

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

2. Wie wird die Gründung eines Unternehmens vorbereitet?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“




2.2.1 Geschäftsmodell und Business Model Canvas I

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



Lernziele

-  Kenntnis und Verständnis, was ein Geschäftsmodell beinhaltet
-  Erkenntnis, wozu ein Geschäftsmodell benötigt wird
-  Kenntnis der wichtigsten Planungstechnik zur Gestaltung von Geschäftsmodellen (Business Model Canvas)



Grundlagen: Geschäftsmodell

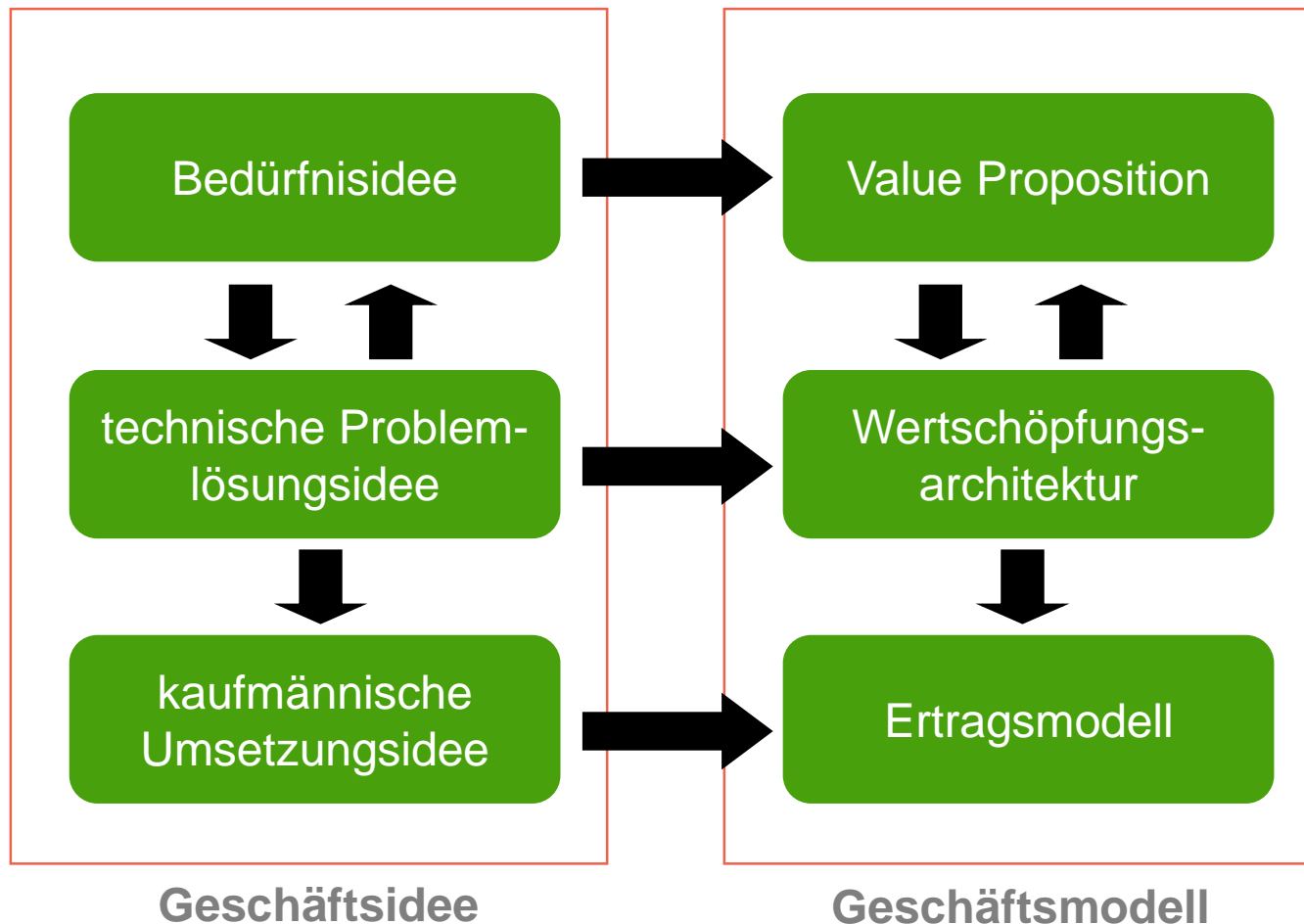


Definition: Geschäftsmodell

Mit dem Begriff **Geschäftsmodell** (Business Model) wird die Abbildung des betrieblichen Produktions- und Leistungssystems eines Unternehmens oder einer Anbietergemeinschaft bezeichnet. Durch ein Geschäftsmodell wird in stark vereinfachter und aggregierter Form abgebildet, welche Inputgüter in die Unternehmung fließen und wie diese durch innerbetriebliche und kooperative Aktivitäten in vermarktungsfähige Leistungen für als relevant erachtete Märkte transformiert werden. Dabei werden Ansatzpunkte zur Generierung von Erlösen und Kosten durch die zur Rede stehende Geschäftstätigkeit aufgezeigt (...).

