

# Mit Geschäftsmodellinnovation zu einem Neustart – wie sich Automobilzulieferer neu erfinden können

Automobilzuliefererkonferenz

Mobilität von Morgen – Wir bestimmen mit!

Neue Produkte, neue Technologien, neue Beschäftigung

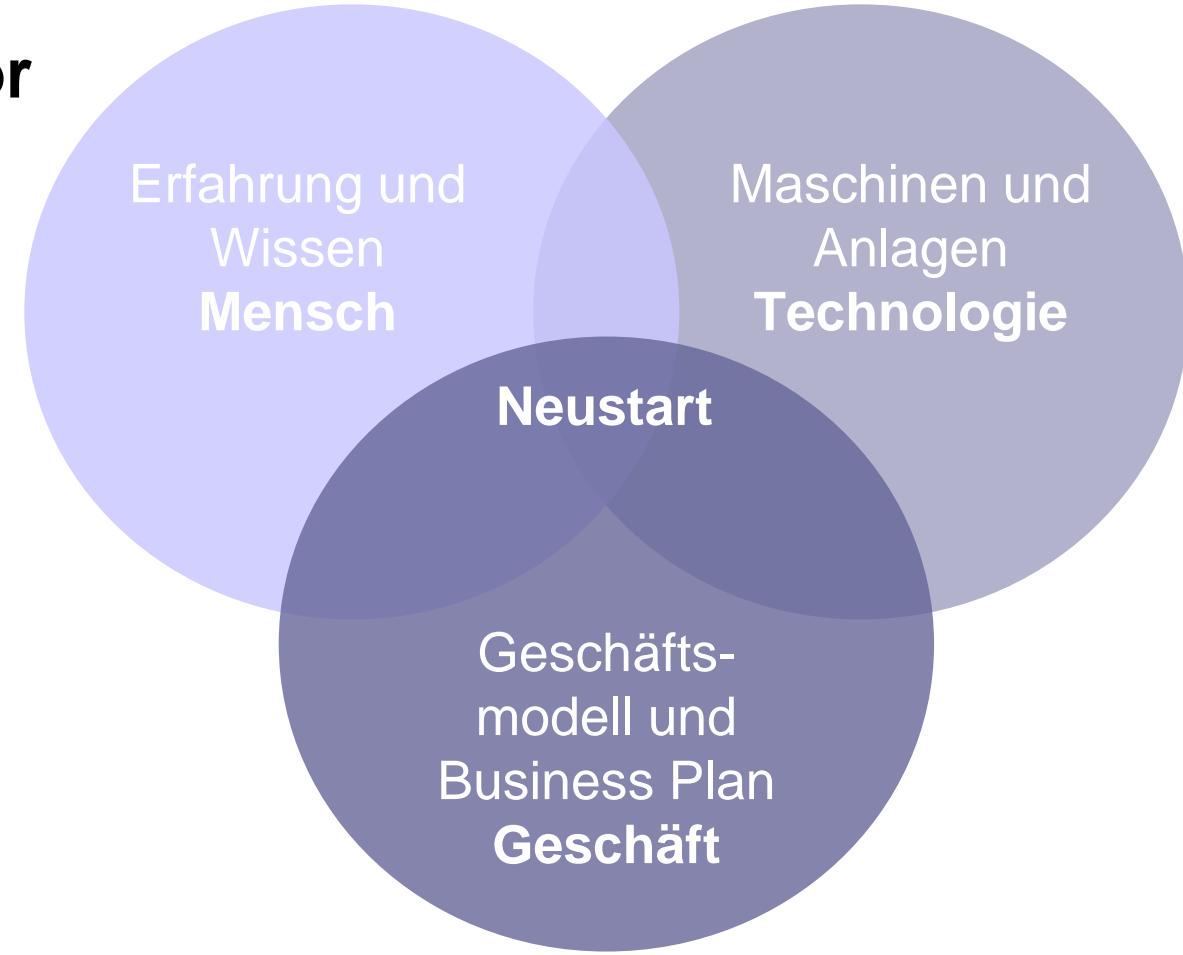
Mittwoch, 29.03.2023, Hannover

---

Prof. Dr. Christoph H. Wecht  
New Design University NDU, St.Pölten

# Neustart Navigator

Agiles, modernes  
**Innovations-  
management**



Transformation durch  
**partizipativen  
Prozess!**

Interne und  
externe  
Analyse

Suchfelder-  
und Ideen-  
findung

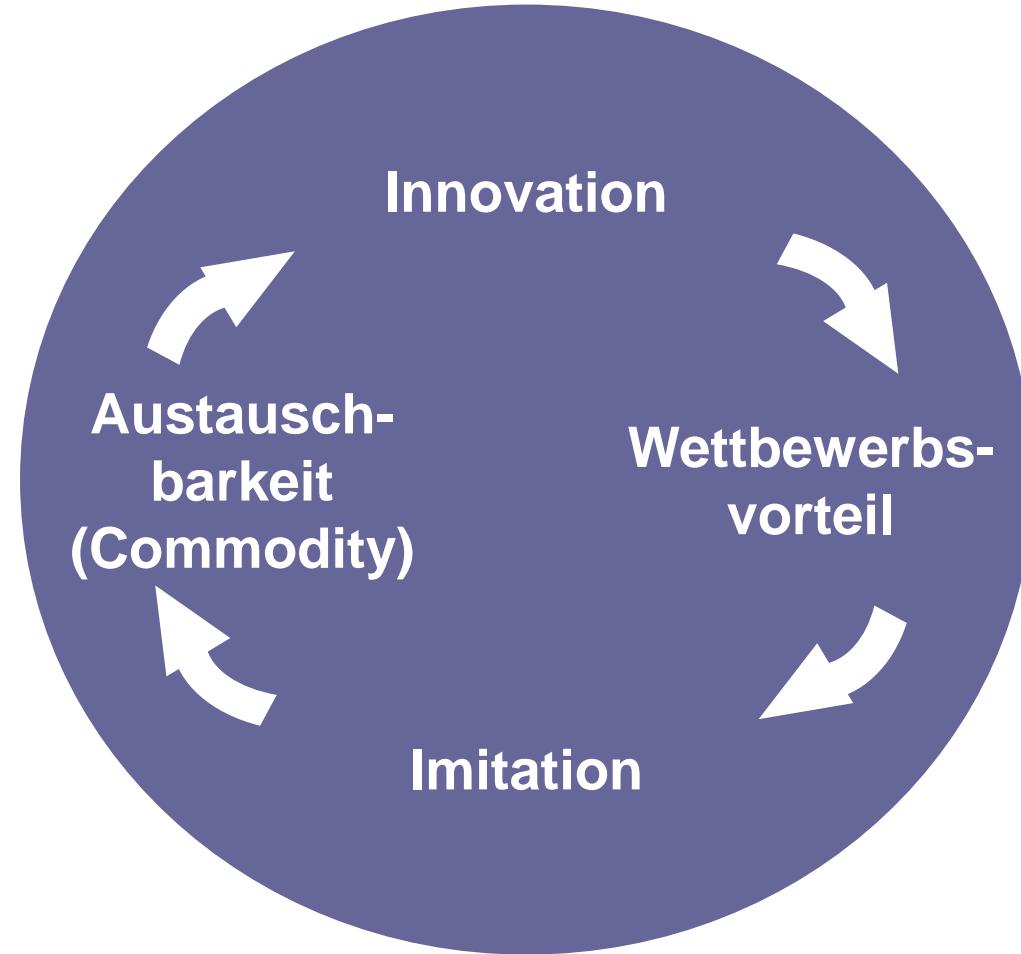
Finanz-  
ierungs- und  
Investitions-  
planung



