

kmu zentrum.

Kompetenzzentrum für Klein- und Mittelbetriebe an der Universität Liechtenstein

Ihre betriebliche Herausforderung als KMU.
Unsere Unterstützung



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

dream it.
2016

Ideen-Workshop

**Ihre Geschäftsidee
Unsere Unterstützung**



Agenda Vormittag



Zeit	Thema	Referent
09:00	Begrüssung und Einführung (mit Film)	Thomas Moll KMU Zentrum
09:15	Vortrag «Technologie, Innovation und Kreativität»	Christian Marxt Universität Liechtenstein
10:15	Pause (Kaffee und Gipfel)	
10:30	Ideenmarktplatz: Ideen suchen Unterstützung - Pitch your idea!	Thomas Moll, alle
11:00	Business Modell Canvas	Ana Procopio Schön
12:00	Mittagessen (Cafeteria)	alle

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

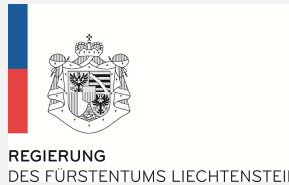
Agenda Nachmittag



Zeit	Thema	Referent
13:00	Impulsreferat « Bedürfnisorientierte Kommunikation »	Peter Sommerauer, Global Partners online Communication Services Trust reg.
13:30	Work & Coaching Session I	Coaches
15:00	Pause	
15:30	Work & Coaching Session II	Coaches
17:30	Präsentation der Ergebnisse	alle
17:45	Resümee, Feedback, Next steps	Thomas Moll

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Unterstützung



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Startrampe für den Erfolg



Ziele des Workshops:

- Inspiration
- Motivation
- Ermutigung
- Vermittlung von Tools und Methoden

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Startrampe für den Erfolg



Startrampe für den Erfolg



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Agenda Vormittag



Zeit	Thema	Referent
09:00	Begrüßung und Einführung (mit Film)	Thomas Moll KMU Zentrum
09:15	Vortrag « Technologie, Innovation und Kreativität »	Christian Marxt Universität Liechtenstein
10:15	Pause (Kaffee und Gipfel)	
10:30	Ideenmarktplatz: Ideen suchen Unterstützung - Pitch your idea!	Thomas Moll, alle
11:00	Business Modell Canvas	Ana Procopio Schön
12:00	Mittagessen (Cafeteria)	alle

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

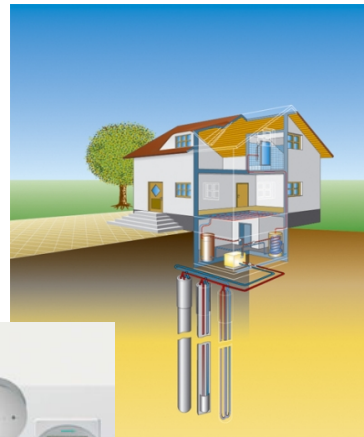
Technologie, Innovation und Kreativität

dream it – Ideen-Workshop
05. März 2016

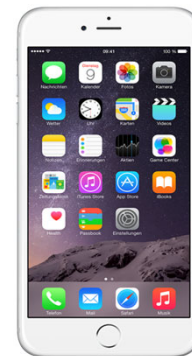
Agenda

- Einleitung
- Meine Beste Idee
- Instrumente und Methoden
- Idee? Innovation? Erfolg?

Bauen und Wohnen



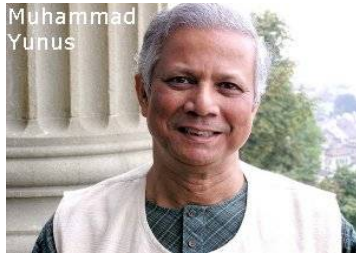
Kommunikation und Unterhaltung



Mobilität und Umwelt



Soziale Entwicklung



Agenda

- Einleitung
- Meine Beste Idee
- Instrumente und Methoden
- Idee? Innovation? Erfolg?

«Meine beste Idee»

Handelszeitung Nr. 51/52

19. Dezember 2013

Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«Als berufstätige Mutter finde ich kaum Zeit für mich. Meine beste Idee war es, für alle, die auch beruflich sehr engagiert sind, das erste Kompetenzzentrum für Zahnmedizin zu eröffnen, welches man an sieben Tagen der Woche frühmorgens bis spätabends besuchen kann.»

Golnar Abivardi, CEO Swiss Smile



«Die Idee oder vielmehr mein Entscheid, von der Beratungsbranche in den Detailhandel zu wechseln. Ich bin tagtäglich im Kontakt mit Kunden, Geschäftspartnern, Mitarbeitern verschiedensten Alters und unterschiedlicher Herkunft, und so bin ich immer ganz nahe am Alltag der Menschen.»

Joos Sutter, CEO Coop

Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«Meine beste Idee war es, meine unternehmerische Tätigkeit mit aktivem politischem Engagement zu ergänzen. Politik setzt einen engen Kontakt zu allen Bevölkerungsschichten voraus. Das ist unersetzlich, um die Anliegen der Leute zu verstehen, die eigenen Argumente zu überprüfen – und um bodenständig zu bleiben.»

Thomas Matter, Neue Helvetische Bank

«Meine beste Idee galt dem Entscheid, meinen Weg radikal zu gehen. In der künstlerischen Welt heisst das, einen Stil zu entwickeln und diesem treu zu bleiben. Die heutige Welt ist viel zu modisch und kurzlebig geworden.»

Christa de Carouge, Designerin



Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»

«Meine beste Idee war, Herzchirurg zu werden. Die Tage sind zwar lang, aber es erfüllt mich mit grosser Dankbarkeit, Menschen mit meiner Arbeit zu helfen.»

