

Aufbau eines ICT Services in der DLZ Villa Gantrisch AG

Studiengang: EMBA Innovation Management

Basierend auf der langfristigen Unternehmensstrategie haben die Verantwortlichen der Bank Gantrisch entschieden, ein Kompetenzzentrum für Finanzen und Dienstleistungen aufzubauen. Ein Detailkonzept hat das Leistungsangebot und die Potenzialeinschätzung aufgezeigt. Aufgrund der Ergebnisse hat der Verwaltungsrat entschieden, eine Tochtergesellschaft zu gründen, welche Dienstleistungen in den Bereichen Treuhand, Steuern, Immobilien, Informatik, Finanzberatung und Recht anbietet.

Ausgangslage

Aufgrund von verschiedenen Beobachtungen, den möglichen Entwicklungstendenzen sowie der strategischen Planung, haben sich der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung Gedanken über die zukünftige Geschäftsentwicklung gemacht. Verschiedene Massnahmen wurden beschlossen, wie auch der Aufbau eines regionalen Beratungs- und Dienstleistungszentrums (DLZ). Neben den Kerntätigkeiten Treuhand, Steuern und Immobilien hat sich das Projektteam Überlegungen zu weiteren Services im DLZ gemacht, welche für die Region des Naturparks Gantrisch von Interesse sind und den Qualitätsansprüchen der Verantwortlichen genügen.

Als Idee ist daraus der Aufbau eines ICT Services der neuen DLZ Villa Gantrisch AG entstanden, welche im Dezember 2016 gegründet wurde. Gegenstand dieser Maser Thesis ist die Plausibilisierung und Entwicklung des Business Plans für den ICT Service. Hierbei sind prioritär Innovations-Varianten für die Betriebsjahre 2018 bis 2020 zu entwickeln und aufzuzeigen.

Methodik

Zentrales Element der Untersuchung stellte das Business Model Canvas sowie die Value Proposition Canvas dar, mit welchem die Schlüsselfaktoren «Kundensegmente» und «Wertangebote» in einem iterativen Prozess näher betrachtet und erarbeitet wurden. Neben einer Situations-, Marktstruktur- und Umweltanalyse, erfolgte eine Online-Umfrage an die KMU der Region Gantrisch.

Im Anschluss an die Erhebungen passierten die Datenauswertung sowie die vertiefte Betrachtung der einzelnen Kundensegmente in Bezug auf Altersklassen, KMU-Grössen und weiteren Ausprägungen. Die Erkenntnisse wurden beschrieben, wie auch die mögliche Entwicklung der Standard-Szenarien und deren Kostenfolge. Danach erfolgten die Risikoabwägung und der Vorschlag der strategischen Variante.

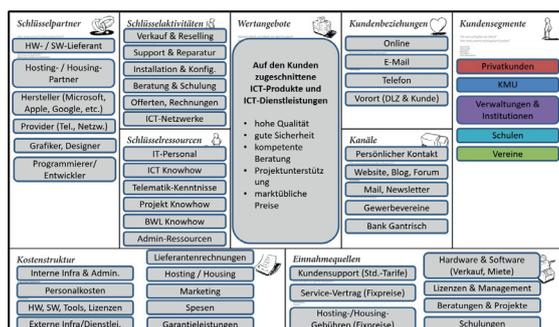
Ergebnis

Die verschiedenen Analysen zeigten, dass nicht alle untersuchten Segmente das nötige Potential ausweisen, weshalb der primäre Fokus auf die Mikrounternehmungen und Privatkunden zu richten ist. Auch stellte sich heraus, dass sich Bedürfnisse oftmals überschneiden und mit demselben oder einem ähnlichen Angebot mehrere Segmente bedient werden können. Der Business Plan für die Startphase ist plausibel und eine gute Basis für eine erfolgreiche Entwicklung. Daher wurden Produkte mit unterschiedlichen Ausprägungen entworfen, welche die Kundenbedürfnisse abdecken und zu regionalen Marktpreisen angeboten werden können.

Nebst dem ICT Support, welche für die verschiedenen Kundensegmente angeboten werden, sollen auch Support-Gutscheine, Standard-Produkte und Pakete für verschiedene ICT Dienstleistungen verkauft werden. Da sich das DLZ für Dienstleistungen aus einer Hand stark macht, wurden zudem fachübergreifende Dienstleistungspakete entworfen. Diese können in Zukunft für die unterschiedlichen Kundensegmente angeboten werden und das Produktportfolio des DLZ ab 2018 bereichern.



Bruno Wasem



Business Model Canvas des ICT Services im neuen DLZ