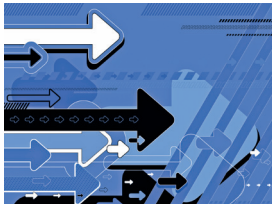
www.fir.rwth-aachen.de



Subscription Business

Technische Möglichkeiten von Industrie 4.0 in neue Geschäftsmodelle überführen –

Konsortial-Benchmarking für ausgewählte Industriepartner

fir an der RWTH Aachen

Herausforderungen

Wettbewerb:

- Unternehmen müssen die Möglichkeiten von Industrie 4.0 in neue, profitable Geschäftsmodelle übersetzen.
- Dem Kunden soll Zugang zu einer sich ständig verbessernden Leistung gegen regelmäßige Zahlung geboten werden (Subscription-Geschäftsmodell).
- Für die Umsetzung muss auch und vor allem eine organisatorische Transformation vollzogen werden.
- Unternehmen müssen in der Lage sein, das Wissen über das Kundenverhalten permanent in eine Innovation ihrer Leistung zu überführen.

Kunden:

- Kunden ändern ihre Präferenzen dafür, wie sie Produkte und Dienstleistungen kaufen, bezahlen und nutzen wollen.
- Kunden fordern, dass sich Leistungspakete zunehmend an ihrem eigenen Geschäftsmodell orientieren.
- Diese Kundenorientierung kann basierend auf einem nie dagewesenen Wissen und Verständnis über den Kunden aufgrund massenhaft verfügbarer Daten geschaffen werden.
- Subscription-Geschäftsmodelle stellen den Kundennutzen konsequent in den Mittelpunkt der Betrachtung.

Es beginnt der **Kampf um die Verteilung der wirtschaftlichen Ausbeute aus Industrie 4.0** und den damit massenhaft verfügbaren Daten – der Rohstoff für neue Leistungen. Hier werden sich **nur wenige erfolgreiche Geschäftsmodelle durchsetzen**, die anderen werden verschwinden oder eine Nebenrolle spielen. Wir finden im Benchmarking heraus, wie **erfolgreiche Anbieter** diesen Herausforderungen schon heute begegnen.

„Die Entwicklung in Richtung Subscription-Geschäftsmodelle schafft ein Alignment von Anbieter- und Kundeninteressen."

Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Wirt.-Ing.
Achim Kampker
Direktor des FIR e. V.
an der RWTH Aachen

„Subscription-Geschäftsmodelle schaffen langfristigere Beziehungen. Es geht darum, den Kunden zu verstehen, um so auf seine zukünftigen Wünsche eingehen und bestenfalls proaktiv handeln zu können."

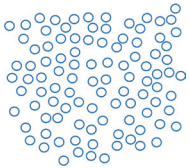
Prof. Dr.-Ing.
Volker Stich
Geschäftsführer des FIR e. V.
an der RWTH Aachen

Lernen Sie von den Besten!

Wie läuft ein Konsortial-Benchmarking ab?

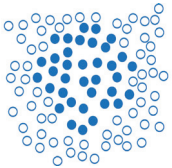
- Das Konsortial-Benchmarking besteht aus Konsortialpartnern und Benchmarkingpartnern.
- Die Konsortialpartner legen gemeinsam mit dem FIR die Themenschwerpunkte des Benchmarkings fest.
- Das FIR führt das Benchmarking mit den Benchmarking-partnern durch.
- Mit der Auswertung der Benchmarking-Ergebnisse werden die Successful-Practice-Unternehmen aus der Gruppe der Benchmarkingpartner identifiziert.
- Die Successful-Practice-Unternehmen werden von den Konsortialpartnern und dem FIR besucht.

Versendung von Fragebögen an ca. 3 000 Unternehmen



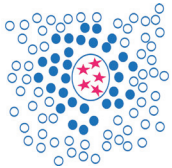
Durchführung einer Fragebogenstudie zu „Subscription Business“

Erste Auswahl von ca. 25 –30 interessanten Unternehmen



Identifikation von Unternehmen mit interessanten Ansätzen zur Implementierung von Subscription-Geschäftsmodellen

Besuch der Successful-Practice-Unternehmen



Auswahl von besonders erfolgreichen Unternehmen zur Durchführung von fünf Unternehmensbesuchen

Vorgehen und Zeitablauf des Konsortial-Benchmarkings

Kick-off-Meeting (April 2019)

- Erstes Treffen der Konsortialpartner
- Gemeinsame Definition der Benchmarkinganalyse
  - Themenschwerpunkte
  - Zielbranchen

Review-Meeting (November 2019)

- Präsentation der Benchmarkinganalyse
- Auswahl von fünf Unternehmen aus den Fallstudien
- Offenlegung der Unternehmensnamen

Besuch fünf ausgewählter Unternehmen

Apr. | Mai | Juni | Juli | Aug. | Sept. | Okt. | Nov. | Dez. | Jan. | Feb. | März | Apr.

