



## *Kapitel 2 – EIN UNTERNEHMEN MANAGEN*

### **2.2 BUSINESS MODEL CANVAS**



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

## Was ist das Business Model Canvas?

Das Business Model Canvas ist ein strategisches Unternehmens- und Management-Instrument, welches Ihnen hilft Ihr Geschäftsmodell auf eine einfache Art und Weise zu beschreiben, zu konzipieren, zu hinterfragen, zu erfinden und aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.

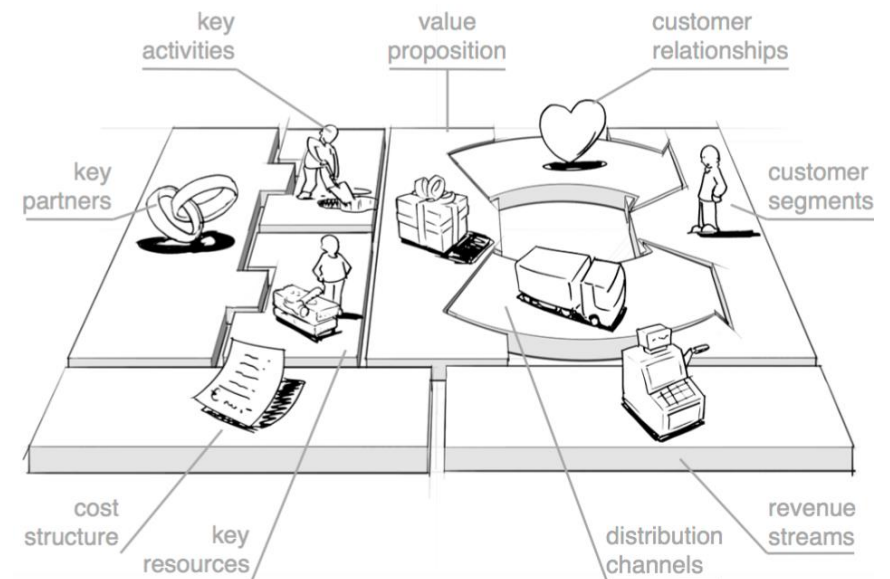
Das Business Model Canvas erlaubt Ihnen:

- die Beziehung zwischen den Teilen des Modells zu sehen;
- Hypothesen, Annahmen und Risiken zu identifizieren;
- Validierungstests zu planen (Markt, Kanäle, Preis);
- Wege zu finden um Mehrwert hinzuzufügen oder Kosten zu reduzieren;
- Strategien bei Marktstörungen zu brainstormen.

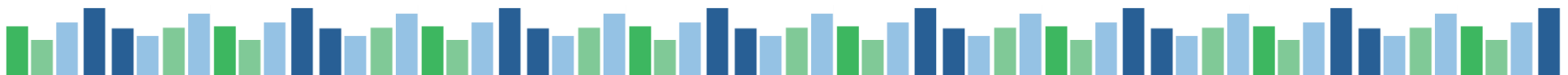
Das Business Model Canvas besteht aus neun Feldern, die sich auf die Hauptbereiche eines Unternehmens beziehen: Kunden, Angebot, Infrastruktur und finanzielle Rentabilität. Sie können die 9 Felder in der Graphik auf der rechten Seite sehen. Sie müssen jedes Feld des Canvas ausfüllen um Ihre Geschäftsidee zu strukturieren. Daher bietet das Canvas einige Fragen zu jedem Feld, die wir noch erklären werden.

Denken Sie an Ihre Geschäftsidee. Über welchen der folgenden Wege sind Sie auf diese Idee gekommen?

- Sie haben ein bestimmtes **Nutzen-Versprechen**/ ein klar definiertes Angebot: Sie haben eine Lösung, die ein Problem löst oder einen Kunden zufriedenstellt
- Sie verfügen über **bestimmte Ressourcen**, spezielle Kompetenzen, eine Lizenz, bestimmtes Fachwissen, etc.
- Sie haben klar definierte **Arten von Kunden**, die ein Problem haben, welches Sie lösen
- Sie haben ein kostengünstiges Modell, sodass mehr Kunden **Zugriff** auf ein Produkt oder eine Dienstleistung haben



Die Beantwortung dieser Fragen hilft Ihnen dabei herauszufinden welches Feld im Moment für Sie das wichtigste ist, mit dem Sie beginnen können.



## Bevor Sie mit dem Ausfüllen der Felder beginnen:

1) Normalerweise betrachten Sie Ihre Geschäftsidee aus Ihrer eigenen Perspektive, die man als organisationszentrierte Sichtweise bezeichnet. Um Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen, müssen Sie anfangen aus der Perspektive der Kunden zu denken, die man als benutzerzentrierte Sichtweise bezeichnet. Um den Unterschied dieser beiden Perspektiven klarer zu machen, schauen Sie sich die folgende Tabelle an, in welcher auf der linken Seite Fragen aus organisationszentrierter Sicht und auf der rechten Seite aus benutzerzentrierter Sicht formuliert sind.

