



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



## **Geschäftsmodelle für eine nationale Bildungsplattform (NBP)**

Prof. Dr. Frank Bensberg  
Hochschule Osnabrück  
[f.bensberg@hs-osnabrueck.de](mailto:f.bensberg@hs-osnabrueck.de)



# Agenda

---

Motivation

---

Bildungsplattformen als zweiseitige Märkte

---

Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen

---

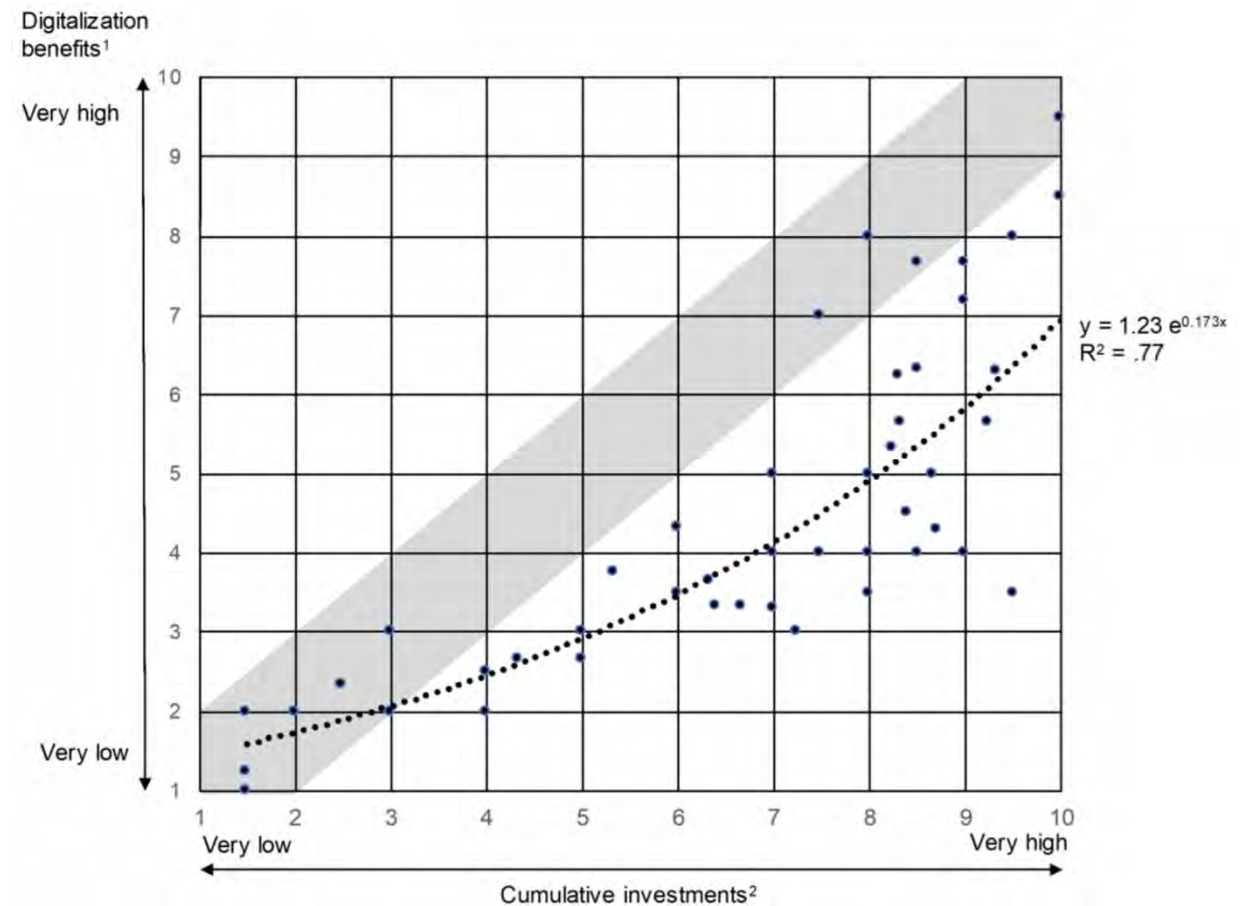
Ausblick

---

# Digitalisierungsparadoxon

- Nutzeffekte von IT-Investitionen bleiben deutlich hinter den Erwartungen zurück
- Insbesondere bei höheren kumulierten Investitionsvolumina beobachtbar

