



UNIVERSITÄT  
LEIPZIG

# Business System und Unternehmensorganisation

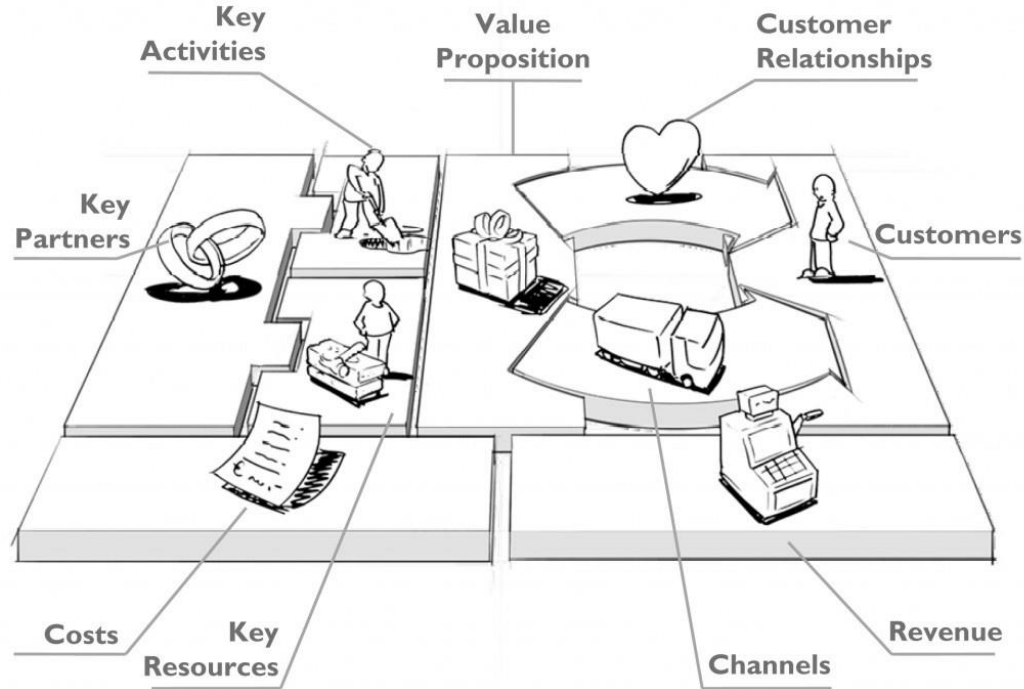
Leipzig, 11.06.2025

Dr. Gunnar Kaßberg

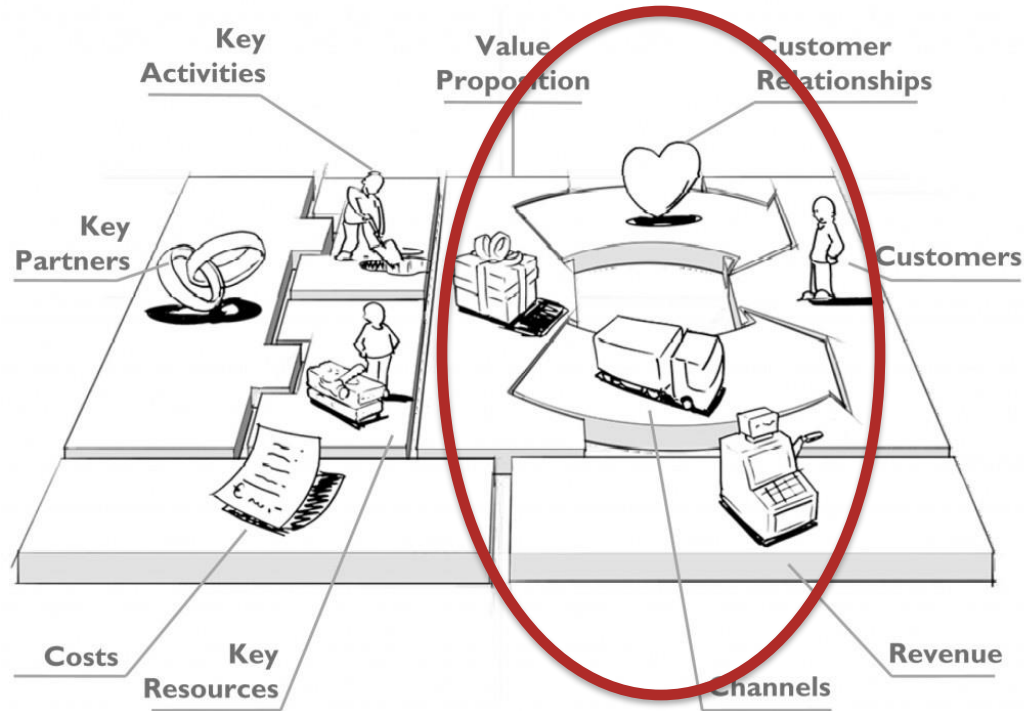
Business System

# SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN UND – PARTNER

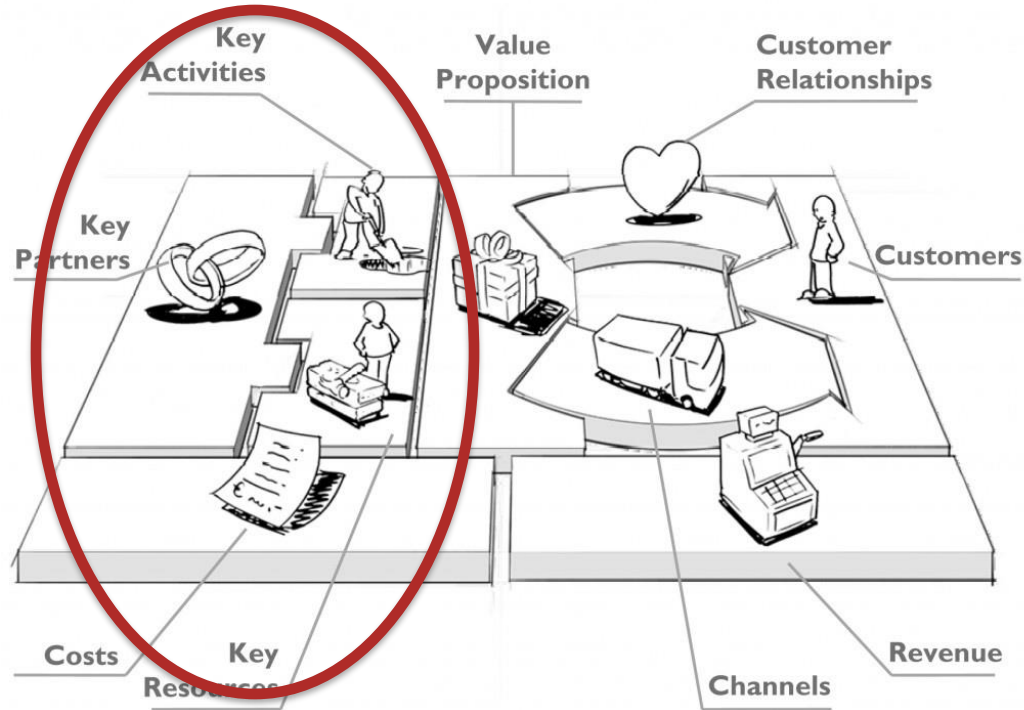
# BUSINESS MODEL CANVAS



# BUSINESS MODEL CANVAS

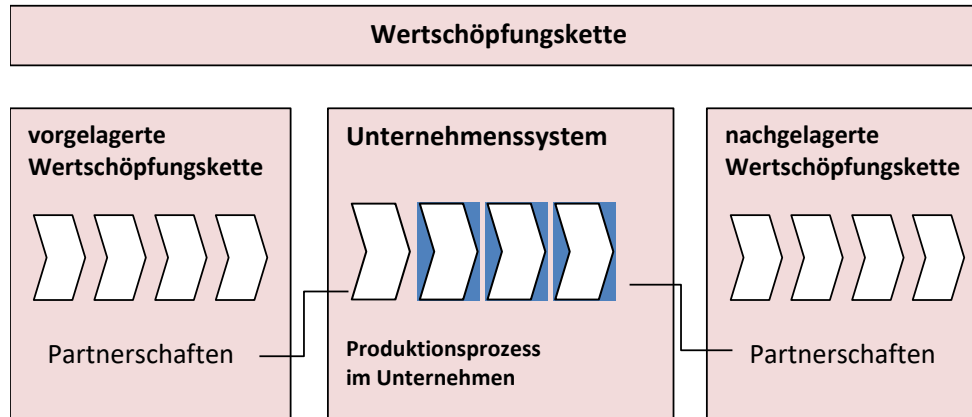


# BUSINESS MODEL CANVAS



# SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN UND –PARTNER

- Im Kapitel Business System müssen die Schlüsselaktivitäten eines Unternehmens, die für die Bereitstellung und Lieferung eines Produktes an Kunden notwendig sind, beschrieben werden.
- Zusätzlich macht es Aussagen zu den wichtigsten Partnern, die relevante Zulieferfunktionen erfüllen.