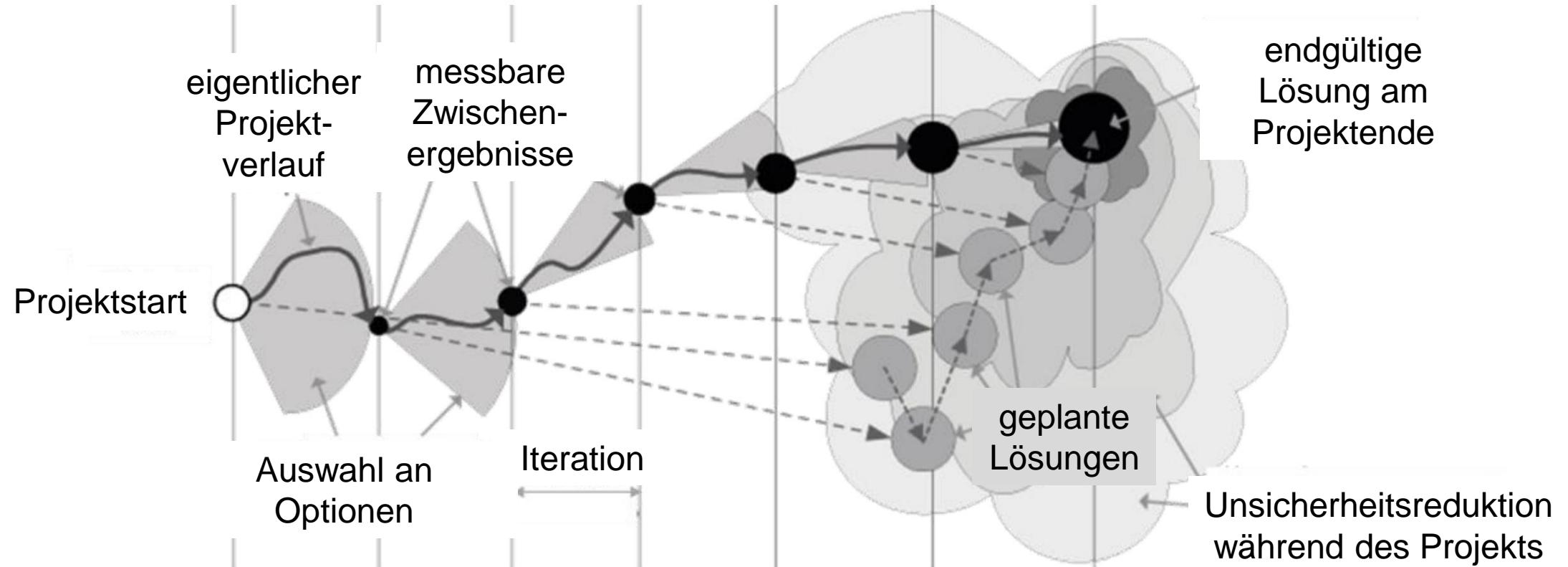
Innovation ist der einzige Weg, um zu gewinnen.

Steve Jobs

# Innovationskreislauf



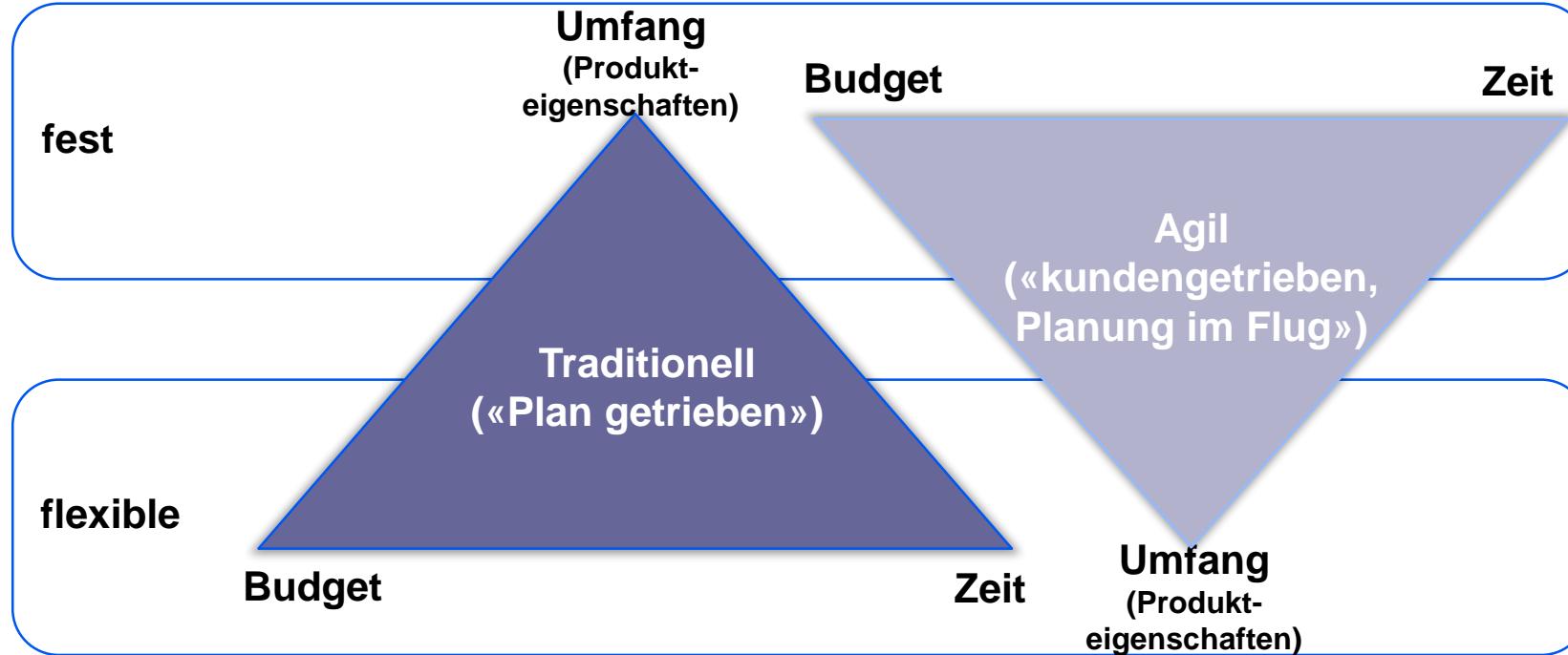
# Agiles, schrittweises Vorgehen



Quelle: Agile project path according to (Oestereich and Weiss 2008)

