

The background features a large, stylized cloud shape composed of overlapping translucent blue and white polygons. A network of white lines connects various points within and around the cloud, with some nodes highlighted in orange, green, and yellow. The background is split vertically into a dark blue left half and a light blue right half, with several small, glowing circular particles scattered across the scene.

Business Process Engineering

Wintersemester 2022/2023

Business Model Innovation

Agenda

- Feedback Übungen
- Business Model Canvas



Feedback Übungen

- Benennt die Dokumente richtig

nachname_matrikelnummer_aufgabennummer_abgabenummer.dateiendung

Beispiel: *mustermann_123456789_1_2.docx*

Falls ihr mit Libre Office arbeitet
lautet die Dateiendung .odt

- Änderungsverfolgung erst **NACH** der 1. Abgabe einschalten

UNIKASSEL
VERSITÄT

Dr. Andreas Scharf

Business Process Engineering

Namenskonvention:

nachname_matrikelnummer_aufgabennummer_abgabenummer.docx

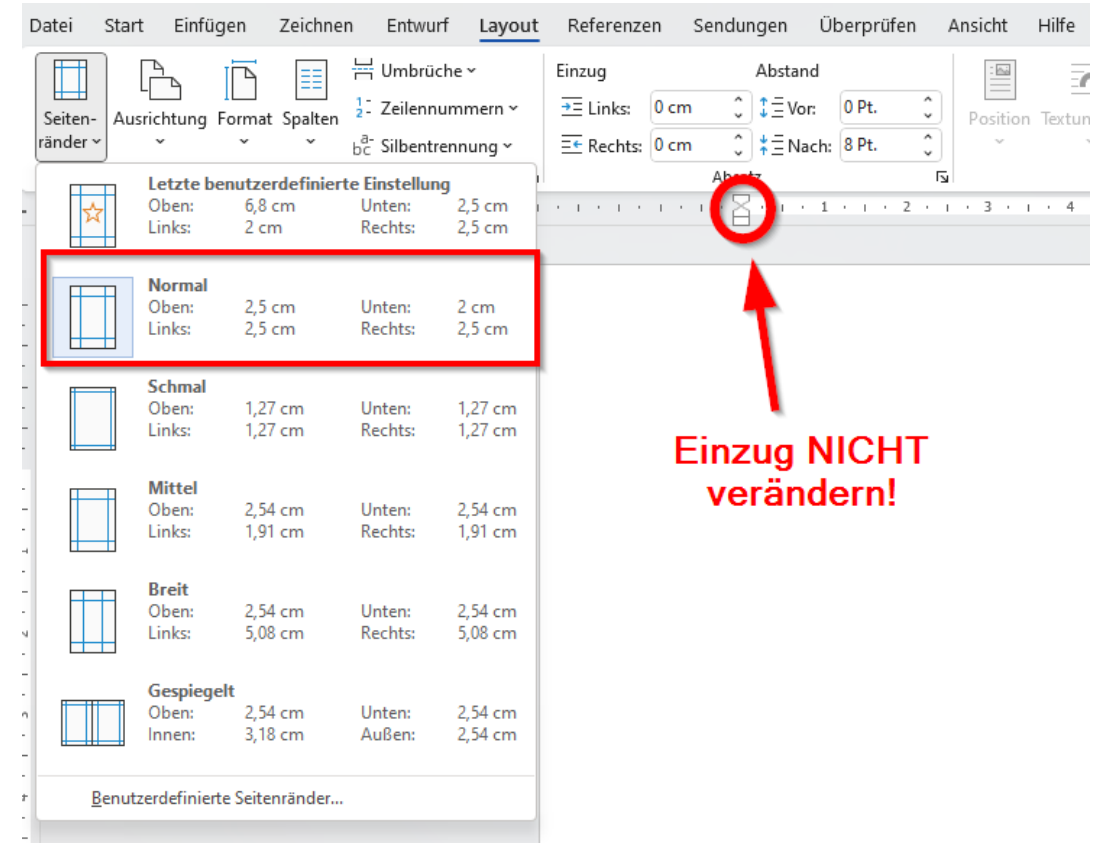
Beispiel: mustermann_123456789_1_2.docx



Aufgabe 1

Feedback Übungen

- Änderungswünsche direkt im Dokument vornehmen
→ **NICHT** als Antwort eines Kommentars!
- Text **NICHT** extra einrücken
→ Korrekte Seitenränder sind ausreichend



Business Model Innovation in der Praxis



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






- Customer Journey Map
- Minimum Viable Product
- Business Model Canvas
- Business Model Innovation Pattern Cards

- Customer Experience steht im Vordergrund
- ein Diagramm, das die unterschiedlichen Phasen der Interaktion eines Kunden mit einem Unternehmen aufzeigt

