

Kriterien zur Messung des Reifegrads der Datenintegration in das Geschäftsmodell

Sven Preußner

#1 GRUNDLAGEN UND IDEE

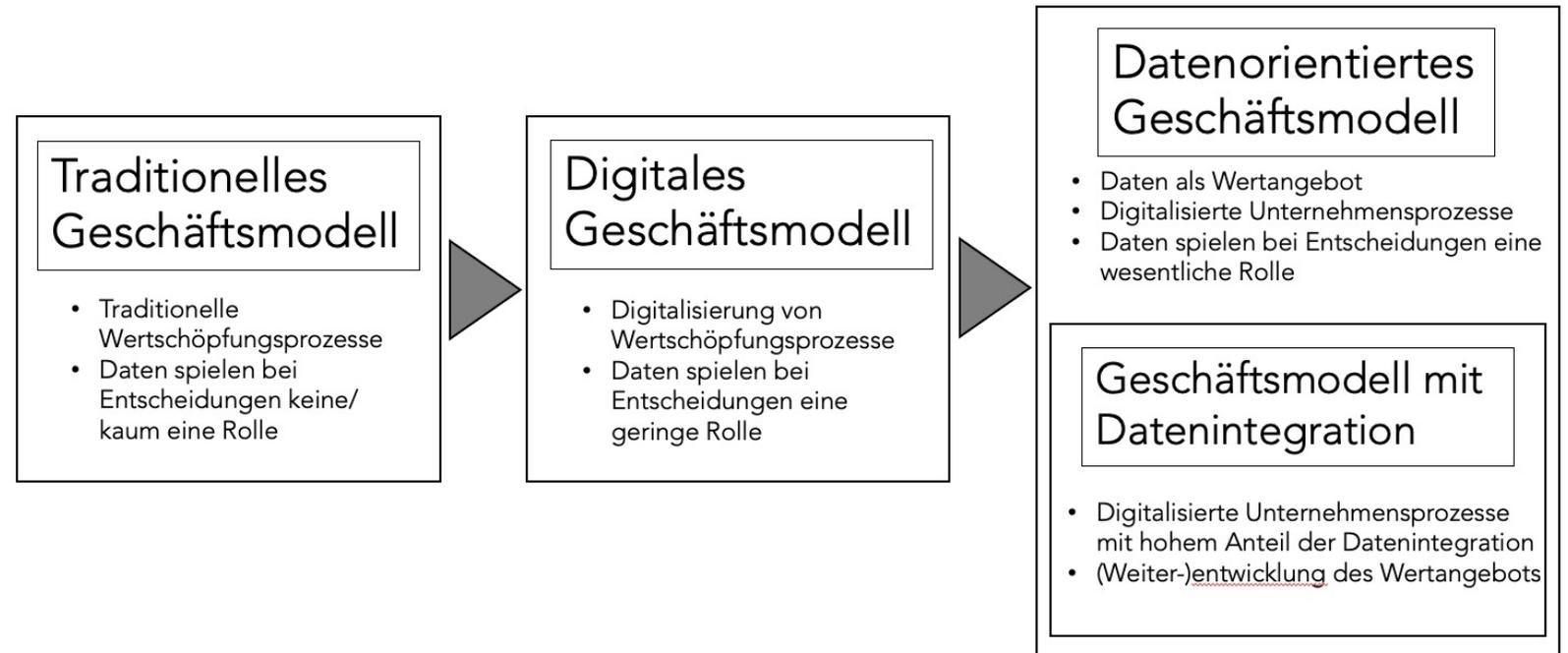
Grundlagen: Geschäftsmodell

Geschäftsmodell
- Definition

- Wertangebot: Nutzen für den Kunden/die Kundin
- Art und Weise der Kommunikation und Interaktion mit der Zielgruppe
- Aktivitäten der Wertschöpfung zur Her- und Bereitstellung des Angebots
- Kosten und Einnahmen des Unternehmens

