

Christian Winde

Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle einer digitalisierten Imkerei

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2018 GRIN Verlag
ISBN: 9783668925441

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/463238>

Christian Winde

Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle einer digitalisierten Imkerei

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Master Thesis

Titel:

Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle einer digitalisierten Imkerei

Development of innovative business models of a digitalized apiculture

Studiengang:

MBA Innovations-Management, Prüfungsordnung Fernstudiengang von 25.06.2015

Vorgelegt von:

Dr. Christian Winde

Abgabedatum:

28.05.2018

FACHBEREICH BETRIEBSWIRTSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VIII
1. Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Motivation und Relevanz.....	2
1.3 Zielsetzung und Vorgehensweise	3
2. Geschäftsmodellinnovationen	4
2.1 Innovation und Innovationsmanagement	4
2.2 Geschäftsmodellinnovationen	7
2.2.1 Beschreibung von Geschäftsmodellen	7
2.2.2 Vorgehensweise zur Innovation von Geschäftsmodellen.....	9
2.2.3 Digitalisierung als Befähiger von Geschäftsmodellinnovationen ..	14
3. Das Geschäftsmodell der heutigen Imkerei	18
3.1 Kernelemente des heutigen Geschäftsmodells der Imkerei.....	18
3.1.1 Nutzenversprechen	18
3.1.2 Kunde	21
3.1.3 Wertschöpfungskette.....	24
3.1.4 Ertragsmechanik.....	25
3.2 Umfeld des heutigen Geschäftsmodells der Imkerei.....	26
3.2.1 Schüsseltrends	27
3.2.2 Marktkräfte.....	35
3.2.3 Makroökonomische Kräfte.....	40
3.2.4 Branchenkräfte	43
3.3 Analyse des heutigen Geschäftsmodells der Imkerei	46
3.3.1 Stärken und Schwächen.....	47
3.3.2 Möglichkeiten und Bedrohungen	51

3.3.3	Definition der strategischen Stoßrichtung für die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle der Imkerei	58
4.	Ideenfindung für eine digitalisierte Imkerei.....	61
4.1	Generierung innovativer Geschäftsmodellideen	62
4.2	Selektion von Geschäftsmodellideen einer digitalisierten Imkerei	65
5.	Ausgestaltung von Ideen einer digitalisierten Imkerei.....	67
5.1	Der smarte Bienenstock.....	67
5.1.1	Interne Konsistenz.....	67
5.1.2	Externe Konsistenz.....	71
5.2	Der smarte Bienenstock als Basis von innovativen Geschäftsmodellen..	73
5.2.1	Bestäubungsdienstleistung mit ergebnisabhängiger Vergütung ..	74
5.2.2	Dienstleistungen der professionellen Bienenvölkerführung.....	76
6.	Implementierung der Idee des smarten Bienenstocks	80
6.1	Überprüfung getroffener Grundannahmen über primäre Marktforschung	80
6.2	Kundenuntersuchungen eines minimal funktionsfähiger Demonstrators .	89
7.	Diskussion	94
7.1	Einordnung der Ergebnisse im Kontext des Innovationsmanagements...	94
7.2	Entwicklungsprozess innovativer Geschäftsmodelle	97
8.	Zusammenfassung und Ausblick.....	101
8.1	Zusammenfassung.....	101
8.2	Ausblick.....	103
Literatur	IX
Anhang	XVIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Neun Kernelemente des Geschäftsmodells in der Business Model Canvas Darstellung nach Osterwalder und Pigneur (vgl. Osterwalder / Pigneur 2010 S. 18-19).	8
Abbildung 2:Entwicklungsprozess für neue Geschäftsmodelle mit dem St. Galler Business Model Navigator Ansatz (vgl. Gassmann et al. 2017 S. 22).	10
Abbildung 3: Aufbau der vier Geschäftsmodelldimensionen (Kreise) von Gassmann et al. auf Basis der Kernelemente des Business Model Canvas (vgl. Gassmann et al. 2017 S. 6 – 7; Osterwalder und Pigneur 2010 S. 18 – 19).	12
Abbildung 4: Kernelement der Lean-Startup Methode nach Eric Ries (vgl. Ries 2011 S. 75).	13
Abbildung 5: Entwicklung der digitalen Revolution (vgl. Berman/Bell 2011 S. 2).	15
Abbildung 6: Digitalisierungsgrad unterschiedlicher Industrien (vgl. Berman / Bell 2011 S. 4).	16
Abbildung 7: Business Model Canvas des heutigen Geschäftsmodells der Imkerei.	18
Abbildung 8: Ertragssteigerung durch Bestäubungsleistung der Honigbiene (vgl. Radtke 2013 S. 1).	19
Abbildung 9: Ernährungsstile, Lebensphasen und Interesse an Ernährungsfragen nach Stieß und Hayn (vgl. Stieß / Hayn 2005 S. 34).	22
Abbildung 10: Umsatzanteil unterschiedlicher Vermarktungswege der heutiger Freizeitimkerei (vgl. Wildraut 2012 S. 22).	23
Abbildung 11: Die wesentlichen imkerlichen Arbeitsschwerpunkte im Jahresverlauf (vgl. Kroll 2013 S. 16).	24
Abbildung 12: Externe Einflussfaktoren auf ein Geschäftsmodell (vgl. Osterwalder / Pigneur et al. 2010 S. 201).	27

