

GESCHÄFTSMODELLDREIECK

 Dauer	 Schwierigkeitsgrad	 Gruppengröße	 Moderation	 Materialien
0,5 - 1h	  	   	möglich	Vorlage, Stift, Post-its

Ziel:

Das Geschäftsmodelldreieck dient der einfachen Analyse und übersichtlichen Darstellung eines Geschäftsmodells anhand von vier wichtigen Elementen.

Kurzbeschreibung:

Das Geschäftsmodelldreieck ist Teil der Startphase des Geschäftsmodell-Kompasses, der basierend auf der langjährigen Forschung um Prof. Dr. Oliver Gassmann an der Universität St. Gallen entwickelt wurde. Grundlage jeder Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen ist ein Verständnis für die Funktionsweise des bestehenden Geschäftsmodells. Hierbei unterstützt das Geschäftsmodelldreieck. Anhand von vier Elementen wird ein Geschäftsmodell über einfache Fragen aufgenommen und veranschaulicht. Ziel ist die Logik des Geschäftsmodells zu verstehen, ohne sich im Detail der einzelnen Elemente zu verlieren.

Ablauf:

1. Vorlage auf DIN A3 oder größer ausdrucken und Post-its zum Ausfüllen bereitlegen (Alternativ: PDF-Dokument digital mit Notizen versehen)
2. Anhand der folgenden Fragen die vier Elemente des Dreiecks für das eigene Geschäftsmodell ausfüllen.
WICHTIG: Je Post-it nur einen Gedanken notieren, damit ggf. umsortiert und erweitert werden kann.

Element	Fragen und Hinweise zum Ausfüllen
Wer?	<p>Welche Kunden bedienen Sie hauptsächlich? Wer sind Ihre wichtigsten Kunden? Welche Beziehung/Kommunikation erwarten Ihre Kunden jeweils? Über welche Kanäle erreichen Sie Ihre Kunden? Über welche Kanäle wollen Ihre Kunden angesprochen werden? Wer beeinflusst Ihre Kunden? Welche Menschen stecken hinter unseren Kunden? Bleiben diese Menschen die selben über die nächsten Jahre?</p>

GESCHÄFTSMODELLDREIECK

Element	Fragen und Hinweise zum Ausfüllen
Was?	<p>Welches Problem/Aufgabe des Kunden bedienen Sie? Welche Anforderungen sind zu erfüllen?</p> <p>Welche Produkte/Dienstleistungen bieten Sie, um diese Probleme/Aufgaben des Kunden zu bedienen?</p> <p>Welchen Nutzen stiftet Ihr Angebot dem Kunden?</p> <p><u>HINWEIS:</u> Nutzen ist ein Mehrwert, für den Kunden bereit sind mehr zu bezahlen; Nutzen ist das Ergebnis der Nutzung eines Produkts oder einer Dienstleistung (z.B. Produkt: Heizung → Nutzen: Wärme)</p> <p>Welchen Nutzen stiften Sie für Ihre Kunden? Welchen kommunizieren Sie? Inwiefern unterscheidet sich Ihr Angebot von Wettbewerbern? Welche Alternativen haben die Kunden?</p>
Wie?	<p>Welche Ressourcen sind zur Erstellung Ihres Produkts/Dienstleistung unbedingt notwendig? Welche Kompetenzen sind notwendig?</p> <p>Welche Aktivitäten müssen zur Erstellung ablaufen?</p> <p>Welche Partner sind für Sie am wichtigsten? Welche Beziehung pflegen Sie mit diesen? Welchen Nutzen stiften Sie Ihnen?</p>
Wert? (Warum?)	<p>Warum zahlen Kunden für Ihr Produkt/Dienstleistung? Wofür sind Ihre Kunden bereit zu zahlen?</p> <p>Was sind Ihre Haupteinnahmequellen? Auf welchem Weg kommt das Geld zu Ihnen?</p> <p>Was an der Erstellung ihres Produkts/Dienstleistung verursacht die größten Kosten?</p> <p>Was sind die größten finanziellen Risiken des aktuellen Geschäftsmodells?</p>

