

# „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

## 2. Wie wird die Gründung eines Unternehmens vorbereitet?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



# „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

## 2.2.2 Geschäftsmodell und Business Model Canvas II

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship

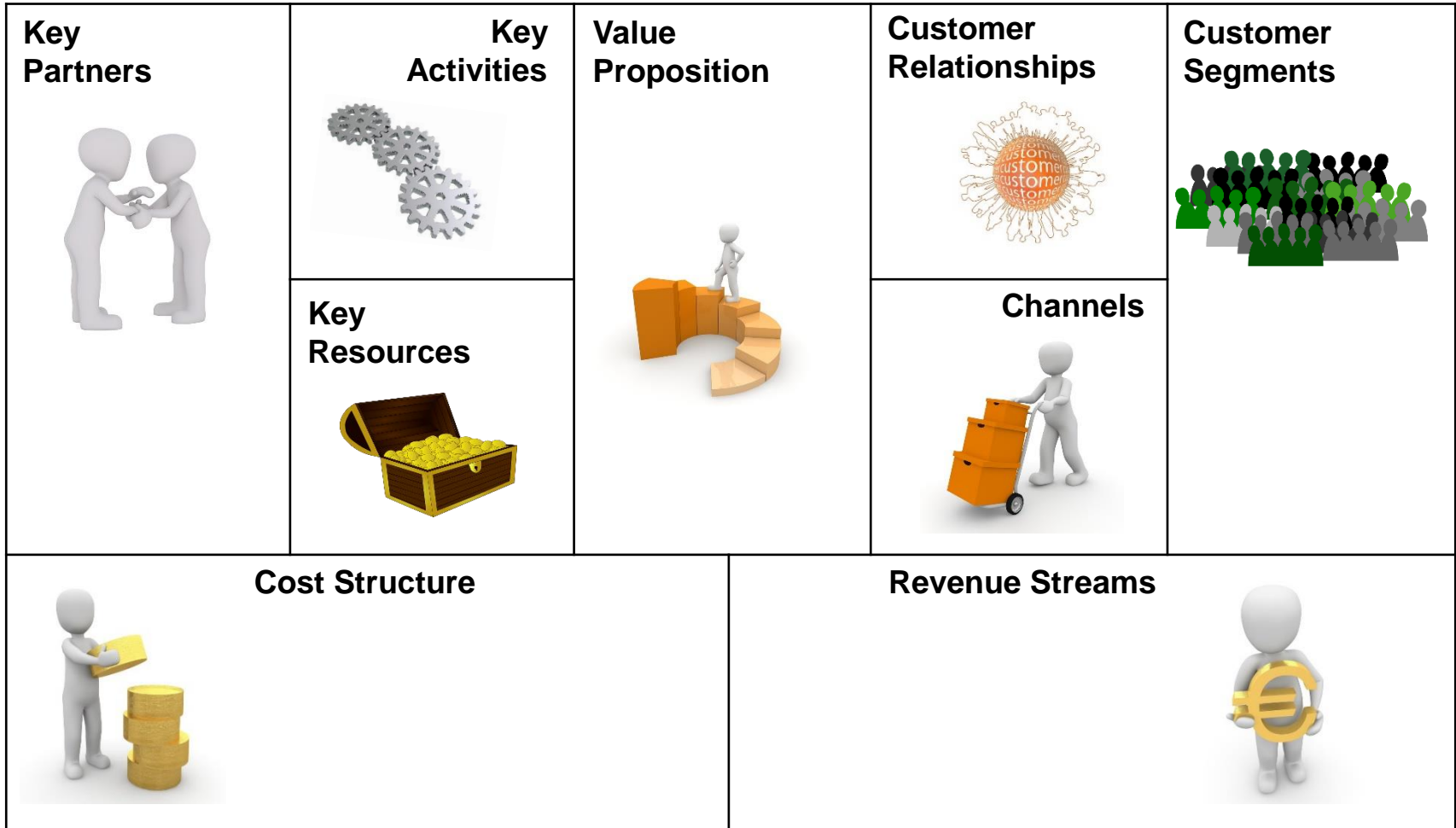




# Geschäftsmodellierung mit dem Business Model Canvas



# Business Model Canvas



Quelle: Osterwalder & Pigneur (2010)

# Zusammenfassung Kernfragen

## 1. Kundensegment

- Für wen schaffen wir einen Wert?
- Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

## 2. Value Proposition

- Was für ein Wert liefern wir dem Kunden?
- Welches Problem helfen wir zu lösen?
- Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?

