

BUSINESS MODEL CANVAS

SCHLÜSSELPARTNER Welche externen Organisationen, Unternehmen oder Personen sind entscheidend für unser Geschäftsmodell?	SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN Was müssen wir tun, damit das Geschäftsmodell funktioniert?	VALUE PROPOSITION Welchen konkreten Nutzen bieten wir unseren Kund:innen? Welches Problem lösen wir oder welchen Wunsch erfüllen wir?	KUNDENBEZIEHUNGEN Wie gestalten wir die Beziehung zu unseren Kund:innen? Eher persönlich, digital oder automatisiert?	KUNDENSEGMENTE Wer sind unsere wichtigsten Kundengruppen oder Nutzer:innen? Was zeichnet sie aus?
	SCHLÜSSELRESSOURCEN Welche Ressourcen brauchen wir unbedingt – personell, technologisch, finanziell oder infrastrukturell?		KANÄLE Über welche Kanäle erreichen wir unsere Kund:innen am effektivsten – vor, während und nach dem Kauf?	
KOSTENSTRUKTUR Welche Kosten fallen in unserem Geschäftsmodell am stärksten ins Gewicht? Welche sind fix, welche variabel?	EINNAHMEQUELLEN Wofür zahlen unsere Kund:innen? Wie generieren wir Einnahmen – durch Einmalzahlungen, Abos, Provisionen etc.?			