



KMU-Führungspraxis

Block 1

Innovation

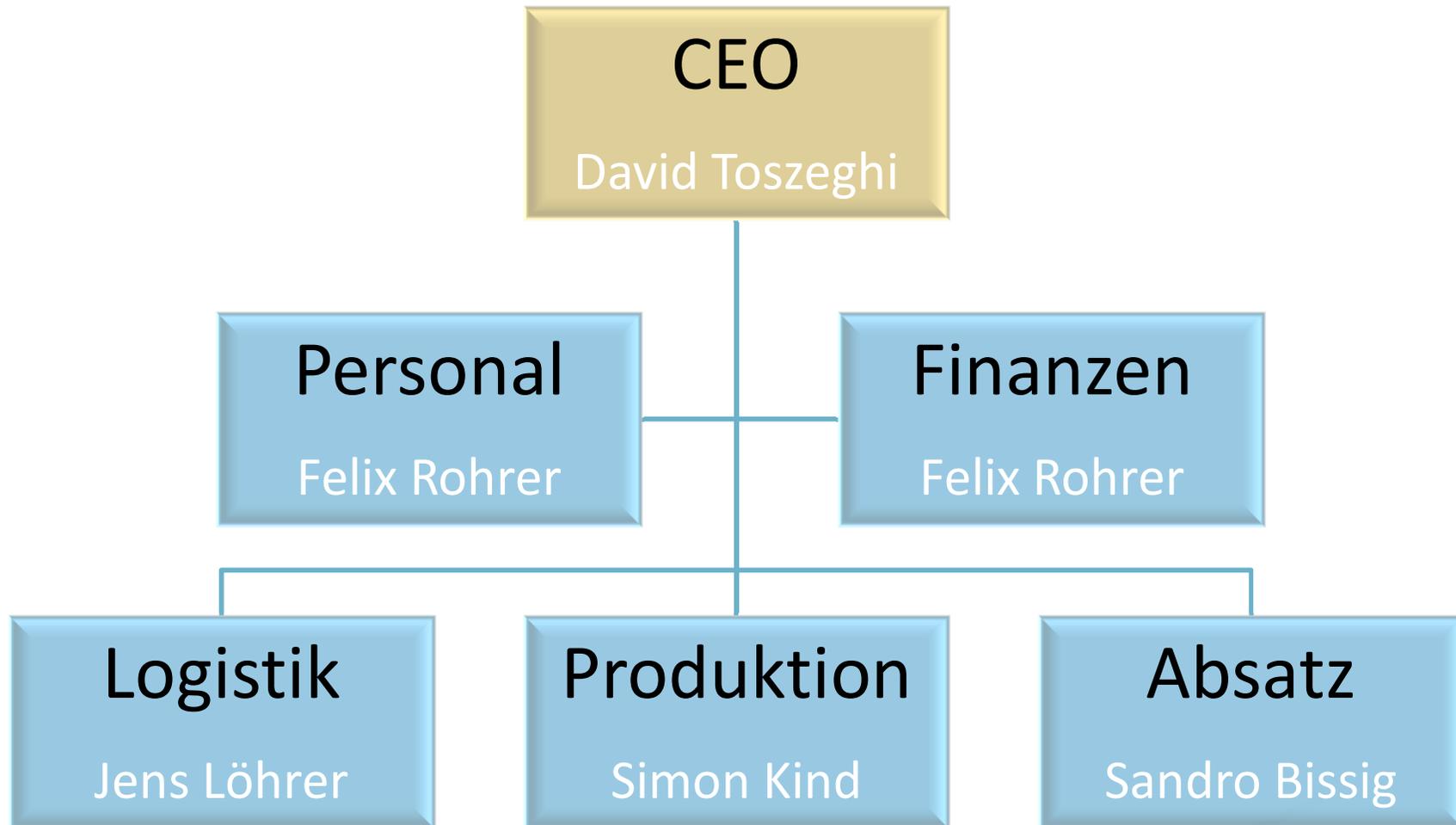
Gruppe D – Team 18

David Toszeghi, Felix Rohrer, Jens Löhner, Sandro Bissig, Simon Kind