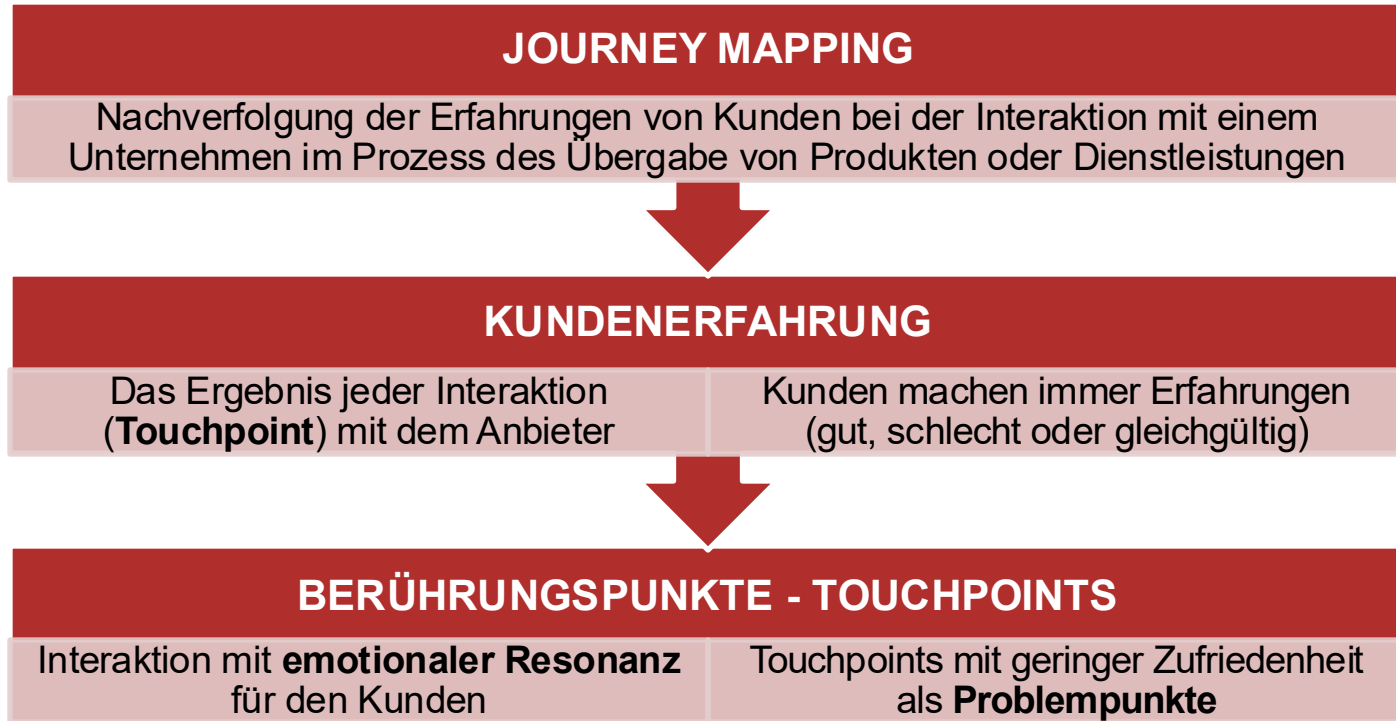


# SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN

**Beschreibung des Produktions- oder Dienstleistungsprozesses des Unternehmens unter Zuhilfenahme von einem der hier genannten Management Tools:**

