FORUM!

Herzlich Willkommen

zum

49. Wirtschaftsfrühstück

3. Juni 2014

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

PROGRAMM

- Frühstück und Netzwerken -

- **„Wie zukunftssicher ist Ihr Geschäftsmodell? – So entwickeln Sie Innovationen für Ihr Unternehmen“**

  Christoph Terrahe, Terrahe & Associates GmbH & Co. KG

- **Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft:**

  Verantwortungspartner Emsdetten, Emsdettener Unternehmenspreis 2014 und Termine

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

FORUM!

„Wie zukunftssicher ist Ihr Geschäftsmodell? –

So entwickeln Sie Innovationen für Ihr Unternehmen“

Christoph Terrahe, Terrahe & Associates GmbH & Co. KG

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Terrahe & Associates
Management Consulting

Geschäftsmodelle entwickeln

- Vortrag -

Emsdetten, 3. Juni 2014

Terrahe & Associates
Management Consulting

Vortragsstruktur

1 **Geschäftsmodelle verstehen**

- What is your business?
- KPMG-Studie
- Herausforderungen
- Lösungsansätze

2 **Geschäftsmodelle abbilden**

- „Geschäftsmodell-Canvas“

3 **Geschäftsmodelle hinterfragen**

- Wertinnovation
- „Beispiel Cirque du Soleil“

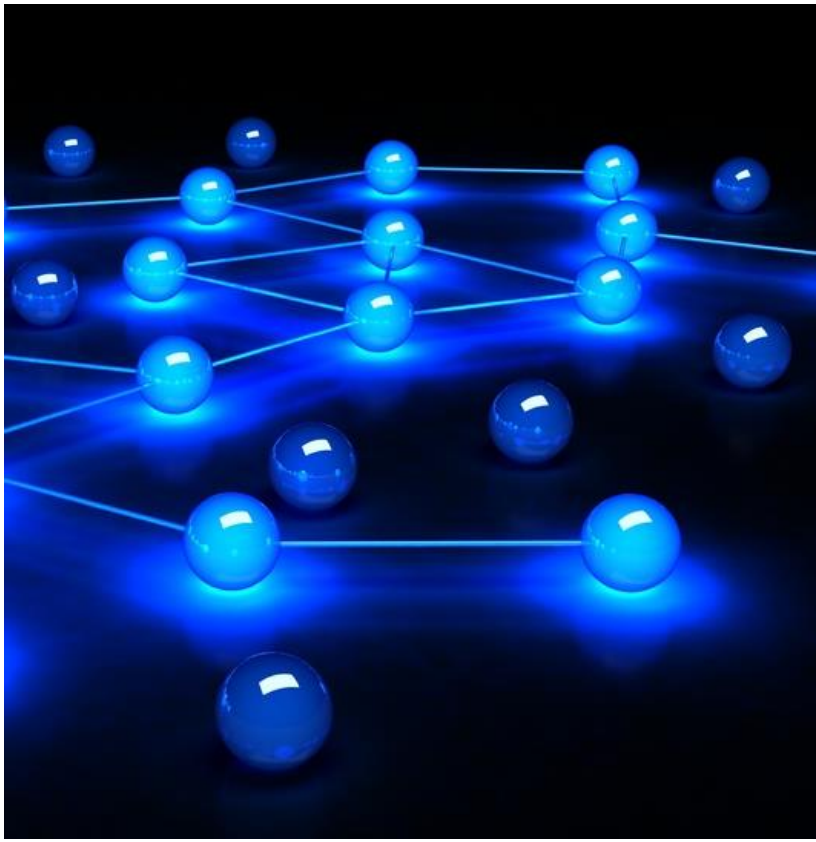
4 **Geschäftsmodelle gestalten**

- Ansatzpunkte

What is your business? (Peter Drucker)

Was ist Ihr Geschäftsmodell?

