



Berner Fachhochschule
Haute école spécialisée bernoise
Bern University of Applied Sciences

Disruptime

Innovationen, Geschäftsmodelle und Unternehmertum

Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski
Institut Unternehmensentwicklung

Annotation: All pictures, products, company names, brand names, trademarks and logos are the property of their respective owners.

Entrepreneurship & Innovation

unternehmerisches Denken & Handeln

Entrepreneurship & Innovation

unternehmerisches Denken & Handeln

Bob McNeely, The White House: DD-SC-93-04622



«Mächtige Kräfte erschüttern und gestalten sie um, unsere Welt, und die brennende Frage unserer Zeit lautet, ob wir den Wandel zu unserem Freund statt zu unserem Feind machen können.»

Bill Clinton

Entrepreneurship & Innovation

unternehmerisches Denken & Handeln

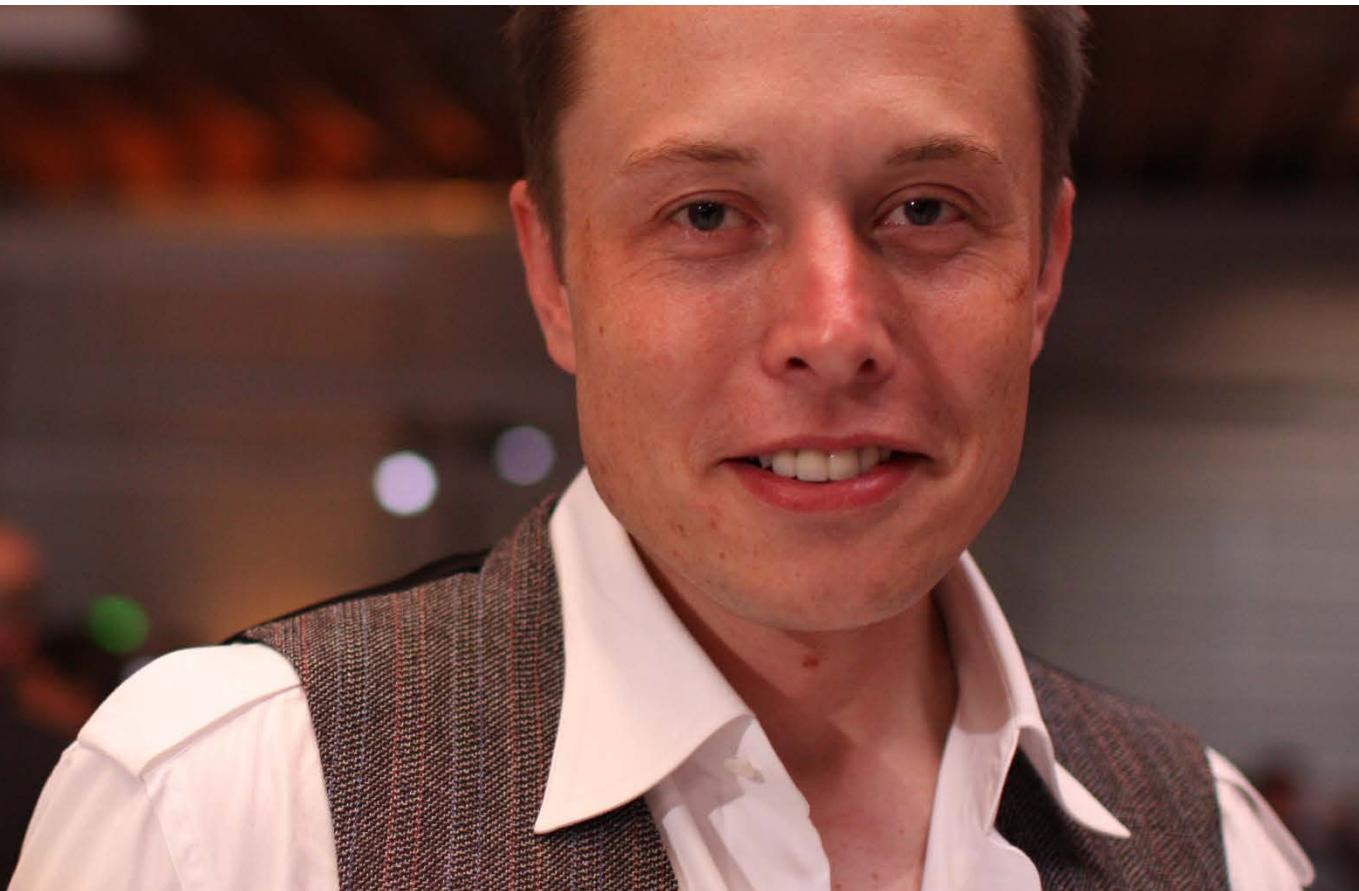
Grundlegende Fragen des Wandels & des unternehmerischen Denkens