- Customer Journey
- Flussdiagramm
- Service Blueprinting

# JOURNEY MAPPING: DER WEG DES KUNDEN





## BERÜHRUNGSPUNKTE MIT KUNDEN

- Ein „Touchpoint“ ist jeder Zeitpunkt, an dem ein potenzieller Kunde mit der Marke eines Unternehmens in **Berührung kommt - vor, während oder nach dem Kauf.**
- Identifizieren von Kunden-Touchpoints über **alle Orte und Zeitpunkte**, an denen Kunden mit einer Marke **in Kontakt kommen.**

| vor dem Erwerb                | im Prozess des Erwerbs     | nach dem Erwerb               |
|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| soziale Medien                | Laden / Büro               | Rechnung                      |
| Bewertung und Rezension       | Webseite                   | Transaktions-bezogene E-Mails |
| Zeugnisse                     | Katalog                    | Marketing E-Mails             |
| Mundpropaganda                | Promotion                  | Service & Support Team        |
| gesellschaftliches Engagement | Mitarbeiter / Verkaufsteam | Online-Kundencenter           |
| Werbung                       | Telefonsystem              | Follow-up                     |
| Marketing/PR                  | Verkaufspunkte             | Dankschreiben                 |






# JOURNE MAPPING (BEISPIEL: REISE & TOURISMUS)

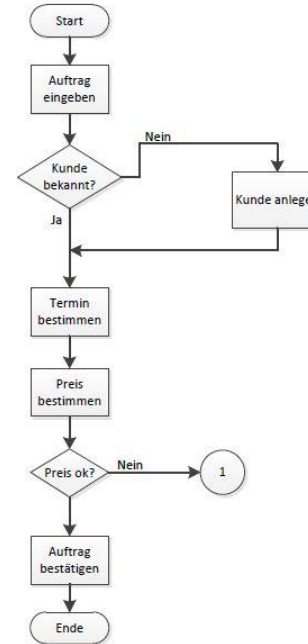
vor der Dienstleistung



Quelle: Video Marc Stickdorn 2013: Service Design Thinking

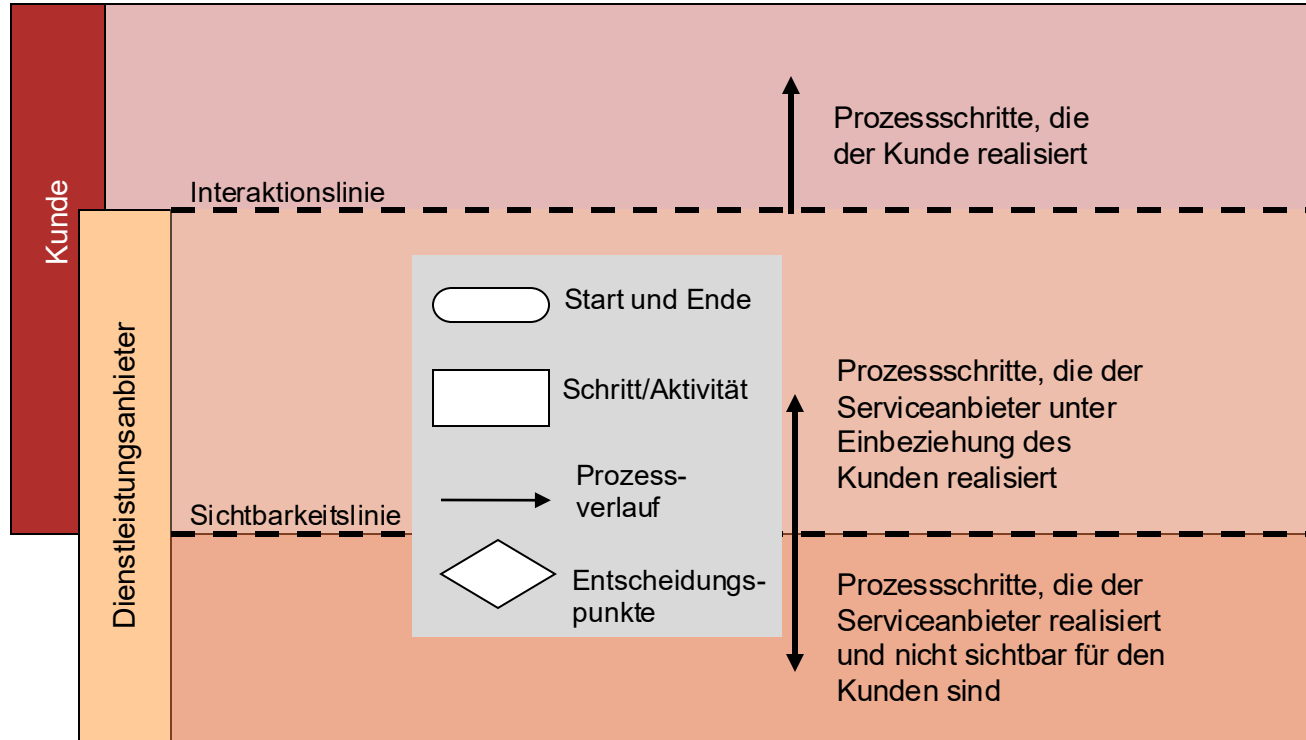
## FLUSSDIAGRAMM

| Symbol  | Bezeichnung                 | Beispiel                                 |
|---|-----------------------------|--|
|  | Bearbeitung,<br>Operation   | Auftrag erfassen                         |
|  | Entscheidungs-<br>situation | Wird das Produkt<br>Weiter spezifiziert? |
|  | Informationsfluss           | Auftrag                                  |
|  | Verweis                     |  |
|  | Start/Ende                  |  |

