

BUSINESS MODEL CANVAS

Der *Business Model Canvas* ist ein visuelles Werkzeug zur Entwicklung, Beschreibung und Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen. Der Canvas schafft Klarheit, fördert Innovation und erleichtert den Austausch im Team – besonders in der frühen Phase von Ideen, Produkten oder unternehmerischen Vorhaben.

1

Überblick verschaffen: Struktur und Felder verstehen

Bevor ihr startet, macht euch mit der Logik des Canvas vertraut. Das Modell besteht aus neun Bausteinen, die zusammen euer Geschäftsmodell abbilden: Kundensegmente, Nutzenversprechen, Kanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen, Schlüsselressourcen, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselpartner, Kostenstruktur

2

Erste Version ausfüllen: Ideen sichtbar machen

Füllt den Canvas schrittweise aus – zuerst grob, dann verfeinert. Startet mit dem Nutzenversprechen (Was bietet ihr wem?) und arbeitet euch durch die angrenzenden Felder vor. Notiert eure Ideen z. B. in Stichworten auf Post-its, um flexibel umsortieren und ergänzen zu können.

3

Diskussion und Reflexion: Annahmen hinterfragen

Übertragt eure Überlegungen anschliessend ins Teemplate. Sobald das erste Modell steht, reflektiert es kritisch:

- Wo sind noch Lücken oder Unsicherheiten?
- Welche Annahmen müssen getestet werden?
- Welche Teile des Modells sind tragfähig – und welche noch hypothetisch?

Diese Diskussion fördert ein gemeinsames Verständnis und schafft die Basis für eine gezielte Weiterentwicklung.









4

Review: Weiterentwickeln, testen und anpassen

Das Canvas ist kein statisches Dokument, sondern ein Arbeitsinstrument. Nutzt es regelmässig, um neue Erkenntnisse einzupflegen, Hypothesen zu validieren oder euer Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Besonders hilfreich ist es bei Neuausrichtungen, Teamabstimmungen oder Pitch-Vorbereitungen.

BUSINESS MODEL CANVAS

1 - 1.5 STUNDEN / GRUPPENARBEIT

SCHLÜSSELPARTNER 	SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN  SCHLÜSSELRESSOURCEN 	WERTVERSPRECHEN (VALUE PROPOSITION) 	KUNDENBEZIEHUNG  KANÄLE 	KUNDENSEGMENTE 
KOSTENSTRUKTUR 			UMSATZQUELLEN 