## 3. Kanäle

- Mithilfe welcher Kanäle möchten wir unsere Kundensegmente erreichen?
- Welcher Kanal ist die kosteneffizienteste Lösung?
- Wie werden unsere Kanäle integriert?

## 4. Kundenbeziehung

- Welche Art von Beziehung erwarten unsere Kunden?
- Welche Art der Kundenbeziehung haben wir bereits etabliert? Zu welchen Kosten?

## 5. Einnahmequelle

- Für welchen Wert möchten unsere Kunden wirklich bezahlen?
- Was bezahlen sie momentan?

## 6. Kernressourcen

- Welche Kernressourcen brauchen wir für unsere Value Proposition?

## 7. Kernaktivitäten

- Welche Kernaktivitäten werden für unsere Value Proposition benötigt?

## 8. Kernpartnerschaft

- Wer sind unsere Kernpartner? Wer sind unsere Kernlieferanten?
- Welche Kernressourcen erhalten wir von unseren Partnern?

## 9. Kostenstruktur

- Was sind die wichtigsten Kosten in unserem Businessmodell?
- Welche Key-Ressourcen und welche Key-Aktivitäten sind am teuersten?

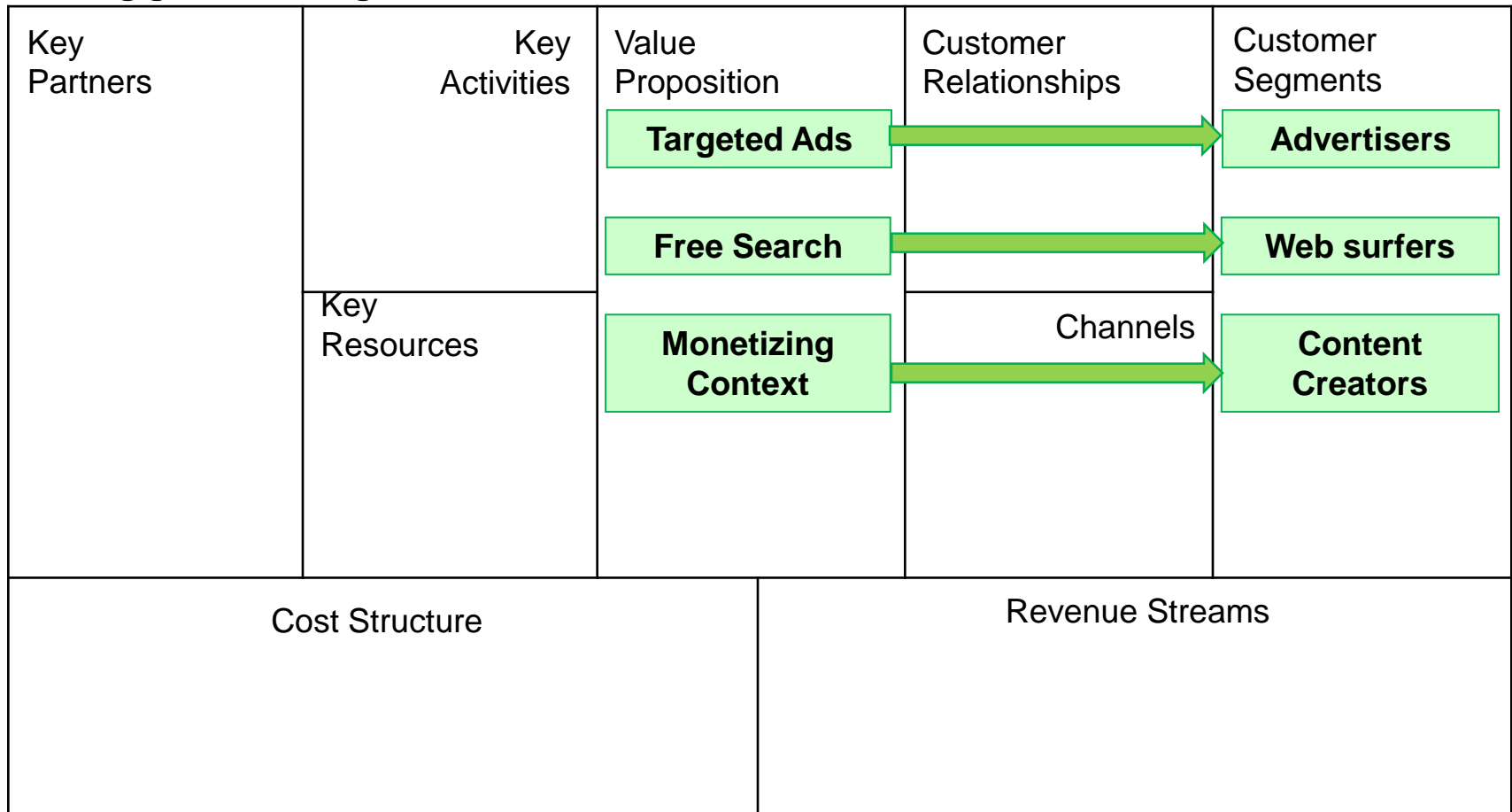
Quelle: Osterwalder & Pigneur (2010)