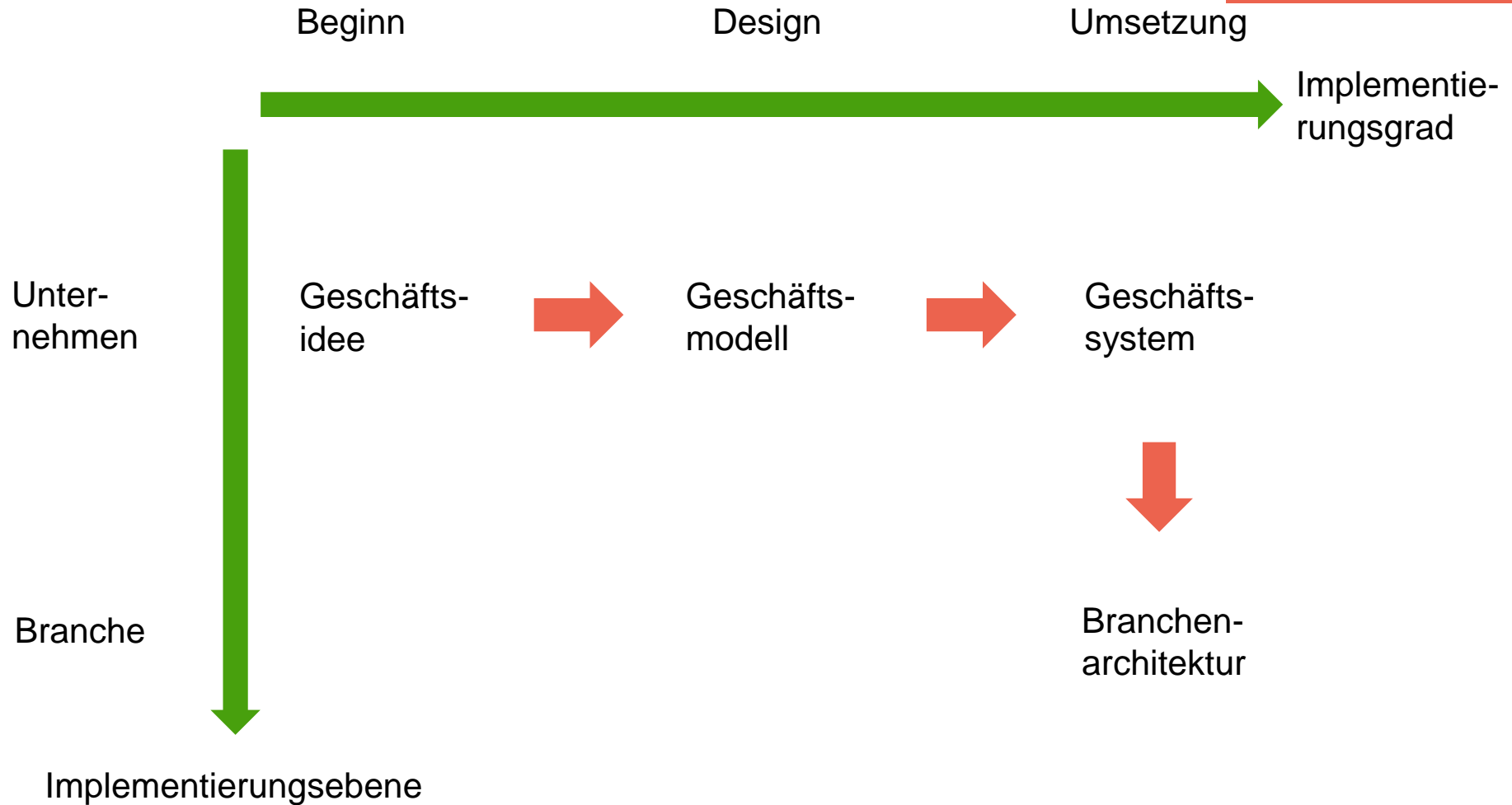
Quelle: Freiling (2006): S.212

Geschäftsidee und Geschäftsmodell



Quelle: Freiling (2006), S. 214.

Geschäftsmodelle und Reife



Geschäftsmodell: Value Proposition

Bedürfnisse bzw. Leistungsnachfrage

Darstellung der Kundenbedürfnisse:

- Explizit artikuliert
- Latent vorhanden

→ aktive bzw. reaktive Positionierung

Welche Bedürfnisse können durch das Leistungsangebot befriedigt werden?

