Future Climate Pioneers

IMPACT HUB Stuttgart

Masterclass
Business Modeling



#jetztklimachen

unterstützt vom

KLIMA INNOVATIONS FONDS

Agenda

Intro: Lean Canvas
Übung: Lean Canvas

Next Steps

Business Modeling- Tools



Lean Canvas

Lean Canvas



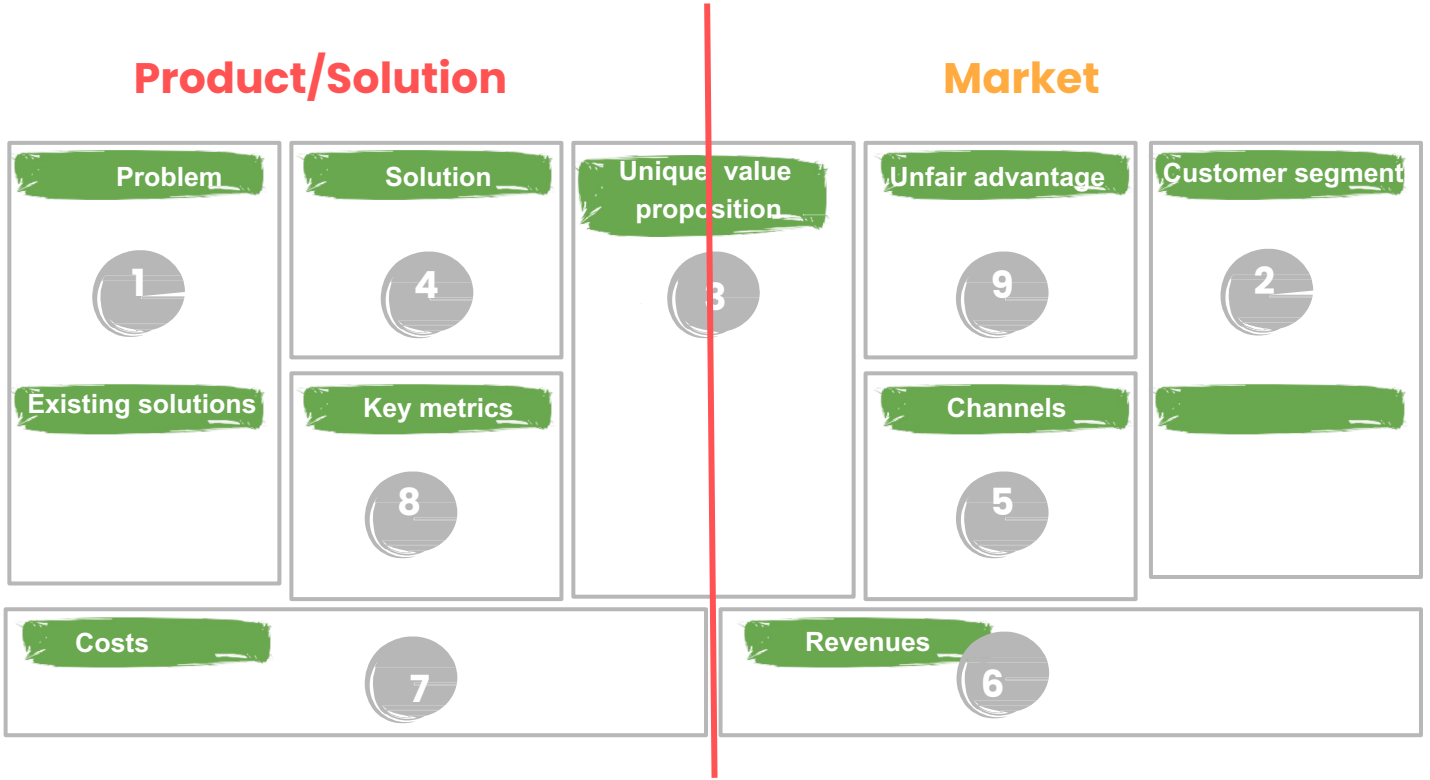
Was ist das Lean Canvas?

Ein Canvas dient zur strukturierten Untersuchung des Potenzials von (neuen) Geschäftsideen auf der Grundlage von Schlüsselfaktoren.

- Leichtes Instrument zur systematischen Analyse und zum Umgang mit Unsicherheiten/Risiken

- Vor allem für Start-ups, die herausfinden wollen, ob ihre Ideen relevant und sinnvoll sind, noch bevor sie ein Geschäftsmodell erstellen.

