

Vertiefungskurs 5 Dr.habil.oec.Dipl.-Ing. Petra Rietsch

Themenschwerpunkt des Seminars: Analyse von e-Business Geschäftsmodellen in KMU`s

1. Einleitung

Techniken der Information und Kommunikation (IuK) nehmen einen besonderen Stellenwert innerhalb der Wandlungs- und Umstrukturierungsprozesse in KMU`s ein. Einerseits tragen sie wesentlich zur Innovationsdynamik im Bereich der Produkt- und Prozessinnovationen bei, andererseits ändert sich das Verhalten der Partner der Unternehmen (Lieferanten, Kunden, Endverbraucher, Behörden, MitarbeiterInnen u.s.w.). Im Resultat entstehen neue Formen/ Konzepte der Leistungserstellung in den Unternehmen, zwischen den Unternehmen sowie den Unternehmen und Endverbrauchern.

Durch den Einsatz von IuK-Techniken können bisherige Beschränkungen wie räumliche Entfernungen, Raum- und Zeitknappheit, Wissensmängel, Kapazitätsengpässe und mangelnde Flexibilität aufgeweicht oder gar aufgehoben werden. Die Überwindung derartiger Beschränkungen steht im Mittelpunkt der Entwicklung sogenannter e-business Geschäftsmodelle, die wir als betriebswirtschaftliche Innovationen verstehen. Sie sind Untersuchungsgegenstand unseres Seminars.

Innovationen werden häufig nach Mustern hervorgebracht. Es existieren eine Reihe systematischer Problemlösungstechniken (TRIZ, WOIS, CROST, CPS, Konstruktionslehre usw.) für die Generierung von technischen Innovationen. Für das Hervorbringen nicht-technischer Innovationen werden überwiegend nichtsystematische Methoden (Kreativitätstechniken) eingesetzt. Die Schwäche dieser Techniken besteht in der mangelnden bzw. eingeschränkten Systematik des Vorgehens.

Auf der Suche nach systematischen Methoden für das Hervorbringen nicht-technischer Innovationen konnten einzelne Erfolge durch Anwendung der TRIZ-Methodik¹ verzeichnet werden. Sie setzt sich aus verschiedenen Instrumenten zusammen. Eines der bekanntesten ist die Widerspruchsmatrix, ihre Anwendung lernen Sie im Seminar kennen.

Die Analyse von e-Business Geschäftsmodellen, die Rückverfolgung ihres Entstehens und die Formulierung ihrer (auslösenden) Widersprüche kann einen Input zur Weiterentwicklung von systematischen Methoden des Erfindens im sogenannten Business Bereich leisten.

2. Ziele des Seminars

- Vermittlung von praktisch anwendbarem Methodenwissen (TRIZ)
- Vertiefung von Analysefähigkeiten durch Modellierungsübungen, Identifikation und Formulieren von Problembeschreibungen zu e-Business Geschäftsmodellen
- Vertiefung von Analysefähigkeiten durch selbständige Anwendung von TRIZ in Kombination mit anderen Methoden

3. Lehrmethoden

Das Methodenwissen wird nicht rezepthaft vermittelt. Von den TeilnehmerInnen wird erwartet, dass sie die Inhalte weitgehend selbständig erarbeiten und auch eine Auswahl und Bearbeitung von geeigneten Untersuchungsfällen selbständig vornehmen.

Die Seminarleiterin versteht ihre Rolle vorwiegend als Moderatorin eines Prozesses: Die StudentInnen verfolgen die Entwicklung der jeweiligen Muster-Geschäftsmodelle sowie eines Praxisbeispiels idealerweise bis zum (auslösenden) Widerspruch (nach TRIZ) zurück. Die StudentInnen lernen TRIZ kennen, welches in ihrem zukünftigen Berufsleben eine methodische Hilfe sein kann. Als Übung werden direkt im Seminar mehrere Einzel- und Gruppenarbeiten durchgeführt. Das Seminar wird durch eine selbständig zu verfassende Gruppenarbeit (jeweils zwei StudentInnen) abgeschlossen.

