

Solar Farming

**Executive MBA in Innovative Business Creation / Betreuer: Heiner Kaufmann, Prof. Daniel Huber
Experte: Elmar Mock**

Die Schweiz befindet sich energiepolitisch an einem Wendepunkt. Einerseits wurde der Atomausstieg beschlossen, andererseits stehen derzeit kaum die notwendigen Kapazitäten an alternativen Energiequellen zur Verfügung. Neue Ideen und Geschäftsmodelle sind gefragt denn je.

Obwohl ein breites Interesse an Solaranlagen (und im Speziellen an der Photovoltaik) besteht, sind entsprechende Anlagen längst nicht für alle Interessenten zugänglich. Besondere Hindernisse stellen der notwendige Besitz geeigneter Dachflächen, die Finanzierung und staatliche Fördergelder dar. Diese Rahmenbedingungen repräsentieren die Grundlage zur Entwicklung neuer Geschäftsoportunitäten nach dem im Executive MBA Studium in Innovative Business Creation vermittelten Denkmustern; die Basis liefert der Störfaktor «Mich stört, dass Photovoltaik-Anlagen nur für wenige Leute zugänglich sind». Das final entwickelte Geschäftsmodell beinhaltet Investitionsmöglichkeiten für private Personen, die mit Mikro-Beträgen von bereits einigen hundert Franken im landwirtschaftlichen Umfeld inves-

tieren möchten; Ziel ist freies Ackerland (mit geeigneter Lage, z. B. am Jurasüdfuss) mit Solarpanels zu belegen.

- Durch die grossen Flächen resultieren infolge von Skaleneffekten gute Renditen.
- Das Geschäftskonzept ergänzt und vereint auf kreative Weise zwei bisher getrennte Bereiche: die Finanzierung (Mikrobeträge) und die technische Umsetzung.
- Das Konzept profitiert maximal von Skaleneffekten der globalisierten Welt (Fabrikation Solarpanels in China).
- Schwer zu bewirtschaftendes Ackerland wird mit Panels belegt.
- Die Umsetzung sieht eine duale strategische Positionierung vor: gleichzeitig Kostenführer und Premium Service Leader.
- Das Konzept wird in der Komponentenbauweise nach Prof.

Günter Faltin aufgebaut. Dazu werden Partnerschaften mit Banken, Planern/Installateuren und den Landwirten eingegangen.

- Die Realisierung ist als Start-up geplant.
- Zur Sicherung des Vorsprungs vor Imitatoren wird auf einen zeitlichen Vorsprung sowie auf Partnerschaften gesetzt.
- Die Umsetzung erfolgt in zwei Phasen.
- Phase 1: Aufbau von Referenzanlagen und Testen der zugrunde gelegten Hypothesen.
- Phase 2: Fokussierung auf den Massenmarkt.

Der Markteintritt erfolgt in einem geographisch eingegrenzten Gebiet, in dem kostengünstig Werbung betrieben werden kann (Phase 1). Der Minimierung des Finanzierungsaufwandes wird hohe Aufmerksamkeit geschenkt. Das Konzept wird disruptiv positioniert, indem bisherige Nicht-Kunden zu Kunden gemacht werden (New Market Disruption). Die Weiterentwicklung des Modells sieht zusätzliche und diversifiziertere Revenue Streams durch Integration des Servicegeschäftes vor.



Oliver Stalder

Business Model Canvas SolarFarming



Geschäftsmodell, dargestellt im sog. Business Model Canvas (gemäss Alex Osterwalder)