

## **Ansprechpartnerin**

Dipl.-Ing. Dr.techn. Christiana Ropposch

E-Mail: [christiana.ropposch@tugraz.at](mailto:christiana.ropposch@tugraz.at)

Telefon: +43 316/873-7502

## **Titel: Strategic Analysis for Business Models**

Die Entwicklung des Geschäftsmodells wird maßgeblich durch interne und externe Faktoren beeinflusst. Unterschiedliche Faktoren (interne sowie externe Faktoren) beeinflussen das Geschäftsmodell und begünstigen oder erschweren Veränderungen. Daher ist es für die Entwicklung oder Innovation des Geschäftsmodells relevant, das eigene Unternehmen (hinsichtlich Ressourcen und Kompetenzen) sowie das Unternehmensumfeld (z.B. Markt, Konkurrenz) zu kennen. Durch die genaue Kenntnis des eigenen Unternehmens und des Umfeldes können Potentiale für die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells erkannt und aufgegriffen werden.

Im Rahmen dieses Workshops stellen wir Ihnen Methoden und Tools zur strategischen Analyse des eigenen Unternehmens sowie der externen Umwelt vor. Diese Methoden und Tools sollen Ihnen helfen, die notwendigen Informationen zur Strategieentwicklung und Entwicklung des Geschäftsmodells zu erarbeiten. Sie erhalten in diesem Workshop die Möglichkeit, ein Tool praktisch auszuprobieren. Mit diesen Informationen können Sie dann im nächsten Schritt in die Entwicklung Ihres Geschäftsmodells gehen, z.B. auch mit Hilfe unseres Workshops Business Model Development.

Nach diesem Workshop können Sie unternehmensinterne und -externe Faktoren systematisch analysieren. Sie sind in der Lage, die daraus gewonnenen Informationen zur strategischen Entwicklung sowie zur Entwicklung bzw. Innovation des Geschäftsmodells zu verwenden.

### **Ziele:**

- Kennenlernen von Methoden und Tools zur internen Unternehmensanalyse sowie externen Umfeldanalyse
- Anwendung eines ausgewählten Tools zur Umfeldanalyse/internen Analyse
- Identifikation von Potentialen zur Veränderung des Geschäftsmodells
- Ausarbeitung von Geschäftsmodell-Optionen basierend der Erkenntnisse
-

**Zeitlicher Ablauf des Workshops (ca 6h):**

00:00 – 00:15	15 min	Vorstellungsrunde, Präsentation der Agenda
00:15 – 01:00	45 min	Keynote: Tools zur internen Unternehmensanalyse
01:00 – 02:00	60 min	Praktische Übung: Anwendung eines Tools
02:00 – 02:15	15 min	Pause
02:15 – 02:45	30 min	Kurze Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse
02:45 – 03:30	45 min	Keynote: Tools zur externen Umfeldanalyse
03:30 – 04:30	60 min	Praktische Übung: Anwendung eines Tools
04:30 – 04:45	15 min	Pause
04:45 – 05:15	30 min	Kurze Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse
05:15 – 05:45	30 min	Wrap-Up: Zusammenfassung und Feedback

**Literaturempfehlungen:**

Müller, C. (2015), Strategisches Management im Unternehmen, in: Vorbach, S. (Hg.): *Unternehmensführung und Organisation – Grundwissen für Wirtschaftsingenieure in Studium und Praxis*, utb, S. 127-242.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation – A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.