

ARBEITSMATERIAL

Business Model Canvas

Arbeitsblatt mit ausfüllbarer 9-Felder-Vorlage

Begleitmaterial zum Fachartikel

businesswisser.de/business-model-canvas/

SO ARBEITEN SIE MIT DER VORLAGE

Das Business Model Canvas zeigt die Logik Ihres Geschäftsmodells auf einer Seite. Füllen Sie die Felder zunächst knapp aus. Ein Gedanke pro Zeile oder Haftnotiz genügt. Formulieren Sie Annahmen so konkret, dass Sie sie später prüfen können.

- 1 Beginnen Sie mit Kundensegmenten und Wertangebot.
- 2 Ergänzen Sie Kanäle, Kundenbeziehungen und Einnahmequellen.
- 3 Leiten Sie daraus Schlüsselressourcen, Schlüsselaktivitäten und Schlüsselpartner ab.
- 4 Stellen Sie am Ende Kostenstruktur und Einnahmequellen gegenüber.
- 5 Markieren Sie unsichere Annahmen und planen Sie einen kleinen Praxistest.

TIPP

Nutzen Sie unterschiedliche Farben für belegte Erkenntnisse, offene Annahmen und verworfene Ideen. So bleibt sichtbar, wo Sie bereits Sicherheit haben.

DIE NEUN FELDER IM KURZCHECK

Feld	Leitfrage
Kundensegmente	Für wen schaffen Sie Wert und welche Gruppen unterscheiden sich deutlich?
Wertangebot	Welches Problem lösen Sie und welchen konkreten Nutzen liefern Sie?
Kanäle	Wie werden Kunden aufmerksam, kaufen und erhalten die Leistung?
Kundenbeziehungen	Welche Betreuung erwarten Kunden und was lässt sich sinnvoll standardisieren?
Einnahmequellen	Wofür zahlen Kunden, wie zahlen sie und welche Erlöse wiederholen sich?
Schlüsselressourcen	Welche Mittel, Fähigkeiten, Daten oder Rechte sind unverzichtbar?
Schlüsselaktivitäten	Welche Kernaufgaben müssen zuverlässig funktionieren?
Schlüsselpartner	Welche Partner liefern Ressourcen, Zugang oder besonderes Know-how?
Kostenstruktur	Welche fixen und variablen Kosten treiben das Modell?

IHRE BUSINESS-MODEL-CANVAS-VORLAGE

Tragen Sie Stichworte direkt in die Kästchen ein oder legen Sie Haftnotizen auf die ausgedruckte Seite.
Prüfen Sie anschließend, ob jeder Baustein erkennbar mit mindestens einem anderen Feld verbunden ist.

Schlüsselpartner Wer unterstützt Sie? 	Schlüsselaktivitäten Was müssen Sie besonders gut tun? 	Wertangebot Welches Problem lösen Sie? Welchen Nutzen schaffen Sie? 	Kundenbeziehungen Wie gestalten Sie den Kontakt? 	Kundensegmente Für wen schaffen Sie Wert?
Kostenstruktur Welche Kosten und Kostentreiber entstehen? 	Schlüsselressourcen Was brauchen Sie für die Leistung? 		Kanäle Wie erreichen Sie Ihre Kunden? 	Einnahmequellen Wofür und wie zahlen Ihre Kunden?

ZUSAMMENHÄNGE PRÜFEN

Ein Canvas ist keine Sammlung unabhängiger Listen. Lesen Sie Ihr Modell als zusammenhängende Geschichte:

- ☐ Jedes Kundensegment hat ein erkennbares Wertangebot.
- ☐ Kanäle und Kundenbeziehungen passen zum Kaufverhalten der Segmente.
- ☐ Einnahmequellen entstehen aus einem konkreten Kundennutzen.
- ☐ Schlüsselaktivitäten und Ressourcen ermöglichen das Wertangebot.
- ☐ Partner schließen gezielt Lücken und sind nicht nur allgemein hilfreich.
- ☐ Kostenstruktur und Einnahmequellen passen bei realistischer Auslastung zusammen.
- ☐ Abhängigkeiten von einzelnen Partnern, Kanälen oder Kunden sind sichtbar.

Verbindung	Was passt bereits?	Was ist noch offen?
Kundensegment	Wertangebot	
Wertangebot	Kanal	
Wertangebot	Schlüsselaktivität	
Ressource	Kosten	
Einnahmequelle	Kostenstruktur	

ANNAHMEN PRIORISIEREN

Nicht jede offene Frage ist gleich wichtig. Priorisieren Sie die Annahmen, die für Nachfrage, Lieferfähigkeit oder Wirtschaftlichkeit entscheidend sind.

Annahme	Bedeutung bei Irrtum	Beleg oder Test	nächster Schritt
	hoch / mittel / gering		
	hoch / mittel / gering		
	hoch / mittel / gering		
	hoch / mittel / gering		

KLEINEN PRAXISTEST PLANEN

Kritischste Annahme: _____

Welche Beobachtung würde sie stützen? _____

Welche Beobachtung würde sie widerlegen? _____

Kleinsten sinnvoller Test: _____

Gesprächspartner oder Zielgruppe: _____

Nächste Entscheidung: _____

HINWEIS

Aussagen von Interessenten sind ein erster Hinweis. Belastbarer sind beobachtbare Handlungen wie konkrete Anfragen, Terminbuchungen, Reservierungen oder Käufe.

REVIEW-BOARD

Bereich	Beibehalten	Ändern	Prüfen
Kundensegmente			
Wertangebot			
Kanäle und Beziehungen			
Ressourcen, Aktivitäten und Partner			
Einnahmen und Kosten			

Wichtigste Erkenntnis: _____

Nächste Version des Canvas erstellen, wenn: _____

HINWEIS

Steht das Modell, überführen Sie die neun Felder in Ihren Businessplan. Der Einstieg über das Business Model Canvas liegt im Businessplantool unter businesswisser.de/businessplantool/.

Ein gutes Canvas macht Zusammenhänge und offene Annahmen sichtbar. Prüfen Sie die wichtigsten Annahmen und überarbeiten Sie das Modell mit neuen Erkenntnissen.