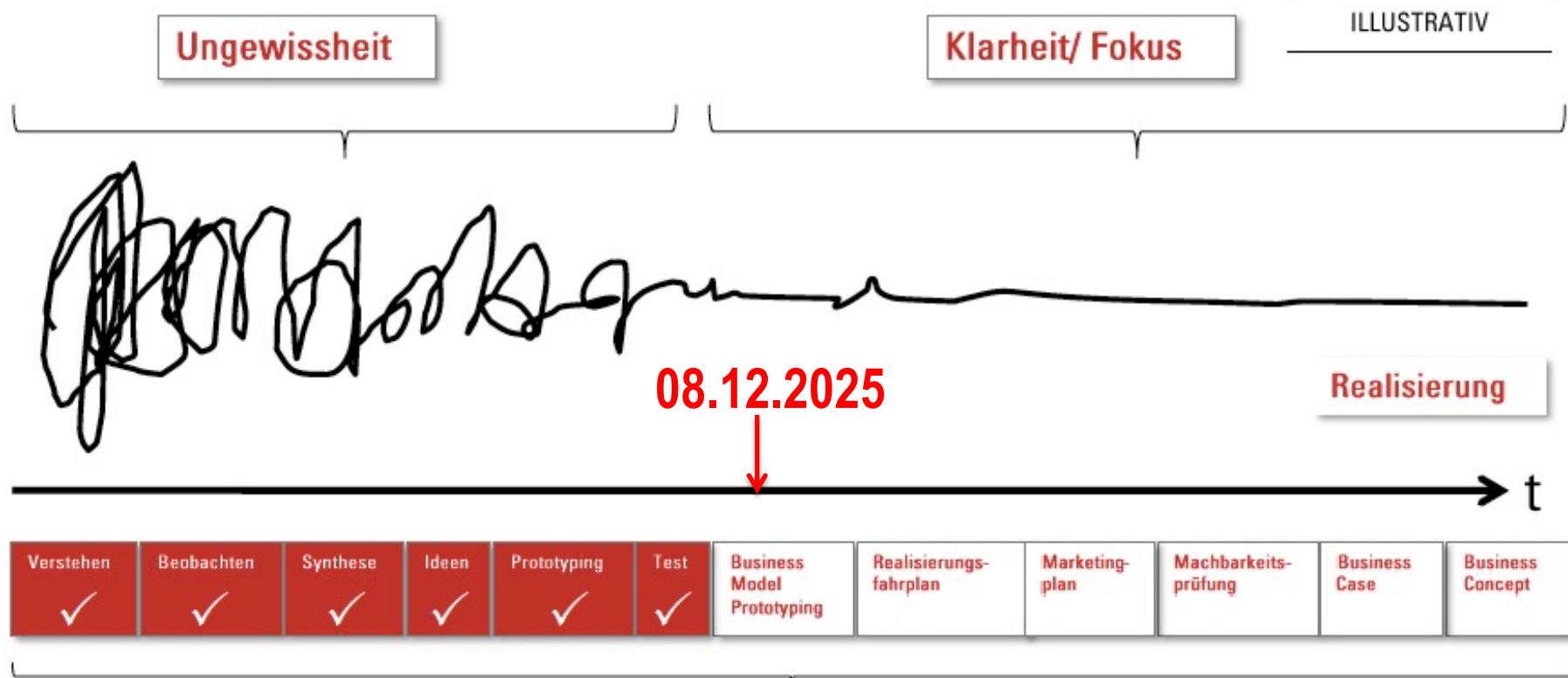


056 Entwicklung einer Geschäftsidee 08 Business Modelling

Prof. Klaus Sailer Bruno Müller

Wo stehen wir jetzt?



Quelle:
in Anlehnung an Osterwalder/ Pigneur:
Business Model Generation, S. 247 ff.
REINVENTIS RESEARCH | IDEO | Gravity

Projektmanagement

The Business Model Canvas by Osterwalder.