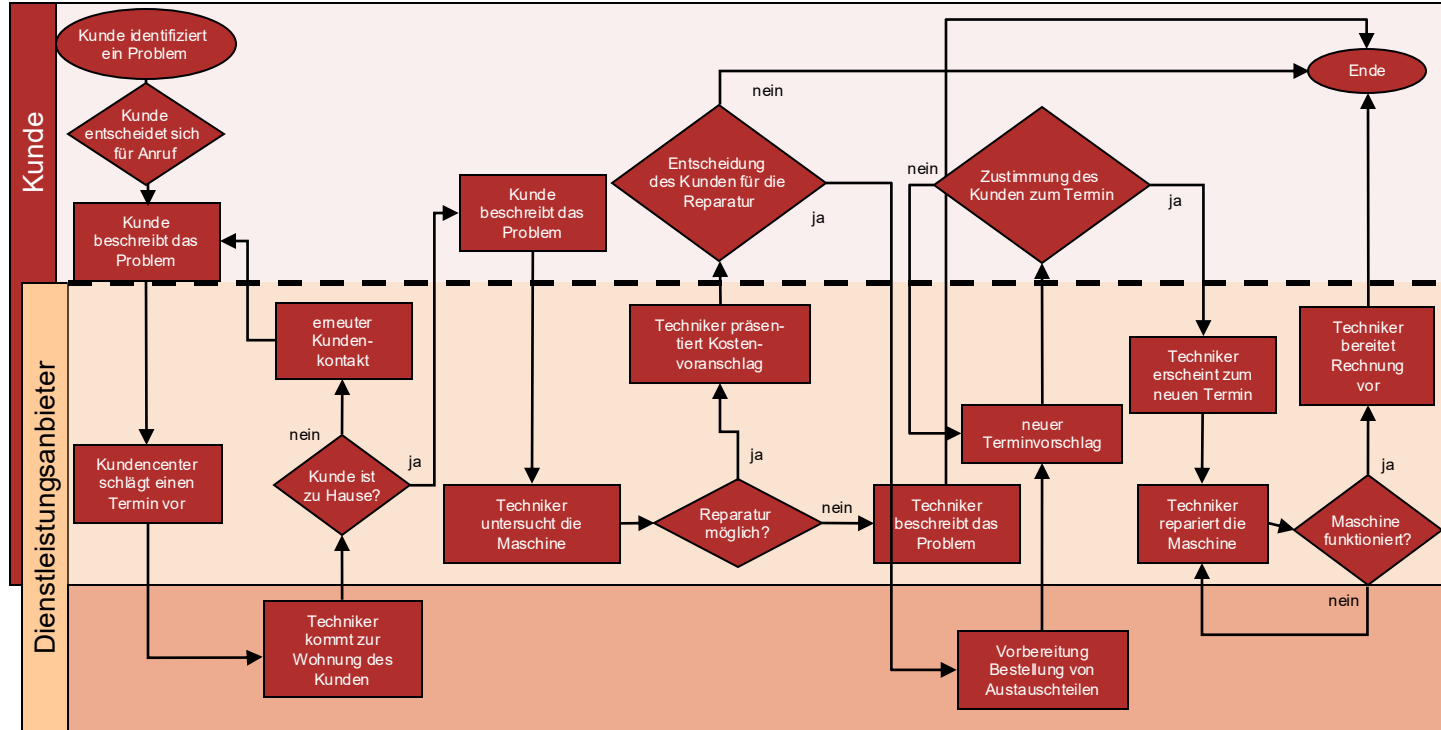


Quelle: <http://managementmethoden.info/TBSchlankheitWerkzeuge/TBFlussdiagramm>

# SERVICE BLUEPRINTING



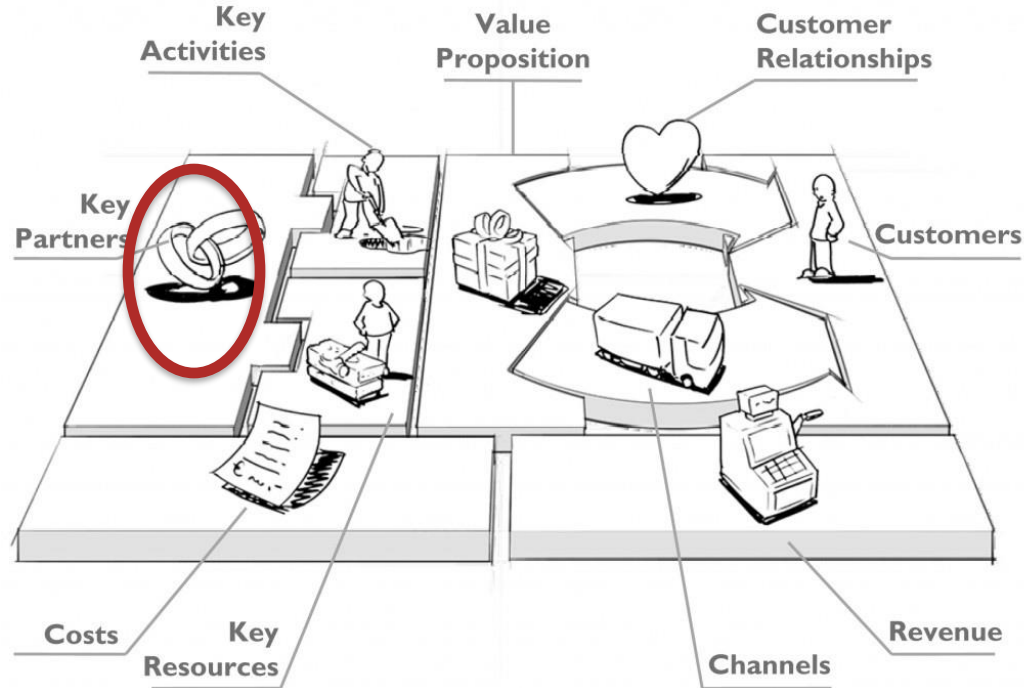
## BEISPIEL: REPARATUR-SERVICE



## SOFTWARE ZUR PROZESSBESCHREIBUNG

- Simply do it in Powerpoint oder EXECL
- Visio (Microsoft) – Gut für Flowcharts
