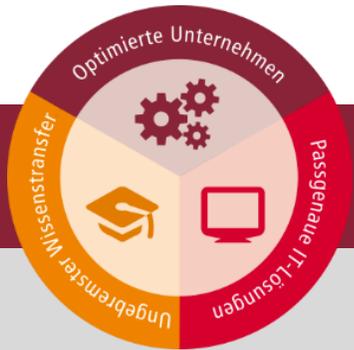


OPTIMIERTE UNTERNEHMEN



Business Model Canvas

Über uns ...

Unser Portfolio:

Beratung Prozess- und Projektmanagement

Beratung IT Optimierung

Kundenspezifische Softwareentwicklung

Softwarelösungen Prozess- und Produktionsmanagement

Gründung: Mai 1990

Standort: Paderborn

Geschäftsführende Gesellschafter:

André Unger und Klaus-Oliver Welsow

Weitere Gesellschafter:

Prof. Dr. Markus Schneider (Hochschule Landshut)



Optimierte Unternehmen

Wir beraten unsere Kunden bei der Optimierung Ihrer Arbeitsabläufe, Organisationsstruktur und Projektabwicklung.

Passgenaue IT-Lösungen

Wir finden oder entwickeln für unsere Kunden die passgenaue IT-Lösung, die zu Ihrem Arbeitsabläufen und Organisationsstrukturen passen.

Projekterfolg ist nur garantiert, wenn:

Ungebremster Wissenstransfer

Wir befähigen die Mitarbeiter unserer Kunden, Ihre Arbeitsabläufe zu beherrschen und die IT-Lösungen effizient bedienen zu können.



Unsere Geschäftsidee

Craft Beer Brewery

Thomas (26) hat **Brauereiwesen** an der Fachhochschule Lemgo studiert und bereits mit diversen Praktikas im In- und Ausland viele Erfahrungen sammeln können. Neben den typischen deutschen Bieren wie Pils und Hefeweizen, hat er in London und San Francisco viele andere Sorten wie z.B. ein Ale kennen und schätzen gelernt. Er hat bereits ein Angebot einer großen Brauerei vorliegen, aber sein Studienfreund **Maik** (25) hat eine andere Idee.

Maik hat **Maschinenbau** mit Schwerpunkt Anlagentechnik studiert und ist ein begeisterter Craft Beer Genießer und versucht Thomas davon zu überzeugen, eine eigene kleine Brauerei aufzumachen.

Damit hat Maik auch seine WG Mitbewohnerin **Kathy** (24) angesteckt. Sie hat gerade ihr **Marketingstudium** abgeschlossen und hat schon 1.000 und eine Idee für das Unternehmen.

Maik und Kathy wohnen in Paderborn und so hat sich Thomas breit schlagen lassen, über den Standort Paderborn für eine kleine Brauerei nachzudenken.

Aber wie soll es losgehen?

Was braucht die Drei, um ihre Geschäftsidee ins Leben zu rufen?

Einen Business Plan?

Geschäftsplan, Geschäftskonzept; Beschreibung von unternehmerischen Vorhaben, in denen die unternehmerischen Ziele, geplante Strategien und Maßnahmen sowie die Rahmenbedingungen dargestellt werden.

(Gabler Wirtschaftslexikon – Online)



"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-ND](#)

Business Pläne

Heute braucht man so etwas nicht mehr!





Heute geht alles über ...

SILICON VALLEY FINANCIAL CENTER

LEAN STARTUP
Crowd Funding
Seed Finanzierung
...

"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY](#)