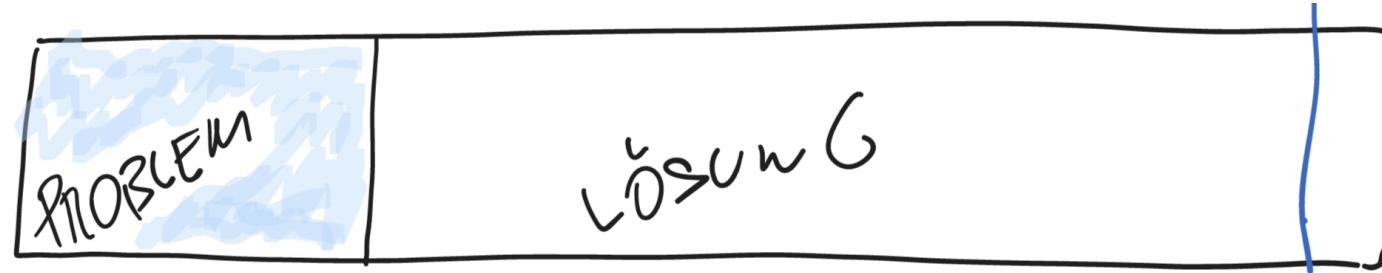


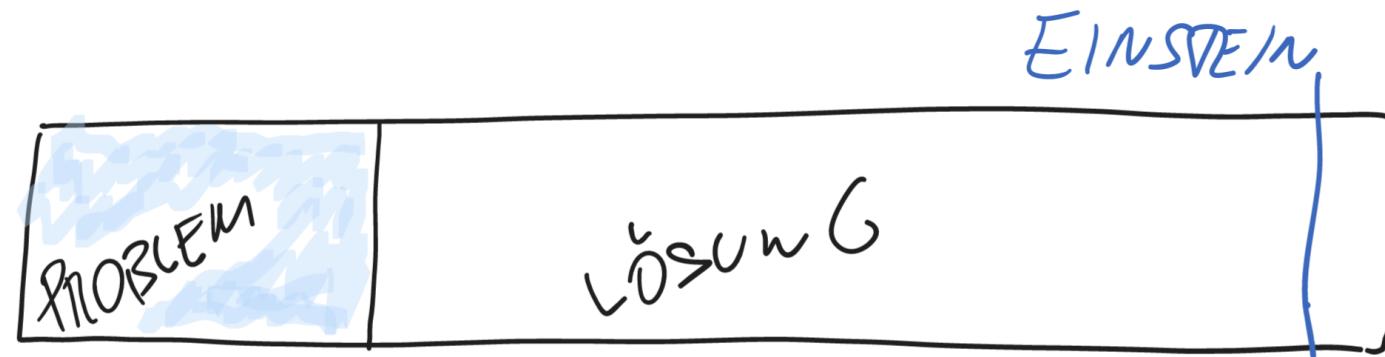
# Agile Herangehensweise

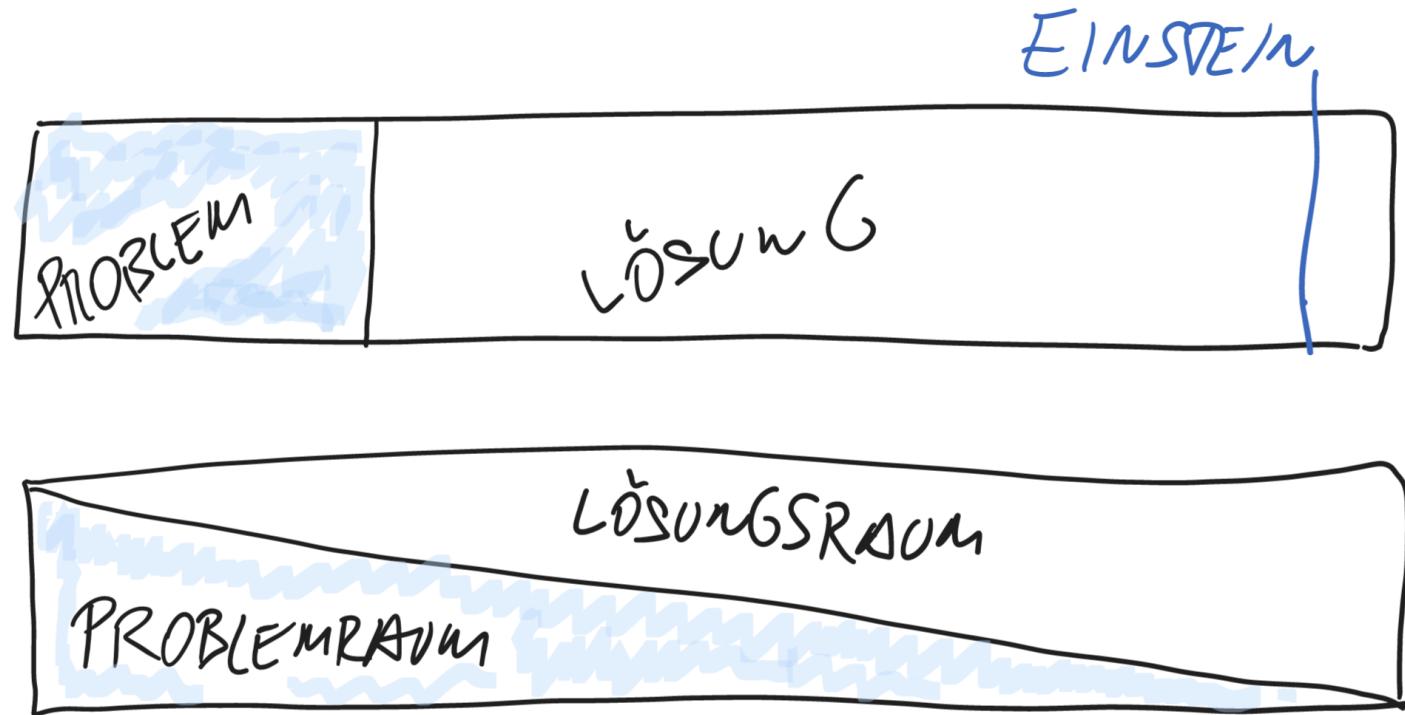


Quelle: Robert G. Cooper (2016) Agile-Stage-Gate)