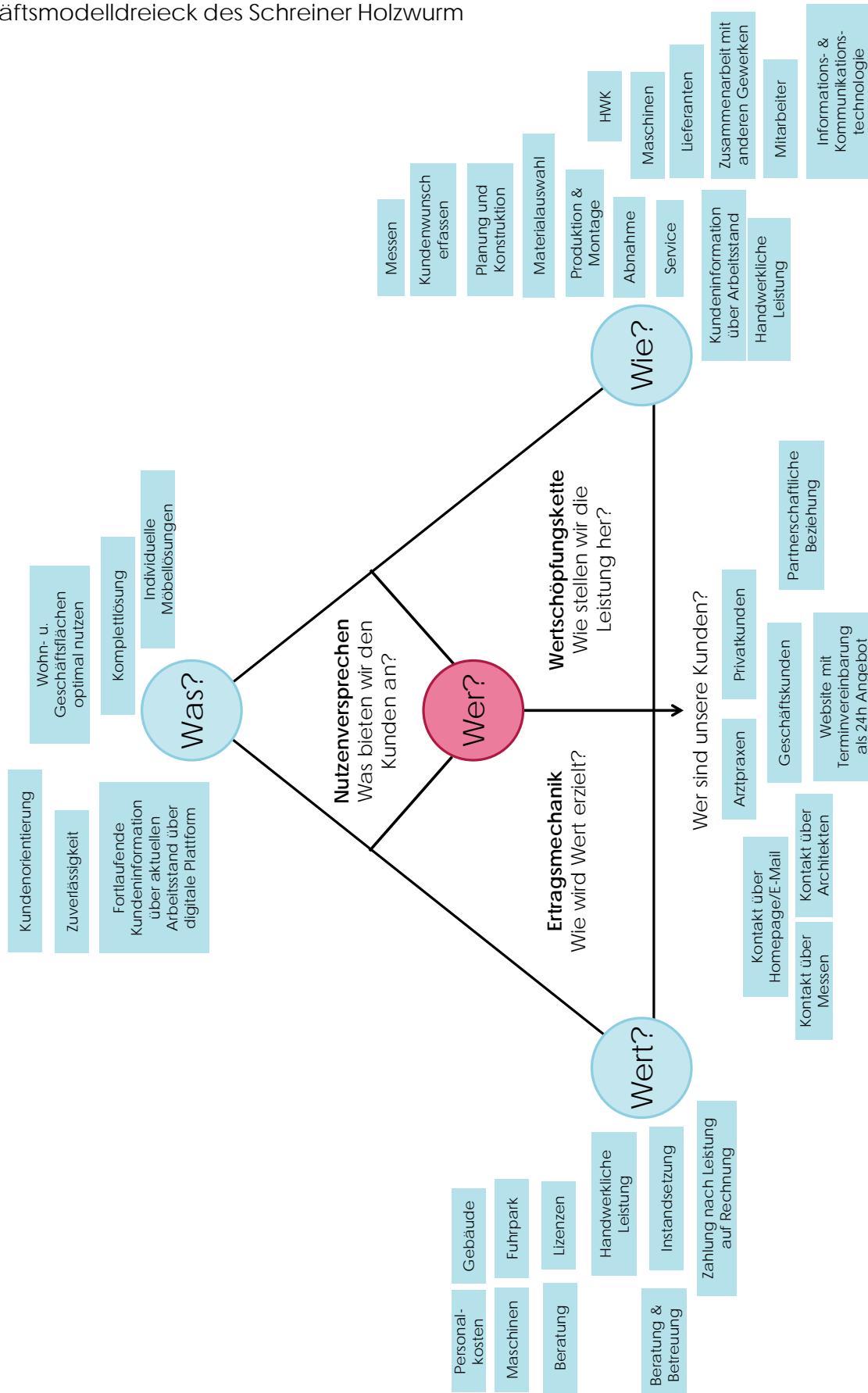
Zu beachten:

Die Fragen dienen als Hilfestellung, um das bestehende Geschäftsmodell zu verstehen. Es müssen nicht zwingend alle beantwortet werden und es ist auch möglich Dinge aufzunehmen, die von den genannten Fragen nicht berücksichtigt werden.