Abbildung 13: Google Patents Suchergebnis vom 15.01.2018 mit den Schlüsselworten „sensor“ (englisch für Sensor) und „apiculture“ (englisch für Imkerei).....	28
Abbildung 14: Entwicklung der Anzahl in Deutschland aktiv bewirtschafteten Bienenstöcke (vgl. Food and Agriculture Organization of the United Nations 2018).	32
Abbildung 15: Altersstruktur der Mitglieder des Deutschen Imkervereins im Jahr 2016 (vgl. Deutscher Imkerverein e.V. 2017 S. 22).....	33
Abbildung 16: Bienenvölker pro Mitglied im Deutschen Imkerverein (vgl. Deutscher Imkerverein e.V. 2017 S. 20).	34
Abbildung 17: Ergebnisse der Befragung „wie häufig wird in Ihrem Haushalt Honig gekauft?“ (vgl. Statista GmbH 2008).....	36
Abbildung 18: Kaufentscheidende Aspekte von Honig (vgl. Statista GmbH 2015).	37
Abbildung 19: Häufigkeit des Honigkonsums in den Jahren 2014 bis 2017 in Millionen (vgl. Statista GmbH 2017).	37
Abbildung 20: Ergebnisse der Befragung „Was schätzen Sie am Honig besonders?“ (vgl. Statista GmbH 2015).	38
Abbildung 21: Pro-Kopf-Konsum von Honig in Deutschland in den Jahren 2008 bis 2017 in Gramm (vgl. Statista GmbH Pro-Kopf Konsum 2018).	41
Abbildung 22: Befragung zur Wahl des Brotaufstrichs „Wie oft essen Sie selbst folgende Produkte?“ (vgl. o.V. Verbraucher Analyse 2012).	46
Abbildung 23: Stärken (Werte > 5) und Schwächen (Werte < 5) der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei.	47
Abbildung 24: Risikoprofil der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei.	52
Abbildung 25: Möglichkeiten der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei.....	55

