

C-UAV Solutions, Business Planung einer Dienstleistung im Bereich der Drohnenabwehr

Studiengang: EMBA Innovation Management

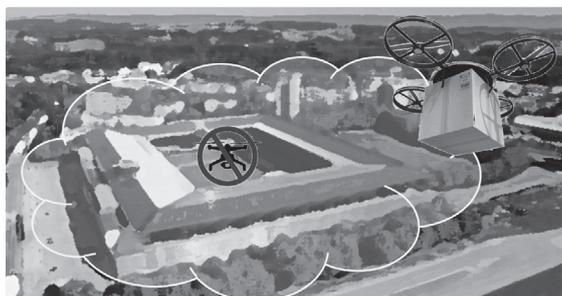
Schutz vor Drohnen lässt sich nicht allein mit «No-Fly Zonen» erreichen, denn Übeltäter halten sich kaum an die Verbote. Das Bedürfnis zur Drohnenabwehr entsteht durch Vorfälle im Zusammenhang mit den trendigen Flugobjekten deren Population stark ansteigt. Proportional nehmen auch missbräuchliche Anwendungen zu. Die Business Planung einer Dienstleistung im Bereich dieser Bedrohungen aus der dritten Dimension liefert Empfehlungen im Umgang mit dem neuen Geschäftsfeld.

Ausgangslage

Aufgrund prognostizierter Umsatzrückgänge ist die Auftraggeberin auf der Suche nach neuen Geschäftsmöglichkeiten. Im Zuge der neuen Diversifizierungsstrategie sucht sie nach Opportunitäten, die bestehenden Fähigkeiten in neuen Märkten mit innovativen Dienstleistungsprodukten erfolgreich zu etablieren und den erwarteten Umsatzrückgang mittelfristig zu kompensieren. Die Business Planung wurde im Rahmen eines Explorationsprojektes und aufbauend auf die Semesterarbeit im CAS Innovation Management durchgeführt und untersucht ein konkretes Dienstleistungsprodukt, welches zukünftig angeboten werden könnte.

Vorgehensweise

Klassische Businesspläne eignen sich nur sehr bedingt zur Beschreibung von Geschäftsideen in jungen, dynamischen Märkten, sie sind aber weit verbreitet und stossen auf grosse Akzeptanz. Die erarbeitete Business Planung bedient sich sowohl klassischer Instrumente, wie auch Methoden der modernen Entrepreneurship Forschung, die in den letzten Jahren entstanden sind. Die empfangenorientierte Planung bewirkt so einen sanften Perspektivenwechsel vom eindimensionalen Businessplan hin zu einer vielseitigeren, dynamischeren Business Planung. Der junge Markt im weitgehend unbekanntem Umfeld wurde durch Markt- und Umweltanalysen durchleuchtet und daraus die Branchenattraktivität abgeleitet.



Neue Bedrohung aus der dritten Dimension

Value Proposition Design kam für die Erstellung des Kundenprofils und bei der Definition des Wertangebotes zur Anwendung. Daraus entstand das Dienstleistungsprodukt, welches die Basis legte für weiterführende Arbeiten.

Das Produkt wurde in Interviews mit potentiellen Kunden einem Mini-Markttest unterzogen und bereits während der Arbeit mehrfach iterativ angepasst. Diese iterative Anpassung muss im Falle einer Weiterverfolgung in einem fortwährenden Prozess auf das gesamte Geschäftsmodell inklusive des Kundenprofils angewendet werden.

Bei der Beschreibung, wie das Unternehmen aufgebaut werden soll, galt es, die gewachsene Struktur der Firma zu berücksichtigen, damit das neue Geschäft auf soliden Beinen steht, akzeptiert wird und sich in die bestehende Organisation integrieren lässt. Bereits während der Arbeit wurde besonderer Wert auf die betriebsinterne Kommunikation gelegt, damit die wichtigen Stakeholder über die Business Planung informiert sind.

Ergebnisse

Die Schwierigkeit bei der Beurteilung junger Märkte ist das Fehlen von Zahlenmaterial, welches eine Quantifizierung des Marktvolumens ermöglicht. Zudem ist das Risiko von Diversifikationsstrategien naturgemäss hoch, was es bei der Erarbeitung entsprechender Business Planungen zu berücksichtigen gilt. Hier helfen auch wieder Ansätze aus der jungen Entrepreneurship Forschung, welche eine dynamische Anpassung von Geschäftsmodellen ermöglichen. Planungsansätze, die diesen Umständen Rechnung tragen sowie Entscheidungsmethoden, die in stürmischen Gewässern ihre Stärke entwickeln, helfen, die Risiken zu senken und beeinflussten die Überlegungen dieser Arbeit.

Die Auftraggeberin erhielt als Resultat eine auf den vorgenannten Prinzipien basierende Business Planung, inklusive durchzuführender Massnahmen in Form eines Antrages. Der neu eingeführte Innovationsprozess wurde während der Arbeit validiert.



Adrian Dänzer
bonsens@bluewin.ch