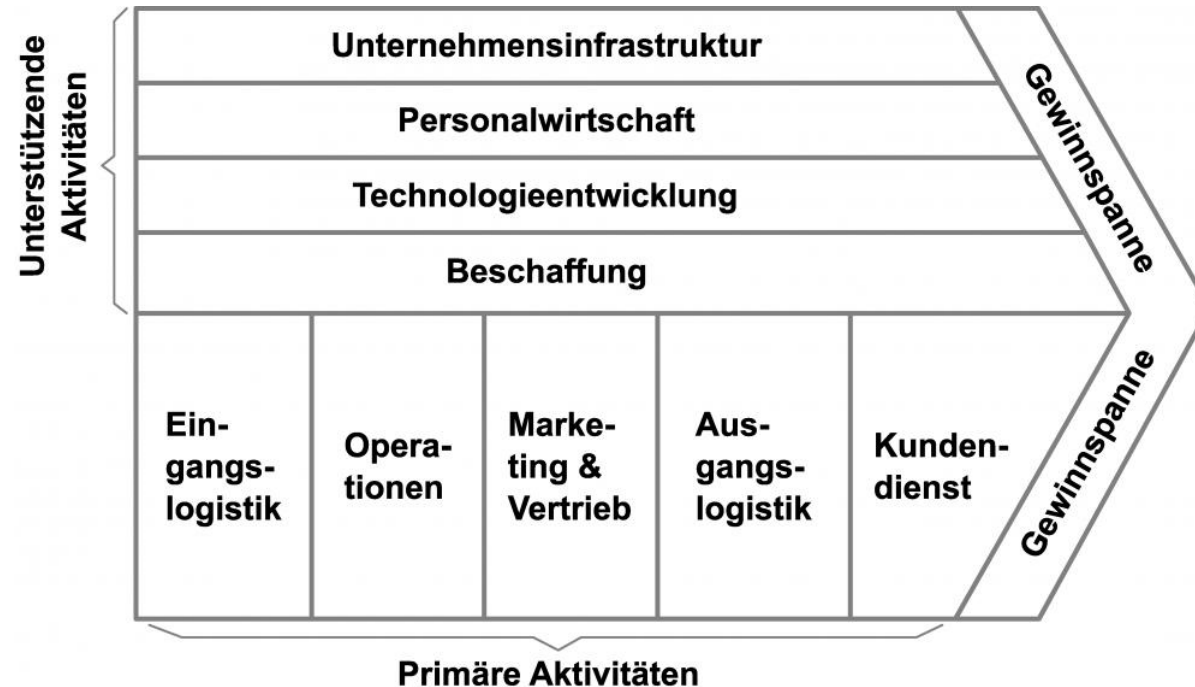


# Wertschöpfungsarchitektur: Aufgaben

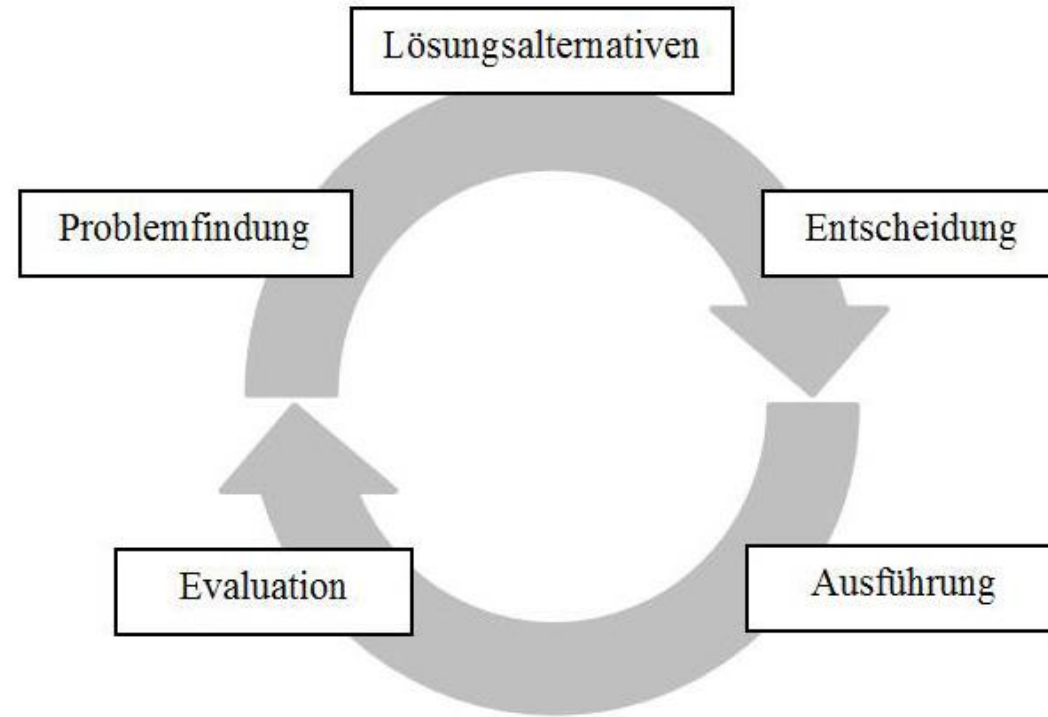
- Alle Aktivitäten & Prozesse die zur Erstellung der angebotenen Leistung notwendig sind
- Identifikation von Kernkompetenzen
- Identifikation der Partner entlang der Wertschöpfungskette

