

# Von der Idee zum Geschäftsmodell!

# Startzentrum Zürich

---

- Seit 1999 das Kompetenzzentrum für Gründende und Jungunternehmen im Kanton Zürich.
- Wir bieten kostenlose Erstberatungen, betreiben den digitalen Gründungsleitfaden [startbox.swiss](https://startbox.swiss) und organisieren Workshops und Events.

# Nicolas Goetsch

---

Seit September 2016 Geschäftsführer des Startzentrum Zürich. Gründer und langjähriger Geschäftsführer einer international tätigen Vertriebsgesellschaft im Entertainment Bereich. Nebenamtlich als Mentor und Experte für Startups tätig.

# Worum geht es heute?

---

- Lernziele
- Die Geschäftsidee
- Das Geschäftsmodell
- Die vier Elemente eines Geschäftsmodell
- Das Business Model Canvas
- Praktischer Teil

# Lernziele

---

- Sie können die vier Elemente eines Geschäftsmodell aufzählen.
- Sie können selbständig ein Business Model Canvas ausfüllen und die Funktionsweise erklären.

# Von der Idee zur Geschäftsidee

---

Eine Geschäftsidee ist eine Vorstellung davon, wie ein Problem gelöst werden könnte oder ein Bedürfnis befriedigt.

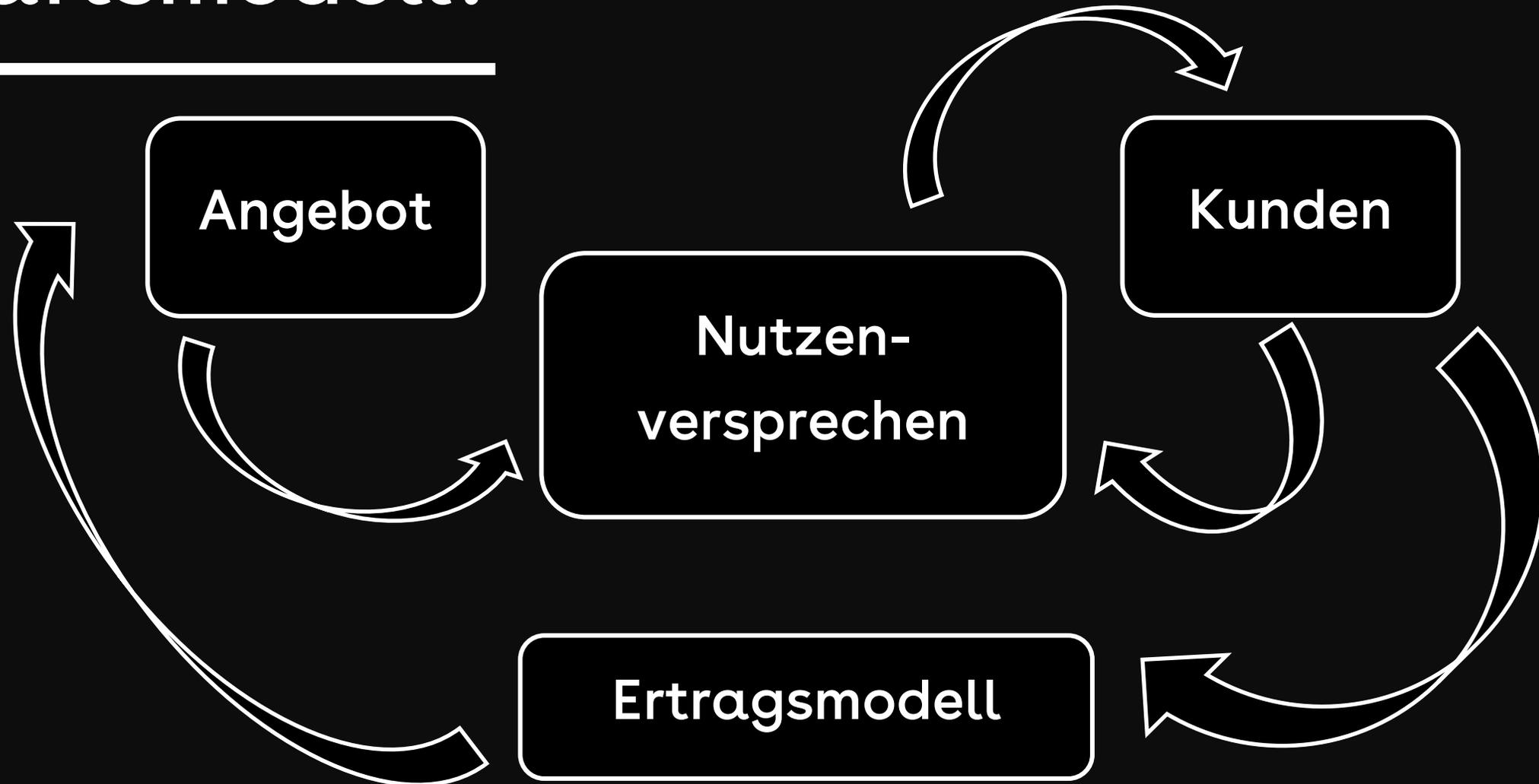
# Was ist ein Geschäftsmodell?

