

## HUMAINE-TOOLBOX

### INSTRUMENTE ZUR STRATEGIE- UND GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG

## VALUED-BASED BUSINESS MODEL CANVAS

#### ERKENNTNISZIEL

Das VBMC dient der Visualisierung und Strukturierung von wertorientierten KI-basierten Geschäftsmodellen (GM). Damit kann das aktuelle GM eines Unternehmens abgebildet werden, sodass Ansatzpunkte für den KI- Einsatz deutlich werden. Es kann ebenso bei der wertorientierten Entwicklung neuer KI-basierter GM dienlich sein. Jedem Baustein sind Fragen zugeordnet, sodass eine fragenbasierte Anleitung zur Modellierung eines wertorientierten KI-basierten GM gegeben ist. So können Nutzende sich über ihre strategische Ausrichtung im Klaren werden.

#### EINORDNUNG IN DAS HUMAINE-METHODENSPEKTRUM

Qualitative Forschung bzw. Aktionsforschung (Einsatz des Instruments in einem Präsenz- oder Online-Workshop).

#### AUTOREN

Marie-Christin Barton, Prof. Dr. Jens Pöppelbuß

#### ANSPRECHPARTNER

Marie-Christin Barton ([marie-christin.barton@isse.rub.de](mailto:marie-christin.barton@isse.rub.de)),  
Prof. Dr. Jens Pöppelbuß ([marie-christin.barton@isse.rub.de](mailto:marie-christin.barton@isse.rub.de))

#### STAND

Mai 2022

### KONKRETE BESCHREIBUNG

#### Erkenntnisziel beim Einsatz des Instrumentes

Das VBMC dient der Visualisierung und Strukturierung von wertorientierten KI-basierten Geschäftsmodellen (GM). Damit kann das aktuelle GM eines Unternehmens abgebildet werden, sodass Ansatzpunkte für den KIEinsatz deutlich werden. Es kann ebenso bei der wertorientierten Entwicklung neuer KI-basierter GM dienlich sein. Jedem Baustein sind Fragen zugeordnet, sodass eine fragenbasierte Anleitung zur Modellierung eines wertorientierten KI-basierten GM gegeben ist. So können Nutzende sich über ihre strategische Ausrichtung im Klaren werden.

#### Welche Fragestellungen können untersucht werden?

Das populäre Business Model Canvas (BMC) unterteilt ein GM in neun Bausteine. Durch den ergänzenden Fokus der Wertorientierung ergibt sich im VBMC ein weiteres Feld (KI-Ethik-Prinzipien). Das VBMC dient der Beschreibung der Gegenwart sowie der zu erwartenden Zukunft. Folgende Fragestellungen sollten je Baustein geklärt werden, um ein wertorientiertes KI-basiertes GM zu konzipieren:

#### Kundensegmente:

Wer sind Ihre wichtigsten Kunden (Markt, Branche, Kundenregion, Kundenbereich etc.)? Für wen schöpfen Sie Wert? Welche ethischen Werte (Datenschutz, Transparenz, Wohltätigkeit, Autonomie etc.) sind Ihren Kunden wichtig? Wie erfolgt Ihre Kundenauswahl (datenbasiert, intuitiv etc.)? Beschreibung der Zielgruppe.

#### Wertangebot:

Welchen Wert vermitteln Sie den Kunden? Welches Kundenproblem helfen Sie zu lösen? Welche Kundenbedürfnisse werden erfüllt? Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten Sie jedem Kunden? Welche ethischen Prinzipien (Transparenz, Wohltätigkeit etc.) decken Sie mit dem Angebot ab? Ist KI zentraler Bestandteil des Angebots? Beschreibung des Wertangebots / des Nutzenversprechens.

#### Kanäle:

Über welche Kanäle wollen die Kunden erreicht werden (Vertriebskanäle)? Wie erreichen Sie Ihre Kunden (Kommunikation und Instrumente)? Wird bei der Kommunikation der Datenschutz (datenbezogene Privatsphäre, Dateneigentum und Zugänglichkeit zu den Daten) gewährleistet? Wie sind Ihre Kanäle integriert? Welche funktionieren am besten? Welche sind am kosteneffizientesten? Wie integrieren Sie sie in die Kundenabläufe?

**Kundenbeziehung:**

Wie oft werden Sie mit Ihren Kunden interagieren? Welche Art von Beziehung erwartet jedes Kundensegment? Welche haben Sie eingerichtet? Wie können Sie die Berücksichtigung ethischer Werte (Gerechtigkeit, Transparenz etc.) in der Kundenbeziehung gewährleisten? Wie kostenintensiv sind die Kundensegmente? Wie sind sie in das übrige GM integriert?

**Einnahmequellen:**

Für welche Werte sind Kunden bereit zu zahlen? Wofür bezahlen sie aktuell? Wie bezahlen sie? Wie würden sie gerne bezahlen? Wie viel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

**Schlüsselressourcen:**

Welche Ressourcen (physisch, menschlich, intellektuell und finanziell) benötigen Sie, um Ihre Idee zu verwirklichen?

**Schlüsselpartnerschaften:**

Welches sind Ihre wichtigsten Partner, um einen Wettbewerbsvorteil zu erhalten? Beschreibung des Netzwerkes von Lieferanten und Partnern, die zum Gelingen des GM beitragen.

**Schlüsselaktivitäten:**

Was sind die wichtigsten Schritte zur Erbringung des Wertangebots?

**Kostenstruktur:**

Welches sind die wichtigsten Kosten, die mit Ihrem Geschäftsmodell verbunden sind? Welche Schlüsselressourcen sind am kostenintensivsten? Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

**KI-Ethik-Prinzipien:**

Welche Prinzipien (Wohltätigkeit, Transparenz, NichtBoshaftigkeit, Autonomie, Gerechtigkeit und Datenschutz) für die wertorientierte Nutzung von KI verfolgen Sie? Welche ethischen Prinzipien haben die höchste Priorität? Wie gewährleisten Sie die Einhaltung dieser?

**Zu erwartende  
Ergebnisse**

Strategisches Konzept zur Realisierung eines wertorientierten KI-basierten GM.

<b>Typische Anlässe für den Einsatz</b>	Unternehmen, die Ihr GM nachhaltig gestalten wollen, Effizienz- und Umsatzsteigerungen fokussieren und dabei die Menschen und ihre Werte mitdenken.
<b>Einordnung in das Spektrum der Untersuchungsmethoden</b>	Qualitative Forschung bzw. Aktionsforschung (Einsatz des Instruments in einem Präsenz- oder Online-Workshop).
<b>Welche Kenntnisse werden für den Einsatz des Instrumentes benötigt?</b>	Empfohlen wird ein Teilnehmerkreis aus verschiedenen Interessensgruppen. Einzelne Personen sollten über den zu betrachtenden Use Case informiert sein und mindestens eine Person mit KI-Expertise. Besondere methodische Kenntnisse sind nicht notwendig.
<b>Wie viele Personen und welcher Gesamtzeitaufwand werden für den Einsatz des Instruments benötigt? (Erhebung und Auswertung)</b>	Es empfiehlt sich, dass mindestens eine Person je Interessensgruppe teilnimmt. Vorteilhaft ist die Teilnahme eines/r KI-Experten/in. Für einen ersten Entwurf sollten ca. vier Stunden eingeplant werden, wobei der Zeitaufwand abhängig von den Vorkenntnissen hinsichtlich einzelner GM-Bereiche ist. Es sollte eine moderierende Person anwesend sein.
<b>Welcher Zeitaufwand wird auf Seiten des Untersuchungspartners benötigt?</b>	Ca. vier Stunden in einem Workshop.
<b>Besonderer Nutzen / Empfehlung zum Einsatz</b>	Überblick über ein bestehendes oder potenzielles wertorientiertes KI-basiertes GM zur strategischen Ausrichtung.
<b>Empfohlene Zitation des Instruments</b>	Barton, M.-C. & Pöppelbuß, J. (2022). Value-based Business Model Canvas.
<b>Zu beachtendes Copyright</b>	Das BMC ist unter einer Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht, die Variationen und Erweiterungen erlaubt. Die Ursprungsquelle ist Strategyzer.com.
<b>Literaturverweise und/oder andere Referenzen zum Einsatz des Instrumentes</b>	Barton, M.-C. & Pöppelbuß, J. (2022). Prinzipien für die ethische Nutzung künstlicher Intelligenz. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 59 (2). Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt: Campus. Spiekermann, S. (2021). Value-based Engineering: Prinzipien und Motivation für bessere IT-Systeme. Informatik Spektrum, 4, 247-256. Rübel, S., Rebmann, A., Emrich, A., Klein, S. & Loos, P. (2019). Improving business model configuration through a question-based approach. Wirtschaftsinformatik, 1892-1903.
<b>Kontakt/Ansprechpartner</b>	Marie-Christin Barton ( <a href="mailto:marie-christin.barton@isse.rub.de">marie-christin.barton@isse.rub.de</a> ) Prof. Dr. Jens Pöppelbuß ( <a href="mailto:jens.poeppebuss@isse.rub.de">jens.poeppebuss@isse.rub.de</a> )