# Googles Business Model (1/3)



# Googles Business Model (1/3)

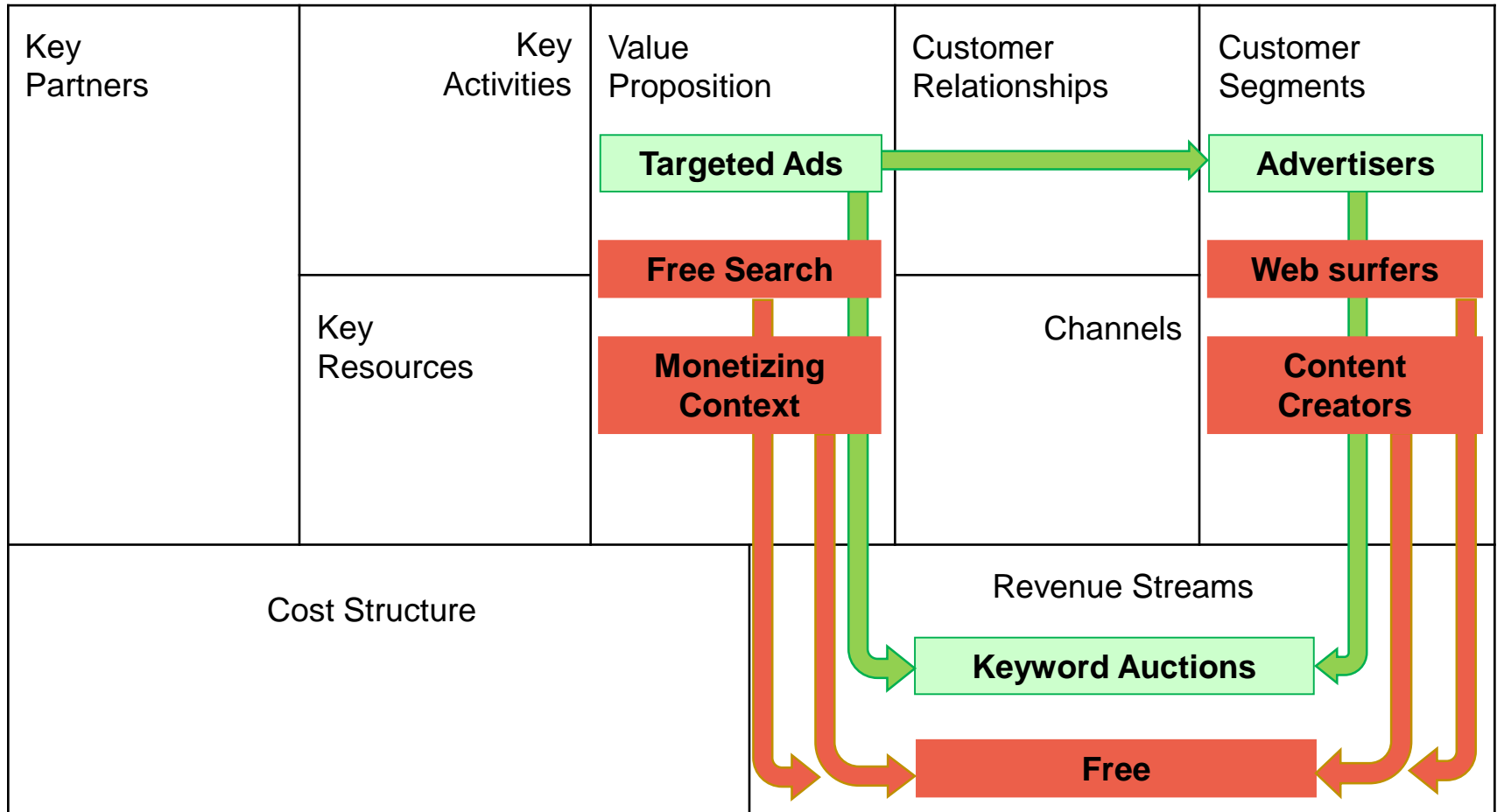
Google bietet unterschiedliche Value Propositions für drei gegenseitig abhängige Kundensegmente an