**Thierry Carrel, Direktor der
Universitätsklinik für
Herz- und Gefässchirurgie
am Inselspital Bern**



«Unsere Kunden sollen mithilfe neuer Technologien jederzeit und von überall her Dienstleistungen der Credit Suisse nutzen können. Dazu haben wir das Innovationsprojekt «Digital Private Bank» lanciert mit einem Pilotversuch in Singapur. Die Credit Suisse stellt damit umfassende Private-Banking-Dienstleistungen wie Portfolioanalyse und Research sowie Möglichkeiten für Handel und Transaktionen elektronisch zur Verfügung.»

Urs Rohner, Verwaltungsratspräsident Credit Suisse

Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«Die wohl schönste Idee war es, den siebzigsten Geburtstag der Erzählung «Der Kleine Prinz» des legendären Schriftstellers und Piloten Antoine de Saint-Exupéry mit dem «Kleinen Prinzen» im ewigen Kalender der grossen Fliegeruhr zu würdigen. Aus einem Teil der Verkaufserlöse wird eine Schule mit integrierter Bibliothek in Kambodscha gebaut. Ich glaube, auch Antoine de Saint Exupéry hätte das gefallen.»

Georges Kern, CEO IWC

«Beim Gehen kommen Bilder, die beim Sitzen nicht kommen. Deshalb habe ich die besten Ideen sicher nicht im Büro, viel eher in der Natur, wie auf einer Skitour in den Alpen. Und ich folge der alten Weisheit, dass kreative Menschen nicht die Leute fragen, was sie wollen, sondern den Leuten sagen, was sie wollen werden.»

Peter Brabeck-Letmathe, Präsident des Verwaltungsrates Nestlé



Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«Bis wir neue Ideen bauen können, bis der entsprechende Wettbewerb gewonnen und sowohl die Technologie so weit als auch die Bauherrschaft von der Nützlichkeit der Innovation überzeugt ist, vergehen in unserem Beruf nicht selten Jahre.»

Annette Gilson, Architektin

«Meine beste Idee war die, mich täglich von neuen Ideen überraschen zu lassen und diese in meiner Küche in neuen Rezepten umzusetzen.»

Tanja Grandits, Schweizer Sterneköchin («Koch des Jahres 2014», Gault Millau)



«Mich beruflich selbstständig zu machen – so kann ich etwas selber bewegen, ein starkes Team aufbauen und neue Herausforderungen angehen. Der geschäftliche Erfolg ermöglicht mir, das zu tun, worüber viele primär schwatzen: Ein gesellschaftlich-soziales Engagement, persönlich und finanziell.»

Giorgio Behr, Unternehmer (und Sportmäzen)

Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«Zu meinen besten Ideen gehören meine Studienwahl, meine Kandidatur und Tätigkeit im Solothurner Kantonsrat in jungen Jahren, mein Schritt zur selbstständigen Unternehmerin mit einem innovativen Businessmodell, aber auch ein spontaner Spaziergang über der Nebelgrenze, das Eierfärben an Ostern mit unseren Kindern oder eine Überraschung für einen wichtigen Menschen.»

Doris Aebi, Executive Searcher aebi + kuehni



«Wer hätte gedacht, dass aus einer Idee der zweiten Wahl vor 13 Jahren eine Firma mit 400 Mitarbeitern und über 500 Millionen Umsatz heranwächst. Eigentlich wollten wir einen Nachtclub gründen. Es besser zu machen als die anderen, war schon immer unser Antrieb. Die eigene Firma aufzubauen, machte uns von der ersten Minute an Spass.»

Marcel Dobler, Mitgründer Online-Shop Digitec

Handelszeitung vom 19. Dezember 2013 Sonderausgabe «Meine beste Idee»



«The secret: 1. Do excellent work. 2. Share it (CREATIVE IMPERATIVES 47/366). Um die Mechanismen von <Twitter> besser kennenzulernen, beschloss ich, ein Jahr lang Tag für Tag einen möglichst nicht allzu blöden Gedanken zu einem für meinen Beruf relevanten Thema zu verfassen: So entstanden CREATIVE IMPERATIVES, die als Inspiration und Motivation zu verstehen sind.»

Frank Bodin, Chairman & CEO Havas Worldwide Schweiz



«Mich mit Gottlieb Duttweiler zu befassen. Denn bei Duttli geht es um die Vielfalt und Produktion von Ideen und den Mut, sie umzusetzen, auch gegen den Mainstream. Es geht um die Freude, wenn es klappt. Und um die Stärke, wieder neu anzufangen, wenn es einmal nicht klappt.»

David Bosshart, Leiter Gottlieb Duttweiler Institute

«Ich habe von Anfang an daran geglaubt, dass eine vergleichsweise kleine Schweizer Firma hochkomplexe Projekte wie das Pumpspeicherwerk Linth-Limmern oder auch die Trans Adriatic Pipeline (TAP) mit Engagement, Geschick und Geduld zum Erfolg führen kann. Es war meine beste Idee, unseren Experten bei der Planung der TAP freie Hand zu lassen. Wir haben uns gegen eine übermächtige europäische Konkurrenz durchgesetzt.»

Helnz Karrer, CEO Axpo und Präsident Economiesuisse.



Weitere «Ideen»

« Mit regelmässigen Sporteinheiten neben meiner vollgepackten Agenda als VR-Präsident schaffe ich einen guten Ausgleich zum Arbeitsalltag. In letzter Zeit ist die kulturelle Weiterbildung ein bisschen zu kurz geraten. Deshalb hatte ich dieses Jahr die Idee, während meines persönlichen Workouts neu Filme oder Dokumentationen zu schauen.»

Herbert Scheidt, Verwaltungsratspräsident Vontobel

« Meine beste Idee war, mit meinem langjährigen Geschäftspartner und Freund Paolo Buzzi eine Startup-Firma zu gründen. Das Resultat ist Swissquote. Mittlerweile zählen wir über 500 Mitarbeitende an neun Standorten in der Schweiz und im Ausland.»

Marc Bürki, Gründer der Online-Bank Swissquote

« Zusammen mit 20 000 Kolleginnen und Kollegen bei Swisscom stelle ich mir jeden Tag die Frage: «Wie kann ich das, was ich heute tue, anders und etwas besser tun als gestern?» Diese Frage setzt sehr viel Kreativität und Energie frei und macht meine Arbeit jeden Tag spannend.»