- Bizagi Process Modeler – Kostenloser Flowcharter
- Bizagi Suite – erlaubt auch Prozess Simulation
- igrafx – erlaubt auch Prozess Simulation

# BUSINESS MODEL CANVAS



# SCHLÜSSELPARTNER

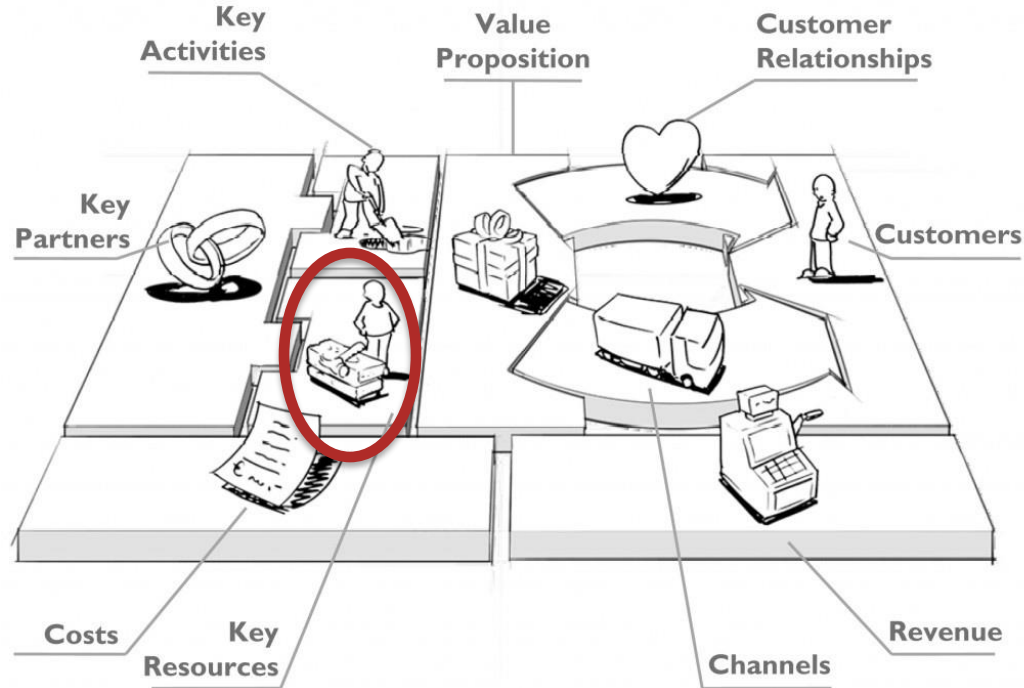
**Beschreibung des Netzwerkes aus Zulieferern und Partnern, die ein Geschäftsmodell möglich machen:**