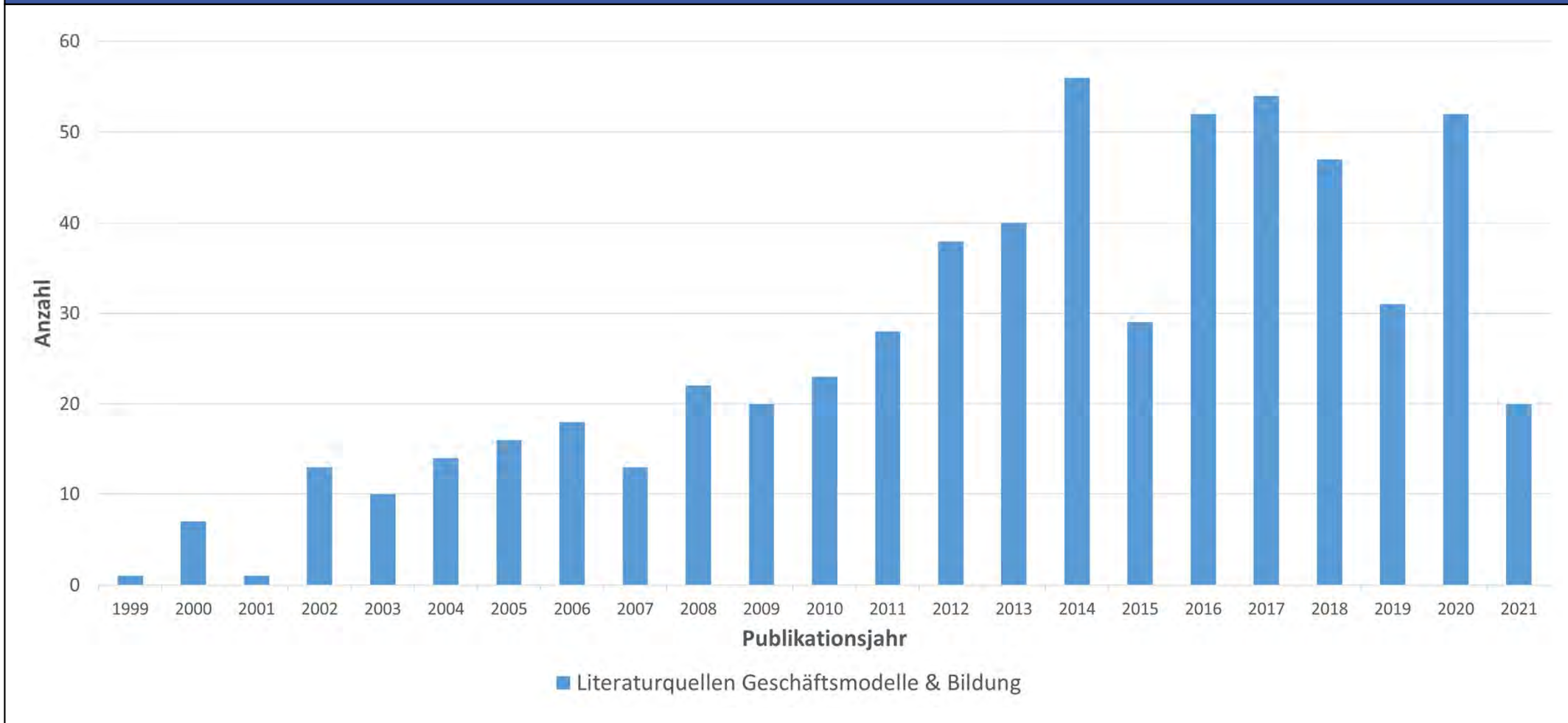
## Digitalisierungsparadoxon





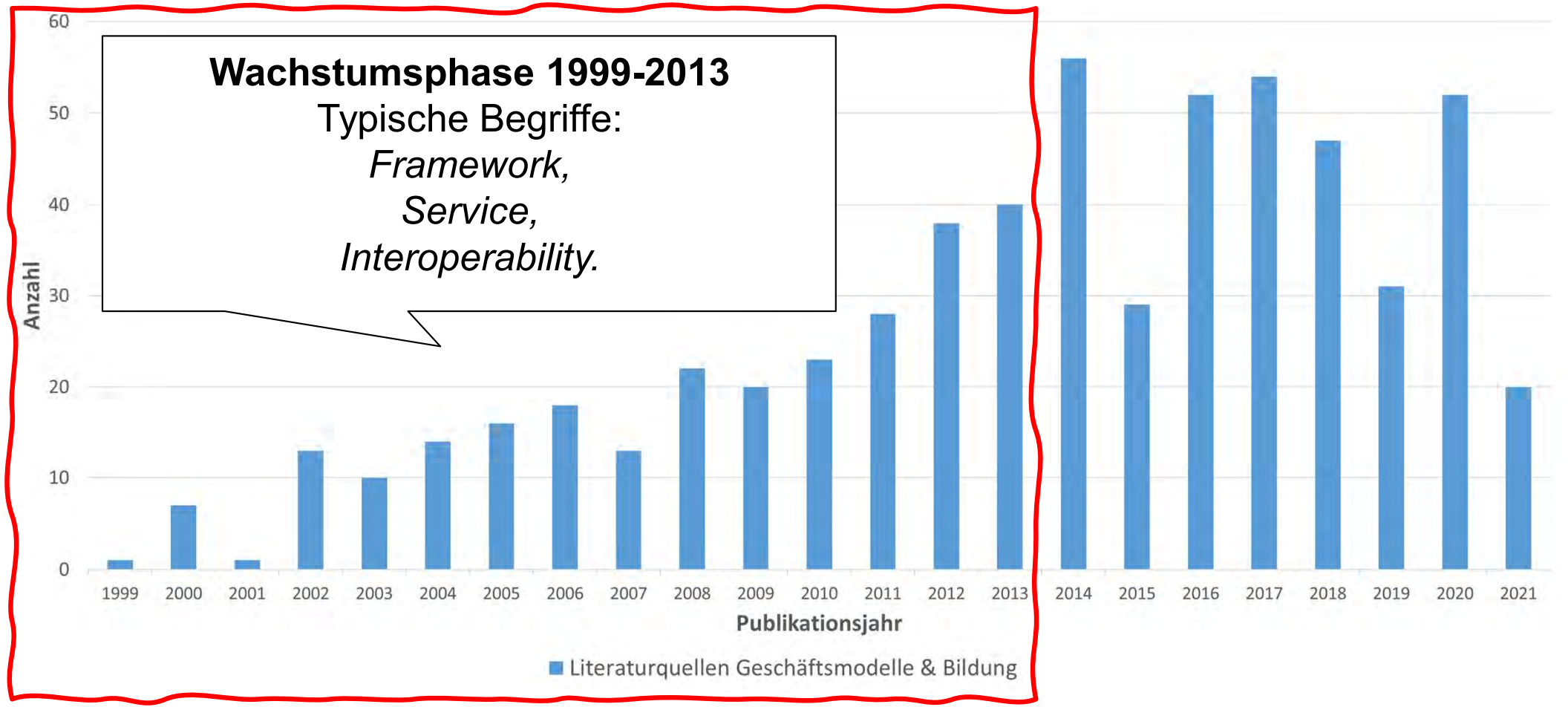
# Literaturanalyse

## Anzahl