Geschäftsmodell mit Datenintegration

Vom
traditionellen zum
Geschäftsmodell
mit
Datenintegration



... wertschöpfende Nutzung von Daten im Unternehmen

Potenziale

Potenziale

siehe auch

Optimierung von internen Prozessen auf Basis von Geschäfts- oder Sensordaten

- (z. B. Optimierung des Liefermanagements, Reduktion des Wartungsaufwands)

Fundierte Grundlage für Unternehmensentscheidungen

- (z. B. Prognosen zur Umsatzentwicklung)

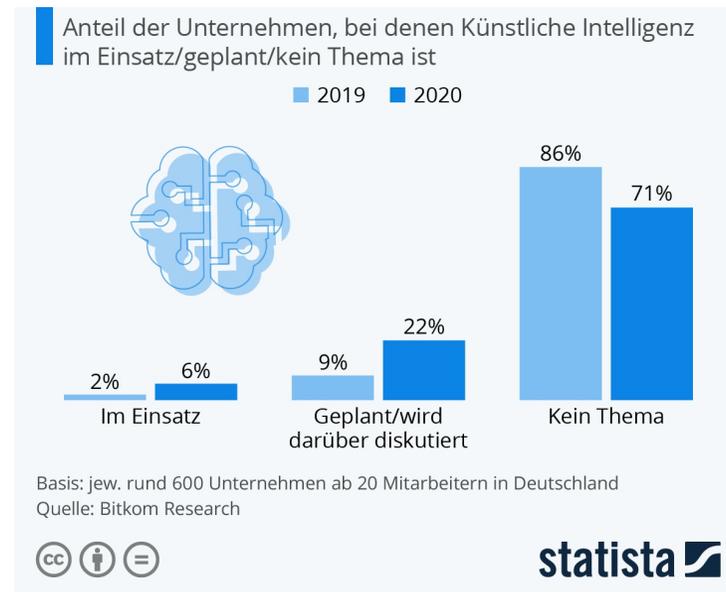
Besseres Verständnis der Kunden*innen

- (zur Anpassung von Produkt- und Dienstleistungseigenschaften)

- Mittelstand Digital: KI-Kochbuch
- Bitkom: Potenziale und Einsatz von Big Data
- WBH: Digitalisierung, Data Science und KI

Aber...:

Kleine und
mittlere
Unternehmen
tun sich schwer
mit KI



Hemmnisse:

- Unklarer Nutzen
- Fehlende Ideen,
- Fehlende Strategie
- Datenqualität/-menge unzureichend
- Fehlender Zugang zu Daten
- finanzielle Ressourcen, fehlendes Knowhow, Unklarheit beim Datenschutz, ...

Fritsch/Krotova, 2020

Idee und Zielstellung

Entwicklung
eines Werkzeugs

- Einschätzung zum Reifegrad eines Geschäftsmodells mit Datenintegration
- Ziel:
 - Analyse und Reflexion des Geschäftsmodells
 - Optimierung des Geschäftsmodells
- KMU; „Einsteiger“ in Datenanalyse
- Geschäftsführer/Personen auf Leitungsebene

Zielgruppe

#2 KONZEPT BMC DATA

BMC Data: (Horizontale) Dimension

Geschäftsmodell
nach
Business
Model Canvas

- Wertangebot
- Kundensegmente
- Kanäle
- Kundenbeziehungen
- Einnahmequellen
- Schlüsselressourcen
- Schlüsselaktivitäten
- Schlüsselpartnerschaften
- Kostenstruktur



