



Business Model Canvas

Erste Hilfe bei komplexeren innovativen Geschäftsideen

Die Business Model Canvas ist eine Methode, mit deren Hilfe du einen Überblick über die wichtigsten Schlüsselfaktoren deines Geschäftsmodells erhältst.



inhabergeführtes Onlinemagazin

JUNGE GRÜNDER

KP Smart Media UG (haftungsbeschränkt)
Windmühlenstr. 35/ 825
04107 Leipzig



KONTAKT

mail redaktion@junge-gruender.de
web www.junge-gruender.de

Schlüssel-Partner 	Schlüssel-Aktivitäten 	Nutzen-Versprechen 	Kunden-Beziehungen 	Kunden-Arten 
→ Wer sind unsere Schlüsselpartner? → Wer sind unsere Schlüssellieferanten? → Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? → Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern? Vorteile von Partnerschaften: • Verbesserung der Leistung, • Einsparung von Aufwand und Kosten • Verringerung von Risiken und Unsicherheiten • Zugang zu Ressourcen und Leistungen	→ Welche Schlüssel-Aktivitäten erfordern unsere Nutzen-Versprechen? → Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle → Kunden-Beziehungen? → Einnahme-Quellen? Kategorien • Produktion • Problemlösung • Plattform/Netzwerk	→ Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? → Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen? → Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? → Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir? Eigenschaften • Neu • Leistungsstark • Kundengerecht • Arbeitserleichterung • Design • Marke/Status • Preis • Kostengünstig • Risikoarm • Verfügbar • Nutzerfreundlich	→ Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschiedenen Kunden-Arten von uns? → Welche haben wir bereits geschaffen? → Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? → Welche Kosten verursachen sie? Beispiele • Persönliche Unterstützung • Spezielle persönliche Unterstützung • Hilfe zur Selbsthilfe • Automatisierte Dienstleistungen • Communities • Kreative Partnerschaft	→ Wem bieten wir einen Nutzen an? → Wer sind unsere wichtigsten Kunden? • Massenmarkt • Nischenmarkt • Ein Marktsegment • Verschiedene Marktsegmente • Vielseitige Plattformen
	Schlüssel-Ressourcen  → Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere Nutzen-Versprechen? → Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle → Kunden-Beziehungen? → Einnahmequellen? Schlüssel-Arten • Produktionsmittel • Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten) • Personal • Finanzen		Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle  → Über welche Kanäle wollen unsere Kunden-Arten erreicht werden? → Wie erreichen wir sie jetzt? → Wie funktionieren diese Kanäle gemeinsam? → Welche funktionieren am besten? → Welche sind besonders kostengünstig? → Wie können wir sie mit typischen Kundenaktivitäten in Berührung bringen? Kanal-Phasen 1. Aufmerksamkeit: Wie können wir Aufmerksamkeit für unser Unternehmen und seine Angebote erzeugen? 2. Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten? 3. Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte und Leistungen zu kaufen? 4. Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen-Versprechen an den Kunden? 5. Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf?	



Kosten  	Einnahmequellen 						
→ Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? → Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? → Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv? Vorteile von Partnerschaften: • Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing) • Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen) Beispiele für Kosten-Arten Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel) • Variable Kosten • Kostenersparnis durch Masse (z. B. Einkauf, Produktion) • Kostenersparnis durch Synergieeffekte	→ Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? → Wofür geben sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie derzeit? → Wie würden sie lieber bezahlen? → Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen? <table border="0"> <thead> <tr> <th data-bbox="1169 347 1227 368">Arten</th> <th data-bbox="1480 347 1592 368">Feste Preise</th> <th data-bbox="1823 347 1962 368">Variable Preise</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1169 389 1420 592"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung </td> <td data-bbox="1480 389 1765 533"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge </td> <td data-bbox="1823 389 2007 475"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig </td> </tr> </tbody> </table>	Arten	Feste Preise	Variable Preise	• Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung	• Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge	• Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig
Arten	Feste Preise	Variable Preise					
• Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung	• Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge	• Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig					
Team 	Werte 						
• Wer sollte in unserem Team sein und warum? • Welche fachlichen Qualifikationen braucht unser Unternehmen? • Welche sozialen Kompetenzen braucht unser Unternehmen?	• Welche Werte lebt unser Unternehmen? • Was ist uns wichtig, was unwichtig? • Wofür soll unser Unternehmen stehen? • Wollen wir unsere Werte nach außen kommunizieren? Wenn ja, wie?						

Quelle: www.existenzgruender.de Ergänzungen: www.junge-gruender.de



Unser Tipp:

Lade Dir einfach das Business Model Canvas als PDF runter, **druck die folgende Seite 11 mal aus**, trage die Überschriften ein, pin die Zettel an die Wand und fang an, mit Post-its erste Geschäftsmodelle zu visualisieren.



KP Smart Media UG (haftungsbeschränkt)
Windmühlenstr. 35/ 825
04107 Leipzig