Organisationszentriert	Benutzerzentriert
Was können wir dem Kunden verkaufen?	Was sind die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden und wie können wir ihnen helfen?
Wie können wir unsere Kunden besser ansprechen?	Wie möchten unsere Kunden angesprochen werden?
Welche Art von Beziehung bauen wir mit unseren Kunden auf?	Welche Art von Beziehung erwarten unsere Kunden von uns?
Wo und wie verdienen wir Geld?	Was ist der Wert, für den Kunden bereit sind zu bezahlen?
Welche Technologie verwenden wir?	Die Technologie existiert bereits und ist für alle zugänglich – wie verwenden wir sie?

2) Überprüfen Sie Ihre Geschäftsidee anhand der folgenden Kriterien:

- Gibt es Kunden, die das kaufen, was Sie verkaufen?
- Unterscheidet sich Ihr Produkt oder Service ausreichend von Ihren Mitbewerbern?
- Ist Ihre Geschäftsidee profitabler als ein anderes Unternehmen?
- Können Sie eine "Fabrik" aufbauen um das zu tun, was Sie machen, und das Ergebnis erheblich verbessern bzw. die Leistung steigern?

Laden Sie sich das Business Model Canvas unter folgendem Link herunter:

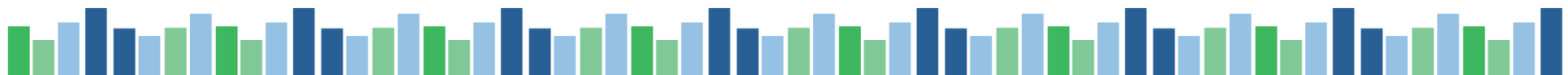
<http://www.existenzgruender.de/DE/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html> (deutsche Version);

<https://canvanizer.com/new/business-model-canvas> (englische Version)

Um einen besseren Überblick darüber zu erhalten wie das Business Model Canvas funktioniert, schauen Sie sich die Videos an:

<https://www.youtube.com/watch?v=pEmzJRSdg1M> (Video in deutscher Sprache)

<https://www.youtube.com/watch?v=IP0cUBWTgpY> (Video in englischer Sprache)



Nun können Sie beginnen die Felder unter Berücksichtigung der folgenden Fragen ausfüllen:

<p><b>Schlüsselpartner</b></p> <p>Wer sind Ihre Schlüsselpartner?</p> <p>Wer sind Ihre Zulieferer?</p> <p>Welche Schlüsselressourcen erhalten Sie von Partnern?</p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten werden durch Partner ausgeführt?</p>	<p><b>Schlüsselaktivitäten</b></p> <p>Welche Schlüsselaktivitäten erfordert Ihr Nutzenversprechen?</p> <p><b>Schlüsselressourcen</b></p> <p>Welche Ressourcen sind für Ihr Nutzenversprechen erforderlich?</p>	<p><b>Nutzenversprechen</b></p> <p>Welchen Nutzen bieten Sie dem Kunden?</p> <p>Welches Problem Ihrer Kunden helfen Sie zu lösen?</p> <p>Welches Paket an Produkten oder Dienstleistungen bieten Sie jedem Kundensegment? an?</p> <p>Welche Kundenbedürfnisse befriedigen Sie?</p>	<p><b>Kundenbeziehungen</b></p> <p>Welche Art von Beziehung erwartet jede Ihrer Kundensegmente von Ihnen?</p> <p>Welche haben Sie bisher geschaffen?</p> <p>In welcher Beziehung stehen sie zum Rest des Geschäftsmodells?</p> <p>Wie kostenintensiv sind sie?</p> <p><b>Vertriebs- und Kommunikationskanäle</b></p> <p>Über welche Kanäle möchten Ihre Kunden erreicht werden?</p> <p>Wie erreichen Sie sie derzeit?</p> <p>Wie spielen Ihre Kanäle zusammen?</p> <p>Welche Kanäle funktionieren am besten?</p> <p>Welche Kanäle sind am kosteneffizientesten?</p> <p>Wie können die Kanäle mit den Routinen der Kunden in Verbindung gebracht werden?</p>	<p><b>Kundensegmente</b></p> <p>Für wen bieten Sie einen Nutzen?</p> <p>Wer sind Ihre wichtigsten Kunden?</p>
---	--	--	---	---

**Kosten**

Welche Kosten sind in Ihrem Geschäftsmodell die wichtigsten?

Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?

Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

**Einnahmequellen**

Für welchen Nutzen sind Ihre Kunden bereit zu bezahlen?

Wofür bezahlen sie derzeit?

Wie bezahlen sie derzeit?

Wie würden sie lieber bezahlen?

Welchen Anteil haben die einzelnen Einnahmequellen an den Gesamteinnahmen?

