



EurA[®]

innovation · finance · technology

**GESCHÄFTSMODELLE
ENTWICKELN**

Max-Eyth-Straße 2
73479 Ellwangen

www.eura-ag.de
T +49 7961 9256-0



Begrüßung (5 Min)



Geschäftsmodelle entwickeln (10 Min)



Arbeitsphase Persona (25 Min)



Besprechung (5 Min)



Arbeitsphase Geschäftsmodellmuster (25 Min)



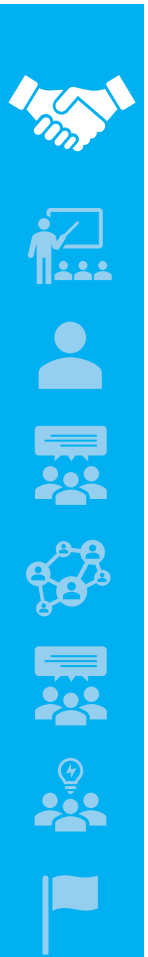
Besprechung (5 Min)



Arbeitsphase Geschäftsmodell (30 Min)



Besprechung (15 Min)



Stefanie Bango

Projektmanagerin
M.A. Business Development



Annika Hecht

Projekt & Netzwerkmanagerin
M.A. Management



Benjamin Raab

Leiter Innovation & Geschäftsprozesse
M.Sc. Entrepreneurship

„Ein Geschäftsmodell bildet die Kernlogik eines Unternehmens ab.“



Wer sind unsere Zielkunden?

- relevante Kundensegmente



Wie stellen wir die Leistung her?

- Wertschöpfungskette
- Ressourcen & Aktivitäten



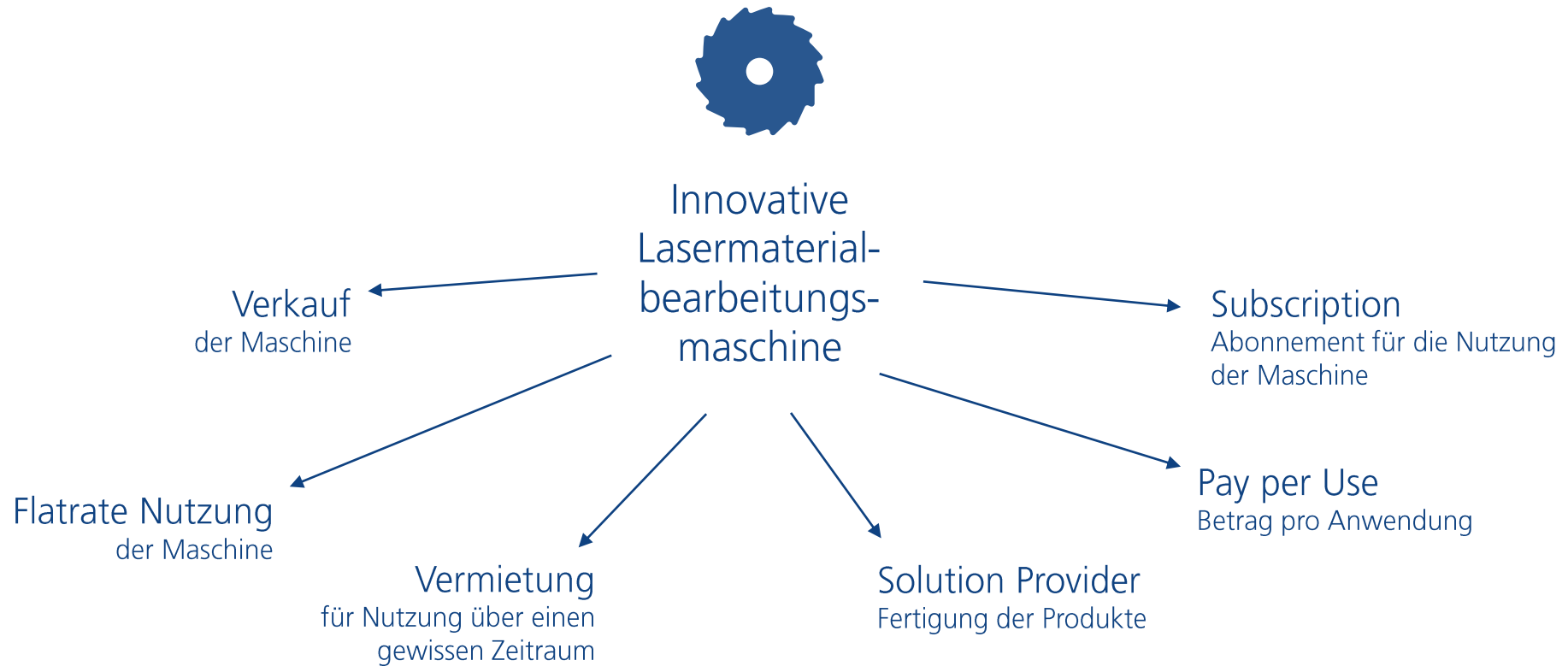
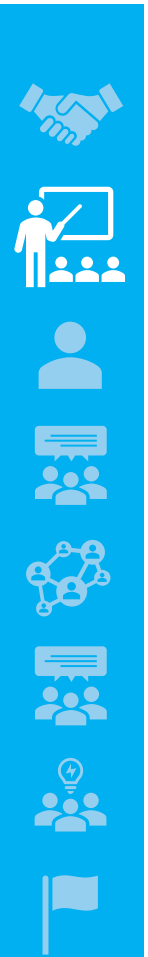
Was bieten wir dem Kunden an?