Das Lean Canvas



Wozu ist das Lean Canvas gut?

- **Geschäftsmodellierung:**
  Die (neun) auf einer Seite zusammengefassten Bausteine sind die perfekte Grundlage, um verschiedene Geschäftsmodelle umfassend abzubilden

- **Produkt-Markt-Fit:**
  Die Bausteine auf der linken Seite des Canvas beziehen sich auf das Produkt; die Bausteine auf der rechten Seite des Canvas helfen dir, logisch und strukturiert über deinen Produkt-Markt-Fit nachzudenken

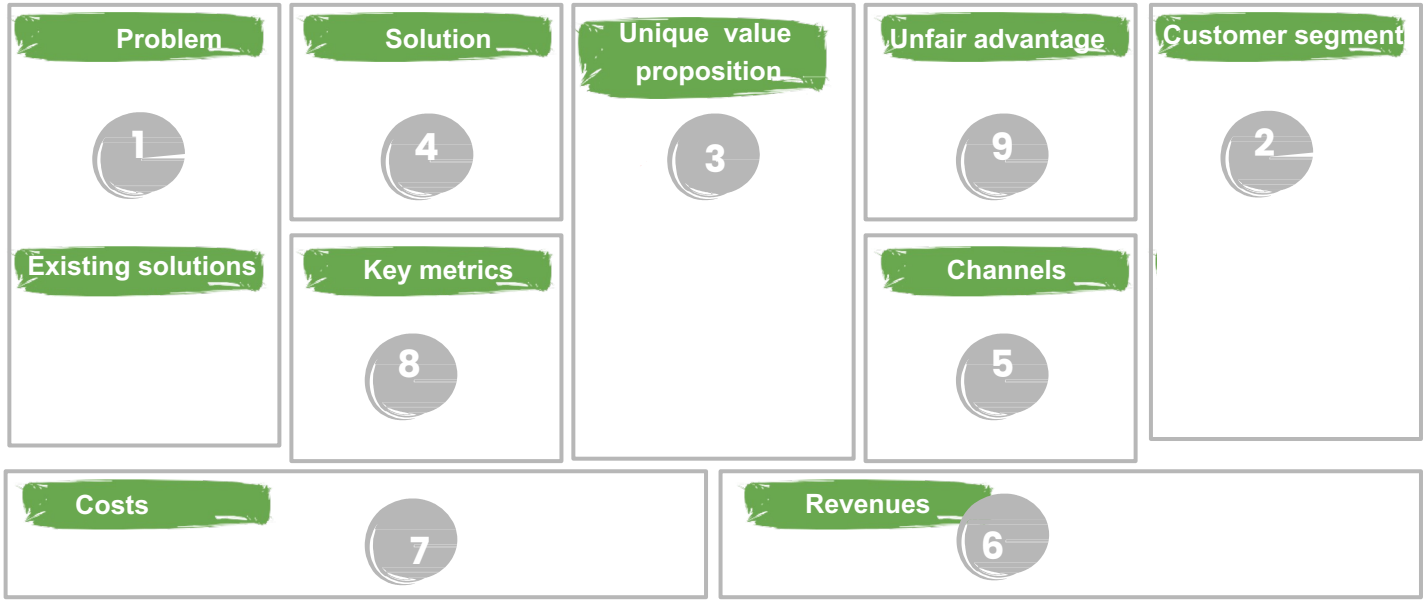
Wie gehe ich vor?

- Indem du einen Baustein nach dem anderen ausfüllst, führt dich das Canvas durch eine logische Abfolge, beginnend mit dem Problem (aus der Nutzerperspektive) bis hin zu deinen unlauteren Vorteil (oft der schwierigste Teil)

- Denke daran: Bei der Erstellung deines Geschäftsmodells machst du Annahmen über das Zusammenspiel der Bausteine, die du später (z. B. in einem Pilotprojekt) testen müsst; das Canvas selbst ist noch keine Validierung

- Auf den folgenden Folien findest du die Reihenfolge und Kommentare zu jedem Schritt

Das Lean Canvas



Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

1 Das Problem

- Kern des Lean Canvas
- Denke über die Herausforderungen nach, die deine Nutzer:innen-Gruppe erlebt
  #Nutzerzentrierung #Empathie #Wurzelursachen
- Überlege, wer diese Herausforderungen derzeit wie angeht
  #Alternativelösungen
- Schaue zurück, woran du in den letzten Sessions bereits gearbeitet hast

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

2 Kunden-Segmente

- Liste verschiedene Zielgruppe in Untergruppen auf (Nutzer:innen und Kund:innen sind nicht unbedingt dieselbe Gruppe)
  #Theonesthatpay

- Definiere deine Early-Adopter
  #Personas

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

3 Einzigartiges Leistungsversprechen (UVP)

- Denke über den **Wert deiner Lösungen** für die Kund:innen nach:
  - **Relevanz**
  - **Quantifizierte Maßnahmen**
  - **Differenzierung**

- Was versprichst du? Warum sollten Kund:innen bei dir kaufen und nicht bei der Konkurrenz?

