

Wie entstehen digitale Geschäftsmodelle?

Unser Fragenkatalog bietet einen ersten Rahmen zur Bewertung und Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle.

Es ist wichtig, dass jeder Punkt sorgfältig geprüft und die strategischen Fragen an die spezifischen Gegebenheiten des Unternehmens und des Marktes angepasst und erweitert werden.

1. Verständnis des bestehenden Geschäftsmodells

Was sind die Kernkomponenten des aktuellen Geschäftsmodells?

Wer sind die Hauptkunden und welche Bedürfnisse werden derzeit bedient?

Wie und wo wird derzeit Wert geschaffen und erfasst?

Welche Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken sind mit dem aktuellen Modell verbunden?

2. Bewertung der digitalen Reife und Möglichkeiten

Inwiefern nutzt das Unternehmen derzeit digitale Technologien?

Welche digitalen Trends und Technologien könnten das bestehende Geschäftsmodell ergänzen oder erweitern?

Wie skalierbar sind die Organisation und die Systeme, um digitale Geschäftsmodelle zu etablieren?

3. Kundenperspektive und Marktforschung

Wie ändern digitale Technologien die Erwartungen und das Verhalten der Kunden?

Gibt es unerfüllte Bedürfnisse oder Probleme der Kunden, die digital gelöst werden könnten?

Welche neuen Kundensegmente können mit digitalen Geschäftsmodellen erschlossen werden?

Wie sieht die Wettbewerbslandschaft in Bezug auf digitale Geschäftsmodelle aus?

Welche branchenfremden Trends und Player greifen das aktuelle Geschäftsmodell an?

4. Innovationspotenzial und Ideengenerierung

Welche neuen Geschäftsideen oder -modelle könnten durch die Anwendung digitaler Technologien entstehen?

Gibt es Möglichkeiten zur Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen?

Können bestehende Prozesse oder Angebote digital verbessert werden?

Wie kann daraus Umsatz generiert werden?

5. Ressourcen und Kompetenzen

Welche Ressourcen (z.B. Finanzen, Marketing, Business Development, Personal, IT) sind verfügbar oder notwendig, um ein digitales Geschäftsmodell zu entwickeln?

Welche Fähigkeiten und Kenntnisse sind erforderlich und sind diese im Unternehmen vorhanden oder müssen sie entwickelt werden?

Auf welche externen Ressourcen durch Partnerschaften und Kooperationen kann bereits zugegriffen werden?

6. Risiko- und Machbarkeitsbewertung

Welche aktuellen Entwicklungen könnten das derzeitige Geschäftsmodell komplett überflüssig machen.

Welche Risiken sind mit dem Übergang zu einem digitalen Geschäftsmodell verbunden?

Wie realistisch und umsetzbar sind die identifizierten digitalen Initiativen?

Wie werden Erfolg und Fortschritt gemessen?

7. Strategiebewertung und Roadmap

Welche strategischen Ziele sollen mit dem digitalen Geschäftsmodell erreicht werden?

Inwiefern verändern digitale Geschäftsmodelle die Portfoliostrategie und Positionierung des Unternehmens? Sollen diese z.B. ausgegründet werden?

Wer ist für die Implementierung und den Go-to-Market von digitalen Geschäftsmodellen in der Organisation verantwortlich?

Haben Sie Fragen?

Wir begleiten Sie als Beiräte in der digitalen Transformation.



Diana Perez



Thomas Zimmerer



Deutsche Digitale Beiräte