- Kundennutzen / Nutzenversprechen
- Produkt / Dienstleistung
- Problem / Bedürfnis



Wie wird Wert erzielt?

- Ertragsmechanismus
- Kostenstruktur & Einnahmequellen





Erstellung der Persona

- Persona ist ein fiktiver, aber realitätsnaher Kunde
- Repräsentiert die Anwendergruppe
- Alter & Geschlecht
- Eigenschaften & Interessen
- Wünsche & Frustrationen
- Digitale Erfahrung
- ...



Geschäftsmodellmuster

- 55 Geschäftsmodellmuster als Grundlage der Möglichkeiten
- Nutzung zur Anregung der Kreativität
- Thinking out of the box
- Muster anderer Branchen auf die eigene anwenden



Entwicklung des Geschäftsmodells

- Erarbeitung eines individuell auf die Persona abgestimmten Geschäftsmodells
- Verschiedene Tools: Business Model Canvas, magisches Dreieck...
- Kompakter Überblick über komplexe Sachverhalte

 **Bauer GmbH & Co KG**

Die mittelständische Bauer GmbH & Co KG ist ein Hersteller von Getrieben, welche u.a. in Maschinen und Anlagen verbaut werden.

Um seinen Kunden (meist Maschinen – und Anlagenbauer, die seine Getriebe in größeren Systemen verbauen) verbesserte Dienstleistungen anbieten zu können und auch selbst Ersatzteile und Serviceeinsätze besser planen zu können, hat er seine Getriebe mit passender Sensorik ausgestattet und ein grundlegendes prädiktives KI-Modell entwickelt, welches Fehler und Wartungsbedarf frühzeitig erkennen und anzeigen soll. Dieses hat er hauptsächlich anhand seiner eigenen Versuchsdaten, aber auch mit einigen wenigen Betriebsdaten, welche er von engen Kunden zur Verfügung gestellt bekam, trainiert, sodass die Getriebe im Betrieb nun die wichtigsten Parameter überwachen und die entwickelte dazugehörige Software die häufigsten Fehler frühzeitig erkennen kann.

Modul 1

Geschäftsmodell- & Unternehmensanalyse

- Erarbeitung des aktuellen Geschäftsmodells
- Analyse des bestehenden Geschäftsmodells durch die EurA
- Kompakte Unternehmensanalyse
- Erarbeitung von Stärken & Verbesserungspotentialen

Modul 2

Geschäftsmodell(r)evolution

- Erarbeitung neuer potentieller Geschäftsmodelle
- Potentialanalyse der entwickelten Geschäftsmodelle
- Identifizierung von Lead Usern
- Durchführung von Lead User Workshops zur Prüfung der Marktfähigkeit des Geschäftsmodells

Modul 3

Projektbegleitung

- Erstellung eines individuellen Projektplans zur Markteinführung neuer Geschäftsmodelle
- Begleitung des Projekts durch die EurA



Stefanie Bango

stefanie.bango@eur-a-ag.de
T +49 7961 9256-253

EURA AG
Max-Eyth-Straße 2
73479 Ellwangen



Benjamin
Raab



Annika
Hecht



Julia
Mai

Die Persona wird stellvertretend für eine Kundengruppe Ihres Geschäftsmodells erstellt. Beschreiben Sie Ihre Persona so genau wie möglich und geben Sie Ihr all die Eigenschaften, die Ihre Zielgruppe ausmachen. Achten Sie darauf, dass Sie die richtige Zielgruppe ausgewählt haben und bedenken Sie, dass es möglicherweise mehrere Zielgruppen (z.B. Anwender & Entscheider) innerhalb eines Unternehmens geben kann. (25 Min)

Einkauf

Persona

Thomas Schneider

45

verheiratet mit Kinder

männlich

Leiter Entwicklung / Konstruktion

Gründe für die Nutzung unseres Produkts

Alleinstellungsmerkmal

- höhere Zuverlässigkeit
- bessere Dienstleistung für seinen Kunden
- Reduzierung von Serviceaufwand
- geringere Total cost of ownership
- Einsatz der Innovation als Mehrwert
- zögerlicher Serviceaufwand

