



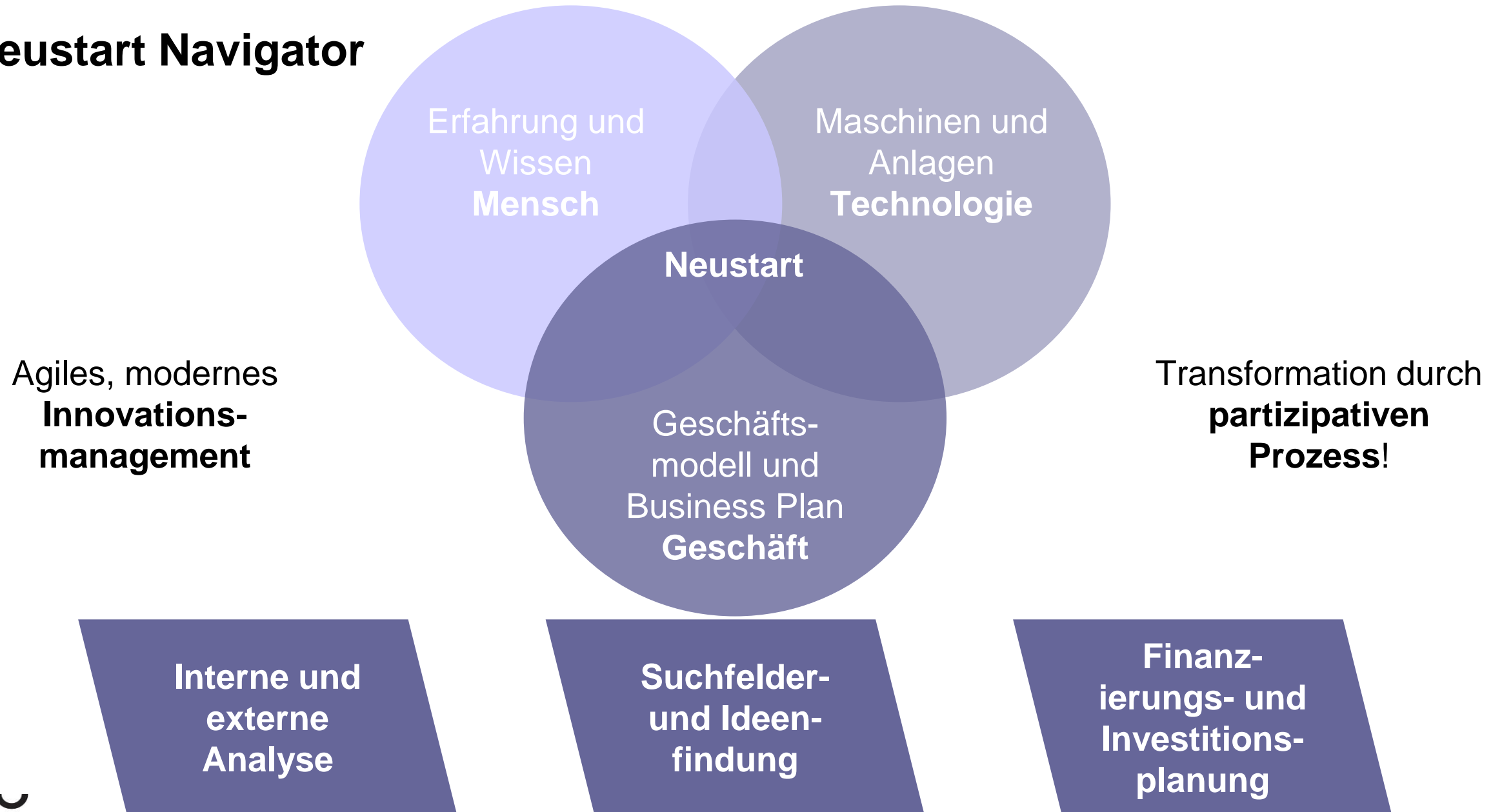
Mit Geschäftsmodellinnovation zu einem Neustart – wie sich Automobilzulieferer neu erfinden können