Organigramm

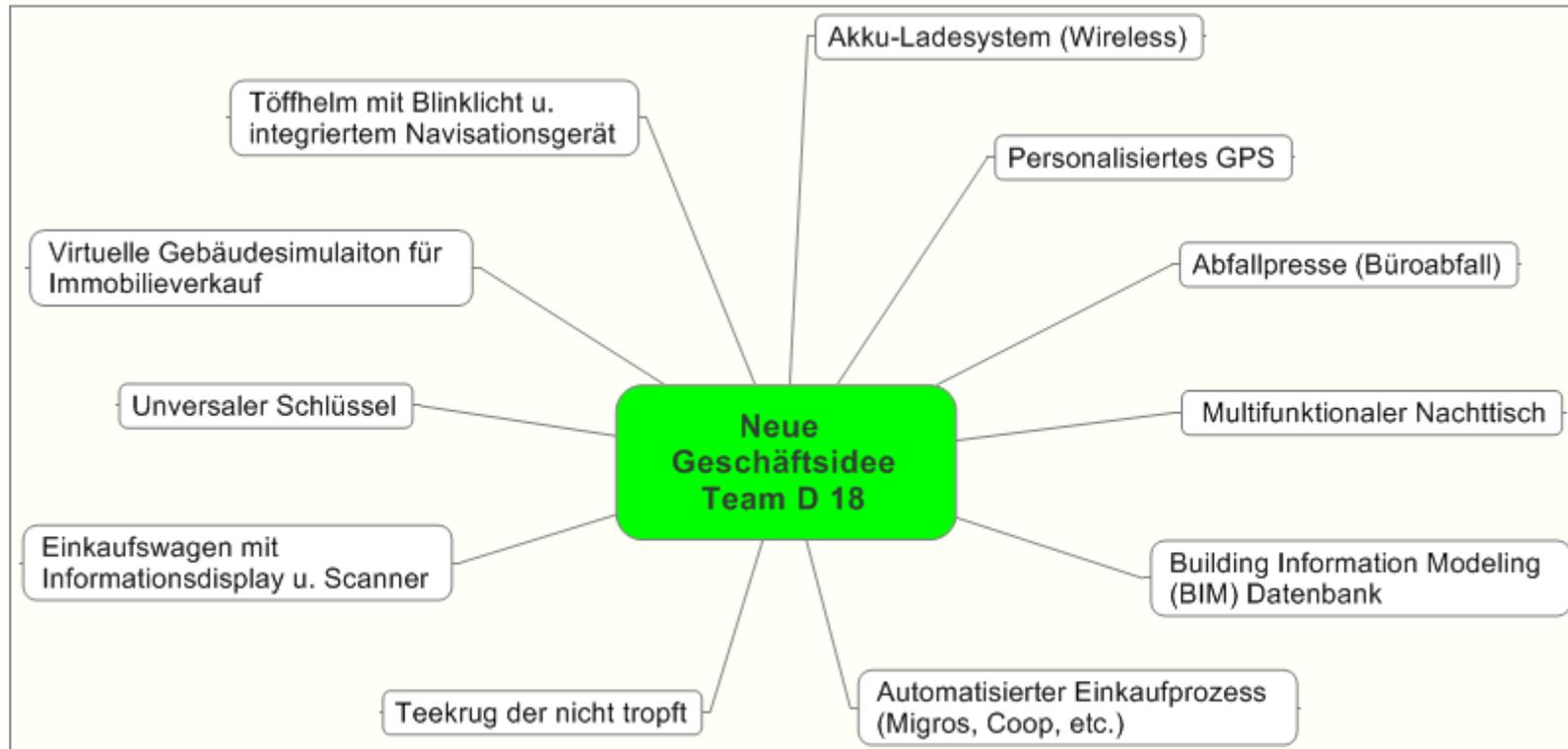




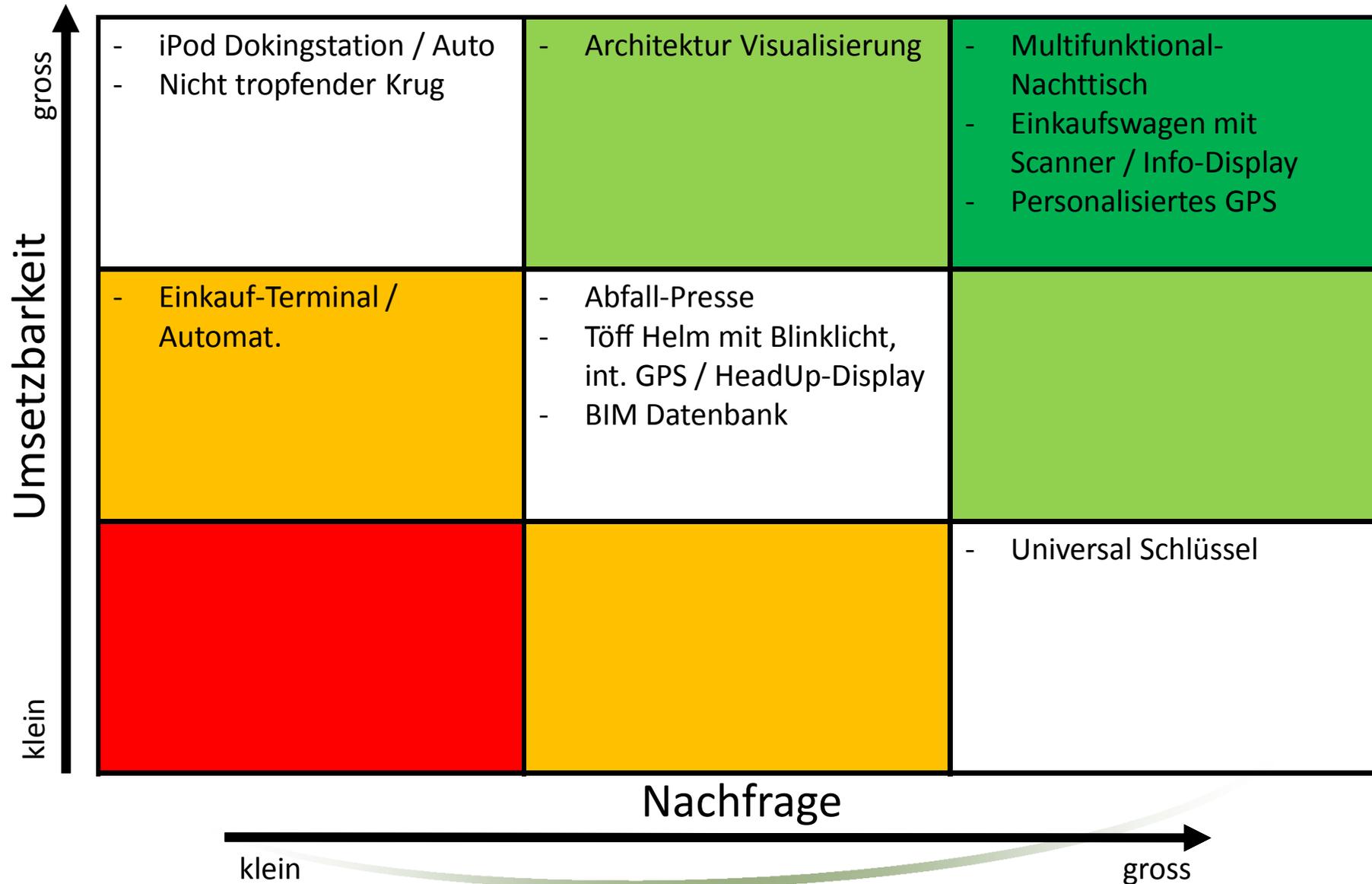
Zeitplan – Montag, 10.09.2012

- **14:00**
 - Ideenfindung: Brainstorming
- **14:30**
 - Ideen Priorisierung, Diskussion
- **14:45**
 - Geschäftsidee beurteilen
- **15:30**
 - Warum ist die Geschäftsidee eine Innovation?
 - Warum ist der Kunde bereit dafür zu bezahlen?