- | | |
|--|---|
| • Warum gibt es Wandel? | • Was müssen wir bspw. an Know-how, Kompetenzen, Ressourcen etc. aufbauen? |
| • Welche Bereiche des Lebens bzw. der Gesellschaft (politisch, sozial, wirtschaftlich) werden sich wandeln? | • Welche Chancen und Risiken ergeben sich? |
| • Wer sind die zentralen Akteure des Wandels (Förderung/Hinderung)? | • Was kann man hiermit machen? |
| • Wie wird sich das Verhalten der Menschen ändern? | • Welche neuen Produkte oder Dienstleistungen lassen sich hieraus generieren? |
| • Welche Auswirkungen wird dies haben? | • Welche Produkte oder Dienstleistungen wird es (nicht mehr) brauchen? |
| • Bin ich bzw. sind wir als Institution bzw. Gesellschaft etc. auf den Wandel vorbereitet (bspw. Know-how, Kompetenzen, Ressourcen)? | • Warum braucht es uns? |
| • Wann und wie werde/n ich bzw. wir aktiv? | • Warum bin ich als Mensch bzw. sind wir als Institution wichtig (oder auch nicht)? |

Eigene Darstellung

Entrepreneurship & Innovation

unternehmerisches Denken & Handeln



«I could either watch it happen, or be part of it»
Elon Musk

Entrepreneurship & Innovation

Innovation

Entrepreneurship & Innovation

Innovation

Joseph A. Schumpeter (1883–1950):
Fünf Innovationsarten als neue Faktorkombinationen

1. Neues Gut oder neue Qualität eines bekannten Gutes
2. Neue, noch nicht praktisch
bekannte Produktions- oder Absatzmethode
3. Neuer bzw. neu erschlossener Absatzmarkt
4. Neue Bezugsquelle von Rohstoffen/Halbfabrikaten
5. Neue interne und externe Organisationsstrukturen

**Das Konzept von Innovation und Neuartigkeit
ist integraler Bestandteil der Definition von Schumpeter.**

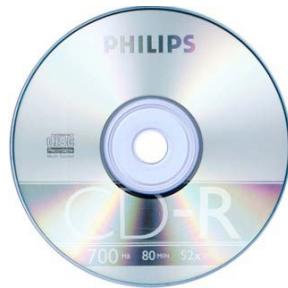
Entrepreneurship & Innovation

Innovation

creative destruction:

“[...] process of industrial mutation [...] that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one.

This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in.”



Chance für neue Geschäftsmodelle

Schumpeter (1994), S. 83

Entrepreneurship & Innovation

Innovation

Invention

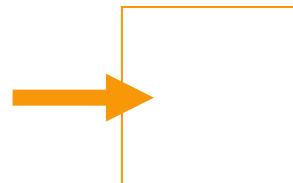
(bewusst/unbewusst, geplant/ungeplant)



erfinden

Innovation

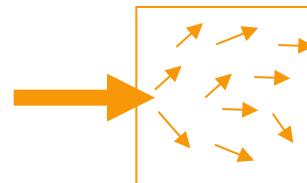
(Innovation im engeren Sinne)



an den Markt bringen

Diffusion

(Innovation im weiteren Sinne)



