

Wie kann die Plattform Babsy den verschiedenen Akteuren einen Mehrwert bieten?

**Master of Science in Business Administration
with a Major Innovation Management der Fernfachhochschule Schweiz**

Autoren: Anne-Lena Krolikiewicz

Unterdorfwäg 16, 8117 Fällanden

079 691 35 01

anne-lena.krolikiewicz@students.ffhs.ch

Silvia Canale

Via Loverciano 29, 6874 Castel San Pietro

079 585 14 72

silvia.canale@students.ffhs.ch

Semir Kljajic

Pauline-Stoffel-Weg 12, 9320 Arbon

079 555 53 09

semir.kljajic@students.ffhs.ch

Einreichdatum: 15.05.2020

Referent: Dr. Hagen Worch

Management Summary

Diese Forschungsarbeit wurde unter Berücksichtigung des Action-Research-Ansatzes zu einer Problemstellung des Startups Babsy, einer Plattform-Lösung zur Kinderbetreuung, geschrieben.

Zum besseren Verständnis der Problemstellung wurde als Grundlage mit dem Lean Canvas Ansatz für alle Akteure auf der Plattform ein eigenes Geschäftsmodell dargestellt. Auf dieser Grundlage konnte die Grundannahme hinter Babsy identifiziert werden. Babsy geht von unbefriedigten Bedürfnissen in der Kinderbetreuung bei den Stakeholdergruppen Eltern, Events und Firmen aus. Dies, obwohl es laut der Annahme von Babsy viele Babsysitter gibt, die wiederum keine Einsatzmöglichkeit finden. Babsys Geschäftsmodell möchte mittels einer Plattform dieses Matching ermöglichen.

Die vorliegende Forschungsarbeit hat mit jeweils zehn qualitativen, halbstrukturierten Leitfadenterviews die Bedürfnisse in den Stakeholdergruppen Eltern, Events und Firmen erforscht. Die Ergebnisse werden in vorliegender Arbeit ausgewertet und präsentiert. Die Haupteckenerkenntnis dieser Forschungsarbeit liegt darin, dass in keiner Stakeholdergruppe der von Babsy generierte Mehrwert in der aktuell vorliegenden Form nachgefragt wird. Die Handlungsempfehlung für Babsy lautet auf dieser Grundlage, den aktuellen generierten Mehrwert für die einzelnen Stakeholdergruppen zu hinterfragen und zu testen.

Im Diskussionsteil wurden die gesammelten Bedürfnisse der Stakeholdergruppe zu Handlungsideen gebündelt, die Babsy einen Anhaltspunkt für ein mögliches Testing zur Generierung von neuen Mehrwerten liefern soll.

Die Grundannahme, die hinter Babsy steht, wurde durch die Ergebnisse dieser Arbeit in Frage gestellt. Dies liefert Babsy wichtige und wertvolle Erkenntnisse für die weitere Ausrichtung ihrer Strategie. Auf Grund der identifizierten Bedürfnisse stellt sich die Frage, ob Babsy eine Plattform zur Vermittlung von Kinderbetreuung sein möchte, oder sich besser als Community-Plattform rund um die Kinderbetreuung ausrichten möchte.