- Zulieferer von Komponenten, Dienstleistungen
- Partner im Marketing und Vertrieb
- Finanzierungspartner
- etc.

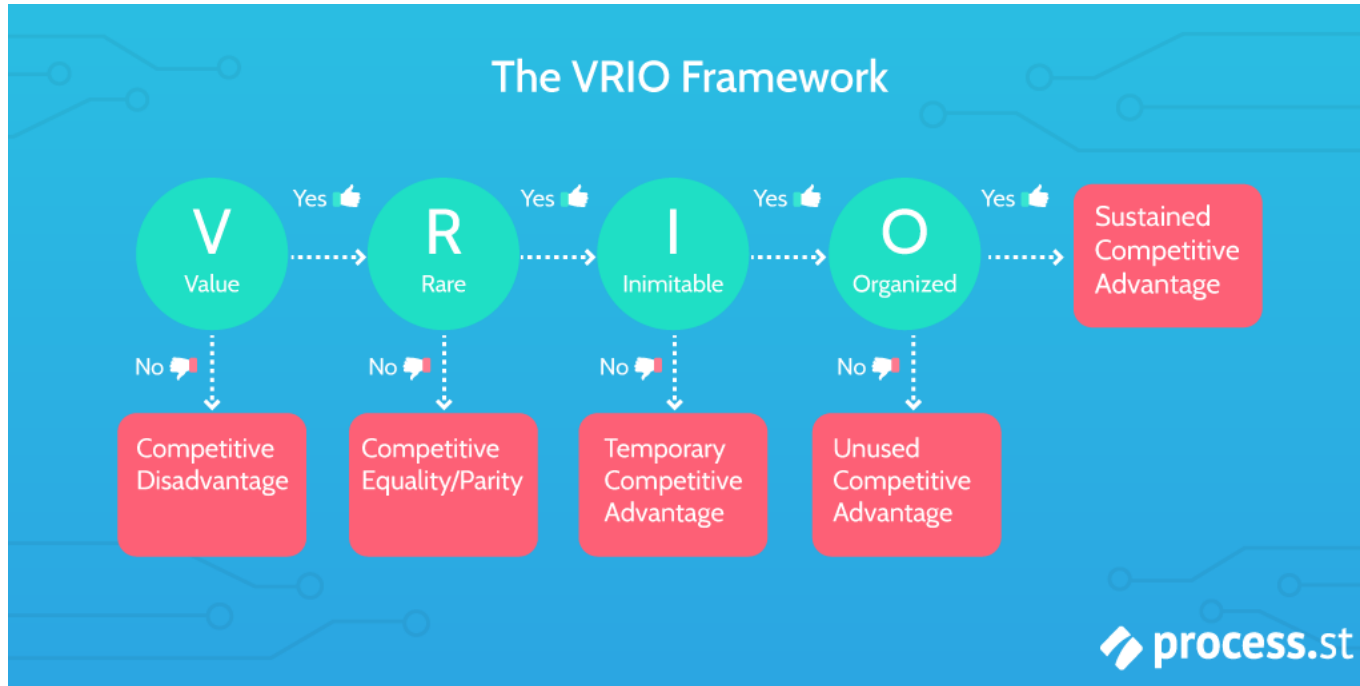
**Benennet die Schlüsselpartner konkret und beschreibt deren Beitrag für das Geschäftskonzept.**



# BUSINESS MODEL CANVAS



# SCHLÜSSELRESSOURCEN



# SCHLÜSSELRESSOURCEN

## **Beschreibung relevanter Personen (Gründer)**

- Schlüsselpersonen (Qualifikation, Erfahrung in der Branche, kaufmännisches Know-how)
- Personalplanung

