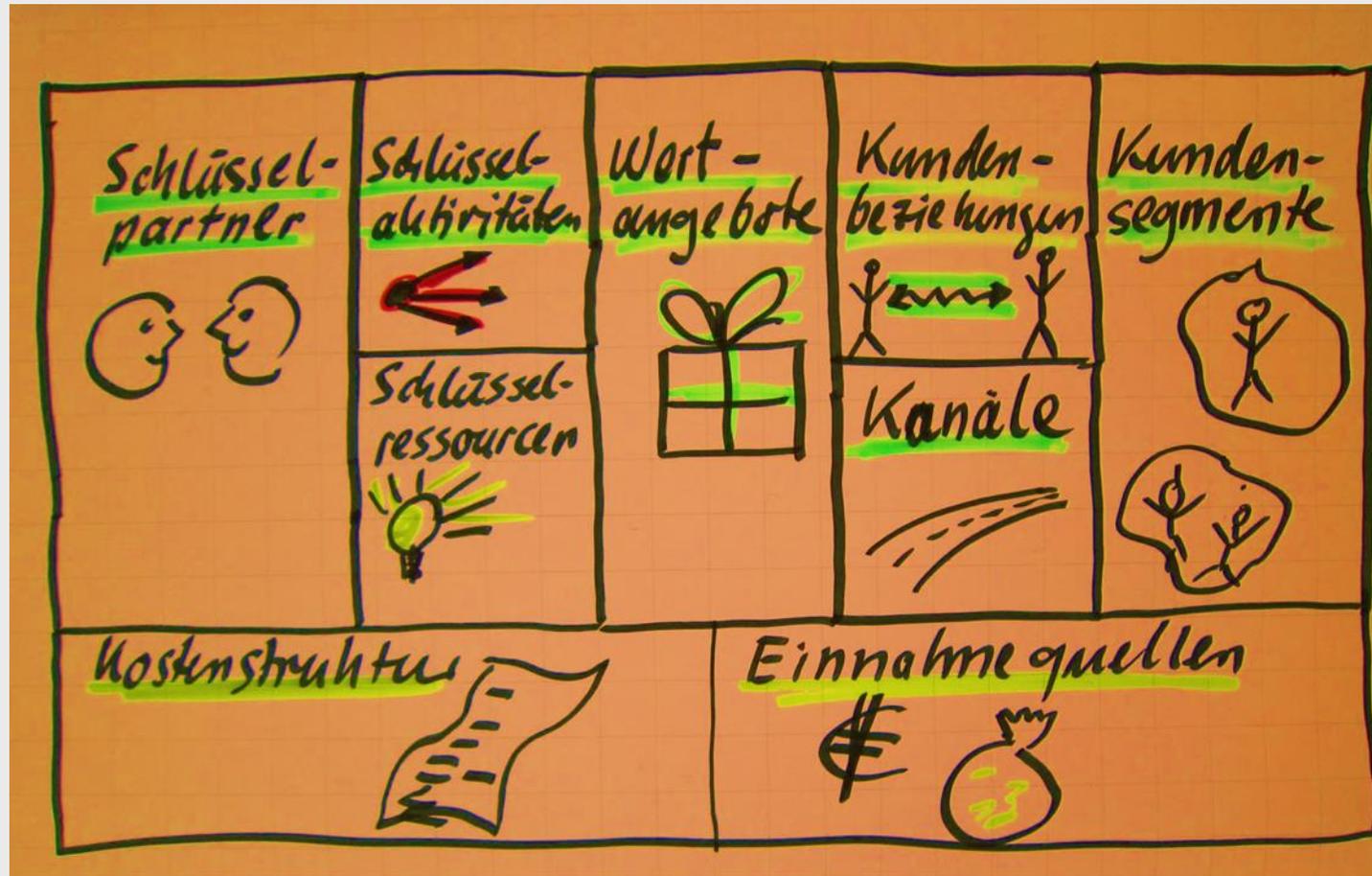


# Geschäftsmodellentwicklung mit „Canvas“\*



\*In Anlehnung an Osterwalder/Pigneur in: Business Model Generation; hier: das „Canvas“-Modell

# Die 9 Bausteine (9 Fragen) zur Bearbeitung und Schärfung eines Geschäftsmodells

1. Welche Kunden bzw. **Kundensegmente** bedienen wir? Wer sind unsere wichtigsten Kunden – für wen schöpfen wir Wert? Stichwort: Kundenportfolio, Masse, Nische, multi-sided Platforms...
2. Durch welche **Wertangebote** lösen wir Kundenprobleme und bedienen Kundenbedürfnisse? Welche Werte schaffen wir? Hier geht es um Effektivität – tun wir das Richtige? Stichwort: Kundenwünsche, Produktportfolio, Design, Preis, Verfügbarkeit...
3. Durch welche **Kanäle** erreicht unser Wertangebot die Kunden? Welche Kommunikations- und Vertriebsstrategien haben wir? Welche sind kosteneffizient? Stichwort: Internet, social media, Filialen...
4. Wie stellen wir die **Beziehung** zu unseren Kundensegmenten her und pflegen die Kundenbeziehung? Welche Art von Beziehung erwartet unser Kundensegment von uns? Wie kostenintensiv sind sie? Stichwort: Support, Selbstbedienung, automatisierte Dienstleistungen, Mitbeteiligung, Beratung...
5. Welche **Einnahmequellen** haben wir – wie finanzieren wir uns? Profitcenter oder allgemeine Verrechnung? Stichwort: Verkauf, Nutzungsgebühr, Verleih/Vermietung/Leasing, Lizenzen...
6. Welche **Schlüsselressourcen** sind erforderlich, um die Wertangebote, den Vertrieb und die Beziehungen wirklich bereitstellen zu können...Stichwort: Physisch, Intellektuell, Finanzen, Räume, Technik, Personal...
7. ...und welche **Schlüsselaktivitäten** erfordert unser Wertangebot und unsere Kundenbeziehungen? Stichwort: Produktionsprozesse, Problemlösung, Netzwerkaktivitäten
8. Welche **Schlüsselpartnerschaften** haben wir? Siehe: Outsourcing, Zusammenarbeit mit externen Partner
9. Welche **Kostenstruktur** haben wir (als Resultat aus den einzelnen Elementen)? Stichwort: Fixkosten, Variable Kosten, Mengenvorteile, Verbundvorteile