

Einführung in den Business Model Canvas

Ulrich Ruh

ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH

Frage: Wie kann der Sozialbetrieb im freien Wettbewerb mit seinem besonderen Auftrag (Integration) wirtschaftlich agieren?

Drei Herausforderungen für ein einzigartiges Unternehmensmodell:

- 1. Sozialpädagogische Betreuung und fachliche Anleitung von Langzeitarbeitslosen**
- 2. Vermarktung von Produkten und / oder Dienstleistungen**
- 3. Vermittlung von Langzeitarbeitslosen in den regulären Arbeitsmarkt**

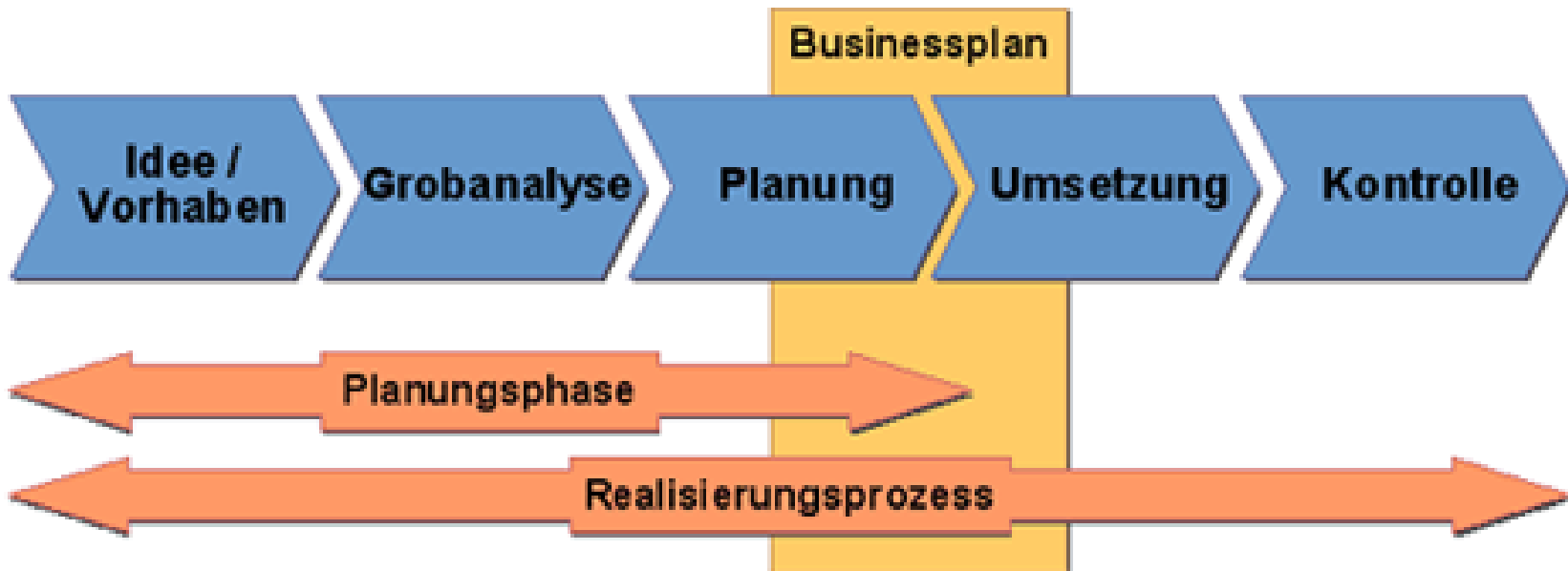
Anforderungen:

- gut vorbereitet (alles systematisch erfassen)
- strukturiert (Logik)
- umfassend (so viel wie nötig)
- Komplexes einfach darstellen (Nachvollziehbarkeit)
- transparent (Fakten und Hintergründe)

Bausteine: Siehe Anlage zur Richtlinie

Sinn und Zweck:

- Vermeidung von Planungsfehlern
- Erkennung von Erfolgchancen, Risiken und Ressourcenbedarf für die Erreichung der Wirtschaftlichkeit



- **Grundprinzip, nach dem eine Organisation Werte schafft, vermittelt und erfasst**
- **Entwicklung durch Visualisierung (Business Model Canvas)**
 - **Wissen, das im Unternehmen und bei einzelnen Personen liegt, sichtbar und nachvollziehbar aufzeigen und verfügbar machen**
 - **Potenziale für Optimierungen des Unternehmens erkennen**