Osterwalder/Pigneur, 2011

BMC Data: (Horizontale) Dimension

Potenzial
innerhalb der
Elemente des
Geschäftsmodell

<p>Schlüssel-partnerschaften </p> <p>Optimierung <u>Lieferanten- management/ Lieferkette</u></p> <p>Bedarfsprognosen und datenbasierte Bedarfsplanung</p>	<p>Schlüssel-aktivitäten </p> <p>Optimierung Produktion/Logistik</p> <p>Gesteigerte Prozesseffizienz</p> <hr/> <p>Schlüssel-ressourcen </p> <p>Optimierung des Personaleinsatzes</p> <p>Vorausschauende Wartung</p>	<p>Wert-angebot </p> <p><u>Produktinnovationen</u> und Optimierung des Angebots (flexibel, individualisiert, verhaltensorientiert)</p>	<p>Kunden-beziehungen </p> <p>Verbesserter Kundenservice</p> <hr/> <p>Kanäle </p> <p>Zielgenaue Werbung/Promotion</p> <p>Optimierung der Kundeninteraktion</p>	<p>Kunden-segmente </p> <p>Analyse des Kaufverhaltens</p> <p>Optimierung Absatzprognosen</p> <p>Klassifizierung der Kundendaten zur (Optimierung der) Zielgruppenanalyse</p>
<p>Kostenstruktur </p> <p>Optimierung der Waren-/Lagerkosten Kosteneffizienz durch Optimierung des Ressourceneinsatzes (Maschinen, Personal)</p>		<p>Einnahmequellen </p> <p>Optimierung der Preisgestaltung (dynamische Preisoptimierung)</p>		

BMC Data: (Vertikale) Dimension

Daten-
integration

- Datenquellen

- Datenverarbeitung

- Datenverwendung

- Vollständigkeit
- Relevanz und Mehrwert
- (Digitale) Verfügbarkeit
- Aktualität

- Zentralität
- Interpretierbarkeit
- Verknüpfung

- Klarheit der Zielstellung
- Aktualität

Wang/Strong, 1996

BMC Data: (Vertikale) Dimension

Daten-
integration

- Datenquellen
- Datenverarbeitung
- Datenverwendung

- Alle relevanten Daten befinden sich im digitalen Zugriff?
- Die Daten werden regelmäßig aktualisiert?
- Auf die Daten kann zentral zugegriffen werden?
- Die Daten sind sinnvoll zuordenbar und miteinander verknüpft?
- In welchen Zeiträumen erfolgt die Datenauswertung?
- Welches Ziel verfolgt die Datenauswertung?

Zusammenführung der Dimensionen

Horizontal

- **Business Model Canvas**

- Wertangebot
- Kundensegmente
- Kanäle
- Kundenbeziehungen
- Einnahmequellen
- Schlüsselressourcen
- Schlüsselaktivitäten
- Schlüsselpartnerschaften
- Kostenstruktur

Vertikal

- **Datenintegration**

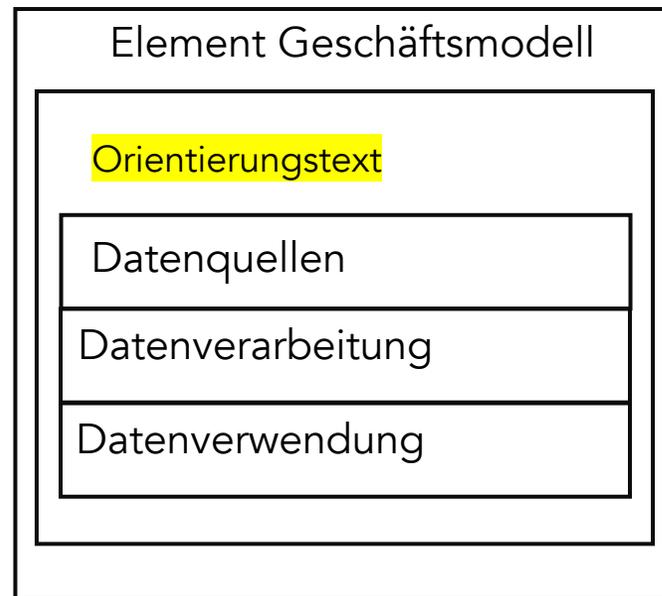
- Datenquellen
- Datenverarbeitung
- Datenverwendung

Geschäftsmodell/ Daten	Wertangebot	Kundensegmente	...
-quellen	Index[Wertangebot, -quellen]	Index[Kundensegmente, - quellen]	...
-verarbeitung	Index[Wertangebot, -verarbeitung]	Index[Kundensegmente, - verarbeitung]	...
-verwendung	Index[Wertangebot, -verwendung]	Index[Kundensegmente, - verwendung]	...

