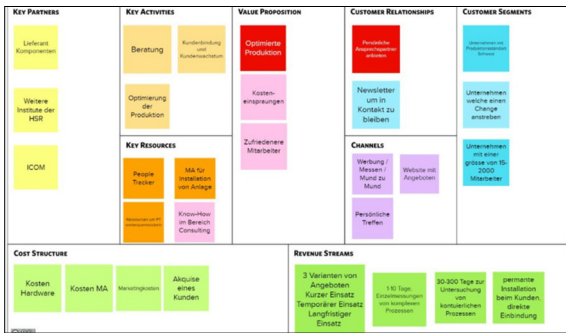




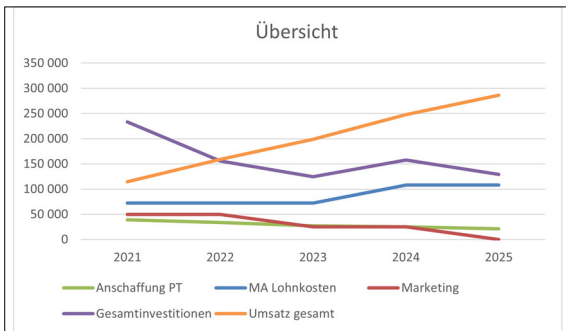
Marvin Müller

Diplomand	Marvin Müller
Examinator	Prof. Dr. Daniel F. Keller
Experte	Stefan Kundert, Kundert AG, Jona, SG
Themengebiet	Geschäftsmodell, Marketing und Vertrieb
Projektpartner	IPEK - Institut der HSR, Rapperswil, SG

Geschäftsmodell für einen People-Tracker in der Industrie



Entwurf Business Canvas Modell
Eigene Darstellung



Kostenentwicklung Geschäftsmodelle People Tracker
Eigene Darstellung



Produktion mit möglichen Einsatz von People Tracker
Produktion Sensirion AG

Ziel der Arbeit: Das Vermeiden von Verschwendung ist in vielen Produktionsstätten ein grosses Thema. Die Elektrotechnik-Abteilung der HSR hat einen People Tracker entwickelt, welcher diese Verschwendung aufdecken kann. Die Elektrotechnik-Abteilung weiss aber noch nicht, wie er mit diesem Produkt Geld verdienen kann. Dieses Problem soll nun mit dieser Arbeit gelöst werden. Das Ziel dieser Arbeit ist es, ein Geschäftsmodell für und rund um den People Tracker zu erstellen. Zusätzlich soll ein Pflichtenheft alle technischen, wirtschaftlichen und kommerziellen Kriterien aufzeigen, welche es braucht, um den Erfolg des Geschäftsmodells sicherzustellen. In dieser Arbeit sollen unter anderem alle wesentlichen Elemente des Geschäftsmodells enthalten sein. Dazu gehört ein Erstellen eines Angebots-Mix (Nutzen, Kunden und Pricing), Abwicklung der Prozesse, Kostenkalkulation auf Auftrags- und eine Wirtschaftlichkeitsrechnung auf Angebotsebene.

Vorgehen: Um ein passendes Geschäftsmodell zu finden, wurden verschiedene Ideen von Gassmann (Arten von Geschäftsmodellen) angeschaut und auf die Problematik dieser Problemstellung projiziert. Durch den Besuch eines möglichen Kunden, konnte das Geschäftsmodell anhand eines konkreten Beispiels erstellt werden. Dabei wurden viele Erkenntnisse gewonnen, welche in der Theorie nicht ersichtlich waren. Mit Hilfe des Betreuers Prof. Dr. Daniel F. Keller konnte eine Gesamtwirtschaftlichkeitsrechnung durchgeführt werden.

Ergebnis: Aufgrund mehrerer Einsatzmöglichkeiten haben sich drei verschiedene Geschäftsmodelle durchgesetzt. Diese werden nach ihren zeitlichen Einsätzen kurzfristig, mittelfristig und langfristig benannt. Jeder dieser Geschäftsmodelle kann als einzelnes Geschäftsmodell funktionieren; in Kombination miteinander decken sie alle Kundenwünsche ab.