9 (12) Modules

(-) IMPACT



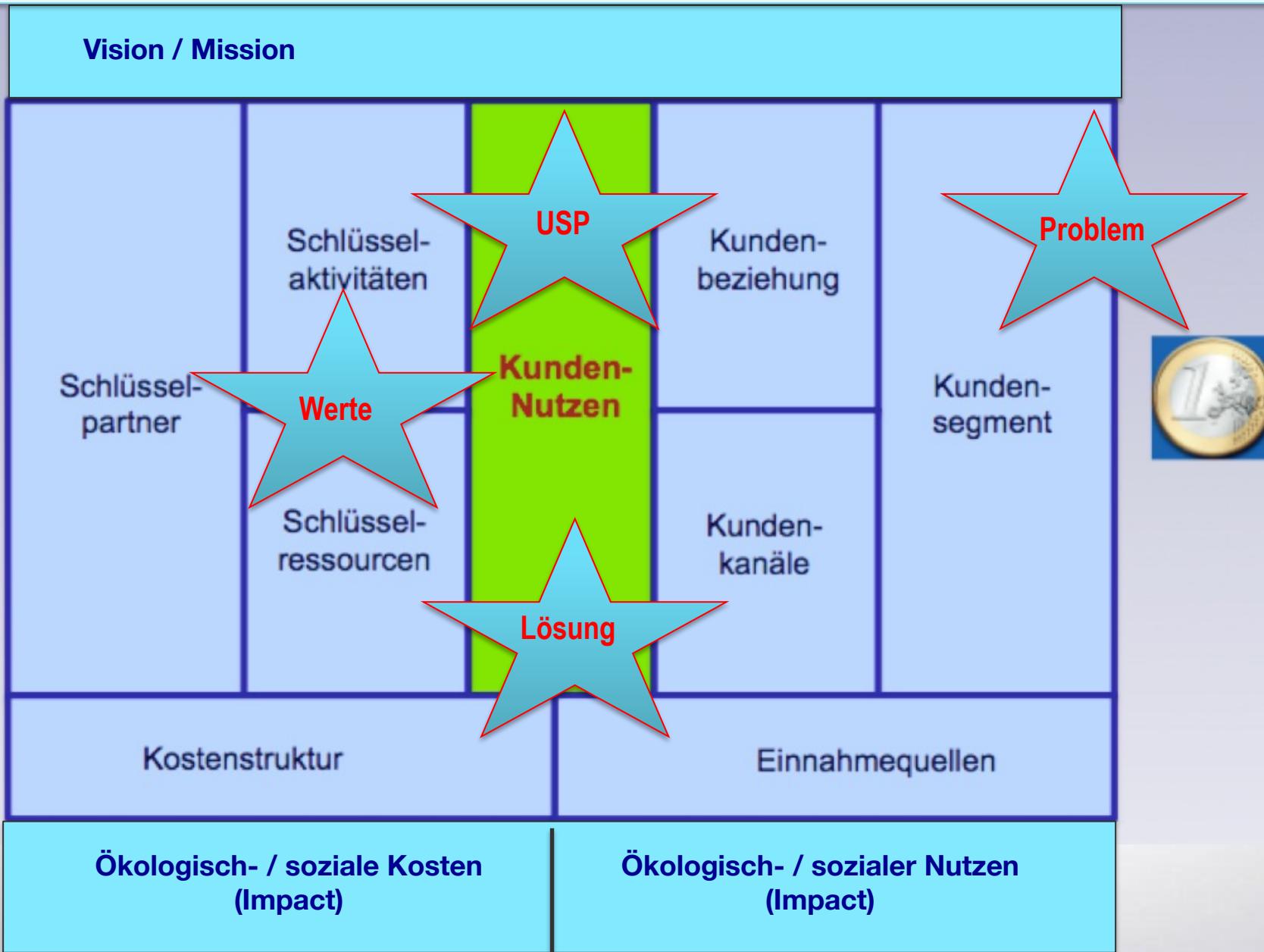
(+) IMPACT



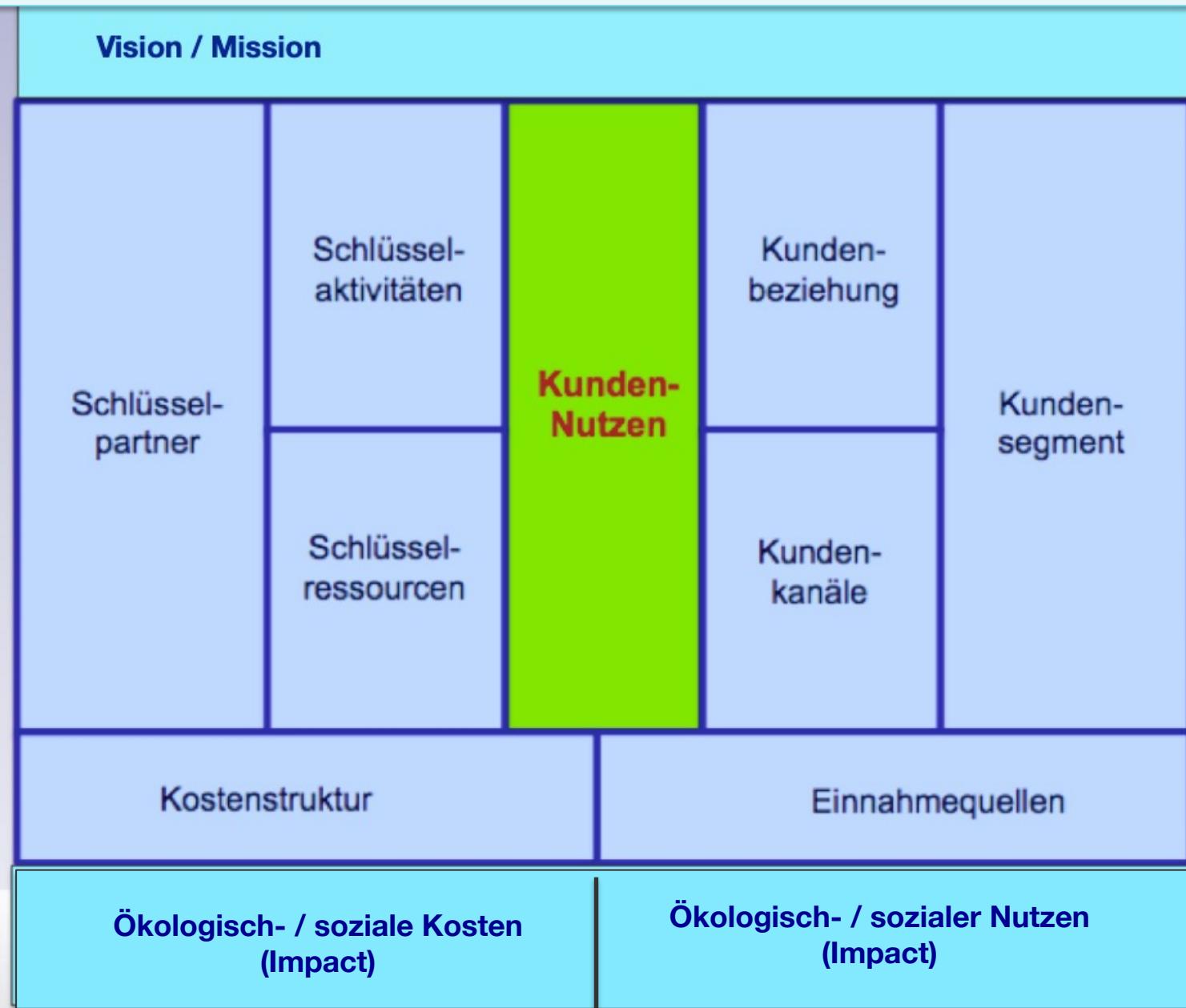
Muhammad Yunus
Grameen Bank

Sozialberater: Die knallharten Gutmenschen - D...
spiegel.de

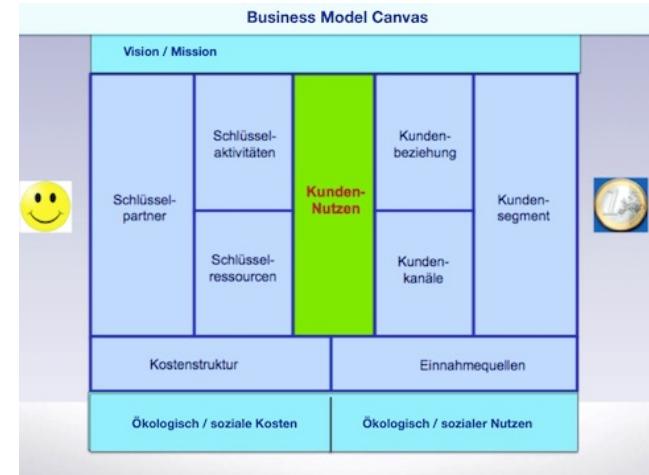
Business Model Canvas



Business Model Canvas



Vorteile der Business Model Canvas (BMC)

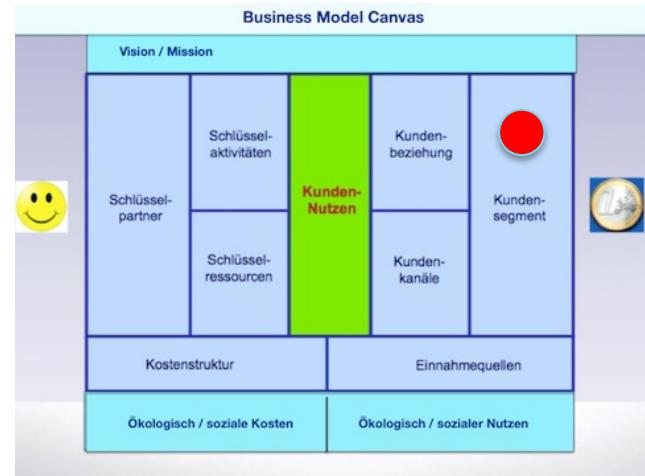


Komplettes Geschäftsmodell auf einer Leinwand

- Modifikationen können leicht durchgeführt werden.
- Erkennen und diskutieren von Anhängigkeiten.
- Konsens im Team schaffen.

Kundensegmente

Wichtige und wesentlichen Kunden-
segmente benennen:

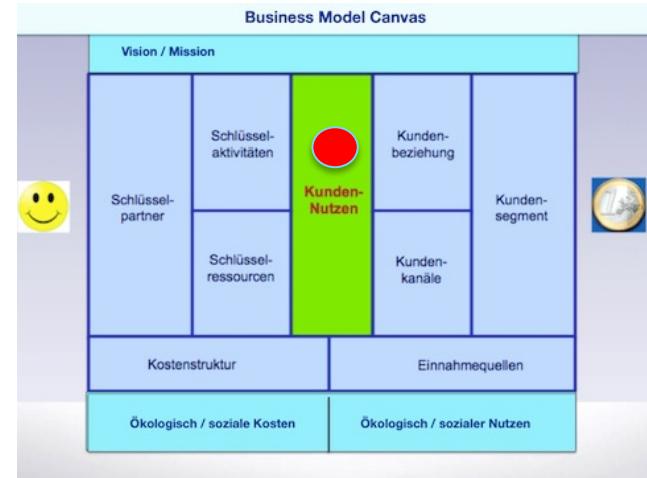


- Wichtigsten Kunden (Pareto 20/80 Prinzip)?
- Für wen, welche Kunden Mehrwerte schaffen?
- Welche Beziehung wollen wir pflegen (ABC)?

Kundennutzen (Value Proposition)

Mit welchem Leistungsversprechen tritt ein Unternehmen am Markt auf?

- Design (Ux)
- Kompetenzen anbieten (USP)
- Preise (Marketing Mix)
- Lieferzeiten (Time-to-Market)
- Service (Customer Journey)

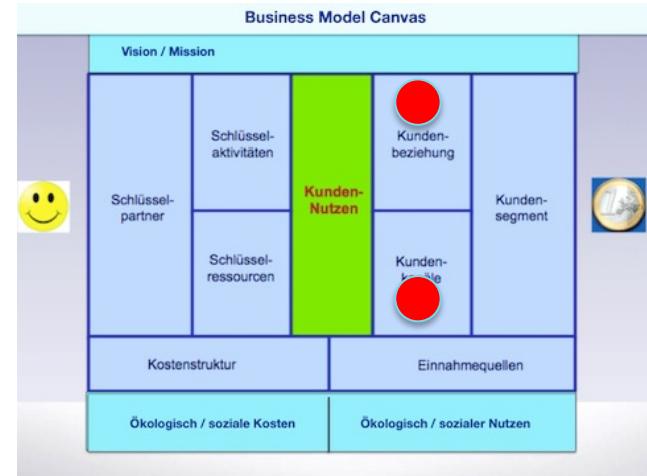


3.

4.

Kundenbeziehungen Kundenkanäle

Enge Kundenbindung bildet die Grundlage
für ein erfolgreiches Geschäftsmodell.