den Markt durchdringen,
am Markt bestehen

Geschäftsmodell- & Unternehmensentwicklung

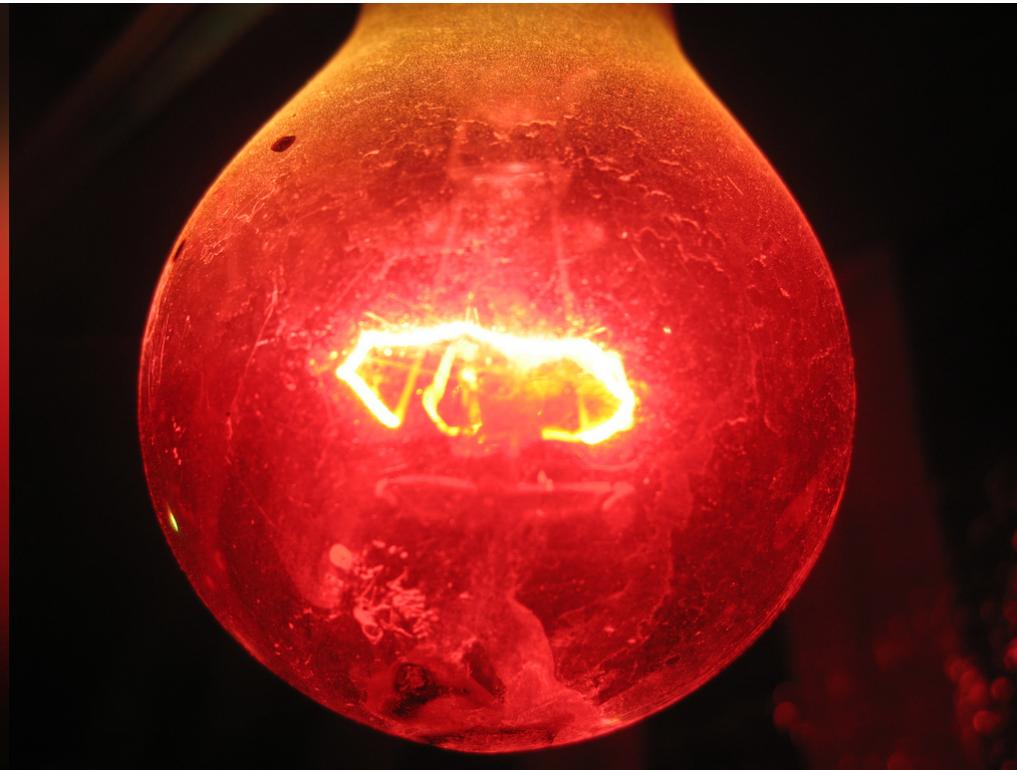
Weiterentwicklung & neue Produkte nicht vergessen

Eigene Darstellung

Entrepreneurship & Innovation

Innovation

CC BY 2.0, Marcel, Light Bulb #1: www.flickr.com



«It's not about ideas.
It's about making ideas happen»

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion



«Process by which an **innovation is communicated through certain channels** over time among the members of a social system. Diffusion is a special **type of communication** concerned with the spread of **messages that are perceived as new ideas.**»

Rogers (1995), Rogers/Scott (1995)

