GO!

Strategische Geschäftsmodell-entwicklung

Methodenkompetenz

YES! YOUNG ECONOMIC SOLUTIONS

Agenda

- Wie finde ich die Lösung?
- Was ist ein Geschäftsmodell?
  - Das 9-Felder-Canvas
    - Markt, Wert, Produktion, Ertrag
- Schritt für Schritt von Forschungsfrage zum Geschäftsmodell
- Hilfreiche Links

Ideengenerierung

Methode 1: Problem-Dekomposition mit "Warum-Was-Wie"

Vorgehen:

1. Warum ist das ein Problem? → Tiefere Ursachen identifizieren (3-5 Gründe sammeln)
2. Was müsste sich ändern? → Konkrete Veränderungen benennen
3. Wie könnte das gehen? → Erste Lösungsansätze skizzieren

Beispiel: "Das Baby als Beziehungskiller!?"

- **Warum?** Zeitmangel, Schlafentzug, veränderte Rollenverteilung, fehlende Unterstützung, finanzielle Belastung
- **Was müsste sich ändern?** Mehr gemeinsame Zeit, bessere Aufgabenteilung, Entlastungsangebote
- **Wie?** → Teillösungen: Babysitter-Plattform, Paar-Coaching-App, Community-Netzwerke, flexible Kita-Zeiten

Ideengenerierung

Methode 2: Stakeholder-Perspektiven-Wechsel

Vorgehen:

1. Stakeholder identifizieren: Wer ist vom Problem betroffen oder beteiligt? (4-6 Gruppen)
2. Perspektive einnehmen: Was braucht diese Gruppe konkret? Was würde ihr helfen?
3. Lösungsideen sammeln: Pro Stakeholder 2-3 Ansätze entwickeln

Beispiel: "BAföG attraktiver machen"

- **Studierende**: Höhere Beträge, weniger Bürokratie, mehr Flexibilität
- **Eltern**: Klarheit über Unterhaltspflichten, Planungssicherheit
- **Staat/Verwaltung**: Digitalisierung, Missbrauchsprävention, Effizienz
- **Hochschulen**: Mehr Chancengleichheit, weniger Studienabbrüche

Ideengenerierung

Methode 3: "How Might We..."-Fragen (Möglichkeitsraum öffnen)

