünstiger etc.</i> 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie werden Kunden gewonnen und gehalten?</i> 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die Zielgruppen?</i> • <i>Wer hat den größten Nutzen von dem Produkt?</i>
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welche Ressourcen sind unverzichtbar?</i> • <i>Menschlich / Finanziell / Phys.</i> 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wie/wo erfahren die Kunden von dem Angebot?</i> • <i>Vertriebsweg, After Sales Service</i> 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • <i>Was sind die wichtigsten Ausgaben, ohne die die Geschäftsidee nicht laufen würde?</i> • <i>Fixkosten / Variable Kosten / Mengenverbundvorteile</i> 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wo wird das Geld erwirtschaftet?</i> • <i>Einmalzahlung? Abo? Add-On? ..?</i> 	



Die 5 Phasen des Business Model Canvas



Zeitbedarf zur Erstellung kann stark variieren:
Wenige Stunden bis mehrere Tage

Business Model Canvas Beispiel

Business Model Canvas

Übung am Beispiel eines Kiosk



Business Model Canvas - Stärken

- Erstellung ist einfach, schnell und (meist) kostenfrei
- Eine Einarbeitung ist nicht nötig, da das Modell intuitiv verständlich ist
- Zusammenhänge werden wegen der Visualisierung sofort ersichtlich
- Kann beliebig ergänzt werden, ohne an Übersicht zu verlieren
- Kann als Grundlage für den Businessplan dienen



Business Model Canvas - Schwächen

- Ein statisches Model
 - Änderungen und Weiterentwicklungen werden nicht betrachtet
- Fokus auf das Unternehmen
 - Äußere Faktoren (Wettbewerbssituation, Stakeholder, ...) spielen kaum eine Rolle



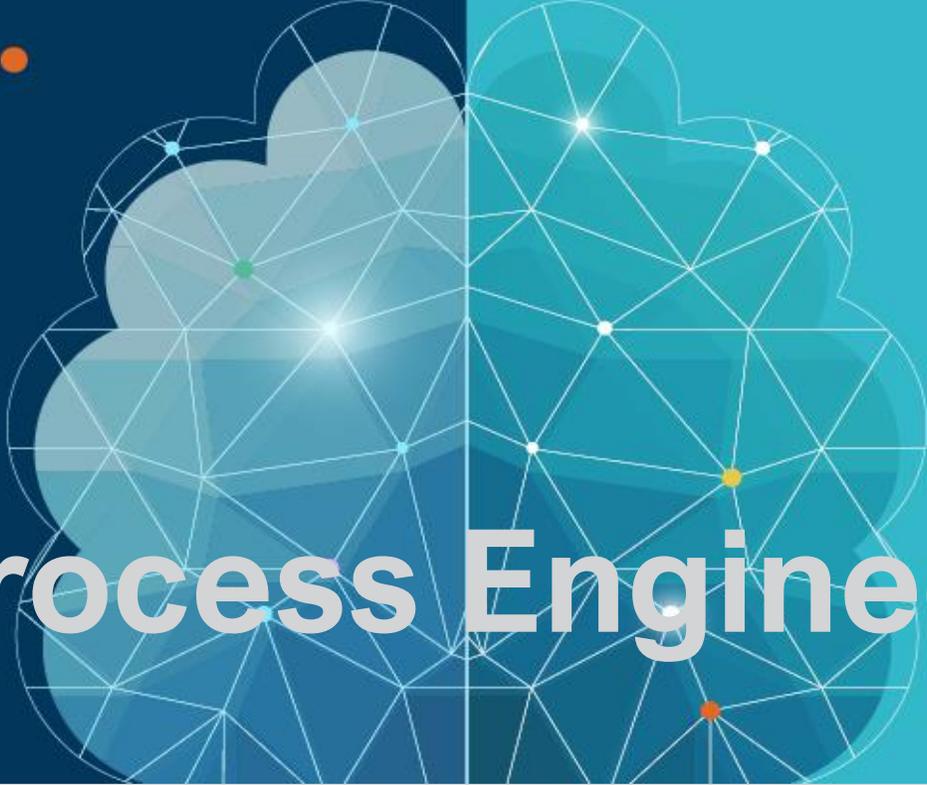
Aufgabe!

- Füllt den Business Model Canvas für OctaTable aus. Benutzt dafür das bereit gestellte PDF Template.



Quellen

1. <https://www.management-circle.de/blog/business-model-innovation/>
2. <https://www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html>
3. <https://www.management-circle.de/blog/business-model-canvas/>
4. <https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/business-model-canvas-tool-um-geschaeftsmodelle-zu-entwickeln/>
5. <https://www.thegeniusworks.com/wp-content/uploads/2017/06/St-Gallen-Business-Model-Innovation-Paper.pdf>
6. <https://www.econstor.eu/handle/10419/178611>
7. Heikkilä, Marikka & Bouwman, Harry & Heikkilä, Jukka & Haaker, Timber & López-Nicolás, Carolina & Riedl, Angelika. (2016). Business Model Innovation Paths and Tools.
8. Bouwman, Harry & Faber, E. & Haaker, Timber & Kijl, Björn & de Reuver, Mark. (2008). Conceptualizing the STOF model. 10.1007/978-3-540-79238-3_2.
9. Evsan, Ibrahim. AKAD University: „Innovationsmanagement“.
10. https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas
11. <https://digitalneuordnung.de/blog/business-model-canvas-erklaerung/>
12. <https://www.entrepreneurship.de/ansatz/konzept-kreative-gruendungen/#:~:text=Konzept%2Dkreative%20Gr%C3%BCndungen%20nennt%20er,auf%20einem%20innovativen%20Konzept%20beruhen.&text=Keine%20Erfindung%2C%20keine%20besonders%20geniale%20Idee%2C%20aber%20erfolgreich.>
13. <https://de.wikipedia.org/wiki/Effectuation>

An abstract graphic of a cloud shape, split vertically. The left side is dark blue and the right side is light blue. The cloud is overlaid with a white network of lines and nodes, some of which are highlighted with small colored dots (orange, green, yellow).

Business Process Engineering

Wintersemester 2020/2021

Dr. Andreas Scharf