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

4 Die Lösung

- Beschreibe deine Lösung, die auf die identifizierte(n) Herausforderung(en) abzielt **#User-centricity**
- Sei dir bewusst, dass deine Lösung eine von vielen Möglichkeiten sein kann, das gleiche Problem anzugehen
- Deine Lösung könnte auch nicht für jeden funktionieren **#notonesizefitsall**
- Unterschied zur UVP: die UVP erklärt das Endergebnis, den Vorteil, den ein Nutzer durch die Verwendung deiner Lösung erhält

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

5 Kanäle

- Beschreibe, wie du die Zielgruppen erreichen kannst. Wo sind sie aktiv? Wo kannst du etwas über sie erfahren?

- Überlege auch, über welche Kanäle du am besten Informationen über deine Zielgruppen sammeln kannst und wie sie deine Lösung nutzen. Beides sind wertvolle Erkenntnisse für den Start

- Liste die relevanten Kanäle für jede Zielgruppe auf

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

6 Umsätze

- Beschreibe deine (verschiedenen) Umsatzströme

- Berücksichtige auch den wahrgenommenen Wert deiner Lösungen, der deine Preisstrategie stark beeinflusst (die sich wiederum aus Kostenstrukturen, Wettbewerbern, Rentabilität, Nutzertests usw. zusammensetzt)

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

7 Kostenstruktur

- Liste alle deine Kosten auf, wobei du sowohl die festen als auch die variablen Kosten berücksichtigen solltest
- Schätze deine Burn-Rate, d. h. deine monatlichen Betriebskosten
- Berechne in Verbindung mit deinen Einnahmen deinen Break-even-Punkt

8 Wichtige Kennzahlen

- Liste die Schlüsselindikatoren auf, die deine Fortschritte anzeigen werden (Impact Logik)
- Überlege dir Indikatoren für die finanzielle Seite und die Auswirkungen
- Überlege, wie du diese Daten sammeln und verarbeiten wirst

Lean Canvas: Schritt für Schritt

IMPACT HUB Stuttgart

9 Unfairer Vorteil

- Dein einzigartiger Vorteil gegenüber der Konkurrenz, Aspekte, die nicht einfach gekauft oder kopiert werden können (nachhaltiger Wettbewerbsvorteil)

- Dieser Aspekt hilft enorm bei der Überzeugung von Partnern und Investoren

- Unterschied zur UVP: der unfaire Vorteil bezieht sich auf deinen Vorteil gegenüber den Wettbewerbern und nicht auf den Wert für den Kunden/Nutzer

Future Climate Pioneers

Übung:
Lean Canvas



Übung



Je nachdem, in welchem Stadium du dich befindest, wählst du einen der folgenden Bereiche aus, an dem du arbeiten möchtest

20’

1. **UVP:** Wie könnten Zielgruppen die einzigartigen Merkmale des zu lösenden Problems/deiner Lösung beschreiben? "Wir machen X für Y"

1. **Kanäle:** Wie bringst du dein Angebot auf den Markt? Wie aktivierst du die Kundensegmente, weckst ihre Aufmerksamkeit und verwandelst sie in zahlende Kund:innen?

1. **Unfairer Vorteil:** Was haben wir, das niemand kopieren kann? Denke an Technologie, (Branchen-)Erfahrung, Talent/Hintergrund/Ausbildung des Teams, die dich von anderen abhebt.

Take Aways

- Gehe das Canvas Schritt für Schritt an, beginnend mit dem Problem und den Kundensegmenten

- Das Canvas ist ein lebendiges Werk. Aktualisiere und überarbeite es immer wieder, wenn du neue Informationen erhältst.

- Bei der Erstellung deines Geschäftsmodells triffst du Annahmen über das Zusammenspiel der Bausteine, die du später (z. B. in einem Pilotprojekt) testen musst; das Canvas selbst ist noch keine Validierung

Future Climate Pioneers

IMPACT HUB Stuttgart

Vielen Dank!
Future Climate Pioneers

Bis zur nächsten Session!