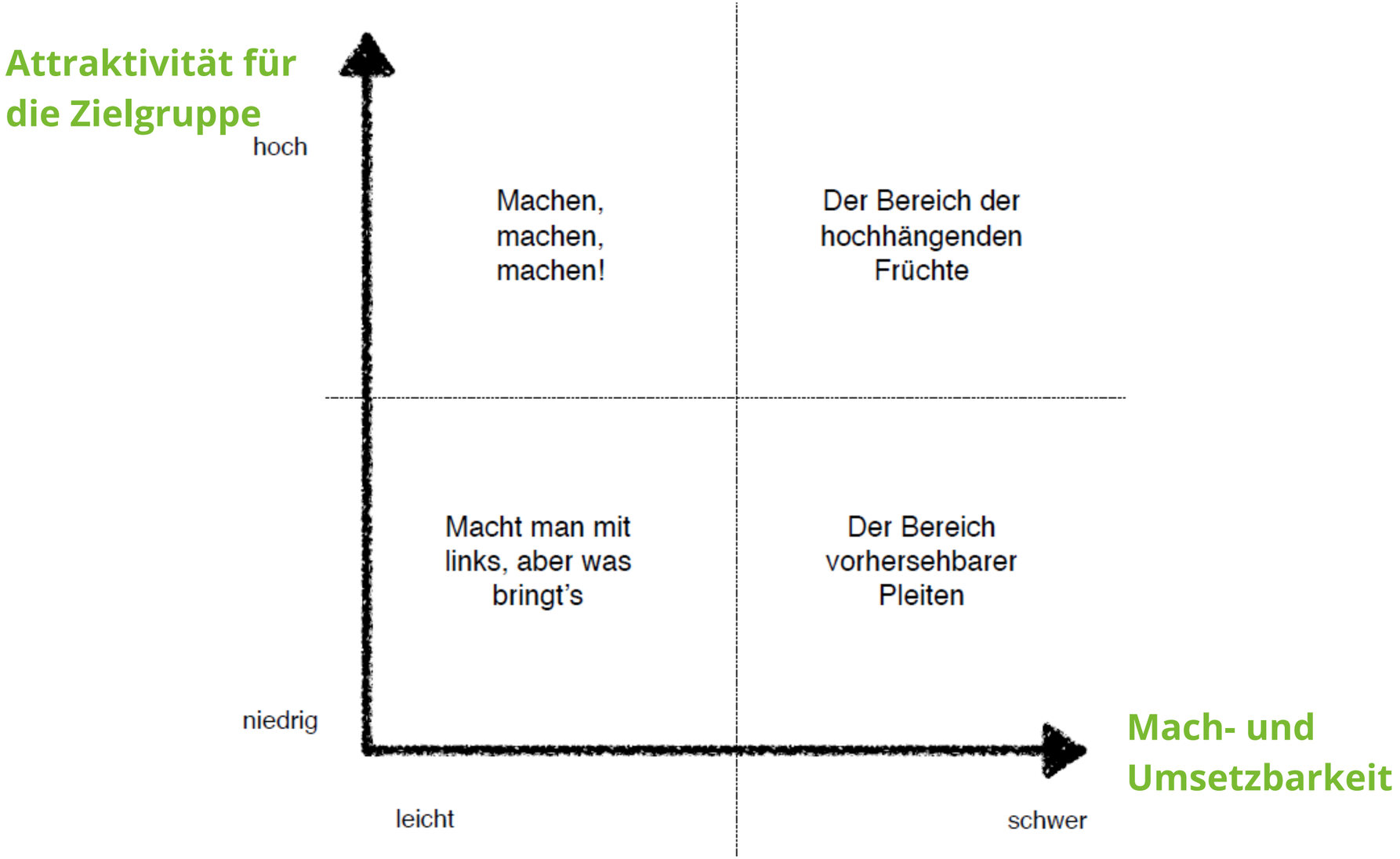
Vorgehen:

1. Forschungsfrage umformulieren in 5-8 verschiedene "Wie könnten wir...?"-Fragen
2. Pro Frage: Mini-Brainstorming (3-5 Minuten, alle Ideen sammeln)
3. Clustern: Ähnliche Ansätze gruppieren → Verschiedene Lösungsrichtungen werden sichtbar

Beispiel: "Wirtschaftsnetzwerke + nachhaltige Entscheidungen"

- **Wie könnten wir** gemeinsame Entscheidungen transparenter und nachvollziehbarer machen?
- **Wie könnten wir** Nachhaltigkeitskriterien so definieren, dass alle sie verstehen und anwenden?
- **Wie könnten wir** Netzwerkmitglieder motivieren, nachhaltige Entscheidungen wirklich umzusetzen?
- **Wie könnten wir** Zielkonflikte zwischen ökonomischen und ökologischen Interessen konstruktiv lösen?
- **Wie könnten wir** auch kleinere Netzwerkmitglieder zu echten Mitentscheidern machen?

Feasibility Matrix



Ein Geschäftsmodell

“Ein Geschäftsmodell ist ein **System**, das alle strategisch relevanten internen und externen **Elemente und Leistungen** der Geschäftstätigkeit in Form einer Wertschöpfungsarchitektur abbildet und die aus dem **Kundennutzen** resultierenden **Erträge** darstellt” (Linden, 2016, S. 59)

Eine einfache Geschäftsmodell-Struktur

Ressourcenmodell

- Welche Ressourcen sind erforderlich?
- Kompetenzen
- Ausstattung
- Partner & Netzwerk etc.

Wertversprechen

- Welcher Wert und Nutzen wird Kunden / Klienten versprochen?
- Welche Produkte und Leistungen stützen dieses Wertversprechen?