- Ein Geschäftsmodell beschreibt modellhaft ein Geschäft
- Ein Geschäftsmodell beantwortet die Frage, wie ein Unternehmen für seine Kunden einen Mehrwert schafft und damit Wettbewerbsvorteile erreicht.
- Ein Geschäftsmodell besteht aus drei Hauptkomponenten:
  - Value Proposition:
    Welchen Nutzen stiftet das Unternehmen?
  - Architektur der Wertschöpfung:
    Wie wird der Nutzen generiert? Wie wird die Leistung in welcher Wertschöpfungskonfiguration mit welchen Partnern in welchen Rollen erstellt?
  - Ertragsmodell:
    Welche Einnahmen generiert das Unternehmen aus welchen Quellen generiert. Wodurch wird Geld verdient?



FAZ, 25.09.2013 (KPMG-Umfrage)

Jedes dritte Geschäftsmodell wird bis 2020 sterben

KPMG-Umfrage: Digitalisierung, Vernetzung und Datenverarbeitung lassen die Branchen verschmelzen

geg. FRANKFURT, 24. September. Der Internetkonzern Google steigt ins Gesundheitsgeschäft ein, das Softwareunternehmen Microsoft kauft die Handyherstellung von Nokia, Musik wird nicht mehr im Plattengeschäft, sondern elektronisch über Apple erworben, die Buchhandelsketten reduzieren ihre stationäre Verkaufsfläche, weil immer mehr Lektüre über das Internet gekauft wird. Wenn die Autohersteller einmal in der Lage sind, jeden Autokäufer über das Internet auch über den gesamten Lebenszyklus des Autos zu verfolgen, werden sie individualisierte Versicherungen anbieten können, und mit zunehmender Vernetzung der Produktion (Industrie 4.0) sind immer mehr Hersteller in der Lage, Produkte nach individuellen Wünschen in Einzelfertigung herzustellen und direkt zu vermarkten. All diese Beispiele zeigen, dass mit der Digitalisierung und der damit verbundenen Vernetzung ganz neue Geschäftsmodelle entstehen, die über traditionelle Branchengrenzen hinausgehen.

Laut einer Umfrage der Beratungsgesellschaft KPMG unter 350 Unternehmen der sieben Branchen Automobil, Banken und Versicherungen, Logistik, Handel, Elektronik, Energie und Telekom sind 34 Prozent der Ansicht, ihr heutiges Geschäftsmodell werde sich bis 2020 fundamental ändern. Vor allem die Anbieter von Telekom-Dienstleistungen und von Energie gehen zu 60 beziehungsweise 50 Prozent davon aus, dass sie in sechs Jahren ein „fundamental anderes Geschäftsmodell" verfolgen werden als heute. Es überrascht wenig, dass Vertreter aller Branchen vor allem den Telekommunikationsunternehmen zutrauen, in andere Bereiche vorzudringen. Mit ihren vielen Kundenbeziehungen und den damit verbundenen Kundendaten sowie mit ihrer Telekommunikations-Infrastruktur seien sie am ehesten in der Lage, neue Geschäftsmodelle aufzubauen. Das kann in Richtung Handel oder Banken gehen, das können Mediendienste sein oder auch Dienstleistungen rund um das Haus und die Wohnung. Vor allem Banken und Versicherungen befürchten dagegen, dass ihnen in den kommenden Jahren neue Anbieter Marktanteile wegnehmen werden. Gering ist bei Handelsunternehmen die Einsicht verbreitet, gefährdet zu sein, obwohl die meisten Vertreter anderer Branchen andeuten, vor allem in den Handel hinein diversifizieren zu wollen.

„Solche Beispiele unterschiedlicher Lageeinschätzungen zeigen, dass es künftig nicht ausreicht, die Binnensicht der eigenen Branche zu reflektieren", sagte Marc Ennemann, Partner der KPMG. „Wer die Konkurrenz von morgen erkennen will, muss die Situation von Unternehmen anderer Branchen verstehen und deren mögliche Strategien rechtzeitig antizipieren."

Dass gerade alle vom Handy gestützten Dienstleistungen von den Kunden angenommen werden, zeigt eine zweite Studie der KPMG. Von 1000 befragten Konsumenten möchten mehr als 50 Prozent ihren Strom- und Wasserverbrauch über das Handy kontrollieren, knapp 40 Prozent ihre Wohnung überwachen und 30 Prozent Behördengänge erledigen oder die Funktionsfähigkeit ihres Autos überprüfen. Mit dem Handy, mit dem sie gern Rechnungen bezahlen würden, möchten sie auch ihre Haushaltsgeräte steuern. Die Zukunft gehört nach Ansicht der KPMG-Studienautoren Unternehmen, die ihre Produkte und Dienstleistungen radikal auf eine zunehmend digitale und individualisierte Kundschaft ausrichten.

