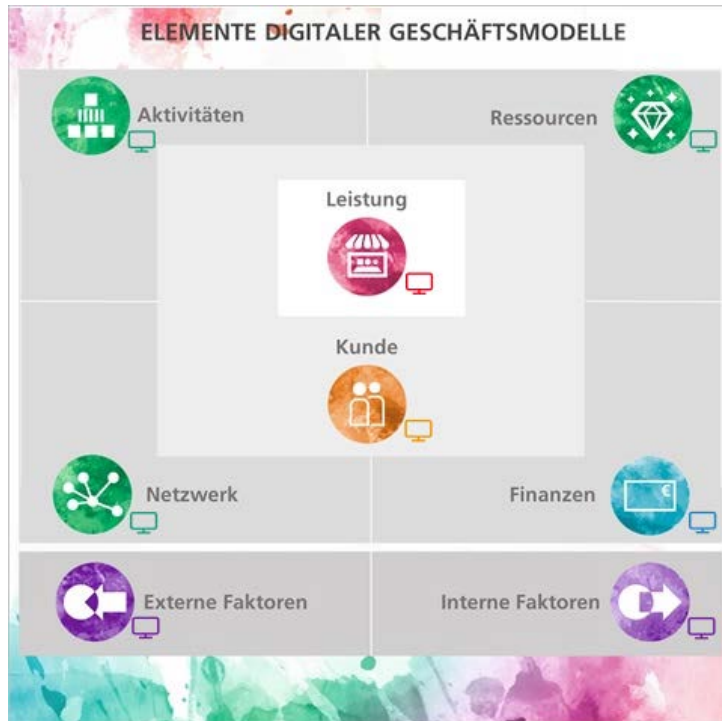


# WORKSHOP

## »PRAKTISCHE METHODEN FÜR KMU: SO GELINGT DIE ENTWICKLUNG IHRES DIGITALEN GESCHÄFTSMODELLS«

ONLINE, 4. MAI 2021, 13:30 BIS 16:00 UHR

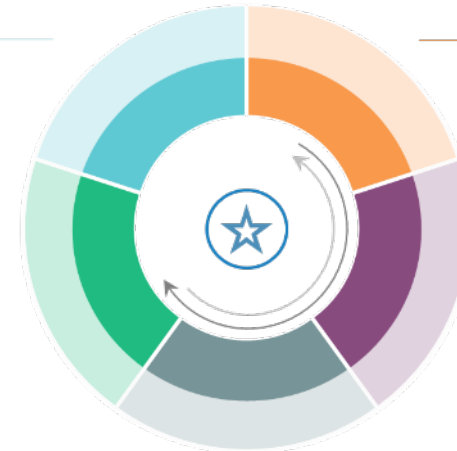


### 5. UMSETZUNG

Markteinführung  
planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen  
bewerten und testen



### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und  
Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen  
generieren

### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen  
konkretisieren

# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## Ihre Expertinnen



**Dr.-Ing. Yvonne Wich**

Technologie- und Innovationsmanagement

Telefon: +49 711 970 2098

yvonne.wich@iao.fraunhofer.de



**Caroline Raps**

Strategisches Business Development

Mobil: +49 151 16327 773

caroline.raps@iao.fraunhofer.de



**Inka Woyke**

Leiterin Service Business Innovation

Mobil: +49 151 16327 705

inka.woyke@iao.fraunhofer.de



**Liza Wohlfart**

Advanced Systems Engineering

Mobil: +49 151 16327 787

liza.wohlfart@iao.fraunhofer.de

# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## AGENDA 4.5.2021

- Start: Begrüßung, Agenda, Ziele des Tages
- Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«
- BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen
- Geschäftsmodellprinzipien im Fokus
- Abschluss: Ausblick, Fragen & Antworten



# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Einordnung ausgewählter digitaler B2C-Geschäftsmodelle



### Geschäftsmodell mit digitalen Prozessen

- Digitalisierung des Kundenkontaktpunkts
- Digitalisierung des Absatzkanals
- Digitalisierung / Automatisierung der Leistungserstellung
- Vernetzung & »Smartifizierung« bestehender Prozesse



### Digitale Geschäftsmodelle

- Skalierbarkeit
- Releasefähigkeit
- Unabhängigkeit von physischen Assets
- Demokratisierung der Content-Erzeugung

Quelle: in Anlehnung an Jussen, 2018

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Was versteht man unter einem Geschäftsmodell?



**Geschäftsmodelle** stellen in vereinfachender Form dar:

- mit welchem Leistungsangebot ein Kundennutzen generiert wird (**»Was?«**),
- mit welchen Ressourcen und Aktivitäten die Leistung erbracht wird (**»Wie?«**),
- welche Partner dafür eingebunden werden (**»Wer?«**) und
- welcher Gegenwert für das anbietende Unternehmen geschaffen wird (**»Warum?«**).

Quelle: in Anlehnung an Wirtz, 2010 & Osterwalder/Pigneur, 2010

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Fokus auf Digitale Geschäftsmodelle: Definition

Digitale Geschäftsmodelle sind Geschäftsmodelle, die...

- **digitale** Technologien, das Internet und/oder digital erhobene Daten nutzen,
- um neue **Angebote** zu schaffen und/oder bestehende Angebote zu verbessern,
- die dem Kunden gegenüber einen **Mehrwert** schaffen und
- einen **zusätzlichen Ertrag** für das Unternehmen erwirtschaften.

Quelle: in Anlehnung an Lerch 2017: Digitale Geschäftsmodelle. Sind kleine und mittlere Unternehmen der Metropolregion Stuttgart bereit für die Digitalisierung?

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

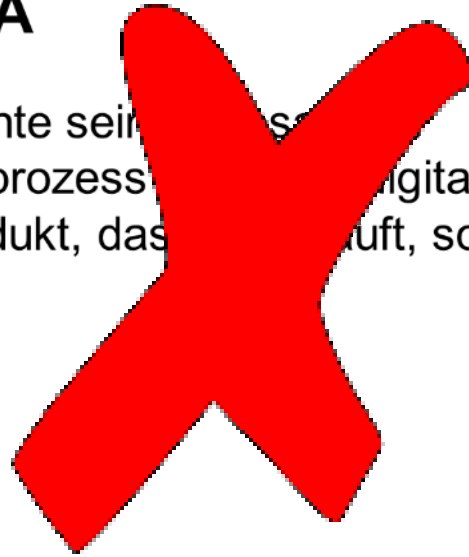
## Fallbeispiele für neue digitale Geschäftsmodelle im Rahmen des BIEC (1/4)



*Handelt es sich um ein neues digitales Geschäftsmodell?*

### Fallbeispiel A

Ein Gärtner möchte seinen Wertschöpfungsprozess digital überwachen und planen. Das Produkt, das er anbietet, sollen weiterhin Blumen sein.



Quelle Fallbeispiele: auf Basis von <https://gemeinsam-digital.de/digitales-geschaeftsmodell-vs-digitalisiertes-geschaeftsmodell>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

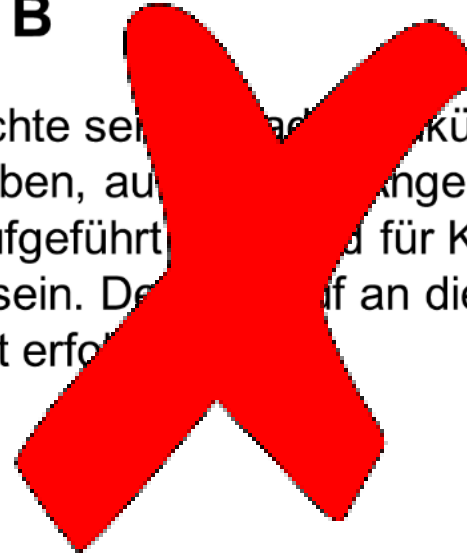
## Fallbeispiele für neue digitale Geschäftsmodelle im Rahmen des BIEC (2/4)



*Handelt es sich um ein neues digitales Geschäftsmodell?*

### Fallbeispiel B

Ein Gärtner möchte sein Geschäft zukünftig durch eine Webseite bewerben, auf der sein Angebot und seine Kontaktdaten aufgeführt sind und für Kunden auch über E-Mail erreichbar sein. Der Kontakt mit den Kunden soll weiterhin vor Ort erfolgen.



Quelle Fallbeispiele: auf Basis von <https://gemeinsam-digital.de/digitales-geschaeftsmodell-vs-digitalisiertes-geschaeftsmodell>



# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

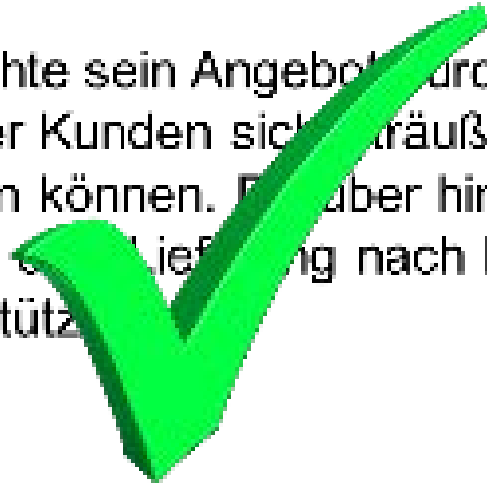
## Fallbeispiele für neue digitale Geschäftsmodelle im Rahmen des BIEC (3/4)



*Handelt es sich um ein neues digitales Geschäftsmodell?*

### Fallbeispiel C

Ein Gärtner möchte sein Angebot durch eine Applikation ergänzen, mit der Kunden sich draußen digital selbst zusammenstellen können. Darüber hinaus soll die Applikation auch die Lieferung nach Hause oder an andere Adressen unterstützen.



