

Business Model Canvas

Was heißt Business Model Canvas (BMC)?

Der Begriff „Business Model Canvas“ (englisch) bedeutet wörtlich übersetzt Geschäftsmodell-Leinwand. Auf der Canvas (=Leinwand) werden Geschäftsideen visualisiert und getestet, um für die Produktidee ein passendes Geschäftsmodell zu finden.

Was braucht man für eine Produktidee, ein Geschäftsmodell?

Ob eine innovative Idee Erfolg hat, hängt vor allem auch von der Umsetzung ab. Dabei spielt nicht nur die technische Realisierung eine Rolle, sondern auch die wirtschaftliche. Das bedeutet, dass man sich schon zu Beginn der Entwicklung Gedanken machen muss, wie sich die Produktidee rechnen wird. Für die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb fallen Kosten an, z.B. für Mitarbeiter, Material, Maschinen, Räume, Lizenzen usw. Dies Kosten müssen durch das Produkt wieder hereingeholt werden. Klassischerweise geschieht das über den Verkauf des Produkts/ Dienstleistung zu einem kalkulierten Preis. Es gibt aber auch andere Geschäftsmodelle in denen immaterielle Werte (Daten/ Informationen/ Vertrauen) transferiert werden.

Wie funktioniert die „Geschäftsmodell-Leinwand“?

Es bietet sich an, einen großen Ausdruck einer Business Model Canvas an die Wand oder an ein Whiteboard zu hängen. Zur Bearbeitung dann noch Post-its und Eddings bereitstellen und los geht's. Die neun Bausteine der Business Model Canvas werden vom Team in einer bestimmten Reihenfolge bearbeitet und mit Post-its befüllt.

Welche neun Bausteine des Geschäftsmodells werden gefüllt?

Schritt 1: Wertangebote

Das Wertangebot ist der Grund, warum sich die Kunden für das Produkt oder die Dienstleistung entscheiden. Es erfüllt ein Kundenbedürfnis oder löst ein Problem der Kunden (Job to be done). In diesem Baustein wird also beschrieben, was das Produkt oder die Dienstleistung für eine bestimmte Kundengruppe wertvoll macht.

Schritt 2: Kundensegmente

Die verschiedenen Gruppen von Personen (z.B. Jugendliche) oder Organisationen (z.B. Unternehmen der Verkehrsbranche), die mit dem Wertangebot erreichen werden sollen, werden hier definiert. Die Festlegung auf bestimmte Kundengruppen beeinflusst die weiteren Bausteine des BMCs.



Vorteile des Business Model Canvas

- Einfache Darstellung des Geschäftsmodell anhand von neun Bausteinen
- Das Team beschreibt, visualisiert und bewertet gemeinsam.
- Dadurch entsteht ein gemeinsames Verständnis des Geschäftsmodells.
- Durch die Verwendung von Post-its kann das Geschäftsmodell schnell angepasst werden.

Schritt 3: Kanäle

Die Kanäle beschreiben, auf welche Art und Weise, ein Unternehmen seine Kundengruppen mit seinem Wertangebot anspricht (z.B. Online-Shop, Bannerwerbung, Hotline). Sie sind die Kundenberührungspunkte und erfüllen viele Funktionen, wie die Aufmerksamkeit des Kunden zu erhöhen, das Wertangebot zu unterbreiten sowie auch nach dem Kauf zu betreuen.

Schritt 4: Kundenbeziehungen

Die Arten von Beziehungen, welche ein Unternehmen mit den bestimmten Kundengruppen eingeht, werden hier beschrieben. Sind die Beziehungen beispielsweise persönlich oder automatisiert, durch aggressive Kundenwerbung geprägt oder steht die Kundenpflege im Vordergrund (z.B. Für die Bindung von treuen Kunden werden kostenlose Angebote, wie Konzert- oder Fußball-VIP-Karten oder Werkstouren mit Buffet angeboten).

Schritt 5: Einnahmequellen

Dieser Baustein beinhaltet die Einkünfte, die ein Unternehmen erzielt. Diese können einmalige oder fortlaufende Zahlungen sein. Sie können direkt mit dem Verkauf des Produktes zusammenhängen oder sich indirekt aus dem Mehrwert des Produkts für den Kunden ergeben (z.B. Die Kinderspielecke im Restaurant führt zu höherem Umsatz, weil das Restaurant von mehr Familien besucht wird.)

Schritt 6: Schlüsselressourcen

Schlüsselressourcen bezeichnen die bedeutendsten Wirtschaftsgüter, die für das Funktionieren des Geschäftsmodells notwendig sind. Für jede Geschäftsidee werden Mitarbeiter, Material, Maschinen und evtl. Lizenzen als Schlüsselressourcen benötigt.

Schritt 7: Schlüsselaktivitäten

Die wichtigsten Handlungen, die ein Unternehmen zu erledigen hat, damit das Geschäftsmodell funktioniert, werden hier beschrieben. Sie unterscheiden sich je nach Geschäftsidee und können beispielsweise Produktion, Problemlösungen oder IT-Plattformen betreffen.

Schritt 8: Schlüsselpartnerschaften

Das Netzwerk von Lieferanten, Subunternehmern und Partnern wird hier im Detail dargestellt. Kooperationen und strategische Partnerschaften, z.B. mit Universitäten, Forschungseinrichtungen, werden dabei besonders in den Blick genommen.

Schritt 9: Kostenstruktur

Die Kostenstruktur beschreibt alle Kosten, die bei der Umsetzung des Geschäftsmodells entstehen. Kosten sind neben dem Erschaffen des Wertangebots, der Art der Kundenbeziehung auch in anderen Bausteinen, wie den Schlüsselaktivitäten enthalten.

Das VPC (Value Proposition Canvas) ist Teil des BMC

Ein VPC setzt sich aus **Leistungsversprechen** und **Kundensegment** zusammen. Dabei stehe sich beide gegenüber um einander zu ergänzen. Das VPC ist Teil im BMC und gibt einen fokussierten Blick auf **Schritt 1: Wertangebote (Leistungsversprechen)** und **Schritt 2: Kundensegmente (Kunde)**, da vorallem für jedes Kundensegment ein eigenes VPC existieren sollte.

Eure Aufgabe, wenn ihr die Präsentation macht (wählt selbst aus, welchen Antworten ihr für wichtig haltet, ihr hat 3 Min für die Präsentation):

- Erklärt deinem Seminarteam, wie ein BMC (Business Model Canvas) funktioniert? Warum es ein lebendes Artefakt ist?
- Hat jemand im Team schon mal ein BMC gemacht, falls ja was war hilfreich? Welche Produkte und Dienstleistungen sind dabei entstanden. Wie seid ihr mit Veränderungen umgegangen?
- Wie verbindet man ein VPC (Value Proposition Canvas) mit dem BMC?
- Wie hilft ein BMC bei der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen (Business Model)?