

IDEEN CANVAS

Dauer	Schwierigkeitsgrad	Gruppengröße	Moderation	Materialien
2h			hilfreich	Vorlage, Stift, Post-its

Ziel:

Das Ideen Canvas veranschaulicht eine Geschäftsidee anhand von neun wichtigen Elementen als Business Plan auf einer Seite.

Kurzbeschreibung:

Das Ideen Canvas wurde 2010 unter dem Namen Lean Canvas als einseitiger Business Plan von Ash Maurya in Anlehnung an Osterwalders Business Model Canvas entwickelt. Die neun Felder stellen neun wichtige Elemente eines Business Plans dar und unterstützen dabei eine Geschäftsidee detaillierter zu beschreiben. Ziel ist es eine genauere Vorstellung zu bekommen, ob die Geschäftsidee Potenzial hat und wie sie in der Realität aussehen kann. Das Ideen Canvas unterscheidet sich vom Original durch die intuitivere Anordnung der Felder.

Das Ideen Canvas ist nicht nur ein Instrument zur Darstellung des IST-Standes einer Geschäftsidee, sondern dient auch dazu strukturiert an der Geschäftsidee zu arbeiten. Mehr dazu auf Seite 3 des Steckbriefs.

Ablauf IST-Analyse:

1. Vorlage auf DIN A3 oder größer ausdrucken und Post-its zum Ausfüllen bereitlegen (Alternativ: PDF-Dokument digital mit Notizen versehen)
2. Dem vorgegeben Weg auf der Vorlage entlang die Felder mit Hilfe der Fragen ausfüllen
WICHTIG: Je Post-it nur einen Gedanken notieren, damit ggf. umsortiert und erweitert werden kann.
 - (1) **Problem:** Welches Problem/Sorge/Aufgabe haben Sie bei Kunden erkannt und möchten es mit Ihrer Lösung bedienen?(1-3 auflisten)
 - (2) **Kundensegmente:** Welches Kundensegment adressieren Sie mit Ihrer Lösung? (Beschreiben Sie die Kunden z.B. über Eigenschaften, Lebensumstände oder Umfeld des adressierten Problems)
HINWEIS: Um die Sicht des Kunden besser zu verstehen können weitere Methoden eingesetzt werden, z.B. Value Proposition Canvas, Customer Journey, Persona oder Buyer Persona Canvas.
 - (3) **Alleinstellungsmerkmal:** Welchen Nutzen haben die Kunden durch Ihre Lösung? Warum ist dieser Nutzen einzigartig?
 - (4) **Lösung:** Wie sieht Ihre Lösung aus? Wie stiftet sie den geplanten Nutzen?

IDEEN CANVAS

- (5) **Unfairer Vorteil:** Warum ist Ihre Lösung schwer zu kopieren? Warum sollten Kunden Ihre Lösung gegenüber anderen vorziehen?
HINWEIS: Häufig hat eine Geschäftsidee anfangs noch keinen unfairen Vorteil, dieser entwickelt sich während die Idee Stück für Stück umgesetzt wird. Lassen Sie das Feld dann zunächst leer.
- (6) **Kanäle:** Über welche Kanäle wollen Ihre Kunden erreicht werden? Welche funktionieren am kosteneffizientesten? Welche Kanäle erreichen die meisten Kunden? Wie sind sie in die Kundenabläufe integriert?
HINWEIS: Es gibt vier Typen von Kanälen mit unterschiedlichen Zielen:
- Akquise: Wie machen Sie potentielle Neukunden auf Ihr Angebot aufmerksam? Wo finden Kunden Ihr Angebot?
 - Aktivierung: Wie regen Sie potentielle Kunden zum Kauf an?
 - Bindung: Wie motivieren Sie Ihre Kunden Ihnen treu zu bleiben?
 - Empfehlung: Empfehlen bestehende Kunden Ihr Angebot weiter? Über welche Kanäle erfolgt die Weiterempfehlung?
- (7) **Einnahmen:** Für welche Werte sind unsere Kunden wirklich zu bezahlen bereit? Wie bezahlen sie jetzt und wie würden sie gerne bezahlen?
- (8) **Kosten:** Welches sind die wichtigsten mit der Geschäftsidee verbundenen Kosten? Welche Schlüsselressourcen und -aktivitäten sind am teuersten?
- (9) **Kennzahlen:** Welche Werte machen den Erfolg unserer Lösung messbar?
HINWEIS: Für jedes der anderen Felder kann es Kennzahlen geben, die den Erfolg bzw. die Richtigkeit der Annahmen im jeweiligen Feld messbar bzw. sichtbar machen. Es ist sinnvoll zunächst viele mögliche Kennzahlen zu sammeln und sich dann während der Weiterentwicklung immer nur auf eine Kennzahl je Entwicklungsschritt (Feld) zu konzentrieren.