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

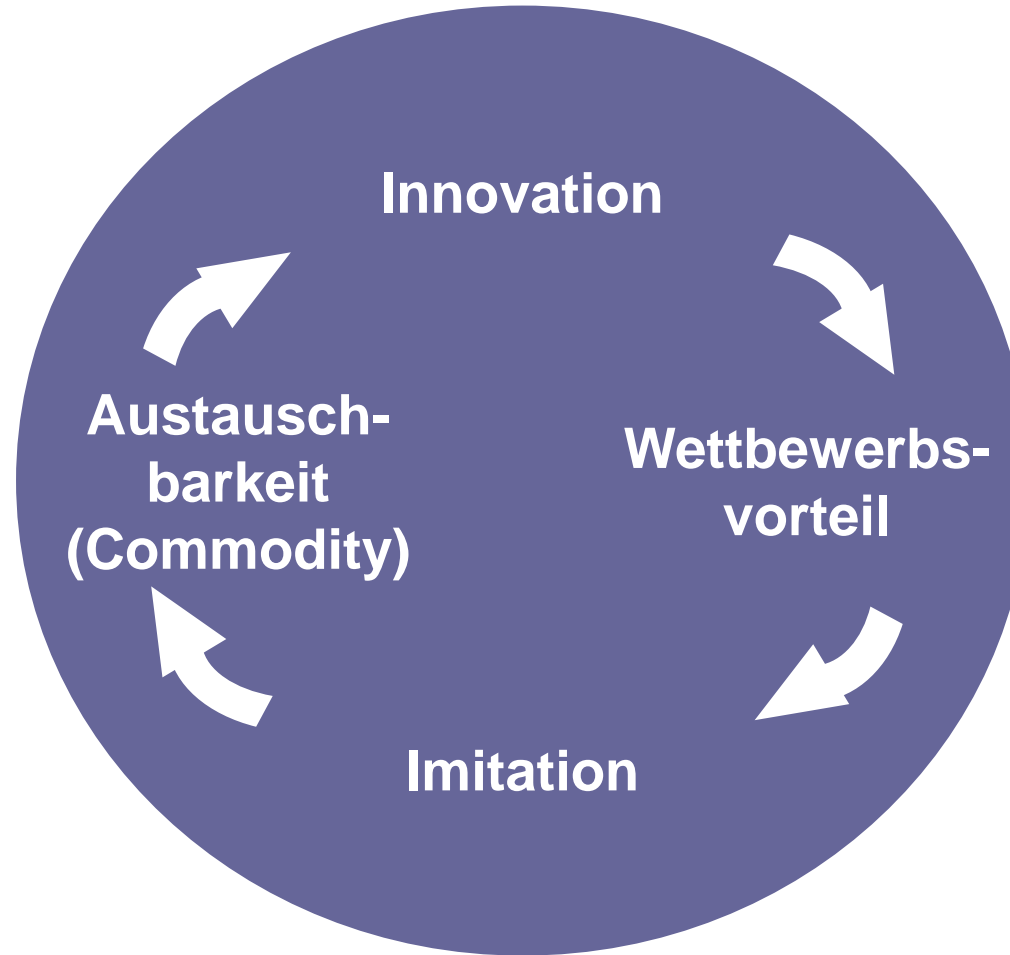
Neustart Navigator



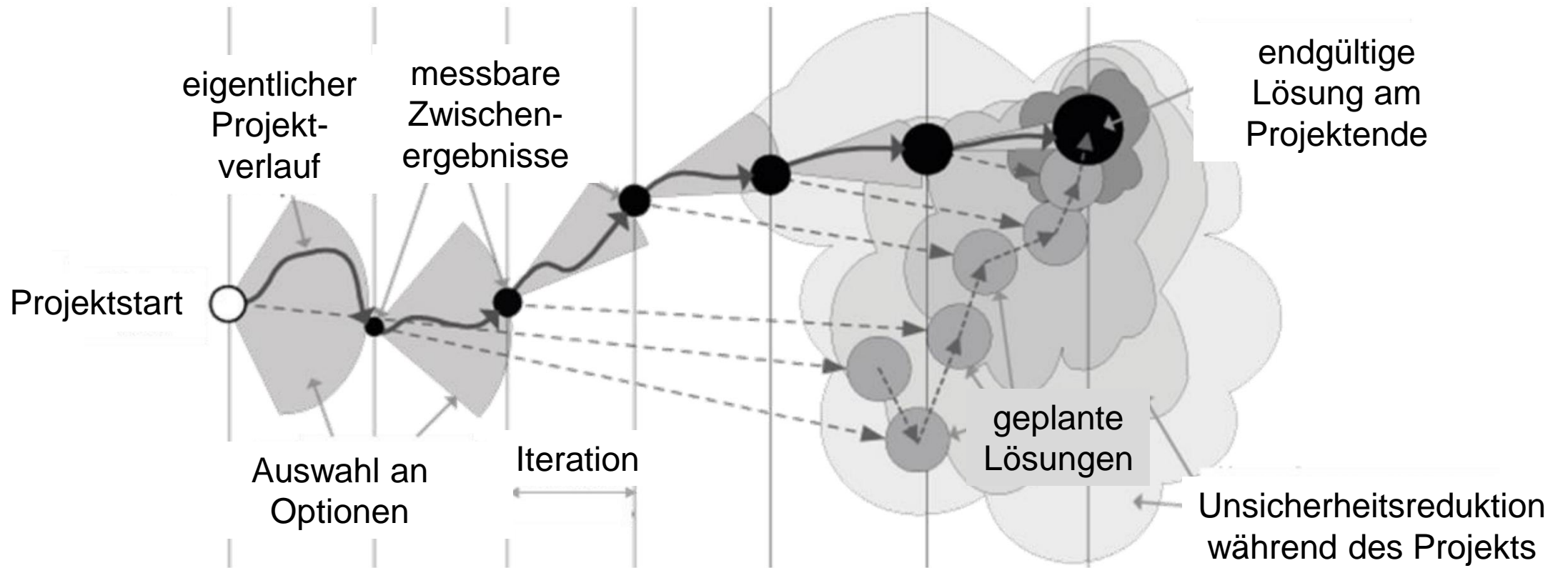
Innovation ist der einzige Weg, um zu gewinnen.