Kundenbeziehungen

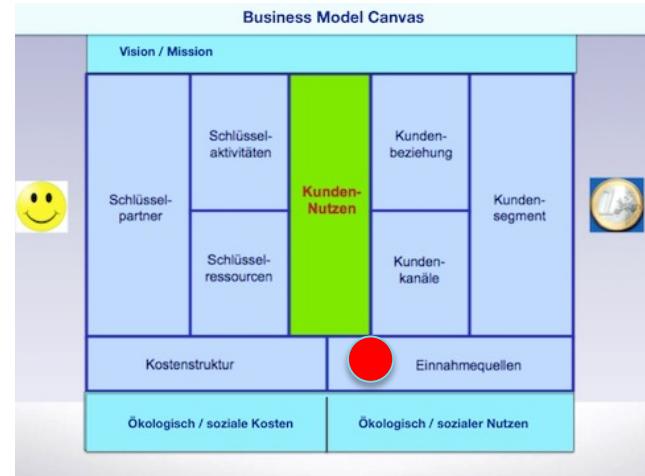
- Persönliche Betreuung (A-Kunden)
- Selbstbedienung (Automatisiert)
- Community (Gemeinschaften)
- Co-Creation (Leitkunden)

Kundenkanäle

- Wie erreichen wir die Kunden (Marketing/ Logistik/ Vertrieb)

Einnahmequellen

**Geld verdienen, Erträge erwirtschaften,
Cash Flow generieren ?**



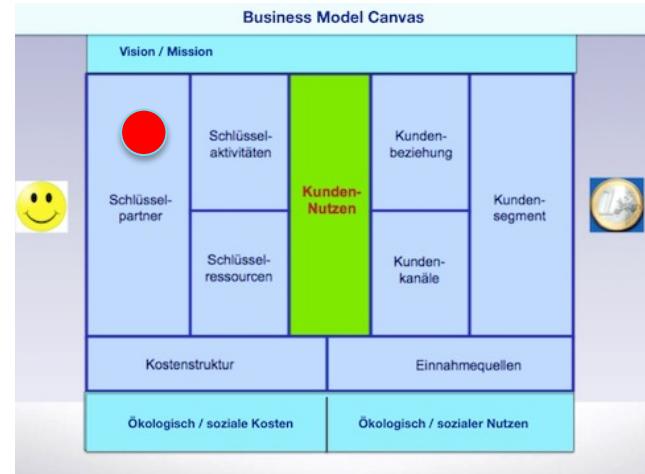
Einnahmequellen

- Family & Friends
- Fördergelder
- Nutzergebühren
- Mitgliedsgebühr
- Miete (Leasing)
- Lizenzen
- Maklergebühr
- Werbeeinnahmen

6.

Schlüsselpartner

Auf welchen Partnerschaften basiert das Geschäftsmodell?

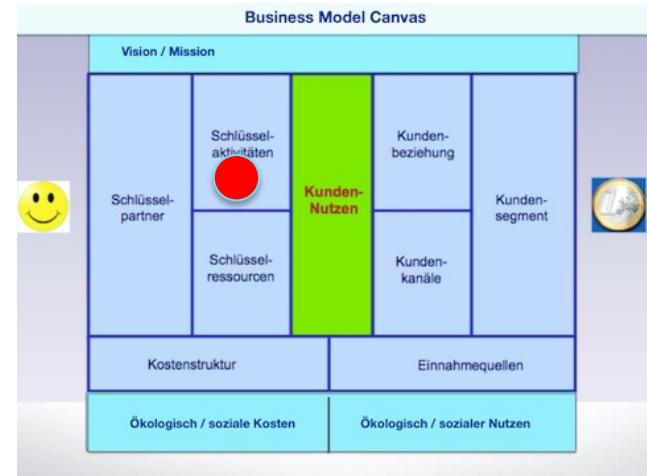


- Strategische Allianzen
- Co-opetition
- Joint Ventures
- Käufer-Lieferanten Partnerschaften

Schlüsselaktivitäten

Die entscheidenden Aktivitäten, die Wachstum antreiben:

- *Fokus auf Schlüsselaktivitäten (KPIs - Metrics)*
- *Schlüsselaktivitäten für Ihr Wertevereversprechen*
- *Wichtige Aktivitäten für Vertriebskanäle, Kundenbeziehungen, Umsatzströme*
- *Kunden gewinnen (Akquise) oder nachhaltig binden (Customer Retention)*
- *Partnerschaften pflegen*

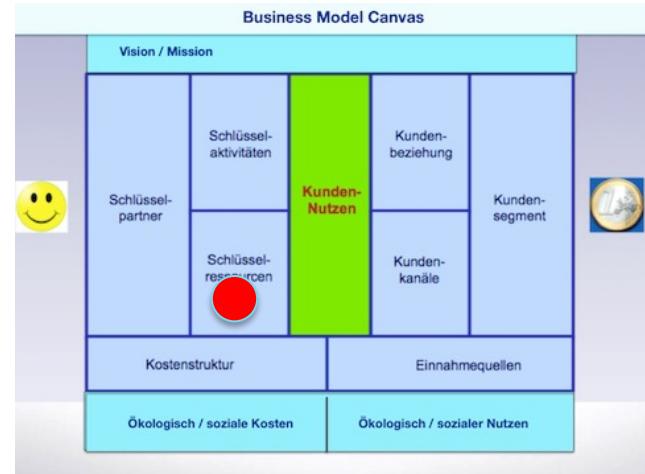


8.

Schlüsselressourcen

Welche Ressourcen benötigt das Geschäftsmodell?

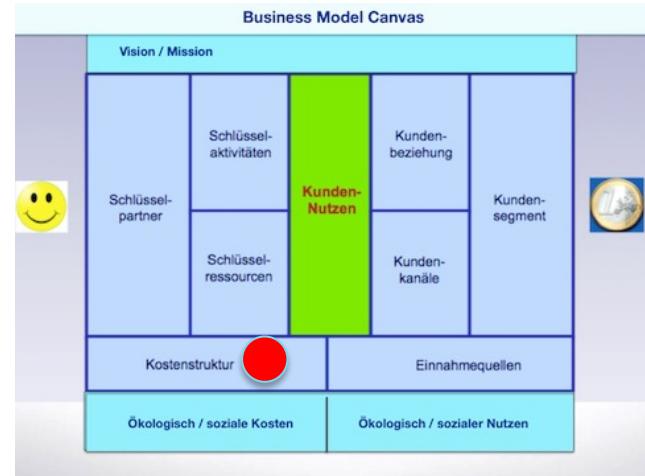
- Physisch
- Intellektuell (IP - Intellectual Property, Patente)
- Human Resource- (Personal Management)
- Finanzmittel (Eigen-, Fremdkapital)



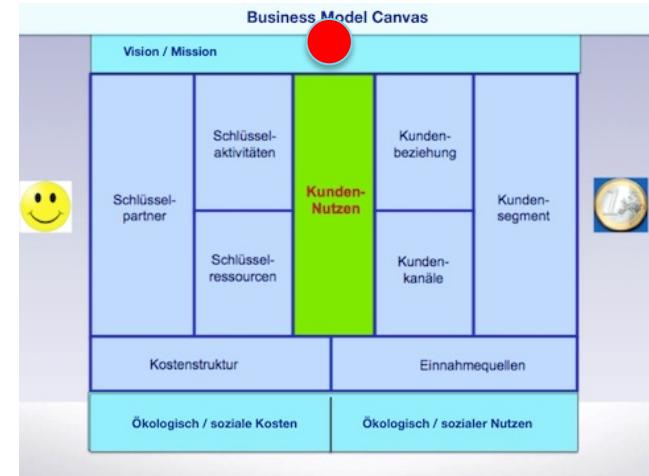
9. Kostenstruktur

Welche sind die wichtigsten Ausgaben?

- Fixe Kosten
- Variable Kosten
- Economies of Scale (Skaleneffekt)
- Economies of Scope (Ökonomie des Verbundes)



Vision / Mission



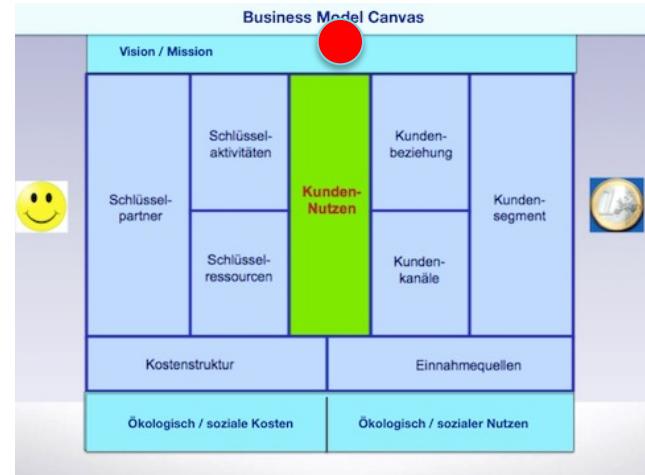
Vision (5-10 Jahre)

- Die Vision beschreibt das **zukünftige Idealbild**, das ein Startup langfristig anstrebt.
- Sie zeigt, **welche Veränderung** das Startup in der Welt, im Markt oder für seine Zielgruppe bewirken möchte.
- Sie dient als **emotionaler Nordstern**, der Sinn gibt und Menschen inspiriert, daran mitzuwirken.

Mission (3-5 Jahre)

- Die Mission beschreibt **den konkreten Auftrag**, den das Startup heute erfüllt, um seine Vision zu erreichen.
- Sie erklärt **was** das Startup **für wen** tut und welchen **Nutzen** es stiftet.
- Sie dient als **operative Orientierung**, um Entscheidungen, Fokus und Prioritäten im Unternehmensalltag zu leiten.