# Wertschöpfungsarchitektur: Wertschöpfungskette nach Porter

- Beschreibung der wesentlichen Unternehmensaktivitäten
- umfasst Aktivitäten der Leistungserstellung und Leistungsvermarktung
- Ziel: Identifikation von Kernkompetenzen entlang der Wertschöpfungskette



# Wertschöpfungsarchitektur: Wertschöpfende Aktivitäten



- Abfolge wertschöpfender Aktivitäten bei Dienstleistungen häufig nicht sequentiell
- Problemlösung erfordert oft mehrmaliges Durchgehen der Aktivitäten (gemeinsam mit Kunden)

# Wertschöpfungsarchitektur: interne vs. externe Leistungserstellung

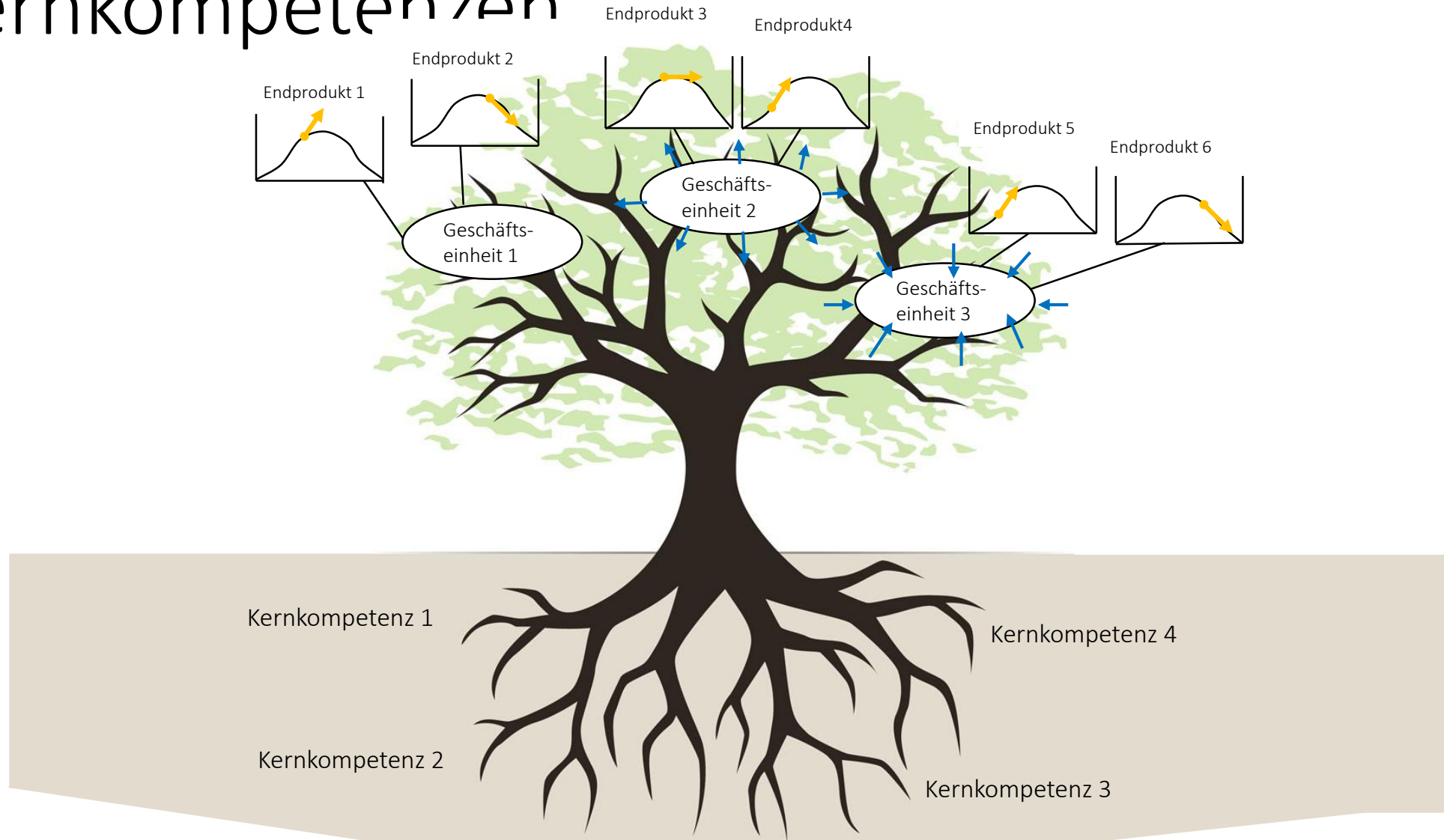
- Entscheidungskriterium: eigene Kernkompetenzen