Business Model Innovation in der Praxis

Customer Journey Map

Customer journey map

STAGE	Awareness	Consideration	Decision	Service	Loyalty
CUSTOMER ACTIONS	View online ad, see social media campaign, hear about from friends	Conduct research, research competitors, compare features and pricing	Make a purchase	Receive product/service, contact customer service, read product/service documentation	Make another purchase, share experience
TOUCHPOINTS	Traditional media, social media, word of mouth	Word of mouth, website, social media	Website, mobile app, phone	Phone, chatbot, email	Word of mouth, social media, review sites
CUSTOMER EXPERIENCE	Interested, hesitant 	Curious, excited 	Excited 	Frustrated 	Satisfied, excited 
KPIs	Number of people reached	New website visitors	Conversion rate, online sales	Product reviews, customer service success rate, waiting time	Retention rate, customer satisfaction score
BUSINESS GOALS	Increase awareness, interest	Increase website visitors	Increase conversion rate, online sales	Increase customer service satisfaction, minimize wait time	Generate positive reviews, increase retention rate
TEAM(S) INVOLVED	Marketing, communications	Marketing, communications, sales	Online development, sales, marketing, customer service	Customer service, customer success	Online development, customer service, customer success

Business Model Innovation in der Praxis



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

- Customer Journey Map
- Minimum Viable Product
- Business Model Canvas
- Business Model Innovation Pattern Cards

„Die erste minimal funktionsfähige Iteration eines Produkts, die dazu dient, möglichst schnell aus Nutzerfeedback zu lernen und so Fehlentwicklungen an den Anforderungen der Nutzer vorbei zu verhindern.“

Business Model Innovation in der Praxis



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

- Customer Journey Map
- Minimum Viable Product
- **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> 		

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

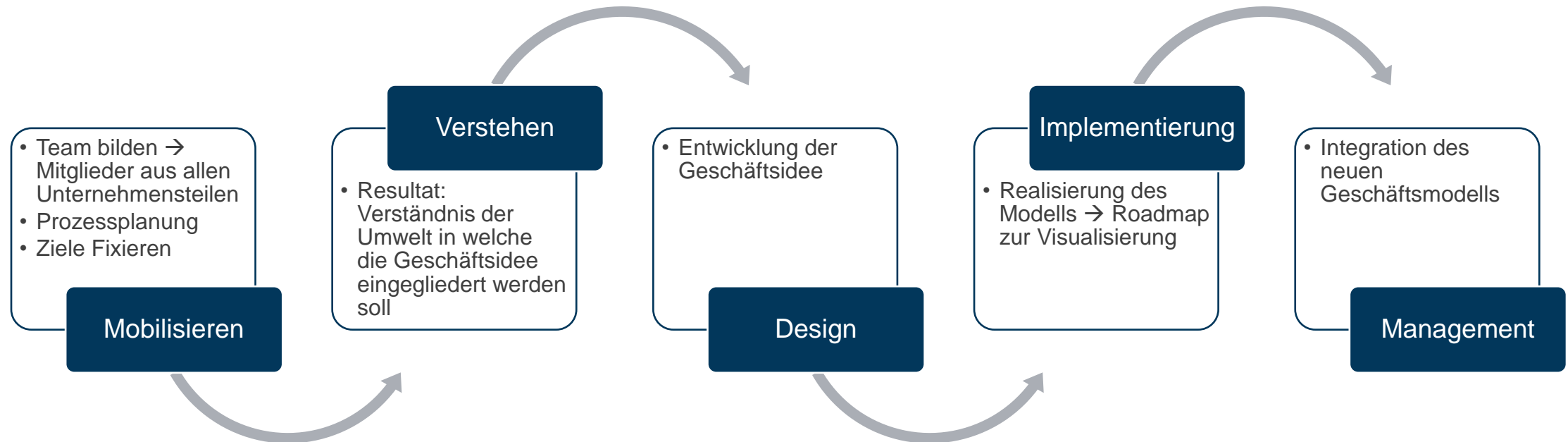
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • <i>Wer sind die wichtigsten Partner?</i> 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • <i>Was sind die wichtigsten Tätigkeiten, um das Geschäftsmodell am laufen zu halten?</i> 	Value Proposition <ul style="list-style-type: none"> • <i>Welchen Nutzen 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 2!

- Füllt den Business Model Canvas für Floradise aus. Benutzt dafür das bereitgestellte 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. <https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/customer-journey-map>
8. Heikkilä, Marikka & Bouwman, Harry & Heikkilä, Jukka & Haaker, Timber & López-Nicolás, Carolina & Riedl, Angelika. (2016). Business Model Innovation Paths and Tools.
9. Bouwman, Harry & Faber, E. & Haaker, Timber & Kijl, Björn & de Reuver, Mark. (2008). Conceptualizing the STOF model. 10.1007/978-3-540-79238-3_2.
10. Evsan, Ibrahim. AKAD University: „Innovationsmanagement“.
11. https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas
12. <https://digitaleneuordnung.de/blog/business-model-canvas-erklaerung/>
13. <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.>
14. <https://de.wikipedia.org/wiki/Effectuation>

The background features a large, stylized cloud shape composed of overlapping translucent blue and white polygons. A network of white lines connects various points within and around the cloud, with some nodes highlighted in orange, green, and yellow. The background is split vertically into a dark blue left half and a light blue right half, with several small, glowing white and blue dots scattered across the scene.

Business Process Engineering

Wintersemester 2022/2023

Dr. Andreas Scharf