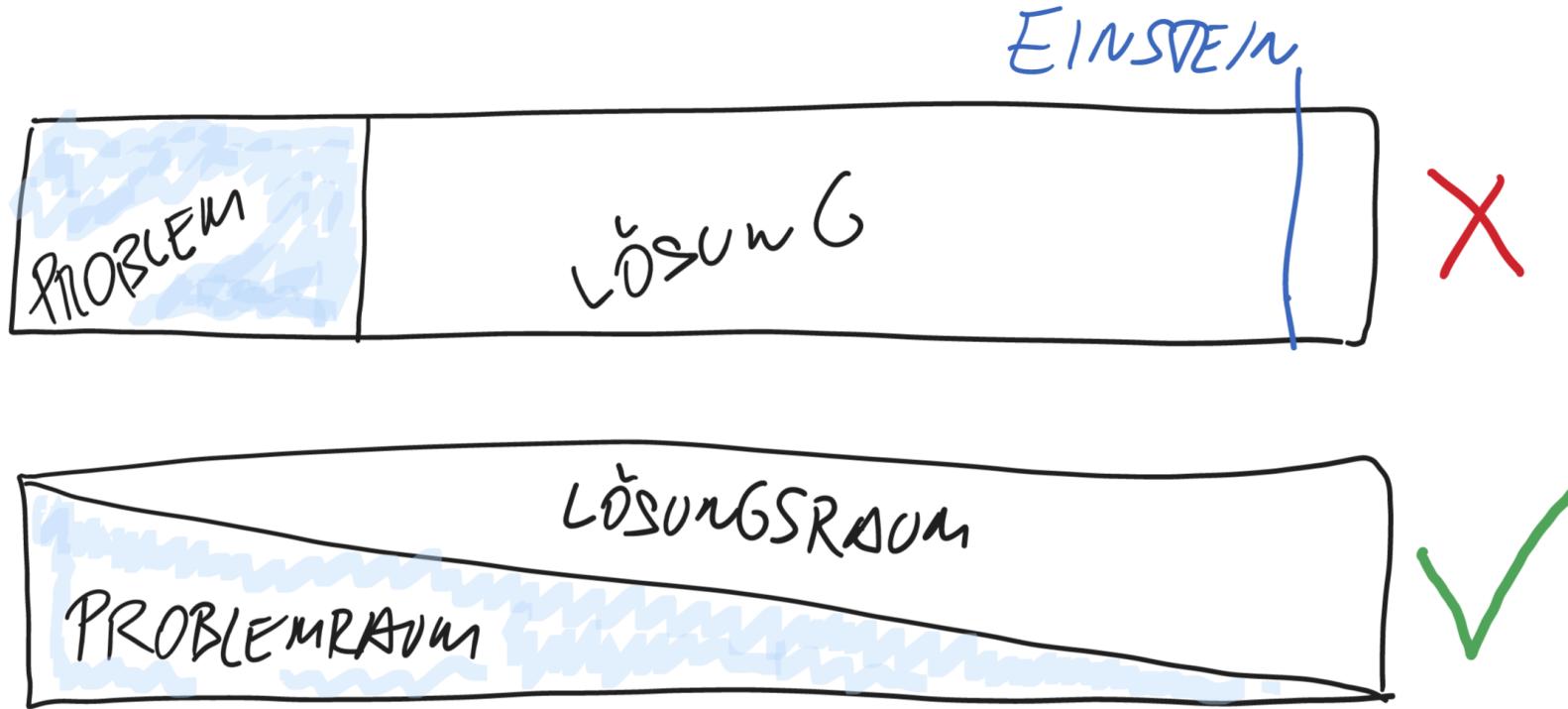








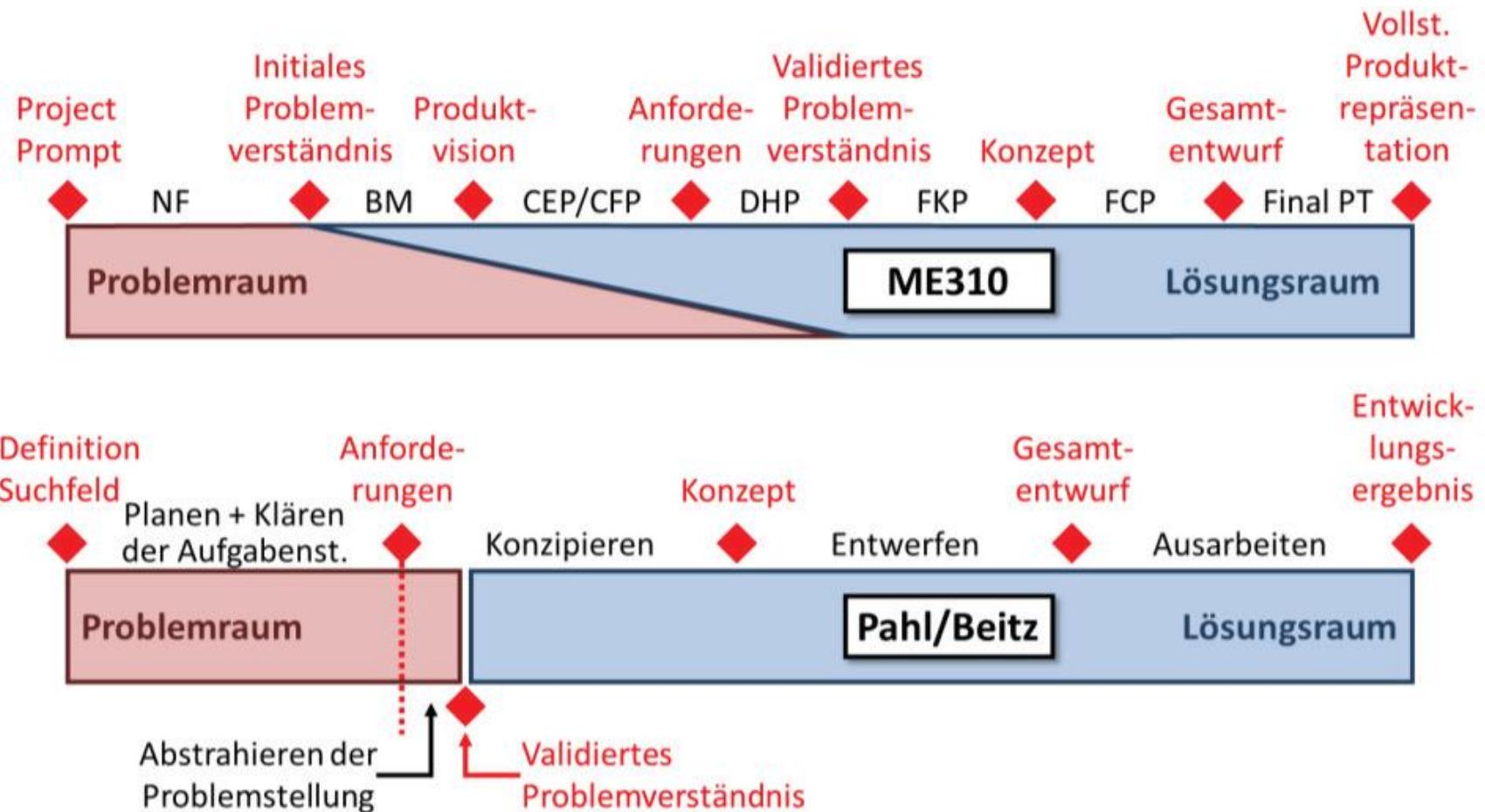
# Problem- und Lösungsraum



KO-EVOLUTION VON PROBLEM- UND  
LÖSUNGSRaUM !