- Kernkompetenzen sind ein unverwechselbares Bündel an Fähigkeiten und Ressourcen zur Erlangung von Wettbewerbsvorteilen.
- Kernkompetenzen sind...
  - wertvoll
  - nicht imitierbar
  - schwer substituierbar

z.B. Patente, Wissen, Erfahrung, Beziehungen, Kultur, ...

- Im Bereich der Kernkompetenzen / beabsichtigten Kernkompetenzen ist interne Leistungserstellung vorteilhaft

# Kernkompetenzen

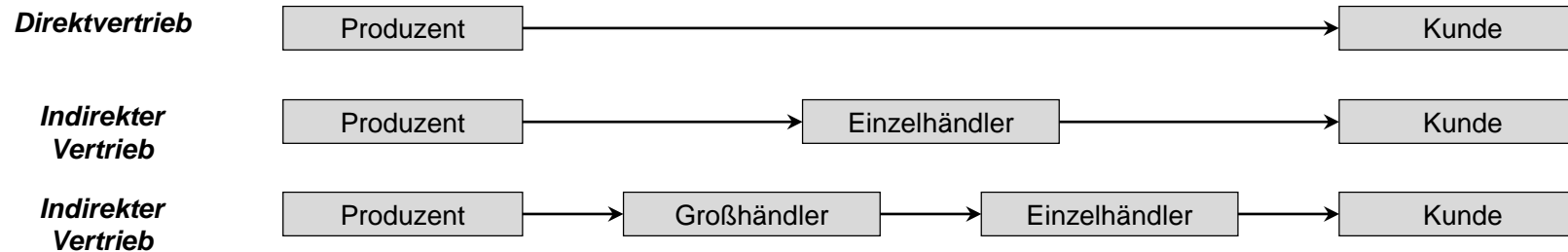


# Die Kundenschnittstelle

- Zielgruppe

- B2B / B2C / beides
- Lokal / regional / national / international
- Massenmarkt / verschiedene Segmente / Nische
- Einmalige Geschäftsbeziehung / langfristige Geschäftsbeziehung