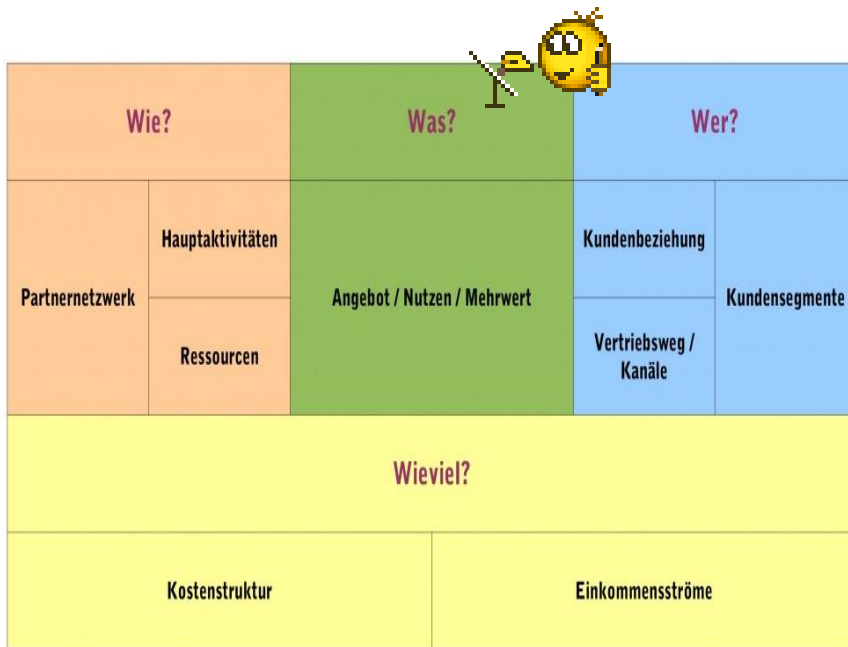
Business Model Canvas (BMC) als Methode



- **Einfach und leicht verständlich**
- **visuelle Beschreibung anstelle langer Texte**
- **Zusammenhänge werden ersichtlich und nachvollziehbar**
- **kunden- und umsetzungsorientiert**

- Vereinfachtes Modell
- Wettbewerb wird nicht betrachtet
- Umfeld wird nicht betrachtet
- Keine ausformulierte Strategie / Nachhaltigkeit

Diese Faktoren sind gesondert zu betrachten und mit den ausformulierten Ergebnissen der BMC-Planung zusammenzuführen.



- **Produkte und Dienstleistungen**
- **Abgrenzung zum Wettbewerb**
- **Welche Kundenbedürfnisse werden erfüllt?**
- **Welche Probleme werden durch die Wertangebote beim Kunden gelöst?**
- **Was genau ist der Kundennutzen?**



- **Wer sind die wichtigsten Kunden (Kundensegmente) ?**

Haushaltskunden

Geschäfts- und Gewerbetunden

kleine Industriekunden

große Industriekunden

- **Wie ist der Markt strukturiert (wer sind die Kunden, Mitbewerber, welche technologische, ökologische, soziale und ökonomische Trends haben Einfluss auf das Geschäftsmodell)?**
- **Wie können Wettbewerbsvorteile erreicht werden?**



- **neue Kundenbeziehung (Neukunden)**
- **stabile Kundenbeziehung (Stammkunden)**
- **transaktionsorientierte Kundenbeziehung (verkaufen)**
- **proaktive Kundenbeziehung (Beziehungspflege)**
- **partnerschaftliche Kundenbeziehung (Kundenintegration)**

Wie?		Was?	Wer?	
Partnernetzwerk	Hauptaktivitäten	Angebot / Nutzen / Mehrwert	Kundenbeziehung	Kundensegmente
	Ressourcen		Vertriebsweg / Kanäle 	
Wieviel?				
Kostenstruktur		Einkommensströme		

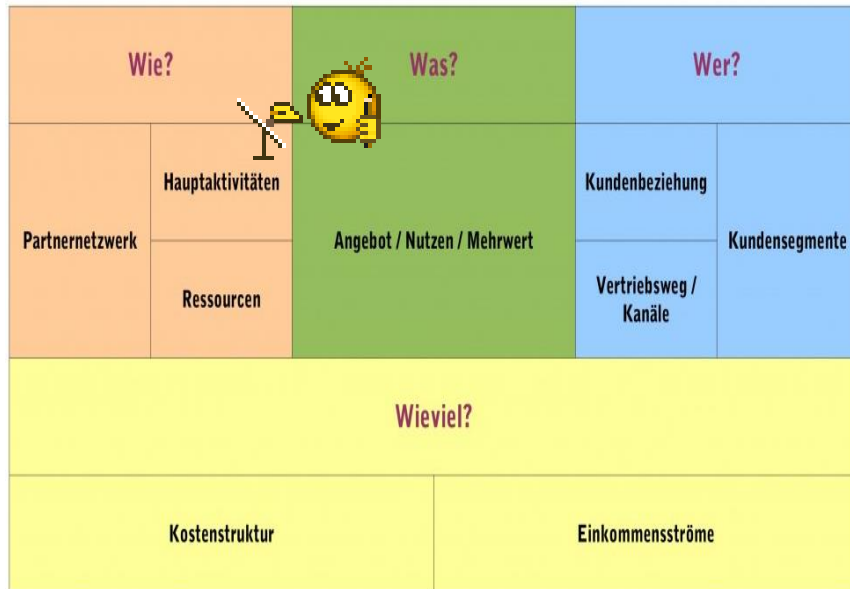
- **Eigener Innen- und Außendienst**
- **beauftragter Vertrieb (Handelsvertreter)**
- **Vertriebskooperation**
- **Empfehlungsmarketing**

.....