Steve Jobs

Innovationskreislauf

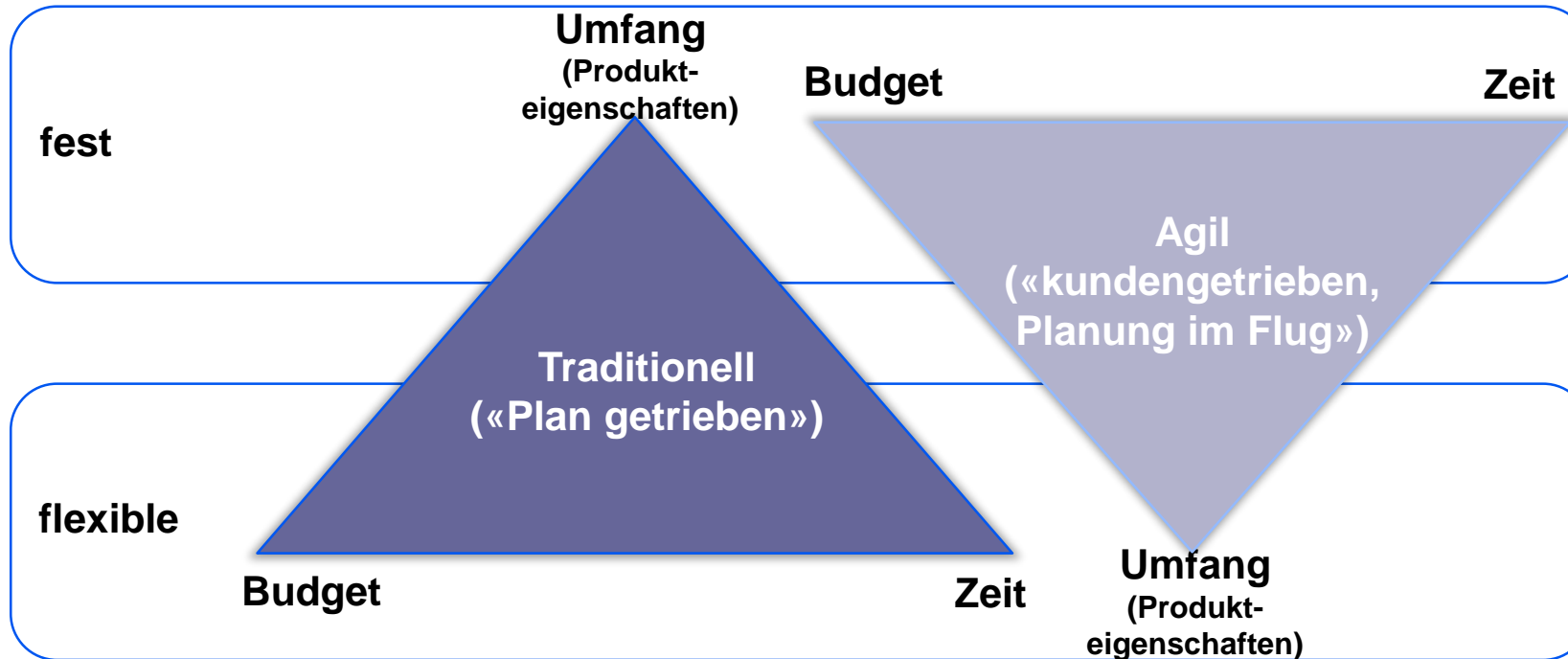


Agiles, schrittweises Vorgehen



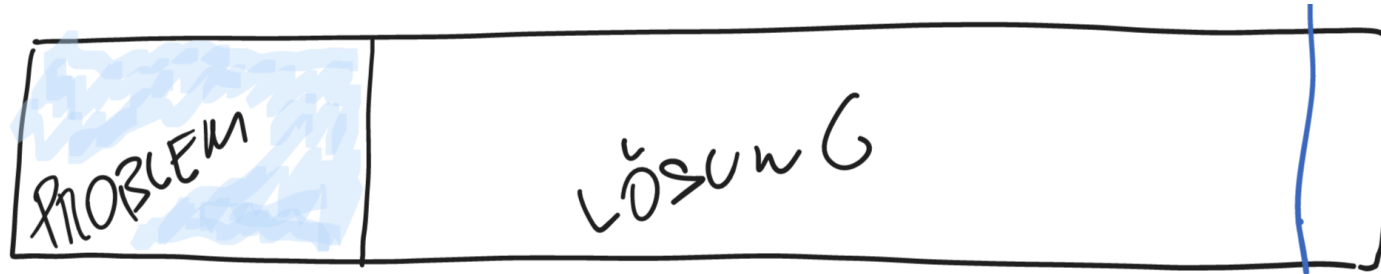
Quelle: Agile project path according to (Oestereich and Weiss 2008)