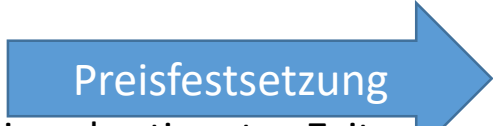
- Distributionskanäle



- Kommunikationskanäle

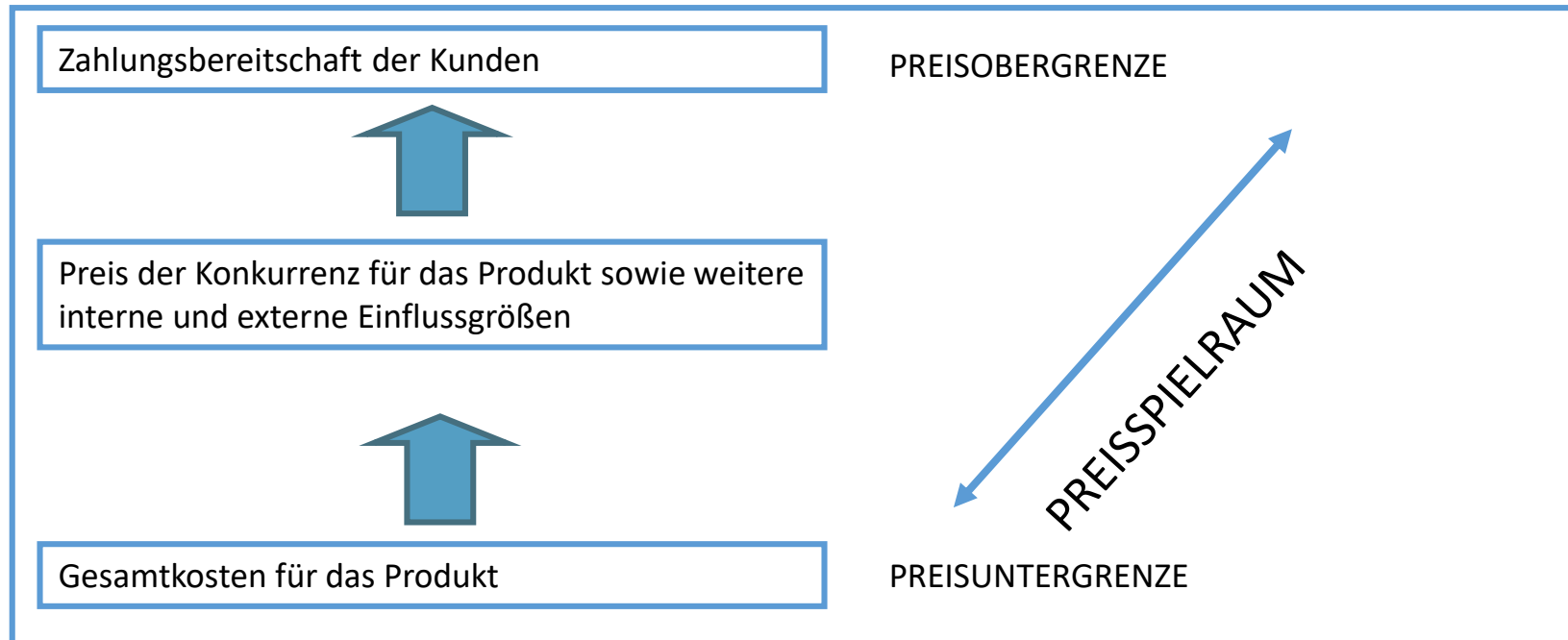
- Verwendete Medien
- Push-vs-Pull-Kommunikation

# Die Ertragsmechanik

- Welche Kosten sind mit der Umsetzung meiner Geschäftsidee verbunden?
  - Einmalige vs. laufende Kosten
  - Fixe vs. variable Kosten
- Wie können Erlöse generiert werden?
  - Verkauf von Produkten und Dienstleistungen 
  - Verleihen, also die Vergabe eines Objekts für einen bestimmten Zeitraum
  - Lizenzierung, somit die offizielle Erlaubnis, ein Objekt zu verwenden oder einer bestimmten Tätigkeit nachzugehen
  - Transaktionsgebühren oder Kommission als Kompensation für die Anbahnung eines Geschäfts
  - Werbeeinnahmen
- Break-even-Analyse
  - Wie hoch muss der Umsatz mindestens sein, um die gesamten Kosten der Periode zu decken?  
Wo liegt die kritische Absatzmenge?