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion

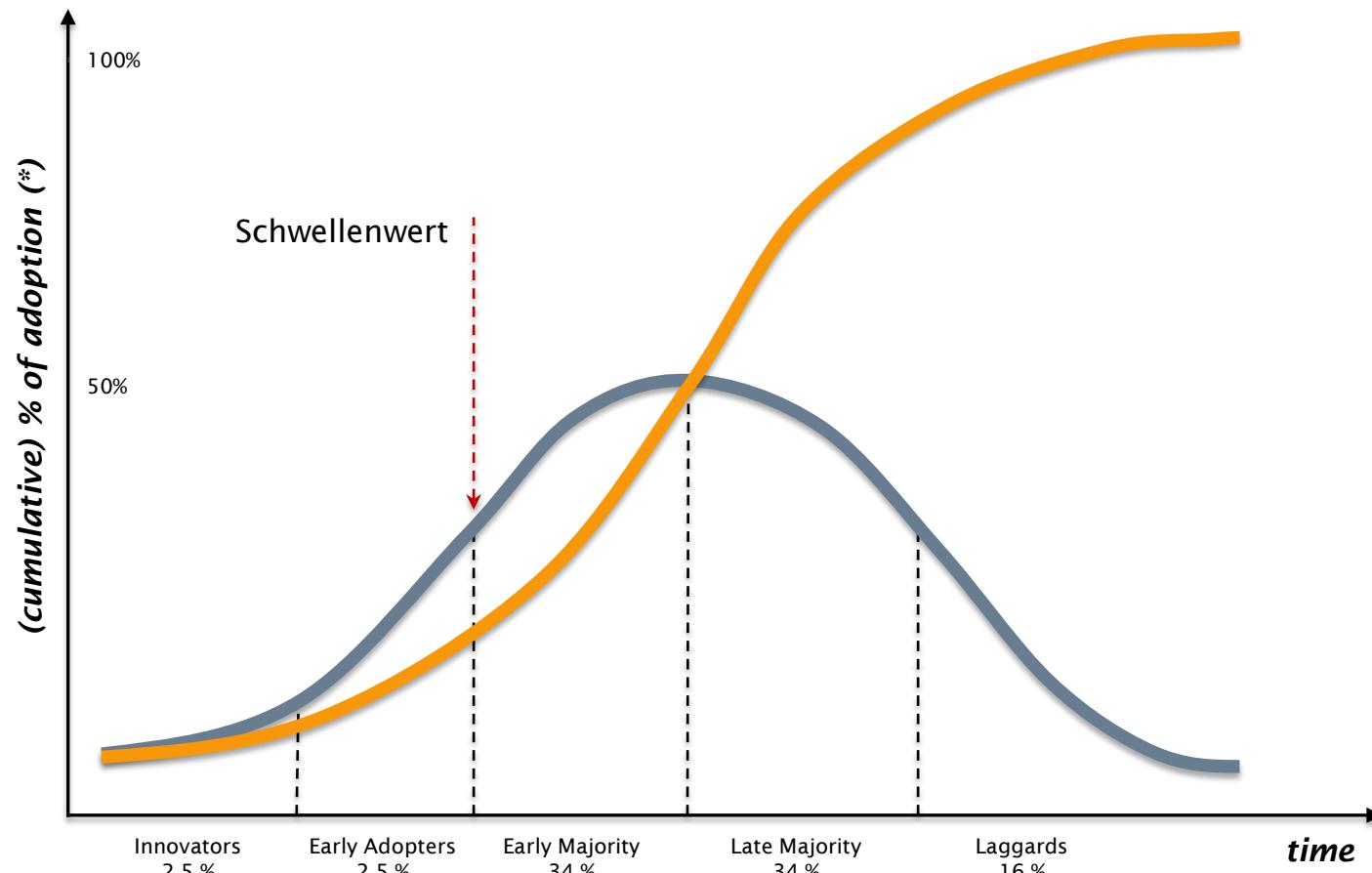
Elements of Diffusion:

- ▶ innovation
 - ▶ relative advantage ↑
 - ▶ compatibility ↑
 - ▶ trialability ↑
 - ▶ observability ↑
 - ▶ complexity ↓
- ▶ communication channels
- ▶ time
- ▶ social system

Eigene Darstellung auf Basis von Rogers (1995), Rogers/Scott (1995)