Publikationen zum Thema Geschäftsmodelle & Bildung



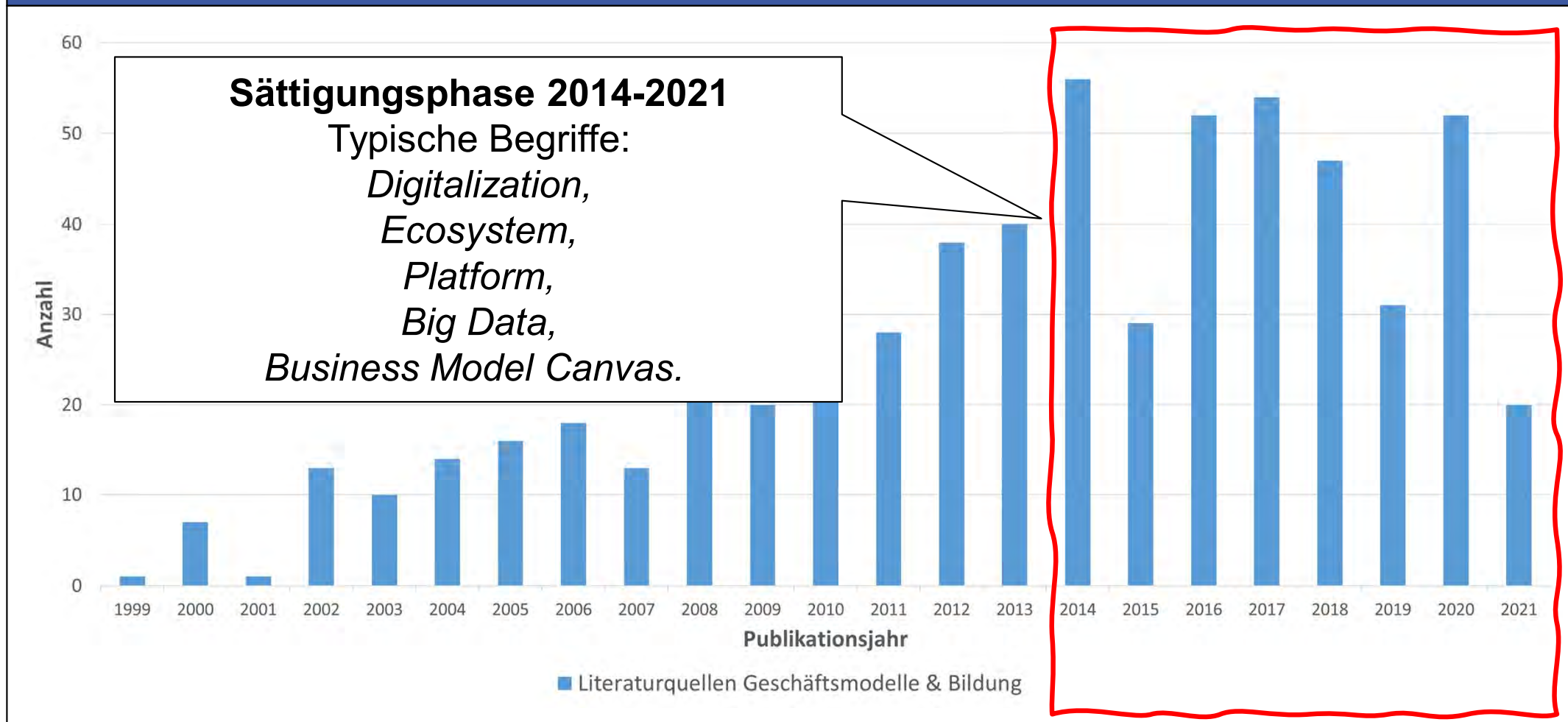
# Literaturanalyse

## Anzahl Publikationen zum Thema