¹ TRIZ ist die Abkürzung einer kyrillischen Bezeichnung, die sich als "Theorie des erfinderischen Problemlösens" übersetzen lässt. Derzeit setzen namhafte US-Unternehmen, aber auch viele Unternehmen im deutschsprachigen Raum (Roche, BMW, Siemens, Hilti, Bosch-Siemens-Haushaltgeräte u.a.) die Methode mit Erfolg ein. Die TRIZ-Methodik basiert auf der Auswertung von Patenten.

4. Kriterien für eine positive Beurteilung

Das Seminar muss mit mindestens 90 von 180 Punkten abgeschlossen werden:

1. Positive Bewertung des Tests am 22.März 2006 (mindestens 30 von 60 Punkten)
2. Zwei Hausarbeiten (max.10 Punkte)
3. Bonuspunkte für Übung (max.5 Punkte)
4. Seminararbeit (max. 100 Punkte)

5. Zeitplan

Die Seminare finden in der Regel von 18.00 bis 21.00 Uhr im Seminarraum des Instituts statt

1. Termin

Persönliches Kennenlernen, Einführung in das Thema (Geschäftsmodelle, e-Business, TRIZ), Bildung von Arbeitsteams

2. Termin

Test (der Test kann nicht wiederholt werden), Start der Bearbeitung von TRIZ-Fallstudien

3. Termin

Bearbeitung von TRIZ-Fallstudien: Anwendung der Innovationsprinzipien, Widerspruchparameter, Widerspruchsmatrix

4. Termin

Bearbeitung von TRIZ-Fallstudien: Anwendung der Innovationsprinzipien, Widerspruchparameter, Widerspruchsmatrix

5. Termin

Impulsvortrag/Diskussion zur Anwendung von systematischen Problemlösungstechniken im Innovationsmanagement der KMU's (mit Unterstützung eines weiteren Praxispartners)

6. Termin

Präsentation der Gruppenarbeiten

7. Termin

Präsentation der Gruppenarbeiten

Es besteht Anwesenheitspflicht.

6. Literatur (2 Kopiervorlagen am Institut erhältlich)

Kopiervorlage 1

- Brauchlin, E., Heene, R. (1995). Problemlösungs- und Entscheidungsmethodik, UTB für Wissenschaft 1738, S. 126 -139
- Hopfenbeck, W., Müller, M., Peisl, T. (2001). Wissensbasiertes Management – Ansätze und Strategien zur Unternehmensführung in der Internet-Ökonomie. Verlag Moderne Industrie, Landsberg/Lech, S.59-105
- Mugler, J. (1998). Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe. Springer Verlag Wien New York, Band 1, S.99-139
- Zerdick, A., Picot, A., Schrape, K., Artope, A., Goldhammer, K., Heger, D.K., Lange, U.T., Vierkant, E., Lopez-Escobar, E., Silverstone, R. (2001). European Communication Council Report. Die Internet-Ökonomie – Spielregeln für die digitale Wirtschaft. Springer Verlag Berlin-Heidelberg-New York, S.16 –36
- Wirtz, B., (2003). Geschäftsmodelle in der Net Economy. In: Kollmann, T.: E-Venture Management. Neue Perspektiven in der Unternehmensgründung in der Net Economy. Gabler Verlag: Wiesbaden.

Kopiervorlage 2

- Rietsch, P. (2005). TRIZ-Skript

7. Weitere Empfehlungen:

- Systematik von e-Business Geschäftsmodellen, viele Beispiele unter:
<http://www.digitalenterprise.org/models/models.html>
- Surfen Sie unter dem Stichwort TRIZ auf deutsch- und englischsprachigen Websites
- Pannenbäcker, T. (2001). Methodisches Erfinden im Unternehmen. Bedarf, Konzept, Perspektiven für TRIZ-basierte Erfolge. Gabler-Verlag Wiesbaden
- Orloff, M.A. (2002). Grundlagen des klassischen TRIZ. Springer Verlag Berlin Heidelberg 2002