Urs Schaeppi, CEO Swisscom

« Die beste Idee meines Lebens war, damals nicht auf fall die Leute zu hören, die mir einreden wollten, ich hätte keine Chance, Juniortexter zu werden.»

Thomas Meyer, Autor und Texter

« Der Micro Scooter und das K2-Kickboard mit der Vision der portablen Mobilität. Es wurde innert eines Jahres weltweit ein Hit und millionenfach kopiert. Weil es nicht nur um das Produkt, sondern um die Vision dieser Micro Mobility geht. Diese Vision ist heute aktueller denn je, was mit der Weltneuheit, dem micro Kickelec, bestätigt wird.»

Wim Ouboter, CEO Micro Mobility Systems

Agenda

- Einleitung
- Meine Beste Idee
- Instrumente und Methoden
- Idee? Innovation? Erfolg?

Instrumente und Methoden I

- *Intuitive Methoden:*
Brainstorming, Kärtchen-Technik, 635-Methode
- *Analytisch-verknüpfende Methoden:*
Synektik, Analogie-Methode, Bionik
- *Analytisch-kombinatorische Methoden:*
Morphologischer Kasten, Attribute Listing, Problemlösungsbaum
- *Moderne Ansätze:*
Design Thinking

Instrumente und Methoden II

- Brainstorming
- 635-Methode
- Synektik
- Analogie-Methode / Bionik
- Morphologischer Kasten

Brainstorming

- In Gruppen von 5-10 Personen werden intuitive Ideen gesammelt. Diese werden für alle sichtbar festgehalten, damit die Weiterentwicklung von Ideen erleichtert wird.
- Die Äusserung von „Killerphrasen“, d.h. jeglicher Wertung der geäusserten Ideen während der Ideenphase ist untersagt, damit der Geist jedes Teilnehmers offen bleibt.
- Hierarchische Barrieren sollten ignoriert werden und die Teilnahme externer Personen ist wünschenswert.
- Vorteilhaft ist, wenn die Runde von einem Diskussionsleiter geführt wird.
- Erst nach Abschluss der Ideensammlung werden die Vorschläge bewertet. Der definitive Ideen katalog sollte allen Teilnehmern zugänglich sein.
- Der zeitliche Rahmen der Konferenz sollte 40 Minuten nicht überschreiten.

Methode 635

- 6 Personen schreiben 3 Ideen zu einem Thema innerhalb von 5 Minuten auf ein Blatt und geben dieses dann an die nächste Person weiter.
- Der Prozess wird von neuem gestartet und insgesamt sechsmal durchgeführt, wodurch 108 Ideen entstehen. Vorteilhaft gegenüber dem Brainstorming ist auch hier die Absenz von Hierarchie.
- Diese Methode ist problemlos mit grösseren Gruppen durchführbar, indem mehrere Sechsergruppen gebildet werden. Es ist kein Moderator nötig. Das Ergebnis wird ohne weiteren Aufwand festgehalten und die Methode kann auch per Post oder E-mail angewendet werden.
- Von Nachteil ist, dass die gegenseitige, direkte Anregung fehlt. Zudem kann der Zeitdruck stressig wirken.

Synektik

In dieser Methode ist das Brainstorming mehrmals integriert. Sie läuft in vier Phasen ab:

–Phase der Präparation

Nach einer einsteigenden Phase der Ideensuche werden Verfremdungen des Problems vorgenommen. (Problem: Bergung von Personen in den oberen Stockwerken von Wolkenkratzern bei Brand, wenn der Lift unbenutzbar und die Feuerleitern zu kurz sind. Verfremdung: Beförderung eines Objektes O von einem höheren Punkt P zu einem tieferen Punkt Q)

–Phase der Inkubation

Direkte Analogien aus der Natur und aus der Technik, persönliche, symbolische und phantastische Analogien werden erzeugt. (Analogie: Schleusen der Nahrung durch Dünn- und Dickdarm.)

–Phase der Illumination

Die Analogien werden hinsichtlich der Eignung für das Problem evaluiert. (Schlauch mit Bremsung ähnlich der Peristaltik kann Lösung sein.)

–Phase der Verifikation

Das Lösungskonzept wird erarbeitet. (zusammenlegbarer Gummischlauch)

–Diese Methode ist relativ zeitaufwändig und verlangt etwas Übung, da das Verfremden nicht sehr einfach ist. Zudem ist Moderator besonders gefordert.

–Synektik ist eine Analogie-Methode mit verfremdeten Analogien.

Analogiemethoden

- Unter einer Analogie versteht man die erkennbare Ähnlichkeit in Form, Eigenschaft oder Funktion zweier Gegenstände und Abläufe. Sie liegt somit zwischen Identität und Diversität.
- Bei der Analogiemethode wird, aufgrund einer offenbaren Ähnlichkeit von einigen Teilen (Form, Eigenschaft, Funktion) zweier Phänomene auf Ähnlichkeit auch bei anderen noch unbekanntem Teilen geschlossen.
 - > 1.Schritt: Gewollte Eigenschaft, Funktion festlegen
 - > 2.Schritt: Vorbilder suchen, die ähnliche Eigenschaften, Funktionen aufweisen
 - > 3.Schritt: Untersuchung des Systems, das diese Eigenschaft, Funktion besitzt bzw. hervorbringt
 - > 4.Schritt: Prüfen, ob Wirkungsweise übertragbar ist

Morphologischer Kasten

- Problemdefinition
- Ermittlung der problem- und lösungsbestimmenden Parameter unter Umständen unter Anwendung von Brainstorming etc.
- Ermittlung möglicher Parameterausprägungen
- Aufstellung des morphologischen Kastens: Die erste Spalte beinhaltet die Parameter. Eine Zeile oder ein Parameter wird durch seine Ausprägungen in mehrere Spalten aufgeteilt.
- Ohne frühzeitige Beurteilung werden alle Kombinationen von Parameterausprägungen aufgestellt.
- Die Bewertung und Auswahl der Lösungen wird vorgenommen.