LEAN STARTUP

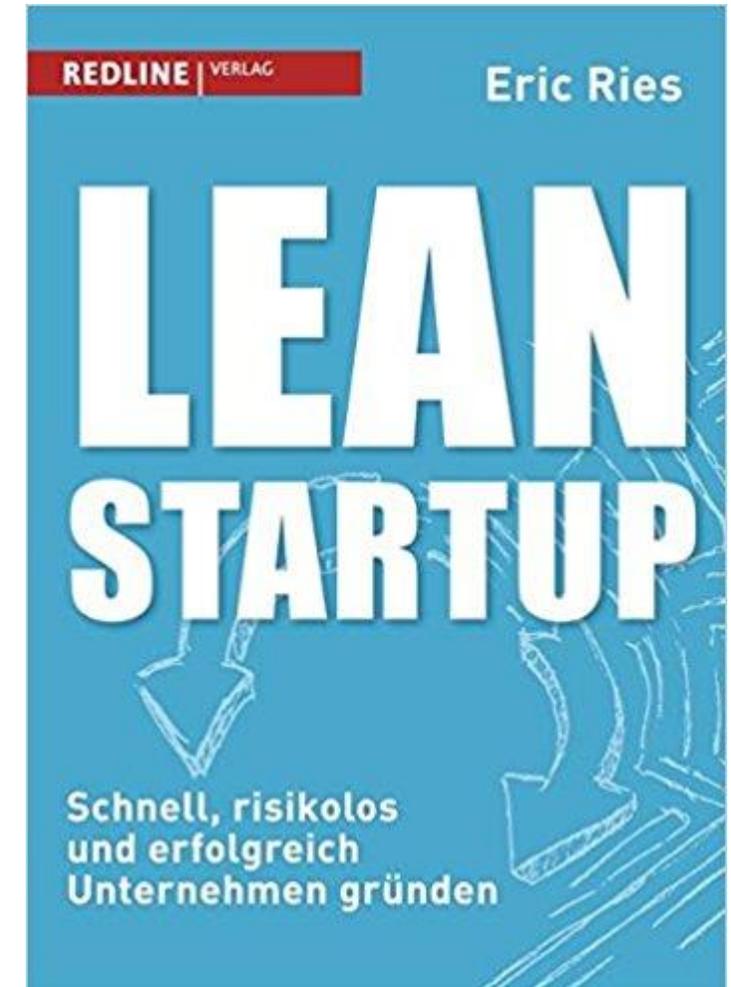
Lean-Startup beschreibt einen Ansatz der Unternehmensgründung, bei dem alle Prozesse so schlank wie nur möglich gehalten werden.

Verlag: Redline Verlag (10. Oktober 2014)

Sprache: Deutsch

ISBN-10: 3868815678

ISBN-13: 978-3868815672



Investoren müssen überzeugt werden!

Es gibt heutzutage viele Möglichkeiten an Startkapital zu kommen, aber Investoren, Mitgründer, Banken, ... müssen überzeugt werden.

Tolle Ideen haben viele!

Entscheidend ist, dass man alle Beteiligten von einer erfolgreichen Umsetzung überzeugen kann.



Also doch einen 50seitigen Business Plan erstellen, für den wir drei Monate brauchen.

Ja, ein Business Plan wird benötigt.

Aber es gibt einen schnelleren Weg!