Gründe unser Produkt zu kaufen

- bestes, was es am Markt gibt
- Lösung auch ersetzbar auf andere Teile der Maschine
- Überwachung durch Sensoren
- Unterstützung bei der Integration

Persönlichkeit

- technikverliebt
- gute Ausbildung
- Pragmatismus
- entscheidungsfreudig
- experimentierfreudig
- zielstrebig

Interessen

- Technik
- naturverbunden
- naturverbunden
- Innovationen
- auf Ziele hinarbeiten
- zielstrebig
- Innovation

Skills

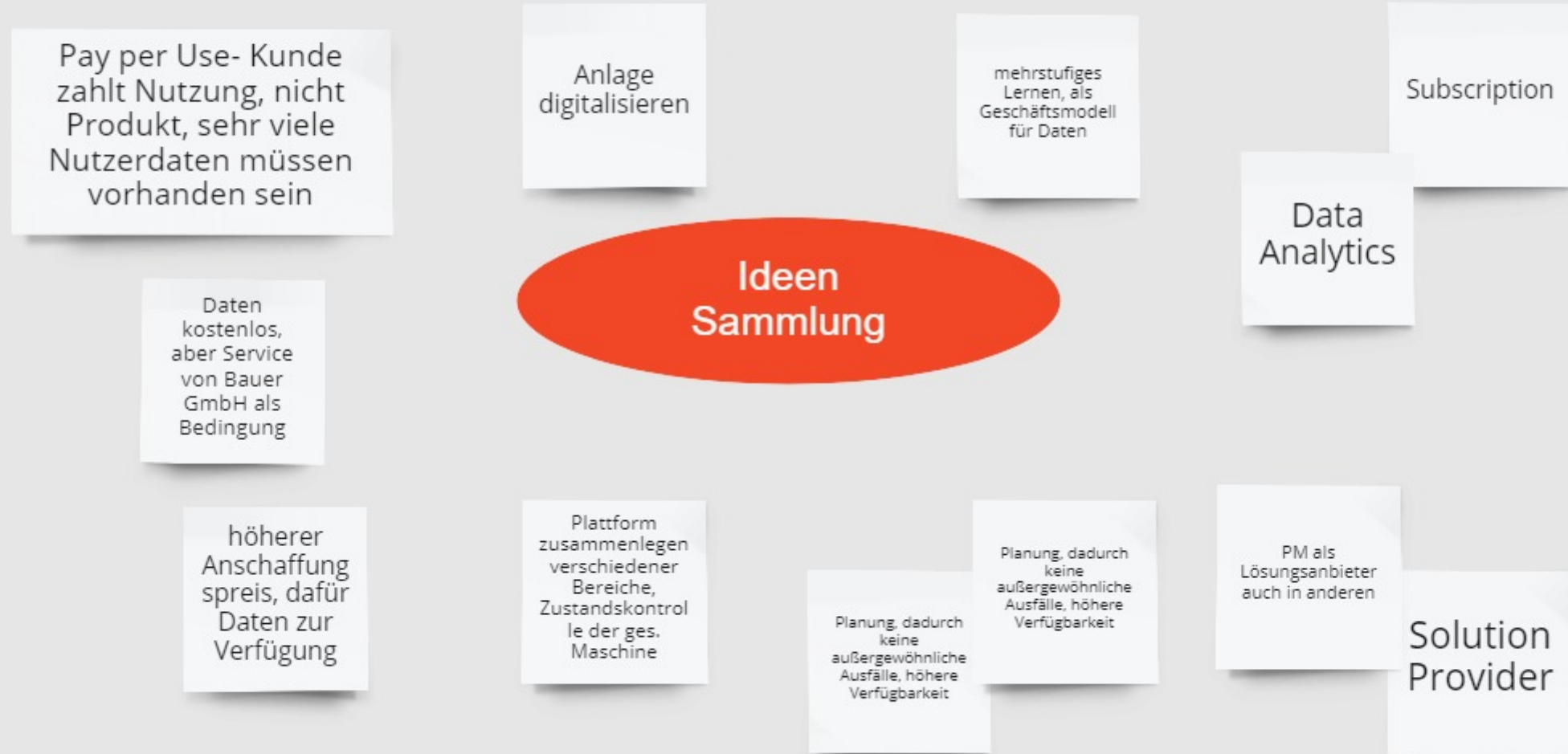
- Mechanik
- Innovationsmanagement
- Treffen von Entscheidungen
- Bewertung relevanter Innovationen
- wissbegierig

