



## Workshop Geschäftsmodell Canvas

### Geschäftsmodell-Entwicklung

Whitepaper und Vorgehensmodell

## Der **Soulbrands** Geschäftsmodell Ansatz

Die Rahmenbedingungen des Wirtschaftens haben sich durch die zunehmende Globalisierung und Digitalisierung nachhaltig verändert. Wachsender Wettbewerbsdruck, das beschleunigte Auftreten von Nachahmer-Produkten, aggressiver Preiswettbewerb, verkürzte Lebenszyklen und eine wachsende Zahl an Kundenkontaktpunkten rücken das „Wie“ des Verkaufens in den Vordergrund. Digitale Verkaufsplattformen wie Amazon & Co. sind inzwischen Commodity und haben die Marktübersicht von Käufern und die Marktfähigkeit von Anbietern gewandelt. Auch kleine Garagenunternehmen können weltweit verkaufen und die Käufer haben mit einem Click den gesamten Markt im Blick. Parallel steigen die Ansprüche der Kunden an das Leistungsangebot der Unternehmen - getrieben durch die Überall-Verfügbarkeit von Informationen und die Umsonst-Mentalität des Internet.

Der richtige Mechanismus des Verkaufens – das Geschäftsmodell – kann erfolgsentscheidend sein. Die Fragestellung was, wem, warum, wie, wo und wann verkauft wird – muss mit großer Sorgfalt beantwortet werden. Hierzu hat die Strategieagentur Soulbrands mit dem Geschäftsmodell-Canvas ein Expertensystem geschaffen, das alle relevanten Parameter berücksichtigt, um strukturiert stimmige Geschäftsmodelle für Innovationen zu entwickeln.

## Das **Soulbrands** Geschäftsmodell Canvas

Das Soulbrands Geschäftsmodell Canvas als Tool für die Erarbeitung von Geschäftsmodell-Optionen ist didaktisch an die Geschäftsmodell-Systematik von Osterwalder & Pigneur angelehnt.

Der Weg zum Geschäftsmodell vollzieht sich in fünf Schritten:

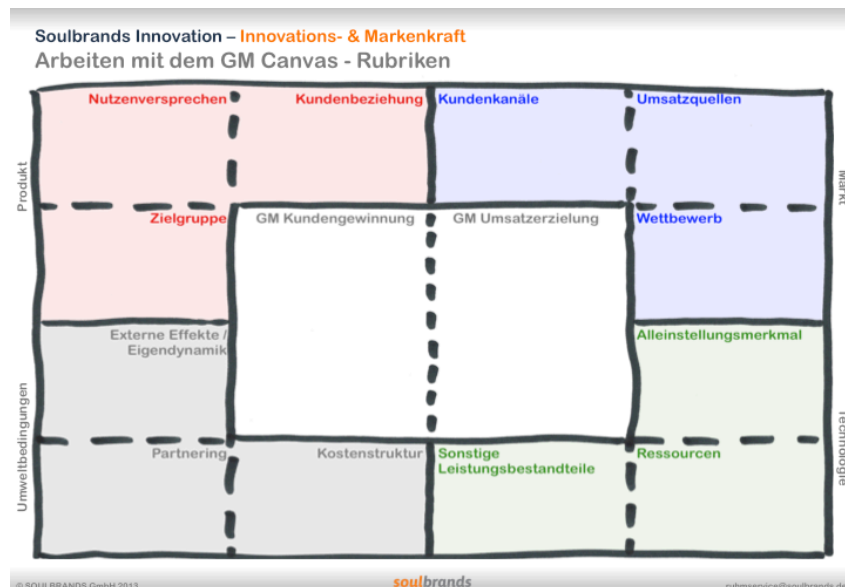
**1. Möglichkeiten der Umsatzerzielung:** In einem ersten Schritt werden die Verkaufsmöglichkeiten für die anzubietenden Leistungen bestimmt. Was kann wie überhaupt verkauft werden? Es gibt viele Arten Umsatz zu erzielen: klassischer Verkauf, Nutzungsgebühr, Mietkauf etc.. Über zusätzliche Spezifikationen wie etwa rechtliche Aspekte, die Art der Kundenbeziehung oder Distributionskanäle lassen sich die realistischen Verkaufsoptionen eingrenzen.

**2. Schutzmechanismen zur Gewinnabsicherung:** In unserer Definition ist ein Geschäftsmodell immer eine Verbindung aus der ermittelten Verkaufsoption und einem Schutzmechanismus zur langfristigen Absicherung der Gewinne. Das klingt komplizierter als es letztendlich ist. Ein Pharmaunternehmen erzielt Umsatz über den Medikamentenverkauf und sichert die Produkte über ein Patent ab. Neben solchen absoluten Schutzmechanismen wie Patente oder Lizenzen, lassen sich vielfältige marktseitige Schutzmechanismen aufbauen - vom Markenimage, über lokale Marktführerschaft, das Erreichen eines De-Facto-Standards bis hin zur Kostenoptimierung durch Erfahrung.

**3. Definition möglicher Geschäftsmodelle:** Soulbrands hat 22 Basis-Geschäftsmodelltypen definiert, aus denen sich im Workshop die potenziellen Geschäftsmodelle für ein Produkt oder einen Service bestimmen lassen.