---

Ein Geschäftsmodell veranschaulicht die Art und Weise, wie ein Unternehmen für Kunden Mehrwert generiert und Gewinn erwirtschaftet.

# Die vier Elemente eines Geschäftsmodell?

---



# Warum macht ein Geschäftsmodell Sinn?

---

- Es zeigt die Wertschöpfung auf.
- Es zeigt wie Nutzen für die Kunden entsteht und wie er erbracht wird.
- Es zeigt die Einnahmen- und Kostenstruktur.

# Was bringt mir ein Geschäftsmodell?

---

- Es hilft Ihnen, die Schlüsselfaktor für den Erfolg oder Misserfolg zu verstehen.
- Es hilft Ihnen, die Schwächen und Stärken Ihrer Geschäftsidee zu prüfen.
- Es hilft Ihnen, die Wirtschaftlichkeit zu prüfen.
- Es hilft Ihnen, Ihre Geschäftstätigkeit zu analysieren und Ansatzpunkte für Innovation und Weiterentwicklung zu identifizieren.

# Wie erstelle ich ein Geschäftsmodell?

---

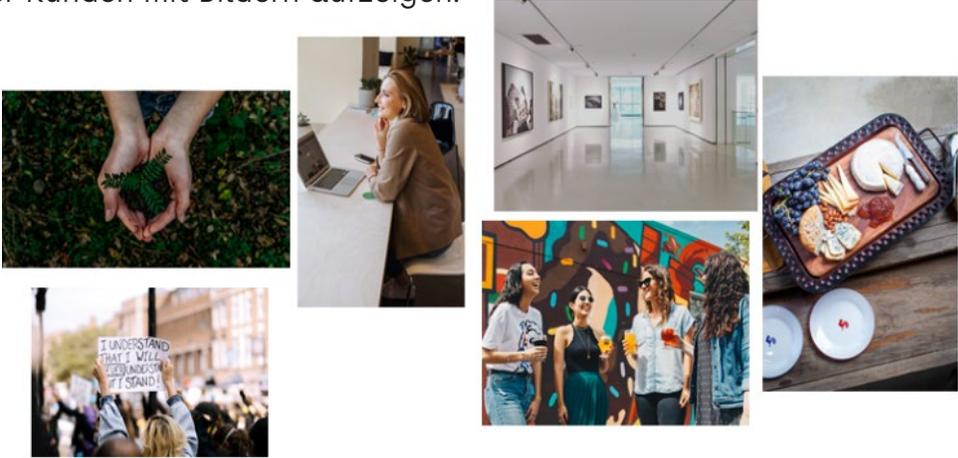
- Kunden- & Benutzerprofil Canvas
- Angebotsskizze Canvas
- Business Model Canvas

# Die Kunden

---

- Bedürfnisse der Kunden kennen.
- Ressourcenplanung und Schwerpunkte setzen.
- Neue Chancen und Angebote entdecken.

# Kunden- & Benutzerprofil Canvas

Name des Kunden oder des Benutzers:		Erstellt für:	Erstellt von:
<b>MARKT &amp; TRENDS</b>  Welche Trends beeinflussen den Kunden/Benutzer?	<b>PERSONABESCHREIBUNG</b>  Beschreiben Sie den Charakter.	<b>BEEINFLUSSER</b>  Wer beeinflusst den Kunden beim Kauf eines Produktes?	<b>HAUPTAUFGABE</b>  Welche Aufgabe übernimmt das Produkt für den Kunden?
<b>ANWENDUNGSFÄLLE</b>  Wann soll der Kunden das Produkt anwenden?	<b>STIMMUNGSBILDER</b>  Die Welt der Kunden mit Bildern aufzeigen.  		<b>ERFREUEN</b>  Wie können Sie Ihren Kunden Freude bereiten?
			<b>FRUSTRIEREN</b>  Was verursacht ein schlechtes Gefühl bei Ihren Kunden?

# Das Angebot

---

- Angebote kreieren, die den Bedürfnissen der Kunden und Benutzern entsprechen.
- Nutzen und Funktionen des Angebotes kennen.
- Schwachstellen erkennen.