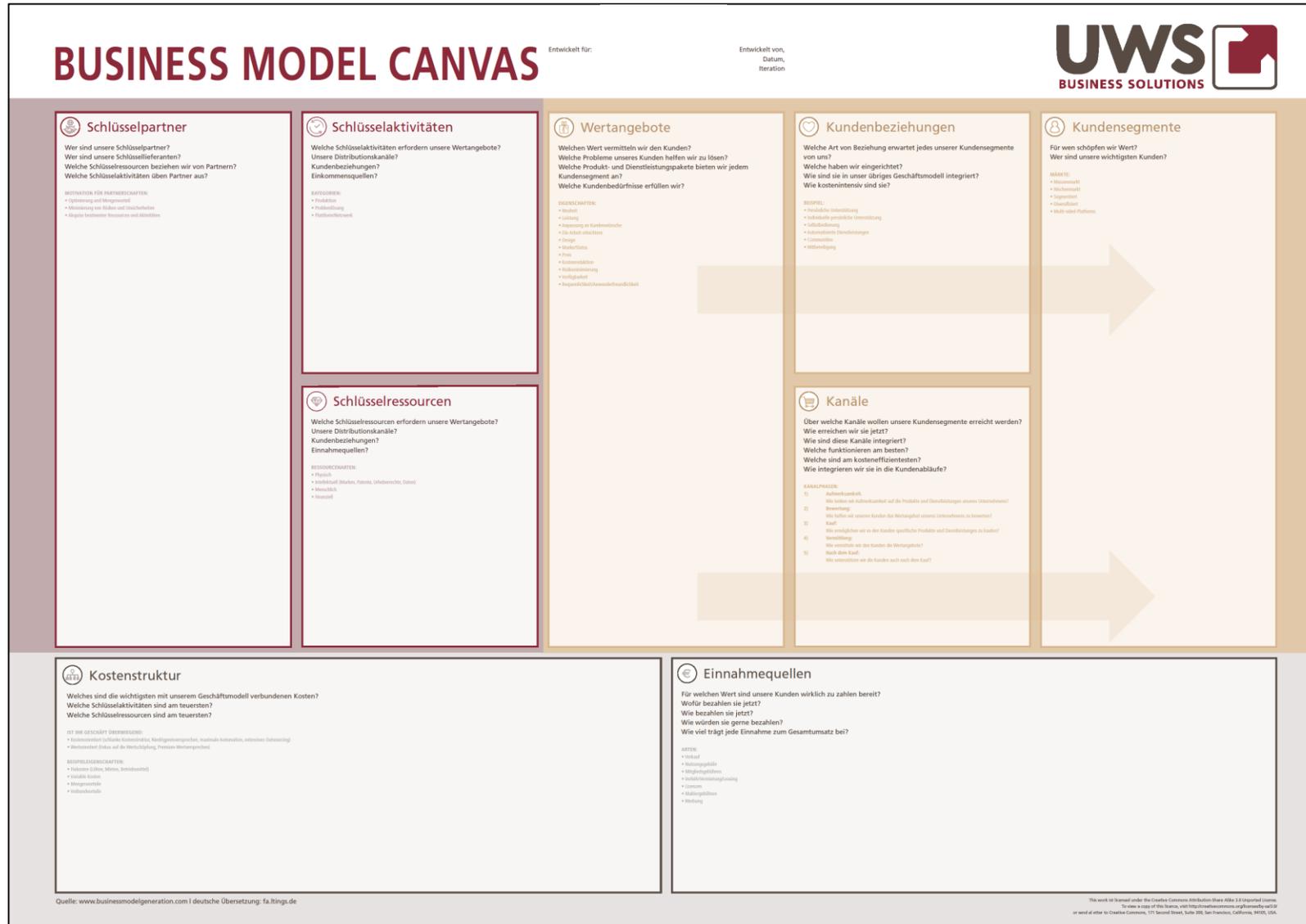


"Dieses Foto" von Unbekannter Autor ist lizenziert gemäß [CC BY-ND](#)

Los geht's!

Business Model Generation

Ihr Geschäftsmodell

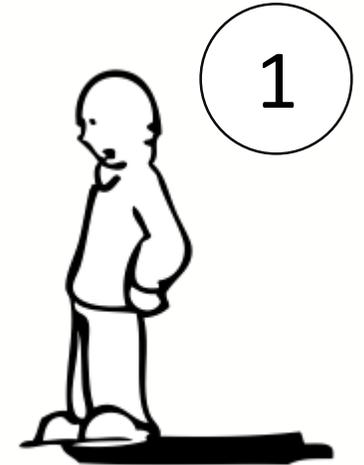


Ein Geschäftsmodell beschreibt,
das Grundprinzip, nach dem
eine Organisation Werte schafft,
vermittelt und erfasst.

Für wen schöpfen wir Wert?

Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

- Massenmarkt
- Nischenmarkt
- Segmentiert
Beispiel: Bankkunden werden nach Nettowert aufgeteilt
- Diversifiziert
Beispiel: Amazon – Online-Händler und IT-Plattform-Provider
- Multi-sided Platforms
Beispiel: Kreditkartenunternehmen haben Kunden und Händler als Zielgruppe



Business Model Canvas

Wertangebote

Welchen Wert vermitteln wir dem Kunden?

Welche der Probleme unseres Kunden helfen wir zu lösen?

Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bieten wir jedem Kundensegment an?

Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?

Eigenschaften:

- Neuheit
- Leistung
- Anpassung an Kundenwünsche
- Die Arbeit erleichtern
- Design
- Marke/Status
- Preis
- Kostenreduktion
- Risikominimierung
- Verfügbarkeit
- Bequemlichkeit/Anwenderfreundlichkeit



Business Model Canvas

Kanäle

Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?

Wie erreichen wir sie jetzt?

Wie sind unsere Kanäle integriert?