Quelle Fallbeispiele: auf Basis von <https://gemeinsam-digital.de/digitales-geschaeftsmodell-vs-digitalisiertes-geschaeftsmodell>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

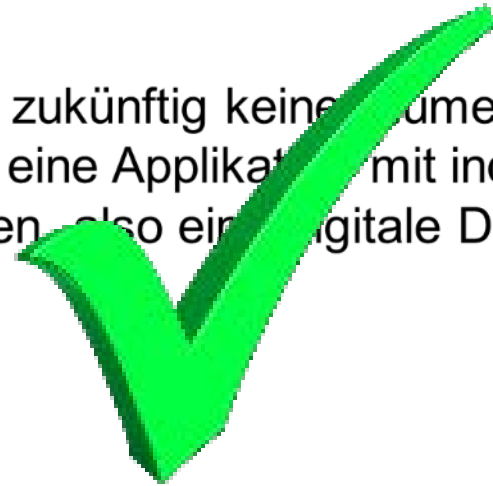
## Fallbeispiele für neue digitale Geschäftsmodelle im Rahmen des BIEC (4/4)



*Handelt es sich um ein neues digitales Geschäftsmodell?*

### Fallbeispiel D

Ein Gärtner möchte zukünftig keine Blumen mehr verkaufen, sondern eine Applikation mit individualisierten Gärtner Tipps anbieten, also eine digitale Dienstleistung.



Quelle Fallbeispiele: auf Basis von <https://gemeinsam-digital.de/digitales-geschaeftsmodell-vs-digitalisiertes-geschaeftsmodell>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Beispiel: ShareNow (ehemals Car2Go) der Daimler AG – Mobilitätsanbieter statt Fahrzeugverkauf

SHARENOW

**Idee:** minutenweise Vermietung von (Elektro-)Fahrzeugen für Privatpersonen

### **Vorteile für Daimler AG:**

- + Starke Kundenbindung
- + Zusatzdienstleistungen möglich
- + Kein Personal für Aushändigung und Rücknahme der Fahrzeuge erforderlich

### **Vorteile für Kunden:**

- + Keine Notwendigkeit mehr ein Auto zu besitzen und zu bezahlen, auch wenn es nicht genutzt wird
- + Zusätzliches Mobilitätsangebot in Städten (günstig, flexibel, umweltfreundlich)
- + Fahrzeuge können überall im Nutzungsgebiet abgestellt werden

Quelle Logo: <https://www.share-now.com/de/de/>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Beispiel: Rolls-Royce – vom Turbinenhersteller zum Full-Service-Anbieter



**Idee:** Flugzeugturbinen je Stunde (inklusive der Wartung) vermieten und gleichzeitig eine Verfügbarkeitsgarantie geben

### **Vorteile für Rolls-Royce:**

- + Kundenbindung durch Rahmenverträge
- + Die Wartung der Turbinen wird indirekt verkauft
- + Es kann mit langfristigen Umsatzströmen gerechnet werden

### **Vorteile für Fluggesellschaften:**

- + Keine Anschaffungskosten für Flugzeugturbinen
- + Erhalten Mobilitätssicherheit
- + Können sich auf Kernkompetenzen konzentrieren

Quelle Logo: [https://www.rolls-roycemotorcars.com/en\\_GB/home.html](https://www.rolls-roycemotorcars.com/en_GB/home.html)

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Beispiel: Netflix – die digitale Videothek

The Netflix logo is displayed in a red, bold, sans-serif font within a white rectangular box with a thin blue border.

**Idee:** Filme und Serien online streamen (»anschauen«), nicht besitzen  
Video-on-demand

### **Vorteile für Netflix:**

- + Kundenbindung durch Abomodell
- + Globaler Markt adressierbar – keine lokale Einschränkung, wie bei klassischer Videothek
- + Zusatzgeschäft durch eigene Produktionen und exklusives Angebot

### **Vorteile für Nutzer:**

- + Kein lästiger Gang zum Videoverleih mehr nötig – Filmauswahl vom Sofa aus
- + Sehr große Auswahl an aktuellen Filmen und Serien
- + Keine Werbung

Quelle Logo: <https://www.netflix.com/de/>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Beispiel: Airbnb – Plattform für die Übernachtungsvermittlung



**Idee:** Statt Hotelübernachtungen, über die eigene Plattform Übernachtungen bei Privatpersonen vermitteln

### **Vorteile für Airbnb:**

- + Provision bei jeder vermittelten Übernachtung
- + Attraktive Nische
- + Macht durch Stellung als Plattform → Schnittstelle zwischen Anbieter und Kunde

### **Vorteile für Nutzer:**

- + Übernachtung meist günstiger als im Hotel
- + Airbnb übernimmt eine Validierung der Inserate
- + Gast kann mit »Locals« in Kontakt kommen und Insidertipps bekommen

Quelle Logo: <https://www.airbnb.de/>

# Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«

## Beispiel: Udemy – digitales (Fort-)Bildungsangebot

**Idee:** Webbasierte Lernplattform



### **Vorteile für Udemy:**

- + Für manche Kurse müssen Teilnehmende einen Beitrag bezahlen  
→ Provision
- + Macht durch Stellung als Plattform → Schnittstelle zwischen Anbieter und Kunde
- + Durch aktuelle Veränderungen / Trends stetige Nachfrage nach Qualifizierungsangeboten

### **Vorteile für Nutzer:**

- + Kostengünstiger Zugang zu professionellen Weiterbildungsangeboten
- + Qualitätsgesichert
- + Zeit- und ortsunabhängiges Lernen möglich

Quelle Logo: <https://www.udemy.com/>

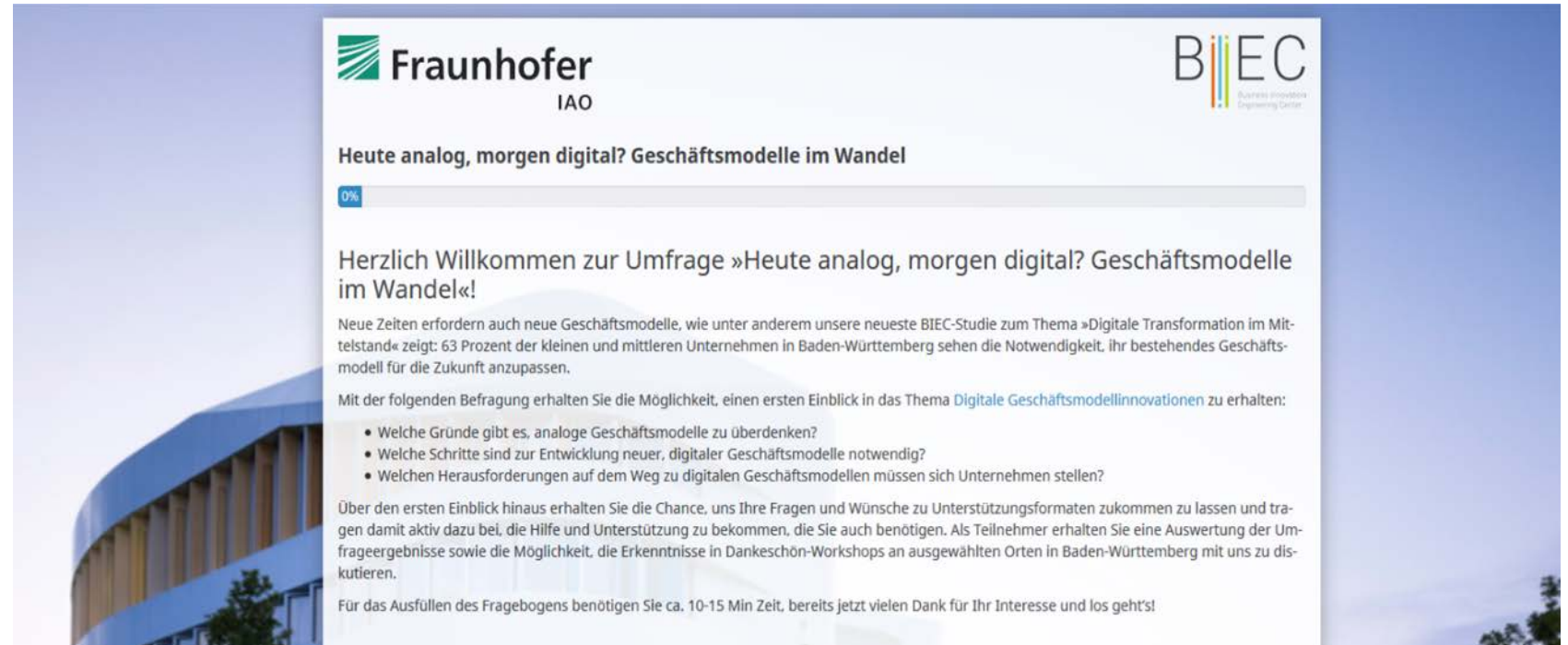
# Studie »Heute analog, morgen digital? Geschäftsmodelle im Wandel«

## Wo stehen KMU, was treibt sie derzeit um

*Wie fit sind KMU in BW im Bereich digitaler Geschäftsmodellinnovationen?*

*Welche Bedürfnisse bestehen bzgl. Unterstützungsformaten?*

Hauptzeitraum der Befragung: Januar bis Mitte März 2020



**Fraunhofer**  
IAO

**BIEC**  
Business Innovation  
Engineering Center

Heute analog, morgen digital? Geschäftsmodelle im Wandel

0%

Herzlich Willkommen zur Umfrage »Heute analog, morgen digital? Geschäftsmodelle im Wandel«!

Neue Zeiten erfordern auch neue Geschäftsmodelle, wie unter anderem unsere neueste BIEC-Studie zum Thema »Digitale Transformation im Mittelstand« zeigt: 63 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen in Baden-Württemberg sehen die Notwendigkeit, ihr bestehendes Geschäftsmodell für die Zukunft anzupassen.

Mit der folgenden Befragung erhalten Sie die Möglichkeit, einen ersten Einblick in das Thema [Digitale Geschäftsmodellinnovationen](#) zu erhalten:

- Welche Gründe gibt es, analoge Geschäftsmodelle zu überdenken?
- Welche Schritte sind zur Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle notwendig?
- Welchen Herausforderungen auf dem Weg zu digitalen Geschäftsmodellen müssen sich Unternehmen stellen?

Über den ersten Einblick hinaus erhalten Sie die Chance, uns Ihre Fragen und Wünsche zu Unterstützungsformaten zukommen zu lassen und tragen damit aktiv dazu bei, die Hilfe und Unterstützung zu bekommen, die Sie auch benötigen. Als Teilnehmer erhalten Sie eine Auswertung der Umfrageergebnisse sowie die Möglichkeit, die Erkenntnisse in Dankeschön-Workshops an ausgewählten Orten in Baden-Württemberg mit uns zu diskutieren.