Ganzheitliche Betrachtung des Geschäftsmodells eines Unternehmens mit Datenintegration

Umsetzung: BMC Data

Dimensionen
Geschäftsmodell
nach BMC



Orientierungstext

- Bedeutung des Elements des Geschäftsmodells
- Beispiele für Datenquellen
- Beispiele für Zielstellung

Zusammenführung der Dimensionen

Horizontal

- **Business Model Canvas**
 - Wertangebot
 - Kundensegmente
 - Kanäle
 - Kundenbeziehungen
 - Einnahmequellen
 - Schlüsselressourcen
 - Schlüsselaktivitäten
 - Schlüsselpartnerschaften
 - Kostenstruktur

Vertikal

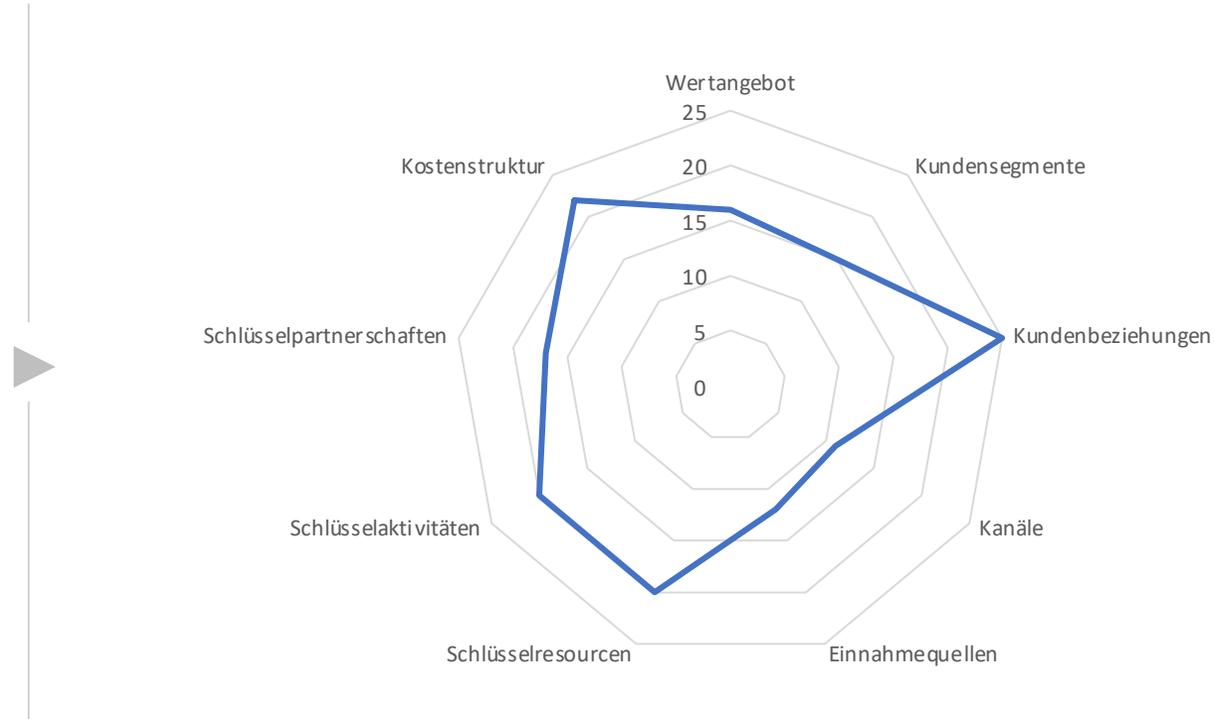
- **Datenintegration**
 - Datenquellen
 - Datenverarbeitung
 - Datenverwendung

Geschäftsmodell/ Daten	Wertangebot	Kundensegmente	...
-quellen	Index[Wertangebot, -quellen]	Index[Kundensegmente, - quellen]	...
-verarbeitung	Index[Wertangebot, -verarbeitung]	Index[Kundensegmente, - verarbeitung]	...
-verwendung	Index[Wertangebot, -verwendung]	Index[Kundensegmente, - verwendung]	...