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion: S-Curve

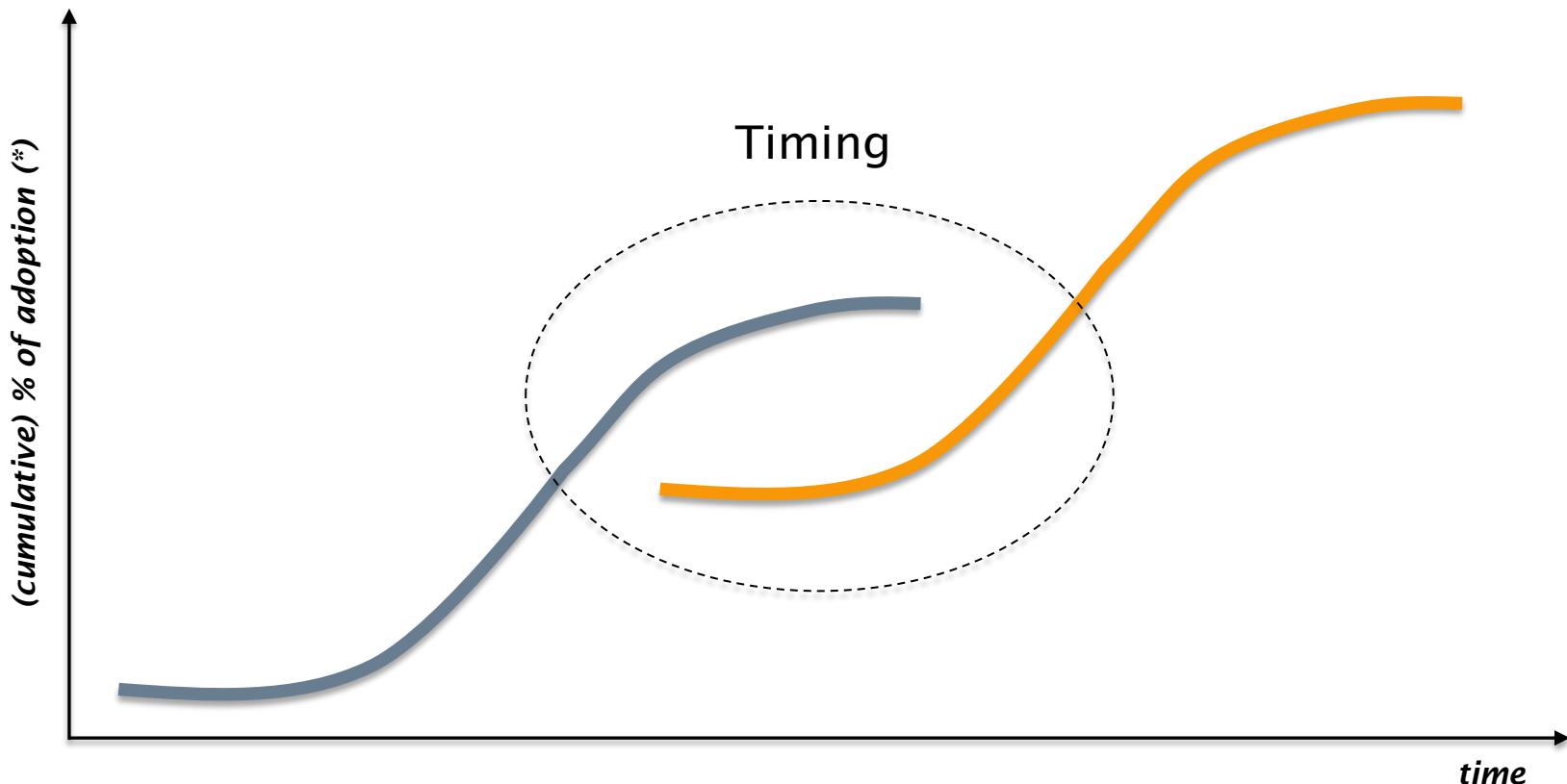


*Oft auch abgeleitet bzw. adaptiert:
kumulativer Marktanteil

Eigene Darstellung auf Basis von Rogers (1995), Rogers/Scott (1995)

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion: Double S-Curve



* Oft auch abgeleitet bzw. adaptiert:

Wachstum, Technologielevel, Innovationsrate, Marktpenetration, Performance, kumulativer Verkauf

Eigene Darstellung auf Basis von Rogers (1995), Rogers/Scott (1995)

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion



CC BY-SA 2.0, Michael Fielitz, Standpunkt 4, <https://www.flickr.com>

**Wo steht Ihr Unternehmen?
Wo steht Ihre Branche?**

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion

Wie erlangen wir
Wissen?