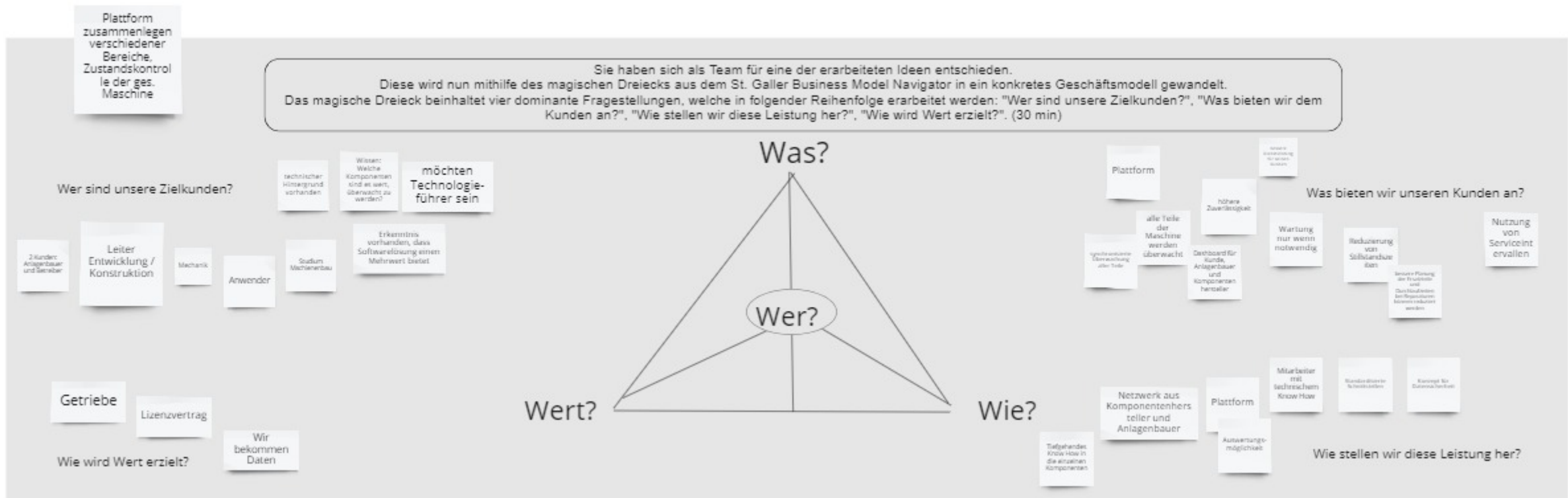
Technische Kenntnisse

- Getriebetechnologie
- Steuerungen von Maschinen
- Einsatzfelder & Anwendungsbereiche
- Service der Maschinen

Geschäftsmodellmuster

Sammeln Sie durch Brainstorming und mithilfe der bekannten Muster zunächst auf quantitativer Ebene Ideen für mögliche Geschäftsmodelle. Schreiben Sie alle Ideen nieder, ohne diese zunächst zu bewerten. (20 Min)
Nutzen Sie anschließend die restliche Zeit, um sich für eine Idee zu entscheiden, welche im Folgenden genauer bearbeitet werden soll. (5 Minuten)





Hilfestellung



Plattform
zusammenlegen
verschiedener
Bereiche,
Zustandskontrolle
der ges.
Maschine

Sie haben sich als Team für eine der ersten Aufgabenstellungen im Businessplan
Diese wird nun mithilfe des magischen Dreiecks aus dem St. Galler Businessplan
Das magische Dreieck beinhaltet vier dominante Fragestellungen, welche in folgender Reihenfolge zu den Kunden an?", "Wie stellen wir diese Leistung her?"

Wer sind unsere Zielkunden?

2 Kunden:
Anlagenbauer
und Betreiber

Leiter
Entwicklung /
Konstruktion

Mechanik

Anwender

Studium
Maschinenbau

technischer
Hintergrund
vorhanden

Wissen:
Welche
Komponenten
sind es wert,
überwacht zu
werden?

möchten
Technologie-
führer sein

Erkenntnis
vorhanden, dass
Softwarelösung einen
Mehrwert bietet

Getriebe

Lizenzvertrag

Wir
bekommen
Daten

Wie wird Wert erzielt?

Wert?

Was?