# Angebotsskizzen Canvas

Angebot in einem Satz:		Erstellt für:		Erstellt von:	
<b>SCHNITTSTELLEN</b>  Wo kommt das Angebot mit anderen Produkten Dienstleistungen und Organisationen in Kontakt?	<b>SCHLÜSSELFUNKTIONEN</b>  Welches sind die Schlüsselfunktionen ihres Angebotes?	<b>NUTZENVERSPRECHEN</b>  Was ist der Kernnutzen für den Benutzer des Angebotes? Welche Zusatznutzen bestehen?	<b>MARKENBILDUNG/ EMOTIONALE BINDUNG</b>  Wodurch kann eine emotionale Beziehung zwischen dem Benutzer und dem Angebot?		<b>KUNDENARTEN</b>  Listen Sie die Zielkunden und Benutzergruppen auf. Für wen schafft das Angebot Wert?
	<b>SCHLÜSSELRESSOURCEN</b>  Welches sind die Schlüsselkomponenten des Angebotes?	<b>DIFFERENZIERUNG</b>  Wie unterscheidet sich das Produkt von der Konkurrenz?	<b>KUNDEN-ANGEBOT-KOMMUNIKATION</b>  Wie kommen die Kunden in Kontakt mit Ihrem Angebot?		
<b>KOSTENSTRUKTUR DES ANGEBOTES</b> Welche variablen und fixen Kosten bestehen? Was kostet am meisten?			<b>ANGEBOTSPREIS</b> Wieviel sind die Kunden bereit zu bezahlen?		

# Das Business Model Canvas

---

# Business Model Canvas



Angebot in einem Satz:		Erstellt für:		Erstellt von:	
<b>SCHLÜSSELPARTNER</b>  Wer sind Ihre Schlüsselpartner? Wer sind Ihre Schlüssellieferanten? Welche Schlüssellieferanten/-aktivitäten kommen von Partner/Lieferanten?  <b>VORTEILE V. PARTNERSCHAFTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Leistungen</li> <li>• Einsparungen von Aufwand und Kosten</li> <li>• Verringerungen von Risiken und Unsicherheiten</li> <li>• Zugang zu Leistungen und Ressourcen</li> </ul>	<b>SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN</b>  Welche Schlüsselaktivitäten erfordern Ihre Nutzenversprechen, Vertriebs und Kommunikationskanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen?  <b>KATEGORIEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktion, Problemlösung</li> <li>• Plattform/Netzwerk</li> </ul>	<b>NUTZENVERSPRECHEN</b>  Welchen Nutzen bieten Sie den Kunden? Welche Kundenprobleme helfen Sie zu lösen? Welches Kundenbedürfnis befriedigen Sie? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten Sie welcher Kundenart an?  <b>EIGENSCHAFTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neu, Leistungsstark, Design, Preis</li> </ul>	<b>KUNDENBEZIEHUNGEN</b>  Welche Art v. Kundenbeziehungen erwarten die versch. Kundenarten?  <b>BEZIEHUNGSARTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Beratung</li> <li>• Automatisierte Dienstleistungen</li> </ul>	<b>KUNDENARTEN</b>  Wem bieten Sie einen Nutzen an? Wer sind Ihre wichtigsten Kunden?  <b>KUNDENSEGMENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielkunden Massenmarkt</li> <li>• Nischenmarkt</li> </ul>	<b>VERTRIEBS- &amp; KOMMUNIKATIONSKANÄLE</b>  Über welche Kanäle wollen Ihre Kunden erreicht werden?  <b>INTERAKTIONEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufmerksamkeit</li> <li>• Feedback</li> <li>• Kaufmöglichkeiten</li> <li>• Vertriebsarten</li> <li>• Kundenbetreuung</li> </ul>
	<b>SCHLÜSSELRESSOURCEN</b>  Welche Schlüsselressourcen benötigen Sie für Ihre: Nutzenversprechen, Vertriebs- und Kommunikationskanäle, Einnahmequellen?  <b>RESSOURCENARTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktionsmittel</li> <li>• Wissen (Patente, Markenschutz, etc.)</li> <li>• Personal</li> <li>• Finanzen</li> </ul>		<b>BEZIEHUNGSARTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Beratung</li> <li>• Automatisierte Dienstleistungen</li> </ul>		
<b>KOSTEN</b>  Welches sind die wichtigsten Kosten in Ihrem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen & -aktivitäten sind besonders kostenintensiv?  <b>KOSTENARTEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fixkosten (Löhne, Betriebsmittel)</li> <li>• Variable Kosten (Werbung, Rohstoffe, Transportkosten)</li> <li>• Kostenersparnisse (Einkauf, Produktion, Software)</li> </ul>			<b>EINNAHMEN</b>  Für welchen Nutzen sind Ihre Kunden bereit Geld auszugeben? Wie legen Sie die Preis fest? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen ( <b>FINANZPLANUNG</b> ).  <b>EINNAHMEARTEN UND PREISGESTALTUNG</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkauf, Verleih, Vermietung</li> <li>• Feste Preise</li> <li>• Variable Preis</li> </ul>		

# Kontakt

---

Nicolas Goetsch  
Geschäftsführer  
[nicolas.goetsch@startzentrum.ch](mailto:nicolas.goetsch@startzentrum.ch)

Startzentrum Zürich Genossenschaft  
Sihlquai 125  
8005 Zürich  
044 455 60 60  
[info@startzentrum.ch](mailto:info@startzentrum.ch)  
[www.startzentrum.ch](http://www.startzentrum.ch)