

# The Business Model Canvas

Entwickelt für:

Entwickelt von:

Am: Tag Monat Jahr

Version: Nr.

## Schlüsselpartner



Wer sind unsere Schlüsselpartner?  
Wer sind unsere Schlüssellieferanten?  
Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?  
Welche Schlüsselaktivitäten üben unsere Partner aus?

**Motivation für Partnerschaften**  
Optimierung und Wirtschaftlichkeit  
Minimierung von Risiken und Unsicherheiten  
Beschaffung bestimmter Ressourcen und Aktivitäten

## Schlüsselaktivitäten



Welche Aktivitäten erfordert unser Nutzenversprechen?  
Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?  
Einnahmequellen?

**Kategorien**  
Produktion  
Problemlösung  
Plattform/Netzwerk

## Nutzenversprechen



Welchen Nutzen verschaffen wir unseren Kunden?  
Welche der Probleme unserer Kunden helfen wir zu lösen?  
Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir in jedem Kundensegment an?  
Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?

**Eigenschaften**  
Neuheit  
Leistung  
Anpassung an Kundenwünsche  
Die Aufgabe erleichtern  
Design  
Marken-Stellenwert  
Preis  
Kostenreduktion  
Risikominimierung  
Erreichbarkeit  
Bequemlichkeit/Anwenderfreundlichkeit

## Kundenbeziehungen



Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?  
Welche Beziehungen haben wir bereits aufgebaut?  
Wie sind sie in unser Geschäftsmodell integriert?  
Wie kostenintensiv sind sie?

**Beispiele**  
Persönliche Unterstützung  
Dedizierter persönlicher Unterstützung  
Selbstbedienung  
Automatisierte Dienstleistungen  
Gemeinschaften  
Mitgestaltung

## Kundensegmente



Für wen bieten wir einen Nutzen an?  
Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Massenmarkt  
Nischenmarkt  
Segmentiert  
Diversifiziert  
Übergreifende Plattformen

## Schlüsselressourcen



Welche Schlüsselressourcen erfordert unser Nutzenversprechen?  
Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?  
Einnahmequellen?

**Arten von Ressourcen**  
Materiell  
Immateriell (Markenpatente, Urheberrechte, Daten)  
Menschlich  
Finanziell

## Marketingkanäle



Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?  
Wie erreichen wir sie jetzt?  
Wie sind unsere Kanäle integriert?  
Welche funktionieren am besten?  
Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

**Akquisitionsprozess**

- 1. Bekanntheit**  
Wie machen wir die Produkte und Dienstleistungen unseres Unternehmens bekannt?
- 2. Auswahl**  
Wie helfen wir unseren Kunden, das Nutzenversprechen unseres Unternehmens zu beurteilen?
- 3. Kauf**  
Wie ermöglichen wir unseren Kunden, bestimmte Produkte und Dienstleistungen zu erwerben?
- 4. Auslieferung**  
Wie realisieren wir das Nutzenversprechen für unsere Kunden?
- 5. Kundendienst**  
Wie unterstützen wir unsere Kunden nach dem Kauf?

## Kostenstruktur

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?  
Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?  
Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

**Ist ihr Geschäft überwiegend**  
Kostenorientiert (schlanke Kostenstruktur, Niedrigpreisversprechen, maximale Automation, extensives Outsourcing)  
Wertsorientiert (Schwerpunkte auf Wertschöpfung, Premium Nutzenversprechen)

**Beispielkategorieigenschaften**  
Problemlöser (Löhne, Mieten, Betriebsmittel)  
Variable Kosten  
Skaleneffekte  
Kostenvorteile



## Einnahmequellen

Für welchen Nutzen sind unsere Kunden tatsächlich bereit zu zahlen?  
Für was zahlen sie aktuell?  
Wie zahlen sie aktuell?  
Wie würden sie es bevorzugen zu zahlen?  
Wieviel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?

**Arten**  
Verkauf  
Nutzungsgebühren  
Abonnementgebühren  
Verkauf, Vermittlung, Leistung  
Lizenzen  
Vermittlungsgebühren  
Werbung

**Fixpreise**  
Listpreis  
Anzahlpreis  
Abhängig vom Produktmerkmalen  
Abhängig vom Kundensegment  
Abhängig von Volumen

**Variable Preise**  
Verhandlung (Preisnachlass)  
Ermessensmanagement  
Echtzeit Markt

