



EXISTENZGRÜNDUNG

Business Model Canvas

www.gruendung.kus-pfaffenhofen.de

Wirtschaftsentwicklung
Freizeit, Erholung & Tourismus

kus
Kommunalunternehmen Strukturentwicklung
Landkreis Pfaffenhofen a.d.Ilm

Spitalstraße 7
85276 Pfaffenhofen a.d.Ilm

Telefon 08441 400 74-40
Fax 08441 400 74-41

info@kus-pfaffenhofen.de
www.kus-pfaffenhofen.de

Das von Alexander Osterwalder entwickelte Schema „Business Model Canvas“ hat seine Stärken vor allem in der Visualisierung eines Geschäftsmodells und bietet Ihnen eine sinnvolle Ergänzung zum Businessplan.

Vor allem wenn es um die erste Skizze eines neuen Geschäftsmodells geht - oder dieses plakativ veranschaulicht werden soll - ist das Business Model Canvas ein hervorragendes Tool. Auch hilft es, Stärken und Schwächen leichter auf einen Blick zu identifizieren.

Natürlich kann das Schema den Business Plan nicht ersetzen. Doch es bietet eine sinnvolle Ergänzung: Statt sich in langen Ausführungen zu verlieren, sehen Sie als Gründer mit der Methode auf einen Blick, ob Sie alle relevanten Faktoren bedacht haben oder ob sich in ihrem Modell noch Schwachstellen verbergen. Auch wer noch keinen rechten Einstieg für den eigenen Business Plan gefunden hat, kann mit dem Business Model Canvas seine Ideen sortieren und ein Grundgerüst seines Geschäftsmodells erarbeiten.

Zu jedem Schlüsselfaktor werden in Stichworten Ideen notiert. Macht man dies mit Klebezetteln, ist der Vorteil dass diese sich wieder entfernen und in andere Felder kleben oder ergänzen lassen.

Durch dieses visuell unterstützte Vorgehen lassen sich viele Einzelideen zu einem Geschäftsmodell baukastenartig zusammensetzen und zueinander in Beziehung setzen, bis ein marktfähiges Modell gefunden ist.

Neben Startups setzen auch etablierte Unternehmer die Methode zur Evaluation und Revision ihrer Geschäftsgrundlagen ein.

Nutzen Sie unsere umseitige Vorlage! Wenn Sie wünschen, erhalten Sie von uns gerne ein Feedback zu Ihrem persönlichen Modell!

Business Model Canvas: Vorlage

<p>Schlüssel-Partner Wer sind unsere Schlüsselpartner? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern? Vorteile von Partnerschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Leistung, Einsparung von Aufwand und Kosten Verringerung von Risiken und Unsicherheiten Zugang zu Ressourcen und Leistungen 	<p>Schlüssel-Aktivitäten Welche Schlüssel-Aktivitäten erfordern unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> Nutzen-Versprechen? Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle? Kunden-Beziehungen? Einnahme-Quellen? <p>Kategorien</p> <ul style="list-style-type: none"> Produktion Problemlösung Plattform/Netzwerk <p>Schlüssel-Ressourcen Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> Nutzen-Versprechen? Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle? Kunden-Beziehungen? Einnahmequellen? <p>Ressourcen-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> Produktionsmittel Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten) Personal Finanzen 	<p>Nutzen-Versprechen 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?</p> <p>Eigenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> Neu Leistungsstark Kundengerecht Arbeitsvereinfachung Design Marke/Status Preis Kostengünstig Risikoarm Verfügbar 	<p>Kunden-Beziehungen 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?</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> Persönliche Unterstützung Spezielle persönliche Unterstützung Hilfe zur Selbsthilfe Automatisierte Dienstleistungen Communities Kreative Partnerschaft <p>Vertriebs- und Kommunikationskanäle 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?</p> <p>Kanal-Phasen</p> <ol style="list-style-type: none"> Aufmerksamkeit: Wie können wir Aufmerksamkeit für unser Unternehmen und seine Angebote erzeugen? Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten? Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte und Leistungen zu kaufen? Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen-Versprechen an den Kunden? Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf? 	<p>Kunden-Arten Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <ul style="list-style-type: none"> Massenmarkt Nischenmarkt Ein Marktsegment Verschiedene Marktsegmente Vielseitige Plattformen
<p>Kosten Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p> <p>Ist unser Geschäftsmodell eher</p> <ul style="list-style-type: none"> Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing)? Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen)? <p>Beispiele für Kosten-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel) Variable Kosten Kostenersparnis durch Masse (z.B. Einkauf, Produktion) Kostenersparnis durch Synergieeffekte 	<p>Einnahmequellen Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben Sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie lieber bezahlen? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p> <p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> Verkauf Nutzungsgebühr Abonnement Verleih/Vermietung/Leasing Lizenzen Vermittlungsgebühr Werbung <p>Feste Preise (Listenpreis, abhängig z.B. von den Produktionskosten, vom Kunden-Segment, von der Menge)</p> <p>Variable Preise (Verhandlungssache, ertragsabhängig, marktabhängig)</p>			

Quelle: www.businessmodelgeneration.com/ / eigene Übersetzung

Business Model Canvas für:

<p>Schlüssel-Partner</p>	<p>Schlüssel-Aktivitäten</p>	<p>Nutzen-Versprechen</p>	<p>Kunden-Beziehungen</p> <p>Vertriebs- und Kommunikationskanäle</p>	<p>Kunden-Arten</p>
<p>Kosten</p>		<p>Einnahmequellen</p>		