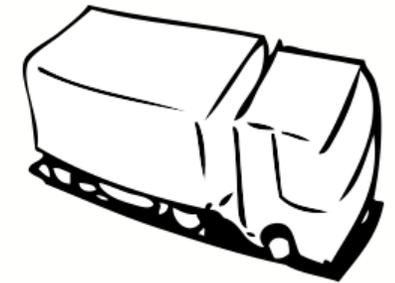
Welche funktionieren am besten?

Welche sind am kosteneffizientesten?

Wie integrieren wir sie in die Kundenabläufe?

Kanalphasen:

1. Aufmerksamkeit
Wie lenken wir die Aufmerksamkeit auf die Produkte und Dienstleistungen unseres Unternehmens?
2. Bewertung
Wie helfen wir unseren Kunden das Wertangebot unseres Unternehmens zu bewerten?
3. Kauf
Wie ermöglichen wir es den Kunden, spezifische Produkte und Dienstleistungen zu kaufen?
4. Vermittlung
Wie vermitteln wir dem Kunden ein Wertangebot?
5. Nach dem Kauf
Wie unterstützen wir die Kunden auch nach dem Kauf?



Business Model Canvas

Kundenbeziehung

Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns?

Welche haben wir eingerichtet?

Wie sind sie in unser übriges Geschäftsmodell integriert?

Wie kostenintensiv sind sie?