Vision / Mission



BMW

- „Die individuelle Premium-Mobilität der Zukunft gestalten – nachhaltig, vernetzt und begeisternd.“
- „Wir schaffen außergewöhnliche Mobilitätserlebnisse durch innovative Premium-Fahrzeuge und digitale Lösungen.“

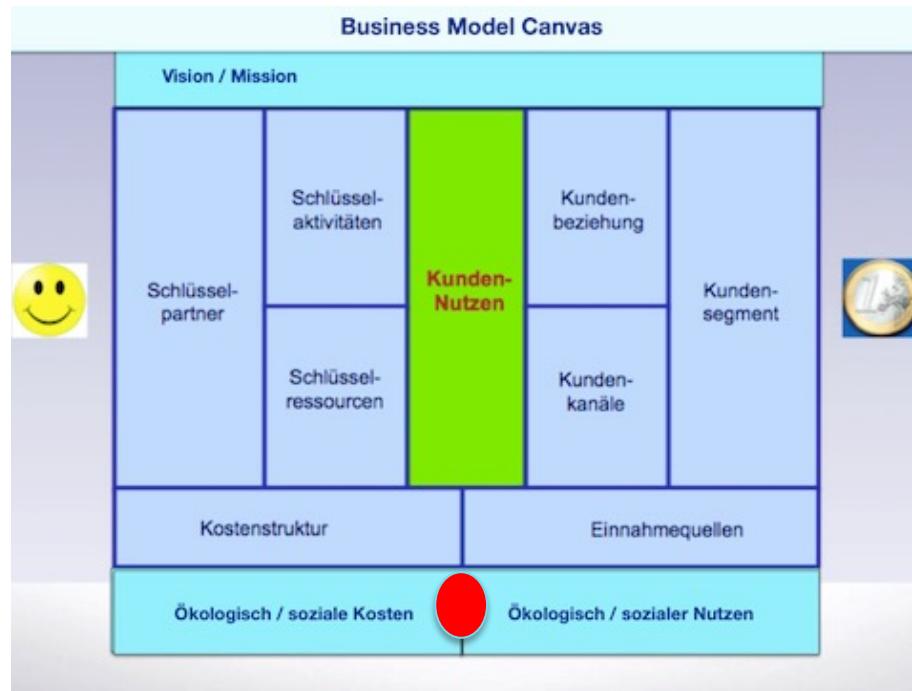
Apple

- „Produkte zu entwickeln, die das Leben der Menschen bereichern.“
- „Wir entwickeln die besten Produkte der Welt und lassen uns von tiefem Engagement für Innovation, Qualität und Privatsphäre leiten.“

OpenAI/ GPT

- „Sichere künstliche Intelligenz zu entwickeln, die der gesamten Menschheit zugutekommt.“
- „Wir stellen sicher, dass künstliche Intelligenz mit übermenschlichen Fähigkeiten sicher und zum Wohle aller Menschen entwickelt und eingesetzt wird.“

Soziales & Ökologischer Einfluss (Impact)



(-) IMPACT



(+) IMPACT



Muhammad Yunus
Grameen Bank

Sozialberater: Die knallharten Gutmenschen - D...
spiegel.de

17 Ziele für Nachhaltigkeit der UN?

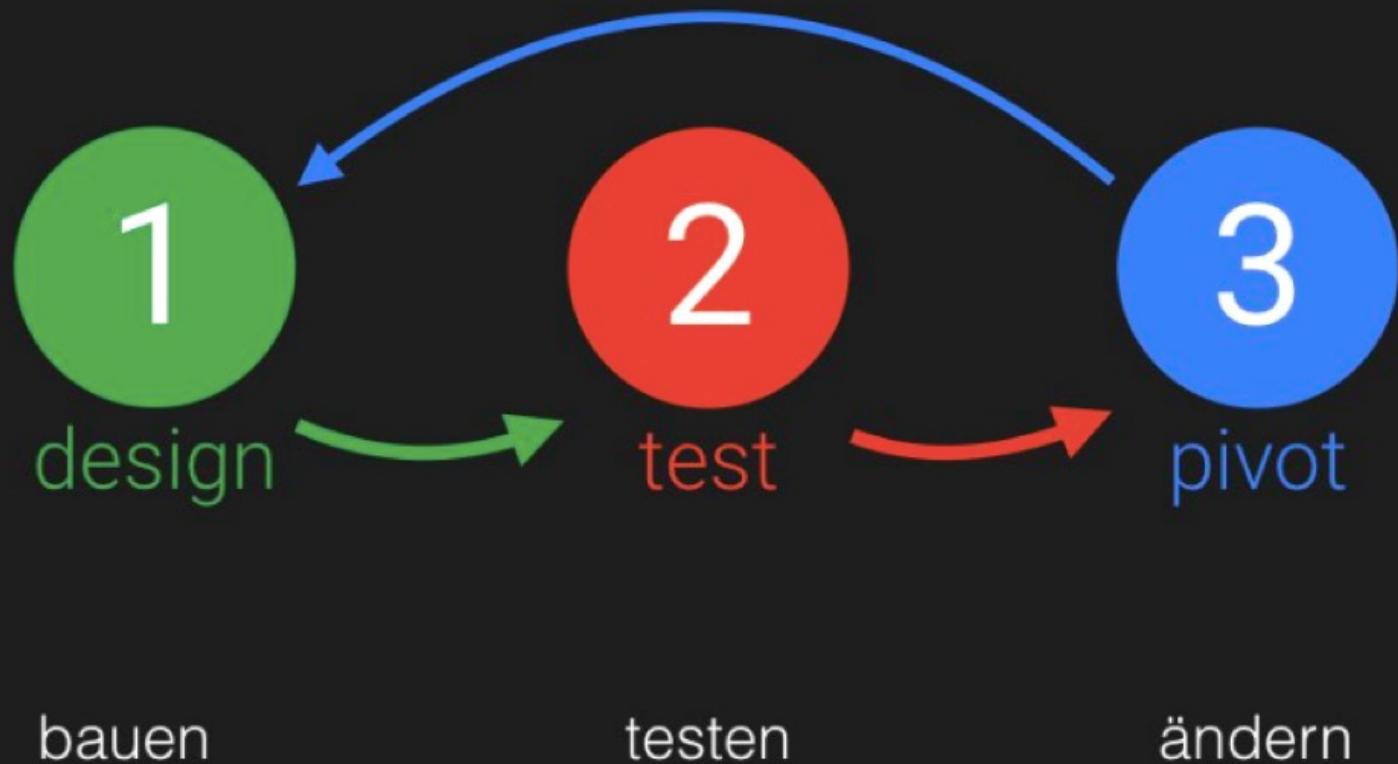
Armut und Hunger beenden und Ungleichheiten bekämpfen.

Selbstbestimmung der Menschen stärken, Geschlechtergerechtigkeit und ein gutes und gesundes Leben für alle sichern.

Wohlstand für alle fördern und Lebensweisen weltweit nachhaltig gestalten.



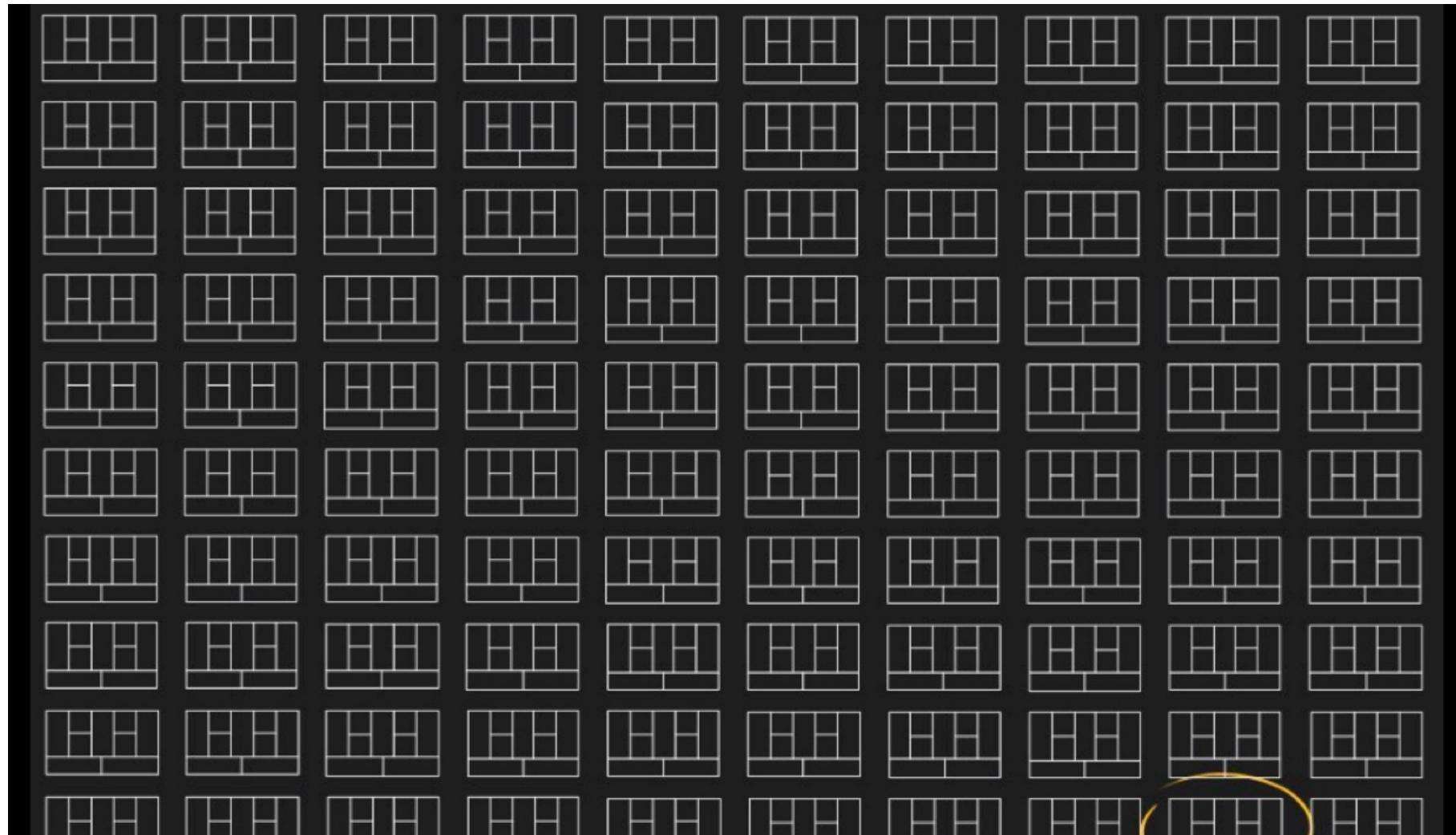
Prozess: Entwicklung Firma / Produkt/ Dienstleistung





Man kann den Wind nicht ändern,
aber die Segel anders setzen.
Es ist die beste Crew,
welche Sie zum Erfolg führt.

