

Refresh Box – schön ankommen!

Studiengang: EMBA Innovative Business Creation

Betreuer: Oliver Stalder

Experte: Christian Schneider (fenaco)

Im total zerknitterten Anzug aus dem Zug, dem Auto oder dem Flugzeug zu steigen und nach langer Anreise ohne Erfrischung direkt an einem wichtigen Termin präsentieren zu müssen, ist heute für viele Geschäftsreisende unbefriedigende Realität. Wir verfolgen das Zielbild: «Ich möchte nie ungepflegt zu einem wichtigen Termin erscheinen.» Die Vision: «Wo immer ich ankomme, es wartet eine Oase der Erfrischung auf mich». Das vorliegende Lösungskonzept ist neu und bisher einzigartig.

Die Lösung geht in Richtung einer begehbaren Box, in welcher man sich jederzeit frisch machen kann, wenn der wichtige Termin naht.

Die Literatur bezieht sich auf namhafte Innovatoren wie u.a. Eric Ries, Steve Blank und Bob Dorf. Hinter sechs studierten Ansätzen besteht eine gemeinsame Idee. Es handelt sich um schnelles Prototyping, um das Experimentieren einer schlanken Produktvariante im echten Markt sowie die Iterationen mit dem sofort korrigierten Element aus dem Kurswechselkatalog zur Verbesserung der Marktakzeptanz. Methoden nach Lean Startup und Design Thinking prägen die Arbeit: der Prozess «build – measure – learn» ist Hauptbestandteil zum finalen Lösungskonzept.

Eine Umfrage ermittelte das Bedürfnis von Geschäftsreisenden. 285 Personen waren angehalten, den Fragebogen auszufüllen. Wir erzielten einen bemerkenswerten Rücklauf von 27%! Die Umfrage ist nicht als repräsentativ einzustufen. Die Resultate deckten sich nicht mit den angenommenen Werten aus der Wert- und Wachstumshypothese.

Aus den Umfrageresultaten lässt sich ein attraktiver Zielgruppenarchetyp ableiten: «Businessreisender mit einer Reisetätigkeit von mindestens 20%, männlich, zwischen 41 und 50 Jahre alt, Angestellter in Leitungsfunktion mit einem monatlichen Einkommen von über 7500 CHF».

Die Loops mit Minimal Viable Product (MVP) wurden an zwei unterschiedlichen Locations durchgeführt.



MVP Loop 2 am Flughafen Zürich, Ankunft 2

An der Berner Fachhochschule wurde versucht, die Master-Studierenden vor ihrem Prüfungsauftritt zu erfrischen. Am Flughafen Zürich wurden ankommende Geschäftsreisende abgefangen, welche einen wichtigen Termin in der Schweiz hatten. Beide Loops scheiterten, weil der Pain nicht passend adressiert werden konnte. Sowohl die Studierenden wie auch die Flugpassagiere proirisierten den Job «sich Erfrischen vor einem wichtigen Termin» nicht.

Sich erfrischen zu wollen, ist den Geschäftsreisenden laut Umfrage ebenso wichtig wie alles andere. Die Erfahrung, dass ein potentieller Kunde sein eigenes «Unfrischsein» zuerst als Pain erkennen muss, liess uns verstehen, dass Ort und Zeitpunkt des Angebots über Erfolg oder Scheitern entscheiden. Die Situation von Reisenden, sich nach der Ankunft zuerst vor Ort zu orientieren, bevor das Bedürfnis des «sich Frischmachens» in den Vordergrund tritt, gilt es zu berücksichtigen.

Wir pivotierten von der begehbaren Refresh Box zum stationären Refresh Point, indem wir Taxis als zertifizierten Ort der Erfrischung auswählten. Analog dazu werden weitere Zielsegmente wie Messeveranstalter und Kongresszentren avisiert.

Das Geschäftskonzept wandelt sich des Weiteren von Business to Consumer (B2C) in Business to Business (B2B). Die Refresh Points werden bei Taxi-Unternehmen, Messeveranstaltern und Kongresszentren in einem Lizenzmodell betrieben.

Erste Berechnungen aus dem angestrebten Business Modell ergeben kumuliert auf drei Jahre einen Umsatz von CHF 5.1 Mio. und einen EBIT von um die 0.7 Mio. Zur Produkt-Einführung werden 10% der erwarteten Umsätze als Marketingkosten budgetiert. Investitionen im Sinne von Capex fallen durch das stationäre Einmieten keine an.

Möglicher Investor könnte Prontophot sein, deren Business heute stark durch neue Technologien disruptiert wird.



Mik Häfliger



Dominic Michel

+41 79 203 57 18

dominic.michel@yahoo.de