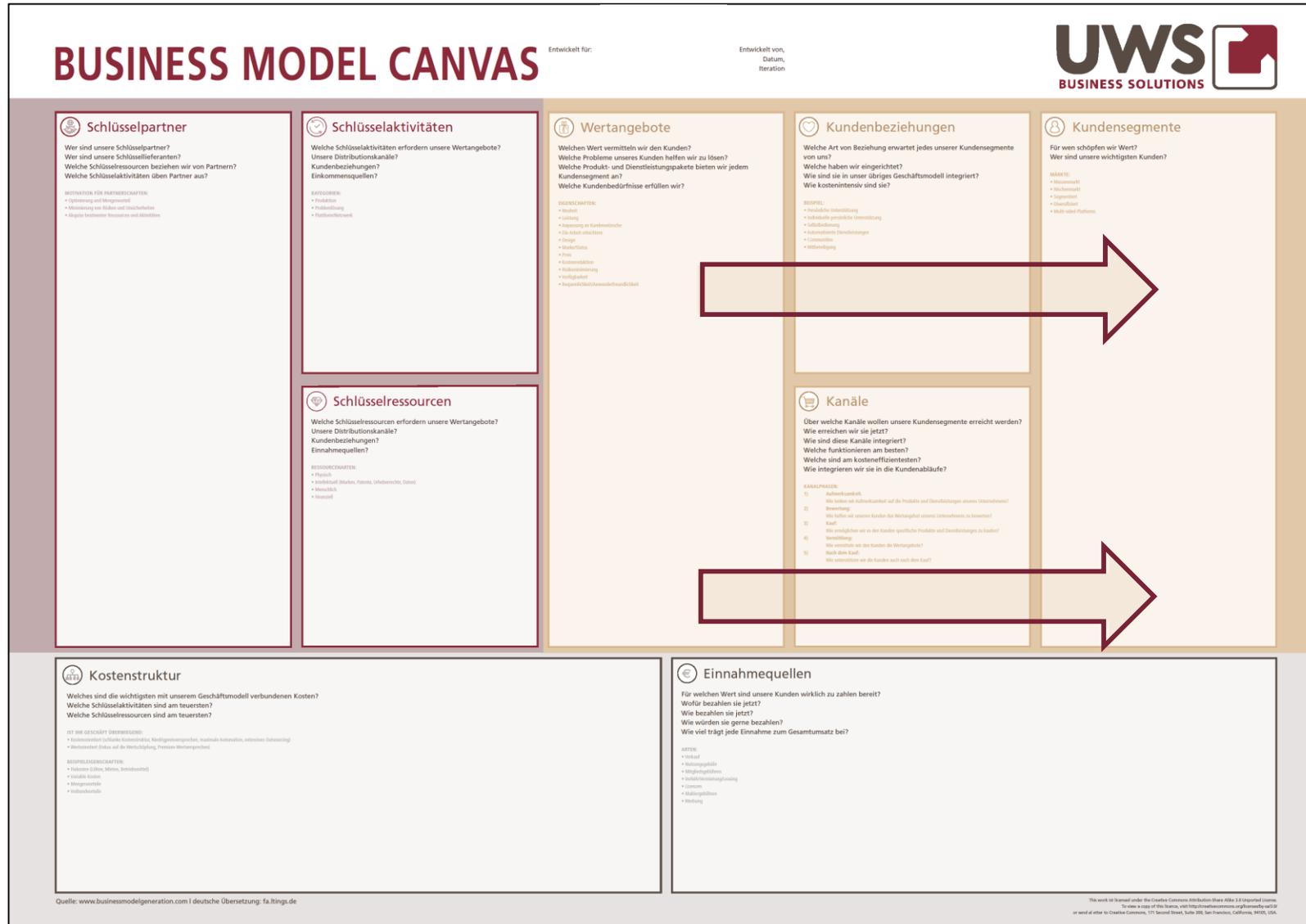
- **Beispiele:**

- Persönliche Unterstützung
- Individuelle persönliche Unterstützung
- Selbstbedienung
- Automatisierte Dienstleistungen
- Communities
- Mitbeteiligung



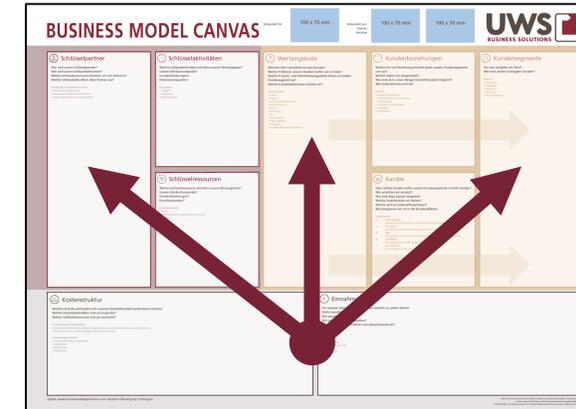
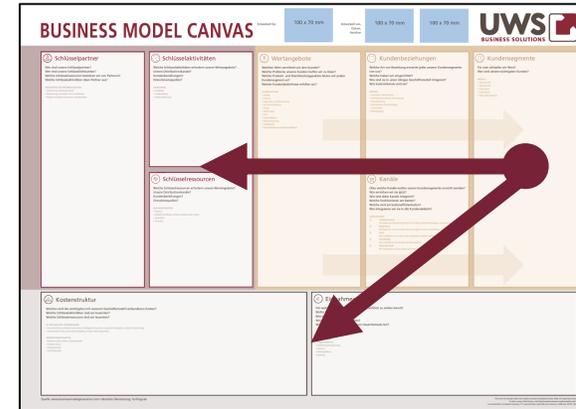
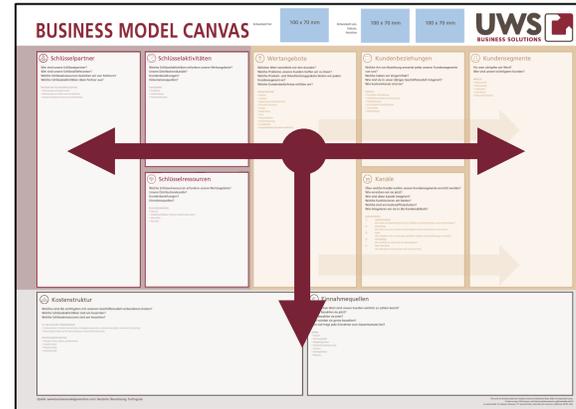
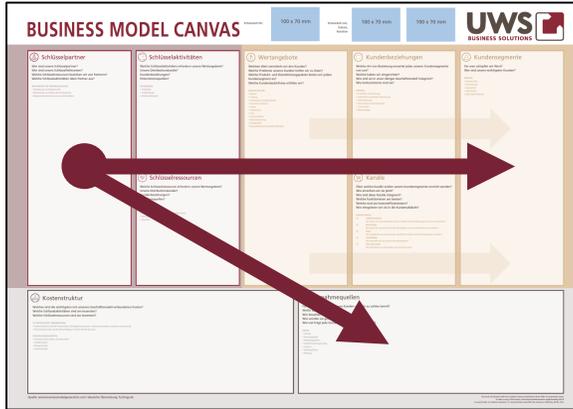
Business Model Generation