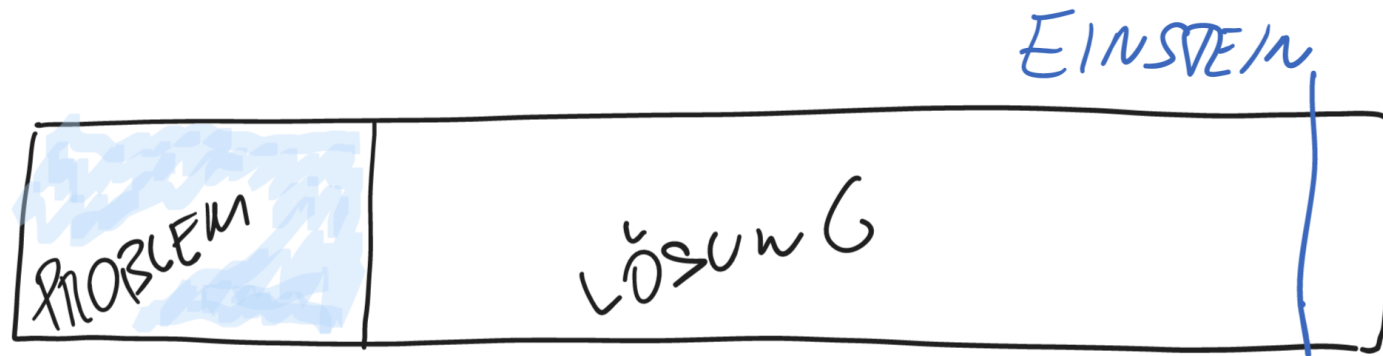
Agile Herangehensweise

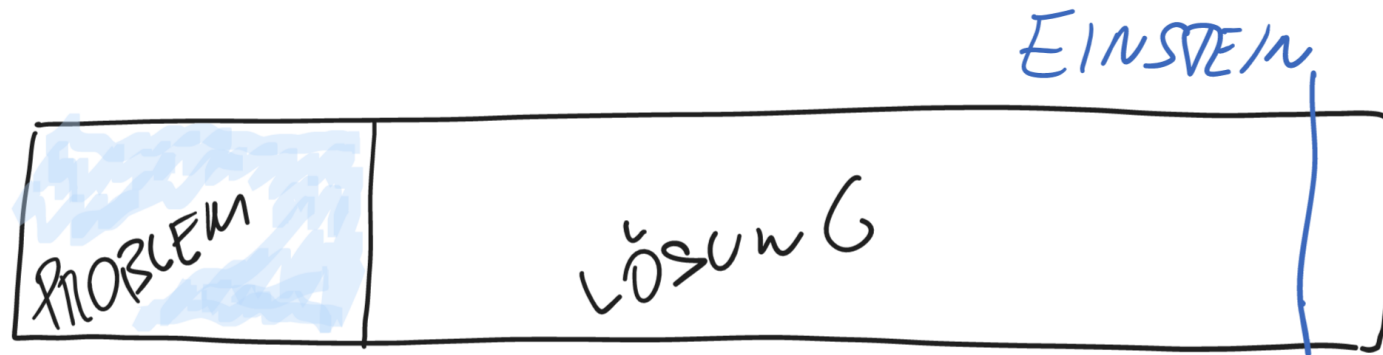


Quelle: Robert G. Cooper (2016) Agile-Stage-Gate

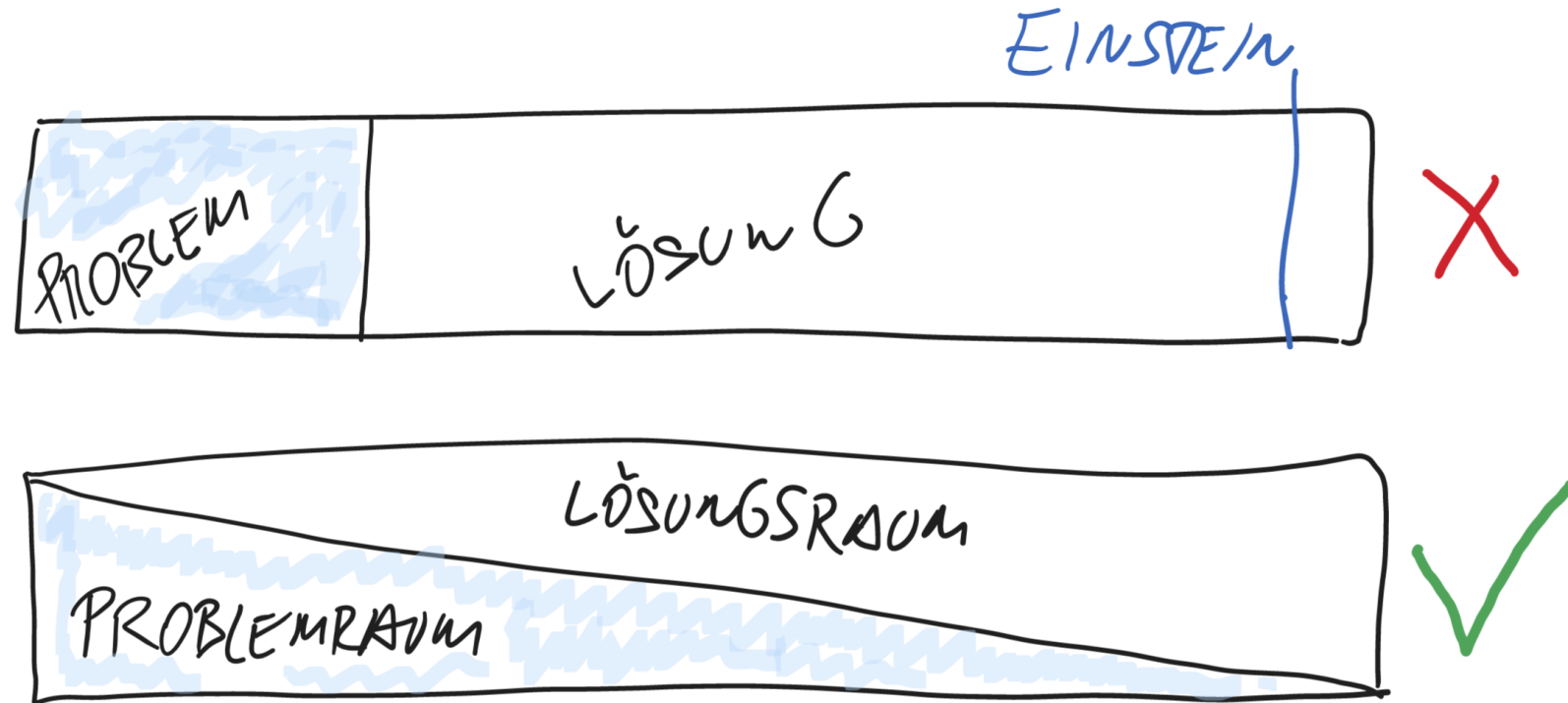






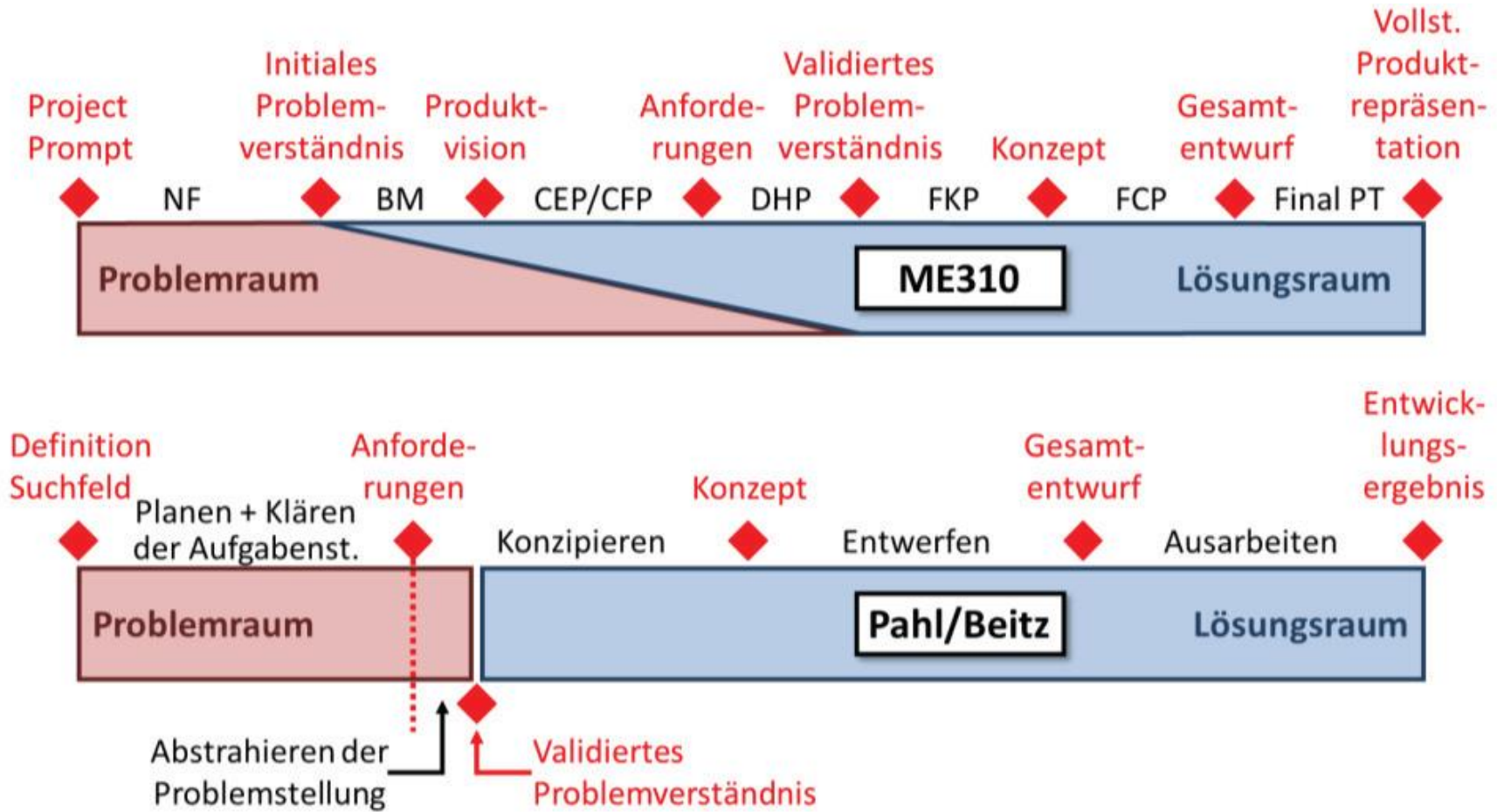


Problem- und Lösungsraum



