



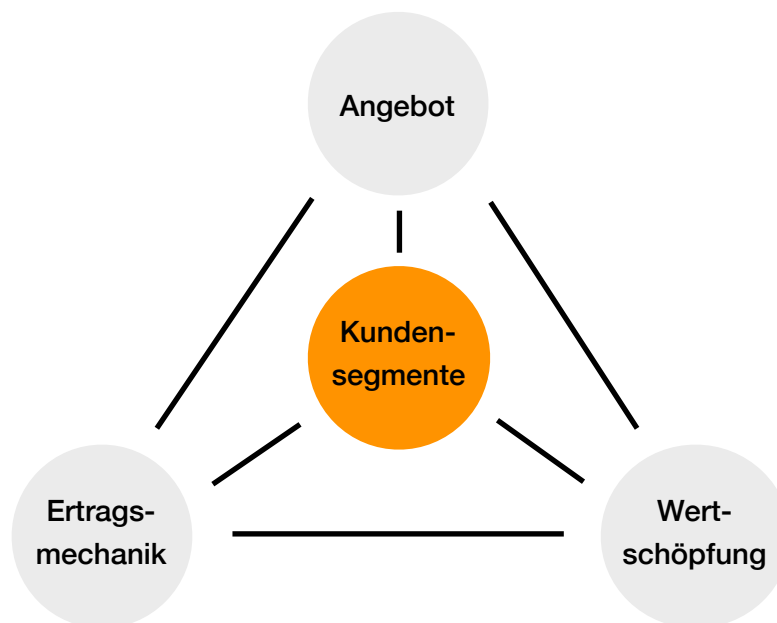
Geschäftsmodellinnovation: Das eigene Unternehmen neu denken

Kurzbeschreibung

In der heutigen VUCA-Welt sind viele Unternehmen gezwungen, ihre Geschäftsmodelle radikal auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten, wenn sie überleben wollen. Ebenso müssen sie die Möglichkeiten der digitalen Technologien konsequent nutzen, um auf dem hart umkämpften Markt zu bestehen. Geschäftsmodellinnovation bedeutet, das eigene Angebot wie auch die Erbringung der Dienstleistung, resp. die Herstellung des Produkts zu hinterfragen. Geschäftsmodellinnovation heisst aber auch, neue Kundensegmente ins Auge zu fassen und sich zu überlegen, wie die Wertschöpfung des Angebots verbessert werden kann.

Anwendung

Geschäftsmodellinnovation macht dann Sinn, wenn Sie sich grundsätzlich überlegen wollen, wie Sie Ihre Organisation auf dem Markt positionieren und wie Sie die Leistungserbringung gestalten. Es geht dabei also nicht um kleine Schritte, sondern um ein Neu-Denken Ihrer Organisation. So wie jedes Startup sein Angebot, seine Wertschöpfungskette und seine internen Prozesse definiert, wagen auch viele etablierte Unternehmen den Schritt, sich zumindest teilweise neu zu erfinden und damit die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden zu erfüllen.

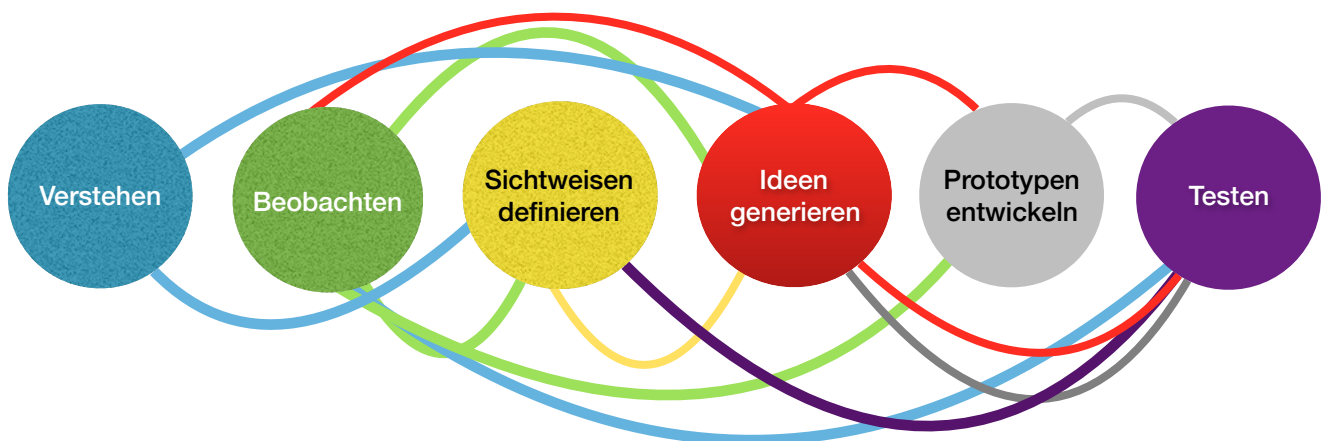


Ziele

- Hinterfragen des bisherigen Angebots und Schaffen von neuen Produkten und Dienstleistungen
- Neudefinition der Kundensegmente und der Beziehungsgestaltung zu den Kunden
- Beschreiben der Wertschöpfungskette: Wie stellen wir Leistung her?
- Definieren, wie der Ertrag generiert wird, um die Existenz zu sichern oder den Gewinn zu verbessern
- Optimieren des Zusammenspiels von digitalen und analogen Hilfsmitteln und Tools

Vorgehen

Bei der Geschäftsmodellinnovation gelangen Methoden aus dem Design Thinking, aus dem Lean Startup und andern Ansätzen der Innovationsforschung, der Unternehmensentwicklung und des Produkte-Designs zur Anwendung. Zu Beginn geht es darum, den Markt und das Umfeld zu verstehen. Auf diesem Hintergrund werden Ideen generiert, wie die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden erfüllt werden können. Je nach Branche spielen auch digitale Aspekte eine wichtige Rolle. Das Vorgehen ist dabei oft iterativ - man testet die eigenen Ideen, überprüft die erzielten Resultate frühzeitig und passt die nächste Schritte entsprechend an. So lassen sich hohe Investitionsverluste vermeiden.



Dr. Felix Helg