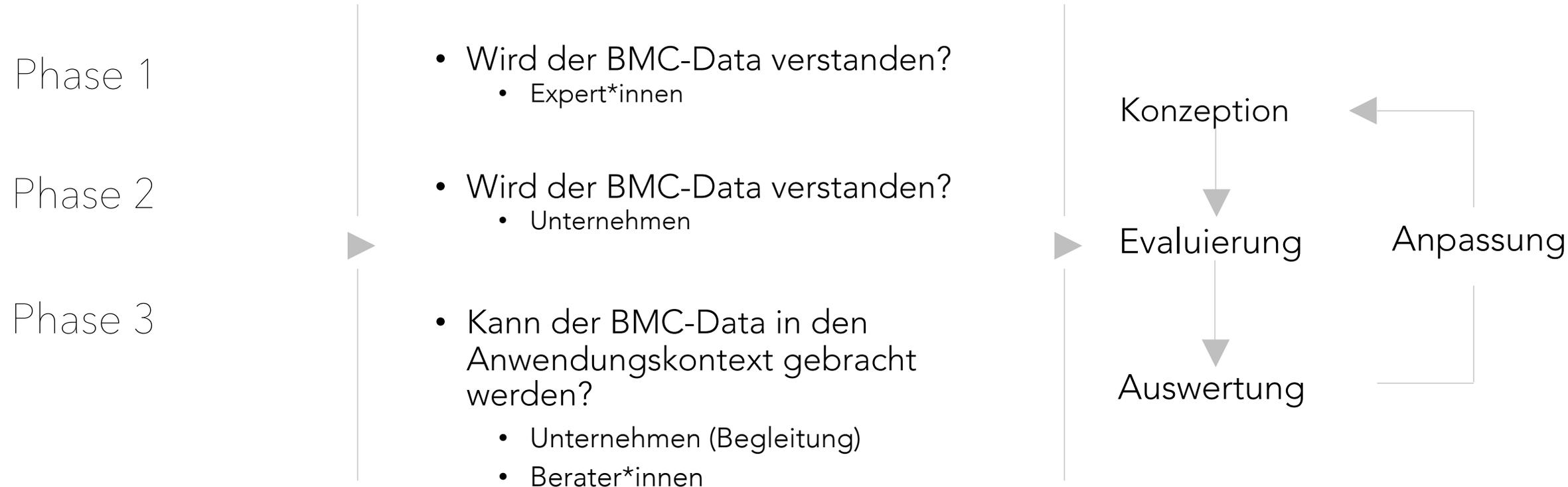
Ganzheitliche Betrachtung des Geschäftsmodells eines Unternehmens mit Datenintegration