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, Kopenhagen F. et. al. (2021)

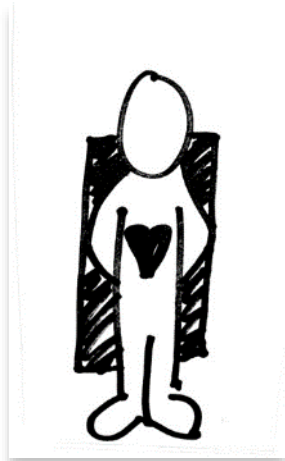
Design Thinking Denkweisen



ACHTSAM IM
PROZESS



KULTUR DES
PROTOTYPENBAUS



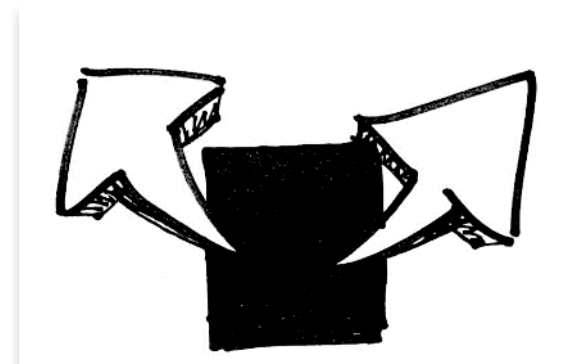
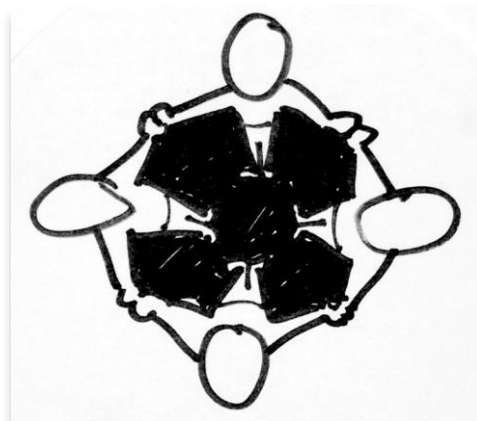
MENSCHEN-
ZENTRIERT

