

BUSINESS MODEL CANVAS ON STERIODS

Customer Segment

Für wen existiert mein Business (Zielgruppe)?

Dream Customer Avatar: ein glasklares Bild des perfekten Kunden (Demografie + Psychografie + Verhalten)

Kaufmuster-Analyse: wie trifft dieser Kunde Entscheidungen (Impuls, rational, Empfehlungen, Status)?

Segment-Priorisierung: Welcher Kundentyp bringt am meisten Wert vs. Aufwand?

Zukunfts-Segment: Wer könnte morgen dein wichtigster Kunde werden (Early Adopters vs. Massenmarkt)?

Key Activities

Alles, was du tun musst, um dein Versprechen zu liefern - aber mit Fokus auf die 20%, die 80% des Erfolgs bringen.

Produktion / Service / Sales / etc.
Was kann automatisiert oder outgesourct werden?

Key Resources

Welche Ressourcen brauche ich, die mein Business möglich machen? (Finanziell, Digital, Physisch, etc.)
→ Welche Ressourcen muss ich mir sichern, um es skalieren zu können?

Wer oder was ist mein Joker? (z.B. exklusiver Zugang, geheimes Know-how, ein Advisor).

Value Propositions

Welches Problem wird gelöst?

Transformation Map – nicht nur Problem lösen, sondern: Wo steht der Kunde vorher → wo nachher?

USP-Check: Ist das Angebot einzigartig, messbar und schwer kopierbar?

Story Hook – ein Satz, der emotional abholt („Warum jetzt? Warum du?“).

Key Partners

Wer sind die Partner/Lieferanten?

Value-Chain Map – wer liefert echten Wert, wer ist austauschbar?

„Strategische Allianz“ – mit wem sollte man sich jetzt zusammentun, bevor er beim Wettbewerber ist?

Channels

Über welche Kanäle erreicht man Kunden?

Awareness → Consideration → Conversion → Retention
(jede Phase braucht einen Kanal).

„Der VIP-Kanal“ – wo würde dein wichtigster Kunde dich sofort finden?

Customer Relationship

Wie baue und halte ich die Beziehung zu meinem Kunden?

Persönlich vs. Automatisiert
Self-Service vs. Community
Individuell vs. Standardisiert

Retention-Hebel: Was hält Kunden langfristig (Gamification, Abo-Benefits, Community, Service-Level)?

Unfair Advantage: Was in deiner Beziehung ist nicht kopierbar? (Netzwerk, Marke, Gründerstory).

Relationship Funnel: Beziehung über Phasen → Onboarding, Engagement, Loyalty, Advocacy (Kunde wird Fan und Multiplikator).

VIP-Behandlung: Wie sieht die Beziehung mit deinen Top 5% Kunden aus (die 80% Umsatz bringen)?



Cost Structure

Welche Kosten entstehen?

Variable vs. Fixe Hebel – Welche Fixkosten kann ich so gestalten, dass sie variabel werden?
Investment Readiness – welche Kostenpositionen machen dich für Investoren attraktiv (z. B. niedrige Fixkosten, skalierbare Strukturen)?

Revenue Streams

Wofür zahlen Kunden?

Core Revenue vs. Hidden Revenue (z. B. Daten, Add-ons, Lizenzen).
Preispolitik: Einmalzahlung, Abo, Lifetime Value.
Was ist mein Premium-Angebot? – ein Produkt, das 10x teurer ist, aber 100x Wert liefert.

Purpose & Impact

Warum existiert dein Business über das "Geldverdienen" hinaus?
Nachhaltigkeit, soziale Wirkung, langfristige Vision.

Wenn die Presse morgen über dich schreibt – was ist die Headline?

Scalability Factor

Wo sind die Hebel zur Vervielfachung?

Wie würde mein Modell mit 100x Kunden aussehen?

Bottleneck-Check: Was bricht zuerst, wenn du exponentiell wächst?

Exit & Future Value

Welche Faktoren machen dein Business morgen wertvoller als heute? (z. B. wiederkehrende Umsätze, starke Marke, skalierbare Prozesse, IP = geistiges Eigentum)
Wenn ich morgen verkaufen müsste – was wäre mein Preis?