

Subscription in drei Tagen

Grundlagenkurs zeigt systematischen Weg zum digitalen Geschäftsmodell

Subscription in Three Days

Basic Course Shows Systematic Path to the Digital Business Model

Das Thema *Subscription* stellt trotz seiner zentralen Bedeutung für Industrieunternehmen nach wie vor eine große Herausforderung dar. Um den Transformationsprozess jedoch zielgerichtet anstoßen zu können, ist es wichtig, die theoretischen Grundlagen zu kennen, die beispielsweise bei der Bestimmung von Schwerpunkten oder der Abschätzung des Transformationsaufwands helfen. Dieses Wissen fehlt oft in den Unternehmen, was den Prozess für die Verantwortlichen entsprechend erschwert.

Diesem Problem begegnet das *FIR an der RWTH Aachen* mit dem neuen Grundlagenkurs „Subscription in drei Tagen“, der innerhalb von drei Tagen alle relevanten Grundlageninformationen vermittelt.

Inhaltlich orientiert sich der Grundlagenkurs am etablierten Vorgehen zur Einführung von Subscriptionmodellen – dem Aachener Subscription-Business (s. Bild 1, S. 38). Das *FIR an der RWTH Aachen* begleitet Unternehmen aus der produzierenden Industrie seit Beginn der Subscription-Revolution in Forschungs- und Industrieprojekten bei der schrittweisen Umsetzung ihres individuellen Subscription-Modells. Die hierbei gesammelten Erfahrungen fließen gebündelt in die Gestaltung der einzelnen Lerneinheiten ein.

Der Kurs gliedert sich organisatorisch in drei Teile, die im *Cluster Smart Logistik auf dem RWTH Aachen Campus* stattfinden. Der Einstieg in das Thema der industriellen Subscription erfolgt praxisnah und stellt den Ordnungsrahmen vor. Im Anschluss daran wird das Thema *Kunden- & Marktanalyse* im Hinblick auf die Identifikation von Potenzialkunden und deren Bedürfnisse behandelt. Die Lerneinheit *Strategie & Finanzierung* unterstützt die Teilnehmer:innen bei der Erstellung einer Business-Case-Prognose sowie der Formulierung passender Ziele für ihr erfolgreiches Subscriptiongeschäft. Die Einheit *Leistungsangebot & Risiken*

Despite its central importance for industrial companies, the topic of subscription still represents a major challenge. However, in order to be able to initiate the transformation process in a targeted manner, it is important to know the theoretical principles that help, for example, in determining focal points or estimating the transformation effort. This knowledge is often lacking in companies, which makes the process correspondingly more difficult for those responsible.

The *FIR at RWTH Aachen University* is addressing this problem with the new “Subscription in three Days” basic course, which provides all the relevant basic information within three days.

The content of the basic course is based on the established procedure for introducing subscription models – the Aachen Subscription Business (see Figure 1, p. 38). Since the beginning of the subscription revolution, the *FIR at RWTH Aachen University* has been supporting companies from the manufacturing industry in research and industry projects during the step-by-step implementation of their individual subscription model. The experience gained in this process is bundled and incorporated into the design of the individual learning units.

The course is divided organizationally into three parts, which take place in the *Smart Logistics Cluster on the RWTH Aachen Campus*. The introduction to the topic of industrial subscription is practical and introduces the regulatory framework. This is followed by the topic of *Customer & Market analysis* with regard to the identification of potential customers and their needs. The *Strategy & Financing* unit supports participants in creating a business case forecast and formulating suitable goals for their successful subscription business. The *Range of Services & Risks* unit provides fundamental information on how to design your own subscription service offer and which customer risks can be assumed as a result. Following on