Für das Ausfüllen des Fragebogens benötigen Sie ca. 10-15 Min Zeit, bereits jetzt vielen Dank für Ihr Interesse und los geht's!

**Teilgenommen haben 84 KMU, überwiegend aus Baden-Württemberg**

Quelle: Fraunhofer IAIO 2021, Geschäftsmodelle im Wandel: heute analog, morgen digital?



# Studie »Heute analog, morgen digital? Geschäftsmodelle im Wandel« Potenzial für Unternehmen

- Die Studie »Geschäftsmodelle im Wandel: heute analog, morgen digital?« mit 84 Unternehmen aus Baden-Württemberg zeigt Potenzial für Unternehmen (Tipps):
  - Den Wandel im Blick behalten.
  - Systematisch Methoden und Werkzeuge zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle nutzen.
  - Externe, Partner und Kunden zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle mit ins Boot holen.
  - Ressourcen optimal nutzen und ausbauen.

Denn:  
Digitalisierung ist kein Trend, der demnächst vorbei sein wird.



Hier können Sie sich die Studie downloaden:  
<https://biec.iao.fraunhofer.de/de/Transfer/studie---geschaeftsmodelle-im-wandel.html>

Quelle: Fraunhofer IAO 2021, Geschäftsmodelle im Wandel: heute analog, morgen digital?

# Fragen & Antworten

## Haben Sie noch Fragen?



Quelle: Pixabay

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## Überblick

### Gestaltung eines digitalen Geschäftsmodells für KMU, Anfänger und Fortgeschrittene

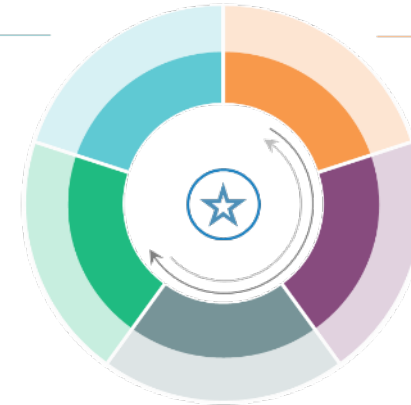
- **Systematisches Vorgehen** (unter Einsatz von Methoden und Tools) von der Bedarfsanalyse zur Ideenentwicklung über eine konkrete Ausgestaltung, das Testen hin zur Umsetzung.
- Beschreibung eines digitalen oder analogen Geschäftsmodells mit Hilfe einer **übersichtlichen Vorlage und prägnanten Leitfragen**. **Herausstellung von digitalen Aspekten** für jedes Element.
- Über 30 digitale **Geschäftsmodellprinzipien**
- Unterstützung für die **Weiterentwicklung** eines vorhandenen (analogen, teildigitalen) Geschäftsmodells in Richtung eines digitalen Geschäftsmodells (**vom IST zum SOLL**).

#### 5. UMSETZUNG

Markteinführung planen und umsetzen

#### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen bewerten und testen



#### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen konkretisieren

#### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und Überblick verschaffen

#### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen generieren



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

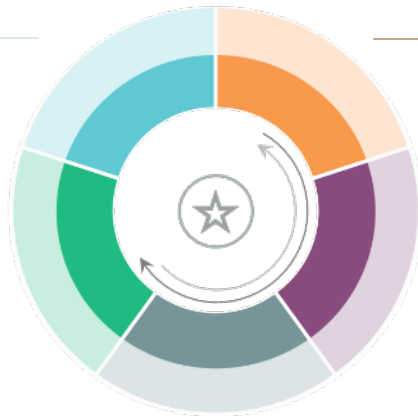
## BEDARFSANALYSE

### 5. UMSETZUNG

Markteinführung  
planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen  
bewerten und testen



### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen  
konkretisieren

### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und  
Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

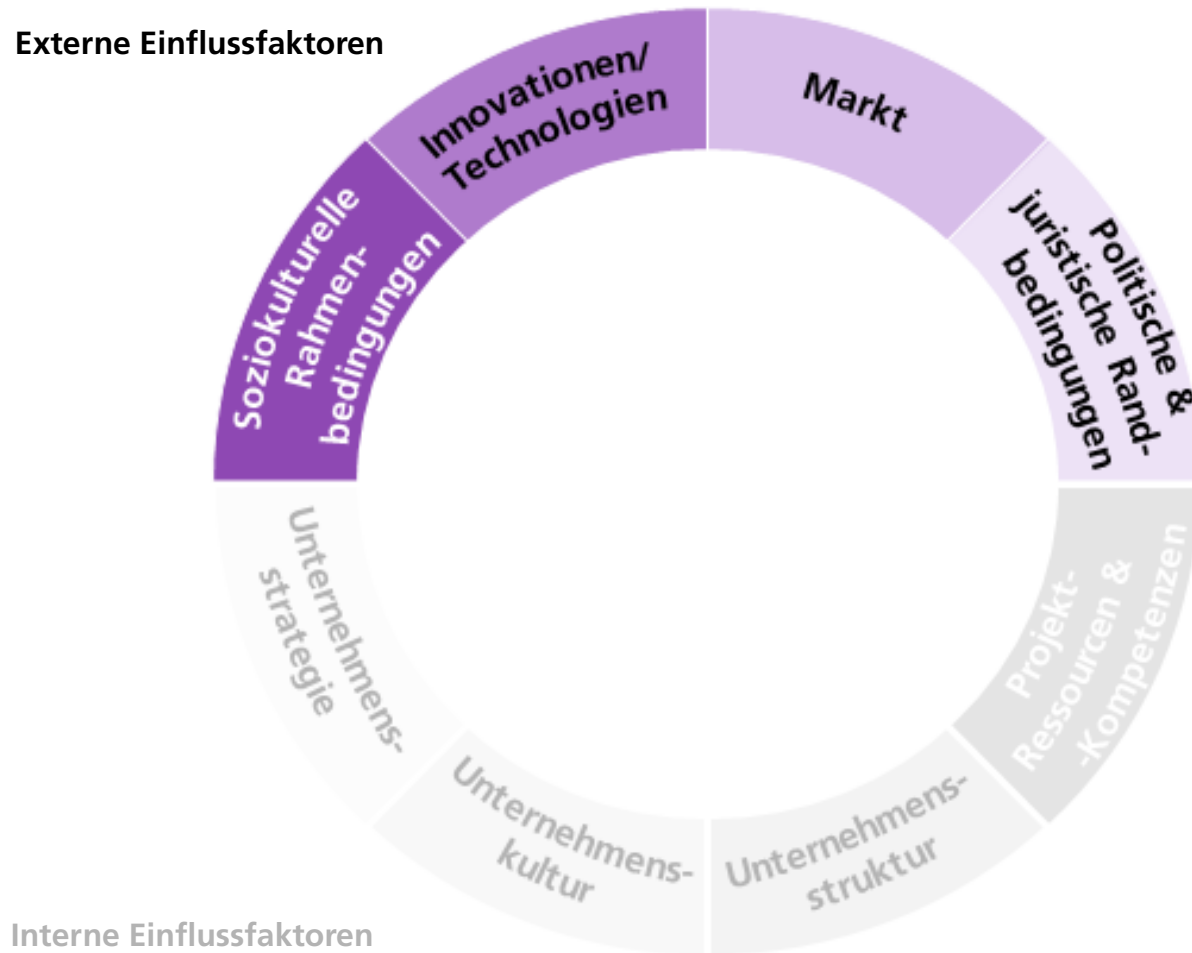
Geschäftsmodellideen  
generieren

## Ziele setzen und Überblick verschaffen

- Analyse der Ist-Situation des Unternehmens:
  - Vorhandene(s) Geschäftsmodell(e)
  - Interne Einflussfaktoren
  - Aktueller Stand der Digitalisierung
- Analyse des Unternehmensumfeldes:
  - Externe Einflussfaktoren
  - Bedarfe von Anspruchsgruppen
- Unterstützende Tools: GM-Canvas, **Einflussfaktoren**, Jobs-to-be-done, Kundenprofile, Wettbewerbsanalyse, **Daten-Daten-Daten** etc.