CC0 1.0: Public Domain Dedication

Entrepreneurship & Innovation

Diffusion



Microsoft Research



Research
at Google



All pictures, products, company names, brand names, trademarks and logos are the property of their respective owners

Entrepreneurship & Innovation

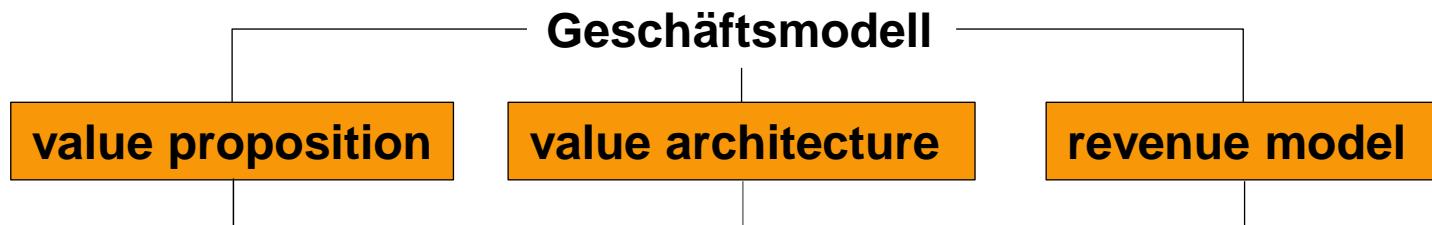
Geschäftsmodelle

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle

Ein Geschäftsmodell bildet **Inhalt, Struktur und Steuerung von Transaktionen** ab, die zur **Generierung des Mehrwerts** durch **Ausnutzung von unternehmerischen Gelegenheiten** beitragen.

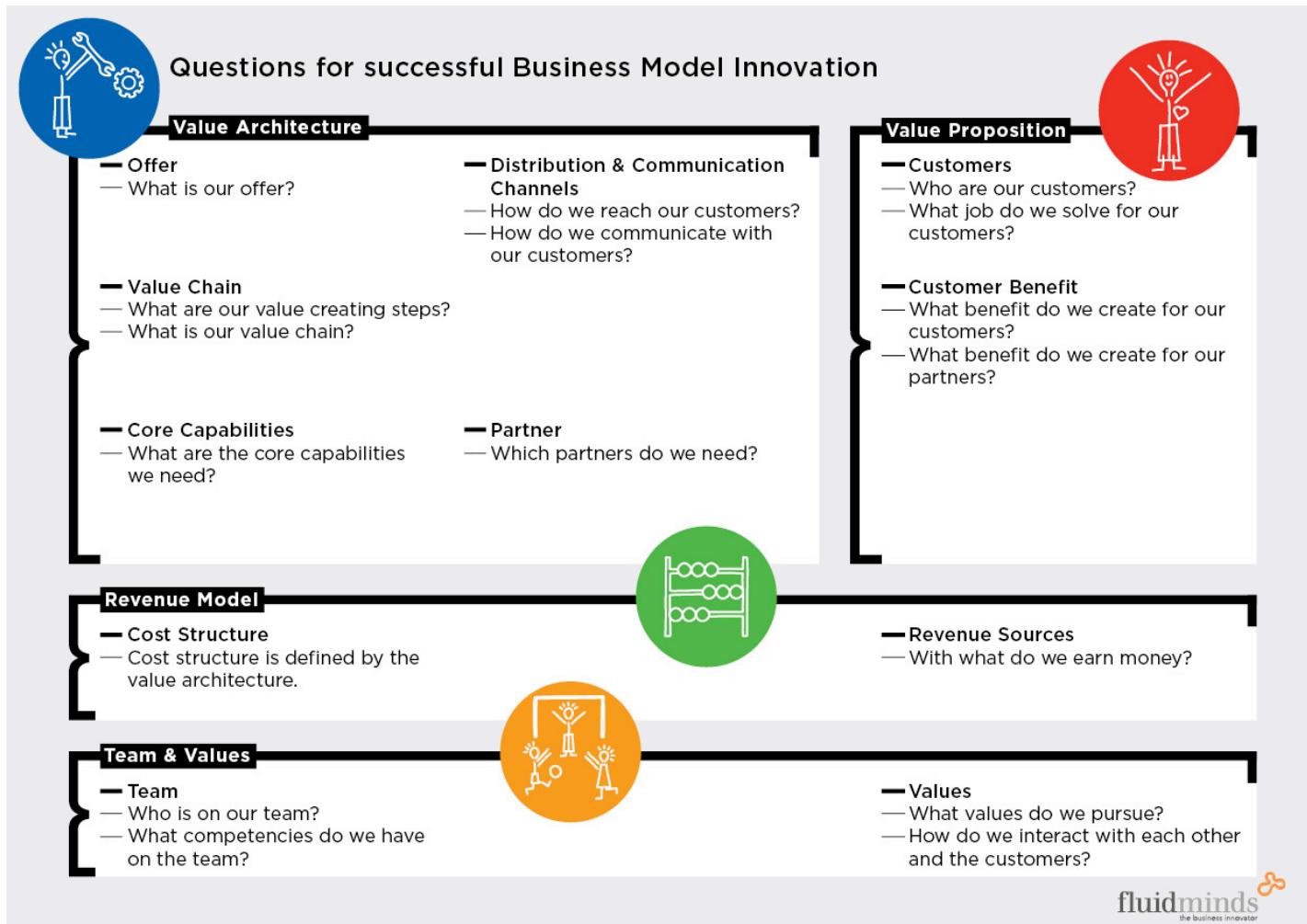
In Anlehnung an Amit/Zott (2008)