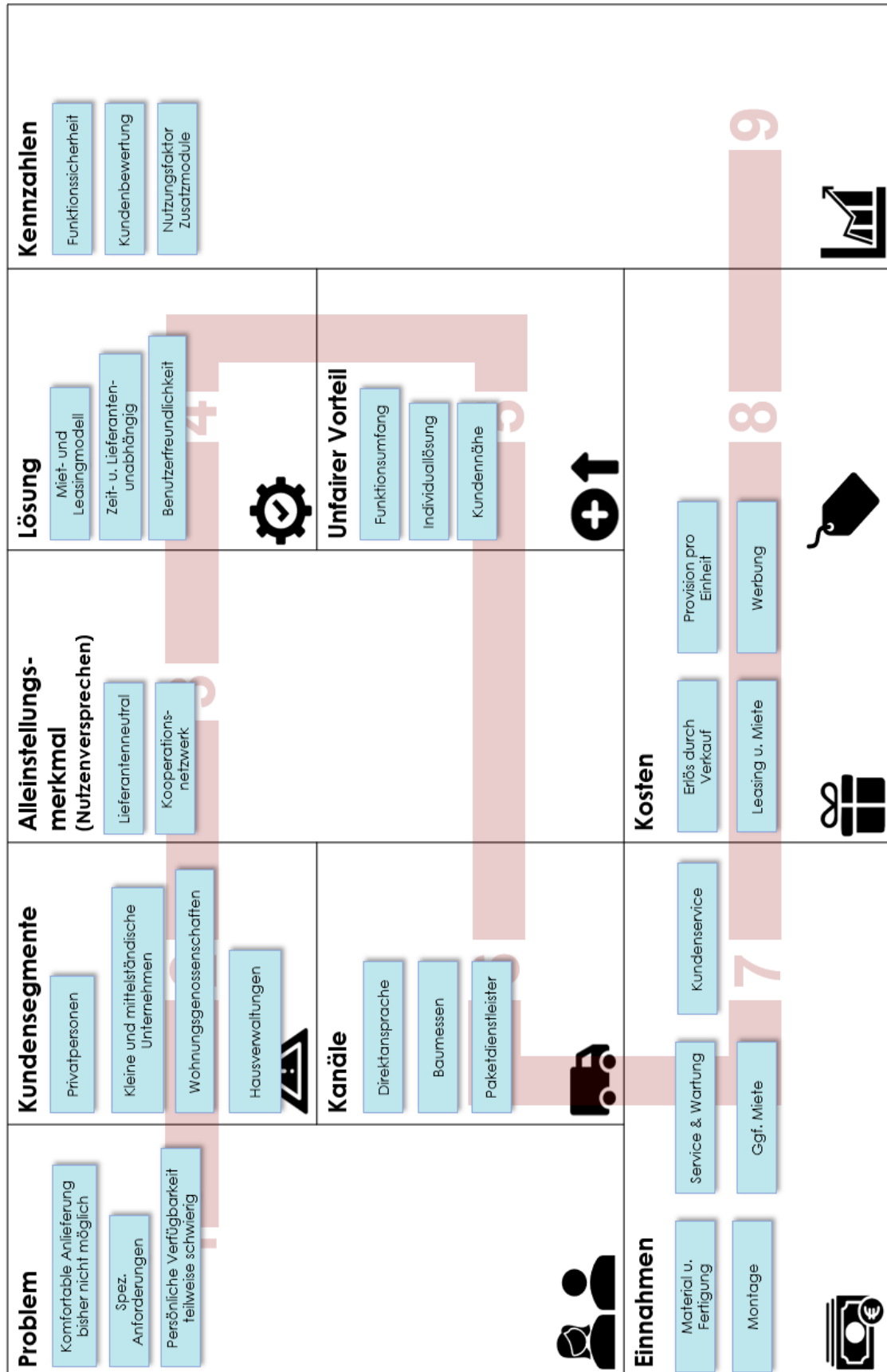
Zu beachten:

Es ist normal, dass manche Felder zu Beginn nicht gefüllt werden können, da Informationen fehlen oder die Idee noch nicht so weit entwickelt ist, um alle Felder ausfüllen zu können. Dann ist es sinnvoll weitere Methoden aus dem Methodenbaukasten, z.B. Werkzeuge zur Kundenanalyse oder Kreativitätstechniken, als Hilfe anzuwenden.

IDEEN CANVAS

BEISPIEL

GESCHÄFTSIDE: Fest am Haus angebrachte Paketbox für Pakete und weitere Lieferung in Abwesenheit der Empfänger.



IDEEN CANVAS ALS ENTWICKLUNGSSINSTRUMENT

Dauer	Schwierigkeitsgrad	Gruppengröße	Moderation	Materialien
Mehrere Monate			Teilweise hilfreich	Ausgefüllte Vorlage, Stift, Post-its

Ziel:

Die Geschäftsidee kontinuierlich und strukturiert weiterentwickeln bis sie Marktreife erreicht hat.