Pivoting





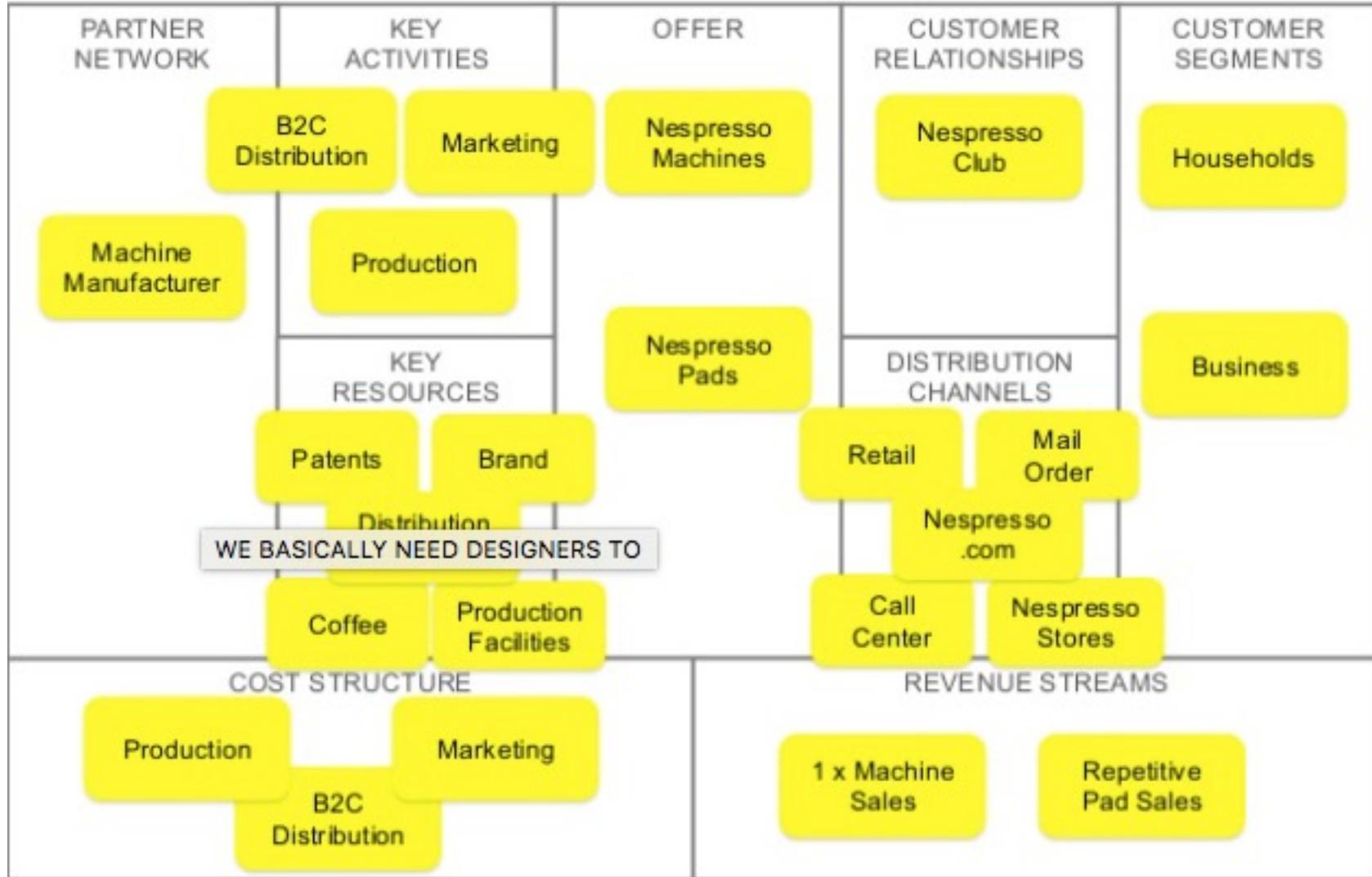
Freeletics: Tipps für Startups vom CEO der Fitness-App

„Die Community ist für Freeletics extrem wichtig“

https://www.ispo.com/unternehmen/id_79077220/freeletics-deshalb-ist-das-unternehmen-so-erfolgreich.html



The Business Model of Nespresso



The Business Model Canvas by Osterwalder.

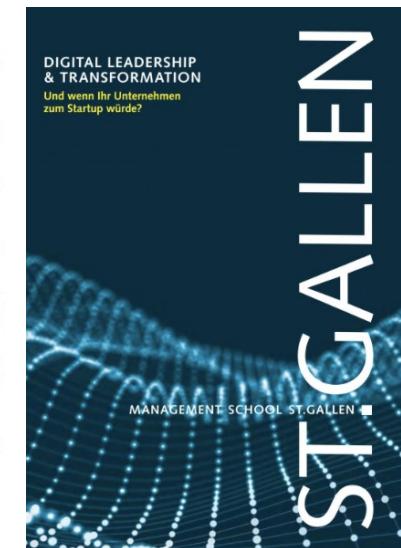
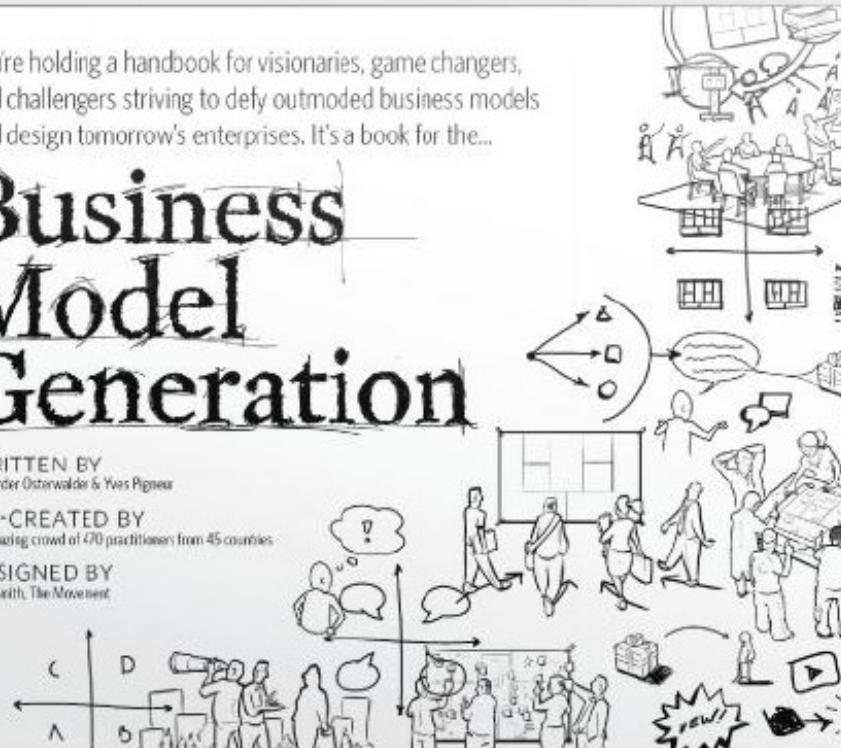
You're holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

Business Model Generation

WRITTEN BY
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

CO-CREATED BY
An analog crowd of 470 practitioners from 45 countries

DESIGNED BY
Alan Smith, The Movement



The Business Model Navigator

Oliver Gassmann,
Karolin Frankenberger
& Michaela Csik

Business • 55 Models That Will Revolutionise Your

10 Beispiele für erfolgreiche Business Modelle

Wenn Unternehmen mit neuartigen Geschäftsmodellen den Markt erobern, können alteingesessene Big Player nicht einfach nur weiter nach alten Maßstäben agieren. Stattdessen müssen sie, wie auch der St. Galler Business Model Navigator beschreibt, neue innovative Konzepte adaptieren, eventuell durch die Akquise eines innovativen Startups die eigenen Strukturen umkrepeln.