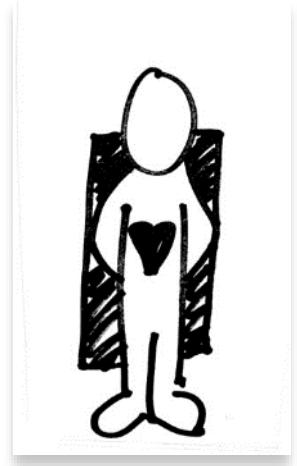
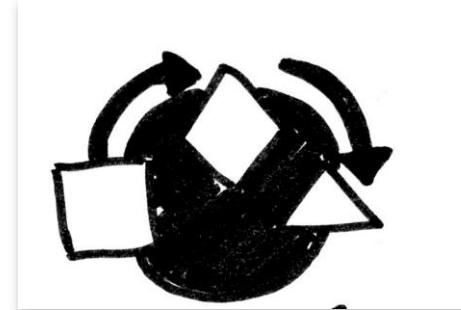
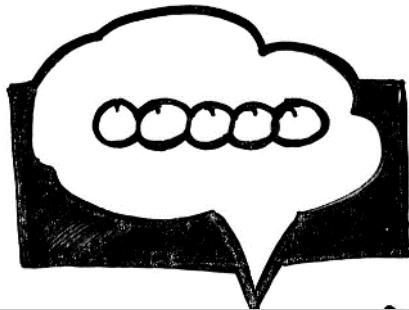
# Problem- und Lösungsraum



Quelle: Zeitliche und inhaltliche Konvergenz der Lösungsfindung als zentrale Herausforderung in hybriden Produktentwicklungsprozessen – eine empirische Analyse von Stanfords ME310-Prozessmodell, Koppenhagen F. et. al. (2021)

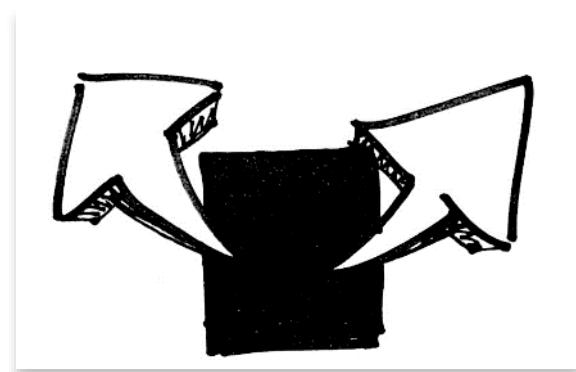
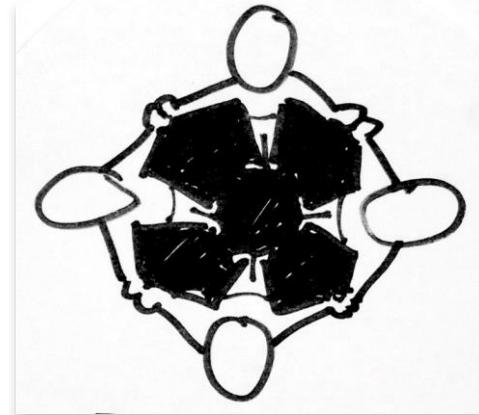
# Design Thinking

## Denkweisen



ACHTSAM IM  
PROZESS  
  
MENSCHEN-  
ZENTRIERT  
  
RADIKALE  
ZUSAMMENARBEIT

KULTUR DES  
PROTOTYPENBAUS  
  
ZEIGEN,  
NICHT SAGEN  
  
NEIGUNG ZUM  
HANDELN

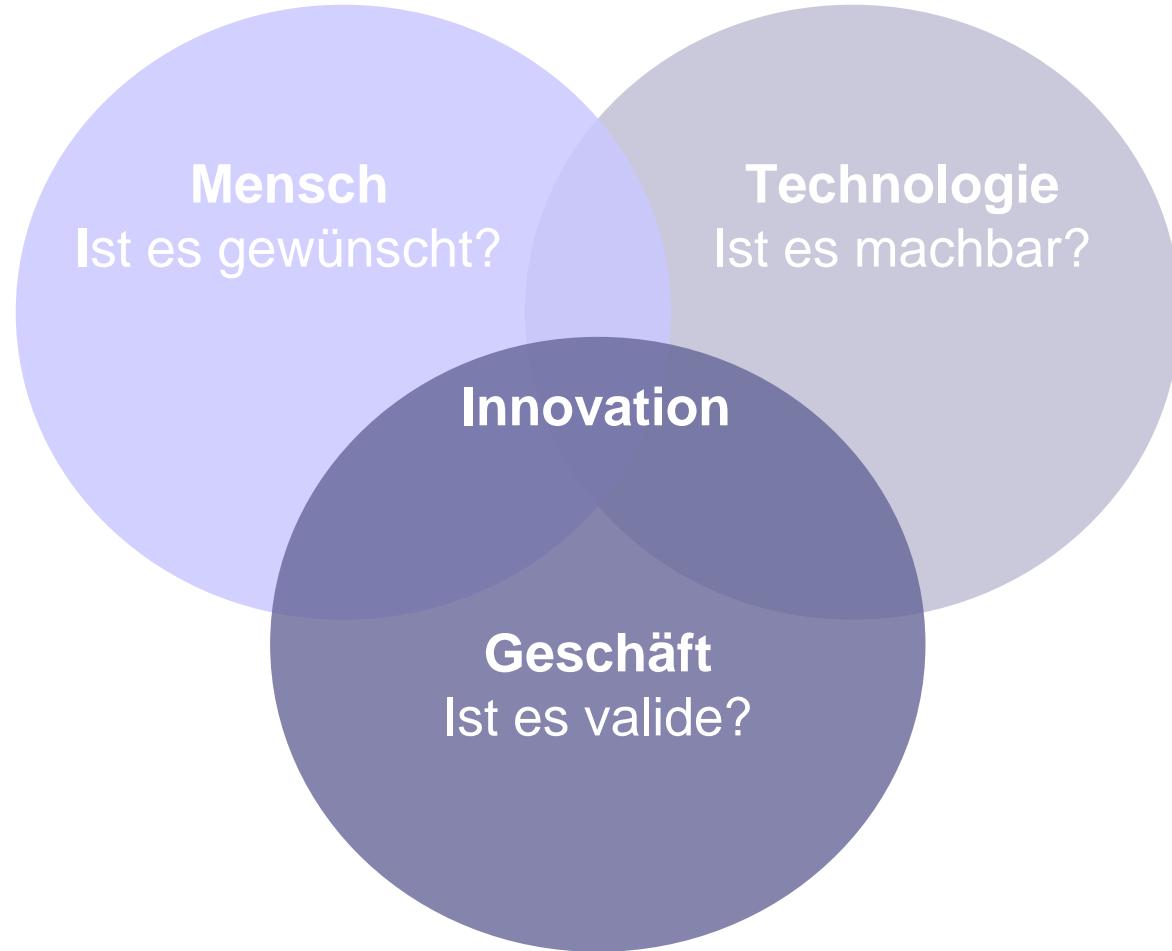


d.