Wie? Ressourcen (Schlüsselressourcen)



- **Maschinen, Anlagen, Informationstechnologie, Produktionstechnologie, Logistik**
- **Materialien, Rohstoffe oder Kaufteile und der Zugriff darauf**
- **Beschäftigte und deren Know-how (Kompetenzen und Erfahrungen) oder Engagement**
- **Daten und Informationen**
- **Finanzmittel**
- **Rechte, Patente, Lizenzen, Marken**



Alle Handlungen die notwendig sind, um die Leistungserstellung zu gewährleisten, z.B.

- **Produktion, Dienstleistung**
- **Netzwerk (Schlüsselpartner)**
- **Gestaltung der Vertriebskanäle**
- **Kundenbeziehungen**
- **Zusammenwirken mit Zuwendungsgeber**
- **Umsetzung Integrationskonzept**

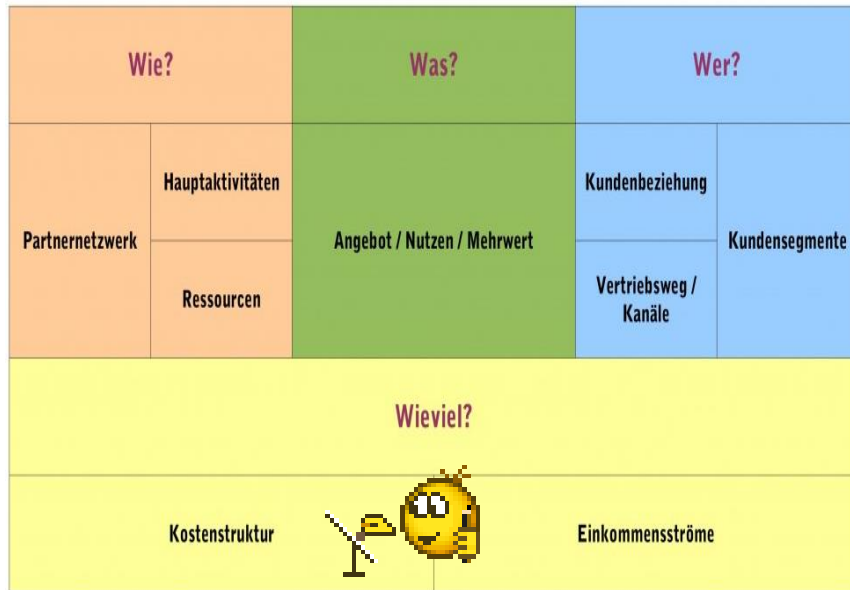


Wer sind die Schlüsselpartner und was tun sie für das Unternehmen?

Welche Schlüsselressourcen bekommen wir von Partnern zur Verfügung gestellt?

z. B.:

- Nutzung einer gemeinsamen Infrastruktur, zur Gewinnung von Ressourcen oder zur Optimierung von Prozessen durch strategische Allianzen, (Lieferanten, Service Provider, integrierende Unternehmen entsprechend Integrationskonzept)**



Alle durch die Umsetzung des Geschäftsmodells (bzw. durch den Sozialbetrieb) verursachten Kosten

- **Unvermeidbare Kosten (Fixkosten), z.B.: Miete, Nebenkosten, Personal**
- **Variablen Kosten, z.B. Material, Verpackungs- und Transportkosten**
- **Reduzierbare Kosten, z.B. über Größeneffekte, Einbeziehung von Partnern**
- **Finanzierung bis Umsatzerzielung**

Wieviel? Einkommensströme (Einnahmequellen)

Wie?		Was?	Wer?	
Partnernetzwerk	Hauptaktivitäten	Angebot / Nutzen / Mehrwert	Kundenbeziehung	Kundensegmente
	Ressourcen		Vertriebsweg / Kanäle	
Wieviel?				
Kostenstruktur		Einkommensströme 		

z.B.: Verkaufspreis / Stückpreis, Nutzungsgebühr, Abonnement (Vorauszahlung / Raten), Miete / Ausleihgebühr / Provision, Werbeeinnahmen

Preisgestaltung (Festpreise, dynamische Preise)

Zahlungsweisen

Fördermittel

Querfinanzierungen

Handbuch zur Erstellung von Businessplänen und für den Business Model Canvas

<https://www.b-p-w.de/service/leitfaden/>

Vorlagen für den Business Model Canvas und für Finanzierungstabellen

<https://www.b-p-w.de/service/vorlagen/>

Beispiele für Integrationsfirmen in Deutschland

<http://www.rehadat.de/export/sites/einstieg/downloads/VerzIntFirmen.pdf>

Vielen Dank