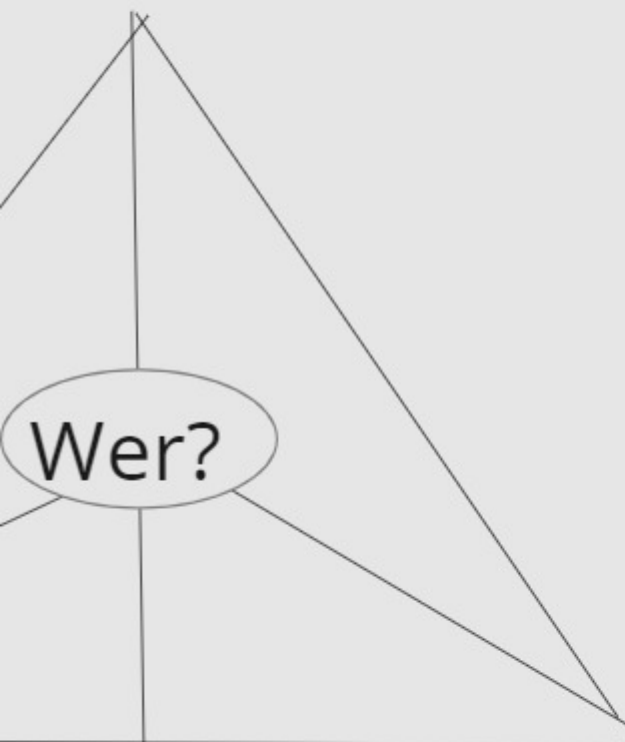
Wer?

für eine der erarbeiteten Ideen entschieden.

. Galler Business Model Navigator in ein konkretes Geschäftsmodell gewandelt.

folgender Reihenfolge erarbeitet werden: "Wer sind unsere Zielkunden?", "Was bieten wir dem se Leistung her?", "Wie wird Wert erzielt?". (30 min)

Was?



Wer?

Wie?



Die Persona wird stellvertretend für eine Kundengruppe Ihres Geschäftsmodells erstellt. Beschreiben Sie Ihre Persona so genau wie möglich und geben Sie Ihr all die Eigenschaften, die Ihre Zielgruppe ausmachen. Achten Sie darauf, dass Sie die richtige Zielgruppe ausgewählt haben und bedenken Sie, dass es möglicherweise mehrere Zielgruppen (z.B. Anwender & Entscheider) innerhalb eines Unternehmens geben kann. (25 Min)

Persona

Name

Alter
48

Familienstand
verheiratet, 2 Kinder

Job
Geschäftsführer
Fertigungsleiter

Geschlecht
m

Gründe für die Nutzung unseres Produkts

Added value für seine Kunden

Kosten sparen

stärkere Kundenbindung

innovatives Produkt

Macht der Daten, Insights, Maschinendaten

Gründe unser Produkt zu kaufen

Integrierte Lösung

Herstellerunabhängig

komplette End-to-end-Lösung

Persönlichkeit

konservativ

extrovertiert

ausgeprägtes Selbstbewusstsein

Interessen

Nachhaltigkeit

Qualitätanspruch

Sportlich aktiv

Networking

lokal engagiert

Skills

überzeugend/Begeistert

Technische Kenntnisse

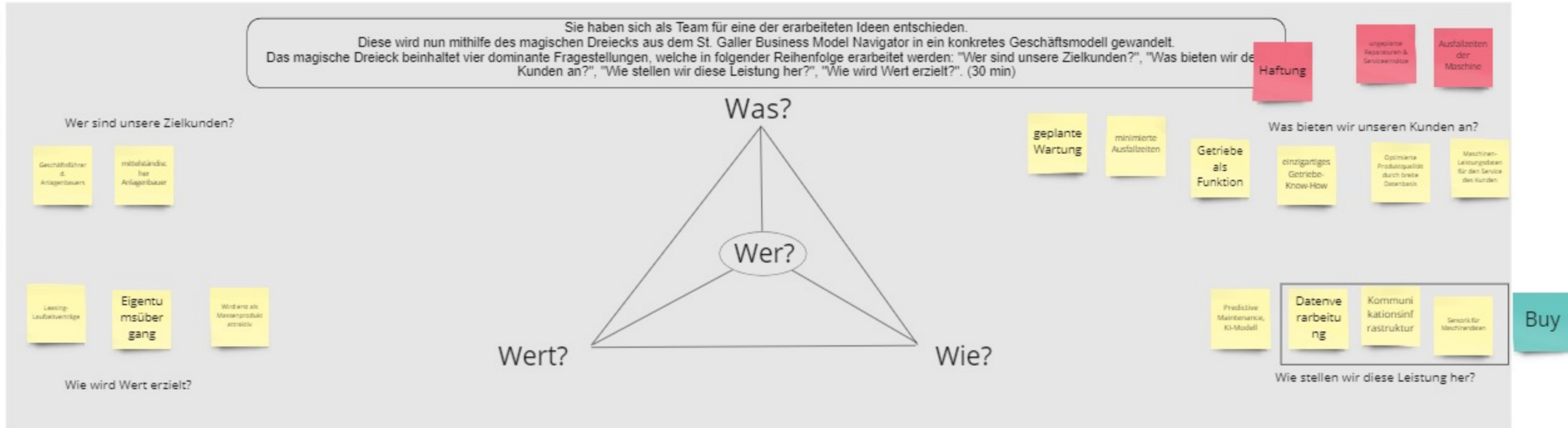
Ingenieur

Automatisierungstechnik

Prozess-Know-How

Sammeln Sie durch Brainstorming und mithilfe der bekannten Muster zunächst auf quantitativer Ebene Ideen für mögliche Geschäftsmodelle. Schreiben Sie alle Ideen nieder, ohne diese zunächst zu bewerten. (20 Min)
Nutzen Sie anschließend die restliche Zeit, um sich für eine Idee zu entscheiden, welche im Folgenden genauer bearbeitet werden soll. (5 Minuten)