Herausforderungen für mittelständische Unternehmen

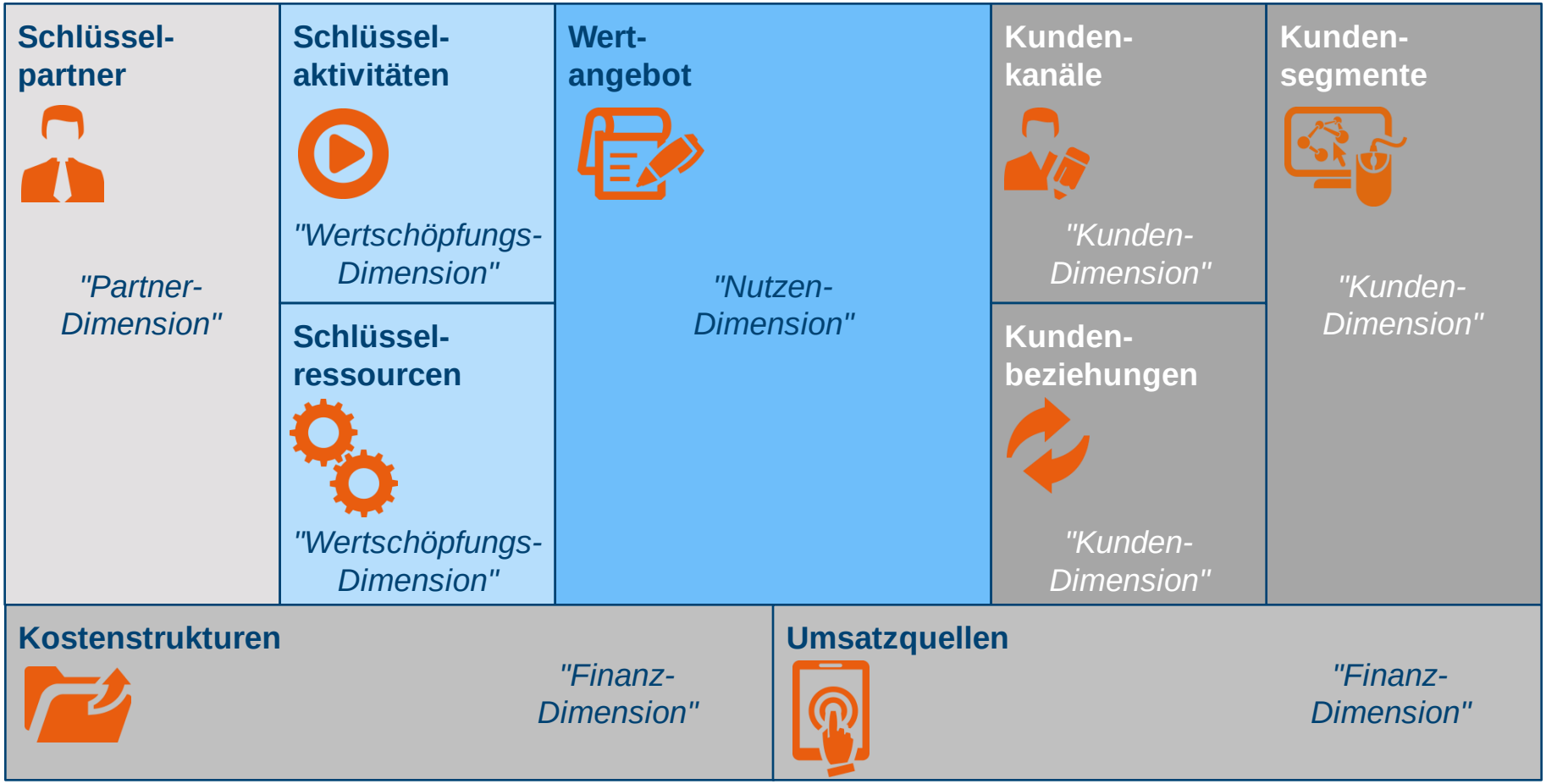
- Unzureichender Fokus auf Produkt- und Prozessinnovationen in vielen Branchen
- Abhebung von traditionellen Branchenstrukturen
- Durchbrechung der dominante Branchenlogik
- Entwicklung von Ideen außerhalb existierender branchenbezogener Denkmuster
- Keine Orientierung an traditionellen Wettbewerbern bzw. am traditionellen Geschäftsmodell der Branche
- Fähigkeit, innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln

Lösungsansätze für mittelständische Unternehmen

- Hinterfragung und Innovation des eigenen Geschäftsmodells
- Überprüfung der Einflussgrößen auf das eigene Geschäftsmodell
- Überprüfung der Einflussgrößen auf die Geschäftsmodelle angrenzender Branchen
- Analyse der Stärken und Schwächen des eigenen Geschäftsmodells
- Analyse der marktbezogenen Chancen und Risiken des eigenen Geschäftsmodells
- Akquisition und Bindung von Kunden auch gegen Branchentrends
- Analyse der Wettbewerbsvorteile eigener Produkte und Dienstleistungen
- Weiterentwicklung und Pflege innovativer Geschäftsmodelle

Terrahe & Associates
Management Consulting

"Geschäftsmodell-Canvas" – 5 Dimensionen und 9 Bausteine

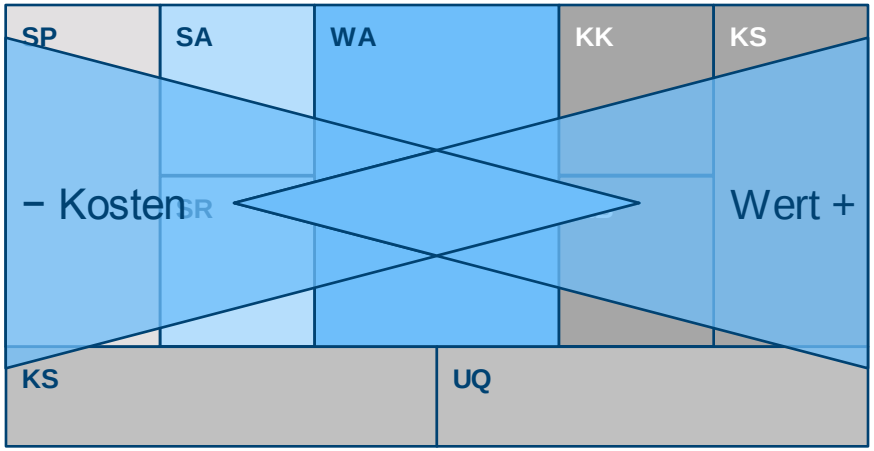


Quelle: A. Osterwalder/Y. Pigneur, Business Model Generation, 2011

Wertinnovation – "Vier Schlüsselfragen"

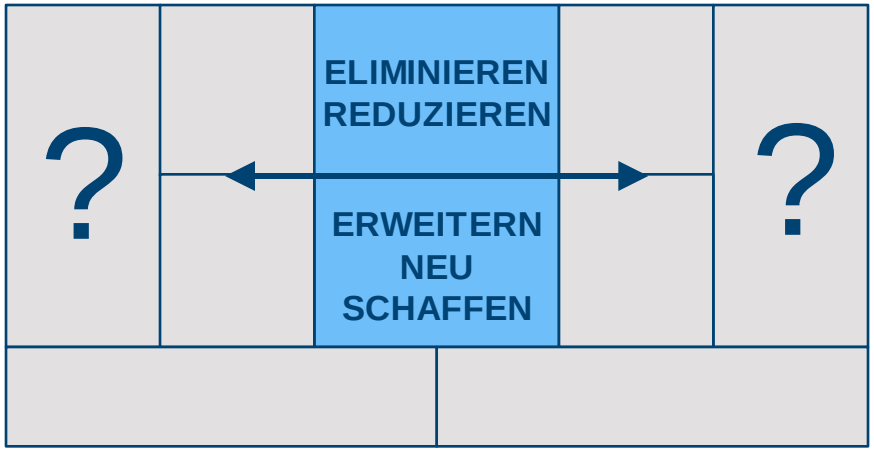
- **Eliminieren?**
  Welche Faktoren, die in der Branche als selbstverständlich gelten, sollten eliminiert werden?
- **Reduzieren?**
  Welche Faktoren sollten weit unter den Branchenstandard reduziert werden?
- **Erweitern?**
  Welche Faktoren sollten weit über den Branchenstandard erweitert werden?
- **Neu schaffen?**
  Welche Faktoren sollten geschaffen werden, die in der Branche nie zuvor angeboten wurden?