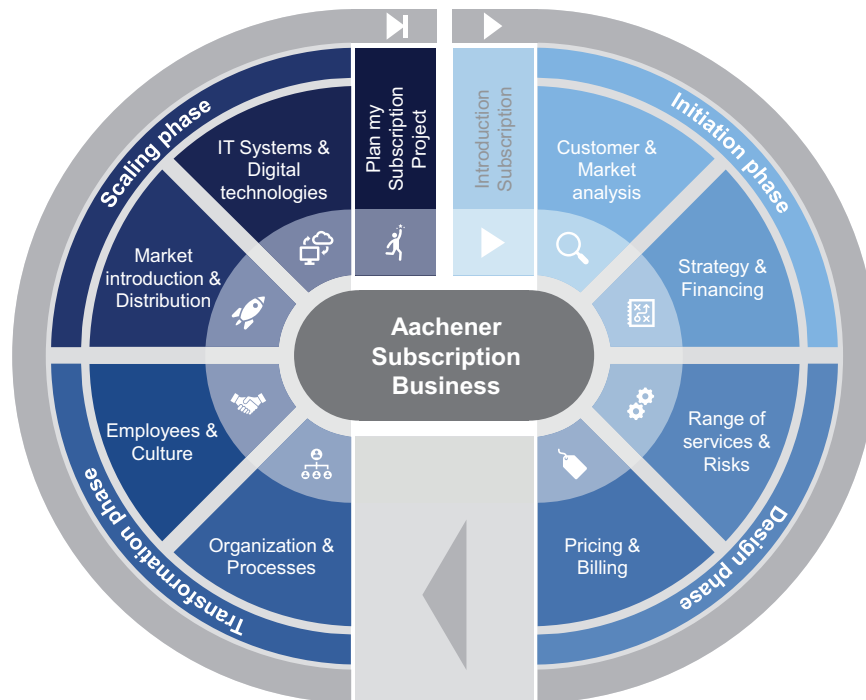


Figure 1: Framework of the Subscription Basic Course (own illustration)

vermittelt fundamentale Informationen zur Gestaltung des jeweils eigenen Subscription-Leistungsangebots und informiert darüber, welche Kundenrisiken dadurch übernommen werden können. Daran anknüpfend vermittelt die Einheit **Pricing & Billing** einen Überblick über bestehende Preismodelle und unterstützt bei der Preispunktdefinition. Das darauffolgende thematische Modul bezieht sich auf das Thema **Organisation & Prozesse**. Hier lernen die Kursteilnehmer:innen, wie sie ihre Organisation entsprechend aufbauen können und welche Rollen innerhalb ihrer Aufbauorganisation eine zentrale Bedeutung für die neuen Geschäftsmodelle haben. Die Einheit **Mitarbeiter & Kultur** behandelt Themen zum Umgang mit dem kulturellen Wandel sowie zu Methoden der Motivation von Mitarbeiter:innen. Daran anknüpfend werden im Rahmen der Einheit **Markteinführung & Vertrieb** wichtige Vertriebskennzahlen sowie Möglichkeiten der zielgerichteten Motivation des Vertriebsteams vermittelt. Das Modul **IT-Systeme & digitale Technologien** ist hingegen auf die IT-seitige Umsetzung und die dazugehörige automatisierte Abrechnung der Leistung ausgerichtet. Die daran anschließende Vermittlung wichtiger Projektmanagementgrundlagen hilft, das gewonnene Wissen direkt im eigenen Unternehmen auf den jeweils konkreten Anwendungsfall übertragen zu können.

Insgesamt bietet der Kurs Gelegenheit, alle relevanten Grundlagen für das jeweils individuelle Geschäftsmodell kennenzulernen, um auch mit dem eigenen Unternehmen erfolgreich in die Subscription-Economy zu starten.

from this, the **Pricing & Billing** unit provides an overview of existing pricing models and supports the definition of price points. The next thematic module relates to the topic of **Organization & Processes**. Here, course participants learn how to structure their organization accordingly and which roles within their organizational structure are of central importance for the new business models. The **Employees & Culture** unit deals with topics such as how to deal with cultural change and methods of motivating employees. Following on from this, the **Market introduction & Sales** unit teaches key sales figures and ways of motivating the sales team in a targeted manner. The **IT Systems & Digital technologies** module, on the other hand, focuses on IT implementation and the associated automated billing of services. The subsequent teaching of important project management basics helps to be able to transfer the knowledge gained directly to the respective concrete application in one's own company.

Overall, the course provides an opportunity to learn all the relevant fundamentals for the respective individual business model in order to successfully launch the subscription economy with one's own company.

Contact

Christian Holper, M.Sc.
Project Manager
Department Service Management
FIR e. V. at RWTH Aachen University
Phone: +49 241 47705-226
Email: Christian.Holper@fir.rwth-aachen.de