Geschäftsmodelle & Bildung



# Literaturanalyse

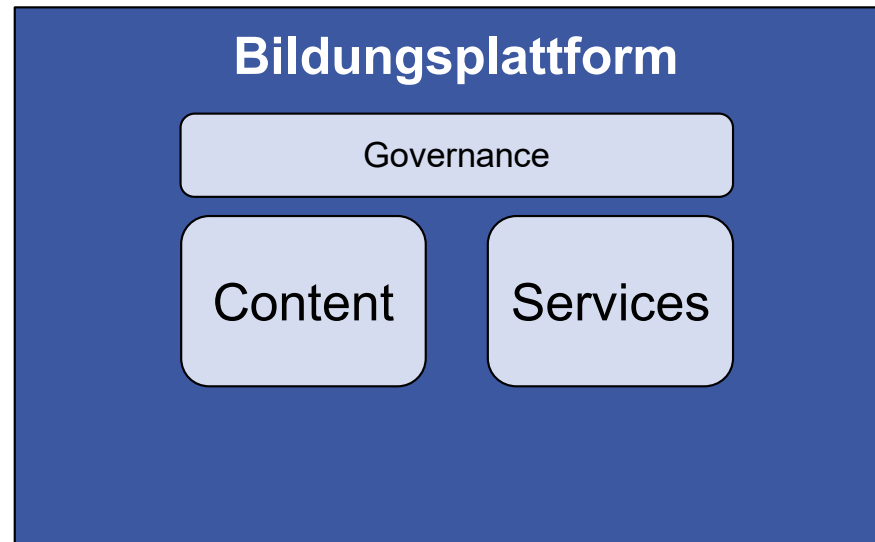
## Anzahl Publikationen zum Thema Geschäftsmodelle & Bildung