Wertinnovation



Wertinnovation – Wertangebotsperspektive

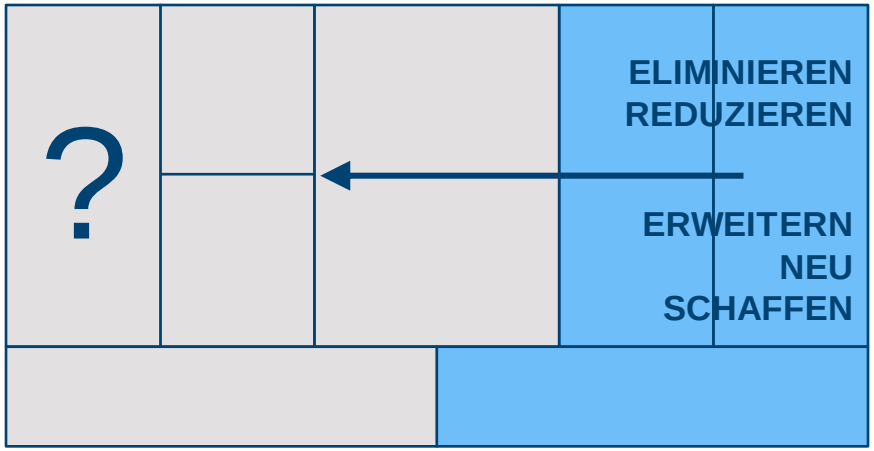
- Welche geringerwertigen Merkmale oder Dienstleistungen könnten eliminiert oder reduziert werden?
- Welche Merkmale oder Dienstleistungen könnten verbessert oder neu geschaffen werden?
- Welche Auswirkungen haben Ihre Veränderungen des Wertangebots auf die Kosten?
- Welche Auswirkungen erzeugen die Veränderungen des Wertangebots auf der Kundenseite des Modells?



Quelle: A. Osterwalder/Y. Pigneur, Business Model Generation, 2011

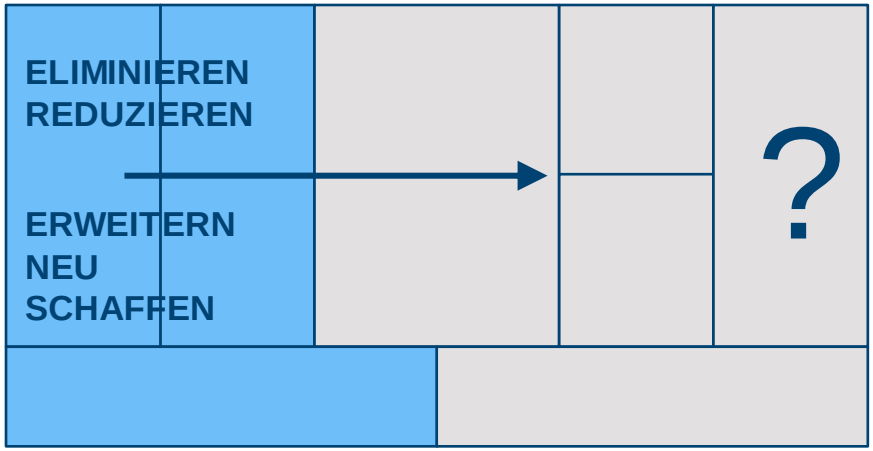
Wertinnovation – Kundenperspektive

- Auf welche neuen Kundensegmente könnten Sie einen Schwerpunkt legen, und welche Segmente könnten Sie reduzieren oder eliminieren?
- Welche Probleme möchten die neuen Kundensegmente von Ihnen gelöst bekommen?
- Wie möchten diese Kunden angesprochen werden und welche Art von Beziehung erwarten sie?
- Wie wirkt sich das Bedienen neuer Kundensegmente auf die Kosten aus?