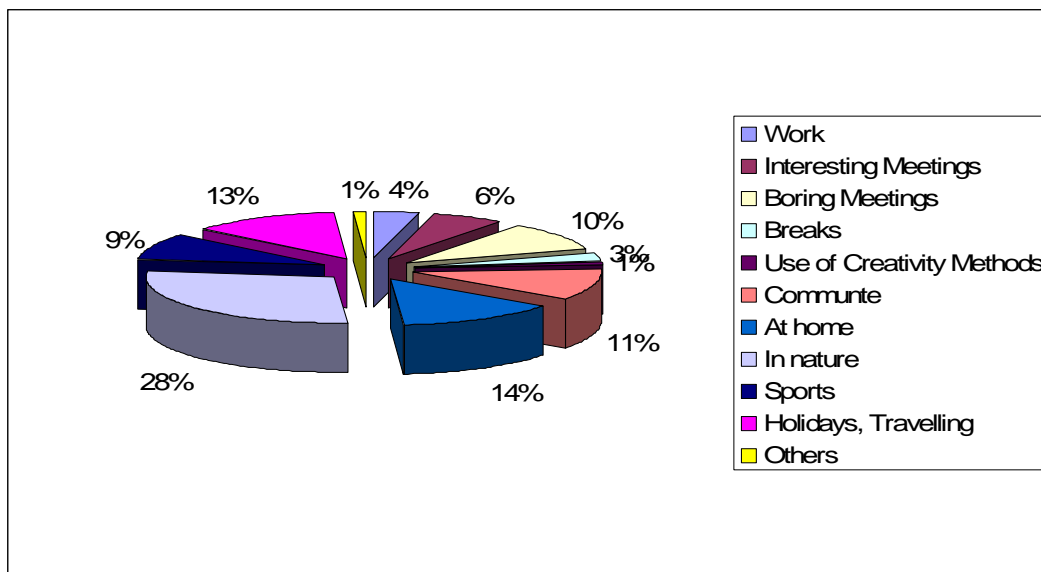
Design-Thinking

- Bezieht divergentes und konvergentes Denken konsequent mit ein.
- Iteratives Verfahren
- Prozessschritte
 - > Verstehen (»empathize«)
 - > Standpunkt definieren (»define point of view«).
 - > Ideen finden (»ideate«).
 - > Prototypen entwickeln (»prototype«).
 - > Testen (»test«).

Agenda

- Einleitung
- Meine Beste Idee
- Instrumente und Methoden
- Idee? Innovation? Erfolg?

Quellen von Ideen



Source: Berth / Kienbaum: The Return of Innovation 1993 / 2005
(From an evaluation of 116 enterprises / business units)

Wie weiter????



Agenda Vormittag



Zeit	Thema	Referent
09:00	Begrüssung und Einführung (mit Film)	Thomas Moll KMU Zentrum
09:15	Vortrag «Technologie, Innovation und Kreativität»	Christian Marxt Universität Liechtenstein
10:15	Pause (Kaffee und Gipfel)	
10:30	Ideenmarktplatz: Ideen suchen Unterstützung - Pitch your idea!	Thomas Moll, alle
11:00	Business Modell Canvas	Ana Procopio Schön
12:00	Mittagessen (Cafeteria)	alle

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

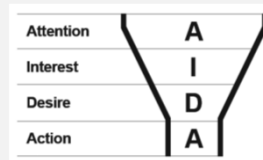
PITCH-Training 1



Arten von PITCHES:

• **Elevator pitch**
(15 to 30 sec.)

→ **Generate AIDA**



• **Investors pitch**
(5 – 10 Min. + Q&A)

→ **Sell your company**

• **Sales pitch**
(Besprechung, Meeting)

→ **Sell/present your product**

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

PITCH-Training 2



Tipps fürs PITCHING:

- **Was?**
 - Was ist die Kernaussage?
 - Maximal 2-3 Punkte!

- **Warum?**
 - Informieren – motivieren – überzeugen – provozieren

- **Wer/für Wen?**
 - Audienz – Hintergrund – Motivation – Erwartungen

PITCH-Training 3



Tipps fürs PITCHING:

- **Weniger ist mehr, aber nichts ist nicht genug!**
- **Nicht in Details verlieren!**
- **Das Ziel ist es Interesse zu wecken!**
- **Erzähle nicht Dein Leben!**
- **Versuche kein Geschäft abzuschliessen!**
- **Keine technischen Details!**
- **«No Bullshit!»**

Ideen Marktplatz – pitch your idea!



- **Stell Deine Idee vor: in 1 Minute**
- **Bring das wesentliche auf den Punkt**

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Agenda Vormittag



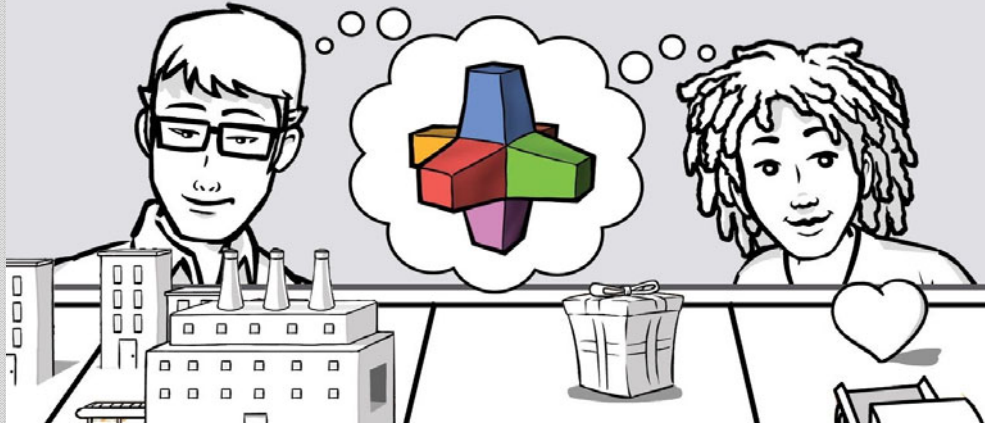
Zeit	Thema	Referent
09:00	Begrüssung und Einführung (mit Film)	Thomas Moll KMU Zentrum
09:15	Vortrag « Technologie, Innovation und Kreativität »	Christian Marxt Universität Liechtenstein
10:15	Pause (Kaffee und Gipfel)	
10:30	Ideenmarktplatz: Ideen suchen Unterstützung - Pitch your idea!	Thomas Moll, alle
11:00	Business Modell Canvas	Ana Procopio Schön
12:00	Mittagessen (Cafeteria)	alle