ZEIGEN,
NICHT SAGEN

RADIKALE
ZUSAMMENARBEIT

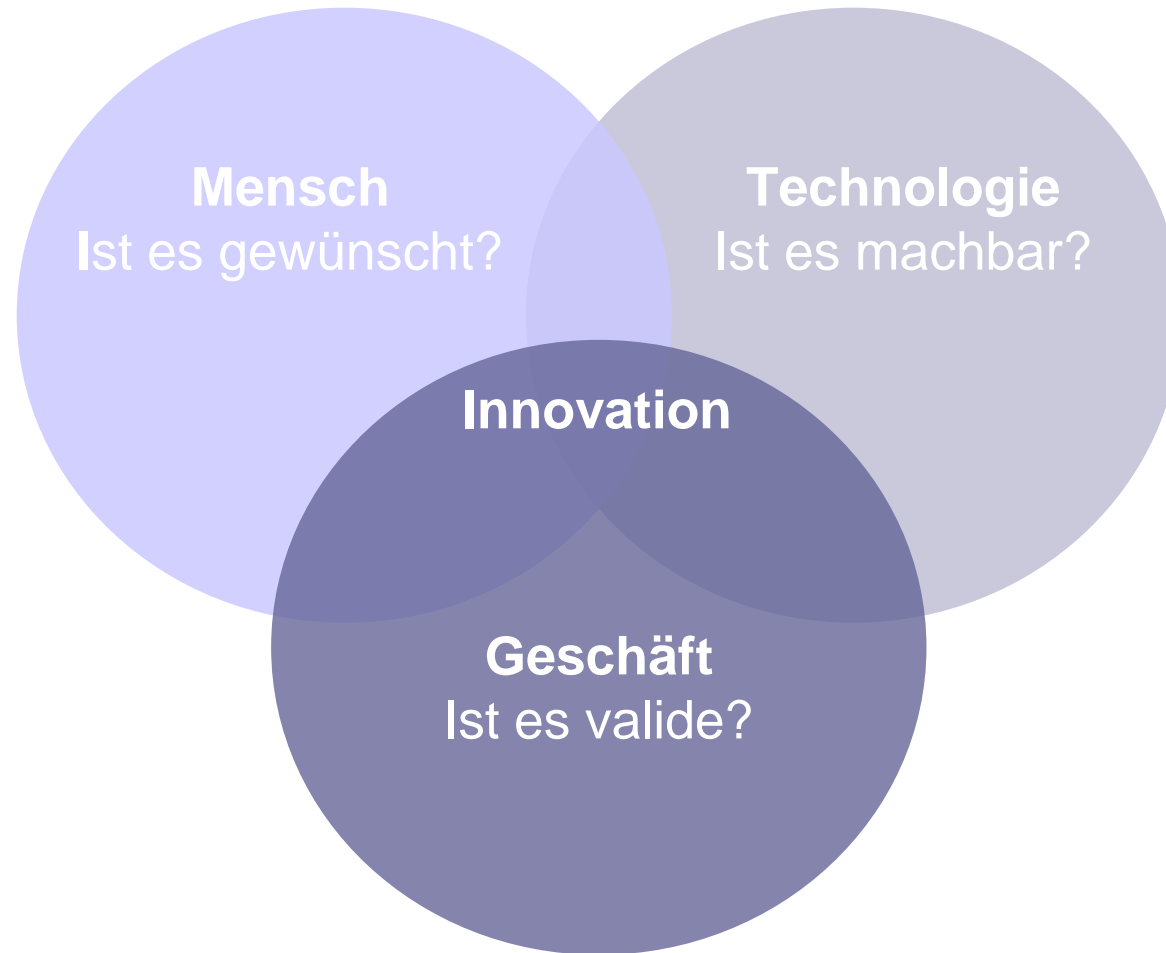


NEIGUNG ZUM
HANDELN

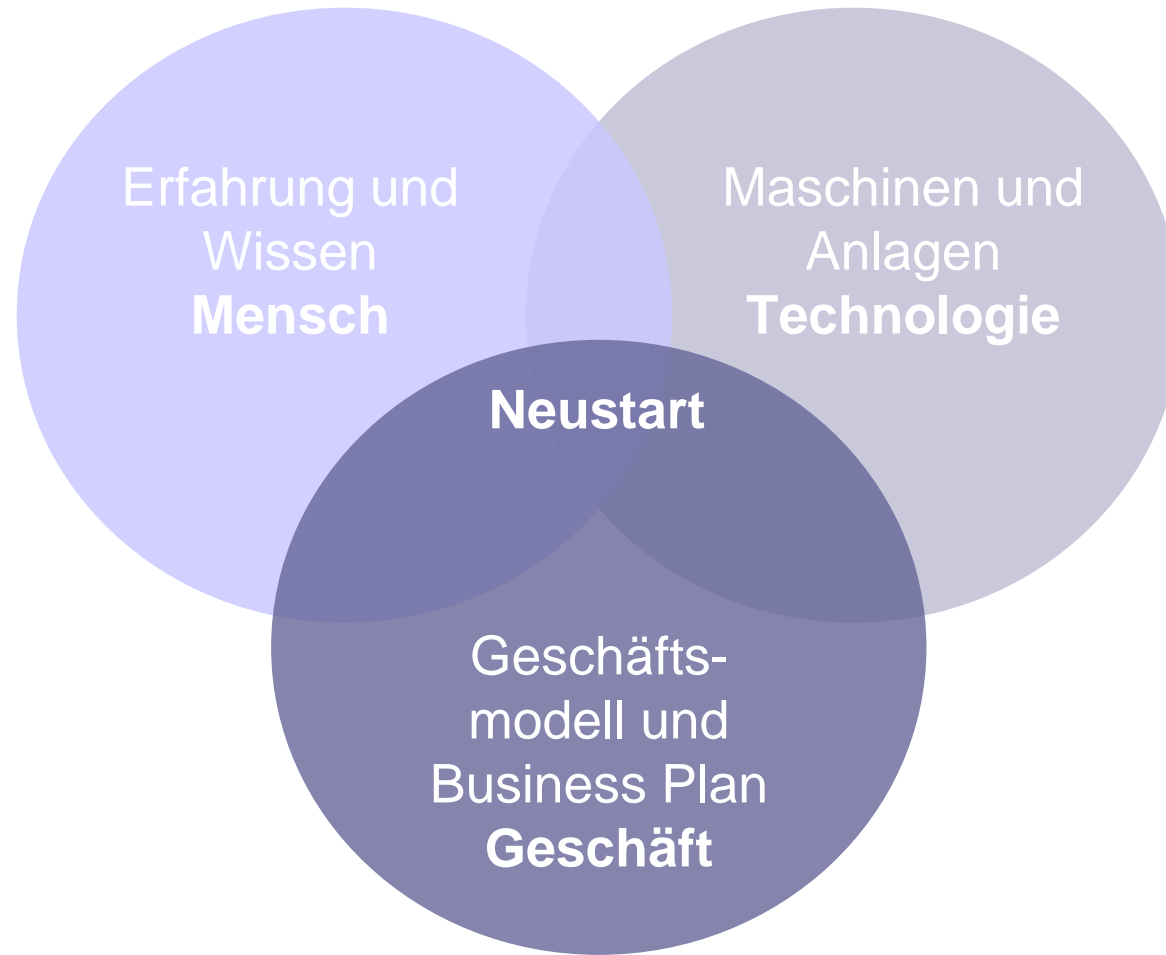


Design Thinking

3 Sphären

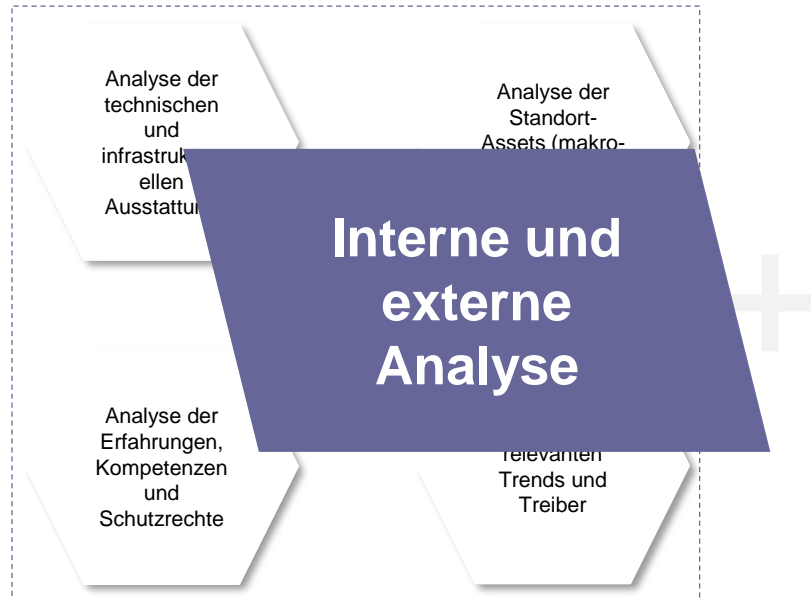


Neustart Ansatz

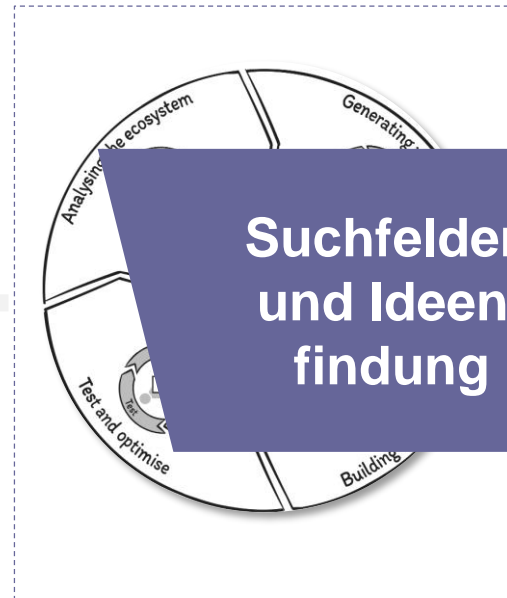


Neustart Prozess

Ausgangslage Transformation



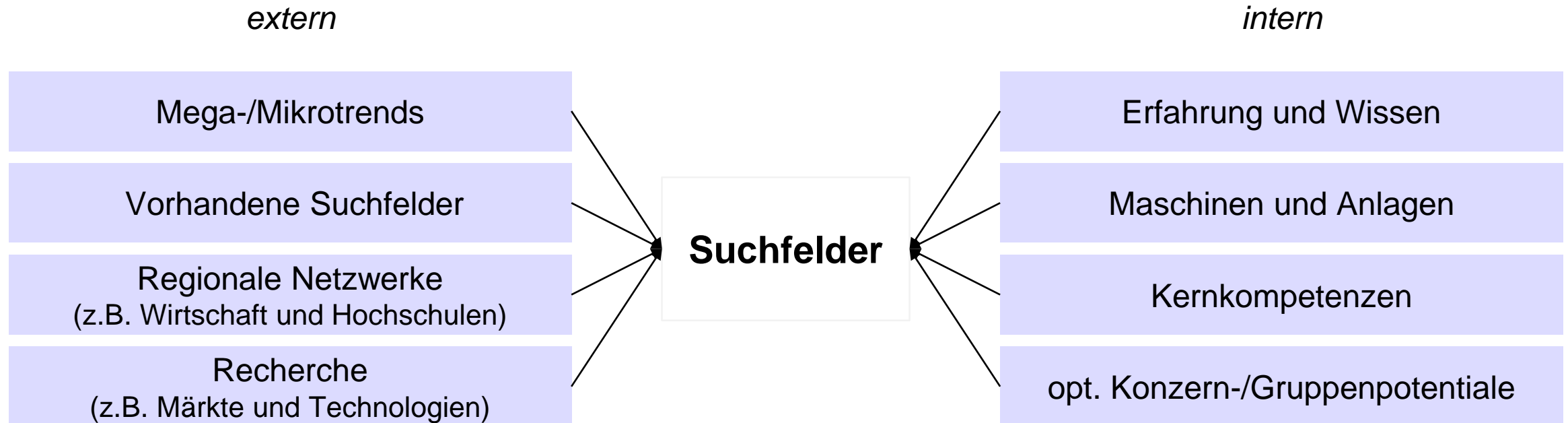
Geschäftsmodell Navigator



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
schallisierend 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: Medizintechnik-
produkte, Verpackungen