2019 | 2020

Screening-Phase

Screening-Phase (FIR)

- Europaweite Benchmarkingstudie
- Telefoninterviews und Vorauswahl potenzieller Successful-Practice-Unternehmen
- Anfertigung von ca. zehn anonymisierten Fallstudien

Abschlusskonferenz (April 2020)

- Zusammenfassung der Ergebnisse
  - Benchmarking-Analyse
  - Unternehmensbesuche
- Auszeichnung der „Successful-Practices“

Ihr Nutzen...

- Sie profitieren von der Kompetenz im Bereich Dienstleistungsmanagement und der Erfahrung in der Durchführung von Benchmarkingstudien des FIR.
- Durch direkten Kontakt zu Successful-Practice-Unternehmen erhalten Sie Gelegenheit, wertvolle Erkenntnisse und Erfahrungen auszutauschen und praxisnahe Anregungen für Ihr Unternehmen mitzunehmen.
- Sie bekommen die Möglichkeit zum intensiven Austausch mit den anderen Konsortialpartnern.
- Sie knüpfen wertvolle Kontakte zu anderen Unternehmen des Konsortiums, die auch über das Konsortial-Benchmarking hinaus Bestand haben können.

„Durch die Unternehmensbesuche ermöglichen wir den Konsortialpartnern Einblicke in die Arbeitsweise von führenden Firmen, die Subscription-Geschäftsmodelle schon heute erfolgreich umsetzen. Unsere Konsortialpartner erhalten so die Möglichkeit, Erfolgskonzepte für das eigene Unternehmen abzuleiten."

Prof. Volker Stich, Geschäftsführer FIR

... und Aufwand

- Der Beitrag pro Konsortialpartner beträgt 25.000,- Euro (zzgl. USt).
- Für zwei Personen Ihres Unternehmens sind alle Aufwendungen (exkl. Reisekosten) für die Durchführung des Projekts und die Dokumentation enthalten.

Mögliche zentrale Fragestellungen

- Wie können geeignete Leistungspakte aus Produkt, Services und digitalen Services für das Angebot von Subscription-Geschäftsmodellen gestaltet werden?
- Wie komme ich zu einer permanenten Innovation der Leistung auf Basis von Customer Insights?
- Wie wird ein Preis für die einzelnen Leistungspakete kalkuliert?
- Wie viele unterschiedliche Subscription-Varianten sollte ich anbieten?
- Wie kann ein Subscription-Geschäftsmodell skaliert werden?
- Welche organisationale Struktur benötigt ein Unternehmen für das Angebot solcher Geschäftsmodelle?
- Wie sieht das Partnernetzwerk / Ökosystem aus?
- Wie halte ich den Nutzen für den Kunden konstant bzw. erhöhe diesen kontinuierlich?
- Wie oft muss dazu das Leistungsangebot angepasst werden?

Die zentralen Fragestellungen werden im Rahmen des Kick-off-Meetings gemeinsam mit dem Konsortium ausgearbeitet und an die **Bedürfnisse** und **individuellen Fragestellungen der Unternehmen** angepasst.

FIR – Forschung · Innovation · Realisierung

Die RWTH Aachen

- Gründung: 1870
- 118 Studiengänge
- 260 Forschungsinstitute
- 4 500 Wissenschaftler
- 482 Professoren
- 37 900 Studierende,davon
- ca. 9 000 Maschinenbaustudenten
- 1. Platz in den Kategorien Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Elektrotechnik, Informatik und Naturwissenschaften*

*) Uni-Ranking 2013 der WirtschaftsWoche

Der FIR e. V. an der RWTH Aachen

- Gründung: 1953
- 130 Mitarbeiter, davon
- 45 Wissenschaftler
- Zielsetzung: Brückenschlag zwischen Wissenschaft und Wirtschaft
- jährlich ca. 40 öffentlich geförderte Projekte
- jährlich ca. 60 Projekte mit Industriekunden
- Kompetenzen: Dienstleistungsmanagement, Informationsmanagement, Business-Transformation, Produktionsmanagement

Das Center Smart Services

- Gründung: 2015
- Zielsetzung des Centers: Unterstützung der produzierenden Industrie bei der Entwicklung und Etablierung digitaler Geschäftsmodelle
- Durchführung synergetischer, konsortialer Auftragsforschung

RWTH AACHEN UNIVERSITY

fir an der RWTH Aachen

CENTER SMART SERVICES

Kontakt

sb.konsortialbenchmarking.de

Dr.-Ing. Philipp Jussen
Bereichsleiter Dienstleistungsmanagement

Telefon: +49 241 47705-202
Mobil: +49 177 5790048
E-Mail: kbm_sb@FIR.RWTH-Aachen.de

Jana Frank, M.Sc. RWTH
Fachgruppenleiterin Subscription Business Management

Telefon: +49 241 47705-228
Mobil: +49 177 5790228
E-Mail: kbm_sb@FIR.RWTH-Aachen.de

fir an der RWTH Aachen
Forschung nutzen.
Mehrwert schaffen.

© FIR an der RWTH Aachen. Bildnachweise: Fotos Titelseite und Seiten 3, 5 und 6: © Fotolia;
Fotos Seite 7: © RWTH Aachen (Hauptgebäude), © JRF (Campus-Gebäude); © David Wilms (Center Smart Services);
Zeichnungen: © FIR; Portraits: © FIR/Die dargestellten Personen.