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Von der Idee zum Geschäftsmodell



Dream it – Der Ideenworkshop



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Unsere heutigen Ziele



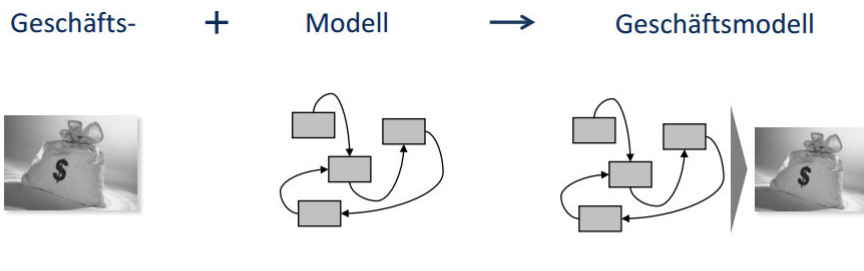
- Was ist ein Geschäftsmodell
- Hintergrund und praktische Anwendung des Business Model Canvas (BM Canvas)
- Erstellung BM Canvas am eigenen Beispiel

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Ein Geschäftsmodell beschreibt die Logik, wie eine Organisation Wert kreiert, liefert und einnimmt.

Osterwalder & Pigneur (2010)

Was ist ein Geschäftsmodell?



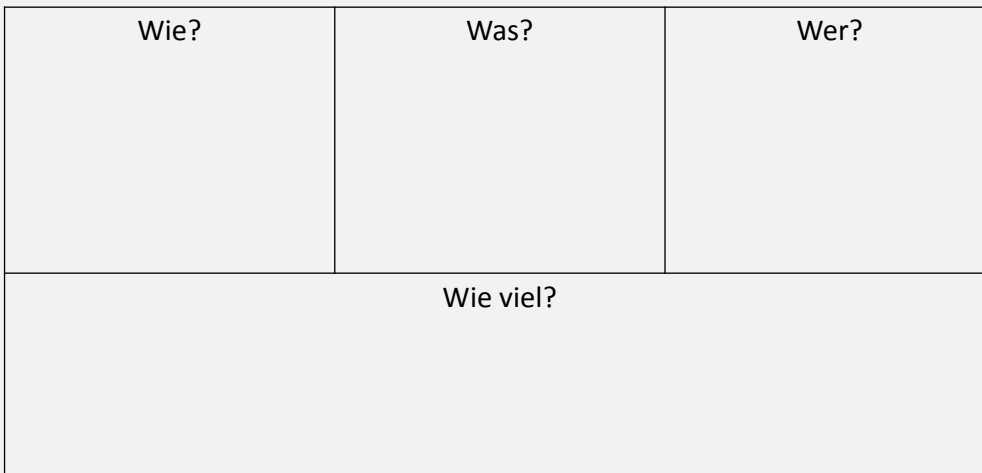
- Ein Geschäft zielt darauf ab Gewinne für ein Unternehmen zu generieren

- Ein Modell ist eine vereinfachte Darstellung der Realität, bestehend aus einzelnen Elementen und ihren Interaktionen

- Ein Geschäftsmodell ist eine vereinfachte Darstellung eines gewinnorientierten Unternehmens, das wesentlich Elemente und Interaktionen beschreibt.

Quelle: Hoppe, K./ Kollmer, H. (2001), Strategie und Geschäftsmodell, unveröffentlichtes Arbeitspapier, Bamberg/Regensburg.

Die 4 grundsätzlichen Fragen eines Geschäftsmodells



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Das Canvas Konzept



Quelle: www.businessmodelgeneration.com Deutsche Übersetzung: Elnetz.com

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li



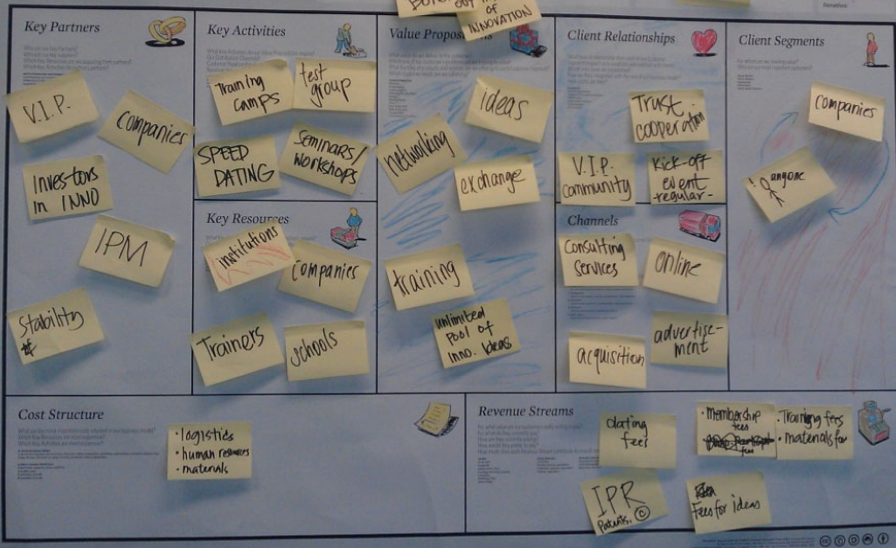
The Business Model Canvas

Designed for

James Bond
out INSTITUTE
OF INNOVATION

Designed

d'IA



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Vorteile



- ✓ Visualisierung der Idee
- ✓ Einfach, Intuitiv, strukturiert
- ✓ Flexibel, schnelle Anpassungen möglich
- ✓ Geeignet für Teams, fördert Kommunikation untereinander und gemeinsame Sprache
- ✓ Gute Grundlage für Businessplan
- ✓ Starke Kundenorientierung