Eigene Darstellung in Anlehnung an Stähler (2001)

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle



Fluidminds: www.fluidminds.ch/fileadmin/_media/fluidminds_business_model_canvas_E.jpg

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle

Ist Ihr
Geschäftsmodell bedroht?

?

CC0 1.0: Public Domain Dedication

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle



SONY

VIACOM

 **swisscom**

 **UBS**

SIEMENS



Kodak



DAIMLER



 **SWISS**

OTTO

All pictures, products, company names, brand names, trademarks and logos are the property of their respective owners

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle



Palantir



«new kids
on the block»



All pictures, products, company names, brand names, trademarks and logos are the property of their respective owners

Entrepreneurship & Innovation

Geschäftsmodelle



«**You don't learn to walk by following rules.
You learn by doing, and by falling over»**

Sir Richard Branson

Fazit

Fazit

Was
nehmen Sie mit?

A yellow sticky note with a black question mark.

?

CC0 1.0: Public Domain Dedication

Fazit

Entrepreneurship ist

- ▶ das **Erkennen & Ausnutzen unternehmerischer Gelegenheiten**
- ▶ der **Prozess von Inventionen zu Innovation zu Diffusion**
- ▶ die **Umsetzung in Geschäftsmodelle**

Diffussion

- ▶ **innovation**
 - ▶ relative advantage ↑
 - ▶ compatibility ↑
 - ▶ trialability ↑
 - ▶ observability ↑
 - ▶ complexity ↓
- ▶ **communication channels**
- ▶ **time**
- ▶ **social system**

Fazit



NASA: dayton.hq.nasa.gov/IMAGES/LARGE/GPN-2000-001618.jpg

**«We choose to go to the moon in this decade
and do the other things.**

Not because they are easy, but because they are hard.»

Kontakt

Kontakt



Kim Oliver Tokarski

Berner Fachhochschule
Fachbereich Wirtschaft
Institut Unternehmensentwicklung
Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski
Leiter Institut Unternehmensentwicklung

Brückengasse 73, CH-3005 Bern
Telefon direkt +41 31 848 44 51
Telefon Zentrale +41 31 848 34 00
Fax +41 31 848 34 31
kim.tokarski@bfh.ch
inu.bfh.ch

Quellenangaben

Quellenangaben

- ▶ Amit, R. & Zott, C. (2008):
The fit between product market strategy and business model: Implication for firm performance, in: Strategic Management Journal, 29 (1), pp. 1-26.
- ▶ Rogers, E. M. (1995):
Diffusion of Innovations, 4. Aufl., New York: Free Press.
- ▶ Rogers, E.M./Scott, K. L. (1995):
The Diffusion of Innovations Model and Outreach from the National Network of Libraries of Medicine to Native American Communities, online:
<http://nnlm.gov/pnr/eval/rogers.html>
- ▶ Schumpeter (1994):
Capitalism, Socialism & Democracy, Erstauflage 1943,
London: Routledge.
- ▶ Stähler, P. (2001):
Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie: Merkmale, Strategien und Auswirkungen,
Lohmar: Eul.



Berner Fachhochschule
Haute école spécialisée bernoise
Bern University of Applied Sciences

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Weiterhin einen schönen Tag