

Kollaboratives Service Blueprinting zum Erlernen von betriebswirtschaftlichen Sachverhalten

Alex Rachmann, Thomas Polinski

- Ausgangssituation: Lehrveranstaltungen
- Ausgangssituation: Fragestellungen
- Service Blueprinting & Service Blueprints
- Beispiel „Außenwirksame Informationssysteme“
- Beispiel „Smart City“
- Charakterisierung des Ansatzes

Ausgangssituation: Lehrveranstaltungen

- Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik, Veranstaltung „Überblick Vertiefung Smart City“
- Masterstudiengang Digitales Projektmanagement, Modul „Integrierte Anwendungssysteme“, Veranstaltung „Außenwirksame Informationssysteme und E-Commerce“

- Gemeinsamkeiten
 - Heterogener Bildungshintergrund der Studierende
 - Duale Studierende
 - Beide Veranstaltungen vermitteln betriebswirtschaftliche Grundlagen und stellen diese in einen spezifischen Kontext („Smart City“, „Informationssysteme“)

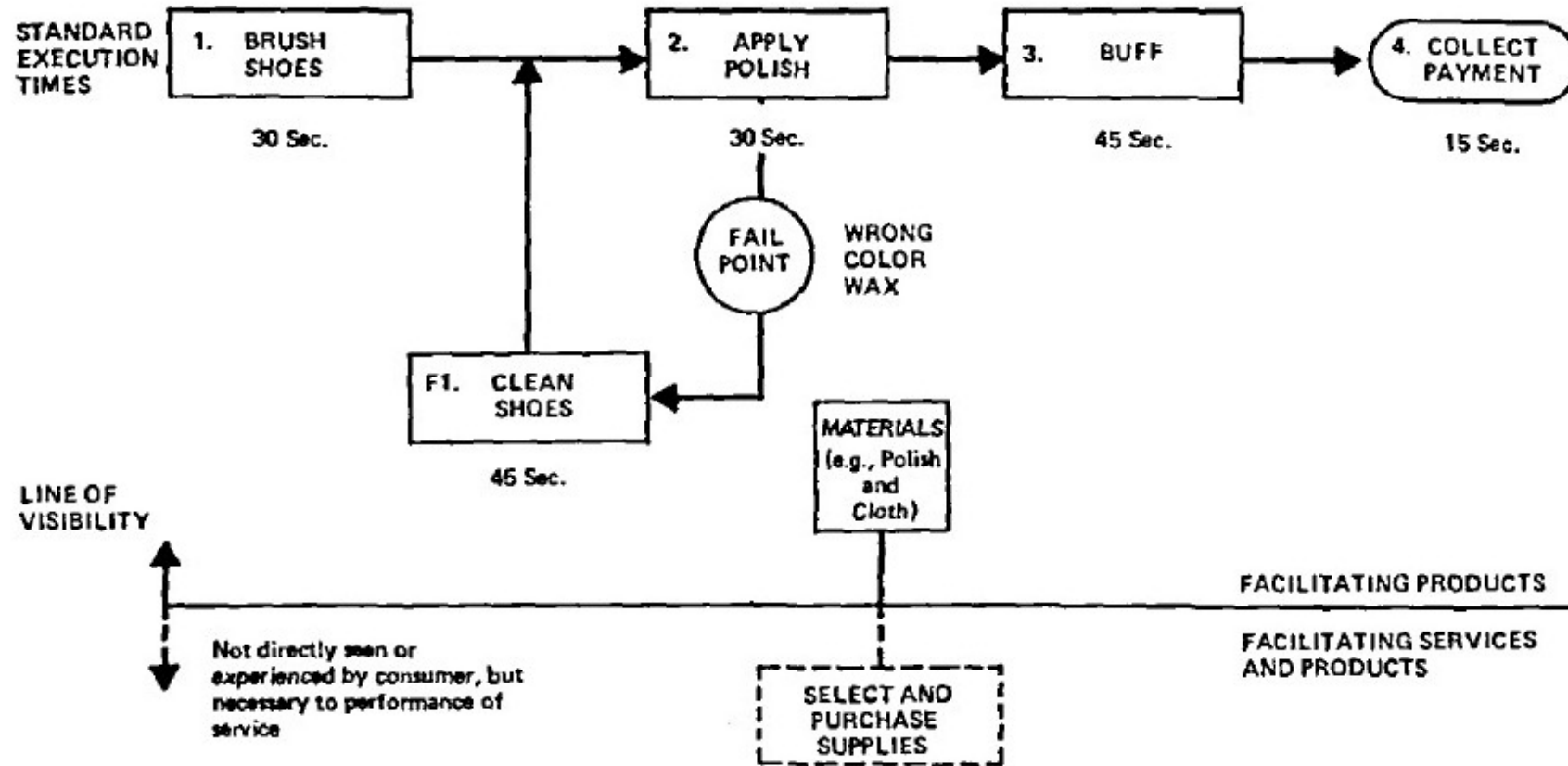
Ausgangssituation: Fragestellungen

- Wie übertrage ich Studierenden mit heterogenen Bildungshintergründen betriebswirtschaftliche Grundlagen?
- Welche Modellierungssprache gebe ich den Studierenden vor?
 - Die Modellierungssprache soll einfach im Erlernen sein, so dass auch Studierende mit keinen Kenntnissen in der Modellierung relativ schnell agieren können.
 - Die Modellierungssprache soll flexibel in ihrer Anwendung sein, ggf. anpassbar für verschiedene Lehrsituationen.
 - Die Studierenden sollen kollaborativ modellieren, sowohl in Präsenz-, Hybrid- der Online-Veranstaltungen. Ein Zugang zur Software soll über einen Freemium-Zugang o.ä. verfügbar sein, so dass minimale Kosten entstehen.

- Service Blueprinting ist eine Methode zur Modellierung von Dienstleistungen.
- Dienstleistungen werden verstanden als Kombination von Handlungen und Produkten.
- Handlungen werden differenziert in
 - Handlungen, die „in Anwesenheit“ bzw. in Interaktion mit dem Kunden unternommen werden und
 - „Erleichternde“ (facilitating) Handlungen, die ohne den Kunden unternommen werden.