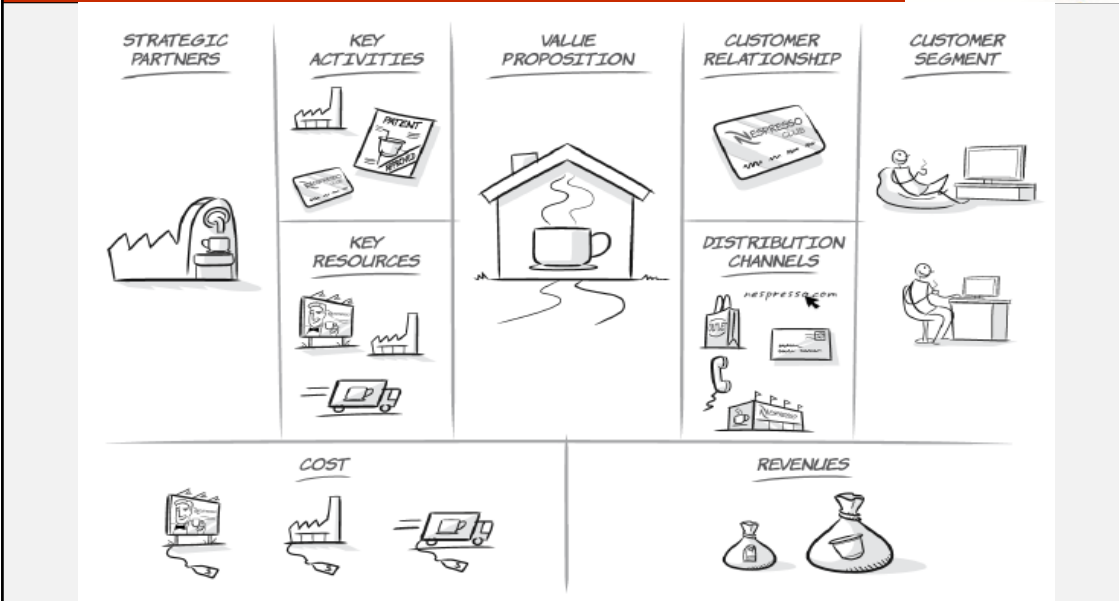
Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Business Model Canvas am Beispiel von Nespresso



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Business Model Canvas am Beispiel von Nespresso II



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Business Model Canvas – Beispiel - Kiosk



Welches Problem löst ein Kiosk?
Value Proposition eines Kiosks?

Quelle: Basierend auf Business Model Canvas am Beispiel eines Kiosks, Andreas Diehl

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li



Wertangebote



- Welchen Wert bieten wir unseren Kunden?
- Für welches Problem haben wir eine Lösung?

- ✓ „Rund-um-die-Uhr“ Versorgung
- ✓ alltägliche Konsumgütern
- ✓ Schnelligkeit
- ✓ Günstige Location

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li



Welche Kundensegmente
bedient ein Kiosk?



Kundensegmente



- Für wen wird Wert geschöpft?
- Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

- ✓ *Stammkunde*
- ✓ *Laufkunde*
- ✓ *Notfallkunde*
- ✓ *Kunde, die Einfachheit suchen*



Wie erreicht ein Kiosk
seine Kunden?



Kanäle



- Wie erreichen wir unsere Kunden?
 - Kommunikation, Distribution- und Verkaufskanäle
- ✓ *Ladenlokal*
 - ✓ *Werbung*
 - ✓ *Aufsteller*



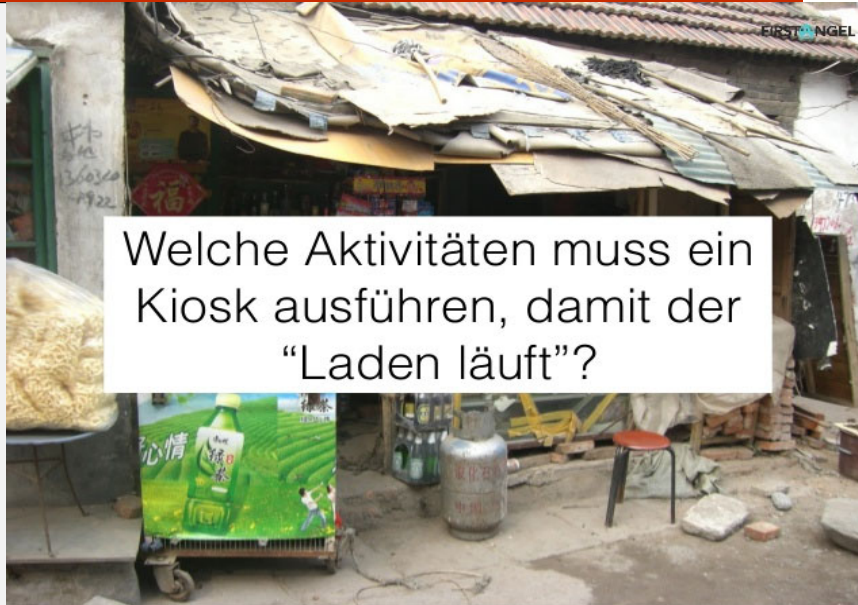
Wie gestaltet ein Kiosk seine Kundenbeziehungen?



Kundenbeziehungen



- Welche Art von Kundenbeziehung erwarten sich die jeweiligen Kundensegmente?
 - ✓ *Betreuung durch den Besitzer*
 - ✓ *Schnelle Selbstbedienung*
 - ✓ *„Wir sind immer für Sie da“*



Schlüssel-aktivitäten



Schlüssel-ressourcen



- Welche Kernaktivitäten und –ressourcen benötigen wir für unsere Value Proposition?

✓ *Einkauf*

✓ *Verkauf*

✓ *Promotion*

✓ *Operationeller Betrieb*

✓ Ladenlokal

✓ Gutes Sortiment

✓ Besitzer/Personal



Welche Partner braucht es?



Schlüsselpartner



- Wer sind unsere Schlüsselpartner?
- Was motiviert sie mit uns zu arbeiten?

- ✓ *Lieferanten*
- ✓ *Grosshandel*
- ✓ *Industrie*
- ✓ *Käufer-Anbieter Beziehungen*



Was kostet der Spaß?



Kostenstruktur



- Was sind unsere wichtigsten Kosten?
 - ✓ *Miete*
 - ✓ *Sortiment*
 - ✓ *Personal*
 - ✓ *Werbung*
- Fixkosten & Variablenkosten



Wie verdient ein Kiosk Geld?



Einnahmenquellen



- Wofür sind die Kunden bereit zu zahlen?

- ✓ Verkauf
- ✓ Kommissionen
- ✓ Werbung



Auf geht's



FIRSTANGEL

Werkzeuge / Regeln



Vielen Danke für die Aufmerksamkeit!

Agenda Vormittag

Zeit	Thema	Referent
09:00	Begrüssung und Einführung (mit Film)	Thomas Moll KMU Zentrum
09:15	Vortrag « Technologie, Innovation und Kreativität »	Christian Marxt Universität Liechtenstein
10:15	Pause (Kaffee und Gipfel)	
10:30	Ideenmarktplatz: Ideen suchen Unterstützung - Pitch your idea!	Thomas Moll, alle
11:00	Business Modell Canvas	Ana Procopio Schön
12:00	Mittagessen (Cafeteria)	alle

dream it – Ideen-Workshop



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Agenda Nachmittag



Zeit	Thema	Referent
13:00	Impulsreferat « Bedürfnisorientierte Kommunikation »	Peter Sommerauer, Global Partners online Communication Services Trust reg.
13:30	Work & Coaching Session I	Coaches
15:00	Pause	
15:30	Work & Coaching Session II	Coaches
17:30	Präsentation der Ergebnisse	alle
17:45	Resümee, Feedback, Next steps	Thomas Moll

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Impulsreferat: Bedürfnisorientierte Kommunikation

Peter Sommerauer

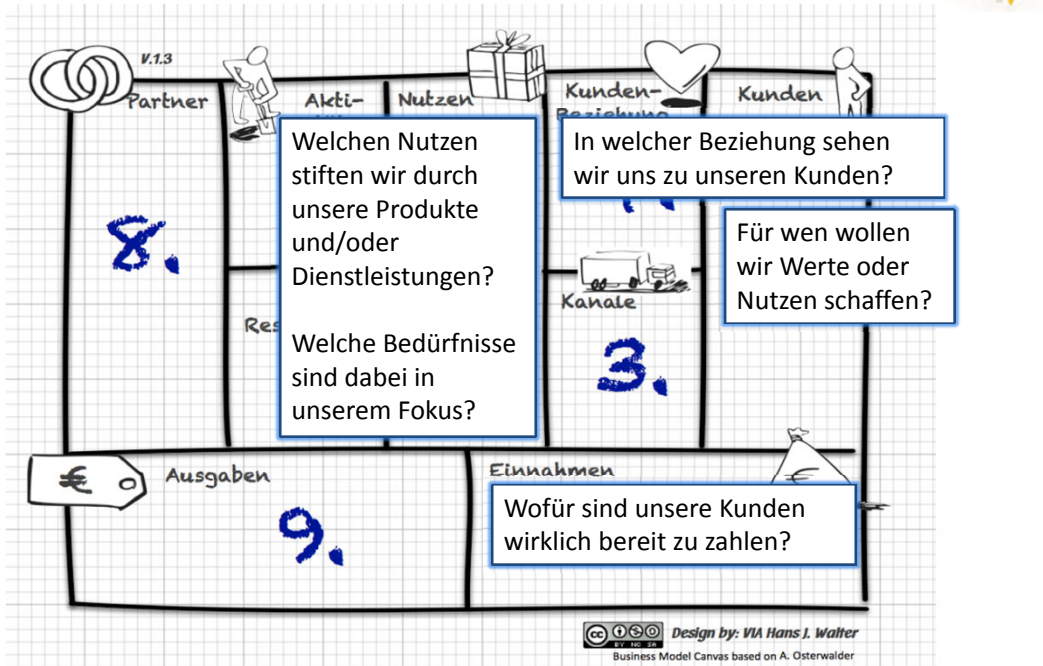
77

Ablauf Impuls-Referat und anschließender Gruppenarbeit:

- Einleitung in das Thema:
 - Unternehmensziel: Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen
- Vorstellung Modell 8 Bedürfnisse
 - Bezeichnung und Beispiele
- Vorstellung Produkt-Merkmal-Nutzen-Modell
 - Erläuterung Struktur und Aufbau
- Zusammenfassung und Ausblick Arbeitsgruppen



I. Kundenbedürfnisse im Fokus



II. Die 8 Kundenbedürfnisse

Die 8 möglichen Kundenbedürfnisse

“Was erwarten unsere Kunden, was ist für sie wichtig, worauf legen sie Wert?“

- Wenn Kunden ihre Bedürfnisse ausdrücken, bezeichnen wir diese als offene Bedürfnisse.
- Alle anderen nicht-verbal zum Ausdruck gebrachten Bedürfnisse werden als versteckte Bedürfnisse bezeichnet.
- Diese können als Gelegenheit genutzt werden, um den Mehrwert unserer Produkte / Dienstleistungen transparent zu kommunizieren.