Ihr Geschäftsmodell



Business Model Generation

Verschiedene Innovationssichten



Ressourcenbedingt

Anstoß kommt aus der bestehenden Infrastruktur

Beispiel: Amazon
Online-Händler =>
Plattform-Anbieter

Angebotsbedingt

Neue Wertangebote

Beispiel: Cemex
Zementhersteller
Lieferzeit für Flüssigzement
von 48 auf 4 Stunden
reduziert

Kundenbedingt

Innovation basiert auf neue Kundenbedürfnisse

Beispiel: MyHeritage
Medizinische DNA Test
werden für
Ahnenforschung für
Privatpersonen angeboten

Finanzbedingt

Neue Einnahmequellen oder Preismodelle

Beispiel: SAP
Userlizenzen können
monatlich gemietet
werden (keine hohen
Anfangsinvestitionen)

Business Model Canvas

Einnahmequelle

Für welchen Wert sind unsere Kunden wirklich zu bezahlen bereit?

Wofür bezahlen sie jetzt?

Wie bezahlen Sie jetzt?

Wie würden Sie gerne bezahlen?

Wie viel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?



Arten:

- Verkauf
- Nutzungsgebühr
- Mitgliedsgebühren
- Verleih/Vermietung/Leasing
- Lizenzen
- Maklergebühren
- Werbung

Festpreise:

- Listenpreis
- Abhängig von Produkteigenschaften
- Abhängig von Kundensegment
- Abhängig von der Menge

Variable Preise:

- Verhandlung
- Ertragsmanagement
- Echtzeitmarktwert
- Auktionen

Business Model Canvas

Schlüsselressourcen

Welche Schlüsselressourcen erfordern unsere Wertangebote?

Unsere Distributionskanäle? Kundenbeziehungen?

Einnahmequellen?

- **Ressourcenarten:**

- Physisch
- Intellektuell (Marken, Patente, Urheberrechte, Daten)
- Menschlich
- Finanziell



Business Model Canvas

Schlüsselaktivitäten

Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unsere Wertangebote?

Unsere Distributionskanäle?

Kundenbeziehungen?

Einkommensquellen?

Kategorien:

- Produktion
- Problemlösung
- Plattform/Netzwerk



Business Model Canvas

Schlüsselpartner

Wer sind unsere Schlüsselpartner?

Wer sind unsere Schlüssellieferanten?

Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern?

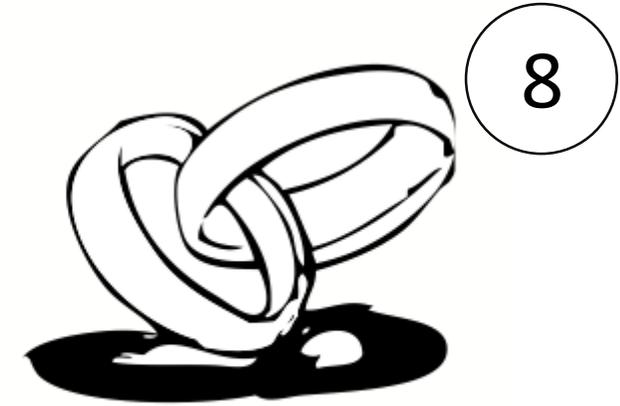
Welche Schlüsselaktivitäten üben Partner aus?

Motivation für Partnerschaften:

- Optimierung und Mengenvorteil
- Minimierung von Risiken und Unsicherheiten
- Akquise bestimmter Ressourcen und Aktivitäten

Arten der Partnerschaft:

1. Strategische Allianzen zwischen Nicht-Wettbewerbern
2. Coopetition: strategische Partnerschaften zwischen Wettbewerbern
3. Joint Ventures zur Entwicklung neuer Geschäfte
4. Käufer-Anbieter-Beziehungen zur Sicherung zuverlässiger Versorgung



Business Modell Canvas

Kostenstruktur

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?

Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten?

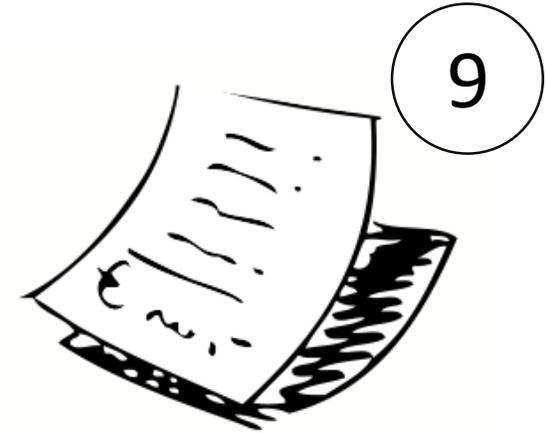
Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?