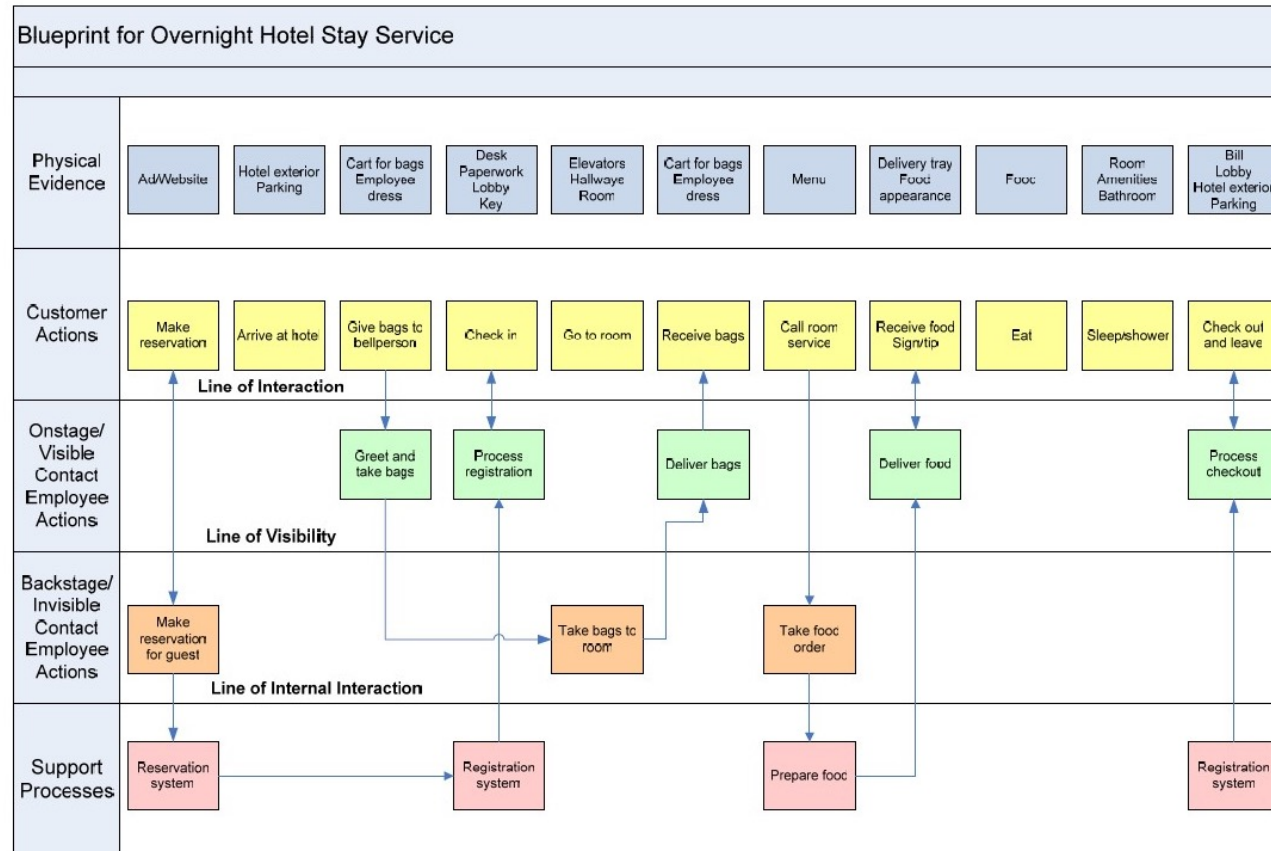
Service Blueprints

Shostack 1982



Service Blueprints

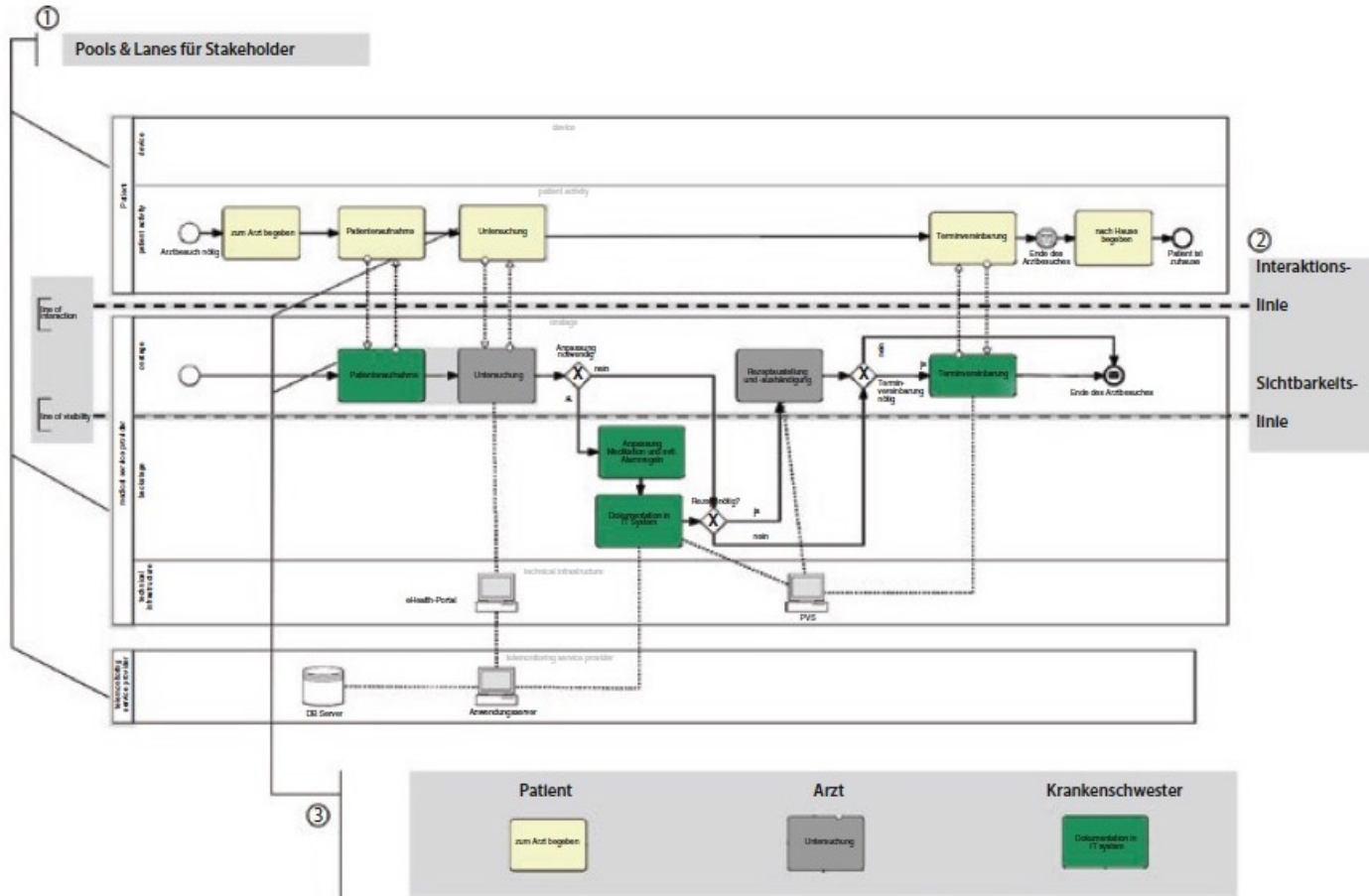
Bitner et al. 2008



Service Blueprints

Peters, Leimeister 2014

Kombination mit
moderner
Prozessmodellierung



Lehrveranstaltung „Außenwirksame Informationssysteme und E-Commerce“

- Die Studierenden bilden Gruppen von ca. drei Personen und erfinden ein Unternehmen und Produkt / Dienstleistung, welches sie in ihrer Fallstudie bearbeiten möchten.
- Der Dozent beschreibt betriebswirtschaftliche Lerninhalte („Was ist ein Produkt?“, „Was ist eine Dienstleistung?“, „Was sind außenwirksame Informationssysteme?“ etc.)
- Im zweiten Schritt modellieren die Studierenden den Kauf des Produktes / der Dienstleistung.
- Die Studierende erarbeiten sich aus einer bekannten Situation (Kauf eines Produktes) betriebswirtschaftliche Sachverhalte, die ihnen bis dahin unbekannt waren.
 - Welche Handlungen muss ein Unternehmen ausführen, um ein Produkt bereitzustellen?
 - Welche IT-Systeme müssen zur Verfügung stehen, um ein Produkt zu verkaufen?
 - ...
- In einer zweiten Modulveranstaltung wird der Kaufvorgang eines Produkts zum Fertigungsprozess in Bezug gesetzt.

Charakterisierung des Ansatzes

- Einfache Modellierungssprache; angepasst für die Bedürfnisse (Abstraktionsgrad, inhaltlicher Scope)
- Modelle sind Ausgangspunkt für das Erlernen und die Diskussionen über betriebswirtschaftliche Sachverhalte
- Studierende bewegen sich interessengeleitet und kollaborativ
- Möglichkeit zur Kombination mit komplexerer Ablaufmodellierung
- Die Übung geht davon aus, dass die teilnehmenden Studierenden offen, fähig und gewillt sind, die Übung kreativ auszuführen.

- Bitner, M. J.; Ostrom, A. L.; Morgan, F.N.: Service blueprinting: a practical technique for service innovation. California management review 50/3, S. 66–94, 2008.
- Peters C., Leimeister J.M.: Modellierung telemedizinischer Dienstleistungen mit der Blueprint-driven Telemedicine Process Modeling Language. In: Möller K, Schultze W (Hrsg) Produktivität von Dienstleistungen. Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden, S 226–239, 2014.
- Shostack, G. L.: How to design a service. European journal of Marketing 16/1, 49-63, 1982.