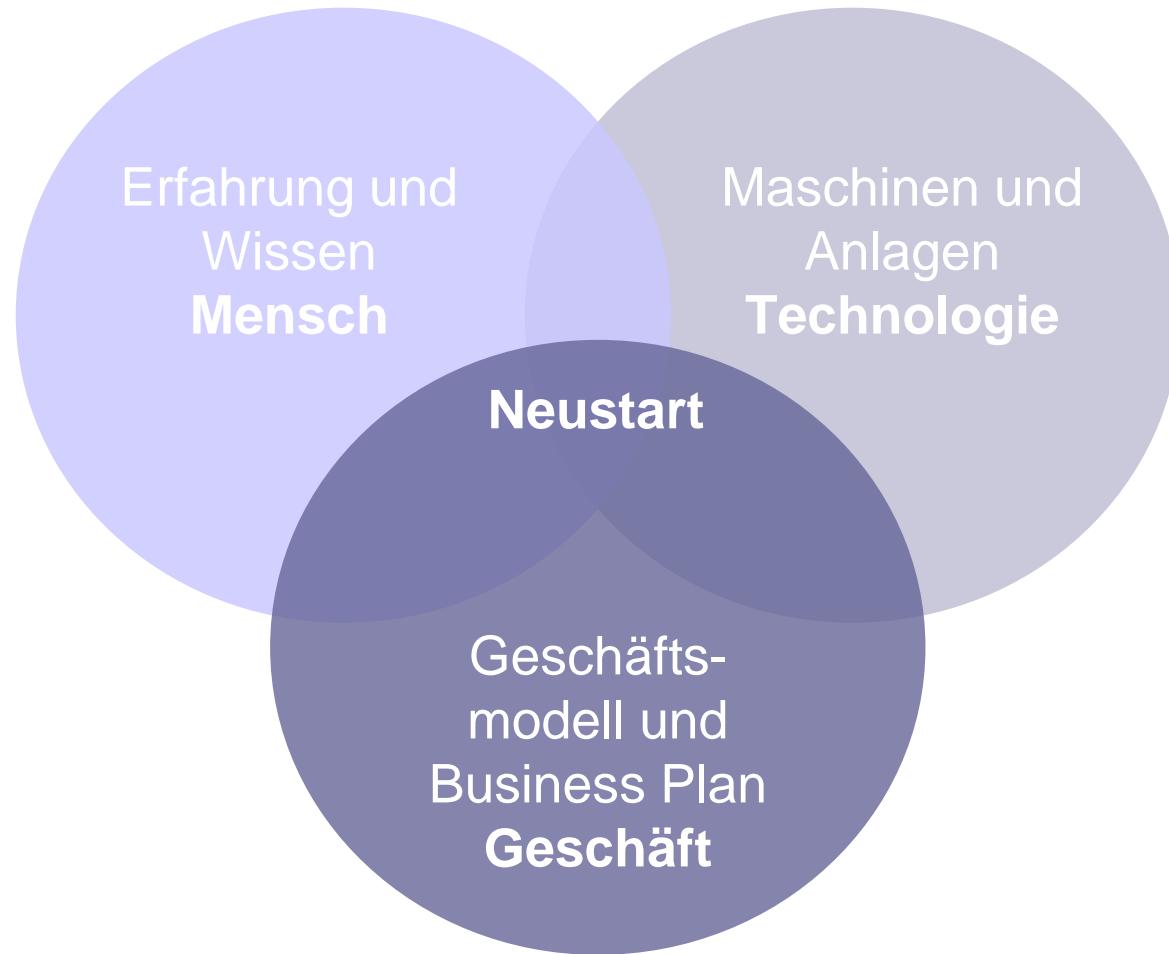
Source: Corey Ford [cford@stanford.edu](mailto:cford@stanford.edu)