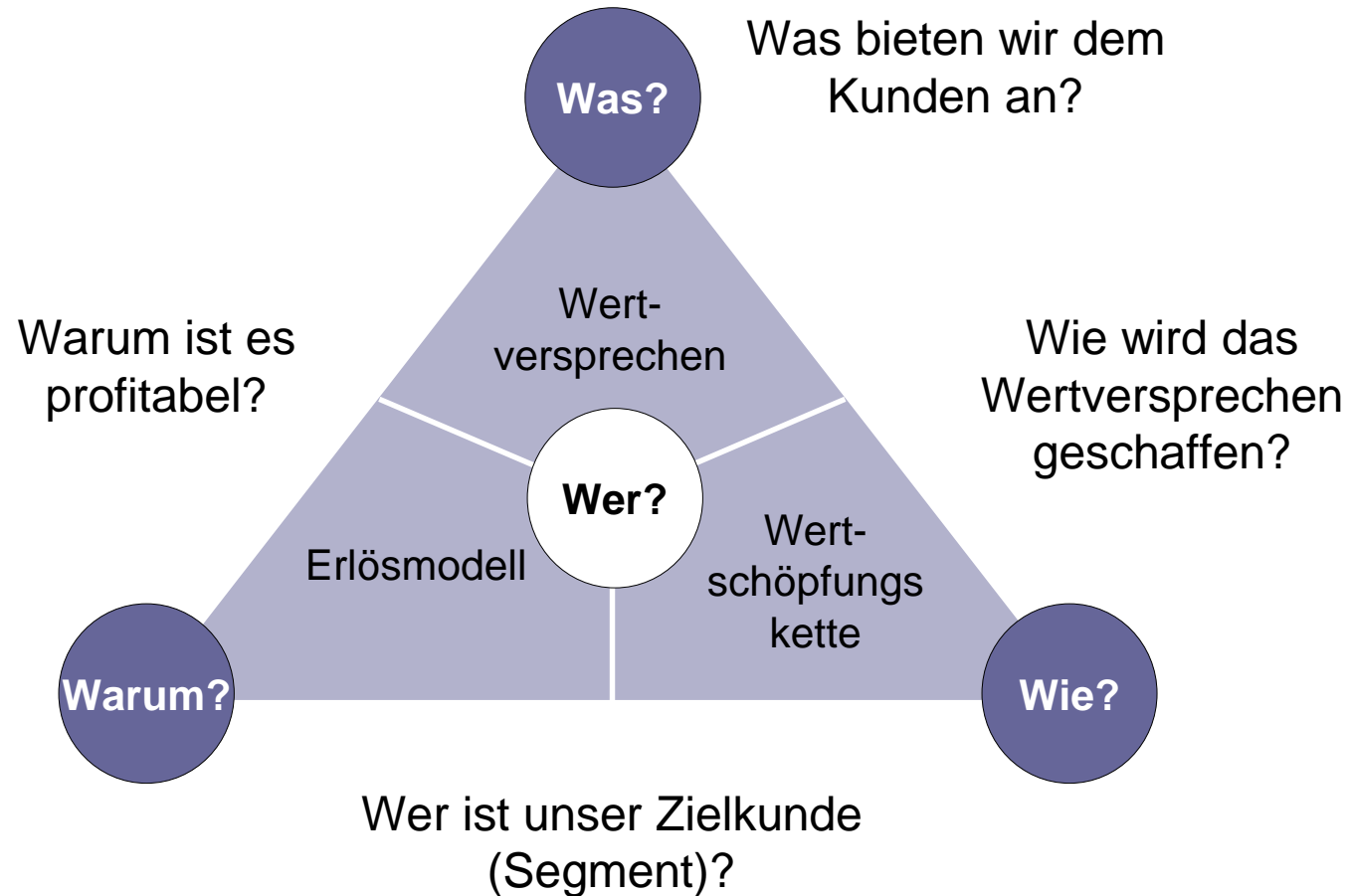
Ebenen der Innovation



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)