**4. Prüfung der potenziellen Geschäftsmodelle:** Anhand des Geschäftsmodell-Canvas werden die potenziellen Geschäftsmodelle einer sorgfältigen Prüfung unterzogen. Das systematische Vorgehen stellt sicher, dass alle relevanten Aspekte bei der Bewertung berücksichtigt werden:

- Die **Produktebene** analysiert potenzielle Geschäftsmodelle mit Blick auf das zentrale Nutzenversprechen („Welche Probleme werden gelöst?“), dessen Relevanz für die anvisierte Zielgruppe und die gewünschte Kundenbeziehung.
- Im zweiten Prüfungsschritt wird der **Markt** in Bezug auf die potenziellen Geschäftsfelder betrachtet und hinterfragt. Zentrale Punkte sind hierbei die Wettbewerbsanalyse, realistische Umsatzquellen und im Markt bereits genutzte Kundenkanäle.



- Im Bereich **Technologie** wird die eigentliche Lösungskompetenz untersucht. Vor allem der Blick auf das entscheidende Alleinstellungsmerkmal, alternative Problemlösungen und die Zukunftsfähigkeit stehen hier im Fokus.
- Im vierten Quadranten, den **Umweltbedingungen**, wird die nicht zu unterschätzende Bedrohung durch externe Effekte und die Eigendynamik des Unternehmens eingeschätzt. Sind die Risiken durch externe Effekte als Abhängigkeiten von anonymen Rohstoffmärkten, Wetter oder rechtlichen Restriktionen noch relativ einfach einzuschätzen, so fällt die Bewertung der Eigendynamik oft schwerer. Unter dem Stichwort Eigendynamik können sich Konkurrenzausschlussklauseln mit Partnern genauso wiederfinden, wie eine fehlende Personalstruktur oder die Company Policy des Konzerns.

**5. Ranking und Auswahl der Geschäftsmodelle:** Im letzten Schritt erfolgt ein Ranking der potenziellen Geschäftsmodelle nach definiertem Bewertungsmaßstab. Dieser Bewertungsmaßstab kann von dem geringsten Risiko bis zu dem höchsten möglichen Ertrag reichen. Methodisch werden hier die Gruppen des Workshops in verschiedene Szenario-Typen eingeteilt. Die Zuordnung der Mitarbeiter in die beiden Szenario-Gruppen „Best Case“ und „Worst Case“ erfolgt anhand der im Laufe des Workshops ermittelten Risikobereitschaft.

Das Ranking potenzieller Geschäftsmodelle als Ergebnis des Workshops ist ein zusätzlicher Benefit der Soulbrands Systematik. Die unterschiedlichen Geschäftsmodelle schließen sich nicht zwingend aus, sondern können oftmals im Zeitablauf aufeinander aufbauen. Somit liefert der Workshops ggf. bereits Antworten für die Zukunft.

## Soulbrands Geschäftsmodell Detaillierung

Im Laufe der Produktentwicklung können sich zentrale Rahmenparameter ändern, die ausschlaggebend für das selektierte Geschäftsmodell waren. So können neue Technologien, Wettbewerber oder auch rechtliche Aspekte Anpassungen erfordern.

Wir definieren mit Ihnen die zentralen Parameter die besondere Beobachtung erfordern, passen gemeinsam das Ranking der Geschäftsmodelle kontinuierlich den veränderten Rahmenbedingungen an und stehen im gesamten Entwicklungsprozess als Sparringspartner zur Verfügung.

## Soulbrands Leistungen

Soulbrands als Strategieagentur für Marken und Innovationen unterstützt Sie bei der Erarbeitung von tragfähigen Geschäftsmodellen und bewertet die Möglichkeiten in einer nachvollziehbaren und reproduzierbaren Systematik.

- **Soulbrands Geschäftsmodell Workshop**  
Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ein Portfolio möglicher Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellerweiterungen für Ihr B2B oder B2C Business. Die eingesetzte Methodik wird individuell auf Ihre Fragestellungen zugeschnitten. So versetzt die „Business Angel“ Methode zur Bewertung von Innovations- oder Vertriebsideen beispielsweise alle Workshop-Teilnehmer in die Rolle von Investoren und gibt zudem Aufschluss über die Risikobereitschaft der beteiligten Entscheider.
- **Soulbrands Geschäftsmodell Detaillierung**  
Unser standardisierter Prozess erlaubt die Anpassung und Bewertung im laufenden Entwicklungsprozess. Die relevanten Parameter, die sich unmittelbar auf das Geschäftsmodellranking auswirken, werden im Vorfeld gemeinsam definiert.
- **Soulbrands Philosophie**  
Wir vermitteln anwendbares Wissen. Unser Ansatz ist so ausgerichtet, dass Sie ihn in Zukunft für weitere Geschäftsmodelle zunehmend eigenständig nutzen können.

## Soulbrands Start

Gerne machen wir Ihnen ein individuelles Angebot.

Soulbrands GmbH  
Lübecker Strasse 13  
50668 Köln

Tel: +49 221 79 00 97 01 / 02

Fax: +49 221 79 00 97 08

@: [ruhmservice@soulbrands.de](mailto:ruhmservice@soulbrands.de)

Weitere Angebote unseres Leistungsportfolios finden sie auf unserer Website:

<http://www.soulbrands.de>