Hilfestellung



Das Geschäftsmodell

Sie haben sich als Team für eine d...
Diese wird nun mithilfe des magischen Dreiecks aus dem St. Galler Bu...
Das magische Dreieck beinhaltet vier dominante Fragestellungen, welche in folgender...
Kunden an?", "Wie stellen wir diese Leistun...

Wer sind unsere Zielkunden?

Geschäftsführer
d.
Anlagenbauers

mittelständisc
her
Anlagenbauer

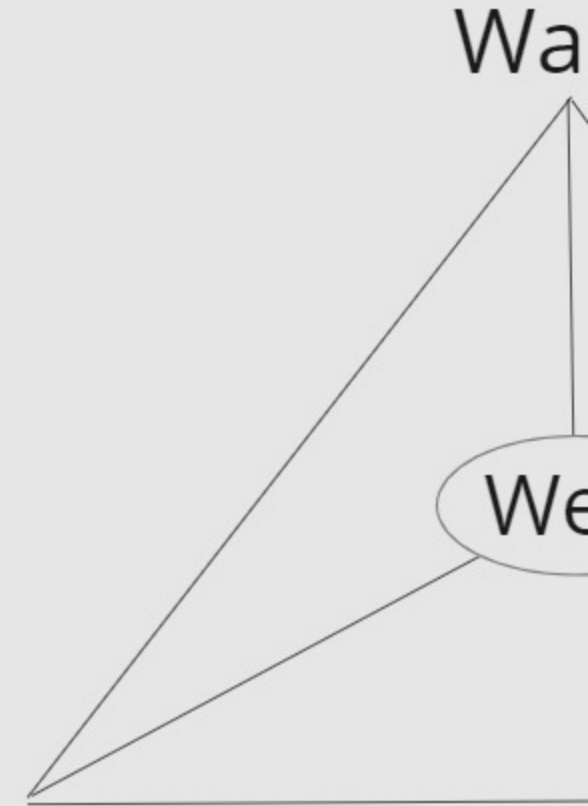
Leasing-
Laufzeitverträge

Eigentum
süber
gang

Wird erst als
Massenprodukt
attraktiv

Wie wird Wert erzielt?

Wert?



er erarbeiteten Ideen entschieden.
Business Model Navigator in ein konkretes Geschäftsmodell gewandelt.
er Reihenfolge erarbeitet werden: "Wer sind unsere Zielkunden?", "Was bieten wir de
ng her?", "Wie wird Wert erzielt?". (30 min)

s?

er?

Wie?

Haftung

ungeplante
Reparaturen &
Serviceeinsätze

Ausfallzeiten
der
Maschine

Was bieten wir unseren Kunden an?