# Design Thinking

## 3 Sphären



# Neustart Ansatz



# Neustart Prozess

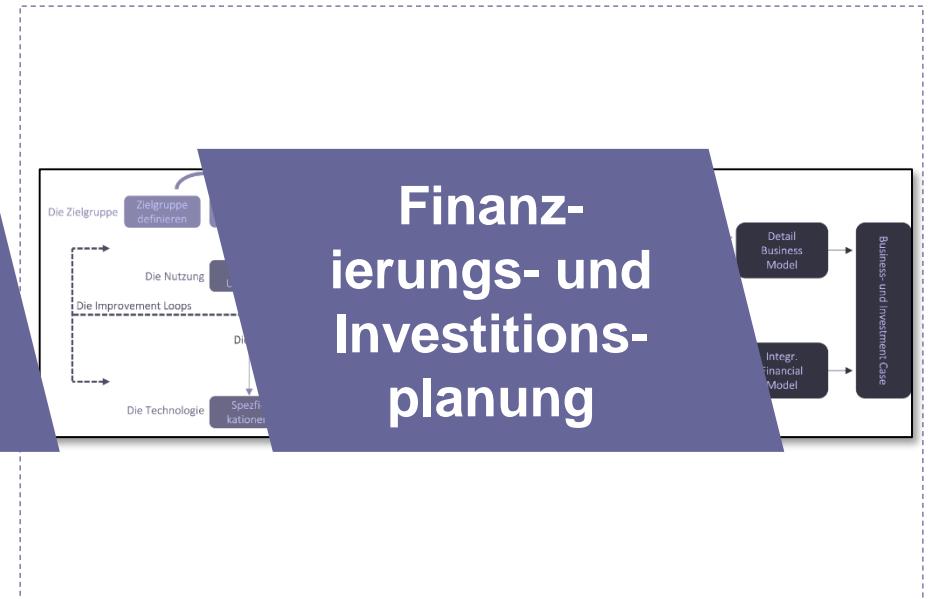
## Ausgangslage Transformation



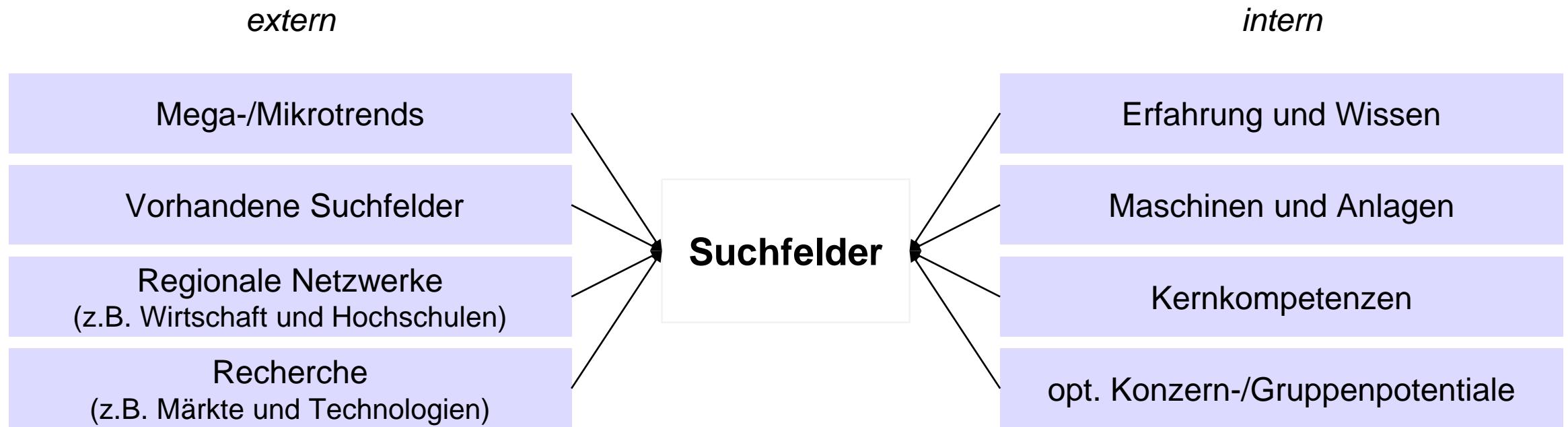
## Geschäftsmodell Navigator



## Finanzielle Auslegung



# Standort- und Kompetenzanalyse



# Beispiel: Multiplikation eigener Kernkompetenzen andere Industrien



**Kernprodukt:** Alu-Unterboden-Hitzeschild isolieren Hitze und Schall

**Problem:**  
Große Abhängigkeit von Automobilindustrie, leichte Kopierbarkeit des Kernproduktes

**Ziel:**  
Andere Märkte mit vorhandenen Kernkompetenzen erobern

**Kernkompetenz:**  
Verformung von Aluminium

**Abstraktion:**  
Entwicklung von Produkten, welche leicht, aus einem Stück, hitzeabweisend, wärme- und/oder schallisolierend sein müssen

**Ergebnis:**  
**Evaluation von analogen Märkten/Produkten in drei Abstraktionsstufen, Entscheidung durch Business Case**

**Kernprodukt:** Schallschutz für Gartengeräte, Hitzeschilde für Herde

**Eigenschaften Material:** Bauanwendungen/ Wärmeisolation, Solartechnik

**Kernkompetenz Verformung:** Medizintechnikprodukte, Verpackungen



# Ebenen der Innovation

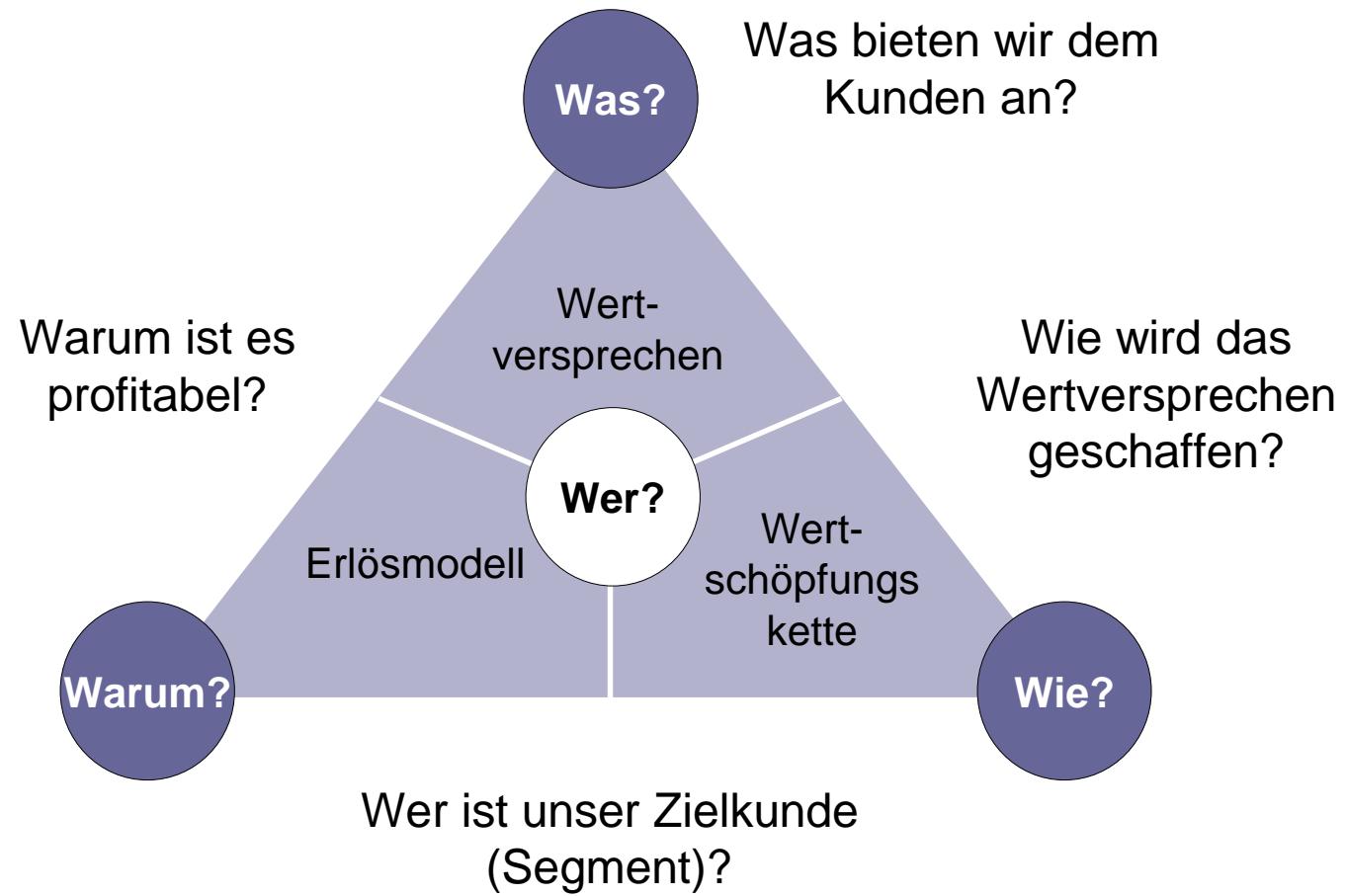


**DER WETTBEWERB FINDET KÜNFTIG NICHT MEHR ZWISCHEN  
PRODUKTEN ODER UNTERNEHMEN, SONDERN ZWISCHEN  
GESCHÄFTSMODELLEN STATT.**

**GARY HAMEL 2008**



# Geschäftsmodelle



Quelle Institut für Technologiemanagement Universität St.Gallen (ITEM-HSG)