So sehen erfolgreiche Geschäftsmodelle aus: 10 Beispiele

1. Modell: Add-On

Basisversion wird durch gebührenpflichtige Extras und Zusätze („Add-ons“) erweitert (zb. [Ryanair](#)).

2. Modell: Cross Selling

Unternehmen bietet Leistungsangebote mit komplementären Produktkategorien/ Services an (zb. [Tchibo](#)).

3. Modell: Freemium

Kostenlose Basisversion kann durch eine gebührenpflichtige Premiumversion aufgestockt werden (zb. [LinkedIn](#)).

4. Modell: Subscription

Entlang der [Customer Journey](#) wird der Kunden während des gesamten Erwerbsprozesses mit zusätzlichen Produkt und Dienstleistung auch umfassende begleitet (zb. [Dollar Save Club USA](#)).

So sehen erfolgreiche Geschäftsmodelle aus: 10 Beispiele (Fortsetzung)

5. Modell: Experience Selling

Käuferlebnisse und die Eindrücke werden dem Kunden während des gesamten Erwerbsprozesses vermittelt (zb. RedBull).

6. Modell: Fractionalized Ownership

„Teileigentum“ zielt auf eine Strategie ab, bei der der Kunde nicht das gesamte Objekt, sondern nur einen Part erwirbt (zb. Ecuire2 UK).

7. Modell: Guaranteed Availability

Strategie bei der der Kunde für die ständige Verfügbarkeit eines Produkts oder einer Dienstleistung zahlt, statt das Eigentum daran zu erwerben (zb. ABB).

8. Modell: Hidden Revenue

Hinter der Idee steckt stattdessen die Strategie, Profit durch das Kommerzialisieren einer an das Produkt geknüpften Werbefläche zu erzielen. (zb. Google).

9. Modell: Pay Per Use

ein Geschäftsmodell bei dem nach der tatsächlichen Nutzung abgerechnet wird (zb. Car2Go)

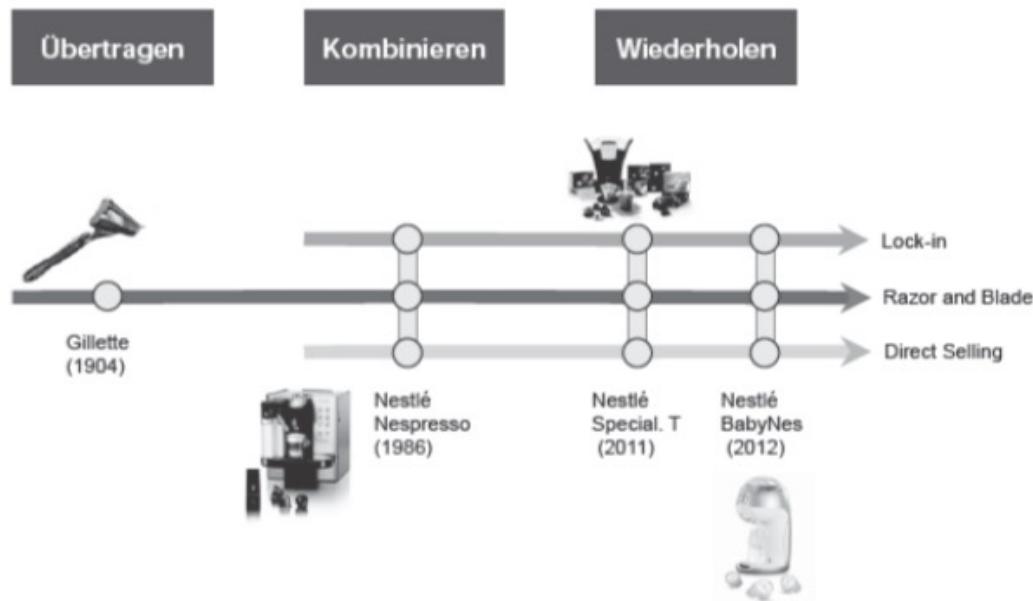
10. Modell: Solution Provider

Art „Rundum-Sorglos-Paket“ (zb. Apple).

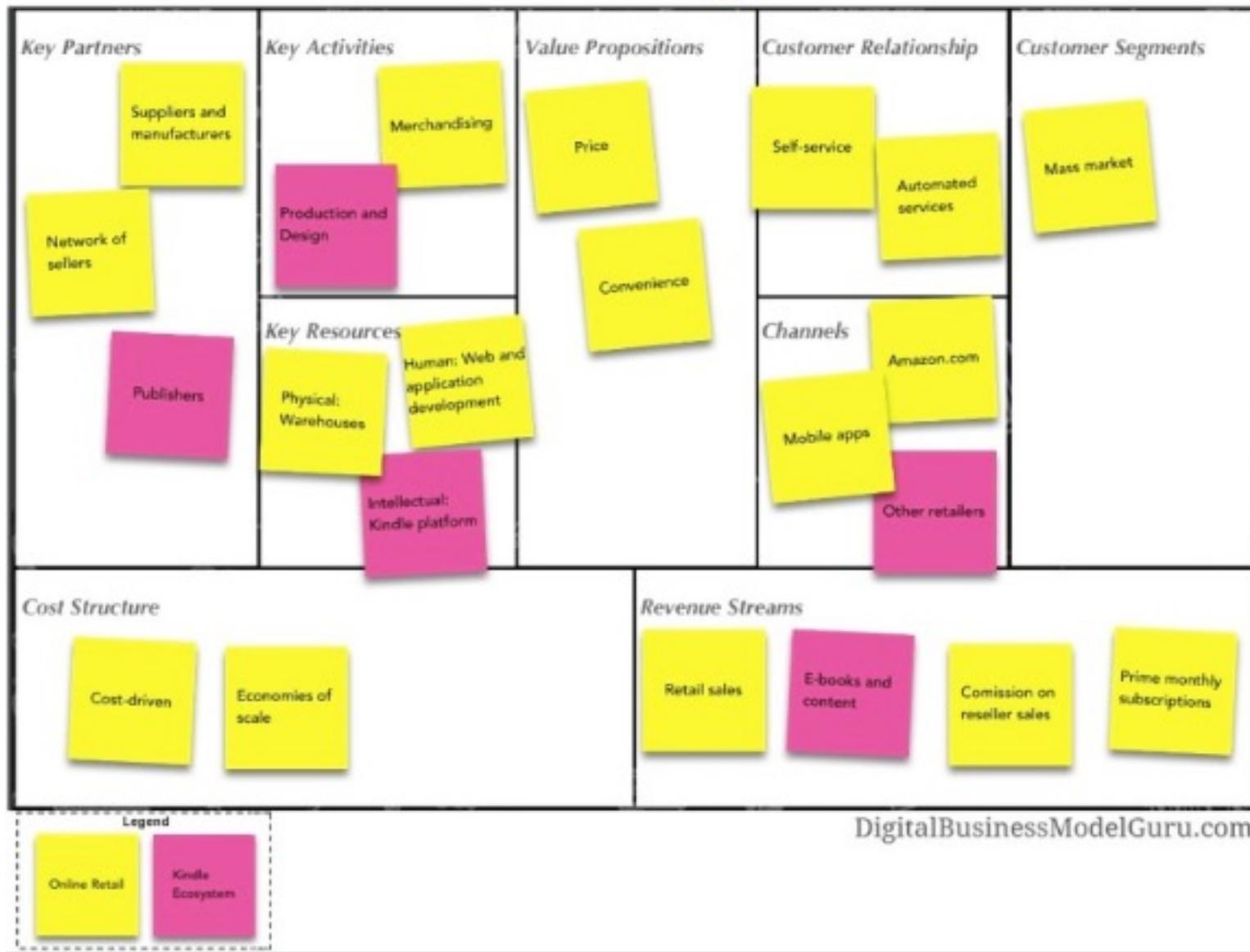
Kaffee – ein altes Produkt neu inszeniert

Kaffee ist ein altes – bis vor einigen Jahren für die meisten auch langweiliges Produkt. Die Firma Nestlé hat es geschafft, mit einer Geschäftsmodellinnovation das Produkt Kaffee neu zu erfinden.