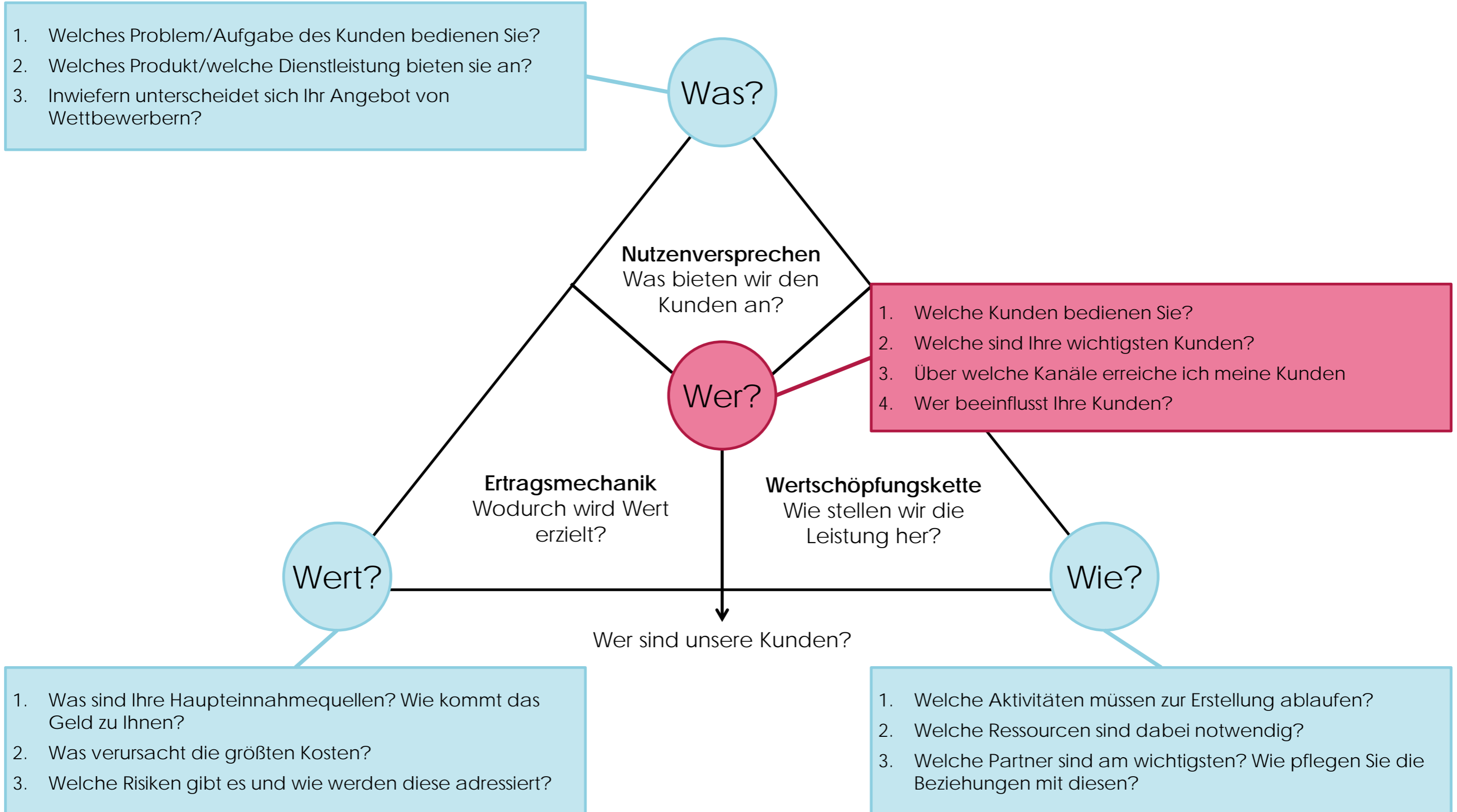
GESCHÄFTSMODELLDREIECK

BEISPIEL

Geschäftsmodelldreieck des Schreiner Holzwurm







*Beispiel
„Schreinereibetrieb“*

- 1. Wunsch nach individuellen und qualitativen Möbelstücken und Komplettlösungen
- 2. Individuelle Kundenberatung und Fertigung von Möbelstücken und Komplettlösungen nach Kundenwunsch
- 3. Qualitativ hochwertige Möbelstücke von professionell ausgebildeten und erfahrenen Fachkräften, individuelle Materialauswahl und Fertigung nach Kundenwunsch



- 1. Privatkunden (ca. mittleres Alter, überdurchschnittliches Einkommen) und Firmenkunden (Ladenbau)
- 2. Firmenkunden im Bereich Ladenbau (hohe Auftragswerte)
- 3. Mundpropaganda/Empfehlungen, Website, Soziale Medien
- 4. Erfahrungsberichte glücklicher Kunden

- 1. Verkauf von Ladeneinrichtungen, Bezahlung in Bar und Überweisung oder Finanzierung über 24 Monate möglich
- 2. Personalkosten
- 3. Risiko durch Brand in der Holzwerkstatt, Absicherung über Versicherungsschutz mit Schadenersatzansprüchen im Brandfall

- 1. Erstkontakt, Beratungsgespräch, Vertragserstellung, Auslieferung, Installation, Feedback
- 2. IT-Ausstattung, Kundenberater, Rohmaterialien (Holz), Schreiner, Auslieferungsfahrzeug, Möbelinstallateur
- 3. Holzlieferant/ Sägewerk, regelmäßiges Treffen und gemeinsame Projekte für die Innenausrichtung des Sägewerks