Wertinnovation – Kostenperspektive

- Welche Aktivitäten, Ressourcen und Partnerschaften verursachen die höchsten Kosten?
- Was passiert, wenn Sie einige dieser Kostenfaktoren reduzieren oder eliminieren?
- Wie könnten Sie Werte unter Verwendung weniger kostspieliger Elemente anbieten?
- Welcher Wert würde durch geplante neue Investitionen geschaffen?



Terrahe & Associates
Management Consulting

Beispiel "Cirque du Soleil"

CIRQUE DU SOLEIL

- Hinterfragung der der traditionellen Elemente des Wertangebots der Zirkusbranche mit Hilfe der 4 Schlüsselfragen
- Eliminierung kostspielige Elemente wie Tiere und Starartisten
- Hinzufügung anderer neuer Elemente wie Thematik, künstlerische Atmos-phäre und anspruchsvolle Musik
- Ausweitung des Wertangebots auf Theater-besucher und andere Erwachsene, mit Interesse an niveauvoller Unterhaltung
- Deutliche Erhöhung der Eintrittspreise

Terrahe & Associates
Management Consulting

Beispiel "Cirque du Soleil"

CIRQUE DU SOLEIL

Geschäftsmodellinnovation

Eliminieren

- Starartisten
- Tiershows
- Imbissverkäufe
- Mehrere Arenen

Reduzieren

- Spaß und Humor
- Spannung & Gefahr

Erweitern

- Einzigartiger Schauplatz

Neu schaffen

- Thematik
- Kultiviertes Umfeld
- Mehrere Produktionen
- Künstlerische Musik- und Tanzdarbietungen

Geschäftsmodell-Canvas

Schlüsselpartner

Schlüsselaktivitäten

- Künstlerische Entwicklung
- Tierpflege

Schlüsselressourcen

- Tiere
- Stars
- Kultiviertes Umfeld

Wertangebot

- Starartisten
- Tiershows
- Imbissverkäufe
- Mehrere Arenen
- Spaß und Humor
- Spannung & Gefahr
- Einzigartiger Schauplatz
- Thematik
- Kultiviertes Umfeld
- Mehrere Produktionen
- Künstlerische Musik- und Tanzdarbietungen

Kundenkanäle

Kundenbeziehungen

Kundensegmente

- Schwerpunkt Familien
- Schwerpunkt Theater- und Opernbesucher

Kostenstrukturen

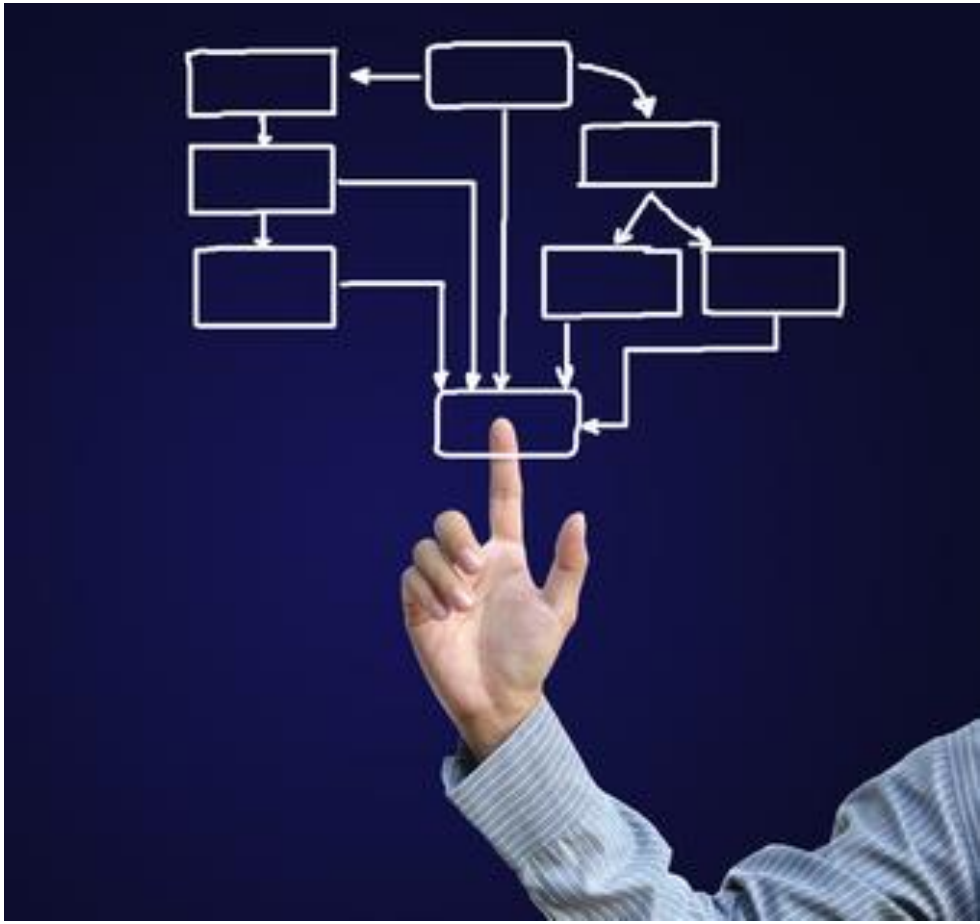
- Teure Tierpflege
- Teure Stargage
- Künstlerische Produktion

Umsatzquellen

- Erhöhung der Eintrittspreise
- Imbissverkäufe

Gestalten Sie Ihr Geschäftsmodell mit der Canvas

- Einfache Abbildung Ihres Geschäftsmodells
- Hinterfragen des Nutzenbeitrags ihres Geschäftsmodells gegenüber Ihren Kunden
- Identifizierung von Nutzenerwartungen und Bedürfnissen Ihrer Kunden
- Hinterfragen von Aufwand und Nutzenbeitrag Ihrer einzelnen Wertschöpfungsaktivitäten
- Kombination der Geschäfts-modellbausteine (so dass sie sich gegenseitig verstärken)
- Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen und Förderung der Differenzierung im Wettbewerb
- Konfiguration eines neuen, innovativen Geschäftsmodells



Hinterfragen und innovieren Sie Ihr Geschäftsmodell!

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM!

VERANTWORTUNGS PARTNER

Verantwortungspartner-Regionen in Deutschland

ein Projekt der Bertelsmann Stiftung mit :response

UnternehmensWerte
Corporate Social Responsibility in Deutschland

CSR Made in Germany

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

ESF Europäischer Sozialfonds für Deutschland

EUROPÄISCHE UNION

Verantwortungspartner Emsdetten

Warum *Agenda 2020* und *Verantwortungspartner Emsdetten*?

KERNAUSSAGEN

Kommunen brauchen erfolgreiche Unternehmen:

- erfolgreiche Unternehmen brauchen Talente / „high potentials“…
- die Talente / „high potentials“ gehen dorthin, wo Toleranz herrscht und sich exzellente technologische Strukturen / Unternehmen („Creative Centers“) entwickeln (lassen).
- diese ‚Creative Centers’ zeichnen sich durch Jobwachstum aus. Kreativität ist die Voraussetzung für Erfolg und die Schaffung von Arbeitsplätzen.
- örtliche / regionale Kaufkraft entsteht -vor allem (!)- durch erfolgreiche Unternehmen.

Kreativen Kommunen gelingt es, wissensbasierte Unternehmen und hochqualifizierte Fachkräfte an sich zu binden - durch:

- Wissens- und Ideentransfer / Vernetzung / Zusammenarbeit – integrierte Handlungskonzepte
- ein attraktives kommunales Gesamtangebot („Emsdettener Diamant“)
- eine klare Positionierung bzgl. Schlüsselkategorien ´Bildung und Wissen` /Kreativität`

Emsdetten: Wachstumssicherung durch Technologie, Talent und Toleranz!

Verantwortungspartner Emsdetten

FORUM!

VERANTWORTUNGS PARTNER

Warum *Verantwortungspartner Emsdetten*?

- **Erstes Projekt der Agenda 2020:**

  „Tag der offenen Wirtschaft“ in Emsdetten in 2009 und 2013

- **Einigkeit der ToW-Teilnehmer:** Wir müssen gemeinsam weiter arbeiten!

- **Wirtschaftsgespräche** seit Jahresbeginn mit vielen Ideen, Projekten…

- **Themen:** Demographie, Fachkräftemangel, Vereinbarkeit Beruf & Familie, Integration, Positionierung Emsdettens, Innovationsförderung Emsdetten, ….

- **Antwort:** Verantwortungspartner-Prozess in Emsdetten mit fast 20 Unternehmen, der Stadt Emsdetten und in Kooperation mit der Bertelsmann-Stiftung und der Agentur :response

UnternehmensWerte
Corporate Social Responsibility in Deutschland

CSR Made in Germany

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

ESF Europäischer Sozialfonds für Deutschland

EUROPÄISCHE UNION

Verantwortungspartner Emsdetten

- **Projektlaufzeit:** Mai bis Dezember 2014
- **Teilnehmer:** Unternehmer/innen aus Emsdetten und Umgebung
- **Projektgruppen:** Wirtschaft & Innovation
  Personal
  Kommunikation
- **Weitere Themen:** Vision 2030
  Institutionalisierung, Verstetigung

Verantwortungspartner Emsdetten

- **Auftaktveranstaltung am 5. Mai 2014 bei egeplast**

- **Initiativkreissprecher:** Justus Schmitz
- **Projektkoordination:** ServiceCenter Wirtschaft

Verantwortungspartner Emsdetten

FORUM!

- **Interesse?**

Machen Sie mit!

VERANTWORTUNGS PARTNER

Region Emsdetten

UnternehmensWerte
Corporate Social Responsibility in Deutschland

CSR Made in Germany

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

ESF Europäischer Sozialfonds für Deutschland

EUROPÄISCHE UNION

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM!

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Ziele:

- Herausragende Unternehmen aus Emsdetten sollen für ihre außergewöhnlichen Leistungen ausgezeichnet werden.
- Die Preisträger sind Botschafter von Emsdetten und spiegeln den starken Wirtschaftsstandort wider.

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Kategorien:

- Unternehmen aller Branchen bis 25 Mitarbeiter/innen (Vollzeitstellen)
- Unternehmen aller Branchen ab 25 Mitarbeiter/innen (Vollzeitstellen)

Bewertungsschwerpunkte der Jury

- Unternehmensentwicklung
- Innovation
- Sicherung von Arbeitsplätzen
- Familienfreundlichkeit
- Umwelt/Nachhaltigkeit

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Jury:

- IHK
- HWK
- Transferagentur der FH Münster
- Initiatoren

Bewerbungsphase

- Start: heute
- Ende: 2. Oktober 2014

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM!

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Bekanntgabe und Verleihung des Unternehmenspreises

- 6. November 2014 bei der Emsa GmbH im Rahmen eines Großes FORUM!s mit einem ansprechendem Rahmenprogramm

Bewerbung:

- Bewerbungsformulare unter www.unternehmensforum-emsdetten.de oder bei den Initiatoren

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Aktuelles aus der/ für die Wirtschaft

FORUM

Emsdettener Unternehmenspreis 2014

Preisträger 2012

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

Sonstiges

Termine, Termine, Termine….

- **FORUM@work am 25. Juni 2014** beim Bürgerwindpark Emsdetten
- **Großes FORUM!** bei der TWE group GmbH am 28. August 2014
- **Wirtschaftsfrühstück** am 30. September 2014 hier im Lichthof
- **Großes FORUM!** bei Emsa am 6. November 2014 mit der **Unternehmenspreisverleihung**

…Downloads (Vorträge, Fotos, Jahrbuch, Termine und mehr) unter
www.unternehmensforum-emsdetten.de

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN

FORUM!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Stadt Emsdetten

ARTOS AKTIVMARKETING

VerbundSparkasse Emsdetten·Ochtrup

Emsdettener Volkszeitung
SEIT 1897 DIE HEIMATZEITUNG »FÜR ALLE« ANZEIGER FÜR EMSDETTEN