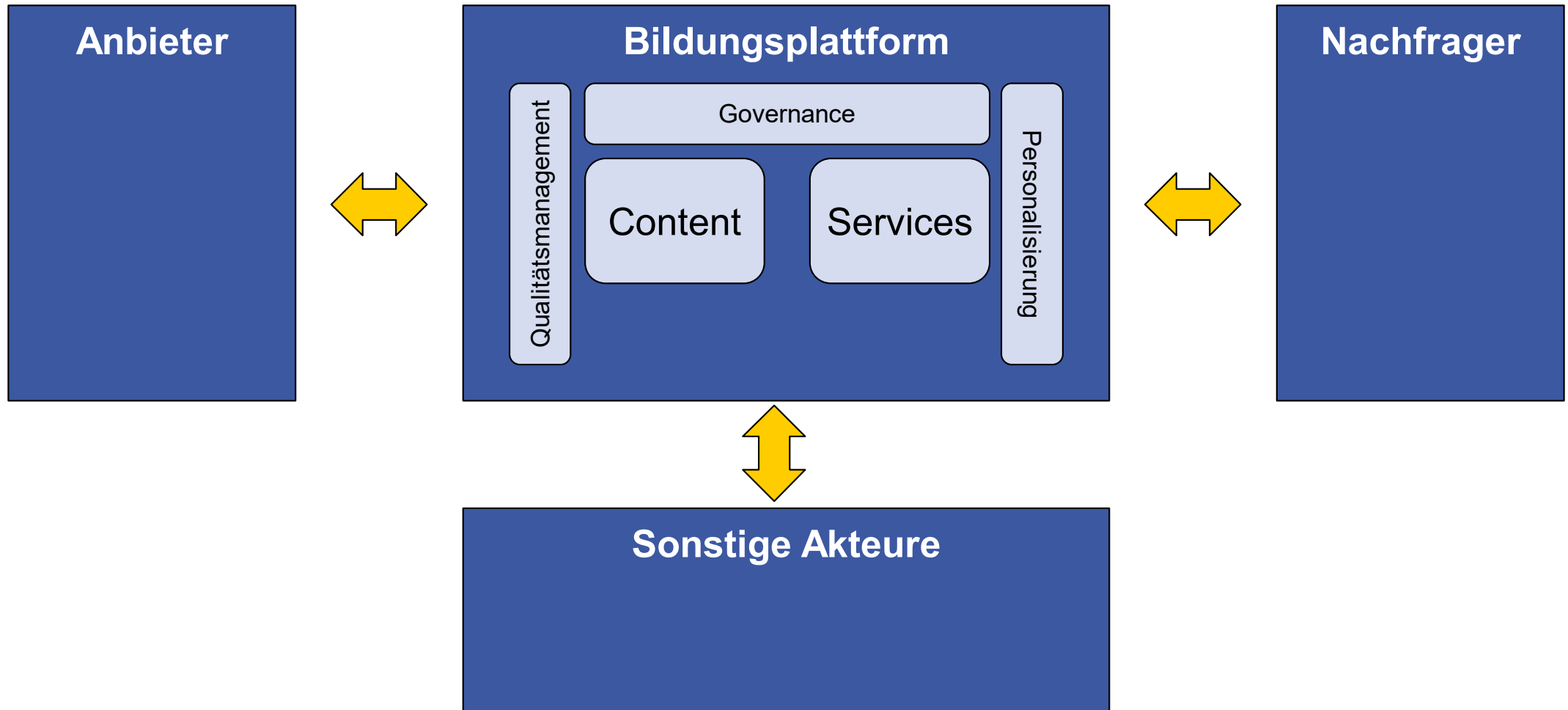
# Bildungsplattform als zweiseitiger Markt