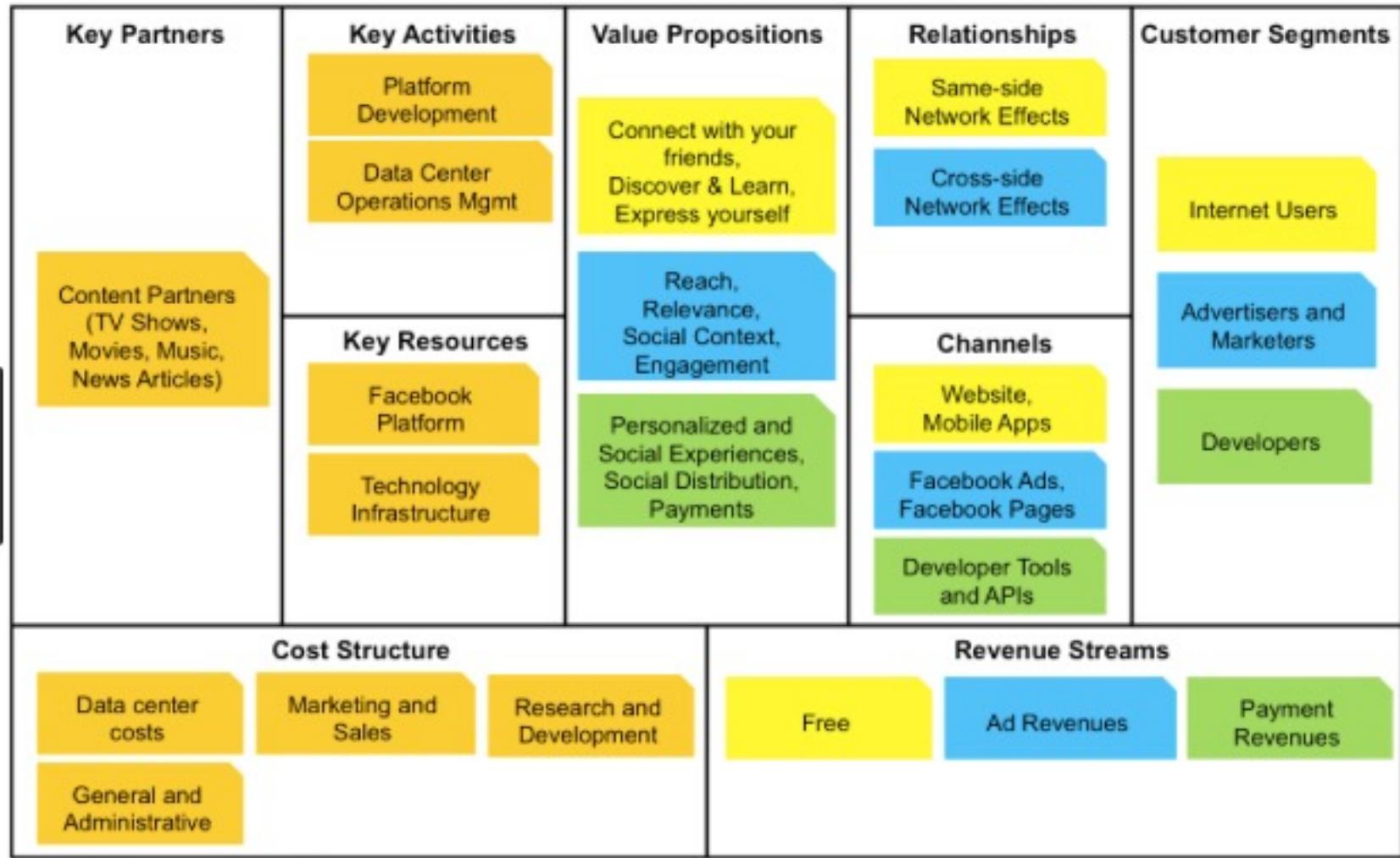
Der Erfolg von Nespresso ist auf eine Kombination verschiedener Geschäftsmodelle zurückzuführen. Damit ist es Nespresso gelungen, das „langweilige“ Produkt Kaffee zu einem Preis von mehr als 80 Euro für ein Kilo zu verkaufen.



Business Model Canvas: amazon.com

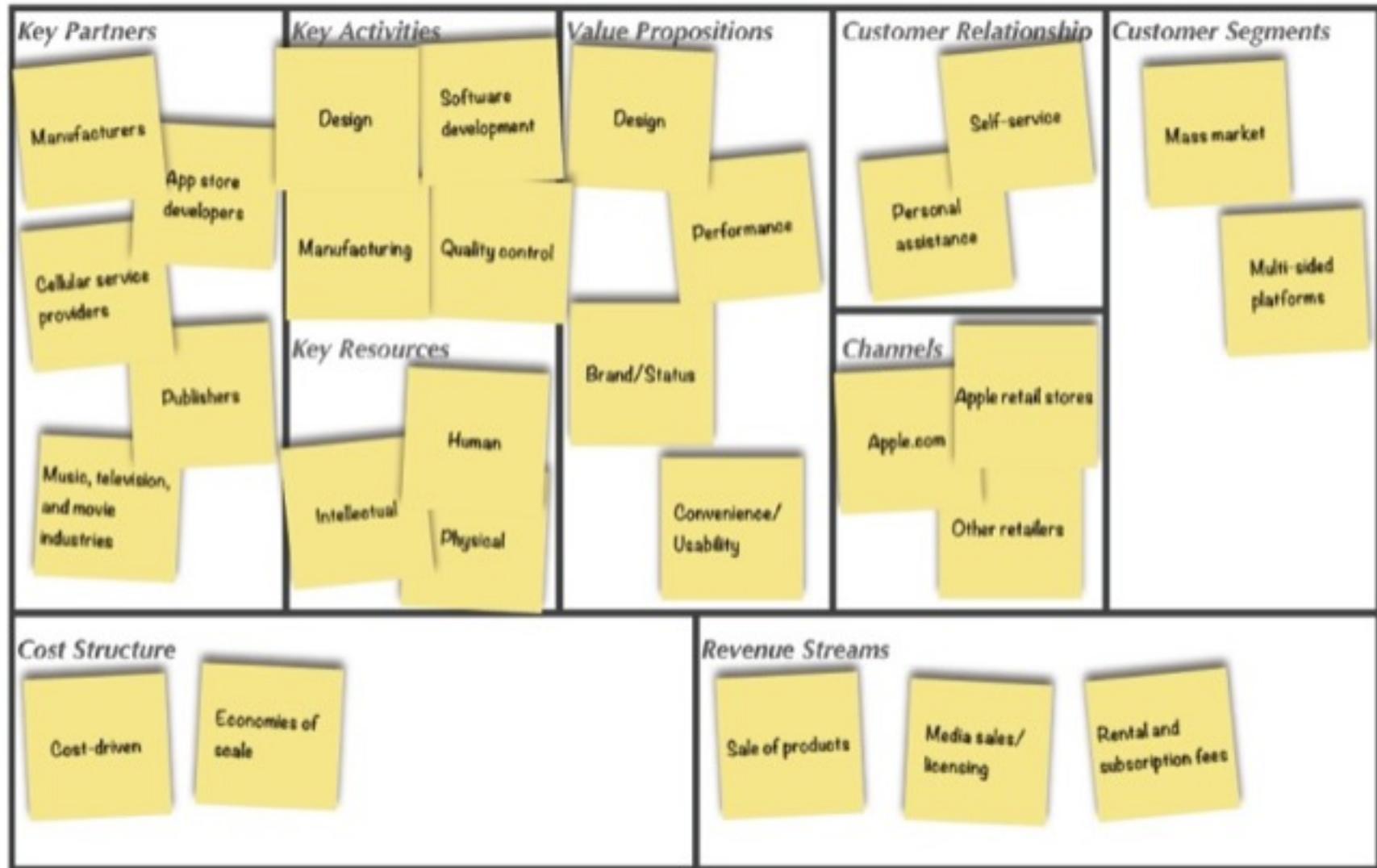


Facebook – World's leading Social Networking Site (SNS)



www.businessmodelgeneration.com

Business Model Canvas: Apple

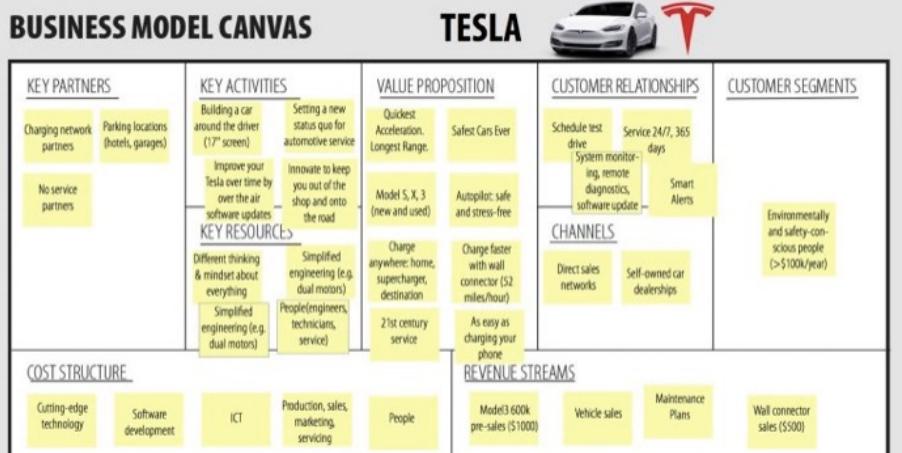




BMW VERSUS TESLA: WHO IS GOING TO WIN?

BUSINESS MODEL CANVAS

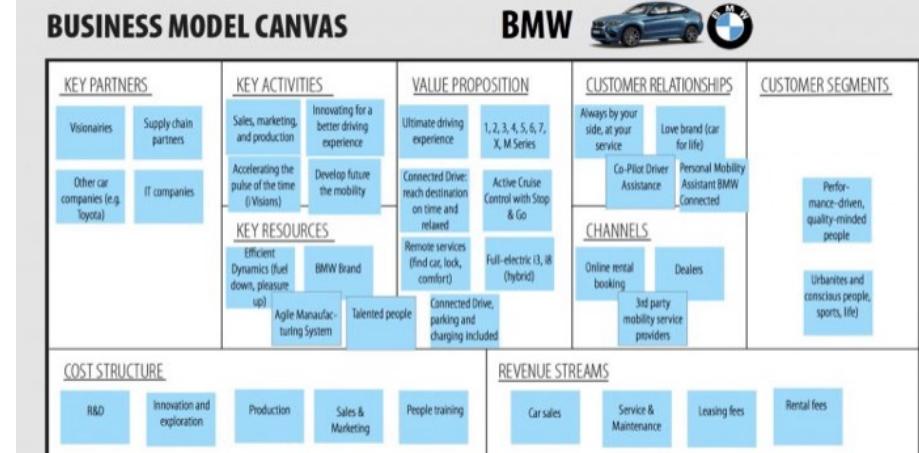
TESLA



Strategyzer
strategyzer.com

BUSINESS MODEL CANVAS

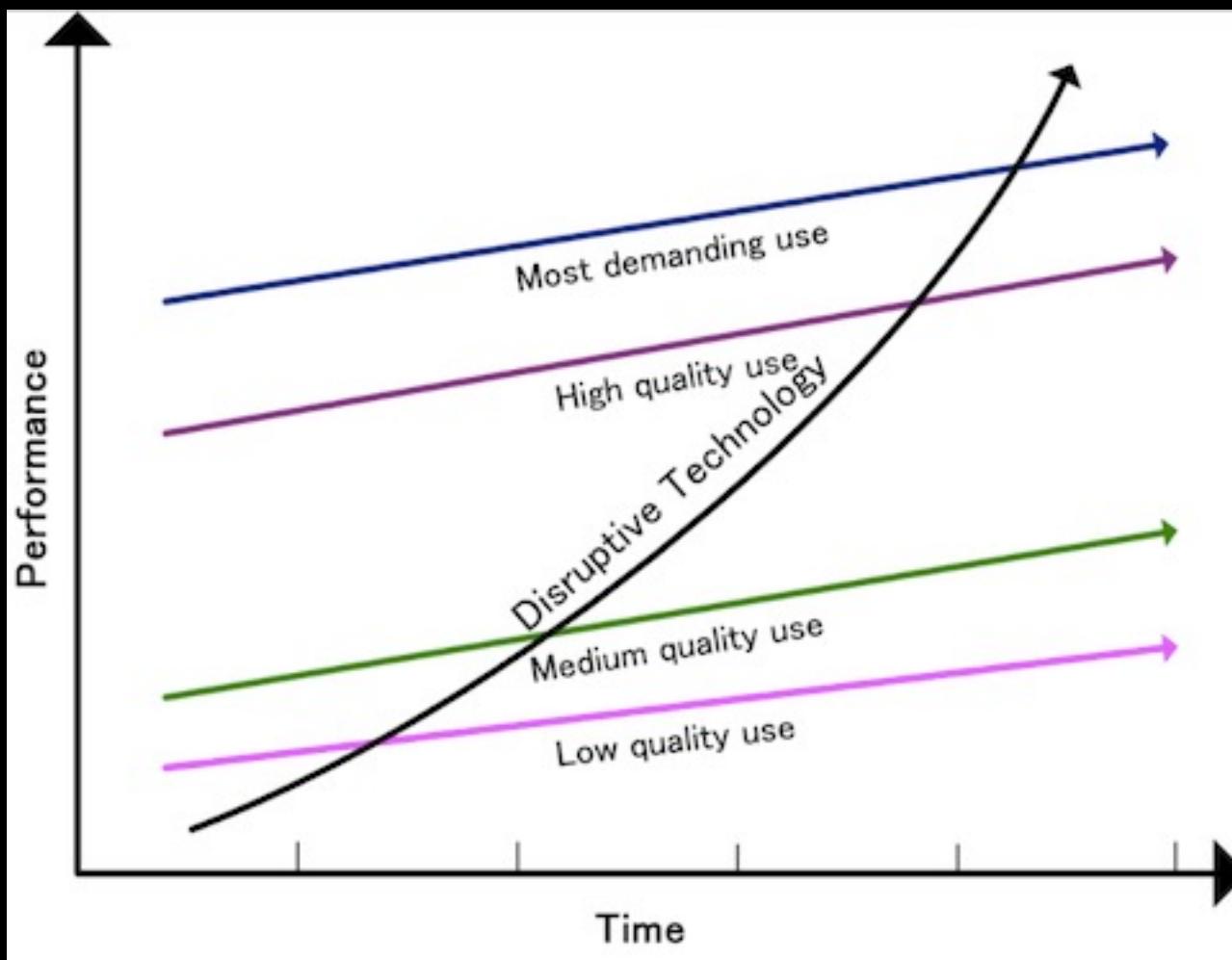
BMW

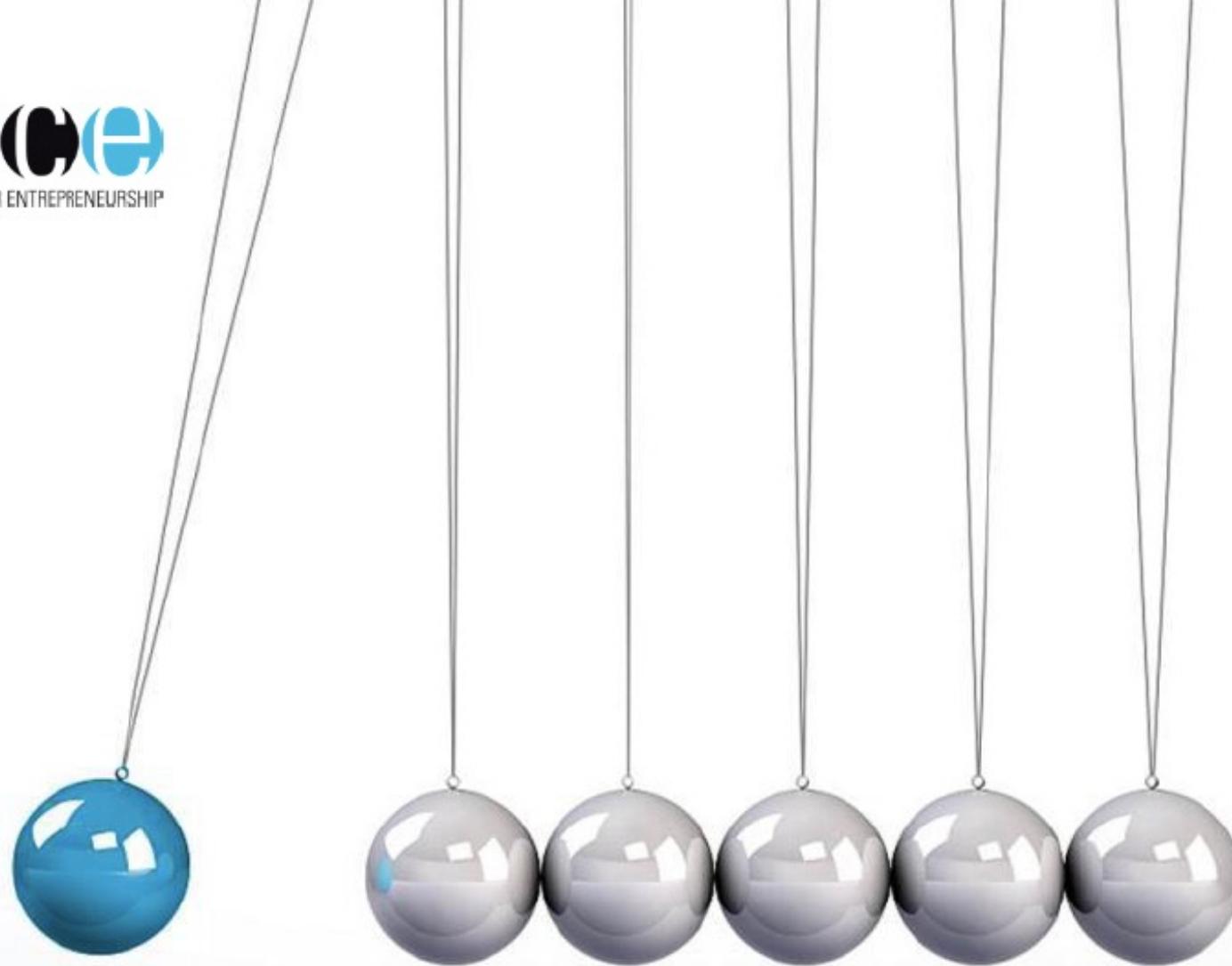


Strategyzer
strategyzer.com

<http://designabetterbusiness.com/2017/10/20/business-model-canvas-tesla-bmw/>
BMW versus Tesla: who is going to win?

DISRUPTION





Danke für's Zuhören heute.

Bis zum nächsten Mal!

Nächster Termin:

BEISPIELE

WORKSHOP