

Kundeninformationssystem im Abo-Modell

Studiengang : EMBA Innovative Business Creation

Die Anforderungen an Kundeninformationssysteme (KIS) für Schienenfahrzeuge haben in den vergangenen Jahren stetig zugenommen und die Kosten sind gestiegen. Dies stellt die Firma Wabtec als Lieferant für Kundeninformationssysteme sowie auch seine Kunden vor Herausforderungen. Die vorliegende Master-Thesis untersucht ein Business-Modell, welches ein standardisiertes Kundeninformationssystem im Abo-Modell anbietet.

Ausgangslage

Cloud-Technologien verändern Industrien und steigern die Nachfrage nach standardisierten IT-Dienstleistungen. Dazu stellt sich die Frage, inwieweit Transportunternehmen und Schienenfahrzeughersteller in der Lage sind, standardisierte Angebotsmodelle in Form eines Abo-Modells zuzulassen. Die Produktlinie KIS der Firma Wabtec setzt erst einen kleinen Teil mit dem Servicegeschäft um und möchte diesen Geschäftszweig weiter ausbauen. Eine Idee dazu wäre, standardisierte Serviceprodukte zu entwickeln. Diese ermöglichen, effizienter und unabhängiger von einzelnen Kunden zu werden und kontinuierliche Einnahmen zu generieren.

Zielsetzung

Die Master-Thesis hat zum Ziel, ein neues Business-Modell für ein KIS im Abo-Modell zu erstellen und untersuchen. Dies soll sich an Schweizer Transportunternehmen und Schienenfahrzeughersteller richten. Dazu werden die Schlüsselfaktoren für ein erfolgreiches Abo-Modell evaluiert. Abschliessend soll gezeigt werden, ob es sich lohnt, das Business-Modell weiterzuentwickeln und wie die weiteren Schritte aussehen könnten.

Methodik

Die Master-Thesis ist in drei Phasen unterteilt. In der ersten Phase wird mittels Sekundärforschung der heutige Wissensstand rund um das Thema Business-Modelle erarbeitet. In der zweiten Phase werden Experteninterviews durchgeführt, um die Kunden sowie ihre Probleme und Aufgaben besser zu verstehen. Anschliessend wird das Produkt mit dem «Value Proposition Canvas» von Osterwalder et al. (2014) und das Business-Modell mithilfe des «Business Model Canvas» von Osterwalder und Pigneur (2010) entwickelt, visualisiert und beschrieben. In der dritten Phase werden die Ergebnisse mittels SWOT-Analyse diskutiert.

Ergebnisse

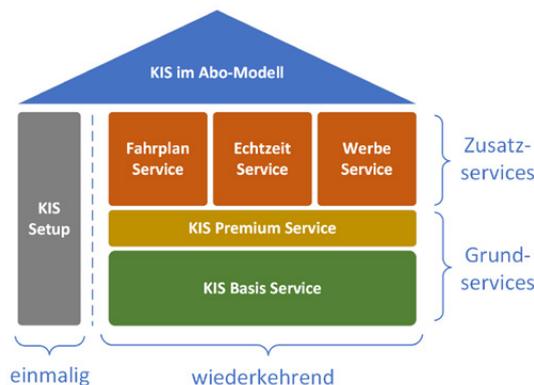
Die Schlüsselfaktoren haben gezeigt, dass ein Abo-Modell für Transportunternehmen praktischer umzusetzen ist als für Schienenfahrzeughersteller. Durch die Master-Thesis ist das Serviceprodukt «KIS im Abo-Modell» für kleine und mittlere Transportunternehmen entstanden. Das «KIS im Abo-Modell» bietet ein standardisiertes, auf Modul aufbauendes Kundeninformationssystem (siehe Abbildung), welches in der Cloud betrieben wird. Durch die Standardisierung profitiert der Kunde von niedrigeren Preisen. Die Wartung und Weiterentwicklung überlässt der Kunde der Firma Wabtec. Diese sorgt für die Verfügbarkeit des Services und die stetige Weiterentwicklung der Software. Zusammen mit dem Serviceprodukt ist ein neues Business-Modell entstanden.

Fazit

Die grundlegende Handlungsempfehlung lautet, das Business-Modell weiterzuentwickeln. Die SWOT-Analyse zeigt, dass das erarbeitete Business-Modell attraktive Vorteile und Chancen mit sich bringt, welche genauer betrachtet werden sollten. Eine erste Analyse des Marktpotenzials zeigt, dass es in der Schweiz genügend Transportunternehmen geben sollte. Dies müsste durch weitere Analysen noch genauer untersucht werden.



Sierco Böhler
siercoboebler@hotmail.com



Produktübersicht «KIS im Abo-Modell»