Abbildung 26: SWOT Analyse mit strategischen Handlungsoptionen zur Entwicklung des Geschäftsmodells der Imkerei.....	59
Abbildung 27: Beispiel des Aufbaus eines Arbeitsblatts zur Erklärung und Visualisierung eines Geschäftsmodellmusters.....	64
Abbildung 28: Business Model Canvas des Geschäftsmodells „smarter Bienenstock“.....	68
Abbildung 29: Business Model Canvas des Geschäftsmodells „Bestäubungsdienstleistung mit ergebnisabhängiger Vergütung“.....	74
Abbildung 30: Business Model Canvas des Geschäftsmodells „Dienstleistungen der professionellen Bienenvölkerführung“.....	77
Abbildung 31: Befragungsergebnisse zu limitierenden Faktoren einer Expansion der Imkerei.....	85
Abbildung 32: Befragungsergebnisse zu sich bietenden digitalisierten Möglichkeiten in der Imkerei.....	87
Abbildung 33: Investitionsbereitschaft für ein die Imkerei unterstützendes, digitales Messsystem.	88
Abbildung 34: Hardware-Komponenten der Produktinnovation des minimal funktionsfähigen Demonstrators.....	90
Abbildung 35: Softwareschnittstelle der Produktinnovation des minimal funktionsfähigen Demonstrators zur Visualisierung gemessener Daten.....	91
Abbildung 36: Installation der Hardware-Komponenten des minimal funktionsfähigen Demonstrators des smarten Bienenstocks bei einem Nutzer.	92
Abbildung 37: Kommunikation mit Kunden während des Entwicklungsprozesses über einen Kurznachrichtendienst.....	93
Abbildung 38: Prozessablauf zur Geschäftsmodellentwicklung.....	98
Abbildung 39: Entwicklung des in Deutschland produzierten Honigs (vgl. Food and Agriculture Organization of the United Nations 2018).	XIX

Abbildung 40: Ein- und Ausfuhrmenge von Honig auf dem deutschen Honigmarkt
in den Jahren 2007 bis 2016 (vgl. Statista GmbH 2017).....XIX

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Durchschnittspreise für unterschiedliche Honigsorten deutscher Imker in Euro für ein 500 g Glas im Verlauf der Jahre (vgl. Deutscher Imkerbund e. V 2017 S. 84).....	40
Tabelle 2: Teilnehmer des Workshops zur Generierung von Ideen für eine digitalisierte Imkerei.....	63
Tabelle 3: Ablauf des Workshops zur Generierung von Ideen für eine digitalisierte Imkerei.....	64
Tabelle 4: Geschäftsmodellideen im Verlauf der Selektionsphasen.	66
Tabelle 5: Fragen zu limitierenden Faktoren einer Expansion der Imkerei.....	84
Tabelle 6: Fragen zu sich bietenden digitalen Möglichkeiten in der Imkerei.....	86
Tabelle 7: Bienenvölker pro Mitglied im Deutschen Imkerverein (vgl. Deutscher Imkerverein e.V. 2017 S. 20).....	XVIII
Tabelle 8: Altersstruktur der Mitglieder im Deutschen Imker Bund (vgl. Deutscher Imkerbund e. V. 2017 S. 22).....	XVIII
Tabelle 9: Stärken (Werte > 5) und Schwächen (Werte < 5) der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei 1/2.	XX
Tabelle 10: Stärken (Werte > 5) und Schwächen (Werte < 5) der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei 2/2.	XXI
Tabelle 11: Risiken der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei.....	XXII
Tabelle 12: Möglichkeiten der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei 1/2.....	XXIII
Tabelle 13: Möglichkeiten der Kernelemente des Geschäftsmodells der Imkerei 2/2.....	XXIV
Tabelle 14: Generierte Geschäftsmodellideen 1 bis 7.	XXV
Tabelle 15: Generierte Geschäftsmodellideen 8 bis 14.	XXVI
Tabelle 16: Generierte Geschäftsmodellideen 15 bis 23.	XXVII

Tabelle 17: Generierte Geschäftsmodellideen 24 bis 31.	XXVIII
Tabelle 18: Generierte Geschäftsmodellideen 32 bis 39.	XXIX
Tabelle 19: Generierte Geschäftsmodellideen 40 bis 46.	XXX
Tabelle 20: Generierte Geschäftsmodellideen 47 bis 52.	XXXI
Tabelle 21: Generierte Geschäftsmodellideen 53 bis 60.	XXXII
Tabelle 22: Generierte Geschäftsmodellideen 61 bis 66.	XXXIII
Tabelle 23: Generierte Geschäftsmodellideen 67 bis 70.	XXXIV
Tabelle 24: Generierte Geschäftsmodellideen 71 bis 73.	XXXV

Abkürzungsverzeichnis

D.I.B.	Deutscher Imker Bund e.V.
IoT	Internet of Things
NABC	Need Approach Benefit Competition
NB-IoT	NarrowBand Internet of Things
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats