



Universität St.Gallen



Erlösmodelle für Independent Living

Prof. Dr. Hubert Österle
Nürnberg, 29.9.2010



1. Vision des Independent Living

2. Erkenntnisse aus Fällen

3. Erlösmodelle

- “Einer der grössten Wachstumstreiber für Vermögensverwalter ist die Altersvorsorge, welche durch den demographischen Wandel stetig an Bedeutung gewinnt.”

[Die Bank, 2010]

- In allen industrialisierten Ländern besitzt die 50-plus-Generation

- $\frac{3}{4}$ des Vermögens
- $\frac{1}{2}$ der Kaufkraft

[Economist, 2002]

- Die über 50-Jährigen haben ihren Konsum in den letzten 20 Jahren 3 mal stärker als der Durchschnitt gesteigert.

[Economist, 2002]

Viele hoffen auf den Markt der Senioren

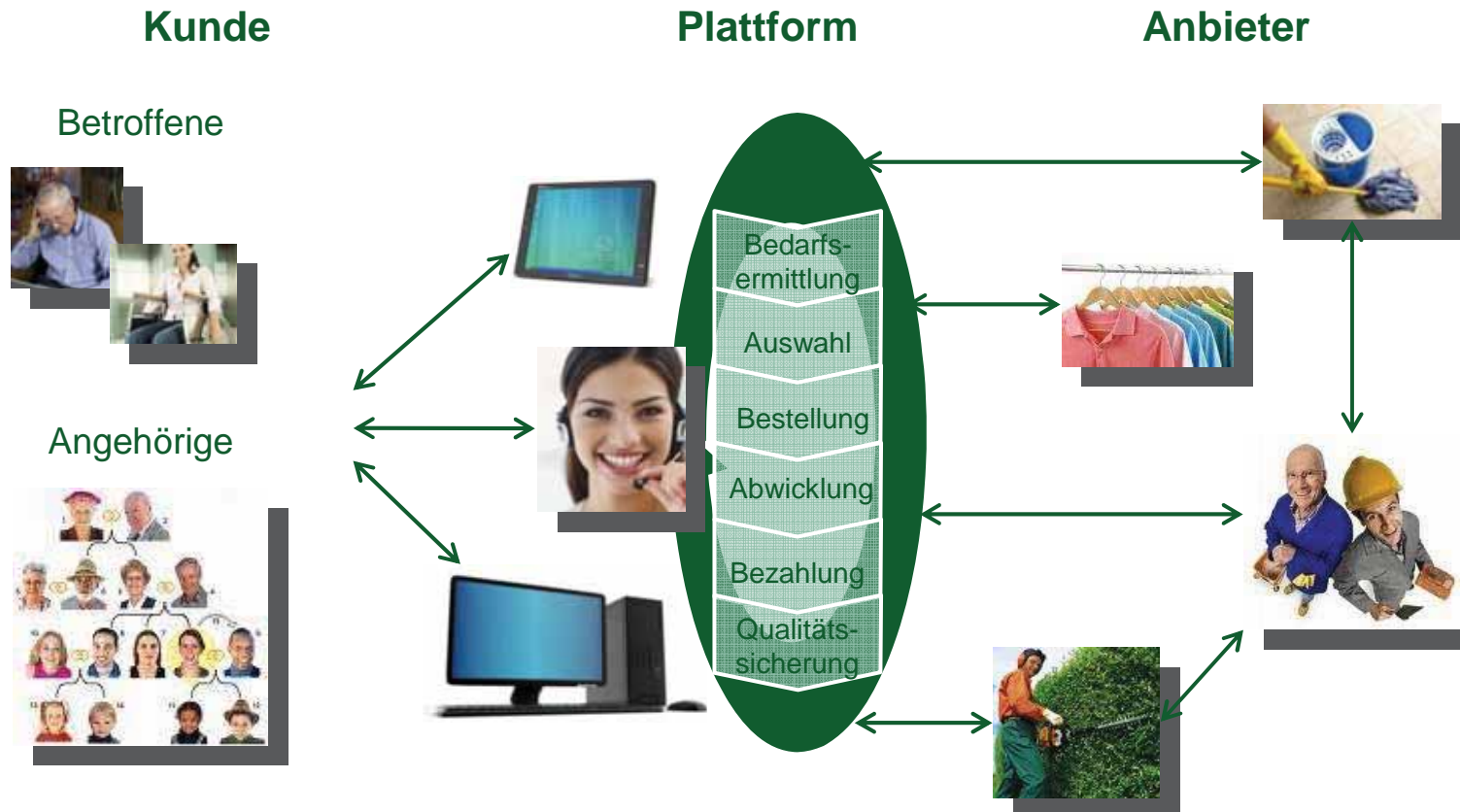




Vision

***Länger in den eigenen vier Wänden
leben – bei hoher Lebensqualität!***

Senioren brauchen einen „Assistenten“



Alles aus einer Hand

1. Vision des Independent Living

2. Erkenntnisse aus Fällen

3. Erlösmodelle

Essensvermittlung durch eat.ch



The screenshot shows the eat.ch website interface. At the top left is the logo "eat.ch just a click away...". To the right are language options "DE EN FR" and a navigation bar "ESSEN ONLINE BESTELLEN". Below the navigation bar are links for "Für Kurier* | Service | Support & Kontakt". The main content area is divided into two columns. The left column features a search bar with "PLZ-Suche" and a map of Switzerland with orange outlines of the cantons. Below the map is the text "Kanten zeichnen". The right column features a large image of a burger, followed by a section titled "Bewertungen lesen, Kurier* bewerten" with a link "Qualität der Bestellung bewerten, Bewertungen lesen, vergleichen!". Below this is a section titled "Herzlich willkommen auf eat.ch" with a paragraph of text. Further down is a section titled "Essen online bestellen: Die Vorteile auf einen Blick" with a bulleted list of benefits. At the bottom right of the sidebar is a button labeled "Infos und Aktionen von eat.ch erhalten" with a play icon.

- Anbieter zahlen 7%
- Kundennutzen: Suche und Online-Bestellung
- eat.ch vermarktet über Google und Facebook

Vermittlung von Handwerkern durch MyHammer.de

The screenshot shows the MyHammer.de website interface. At the top, there is a navigation bar with the MyHammer logo and the tagline "Gute Arbeit. Guter Preis.". Below the navigation bar, there is a search bar with the text "Sie sind Handwerker oder Dienstleister? Hier entlang, bitte.". The main content area features a large banner with the headline "MyHammer hat die besten Handwerker & Dienstleister für Sie!". Below the banner, there is a three-step process diagram: 1. "Auftrag einstellen" (Describe your task), 2. "Zurücklehnen und Angebote erhalten" (Receive qualified offers), and 3. "Vergleichen und zuschlagen" (Compare and choose). Below the diagram, there is a search form with fields for "Was soll erledigt werden?", "Wo? (PLZ)", and "In welcher Kategorie?". The bottom section of the page contains several promotional boxes: "Das MyHammer-Versprechen" (MyHammer Promise), "Im Branchenbuch suchen" (Search in the industry directory), "Der MyHammer Blog" (The MyHammer Blog), and "MyHammer ist Testsieger!" (MyHammer is Test Winner!).

- Selbstanmeldung → viele verschiedene Dienstleister
- Anbieter zahlen Grundgebühr und 2 – 4 %
- Vermarktung: Internet und TV

Vermittlung von Wohnungsservices durch Wohnungswirtschaft

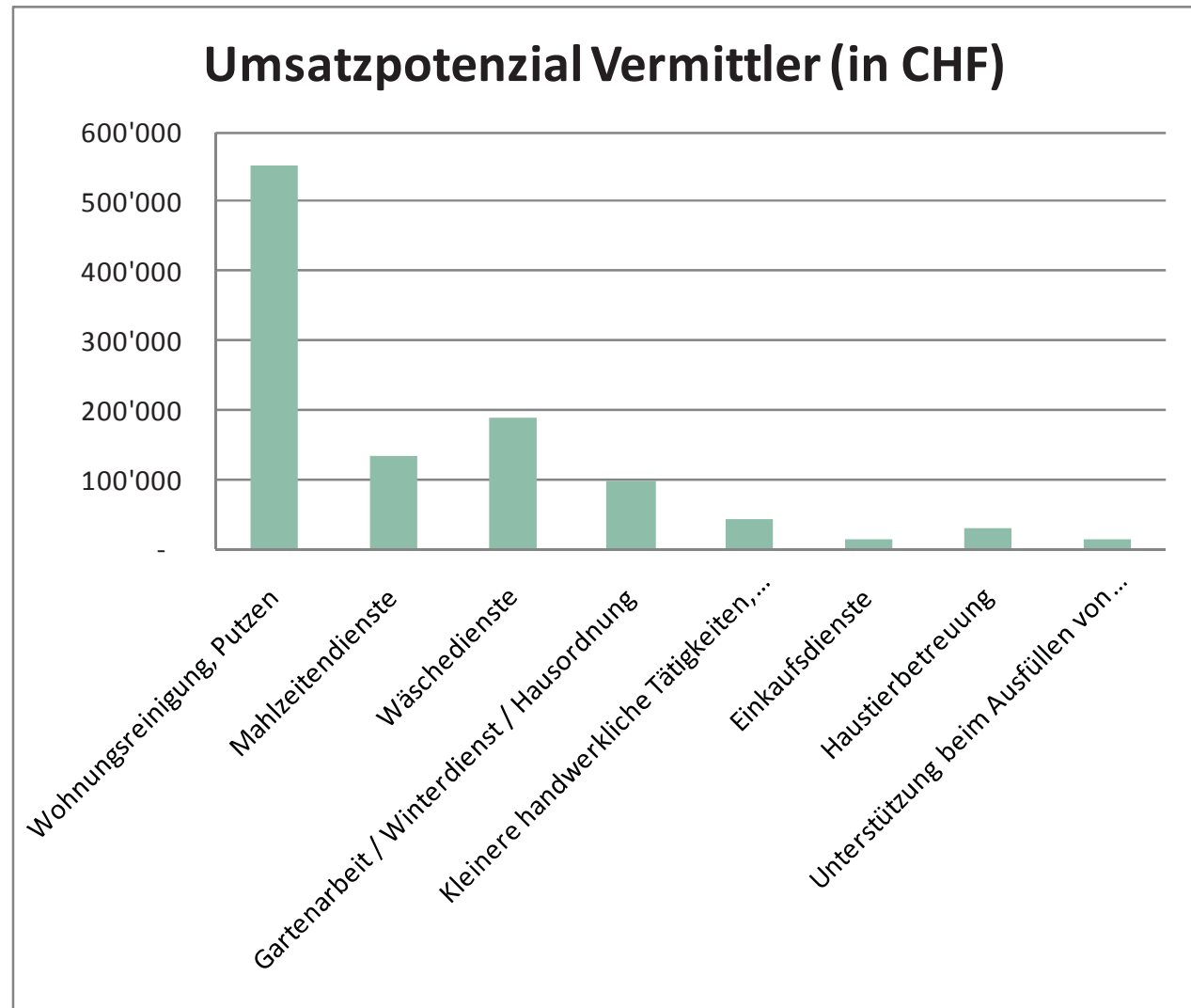
- Fehlen von Diensten führt dazu, dass ältere Menschen ihre angestammte Wohnung verlassen müssen
- Ergänzung des Service-Portfolios um haushaltsnahe Dienstleistungen
- Haushaltsnahe Dienste nicht nur für die ältere, sondern die gesamte Mieterschaft (Komfortgedanke)
- Konkrete Potentialermittlung (Umsatz- und Gewinnpotential) mit Excel-Kalkulator



Quelle: Wincasa

Erlösabschätzung

Szenario	
Grundgesamtheit	20'000 Wohnungen
Rolle	Vermittler
Vermittlungsgebühr	4%





- | | | |
|---|--|---|
|  Ärztehaus |  Reinigungs-Service |  Ferien-Service |
|  Deutsches Rotes Kreuz |  Freizeit-Service |  Anmietungs-Service |
|  Handwerker-Service |  Wäsche-Service |  Individual-Service |
|  Concierge-Service |  Büro-Service |  Menü-Service |

1. Vision des Independent Living

2. Erkenntnisse aus Fällen

3. Erlösmodelle

Barrieren

- Kundenzugang
- User-Interface für Senioren
- Atomistischer Anbietermarkt
- Ausgabeverhalten (Geiz)
- Freiwilligen- und Schwarzarbeit

- Notsituation, Überforderung

- Auswahl des richtigen Service / Produktes
 - Suche des verfügbaren Angebotes

 - Bewertung

 - Finden des besten Preises

Erkenntnisse

- Fokus auf Leidensdrücke
- Qualitätssicherung durch Rating und Review (Vertrauen)
- Kritische Masse an Konsumenten: Überregionale Services
- Kundenzugang
 - Internet (Google Adwords, Facebook, Affiliates, Coguan, ...)
 - Werbung
 - Click & Mortar
- Keine Stigmatisierung → Life Style
- Feste Lieferantenverbindungen
- Nutzen für alle Teilnehmer der Wertschöpfungskette



- Wer bezahlt?
 - Konsumenten: Keine Gebühren
 - Serviceanbieter: Keine Gebühren vor Umsatz, sondern Provision
 - Versicherung und Kommunen: Kostensicht
 - Indirekte Bezahlung

Konsequenzen

- IL-Plattform hilft
 - Senioren (und Jungen)
 - Bezahlern
 - Service- und Produktanbietern
- Geschäftsfeldanalyse: Eigene Chancen im Seniorenmarkt abschätzen

Kontakt Daten



www.cc-il.eu

Prof. Dr. Hubert Österle

Universität St. Gallen

Institut für Wirtschaftsinformatik

E-Mail: hubert.oesterle@unisg.ch

Telefon: +41 71 224 2420

Geschäftsfeldanalysen bestimmen das unternehmensspezifische Potential