## **Beschreibung weiterer relevanter Ressourcen**

- Ressourcenanalyse zur Identifikation einzigartiger Ressourcen

## **Hintergrundinformationen zur Unternehmensstruktur**

- Gründungsdatum
- Rechtsform
- Eigentumsverteilung und –struktur
- Organisation des Unternehmens (Organigramm)

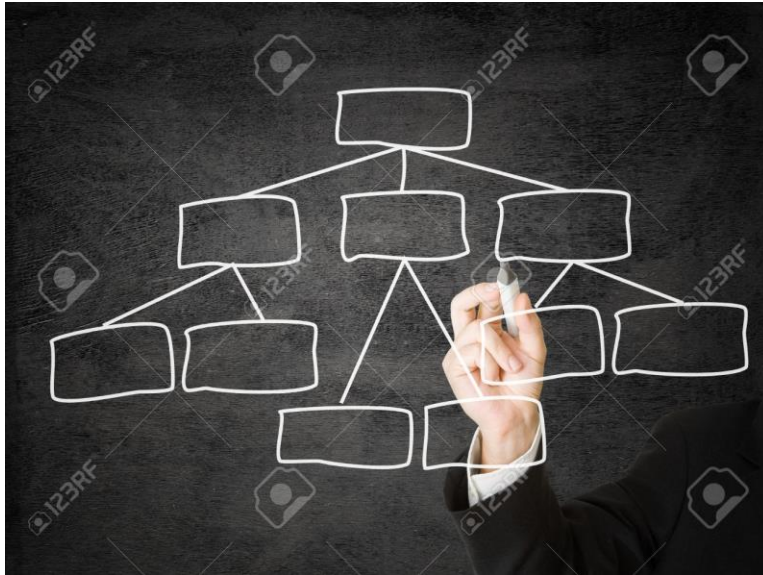
# SCHLÜSSELRESSOURCEN

| Resource          | Valuable                                  | Rare                                  | Inimitable                            | Organized             |
|-------------------|---|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| Technology Patent | Technology is relevant for product design | Monopol                               | Yes, for 20 years                     | Patent is granted     |
| Customer Database | Database allows fast market access        | 2-3 competitors have similar database | It takes time for competitors to copy | Database is available |
| Business Location |   |                                       |                                       |                       |
|                   |   |                                       |                                       |                       |
|                   |   |                                       |                                       |                       |
|                   |   |                                       |                                       |                       |

# GRÜNDUNGSDATUM, RECHTSFORM, EIGENTUMSVERTEILUNG

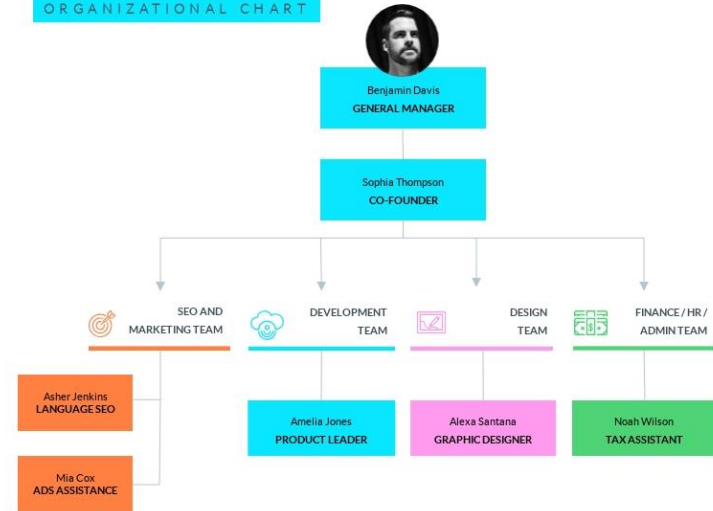
- Das Unternehmen wird am 01.01.2023 gegründet
- Das Unternehmen wird als GmbH mit 25.000 EUR Eigenkapital gegründet.
- Zwei Teilhaber, jeder 50%:
  - Herr XYZ
  - Frau ABC

## ORGANIGRAMM



## START-UP

### ORGANIZATIONAL CHART





UNIVERSITÄT  
LEIPZIG

# VIELEN DANK!

**Dr. Gunnar Kaßberg**

Geschäftsführer

SEPT Kompetenzzentrum

Universität Leipzig