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

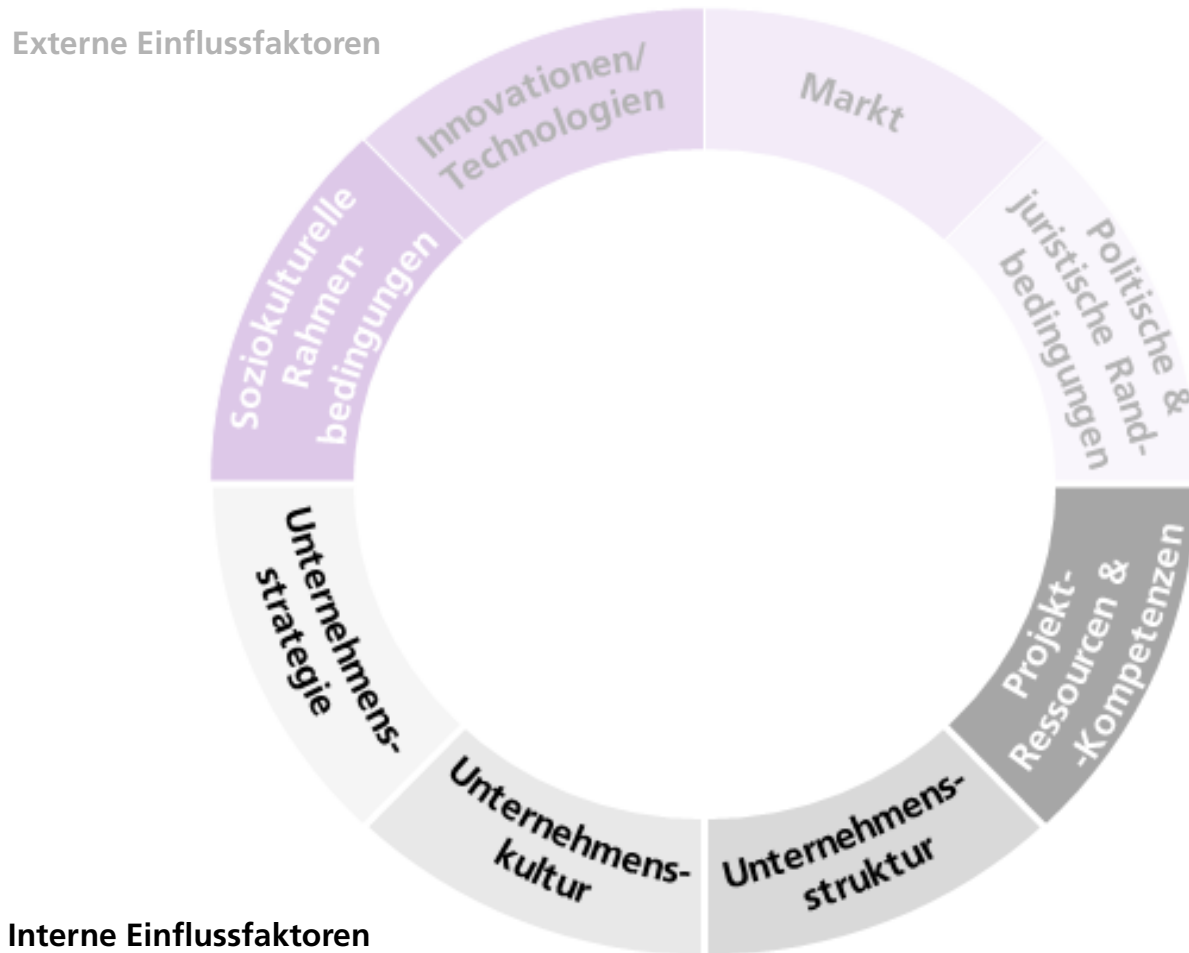
## Externe Einflussfaktoren: Leitfragen



- **Soziokulturelle Rahmenbedingungen:**  
Welche soziokulturellen Rahmenbedingungen, wie Werte, Lebensstil, Demographische Einflüsse, Einkommensverteilung, Bildung, Bevölkerungswachstum, Sicherheit, haben Einfluss auf Ihr Geschäftsmodell? Und warum?
- **Innovationen/Technologien:**  
Welche neu in Ihrer Branche auftretenden Technologien bzw. Innovationen beeinflussen Ihr Geschäftsmodell nachhaltig? Und warum?
- **Markt:**  
Welche signifikante Marktveränderung bzgl. Kunden, Wettbewerbern, Partnern und Lieferanten nehmen Sie wahr? Auf welches neue Kundenverhalten müssen Sie reagieren? Welche Wettbewerber bedrohen Ihr Geschäftsmodell? Und warum?
- **Politische & juristische Randbedingungen:**  
Welche politischen und juristischen Randbedingungen unterstützen Ihr Geschäftsmodell? Welche könnten hinderlich sein?

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## Interne Einflussfaktoren: Leitfragen

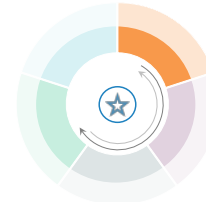


- **Unternehmensstrategie:**  
Hat Ihre strategische Ausrichtung einen Einfluss auf Ihr Geschäftsmodell? Unterstützt Ihre derzeitige strategische Ausrichtung Ihr Vorhaben? Was müssen Sie beachten?
- **Unternehmenskultur:**  
Unterstützt Ihre derzeitige Unternehmenskultur Ihr Geschäftsmodell? Warum? Warum nicht? Wie wollen Sie damit umgehen?
- **Unternehmensstruktur:**  
Welche Strukturen unterstützen Ihr Geschäftsmodell? Welche strukturellen Merkmale könnten hinderlich sein? Wie wollen Sie damit umgehen?
- **Projektressourcen & -kompetenzen:**  
Sind Sie der Meinung, die notwendigen Ressourcen für ihren Geschäftsmodellverlauf zu haben? Sind Sie der Überzeugung, die notwendigen Ressourcen für die Umsetzung des Geschäftsmodellergebnissen zu haben?

# DATEN-DATEN-DATEN

**Schwierigkeit** ■■■■■  
**Aufwand** ■■■■■  
**Eignung Online** ■■■■■

**Prozessphase(n)** ■ Bedarfsanalyse  
**Teilnehmende** ■ Mindestens 1 Person



## Kurzbeschreibung

Für die Entwicklung von Geschäftsmodellen, die auf Daten basieren, ist die frühzeitige Orientierung über mögliche, sinnvolle Daten notwendig. Dabei liegt der Fokus zunächst auf Daten, auf die ein Unternehmen direkten Zugriff hat. Daten aus indirektem Zugriff sind ebenso relevant. Ergänzt werden Überlegungen, welche weiteren Daten notwendig sind, um diese in Kombination nutzenbringend zu verwerten.

(Innovationsnetzwerk Smart Services KMU, 2019)

**Ansatzpunkte für Smart Services**  
DATEN, DATEN, DATEN

**1 INTERNE DATEN**

**2 EXTERNE DATEN**

**3 DATEN TEILEN**

## Zielsetzung

- Grobe Erfassung von Daten, auf deren Basis neue Geschäftsmodelle entstehen können
- Zugriff auf Daten und mögliche Nutzung erkennen
- Über eigene Daten hinaus denken
- Einstellung zum Teilen von Daten feststellen

## Werkzeuge / Hilfsmittel (online)

Kompaktes Formular für handschriftliche und digitale Einträge zum Eintragen von

- internen,
- externen sowie
- zu teilenden und nicht teilenden

Daten.

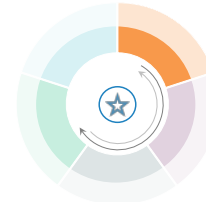
## Tipps und Tricks

- Das Formular kann in unterschiedlichen Abstraktionsstufen ausgefüllt werden. So können anfangs nur sehr wenige Datenkategorien genannt werden und im weiteren Entwicklungsprozess eines Geschäftsmodell diese angepasst, ergänzt oder spezifiziert werden.
- Es ist hilfreich, Kollegen aus verschiedenen Bereichen, um ihren Input zu bitten.
- Kunden selbst wissen am Besten, was ihnen nutzt.

# DATEN-DATEN-DATEN

**Schwierigkeit** ■■■■■  
**Aufwand** ■■■■■  
**Eignung Online** ■■■■■

**Prozessphase(n)** ■ Bedarfsanalyse  
**Teilnehmende** ■ Mindestens 1 Person



## Vorgehen & Beispiele

### Interne Daten:

- Wo fallen bei Ihnen Daten in Echtzeit oder in regelmäßigen Intervallen an?  
*Beispiele: Anzahl Garantiefälle, Reparaturen, Umsatzzahlen, Produktionsstückzahlen, Bewegungsdaten, Energieverbrauch, Formularanfragen*
- Welche internen Daten würden Sie gerne in Echtzeit oder regelmäßig erheben können?  
*Beispiele: Auslastung von Maschinen und Geräten, Mitarbeiteraktivitätszeiten*

### Externe Daten:

- Welche Daten könnten aus der Nutzung Ihrer Produkte und Dienstleistungen regelmäßig generiert werden, sofern die Kunden dies zulassen?  
*Beispiele: Betriebsdaten, wie Laufzeit, Belastungen, Ressourcenverbrauch; Nutzungsdaten*
- Welche Daten würden Sie einkaufen, wenn das möglich wäre?  
*Beispiele: Ausfallzahlen vom Wettbewerber, konkreter Kundenbedarf, persönliche Kundendaten*
- Welche Partnerschaften wären für Sie interessant, um an Daten zu kommen?  
*Beispiele: Händler, Endkunden, Wetterdatenanbieter*

### Daten teilen:

- Welche Daten und Auswertungen wären für Ihre Kunden von Interesse?  
*Beispiele: Laufzeit, Ressourcenverbrauch*
- Welche Daten und Auswertungen würden Sie selbst in aggregierter Form nicht mit Dritten teilen wollen?  
*Beispiele: Margen, Umsatz, Marktanteil, Ausfalldaten*

**Ansatzpunkte für Smart Services**  
DATEN, DATEN, DATEN

**1 INTERNE DATEN**

Wo fallen bei Ihren Daten in Echtzeit oder in regelmäßigen Intervallen an?

Welche internen Daten würden Sie gerne in Echtzeit oder regelmäßig erheben können?

**2 EXTERNE DATEN**

Welche Daten könnten aus der Nutzung Ihrer Produkte und Dienstleistungen regelmäßig generiert werden, sofern die Kunden dies zulassen?

Welche Daten würden Sie einkaufen, wenn das möglich wäre?

Welche Partnerschaften wären für Sie interessant, um an Daten zu kommen?

**3 DATEN TEILEN**

Welche Daten und Auswertungen wären für Ihre Kunden von besonderem Interesse?

Welche Daten und Auswertungen würden Sie selbst in aggregierter Form nicht mit Dritten teilen wollen?

© Fraunhofer IAO, 2019. Version: April 2019. Ansprechpartner: styllie.bermann@iao.fraunhofer.de, inka.woyke@iao.fraunhofer.de



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

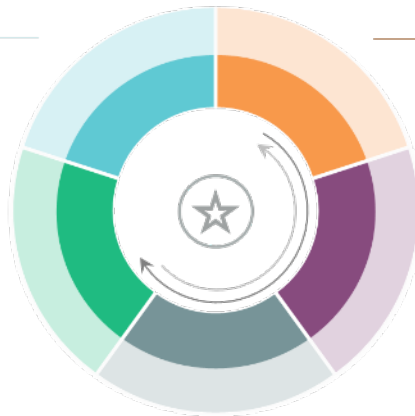
## IDEENENTWICKLUNG

### 5. UMSETZUNG

Markteinführung planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen bewerten und testen



### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen generieren

### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen konkretisieren

## Geschäftsmodellideen entwickeln

- Einsatz von Methoden / Tools
  - Kreativitätstechniken (Kopfstandtechnik, Morphologischer Kasten, etc.)
  - **Geschäftsmodellprinzipien**
  - **Value Proposition Design**
  - Design Thinking

# VALUE PROPOSITION DESIGN



**Schwierigkeit**



**Aufwand**



**Eignung Online**

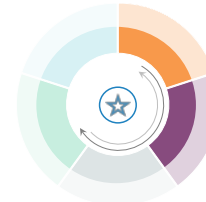


**Prozessphase(n)**

- Bedarfsanalyse
- Ideenentwicklung

**Teilnehmende**

- Mindestens 1 Person, Teamarbeit empfohlen



## Kurzbeschreibung

Das Value Proposition Design (VPD) ist eine Methode, um passgenaue Leistungsangebote zu entwickeln und somit die Basis für ein gutes Geschäftsmodell zu legen. Dabei stehen die Kundenbedürfnisse und das Marktverständnis im Fokus, aus denen ein passendes Wertversprechen (auch Nutzenversprechen) erarbeitet wird (Osterwalder et al., 2015; strategyzer.com, 2020).



## Zielsetzung

Der »Value Proposition Design«-Ansatz zielt darauf ab, Kunden und ihre Bedürfnisse zu verstehen und darauf aufbauend ein passfähiges Nutzenversprechen sowie die dazu notwendigen Leistungsbestandteile zu identifizieren.

Ziel ist es Produkte und Services zu entwickeln, die der Kunde wirklich will (Osterwalder et al., 2015).

## Werkzeuge / Hilfsmittel (online)

- Value Proposition Design-Canvas
- Jobs-to-be-done-Methode
- Value Proposition Design Tool by Fraunhofer IAO / IAT

## Tipps und Tricks

Für den nachfolgenden Value Proposition (Design)-Canvas (Osterwalder et al., 2015, S.3):

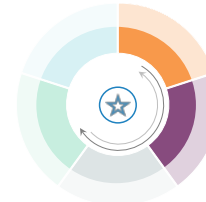
- Kundenprobleme konkret machen
- Kundenorientierte Werte (Values) kreieren
- Kundenmerkmale voraussetzen, beobachten und verifizieren, um Übereinstimmungen bzw. den »Fit« zu finden.

# VALUE PROPOSITION DESIGN



<b>Schwierigkeit</b>	■ ■ ■ □ □
<b>Aufwand</b>	■ ■ ■ ■ □
<b>Eignung Online</b>	■ ■ □ □ □

- Prozessphase(n)**
- Bedarfsanalyse
  - Ideenentwicklung
- Teilnehmende**
- Mindestens 1 Person, Teamarbeit empfohlen



## Vorgehen

Der VPD-Canvas wird in drei Schritten erstellt:

### 1. Kundenprofil erstellen:

Mit dem Kundenprofil formulieren Sie Ihr Kundenverständnis:  
Was sind die relevanten Kundenjobs?  
Was sind die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden?

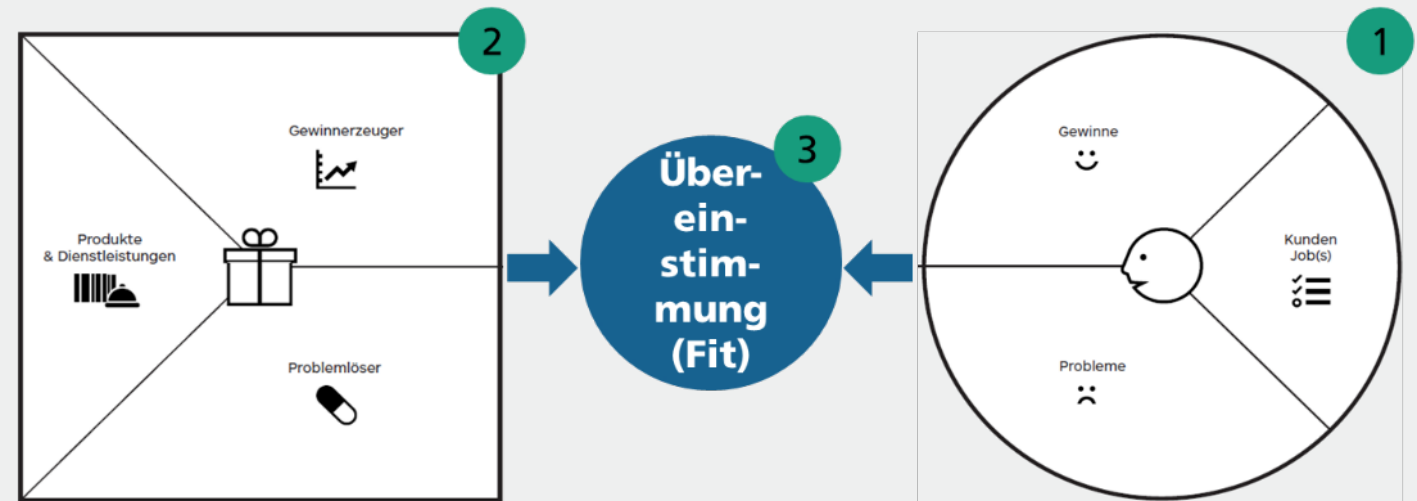
### 2. Value Map gestalten:

Mit der Value-Map beschreiben Sie, wie Sie für diesen Kunden Wert zu schaffen beabsichtigen:  
Welche Leistungsbestandteile umfasst die Idee?  
Welcher Nutzen wird gestiftet?

### 3. Übereinstimmung prüfen (Fit):

Sie erreichen Übereinstimmung, wenn das eine auf das andere trifft.

Quelle: In Anlehnung an Osterwalder et al., 2015



### Value Map:

- Welche Leistungsbestandteile umfasst die Idee?
- Welcher Nutzen wird gestiftet?

### Kundenprofil:

- Relevante Kundenjobs
- Bedürfnisse und Erwartungen

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## AUSGESTALTUNG

### 5. UMSETZUNG

Markteinführung planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen bewerten und testen



### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen konkretisieren

### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen generieren

## Geschäftsmodellideen ausgestalten

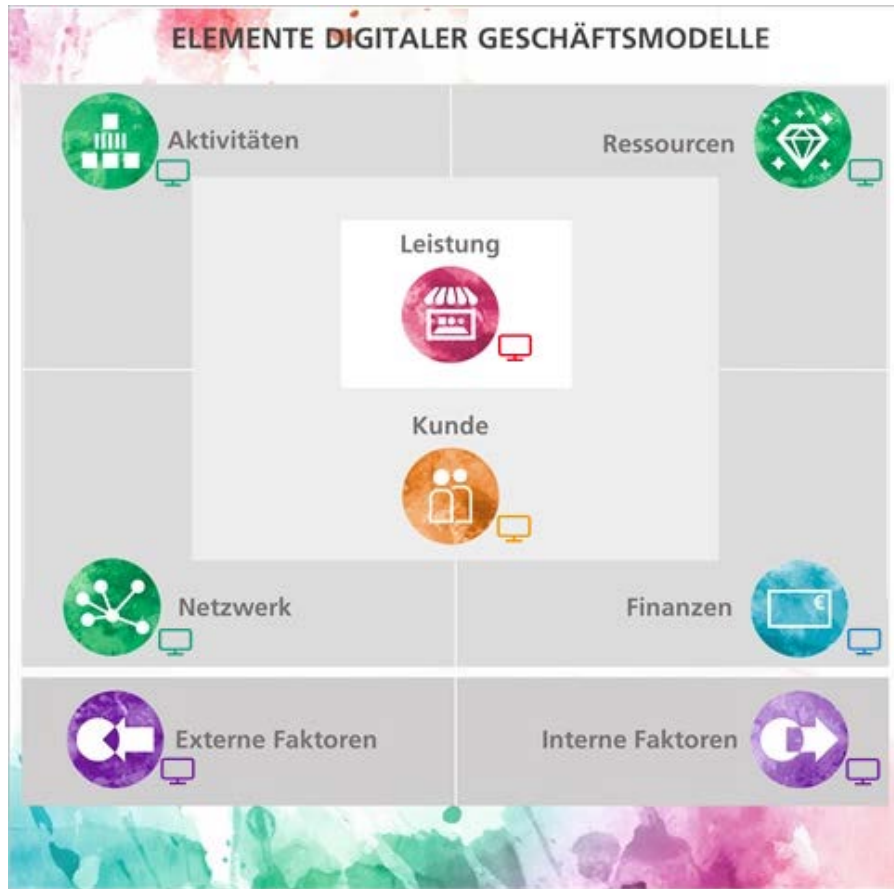
Beschreibung jeder Geschäftsmodellidee in einem eigenen GMI-Canvas.

- Leistung,
- Kunde,
- Ressourcen,
- Aktivitäten,
- Netzwerk,
- Finanzen.



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## Gestaltungselemente digitaler Geschäftsmodelle (»BIEC-Canvas«)



### Denken Sie an das Digitale !

#### Leitfragen:

- **Leistung:** Welche Rolle spielt die Digitalisierung bei Ihrem neuen Leistungsangebot?
- **Kunde:** Welches Potenzial bietet die Digitalisierung für vorhandene und neue Kundengruppen ?
- **Ressourcen:** Welche digitalen Ressourcen erfordert die Leistung?
- **Aktivitäten:** Welches Potenzial bietet die Digitalisierung für die Aktivitäten der Leistungsvorbereitung und -erbringung?
- **Netzwerk:** Welche Akteure sind zentral für das digitale Geschäftsmodell?
- **Finanzen:** Welche Erlösmodelle ergeben sich durch die Digitalisierung?

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## Unser fiktives Beispiel und seine Idee



### Türbau GmbH und ihre Transformation hin zu einem digitalen Geschäftsmodell

- Ist: traditionelle Türen



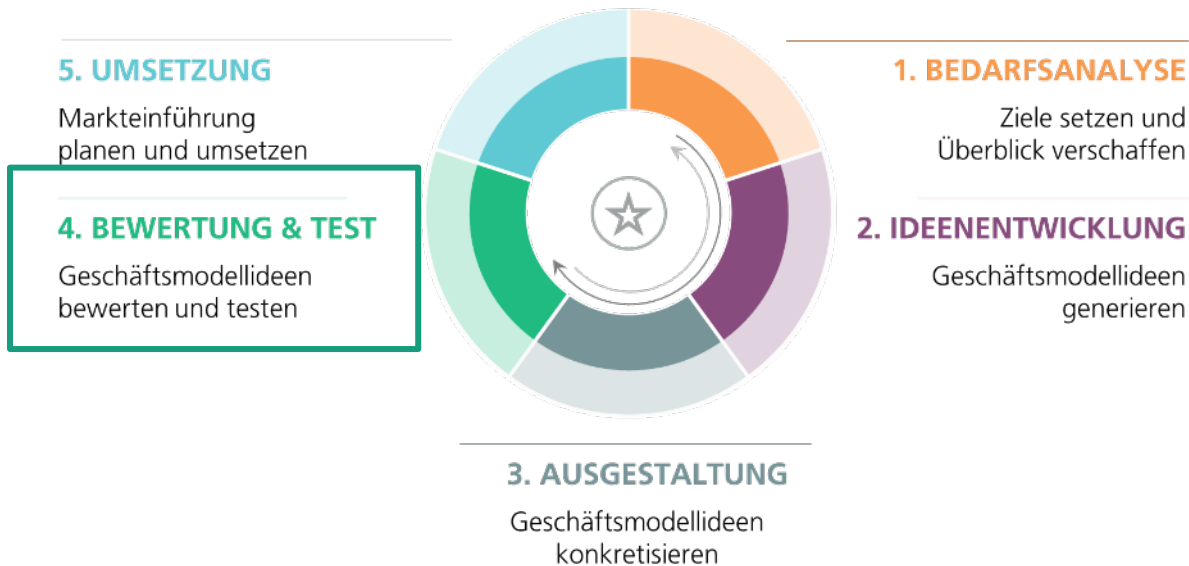
- Idee: Ergänzung eines elektronischen Türschlosses



Fotoquelle: <https://unsplash.com/>

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## BEWERTUNG UND TEST



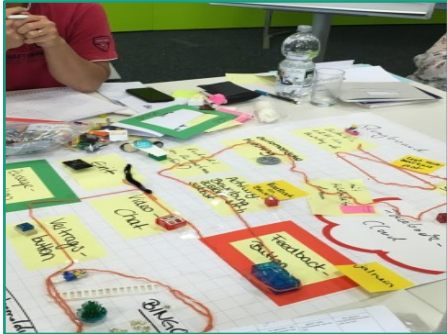
### Geschäftsmodellidee bewerten und testen

- Bewertung ausgearbeiteter Geschäftsmodellideen aus verschiedenen Blickwinkeln, ggf. Anpassung der Geschäftsmodellideen
- Analyse der Chancen und Risiken der Umsetzung
- Prototyping / Umsetzung in einen funktionserfüllenden Demonstrator
- Unterstützende Tools: **Prototyping**, Kundenbefragung, Lego Serious Play, Bewertungskriterien etc.

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## Methoden und Ansätze zum Testen von Geschäftsmodellen

Prototyping: Es beginnt mit einfachsten Prototypen und endet beim Pilotbetrieb im Feld



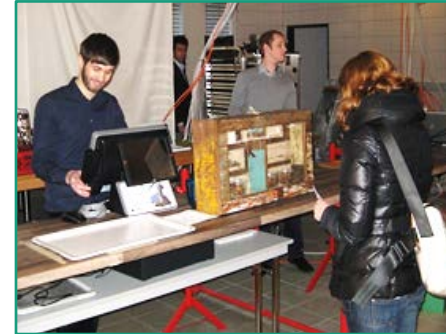
- User Stories
- Skizzen
- Scribbles
- Wireframes
- Mock-ups
- SAP Scenes
- Lego Serious Play
- Etc.



- Card-Board-Design
- Second Life-Modelle
- Klick-Prototypen
- Etc.



- Semi-formale Prozessmodelle
- Virtual Reality-Modelle
- Service Theater
- Business Model Clash
- Etc.



- Probeaufbau
- Walktroughs mit Versuchspersonen
- Prozesssimulationen mit realen Daten

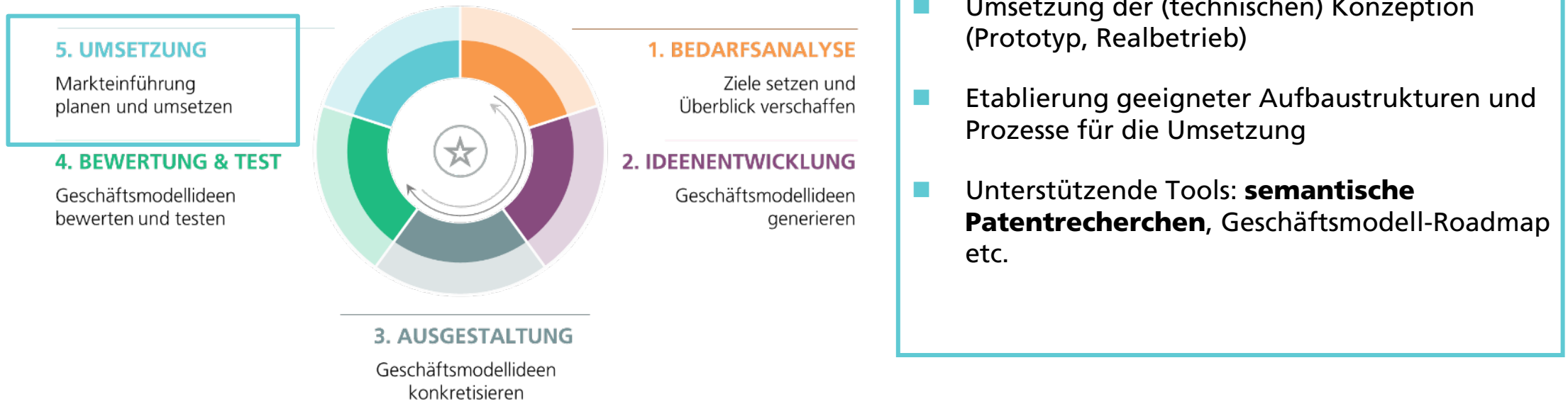


- Pilotbetrieb unter Realbedingungen



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## UMSETZUNG



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## UMSETZUNG – Markteintrittsbarrieren Dritter über Recherchen ermitteln

### Vor Markteinführung (und im Entwicklungsprozess) stets prüfen:

- Ist meine Idee neu, wer hat ähnliches erfunden?
- Verletze ich evtl. Schutzrechte Dritter?

Wie hoch wäre die Chance, mit so einer Flasche Erfrischungsgetränke in Europa zu verkaufen?



© Coca-Cola

...oder in DE ein **Appel Cafe** aufzumachen:

Klasse(n) Nizza 43:  
Verpflegung von  
Gästen in  
Restaurants, Cafes,  
Schnellrestaurants,  
Snack-Bars;  
Catering; Betrieb  
einer Bar



THE APPLE CAFE

...von digitalen  
Leistungen unter  
dem Namen  
Appel  
anzubieten ganz  
zu schweigen!



# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

## UMSETZUNG – Entwicklung einer IP-Strategie für die eigene Leistung

- Schutzoptionen für eine digitalen Leistung
  - Patentierungsmöglichkeiten für Computerimplementierte »Erfindungen«!
  - Beispiel Antiblockiersystem (ABS): »Bremsen sind für sich genommen nicht neu, können also nicht mehr patentiert werden. Ein Computerprogramm als solches ist von der Patentierung ebenfalls ausgeschlossen. In Kombination ergeben die Bremsen und das Programm jedoch das patentierbare ABS.« Quelle: DPMA, Patentschutz



**Mix aus Patenten, Marken, Design,  
nicht eingetragenen Schutzrechten!**

# BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen

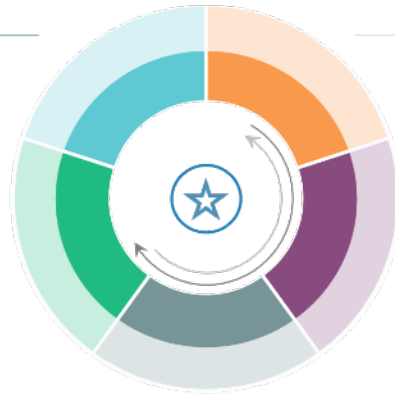
## Fünf Schritte zum erfolgreichen Geschäftsmodell

### 5. UMSETZUNG

Markteinführung  
planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen  
bewerten und testen



### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und  
Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen  
generieren

### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen  
konkretisieren

### Tipps:

- Gestalten Sie vom Groben zum Detail!
- Nutzen Sie Methoden und Tools!
- Binden Sie (potenzielle) Partner ein!
- Seien Sie kreativ!
- Denken Sie das Digitale mit!
- Gehen Sie iterativ durch den Gestaltungsprozess!

### BIEC GMI Toolbox Online:

<https://biiec.iao.fraunhofer.de/de/Toolbox.html>

Die Webseite wird kontinuierlich weiterentwickelt und Inhalte ergänzt.

# Fragen & Antworten

## Haben Sie noch Fragen?



Quelle: Pixabay

# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## Wir machen eine kurze Pause



# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## AGENDA 4.5.2021

- Start: Begrüßung, Agenda, Ziele des Tages
- Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«
- BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen
- **Geschäftsmodellprinzipien im Fokus**
  - Einführung
  - Interaktive Arbeit auf ConceptBoard
- Abschluss: Ausblick, Fragen & Antworten



# Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und innovieren

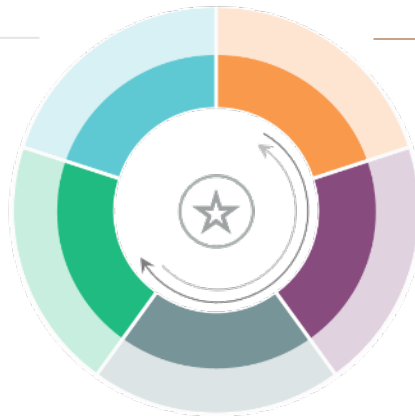
## IDEENENTWICKLUNG

### 5. UMSETZUNG

Markteinführung planen und umsetzen

### 4. BEWERTUNG & TEST

Geschäftsmodellideen bewerten und testen



### 3. AUSGESTALTUNG

Geschäftsmodellideen konkretisieren

### 1. BEDARFSANALYSE

Ziele setzen und Überblick verschaffen

### 2. IDEENENTWICKLUNG

Geschäftsmodellideen generieren

## Geschäftsmodellideen entwickeln

- Einsatz von Methoden / Tools
  - Geschäftsmodellprinzipien
  - Kopfstandtechnik
  - Design Thinking
  - 635 Methode
  - 6 Hut Denken
  - Morphologischer Kasten
  - ...



# Was ist Kreativität

## Kreativität

### **Kreativität ist eine Grundfähigkeit des Menschen = jeder Mensch ist kreativ**

- Kreativität heißt, etwas Neues kreieren.
- Es gibt viele verschiedene Arten von Kreativität: einen neuen Vorhang nähen, die Wohnung einrichten, eine Software entwickeln, eine Gruppe leiten, gärtnern, ...

### **Kreativität erfordert Mut,**

- etwas Anderes und Neues vorzuschlagen,
- gegen die Norm zu sprechen,
- Lösungen zu verlassen, die sich bereits als erfolgreich erwiesen haben.

= die Freiheit Fehler machen zu können.

### **Wie kann Kreativität freigesetzt werden?**

- Man kann Kreativität üben und trainieren, aber nicht kontrollieren.
- Rahmenbedingungen und persönliche Voraussetzungen haben einen Einfluss auf Kreativität.
- Kreativität kann nur entstehen, wenn Menschen bei der Lösungsfindung etwas zugetraut wird.

Quelle: in Anlehnung an Prof. Peter Kruse, 14. Juni 2007

# Kreativität unterstützen, durch...

... einen Möglichkeitsraum, in dem Kreativität erscheinen kann.

## Heterogenes Netzwerk

- kollektive Intelligenz durch eine Gruppe von unterschiedlichen Menschen
- Kreativität entsteht durch Komplexität und Dynamik innerhalb einer Gruppe



## Kreativitätstechniken

Werkzeuge, die ...

- das Blickfeld erweitern,
- gedankliche Blockaden auflösen und
- helfen, neue Perspektiven zu gewinnen.



## Positives Selbstbild

- Selbstvertrauen: Der Glaube an die eigene Kreativität.

Quelle: in Anlehnung an Prof. Peter Kruse, 14. Juni 2007

# Was kann kreative Ideen blockieren?

## Verstand und Erfahrung / Gewohnheit und Routine

Aus den eigenen begrenzten Perspektiven heraustreten und andere Denkmuster zulassen.

## Das ist nicht mein Gebiet

Neue Ideen kommen oft von außerhalb des eigenen Fachgebietes.

## Regeln befolgen

Neue Denkschemata entstehen nur, wenn Normen und fixe Denkweisen verlassen werden.



## Mangelndes Selbstvertrauen („ich bin nicht kreativ“)

Was Sie denken, kann wahr werden.

## Übertriebenes logisches Denken

Der beste Boden für aufgeschlossenes Denken sind scheinbar widersprüchliche Ideen.

## Die Suche nach DER Lösung

Oft ist erst der zweite oder zehnte Vorschlag die richtige Antwort, um eine innovative Lösung zu finden.

# Die 4 größten Mythen über Kreativität

## 1. Mythos: Kreativität lässt sich verorten

- **Stereotypen sind gefährlich** → Einige sollen kreativ sein und andere nicht.

## 2. Mythos: Geld fördert gute Ideen

- Mit Prämien oder mehr Gehalt lassen sich Synapsen nicht anregen, sondern durch **Anerkennung und Unterstützung**.

## 3. Mythos: Zeitdruck fördert Kreativität

- Extreme **Zeitnot behindert Kreativität**. „Timeboxing“ zwischendurch kann anregend sein.

## 4. Mythos: Wettbewerb belebt den Geist

- Interner **Konkurrenzdruck hemmt Innovationen**.

# Quantität erzeugt Qualität

**»Der beste Weg, eine gute Idee zu bekommen, besteht darin, möglichst viele Ideen zu entwickeln.«**

Linus Pauling, Nobelpreisträger Chemie

# Geschäftsmodellinnovationen durch Prinzipien

## Über 100 Geschäftsmodell-Prinzipien

**Added Value through Apps**

**Beschreibung**

Durch die gezielte Nutzung anderer weiterer Umsatz die lediglich die eigene

**Beispiele**

Nike Training Club  
Nike Training Club ist eine Smartphone-App, die Trainingspläne von Amateuren anbietet. Die App ist ein wertvolles Marketinginstrument und vermittelt nebenbei die Markentreue von Nike. Zudem ist sie mit einer Social-Media-Funktion ausgestattet.

**Usage-dependent Reward**  
Pay-per-Use – Zahlung pro Nutzung

**Beschreibung**

Bei diesem Geschäftsmodell bezahlt ein Kunde nur für das, was er verbraucht. Die Leistung nach ihrer Nutzung der genutzten Dauer erfolgt direkt entsprechend seiner Nutzung.

**Beispiele**

Car2Go  
Car2Go ist ein Carsharing-Angebot von der Automobilhersteller Daimler. Die Kunden zahlen pro gefahrenes Minute eine einmalige Gebühr von 19 €.

**Emotional Innovation**  
Mehrwert durch

... eine exklusive Kunden-erfahrung an. Diese kann entweder im physischen oder im digitalen Raum besonders hohen Servicelevel oder aber auch in einer alternativen Situation liegen. So wird dem Kunden neben dem Produkt selbst auch ein Erlebnis vermittelt.

**Beispiele**

Nespresso  
Nespresso verwandelt das Konsumgut Kaffee in ein Lifestyle-Produkt. Hierzu dienen vor allem die Läden in den besten Lagen der Innenstadt, als auch ein umfassendes Online-Angebot („Nespresso Club“), in dem der Kunde neben Maschinen und Kaffee-Kapseln auch hochpreisiges Zubehör erwerben kann.

Abercrombie & Fitch  
Die Besonderheit bei diesem Modeunternehmen gilt dem Store-Konzept, vor dessen Türen Models stehen, die den Kunden begrüßen. Im Shop sind alle Kleidungsstücke parfümiert und alle Mitarbeiter folgen einer strengen Kleidungsordnung. Abgedunkeltes Licht und laute Musik sorgen für den Eindruck eines Nachtclubs. Darüber hinaus werden keine Übergrößen produziert, um die Kundengruppe einzugrenzen.

Jochen Schweizer  
Jochen Schweizer ist ein Erlebnisgeschenkeportal, das mittlerweile 300 feste und freie Mitarbeiter hat und über 1400 Erlebnisse anbietet. Am beliebtesten bei den Kunden ist der Tandemsprung mit dem Fallschirm, dem gefolgt von „Hubschrauber selber fliegen“ und „Ferrari selber fahren“. Den Kunden wird mit diesen Erlebnissen eine einzigartige Erfahrung verkauft.

**Mehr als 500 Geschäftsmodell-Beispiele untersucht und dokumentiert**

## 34 digitale Geschäftsmodell-Prinzipien

### 26. Virtual Space Virtuelle Umgebung

#### Beschreibung

Das Unternehmen rekonstruiert w  
Quelle: Gasm

#### Beispiele

**Digitale Abbildung**  
Laragos bietet eine effizienten Prozess „Avatarbuilder“ für nachgebaut und visualisiert werden versuchsweise, PK-Kosten eingespart

### 12. Real-Time Monitoring Kontinuierliches Überwachen relevanter Daten

#### Beschreibung

Beim Real-Time Monitoring übermitteln Produkte in Echtzeit Daten. Diese Daten werden in der Regel direkt nach ihrer Erfassung ausgewertet oder weiterverarbeitet. Dadurch erhöht sich das Reaktionsvermögen von Entscheidungsträgern auf Änderungen von Zuständen oder Bedingungen. Für die Verarbeitung von Daten wie etwa Logfiles und Datenströme gibt es zahlreiche Einsatzmöglichkeiten, wie z. B. Kapazitätsplanung für Applikationen und Netzwerke, Datensicherheit, Kundenservice, Echtzeitüberwachung, digitale Fehlerentdeckung etc.

#### Beispiele

##### Smarte Maschinen

KRONEN ist ein deutsches Familienunternehmen für Nahrungsmitteltechnik mit Sitz in Kien am Rhein. KRONEN bietet ihren Kunden mit ihren „SMART Maschinen“ eine Reihe von internet- und kommunikationsfähigen Maschinen. Eine modulare SMART-Lösung ermöglicht die Überwachung der Maschinenzustände in Echtzeit. Mit dieser Lösung können Produktionsleiter, Techniker oder Vorarbeiter über ein mobiles Endgerät oder dem Laptop auf den aktuellen Status der Maschine zugreifen.



(Quelle: kronen.eu)

##### Datenmanagement mit Dashboards und Clouds

Mit der Galileo IoT Plattform ermöglicht GEBHARD Förderungsunternehmen die Digitalisierung von Installationsanlagen. Alle Anlagekomponenten (Mechanik und Software) werden in der Cloud dargestellt und miteinander vernetzt. Über die dazugehörigen Dashboards und den Einsatz von Sensoren kann der Kunde auf Echtzeitdaten der Installationsanlagen zugreifen.



(Quelle: gebhardt-förderer.de)

##### Digitale Ladungsüberwachung

Beim iGurt der BPW Bergische Achsen KG sorgt ein kleiner smarter Kasten für mehr Ladungsicherheit. Er kontrolliert und dokumentiert die Spannung des Gurtes über den Transportprozess hinweg. Per Bluetooth werden die Daten an eine App auf dem Smartphone oder Tablet des Fahrers übermittelt. Ist die Vorspannkraft nach oder ist sie zu hoch, wird Alarm geschlagen.



(Quelle: https://app.digitalisierungs-cockpit.de/bspw/138/BPW-Bergische-Achsen-KG)

# Themen-Cluster der GM-Prinzipien

## Digitale Kundenintegration

- Online-Customizing
- Customer as Digital Value Co-Creator
- Virtual Space
- Crowd Sourcing

## Nachhaltigkeit

- Sale of Unused Resources
- From Trash to Cash
- No Frills
- Reverse Innovation
- Keep it Short and Small
- Robin Hood

## Digitaler Kundenzugang

- Switch to Digital
- Value-Generating App
- Electronic Commerce
- Digital Market Expansion
- Added Value through Apps

## Kostenfokussierung

- Free Digital Core
- Free Digital Extras
- Revenue Through Digital Extras
- Name Your Own Price
- Alternative Currencies

## Digitale Plattformen

- Digital Multilateral Market
- Private Digital Connecting
- Digital Broker
- Digital Auctioning
- Social Media as a Platform
- Online-Community

## Emotionale Kundenbindung

- Digital Jump Ahead
- Digital Gamification
- Digital Delivery Support

## Vertragliche Kundenbindung

- Temporary Right of Use
- Periodic Payment for Online Services

## Daten als Befähiger

- Digital Process Support
- Dynamic Pricing
- Digital Button
- Digital Payment
- Real-Time Monitoring
- Smart Tracking
- Sensor-Generated Data
- Autonomous Order
- Data Harvesting

## Technische Kundenbindung

- Digital Lock-in-Effect
- Razor and Blade
- Digital Safety
- Downwards Portfolio Enlargement

# Auswirkungen der Covid-19 Pandemie

## Steigender Bedarf an digitalen Lösungen



Zunahme an

- Home-Office
- Online-Shopping
- Virtuellen Tools zur Pandemie-Bekämpfung
- ...



Photo by Kelly Sikkema on Unsplash



# Auswirkungen der Covid-19 Pandemie

## Steigender Bedarf an frugalen Lösungen

Zunahme an

- Kurzarbeit, Entlassungen, Insolvenzen
- Stornierung/Verschiebung von Aufträgen
- Versorgungslücken, unterbrochenen Lieferketten
- ...

Frugale Geschäftsmodelle zielen darauf ab, Kosten zu senken und zugleich Qualität hochzuhalten.

Digitale Lösungen können frugale Geschäftsmodelle unterstützen oder auch erst ermöglichen.

Photo by Mikey Harris on Unsplash



# Interaktive Übung

## Neue Ideen für die Türbau GmbH auf Basis der Prinzipien



### Türbau GmbH und ihre Transformation hin zu einem digitalen Geschäftsmodell

- Ist: traditionelle Türen



- Idee: Ergänzung eines elektronischen Türschlosses



- Ideen auf Basis der Prinzipien



Fotoquelle: <https://unsplash.com/>

# Interaktive Übung

## Ablauf

### ■ **Gemeinsamer Start**

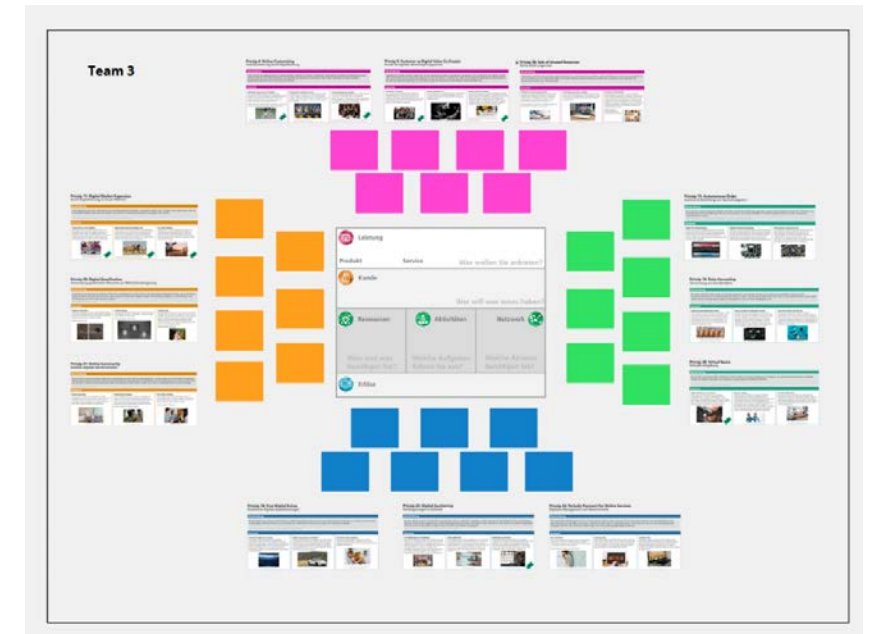
(Zeitlicher Rahmen: rund 30 Minuten)

- Start von ConceptBoard in einem zweiten Fenster (Link => siehe Chat)
- Kurzer Test der Funktionen
- Einführung in die Aufgabe und Vorstellung ausgewählter Prinzipien

### ■ **Arbeit in Kleingruppen**

(Zeitlicher Rahmen: rund 30 Minuten)

- Wechsel zu neuem MS-Teams Meeting (Link => siehe Chat)
- Einteilung der Teilnehmer in Kleingruppen
- Arbeit der Teams auf ConceptBoard (eigener Bereich) und MS-Teams (eigener Raum)



# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## AGENDA 4.5.2021

- Start: Begrüßung, Agenda, Ziele des Tages
- Einführung »Digitale Geschäftsmodellinnovationen (GMI)«
- BIEC-Ansatz für digitale Geschäftsmodellinnovationen
- Geschäftsmodellprinzipien im Fokus
- **Abschluss: Ausblick, Fragen & Antworten**



# Gruppen-Coaching

## »Digitale Geschäftsmodellinnovationen gestalten«

### Gemeinsam weiterkommen

Die nächste Runde startet  
im Herbst 2021.  
Nehmen Sie Kontakt  
mit uns auf.

Wie lassen sich digitale Geschäftsmodellinnovationen **systematisch entwickeln**?  
Wie gehen **andere Unternehmen** bei der Geschäftsmodellgestaltung vor?

Beim Finden von individuellen Antworten auf diese Fragen unterstützt das Coaching  
»**Digitale Geschäftsmodellinnovationen gestalten**« kleine und mittlere Unternehmen.



### Ihre Chance:

- Entwickeln Sie **eigene digitale Geschäftsmodellideen** und bringen Sie diese zur Innovation.
- Erlernen Sie **Methodenwissen**.
- Erfahren Sie intensiven **Austausch** mit anderen Unternehmen und **lernen Sie voneinander**.

### Nehmen Sie kostenlos\* an der Coaching-Reihe teil:

- **6 halbtägige virtuelle Gruppen-Workshops**



# Kommende Veranstaltungen



- 18.05.2021 Lokal Digital, Vortrag »Praxisnahe Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung «
- 14.06.2021 Popup Labor, Workshop »Digitalisierung und Geschäftsmodelle  
Geschäftsmodell-Werkstatt – wir bauen zusammen digitale Geschäftsmodelle«
- 16.06.2021 Virtueller Workshop »Geschäftsmodell-Prinzipien«
- 22.06.2021 Webinare » Wegweiser digitale Geschäftsmodelle « und »Sinnstiftende  
Organisationsentwicklung«
- 24.06.2021 Virtueller Workshop »Schutzrechtsanalysen in den frühen Phasen der Geschäftsmodell-  
Entwicklung«

# Sie möchten noch tiefer einsteigen?

## 18.5.2021 Smart Service-Design Spiel



**BIEC Data & KI-Days**

18.5.21 09:00 - 16:00 Uhr | Smart Service-Design-Spiel: Entwicklung von Ideen und Geschäftsmodellen für Smart Services

19.5.21 09:30 - 12:00 Uhr | Basischeck zur KI-Einführung im Büro

19.5.21 13:30 - 16:00 Uhr | Einführung in Smart Services und Künstliche Intelligenz

20.5.21 09:30 - 12:00 Uhr | Verteilte Systeme mit KI resilient und transparent betreiben

20.5.21 14:00 - 16:00 Uhr | Kund\*innenanfragen schneller bearbeiten durch Künstliche Intelligenz

**Inka Woyke**  
Leitering Service  
Business Innovation

**Sibylle Hermann**  
Service Business Innovation

**Damian Kutzius**  
Digital Business Services

**Niclas Renner**  
Digital Business Services

**Falko Kötter**  
Angewandte KI

**Andreas Freymann**  
Cognitive IoT  
Applications

**Claudia Dukino**  
Digital Business

**Marc Hanussek**  
Angewandte KI

**Patrick Schneider**  
IT- und Softwaremanagement

**Mirjana Stanisić-Petrović**  
IT- und Softwaremanagement

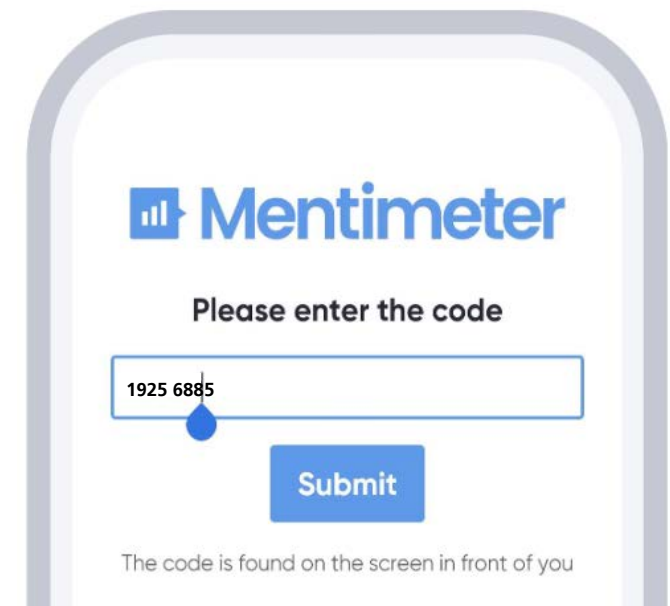
Kostenlose Online-Events  
vom 18. - 20. Mai 2021

**Jetzt kostenfrei  
anmelden:**  
[s.fhg.de/BIECDataKIDays](https://s.fhg.de/BIECDataKIDays)

# Feedback

Wir freuen uns über Ihr Feedback zur heutigen Veranstaltung!

**Code: 1925 6885**  
**[www.menti.com](http://www.menti.com)**





# Workshop »Digitale Geschäftsmodellinnovationen«

## Ihre Expertinnen



**Dr.-Ing. Yvonne Wich**

Technologie- und Innovationsmanagement

Telefon: +49 711 970 2098

yvonne.wich@iao.fraunhofer.de



**Caroline Raps**

Strategisches Business Development

Mobil: +49 151 16327 773

caroline.raps@iao.fraunhofer.de



**Inka Woyke**

Leiterin Service Business Innovation

Mobil: +49 151 16327 705

inka.woyke@iao.fraunhofer.de



**Liza Wohlfart**

Advanced Systems Engineering

Mobil: +49 151 16327 787

liza.wohlfart@iao.fraunhofer.de



**DIGITALFESTIVAL 21**

Vom New Normal zum New Better

**Vielen Dank!**

**Morgen geht's weiter...**