Markt-/ Beziehungsmodell

- Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
- Was sind deren Bedürfnisse?
- Welche Art von Beziehung soll aufgebaut werden?
- Wie erreicht man diese?

Ertragsmodell

Was will die Person/Organisation gewinnen?

The Business Model Canvas

Designed for:	Designed by:	Date:	Version:

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	

Cost Structure	Revenue Streams

Make better strategic work. Playbooks that align teams and drive results.

Copyright Strategyzer AG
The makers of *Business Model Generation* and *Strategyzer*

This work is licensed under the Creative Commons A ribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit h p://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a le er to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Strategyzer
strategyzer.com

The Business Model Canvas

Designed for:	Designed by:	Date:	Version:

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	

Cost Structure	Revenue Streams

Make better strategic work. Playbooks that align teams and drive results.

Copyright Strategyzer AG
The makers of *Business Model Generation* and *Strategyzer*

This work is licensed under the Creative Commons A ribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit h p://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a le er to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Strategyzer
strategyzer.com

The Business Model Canvas

Designed for:	Designed by:	Date:	Version:

Key Partnerships

- Auf welche Stakeholder sind wir angewiesen?
- Welche Kooperationen können nützlich sein?
- Partner & Netzwerk etc.

Key Activities

- Was müssen wir tun, um unsere Leistung zu erzeugen, zu vermarkten und zu verkaufen?

Key Resources

- Welche Ressourcen sind erforderlich?
- (Kompetenzen, Ausstattung...)

Value Propositions

- Welcher Wert und Nutzen wird Kund:innen / Nutzer:innen versprochen?
- Welche Produkte und Leistungen stützen dieses Wertversprechen?

Customer Relationships

- Welche Art von Beziehung soll aufgebaut werden?

Channels

- Wie erreicht man diese?

Customer Segments

- Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
- Welche Unterzielgruppen gibt es?
- Was sind deren Bedürfnisse?
- Wie viele potenzielle Kund:innen/Nutzer:innen gibt es?
- Welche Wettbewerber gibt es?

Cost Structure

- Mit welchen Kosten müssen gerechnet werden?
- Schlüsselaktivitäten, Ressourcen (auch Gehälter), Partnerschaften

Revenue Streams

- Wie soll Geld verdient werden?
- Abo, Einmalzahlung...
- Wieviel muss erwirtschaftet werden, um die Kosten zu decken und einen Gewinn zu erzielen?

Make better strategic work. Playbooks that align teams and drive results.

Copyright Strategyzer AG
The makers of *Business Model Generation* and *Strategyzer*

This work is licensed under the Creative Commons A ribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
To view a copy of this license, visit h p://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
or send a le er to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Strategyzer
strategyzer.com

Schritt für Schritt zur Lösung

Ideation

- Fragestellung analysieren: Wo liegt das eigentliche Problem für potenzielle Kund:innen?
- Brainstorming: Mit welchen Teillösungen lösen wir die Probleme?
- Einordnen: Was ist machbar für uns und attraktiv für die Zielgruppe?

Idee validieren

- Recherchieren: Gibt es die Lösung bereits? Wie groß ist der Bedarf/Markt?
- Interviews/Umfragen: Was denkt die Zielgruppe?

9-Felder-Canvas

- Markt: Zielgruppe, Marktgröße & Wettbewerb
- Wert: Welchen Wert können wir versprechen?
- Produktion: Was brauchen wir, um die Produkte zu realisieren?
- Ertrag: Wie können wir damit Geld verdienen?