Auswertung: Reifegrad

Netzdiagramm



Evaluation des BMC Data



Zusammenfassung

BMC Data

Kriterien zur Messung des Reifegrads der Datenintegration in das Geschäftsmodell

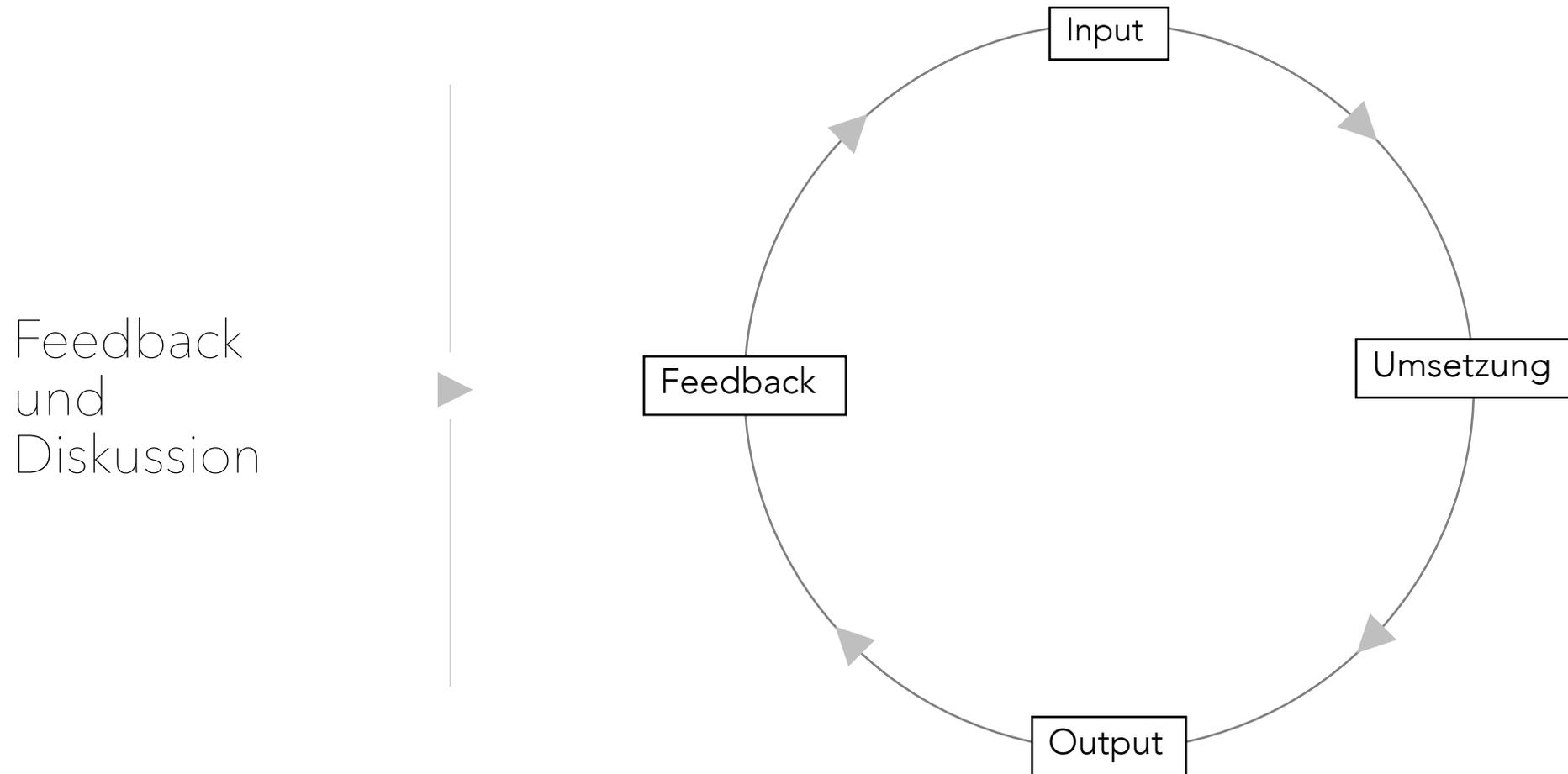
Zielstellung

Reflexion des Geschäftsmodells
Navigationshilfe

Ausblick

Tiefergehende Analysen und Instrumente (Checklisten)
Ableitung von Handlungsempfehlungen (Toolbox, Road Map)

Vielen Dank fürs Zuhören



Literatur

Bitkom
(2020)

Unternehmen tun sich noch schwer mit Künstlicher Intelligenz, URL.

Fritsch/Krotova
(2020)

Wie datengetrieben sind Geschäftsmodelle in Deutschland? Analyse des Status quo. IW-Report 09/2020.

Osterwalder/Pigneur
(2011)

Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag.

Provost/Facett
(2017)

Data Science für Unternehmen – Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden

Wang/Strong
(1996)

Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. Journal of Management Information Systems 12(4), S. 5-22.