geplante
Wartung

minimierte
Ausfallzeiten

Getriebe
als
Funktion

einzigartiges
Getriebe-
Know-How

Optimierte
Produktqualität
durch breite
Datenbasis

Maschinen-
Leistungsdaten
für den Service
des Kunden

Predictive
Maintenance,
KI-Modell

Datenve
rarbeitu
ng

Kommuni
kationsinf
rastruktur

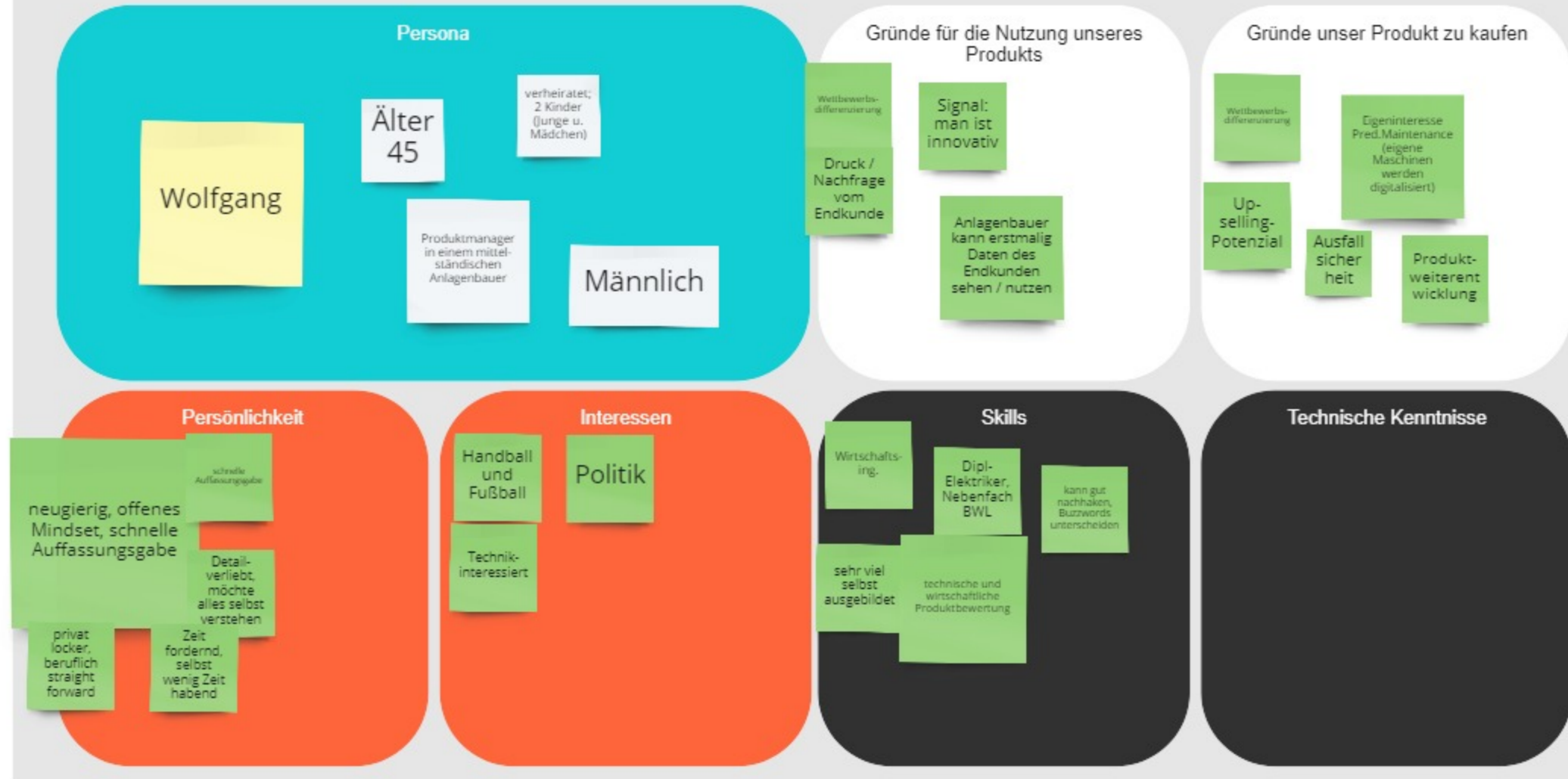
Sensorik für
Maschinendaten

Buy

Wie stellen wir diese Leistung her?

Persona

Die Persona wird stellvertretend für eine Kundengruppe Ihres Geschäftsmodells erstellt. Beschreiben Sie Ihre Persona so genau wie möglich und geben Sie Ihr all die Eigenschaften, die Ihre Zielgruppe ausmachen. Achten Sie darauf, dass Sie die richtige Zielgruppe ausgewählt haben und bedenken Sie, dass es möglicherweise mehrere Zielgruppen (z.B. Anwender & Entscheider) innerhalb eines Unternehmens geben kann. (25 Min)



Geschäftsmodellmuster

Sammeln Sie durch Brainstorming und mithilfe der bekannten Muster zunächst auf quantitativer Ebene Ideen für mögliche Geschäftsmodelle. Schreiben Sie alle Ideen nieder, ohne diese zunächst zu bewerten. (20 Min)
Nutzen Sie anschließend die Zeit, um sich für eine Idee zu entscheiden, welche im Folgenden weiter bearbeitet werden soll. (5 Min)

Addon:
Getriebe ohne pred. Maint. oder mit (Extra-Kosten)

Make more of it:
alle Daten statt nur Pred.Maint. alerts zur Verfügung stellen

Flatrate:
Garantie, dass dieses Getriebe niemals ausfällt

Solution Provider:
Bauer hat ein Operation Service Center (Leitstelle) und bietet dem Anlagenbauer Rundum-Sorglos-Paket (Tippgeber an Anlagenbauer)