Kurzbeschreibung:

Nach dem ersten Durchdenken und Ausfüllen aller Felder des Ideen Canvas, beginnt man dazu von Vorne. Für jedes Feld wird hinterfragt, ob die Annahmen stimmen und die Idee wird Stück für Stück genauer definiert sowie wenn möglich mit realen Kunden getestet. Das Feld „Kennzahlen“ wird dabei immer parallel betrachtet. Die Kennzahlen helfen in jedem Schritt den Erfolg messbar bzw. sichtbar zu machen.

Ablauf der Weiterentwicklung der Geschäftsidee:

1. Das Ideen Canvas einmal vollständig durchlaufen und so viel wie möglich ausfüllen entsprechend der Anleitung ab Seite 1 des Methodensteckbriefs.
2. Noch mal von Vorne: Die Geschäftsidee von Feld zu Feld überprüfen und mit einfachen Mitteln testen. In jedem Feld solange bleiben, bis die Annahmen bestätigt oder korrigiert wurden.
WICHTIG: Bevor ein Feld intensiver bearbeitet wird, muss mindestens eine Kennzahl und der dazugehörige Trend oder Zielwert definiert werden, woran der Erfolg gemessen wird. Ohne diesen Schritt, wird es schwer zu bestimmen, wann ein Feld ausreichend bearbeitet wurde. Die folgende Tabelle zeigt mögliche Kennzahlen und Testmethoden für die einzelnen Felder auf.

Feld	Hinterfragen und Testen	Mögliche Kennzahlen
Problem	Gibt es das Problem wirklich? TEST: Kunden/potentielle Kunden befragen.	Anzahl an Kunden, die das Problem haben oder kennen
Kundensegmente	Passen ausgewähltes Kundensegment und Problem wirklich zusammen? Welche Eigenschaften der Kunden sind für die Entwicklung/Vermarktung der Lösung hilfreich? TEST: Kunden /potentielle Kunden befragen.	Anzahl an Kunden aus dem bestimmten Segment, die das Problem haben oder kennen
Alleinstellungsmerkmal	Adressiert der gestiftet Nutzen wirklich das genannte Problem? Gibt es wirklich keine Lösung, die den selben Nutzen stiftet? TEST: Kunden/potentielle Kunden befragen, Wettbewerbsanalyse.	Kundenbewertungen/-rückmeldungen, Wettbewerbsvergleich

IDEEN CANVAS ALS ENTWICKLUNGSSINSTRUMENT

Feld	Hinterfragen und Testen	Mögliche Kennzahlen
Lösung	Stiftet Ihre Lösung wirklich den geplanten Nutzen? Wie kommt Ihre Lösung an? TEST: Lösung mit möglichst einfachen Mitteln umsetzen und Kunden/potentiellen Kunden zum testen geben.	Anzahl an Kunden, die die Lösung testen, Rückmeldung und Zahlungsbereitschaft der Tester, meist/geringst genutzte Funktionalität der Lösung
Unfairer Vorteil	Ist die Lösung wirklich nicht oder schwer kopierbar? TEST: Kunden/potentielle Kunden befragen, Marktanalyse.	Vorteile aus Kundensicht, Patente, Markenimage, Anzahl an Neueinsteigern, Eintritts-barrieren für Andere,
Kanäle	Wollen die Kunden wirklich über die definierten Kanäle erreicht werden? Passen die Kanäle zu den Bedürfnissen der Kunden in jedem der vier Typen (Akquise:/Aktivierung/Bindung/Empfehlung)? TEST: Kunden/potentielle Kunden befragen.	Anzahl an Kunden bzw. Kommunikation je Kanal, Klickrate/Seiten-Ranking (für Onlinekanäle) <u>HINWEIS:</u> Bestenfalls jeden Typ mit Kennzahlen messbar machen.
Einnahmen	Warum sind die Kunden bereit für die Lösung zu bezahlen? TEST: Kunden/potentielle Kunden befragen.	Ø-Einnahmen pro Kunde, Einnahmen pro Einkauf
Kosten	Welche Kosten sind mit der Geschäftsidee verbunden? TEST: Lösung mit möglichst einfachen Mitteln umsetzen, Schritt für Schritt an die langfristige Umsetzung annähern, Kosten immer genauer abschätzbar	Fixkosten, Variable Kosten, Kosten für Kundenakquise und Kundenservice

Zu beachten:

Eine Geschäftsidee hat wesentlich größere Chancen auf Erfolg, wenn es jemanden gibt, der sie mit Begeisterung voran bringen will. Deshalb ist es wichtig, neben dem Hinterfragen der Idee selbst auch immer wieder zu fragen, ob man selbst immer noch hinter der Idee steht und sie vorantreiben will.

