

Wie Sie die Geschäftsmodell-Innovation einfach aufbauen

Ein IT-Unternehmen kann nicht bestehen ohne Innovation. Dennoch schwächeln viele Unternehmen genau an diesem Punkt. Mit dem systematischen Einsatz einer Geschäftsmodell-Karte erzielt aber jedes KMU Erfolge bei der Innovation.

Innovation ist der Schlüssel zur Erfolgs- und Zukunftssicherung eines jeden IT-Unternehmens. Trotzdem leiden viele Unternehmen unter einer schwachen Innovationskraft. Diese zeigt sich im Wesentlichen in fünf Punkten:

- Sie haben mit neuen Geschäftsmodellen, Produkten, Services und Ertragsmodellen (zu) wenig Markterfolg.
- Sie innovieren nicht systematisch, sondern eher zufällig oder gar nicht.
- Sie kennen und verstehen die Bedürfnisse und Problemstellungen ihrer Zielkunden nur unzureichend.
- Sie sind auf die Anforderungen der Zukunft, sich verändernde Märkte und das Cloud-Business nicht ausreichend eingestellt.
- Sie haben kein funktionierendes Innovationsmanagement mit den dafür notwendigen Strategien, Prozessen, Strukturen und Kultur.

Die 5 Elemente des Geschäftsmodells

Das Geschäftsmodell beantwortet die Geschäftslogik mit der Schlüsselfrage: Warum bezahlt wer für was wie viel – und wie lösen wir das? Ein Geschäftsmodell bringt letztlich nur dann zufriedene Kunden, Umsatz und Gewinn, wenn die folgenden fünf Elemente wie Zahnräder perfekt ineinandergreifen:

- Problemstellungen und Bedürfnisse (*warum bezahlt wird*)
- Zielkunden (*wer bezahlt*)
- Kundennutzen und Leistungsangebot (*wofür bezahlt wird*)
- Ertragsmodell (*wie viel wofür bezahlt wird*)
- Herstellung beziehungsweise Leistungserbringung (*wie es gelöst wird*)

Wird in der Geschäftsmodell-Innovation mit den gängigen Dokumenten gearbeitet, steigt die Seitenzahl unweigerlich an. Die Dokumentation wird so schnell unübersichtlich und schwerfällig. Die Darstellung auf einer einzigen Seite drängt sich auf. Das bekannte Business Model Canvas bietet genau das, bestens geeignet für neue, «auf der grünen Wiese» gestartete Businesses und Start-ups.

Die Geschäftsmodell-Karte für etablierte IT-KMUs

Etablierte IT-KMUs benötigen jedoch für die erfolgreiche Weiterentwicklung ihres Geschäftsmodells die erfolgskritische Verankerung mit Ihrer Unternehmensstrategie (SWOT, Leitbild, strategische Geschäftsfelder, strategische Fokusfelder). Genau dafür haben wir die Geschäftsmodell-Karte entwickelt und arbeiten bei unseren Kunden seit vielen Jahren damit.

Mit der Karte zum Innovationserfolg

In der Geschäftsmodell-Innovation müssen alle fünf genannten Elemente gleichzeitig und vollständig erfasst, kommuniziert und diskutiert werden. Zudem müssen die Elemente untereinander in jeder Hinsicht uneingeschränkt konsistent sein, wie beispielsweise: Welche Kundenbedürfnisse im neuen strategischen Geschäftsfeld XY wollen wir mit welchem Nutzenangebot und den Vertriebskanälen A und D mittels welchem Preismodell treffen? Oder: Korrespondiert das neue Leistungsangebot mit den Problemstellungen der definierten Zielkunden – und stimmt es mit der gegebenen Unternehmensstrategie überein?

Arbeiten Sie am Unternehmen statt im Unternehmen! Beginnen Sie jetzt und bestellen Sie noch heute die Geschäftsmodell-Karte im A0-Grossformat. Sichern Sie sich eines von 30 kostenlosen Exemplaren mittels einer kurzen E-Mail an ledergerber@ledergerber-partner.ch.

DER AUTOR



Raphael Ledergerber ist Betriebsökonom FH und hat über 18 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in den Bereichen Strategie, Innovation, Change-Management, Marketing, Verkauf sowie Produkt- und Preismanagement. Unter anderem war er Business-Unit-Leiter beim IT-Distributor Also und baute in dieser Funktion einen neuen Geschäftsbereich für Services auf. Heute ist er Inhaber von Ledergerber & Partner sowie Verwaltungsrat und Beirat verschiedener KMUs und Organisationen. Er unterstützt als Sparringspartner, Projektleiter oder Berater Firmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien. Zu seinen Kunden gehören unter anderem IT-Fachhändler, IT-Dienstleister, Systemintegratoren und Softwarehersteller.

www.ledergerber-partner.ch

Raphael Ledergerber schreibt in seiner Serie im «IT-Markt» über betriebswirtschaftliche Themen.