# Preisfestsetzung

ZU HOHER PREIS – Absatz unmöglich

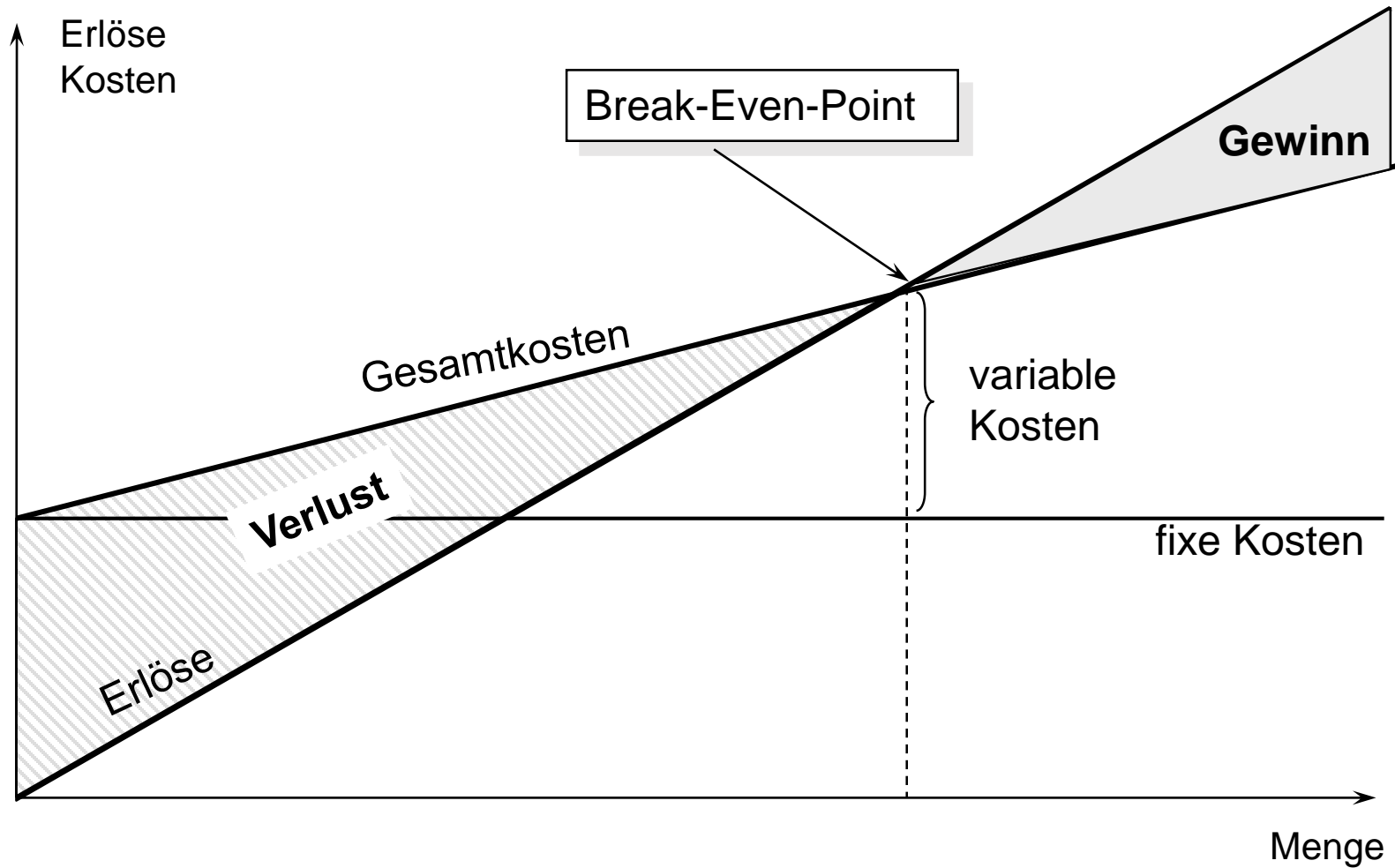


ZU NIEDRIGER PREIS – Gewinn unmöglich





# Break-Even-Analyse



## Referenzen:

- Schwarz, E./Dummer, R./Krajger, I.: Von der Geschäftsidee zum Markterfolg, Linde international, 2012. Available at University of Klagenfurt Library. *German*
- Specht, G./ Beckmann, C.: F and E-Management, UTB Verlag Stuttgart, 1996. ISBN: 9783825281120