Ist ihr Geschäft überwiegend?

- Kostenorientiert (Schlanke Kostenstruktur, Niedrigpreisversprechen, maximale Automation, extensives Outsourcing)
- Wertorientiert (Fokus auf die Wertschöpfung, Premium-Wertversprechen)

Beispieleigenschaften

- Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel)
- Variable Kosten
- Mengenvorteile
- Verbundvorteile



BUSINESS MODEL CANVAS

Entwickelt für: **United Beer**

Entwickelt von:
Datum:
Version:



Schlüsselpartner

Wer sind unsere Schlüsselpartner?
Wer sind unsere Partner?
Wer sind unsere Zulieferer?

- Partnerbrauerei
- Communities als Partner
- Business Angel
- Logistikpartner
- Kooperationsbrauereien für weitere Märkte
- Dienstleister für Abfüllung
- Bank / Investor

Schlüsselaktivitäten

- Community aufbauen
- Rezept entwickeln
- Werkstoff entwickeln
- Produkt liefern/entwickeln
- Umweltfreundliche Herstellung
- Lebenerie Gaststätte

Schlüsselressourcen

- Brauer (-meister)
- Brauanlage

Wertangebote

- Kopf schmerzfreies Bier
- "Craft" Charaktere betonen
- Community Beer
- Sortimente anbieten -> Stärkeleder
- alkoholfreies Bier
- Flasche vs. Fass
- Sportbier
- unübliche Flasche

Kundenbeziehungen

- Community -> Einkaufsgemeinschaft
- Leistung
- 1:1 Beziehung -> Gastronomie

Kanäle

- Lieferung Fahrradkurier
- Streetfood Festivals
- Craft Community
- "Schankstelle"
- Strafverkauf
- Online Shop

Kundensegmente

Für wen schaffen wir Wert?

- Nischenmarkt
- regionale Märkte
- Digital Natives
- Zahlungswilligen Kunden
- Umweltbewusste Kunden ESG
- Kneipen
- Distributoren

Kostenstruktur

- Anlage
- Personal
- Marketing
- Rohstoffe
- Working Capital
- Verwaltung

SOT / Monat

Preisstruktur

- zusätzliche Werteanbieter
- Preis für Bier
- Plattform für Craft Beer
- Mehrpreis über Image / Marke
- Community Gebühr für Mehrwert
- Brauereikurse

Quelle: www.businessmodelgeneration.com | deutsche Übersetzung: fa.tings.de

This work is licensed under the Creative Commons Attribution (Share Alike) 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/ or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Und wie geht es jetzt weiter!



LEAN STARTUP Methode

Kleine Schritte zum Testen des Markts

Im Softwarebereich ist dies einfach!

Warum nicht für das Produkt eine Webseite schalten, Fans sammeln, ...

Warum nicht Rezepte ausprobieren? Geht nicht ... gibt's nicht.

Mit erfahrenen Unternehmern sich austauschen ...

Mit der Wirtschaftsförderung sprechen ...

Erste Fakten zum Produkt sammeln und ...





LEAN STARTUP Methode

... diese Erfahrungen/Ergebnisse mit in den Business Plan aufnehmen.

Das Business Model Canvas dient als Basis für den Business Plan und jeder formuliert die Bereiche aus, in denen er sich thematisch sicher fühlt.

Auch hier helfen Business Angel, Wirtschaftsförderung, Gründerberater, ...

Und weniger ist manchmal mehr ... kein 5 Jahresplan mit 5 Szenarien, lieber erste Erfahrungswerte und Best Practice Ansätze.



Dafür nutzt man Business Canvases?

Nicht nur!



Business Canvas

Wofür nutzen wir das Business Canvas?

- Neugründungen – ja klar
- Neue Produkte, neue Märkte
- Neue Geschäftsfelder

Aber auch:

- Für die Analyse von bestehenden Unternehmen
 - Ableiten einer Prozesslandkarte
 - Einstieg in Reorganisationsprojekte
 - ...