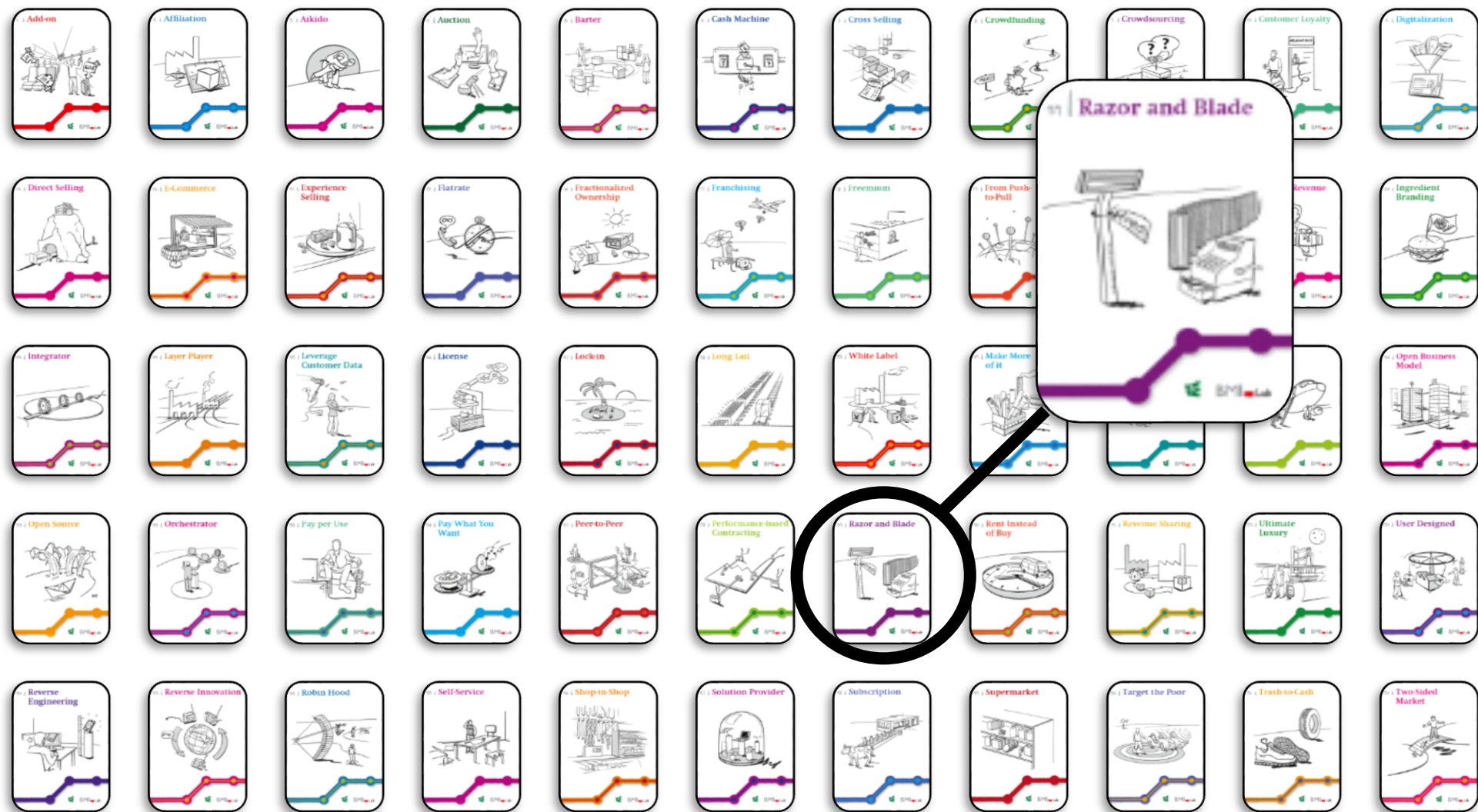
Methode

Geschäftsmodell Navigator

Universität St.Gallen

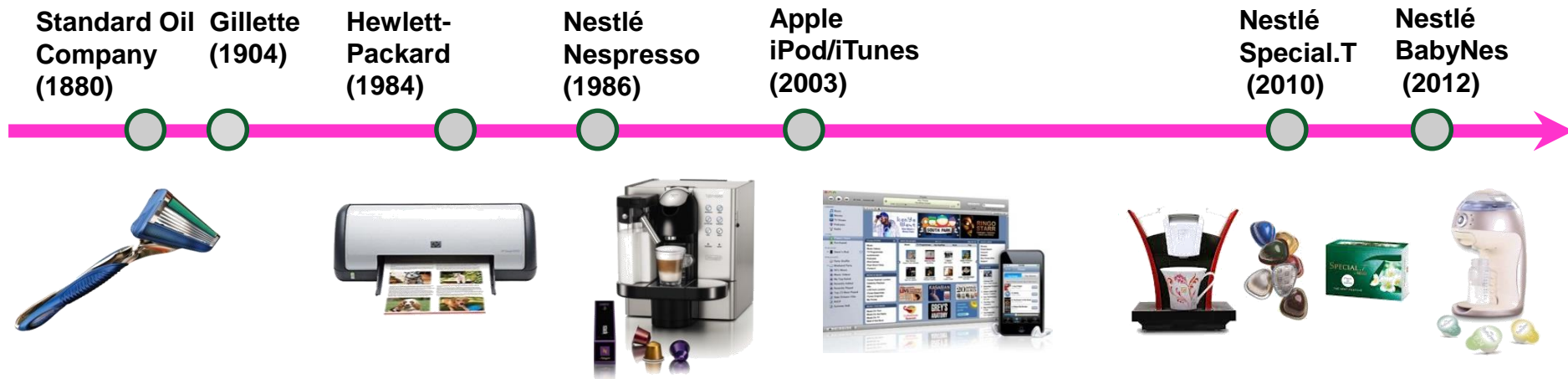


55 Muster für Geschäftsmodellinnovation



Geschäftsmodellmuster Nr. 39 «Razor & Blade»

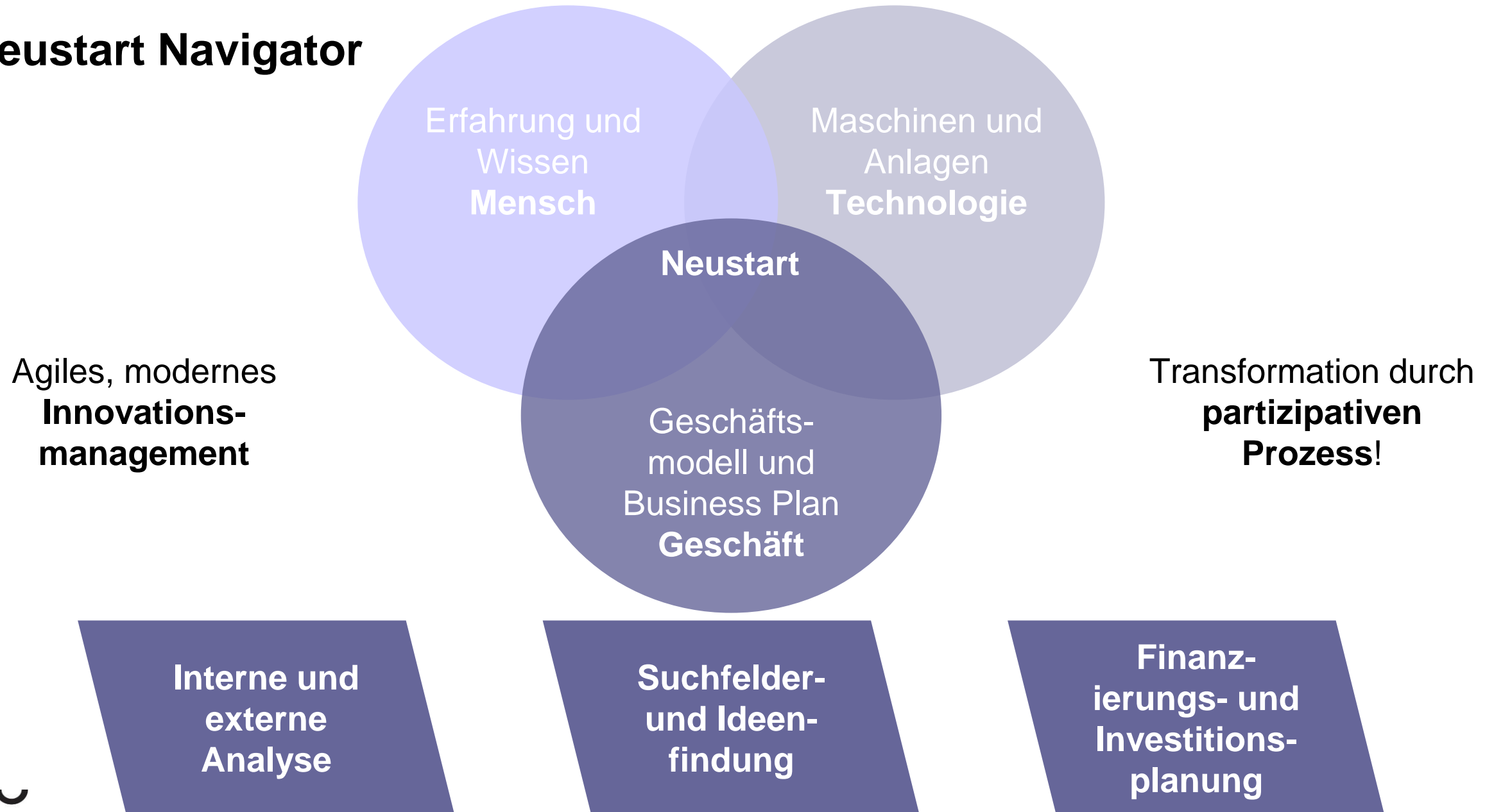
Das Grundprodukt ist günstig, oder sogar umsonst. Die Verbrauchsartikel, die zum Gebrauch oder Bedienen benötigt werden, sind teuer und werden mit hohen Gewinnspannen verkauft.




Beispiele Geschäftsmodell-Muster Geschäftsmodell Navigator Universität St.Gallen



Neustart Navigator





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