Quelle: Osterwalder & Pigneur (2010)

# Googles Business Model (2/3)

Google hat eine Haupteinzahlungsström, die andere Angebote finanziell unterstützt

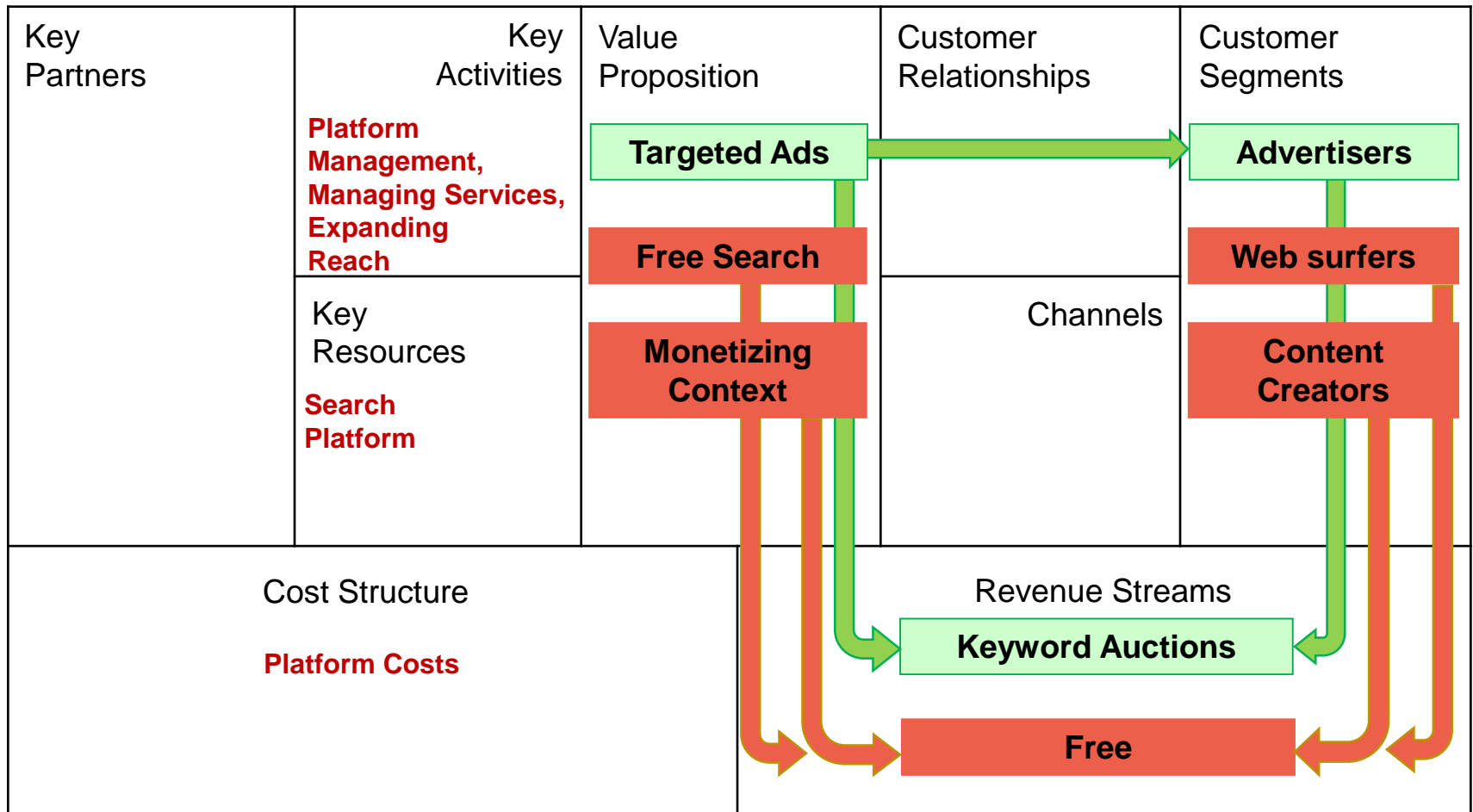


Quelle: Osterwalder & Pigneur (2010)



# Googles Business Model (3/3)

Googles drei Hauptaktivitäten: (1) Websuche (Google.com), (2) Werbung (AdWords) und (3) Inhaltmonetalisierung für die Dritte (AdSense)



Quelle: Osterwalder & Pigneur (2010)