Leistungsangebot

Beschreibung verschiedener Merkmalsdimensionen:

- Morphologisch
- Produktorientiert
- Funktional
- Verwendete Technologie

Beschreibung wesentlicher Gestaltungsprinzipien:

- Standards / Schnittstellen
- Leistungsspezialisierung
- Qualität etc.

Beschreibung des Leistungsbündels:

- Sach- bzw. Dienstleistung
- Serviceleistungen
- Andere Leistungen (Prestige)

Was sind die kennzeichnenden Merkmale des Leistungsangebots?

Markt bzw. Marktsegmente

Abbildung der Gesamtmarktgröße:

- Potentiell
- Zugänglich
- Bearbeitet
- Penetriert

Abbildung wesentlicher Marktsegmente, die folgende Anforderungen erfüllen:

- Relevant
- Messbar
- Zeitlich stabil
- Zugänglich
- Wirtschaftlich

Für welchen Markt ist das Leistungsangebot bestimmt?

Kommunikationspolitik

Abbildung der Kommunikationsinstrumente:

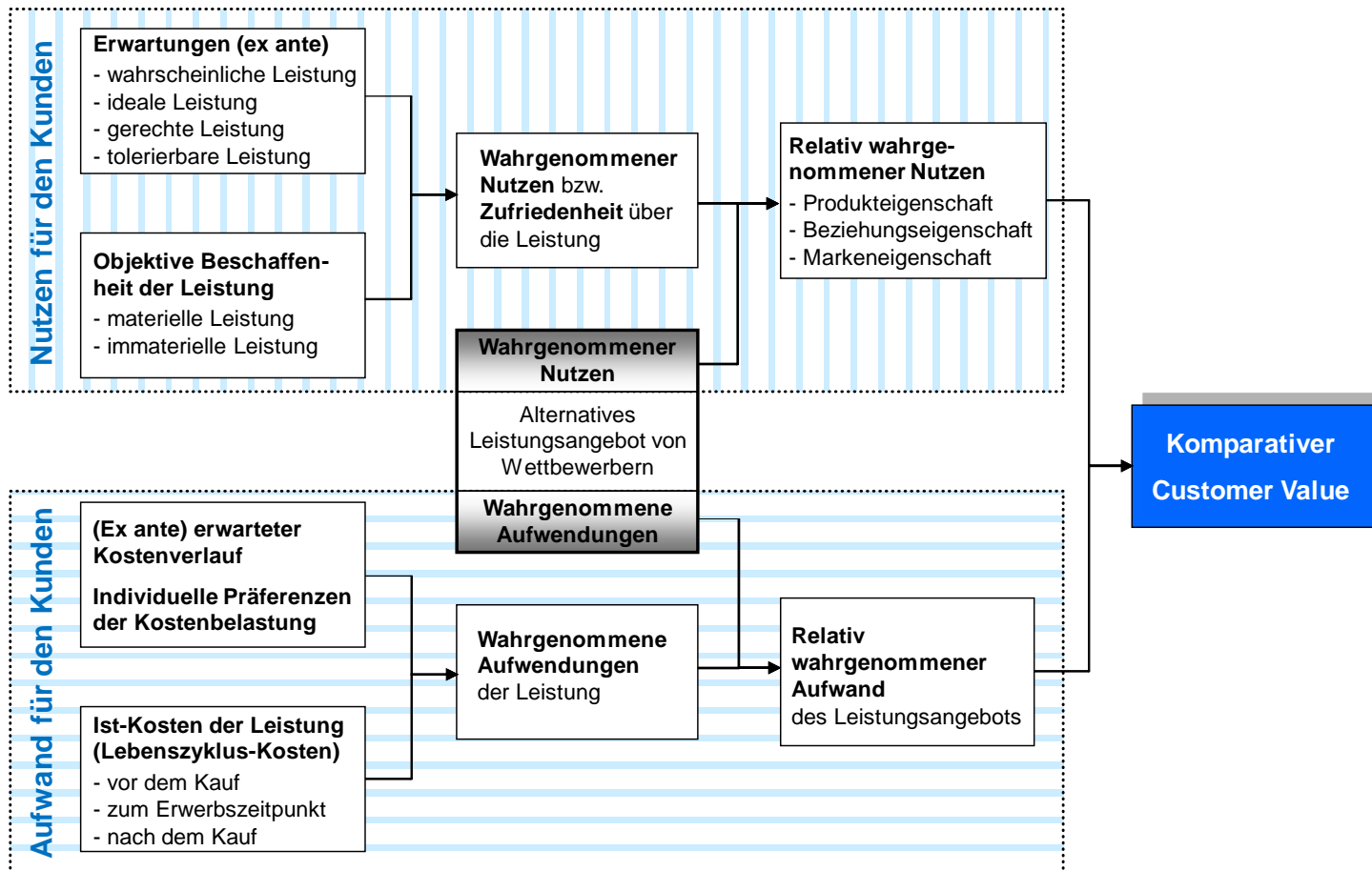
- Werbung
- Direktmarketing
- Verkaufsförderung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Persönliches Verkaufsgespräch

Beschreibung der Markenbotschaft

Welche grundlegende Botschaft wird dem Kunden durch die Kommunikationspolitik vermittelt?