# Methode Geschäftsmodell Navigator Universität St.Gallen

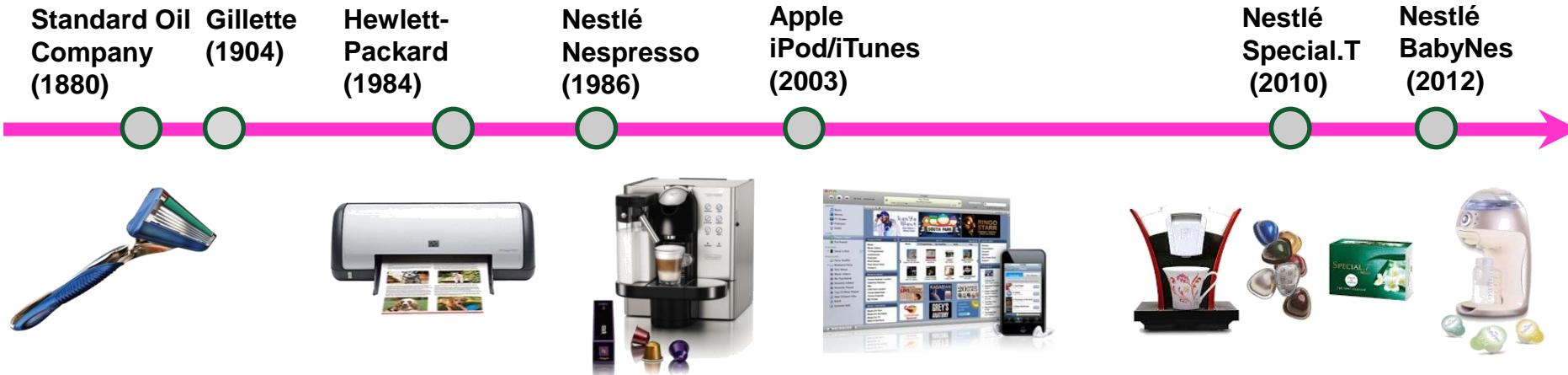


# 55 Muster für Geschäftsmodellinnovation



# Geschäftsmodellmuster Nr. 39 «Razor & Blade»

Das Grundprodukt ist günstig, oder sogar umsonst. Die Verbrauchsartikel, die zum Gebrauch oder Bedienen benötigt werden, sind teuer und werden mit hohen Gewinnspannen verkauft.

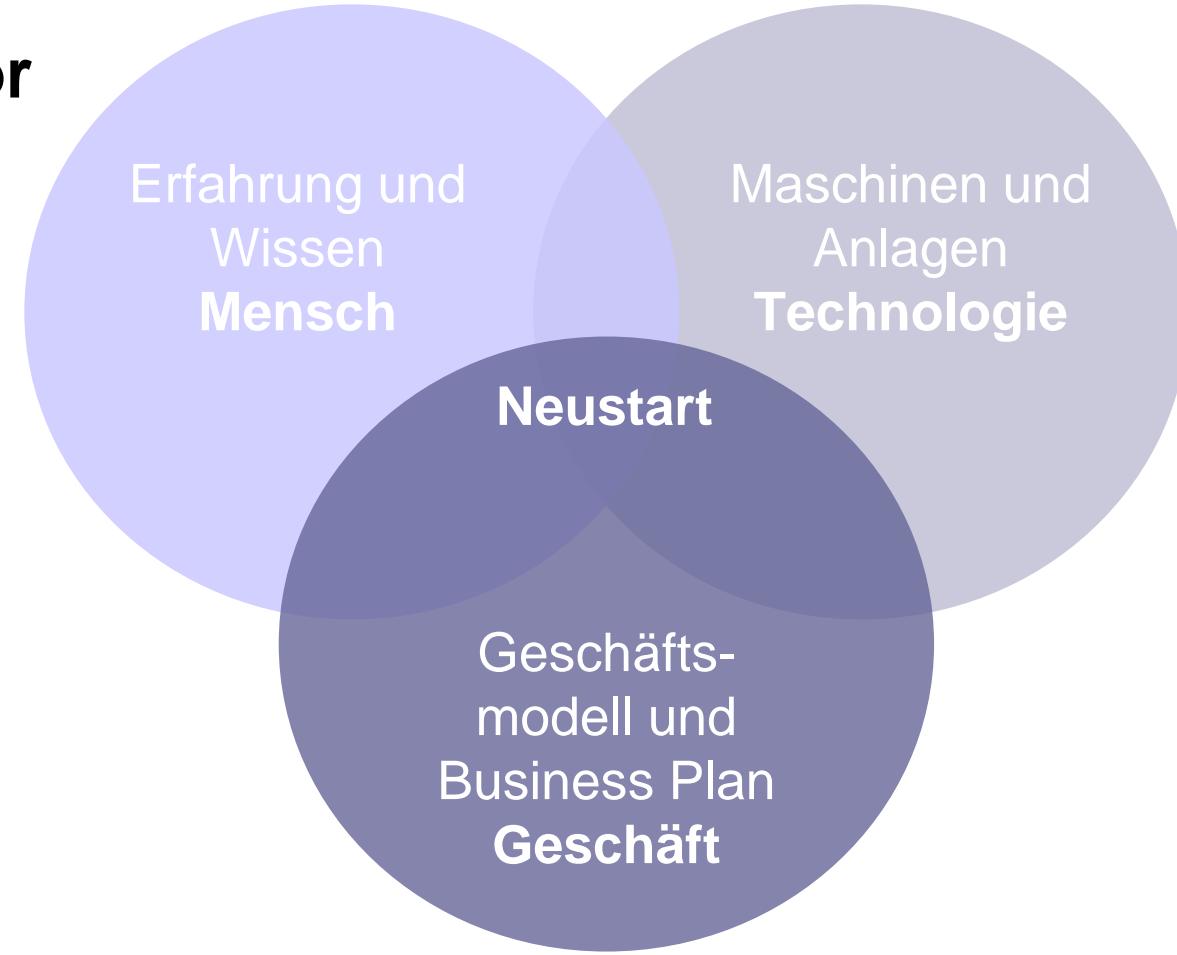


# Beispiele Geschäftsmodell-Muster Geschäftsmodell Navigator Universität St.Gallen



# Neustart Navigator

Agiles, modernes  
**Innovations-  
management**



Transformation durch  
**partizipativen  
Prozess!**

Interne und  
externe  
Analyse

Suchfelder-  
und Ideen-  
findung

Finanz-  
ierungs- und  
Investitions-  
planung

A photograph of a person in a blue striped shirt and dark pants pushing a large, crumpled sheet of paper across a grassy field towards a winding road. The road curves away into the distance, lined with trees and fields. The paper is crumpled and layered, suggesting a metaphor for the complexity of the future.

**Der beste Weg, die  
Zukunft vorherzusagen,  
ist, sie zu gestalten!  
A. Lincoln, 16. US Präsident**