Ideen
Sammlung

Subscription:
einmalige Zahlung/Kauf + 5 Jahre Laufzeitkosten

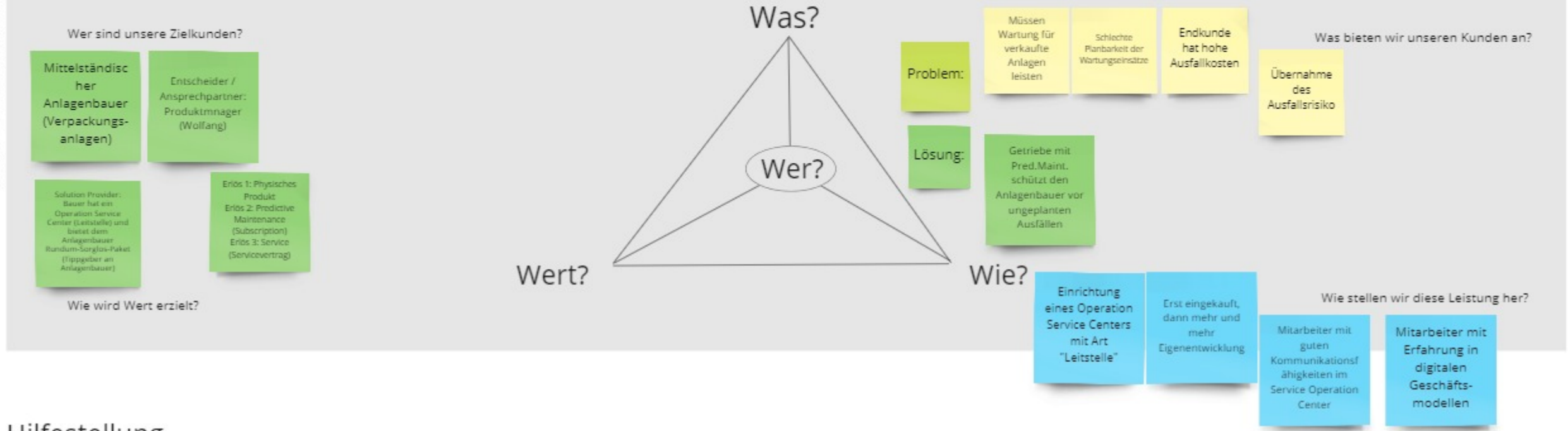
Make more of it:
zusätzliches Dienstleistungsangebot auf Basis des erlernten Know-Hows

Razor
(Getriebe) & Blade (Service, Wartung oder Ersatzteil)

Razor & Blade: KI umsonst, aber Getriebe teurer

Pay Per Use:
Kunde der Bauer bezahlt nur die Laufzeit (bezahlt für uptime, nicht für downtime)

Sie haben sich als Team für eine der erarbeiteten Ideen entschieden.
 Diese wird nun mithilfe des magischen Dreiecks aus dem St. Galler Business Model Navigator in ein konkretes Geschäftsmodell gewandelt.
 Das magische Dreieck beinhaltet vier dominante Fragestellungen, welche in folgender Reihenfolge erarbeitet werden: "Wer sind unsere Zielkunden?", "Was bieten wir dem Kunden an?", "Wie stellen wir diese Leistung her?", "Wie wird Wert erzielt?". (30 min)



Hilfestellung

- Wer?**
Beschreibung relevanter Zielgruppen - siehe Persona
- Was?**
Betrachtung des Kundenproblems / Bedürfnisses, welches durch unser Produkt gelöst wird
Beschreibung des Kundennutzens / Nutzenversprechen
- Wie?**
Betrachtung der Ressourcen und Aktivitäten, welche zur Bereitstellung des Nutzenversprechens unbedingt notwendig sind
- Wert?**
Erarbeitung eines Erlösmodells zur Generierung von Wert

Das Geschäftsmodell

Sie haben sich als Team für eine der er
Diese wird nun mithilfe des magischen Dreiecks aus dem St. Galler Business
Das magische Dreieck beinhaltet vier dominante Fragestellungen, welche in folgender Reihenfolge
Kunden an?", "Wie stellen wir diese Leistung her?"

Wer sind unsere Zielkunden?

Mittelständischer
Anlagenbauer
(Verpackungs-
anlagen)

Entscheider /
Ansprechpartner:
Produktmanager
(Wolfgang)

Solution Provider:
Bauer hat ein
Operation Service
Center (Leitstelle) und
bietet dem
Anlagenbauer
Rundum-Sorglos-Paket
(Tippgeber an
Anlagenbauer)

Erlös 1: Physisches
Produkt
Erlös 2: Predictive
Maintenance
(Subscription)
Erlös 3: Service
(Servicevertrag)

Wie wird Wert erzielt?

Wert?

Was?

Wer?

Team für eine der erarbeiteten Ideen entschieden.
dem St. Galler Business Model Navigator in ein konkretes Geschäftsmodell gewandelt.
Schritte in folgender Reihenfolge erarbeitet werden: "Wer sind unsere Zielkunden?", "Was bieten wir dem
Kunden an?", "Wie wird Wert erzielt?". (30 min)