---





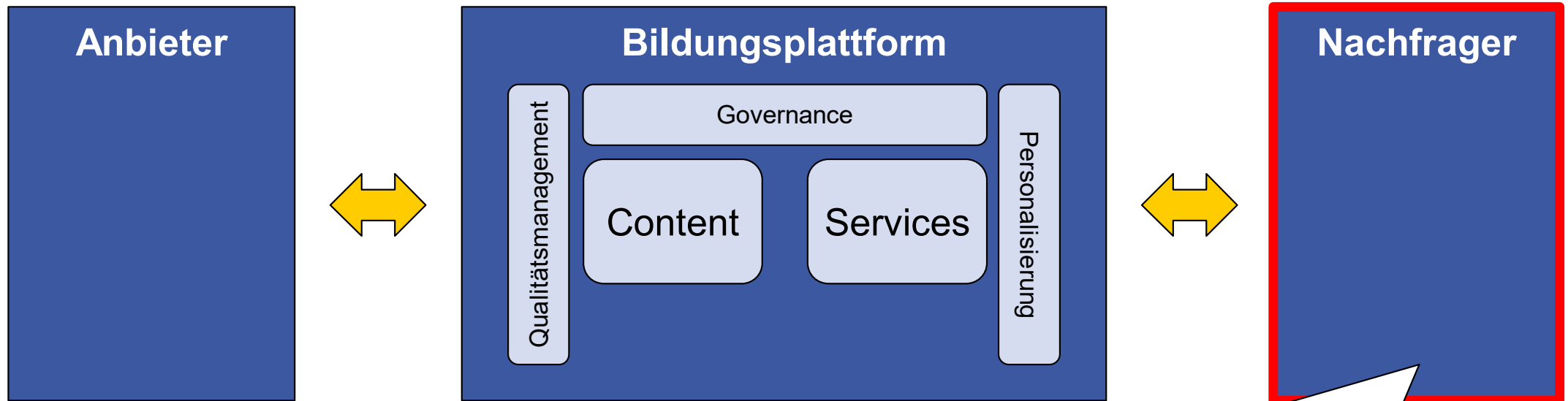
# Bildungsplattform als zweiseitiger Markt







# Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen



**1** **Geschäftsmodell Freemium**

Angebot einer freien Version des Bildungsprodukts & optionale Premium-Version mit erweiterter Funktionalität (z. B. Zusatzmaterialien, Zertifizierungen, Corporate Licensing)



# Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen

2

## Geschäftsmodell Sponsorship

Unternehmen oder Stiftungen zahlen für die kommunikative Präsenz, z. B. als Teil einer Initiative zur sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR).