Die Geschichte

- Storytelling: Problem, Lösung und warum die Welt auf uns gewartet hat?
- Visualisierung: Wie wollen wir die Geschichte transportieren?

hilfreiche Links

Alle Themen rund um Geschäftsmodellentwicklung und Gründung

Gründerplattform - Alles für deine Gründung

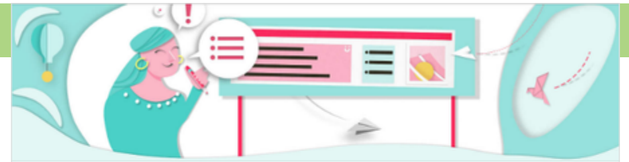
Die Gründerplattform ist der Baukasten für dein Business! Inspiration, Geschäftsmodell, Businessplan und…

gruenderplattform.de

Wettbewerbsanalyse & Konkurrenzanalyse: Anleitung

Mit einer guten Wettbewerbsanalyse sicherst du dir Vorteile: Lerne Schritt für Schritt, wie du Markt und Konkurrenz effektiv analysierst.

gruenderplattform.de



Pitch & Pitch Deck: Was gemeint ist & wie man es macht

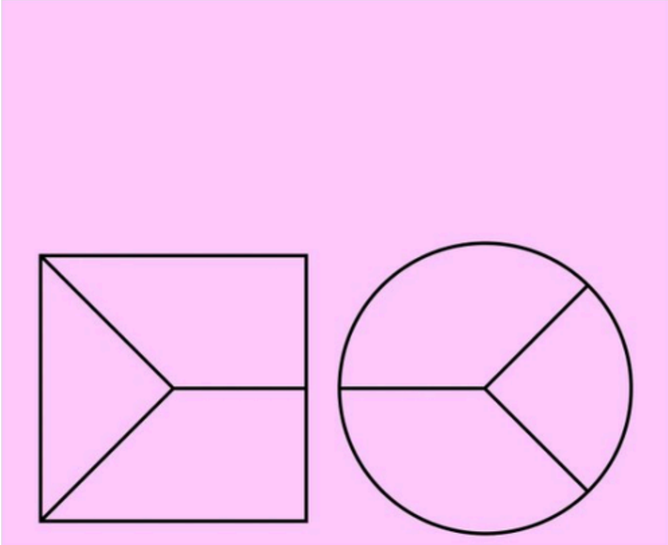
Richtig pitchen ist extrem wichtig für Gründer*innen. Aber wie bereitet man einen guten Pitch vor?

gruenderplattform.de

Haben Sie wirklich alle Voraussetzungen, um mit Persona erfolgreich zu arbeiten?

Menschenzentriert Gestaltung: Das gelingt mit Persona. Warum jedoch scheitern ab und an Persona-Projekte - und wie kann man das verhindern?

Nutzerbrille / Aug 29, 2022



Value Proposition Canvas – Download the Official Template

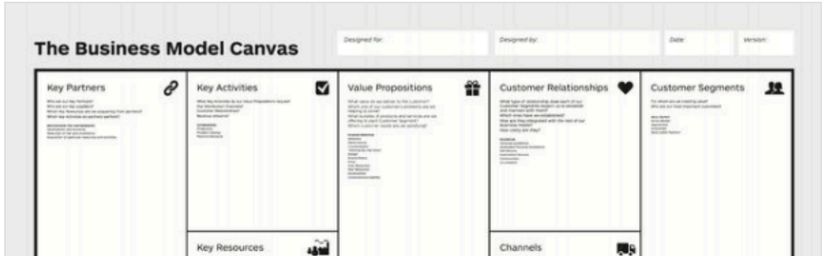
A simple way to clarify your customers jobs-to-be-done, pains and gains to design products and services they need and want. Works in conjunction with the Business Model Canvas.

strategyzer.com

Empathy Map

Die Empathy Map ist eine schnelle Methode, um Gedanken und Gefühle einer Zielgruppe herauszuarbeiten, Bedürfnisse besser zu erfassen und relevante Produkte zu entwickeln.

IONOS Digital Guide



Gemeinsam Zukunft gestalten.

Maren Hengst
m.hengst@gruenden-oldenburg.de
0441 36116 801

Technologie- und Gründerzentrum Oldenburg
GO! Start-up Zentrum

Marie-Curie-Straße 1,
26129 Oldenburg