Brainstorming



Ideen Priorisieren





Ideen Bewerten

Idee	Unternehmen mit eigener Produktion	Min. 40% eigene Wertschöpfung	Grosse Anzahl Endverbraucher	Min. CHF 300 pro Stück	Langfr. Fortbestand des Unternehmens	Stimmen
Multifunktionaler Nachttisch	✓	✓	✓	✓	✓	2
Personalisiertes GPS	✗	✗	✓	✓	✓	0
Einkaufswagen mit Informationsdisplay u. Scanner	✓	✓	✓	✓	✓	3
Virtuelle Gebäudesimulation für Immobilienverkauf	✓	✓	✓	✓	✗	0
Abfallpresse (Büro- u. Hausabfall)	✓	✓	✓	✓	✓	0

«Visualisierung»





Geschäftsidee beurteilen 1/3

- **Marktpotential**

- Zielgruppe
 - Grössere Einkaufszentren Grossisten, Baumarkt, Spielwaren usw.
- Benchmark
 - Keine Konkurrenz
- Positioning
 - Marktleader



Geschäftsidee beurteilen 2/3

- **Zu erwartendes Kosten / Umsatz-Verhältnis**
 - Packet: Basis-System, 100 Wägelchen inkl. Display, Ladestation
 - Verkaufspreis: 50'000.- (Pro Wagen: 500.-)
 - Kosten: 35'000.-
 - Gewinn: 15'000.- (Pro Wagen: 150.-)
- **Technische Machbarkeit**
 - Technologien vorhanden
 - Knowhow vorhanden, keine Grundlagenforschung nötig
 - Produktion: Software und Hardware



Geschäftsidee beurteilen 3/3

- **Erforderliche Ressourcen**

- Fachspezifisches Personal
- Produktionshalle
- Administration
- Rohstoffe / Lieferanten
- Kapital

- **Zeitliche Realisierbarkeit**

- 1 Jahr





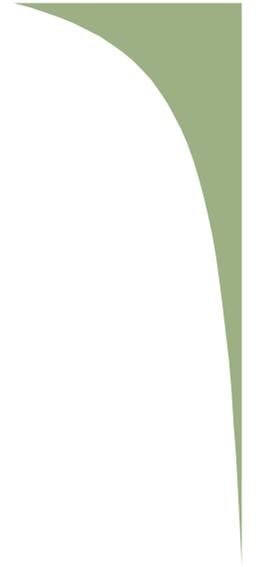
Warum ist es eine Innovation?

- **Marktlücke**
 - keine Konkurrenz
- **Grosses Kundenbedürfnis vorhanden**
 - Kunde kann Zeit & Kosten sparen
 - Endkunde kann Zeit sparen
- **USP (unique selling proposition)**
 - Kombination von Software und Hardware → Optimierung Kundenführung
 - Gesamtpaket / Service



Warum soll der Kunde dafür bezahlen?

- Kunde kann Personal sparen
- Kunde kann Kosten sparen
- Effizientere Konsumenten Abfertigung
- Prozessoptimierung B2B
- Marketing Potential bei Konsument
- Erhöhte Konsumenten Zufriedenheit



Flip-Chart

- ① ~~Töffhelmet~~ B ④ Universelles Botsc h Schlüssel
- ② Abfallpress Maschine
- ③ Multifunkt. Nachtsch
- ④ Kirche
- ⑤ Einkaufswagen mit Scanner Info display
- ⑥ Einkauf Auto. B S
- ⑦ Töffhelmet mit Blinklicht integriertes GPS
- ⑧ Ipol Dockstation Auto
- ⑨ Architektur Dav.
- ⑩ BIM-Datenbank
- ⑪ Nicht tropfende Teekrue
- ⑫ Personalisiertes GPS