Nachfrager



Sonstige Akteure



# Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen

3

## Geschäftsmodell Online-Werbung

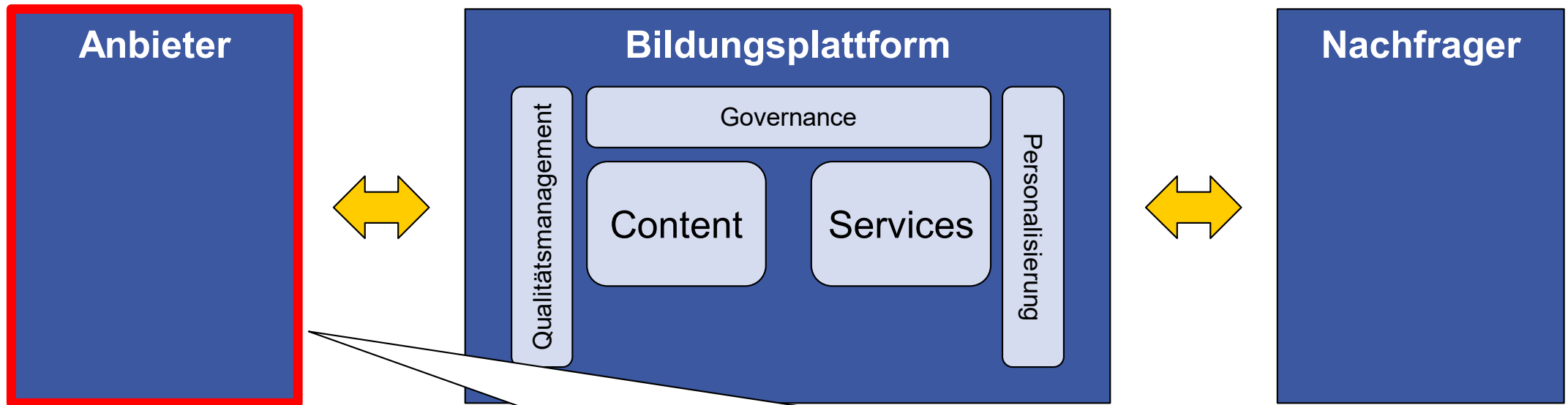
Anbieter von ergänzenden Produkten für Bildungsangebote (z. B. Bücher, Hardware, Software) oder Personaldienstleister generieren Einnahmen für Werbeformen (z. B. Banner, Video)

Nachfrager



Sonstige Akteure

# Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen

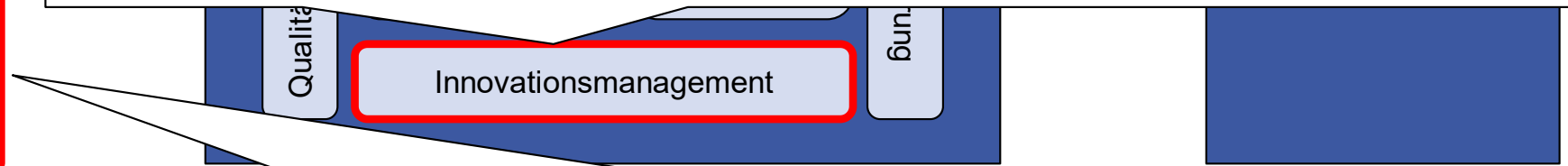
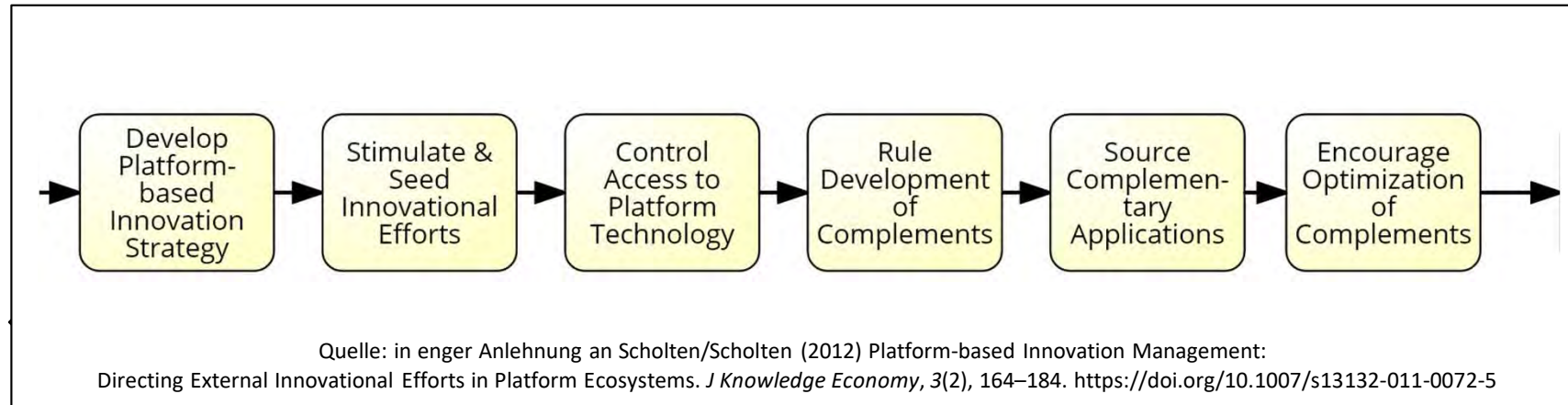
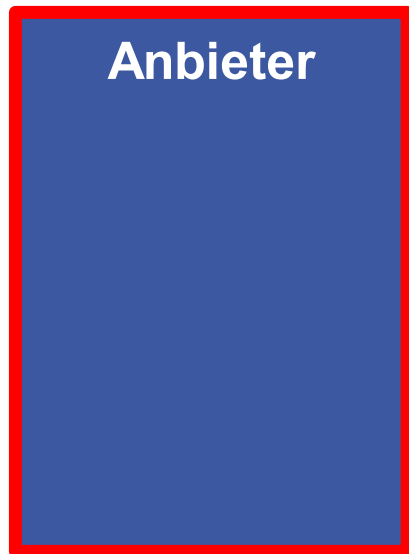


4

## Geschäftsmodell Komplementäre Innovationen

Bei kritischer Masse an Teilnehmern in einem digitalen Ökosystem können komplementäre Innovationen durch Einbindung weiterer Akteure (z. B. Softwareanbieter) generiert werden

# Geschäftsmodelle für Bildungsplattformen

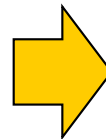


## 4 Geschäftsmodell Komplementäre Innovationen

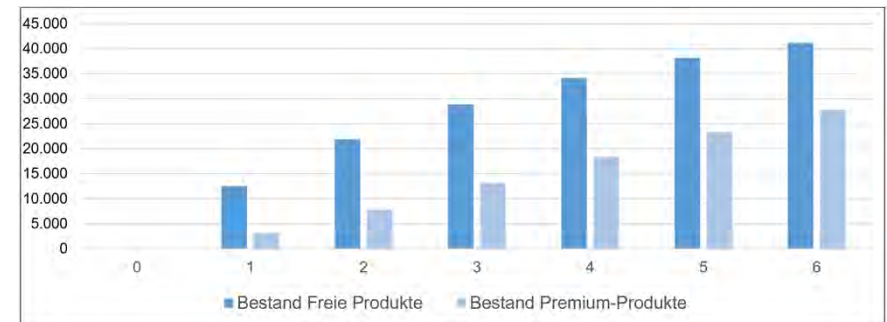
Bei kritischer Masse an Teilnehmern in einem digitalen Ökosystem können komplementäre Innovationen durch Einbindung weiterer Akteure (z. B. Softwareanbieter) generiert werden

# Ausblick

Geschäftsmodelle	
1	Freemium
2	Sponsorship
3	Online-Werbung
4	Komplementäre Innovationen
...	...



## Quantitative Modellierung & Simulation



VOFI Geschäftsmodell Freemium							
Zeitpunkt	0	1	2	3	4	5	6
<b>Zahlungsfolge der Investition</b>	-405.000	-108.125	-5.713	110.015	225.575	333.383	429.642
<b>Eigene Mittel</b>							
+ Anfangsbestand	100.000						
+ Einlage							
<b>Kredit mit Endtilgung</b>							
+ Aufnahme	100.000						
- Disagio	3.000						
- Tilgung							100.000
- Sollzinsen		3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
<b>Kontokorrentkredit</b>							
+ Aufnahme	208.000	73.688	4.534				
- Tilgung				76.510	160.423	49.288	
- Sollzinsen		10.400	14.084	14.311	10.486	2.464	
<b>Reinvestition</b>							
- Anlage						192.699	202.127
+ Auflösung							
+ Habenzinsen							3.854
<b>Ertragsteuern</b>							
- Steuerzahlung				16.193	51.666	85.931	128.369
+ Steuererstattung		47.837	18.263				
<b>Finanzierungssaldo</b>	0	0	0	0	0	0	0
<b>Bestandsgrößen</b>							
Kontokorrentkredit	208.000	281.688	286.222	209.711	49.288		
Kredit mit Endtilgung	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	
Guthabenstand						192.699	394.826
<b>Bestandssaldo</b>	<b>-308.000</b>	<b>-381.688</b>	<b>-386.222</b>	<b>-309.711</b>	<b>-149.288</b>	<b>92.699</b>	<b>394.826</b>

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit.