

## Kursbeschreibung

## Business Model Innovation

<b>MAS</b> MAS in Corporate Innovation Management	<b>CAS</b>	<b>ECTS-Punkte</b> 5
<b>Verantwortlich</b> Marc Villinger	<b>Dozierende</b> Marc Villinger Rigo Tietz Lukas Schmid Thomas Utz	<b>Modul</b> Business Model Innovation
<b>Unterrichtssprache</b> deutsch	<b>Präsenzverpflichtung</b> Siehe Modulablauf	<b>Gesamter Workload</b> 150 Std.

### Leitidee

Für Unternehmen wird es immer schwieriger, sich gegenüber ihren Mitbewerbern zu differenzieren. Der Grund für diese schwierige Differenzierung ist eine zunehmend schnelle und einfache Imitierbarkeit von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen. Dies nicht zuletzt durch die zunehmende globale Vernetzung, insbesondere durch das Internet. Als mögliche Antwort darauf, hat in den letzten Jahren das Thema Geschäftsmodellinnovation („Business Model Innovation“) in Theorie und Praxis eine hohe Aufmerksamkeit erlangt. Ein Geschäftsmodell beschreibt das Grundprinzip, nach dem eine Organisation Werte schafft, vermittelt und erfasst und ist oftmals schwerer imitierbar als Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse. Damit ermöglicht ein innovatives Geschäftsmodell einem Unternehmen, sich besser gegenüber seinen Wettbewerbern zu differenzieren.

### Lernziele

Das Modul zielt darauf ab, Innovationen in einem umfassenden Kontext auf Ebene Geschäftsmodell zu betrachten, sodass einerseits für Kunden geschaffene Werte und entsprechende Erträge generiert werden sowie andererseits die Austauschbarkeit gegenüber Mitbewerbern reduziert werden kann.

Folgende Lernziele werden angestrebt:

- Verstehen der Bedeutung und Zusammensetzung von Geschäftsmodellen
- Zusammenhang und Abgrenzung zur Unternehmensstrategie
- Methoden/Ansätze kennen und anwenden lernen, wie man Geschäftsmodelle analysieren und innovieren kann
- Erlernen, wie ein Geschäftsmodell bei einem Startup definiert werden kann

### Leistungsbewertung/Testatanforderung

Prüfungsart	Bewertete Projektarbeit & Präsentation
Umfang (in Minuten)	20-30 Seiten
Erlaubte Hilfsmittel	alle

### Empfohlene Vorkenntnisse/Anforderungen

Folgende Vorkenntnisse werden empfohlen:

- Kenntnisse der Grundlagen zu Unternehmensstrategie
- Kenntnisse der Grundlagen des Innovationsmanagements

**Pflichtliteratur, welche durch die Studierenden vor dem Start des Workshops erarbeitet werden müssen.**

**Diese Angabe ist zwingend anzugeben.**

-

### Lehrmethoden

Frontalunterricht/Lehrgespräch  
Gruppenarbeit / Bearbeitung Fallstudie  
Oxford Debatte

### Lerninhalte

Lehr- einheit*	Inhalte
LW1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einführung und Modulübersicht</li> <li>▪ Einführung Geschäftsmodelle und - innovationen</li> <li>▪ Diskussion/Debatte zu: Was ist der Sinn &amp; Zweck von Geschäftsmodellen / Geschäftsmodellinnovation</li> <li>▪ Recherchieren und Diskussion von Beispielen erfolgreicher Geschäftsmodellinnovationen in verschiedenen Branchen</li> <li>▪ Auswahl eines Cases/Fallstudie für die Gruppenarbeit sowie Gruppeneinteilung</li> </ul>
LW2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschäftsmodellinnovations-Prozess</li> <li>▪ Methoden zu Geschäftsmodell- und Umfeldanalyse</li> <li>▪ Methoden zur Entwicklung von Geschäftsmodellideen</li> <li>▪ Gruppenarbeit: Analyse bestehender Geschäftsmodelle und Generierung von Geschäftsmodellideen</li> </ul>
LW4	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bewertung und Evaluation von Geschäftsmodellideen</li> <li>▪ Umsetzungsplanung und Roadmapping bei Geschäftsmodellen</li> <li>▪ Gruppenarbeit: Entwicklung von konsistenten Geschäftsmodellen aus den generierten Geschäftsmodellideen</li> <li>▪ Marktforschung und Desk Research</li> </ul>
LW6	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gruppenarbeit: Evaluation/Bewertung, Verfeinerung</li> <li>▪ Kunden- und Expertenbefragungen</li> <li>▪ Umsetzungsplanung, Testing und Prototyping</li> </ul>
LW9	Präsentation der Arbeit
Projekt- arbeit	Zu Beginn des Moduls werden Gruppen gebildet. Jede Gruppe wählt eine Thematik (fiktive Aufgabenstellung oder von einem Unternehmen motiviert), für welches unterrichtsbegleitend den Prozess einer Geschäftsmodellinnovation durchgeführt und dabei das vermittelte Know-how direkt angewendet werden soll.
	<b>Angeleitetes Selbststudium:</b> (Gruppenarbeiten, Präsentationen, Vor- und Nachbearbeitung der Lehrveranstaltung)

### Eingesetzte Literatur

- Handouts und Publikationen

### Empfohlene Literatur

Baden-Fuller, C., & Morgan, M. S. (2010). Business Models as Models. Long Range Planning, 43(2-3), 156–171.

Bieger, T., & et al. (2011). Innovative Geschäftsmodelle - Konzeptionelle Grundlagen, Gestaltungsfelder und unternehmerische Praxis. (T. Bieger, D. Knyphausen-Aufsess, & C. Krys, Eds.) (p. 398). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. *Long Range Planning*, 43(2-3), 354–363.

Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2013). *Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator (German Edition)*. Carl Hanser Verlag GmbH & Co.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. (T. Clark, Ed.). Wiley.

Schallmo, D. (2013). *Geschäftsmodell-Innovation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8(2), 3–8.