Unbedingt lesen!

Business Model Generation

Verlag: Campus Verlag; Auflage: 1 (8. August 2011)

Sprache: Deutsch

ISBN-10: 359339474X

ISBN-13: 978-3593394749

campus

Urheberrechtlich geschütztes Material

Business Model Generation

EIN HANDBUCH FÜR VISIONÄRE,
SPIELVERÄNDERER UND
HERAUSFORDERER

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

Entwickelt in Zusammenarbeit mit
470 überwältigenden Profis aus 45 Ländern





Empfehlenswert

Geschäftsmodelle entwickeln

- **Verlag:** Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG; Auflage: 2. (10. Juli 2017)
- **Sprache:** Deutsch
- **ISBN-10:** 3446451757
- **ISBN-13:** 978-3446451759





- 9:15 – 10:15 Uhr** **Bitcoin - digitales Gold mit Bezahloption**
Key Speaker Oliver Flaskämper | Bitcoin Deutschland AG
- 10:45 – 11:30 Uhr** **Prozesse:** IBM Robotic Process Automation - Prozesse mit Bots automatisieren
Produktion: Industrie 4.0 ohne Lean Production - ist wie Segeln ohne Wind!
- 11:30 – 12:15 Uhr** **Prozesse:** Mit Process Mining erfolgskritische Geschäftsprozesse durchleuchten
Produktion: Eine besondere Herausforderung der Produktion ist die Fertigung der Losgröße 1 bei Kosten der Serienproduktion
- 13:00 – 13:45 Uhr** **Prozesse:** Erfolgreiche Projekte meistern in der digitalen Transformation
Produktion: "Ich sehe was, was du nicht siehst." Smarte Industrie 4.0 Objekte kommunizieren exakte 3D-Positionsdaten in Echtzeit
- 13:45 – 14:30 Uhr** **Prozesse:** ISO 27001, BSI IT-Grundschutz & EU-DSGVO
Wie identifiziere und begegne ich Risiken bei der Digitalisierung?
Produktion: Erfolgsbeispiele agiler Entwicklung in der kollaborativen ADAMOS Allianz
- 15:00 – 16:00 Uhr** **Digitalisierung – Ein Impuls für Visionäre, Macher und Bedenkenträger**
Key Speaker Christoph Plass | UNITY AG
- Ab 16:00 Uhr** **WM Spiel: Deutschland - Südkorea**



Und jetzt?

Gemeinsames Abendessen zum Netzwerken

www.airporthotel-paderborn.com

Frische, handwerkliche Küche, regionale Produkte, Kräuter und Gewürze für intensive Aromen, schonende und nährstoffhaltige Zubereitung gehören zu unserer Vorstellung von zeitgemäßer und nachhaltiger Küche. Junge, engagierte Menschen, die wir sehr schätzen und zu unserem Team zählen dürfen, bringen Ihnen mit Liebe und Leidenschaft Genuss und Geschmack näher. Mit Respekt, Verantwortung und einem Augenzwinkern wollen wir Ihnen den Weg zum Genuss bereiten.

Machen Sie mit uns eine kleine Reise durch die Whisky Landschaft und genießen Sie außergewöhnliche Single Malt Whiskys. Gemeinsam mit der Sylter Trading lernen Sie Destillerien aus Schottland und der Welt kennen und erfahren interessante Details über die Herstellung des Lebenswassers. Insgesamt werden vier Whiskys verkostigt und es wird Rücksicht auf Einsteiger genommen. Die „Torfmonster“ bleiben an diesem Abend zu Hause. Teilnahmegebühr: 35,00 €

Das Abendessen kann nach Wunsch auf eigene Rechnung bestellt werden. Eine Teilnahme am Whisky Tasting ist nicht Pflicht. Der Abend soll für einen regen Austausch genutzt werden.



Referent: Klaus-Oliver Welsow
Geschäftsführender Gesellschafter

Tel: 05251 54078-24
Mobil: 0163 5407824

Mail: kwelsow@uw-s.com
Xing: KlausOliver_Welsow



So nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

UWS Business Solutions GmbH
Stadtlanfert 7
33106 Paderborn

Tel: +49 (0)5251 54078-0
Fax: +49 (0)5251 54078-29

Mail: info@uw-s.com
Web: www.uw-s.com