Sicherheit

Bequemlichkeit

Service

Image

Leistungsfähigkeit

Finanzen

Macht

Ordnung



II. Die 8 Kundenbedürfnisse

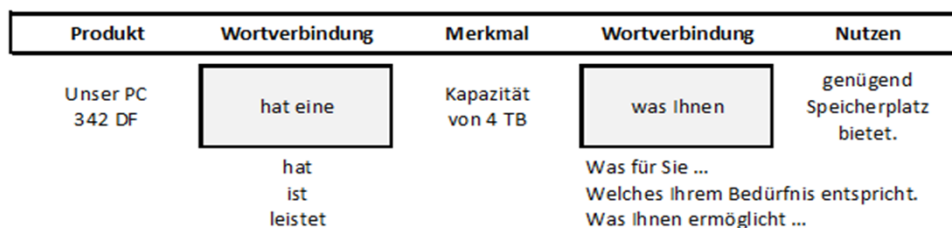
Kundenbedürfnis	Merkmal / Eigenschaft	Kundenaussagen, Fragen und typische Gedanken
Sicherheit	sicher, solide	Wie sicher ist das, was Sie anbieten?
Bequemlichkeit	bequem, einfach, komfortabel, prolemlos	Was kann mir mein Lieferant alles abnehmen?
Service	freundlich, kompetent, verständnisvoll, zuverlässig	Ist der Service auch immer erreichbar? Kann ich damit auch rechnen?
Image	Anerkennung, Prestige, Profilierung	Finde ich damit Anerkennung?
Leistungsfähigkeit	messbare Leistungen, Innovationsvorsprung	Mit welcher Leistungssteigerung kann ich rechnen?
Finanzen	Kosten, Rendite, Finanzierung	Macht sich die Investition bezahlt?
Macht	Einfluss, Mitspracherecht, Entscheidungsbefugnis	Darüber bestimme ich!
Ordnung	erfüllt Standards und Normen, pünktliche Erledigung	Kann ich mich darauf verlassen? Sind alle Punkte eingehalten?



III. Produkt – Merkmal – Nutzen

Produkt – Merkmal – Nutzen (PMN) Aussagen zur effektiven Kommunikation:

“Wir beschreiben unseren Kunden nicht das Produkt, sondern übersetzen für sie die Produktmerkmale in konkrete Nutzaussagen, indem wir Merkmale hervorheben und damit Bedürfnisse adressieren!“



IV. Ablauf Arbeitsgruppen

Ablauf Arbeitsgruppen:

1. Verstehen der 8 Bedürfnisse
2. Übung 1: Kundenanforderungen an mein Produkt / meine Dienstleistung
 - Präsentation Beispiele der TeilnehmerInnen
 - Diskussion und Reflexion
3. Übung 2: Produkt – Merkmal – Nutzen – Kommunikation
 - Präsentation Beispiele der TeilnehmerInnen
 - Diskussion und Reflexion
4. Zusammenfassung und Abschluss

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Peter Sommerauer

Work & Coaching Session I + II



Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Agenda Nachmittag



Zeit	Thema	Referent
13:00	Impulsreferat « Bedürfnisorientierte Kommunikation »	Peter Sommerauer, Global Partners online Communication Services Trust reg.
13:30	Work & Coaching Session I	Coaches
15:00	Pause	
15:30	Work & Coaching Session II	Coaches
17:30	Präsentation der Ergebnisse	alle
17:45	Resümee, Feedback, Next steps	Thomas Moll

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Präsentation der Ergebnisse



Teams stellen Ihre Ergebnisse vor:

- Was haben wir entwickelt
- Woran müssen wir noch arbeiten

Agenda Nachmittag



Zeit	Thema	Referent
13:00	Impulsreferat « Bedürfnisorientierte Kommunikation »	Peter Sommerauer, Global Partners online Communication Services Trust reg.
13:30	Work & Coaching Session I	Coaches
15:00	Pause	
15:30	Work & Coaching Session II	Coaches
17:30	Präsentation der Ergebnisse	alle
17:45	Resümee, Feedback, Next steps	Thomas Moll

Next steps



Lean Launch Pads:

- **Launch Pad 1: Geschäftsmodell, Opportunity recognition**
Dienstag, 15. März 2016, 18:00 – 20:00 Uhr
- **Launch Pad 2: Value Proposition, Testing Users & Customers**
Dienstag, 22. März 2016, 18:00 – 20:00 Uhr
- **Launch Pad 3: Channels, CRM**
Dienstag, 12. April 2016 18:00 – 20:00 Uhr
- **Launch Pad 4: Finanzplanung I – Grundwissen zur Finanzplanung, Investitionsplanung**
Mittwoch, 20. April 2016, 18:00 – 20:00 Uhr
- **Launch Pad 5: Finanzplanung II – Erfolgsrechnung, Liquiditätsplanung**
Mittwoch, 27. April 2016, 18:00 – 20:00 Uhr
- **Launch Pad 6: Zusammenfassung**
Dienstag, 03. Mai 2016, 18:00 – 20:00 Uhr

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

Next steps



After-Work Meeting:

- **«Schutz von geistigem Eigentum und die Liechtenstein Venture Cooperative (LVC)»**
Dienstag, 19. April 2016, 18:00 – 20:00 Uhr

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li

launch it.
2016

Businessplan
Wettbewerb

Ihre Geschäftsidee
Unsere Unterstützung

JETZT ANMELDEN !



kmu zentrum.

Kompetenzzentrum für Klein- und Mittelbetriebe an der Universität Liechtenstein

...Ihr Ansprechpartner,
wenn es um Gründung,
Wachstum und Wandel geht!

Schaanerstrasse 99 | 9490 Vaduz | Tel. +423 265 1275 | info@kmu-zentrum.li | www.kmu-zentrum.li