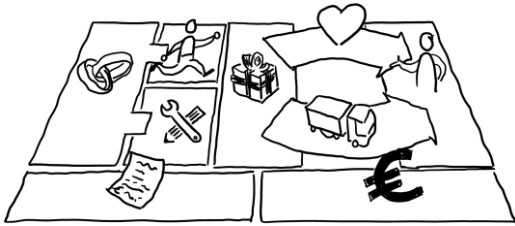


BUSINESS MODEL CANVAS



Analysieren Sie Ihr aktuelles Geschäftsmodell oder testen Sie neue strategische Alternativen...

Was

Der Business Model Canvas stellt ein Konzept für Geschäftsmodelle dar. Er ermöglicht es, das eigene Geschäftsmodell ebenso wie Modelle des Wettbewerbs oder anderer Unternehmen zu beschreiben und zu analysieren.

Ergebnis der Methode ist ein Schema mit einem Ist- und/oder Soll-Geschäftsmodell. Der Business Model Canvas kann beispielsweise in der Analysephase zum Abbilden des aktuellen Geschäftsmodells eingesetzt werden.

Wie

In der Vorbereitungsphase sollte ein Team mit vielfältigen Teilnehmern zusammengestellt werden. Daraufhin muss sich dieses vertieft mit Informationen zu den einzelnen Feldern des Business Model Canvas auseinandersetzen und diese zusammentragen.

In einem gemeinsamen Workshop werden dann die einzelnen Grundbausteine des Business Model Canvas erarbeitet. Es sollen dabei neue Ideen generiert werden. Hierbei ist zunächst Quantität und nicht Qualität das Ziel. Daraufhin werden mithilfe von Kriterien Ideen aussortiert und für diese jeweils ein Business Model Canvas erstellt. Folgende Grundbausteine sind Bestandteil des Business Model Canvas:

1. **Kundensegmente:** Hier werden die verschiedenen Gruppen von Menschen oder Organisationen, welche erreicht und bedient werden sollen, definiert.
2. **Wertangebote/-versprechen:** Produkte und Services, welche Wert für ein spezifisches Kundensegment kreieren, werden beschrieben.
3. **Kanäle:** Hier wird aufgezeigt, wie ein Unternehmen mit seinen Kundensegmenten kommuniziert und diese erreicht, um einen Wertbeitrag zu übermitteln.
4. **Kundenbeziehungen:** beschreibt die Arten von Beziehungen, die ein Unternehmen mit spezifischen Kundensegmenten unterhält
5. **Einnahmequellen:** Sie stellen die Einnahmen dar, die ein Unternehmen durch ein Kundensegment generiert.

Wie

- 6. Schlüsselressourcen:** Die wichtigsten Ressourcen, die benötigt werden, damit das Geschäftsmodell läuft, werden hier beschrieben.
- 7. Schlüsselaktivitäten:** Dieser Baustein beschreibt die wichtigsten Aktivitäten, die ein Unternehmen durchführen muss, damit das Geschäftsmodell funktioniert.
- 8. Schlüsselpartner:** Hier wird das Netzwerk aus Lieferanten und Partnern aufgezeigt, damit das Geschäftsmodell funktioniert.
- 9. Kostenstruktur:** Alle durch den Betrieb des Geschäftsmodells anfallenden Kosten werden hier aufgezeigt.

Im Nachgang sollten für die erarbeiteten Geschäftsmodelle Prototypen erstellt werden, um diese weiter zu testen.

Zur Erstellung eines Business Model Canvas sollte ein vielfältiges Team in Bezug auf Dienstalter, Alter, Erfahrungsstufe, Geschäftsbereich, Kundenwissen und Fachkompetenz verwendet werden. Zusätzlich ist es sinnvoll, bei ungeübteren Gruppen einen Organisator, der durch den Canvas führt und kontrolliert, dass die Brainstorming-Regeln bei der Ideenfindung eingehalten werden usw. einzusetzen.

Für die praktische Anwendung der Methode ist es sinnvoll, den Business Model Canvas auf einem großen Poster auszudrucken und an die Wand zu hängen. Die Felder können so gemeinsam in der Gruppe (am besten mit Post-its) ausgefüllt werden.

Warum

Ziel der Methode ist es, ein Geschäftsmodell zu beschreiben oder zu verändern und zu analysieren, um neue strategische Alternativen auszuprobieren. Das dadurch entstehende Modell lässt sich auch als Blaupause für eine Strategie beschreiben.

Vorteile der Methode:

- Einfach, intuitiv verständlich
- Visualisierung
- Geeignet für Teams, sie fördert Kommunikation
- Zusammenhänge werden ersichtlich
- Orientierung am Kunden und Wertangebot

Literatur

- Faltings, T. (2011): Business Model Canvas Poster Deutsch V 1.1. Online unter: <http://fa.lttings.de/files/downloads/2014/01/geschaeftsmodellcanvasposter.pdf> (Abgerufen am 11.10.2016).
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, New Jersey; Canada: John Wiley & Sons.
- Utz, T. (o. J.): Geschäftsmodelle visuell darstellen und entwickeln. Vortragsreihe Wissenswertes. Institut für Innovation, Design und Engineering IDEE-FHS. FHS St. Gallen. Online unter: [https://www.fhsg.ch/fhs.nsf/files/IMS_Pr%C3%A4sentation%20Wissenswertes/\\$FILE/Pr%C3%A4sentation%20homas%20Utz.pdf](https://www.fhsg.ch/fhs.nsf/files/IMS_Pr%C3%A4sentation%20Wissenswertes/$FILE/Pr%C3%A4sentation%20homas%20Utz.pdf) (Abgerufen am 18.10.2016).

Voraussetzungen

- Komplexere Methode, deswegen sind abhängig von den Vorkenntnissen i.d.R. viele Erläuterungen notwendig
- Zu beachten ist, dass für jedes relevante Kundensegment ein eigener Canvas zu erstellen ist

Praxistipps

- Begrifflichkeiten anhand der Schablone möglichst anschaulich erläutern
- Anschauungsbeispiele liefern

Zeitliche Aspekte

- Dauer ca. 30 Minuten.

Gesamteindruck

- Praxistauglich
- Führt schnell zu prägnanten, aussagefähigen Ergebnissen