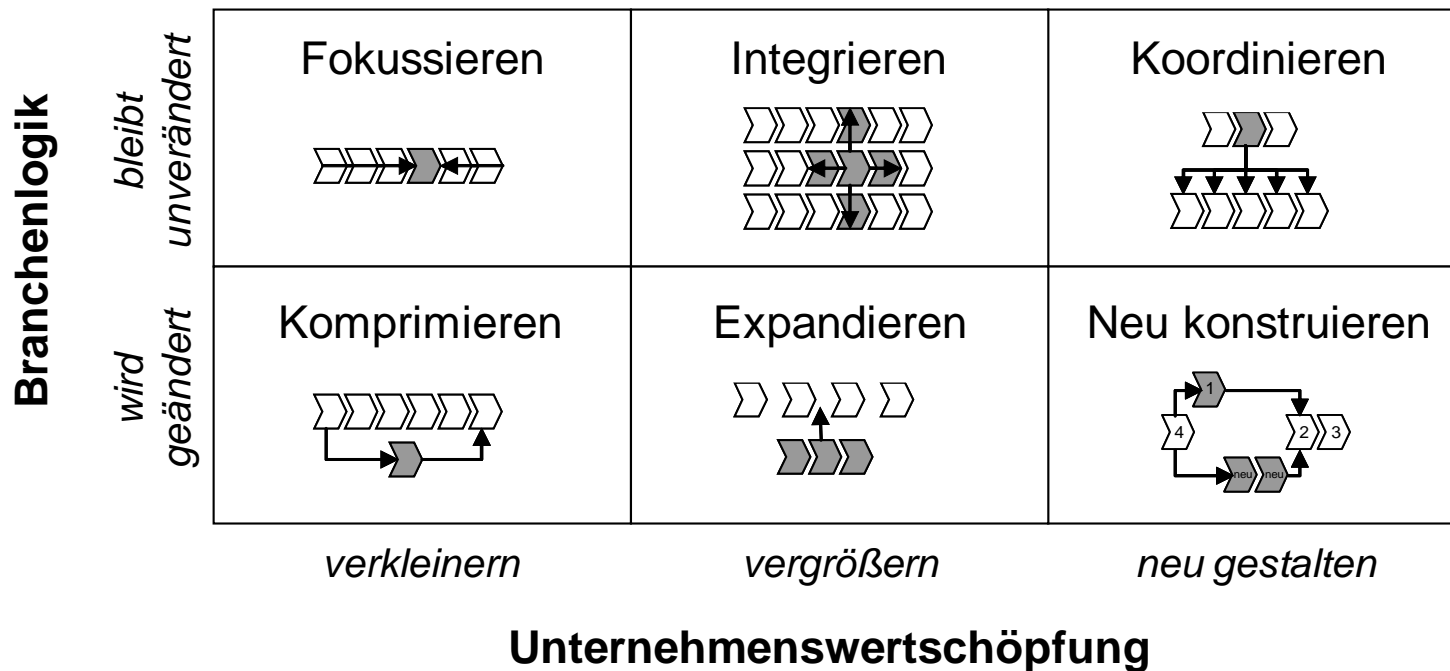
Quelle: Kraus (2005), S. 110.

Geschäftsmodell und Kundennutzen



Quelle: Kraus (2005), S. 124.

Geschäftsmodell: Wertschöpfungsarchitektur



Quelle: Kraus (2005), S. 120.

Geschäftsmodell: Ertragsmodell

Einnahmequellen

Verkauf von Gütern oder Dienstleistungen

z.B. Amazon verkauft Bücher, Musik, elektronische Geräte

Nutzungsgebühr

Bezahlung für eine bestimmte Dienstleistung (z.B. Hotel, Telefon & Gambio)

Abonnement

Bezahlung für einen kontinuierlichen Zugang zur Dienstleistung
(z.B. Zeitschriften & Gambio Carsharing)

Aus-/Verleihe & Leasing

Das temporale Recht ein Gut für einen bestimmten Zeitraum zu nutzen
(z.B. Kostümverleih.de & fashionette.de)

Lizenzierung

Erlaubnis der Nutzung eines geschützten geistigen Eigentums
(z.B. Markennamen & Bilder)

Vermittlungsgebühr

(z.B. Kreditkartenanbieter, PayPal)

Werbung

Gebühr für das Schalten von Werbung für ein bestimmtes Produkt
(z.B. crossvertise.com)