

LEAN CANVAS

Elemente, Beispiel und Anleitung



DAS LEAN CANVAS...

...basiert auf dem Business Model Canvas nach Alexander Osterwalder.

...wurde speziell für die early-stage Phase eines Vorhabens entwickelt in dem viele Aspekte noch unbekannt sind.

DAS LEAN CANVAS

ZIELE

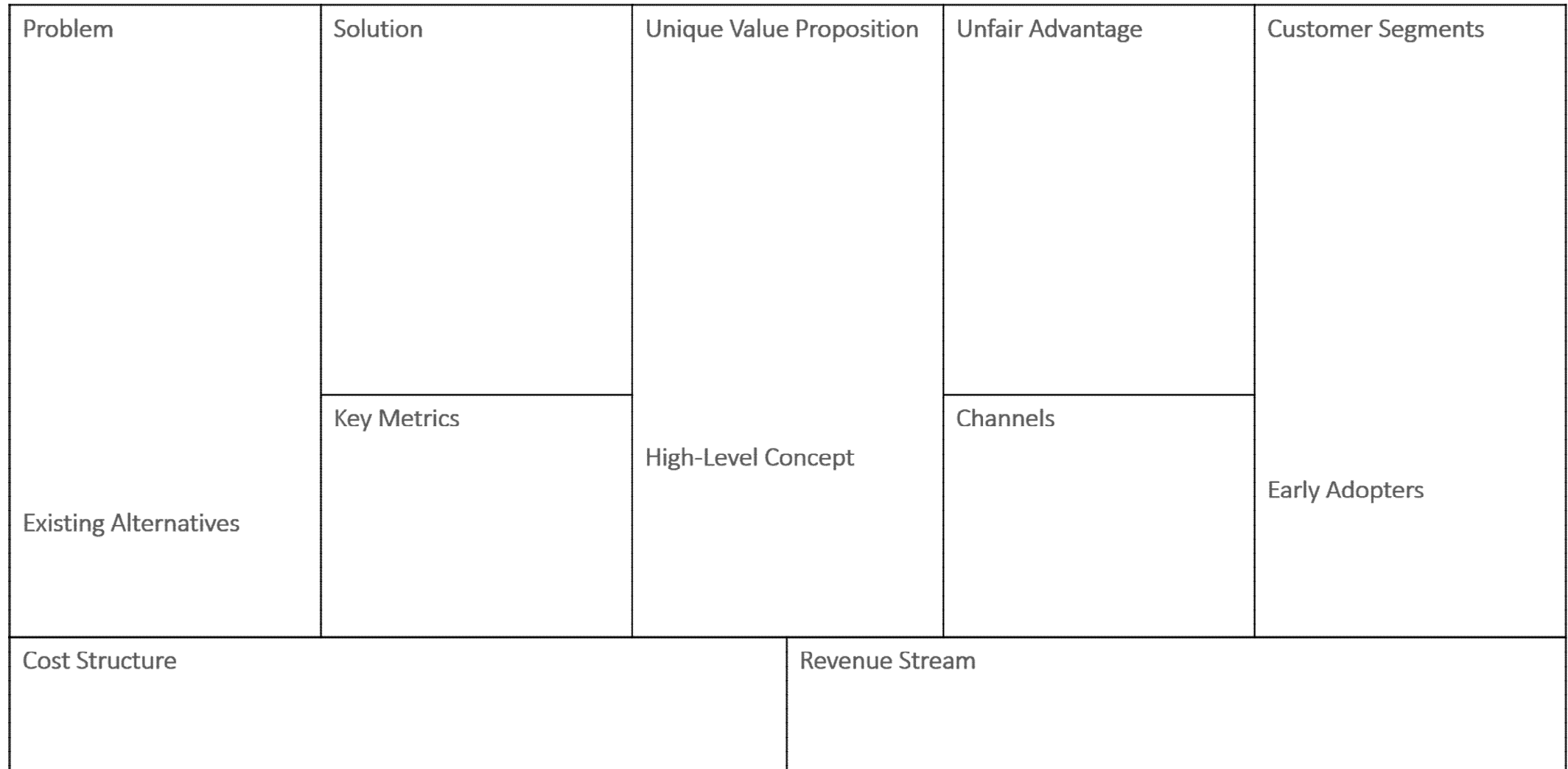


Geschäftsideen auf einer Seite visualisiert werden

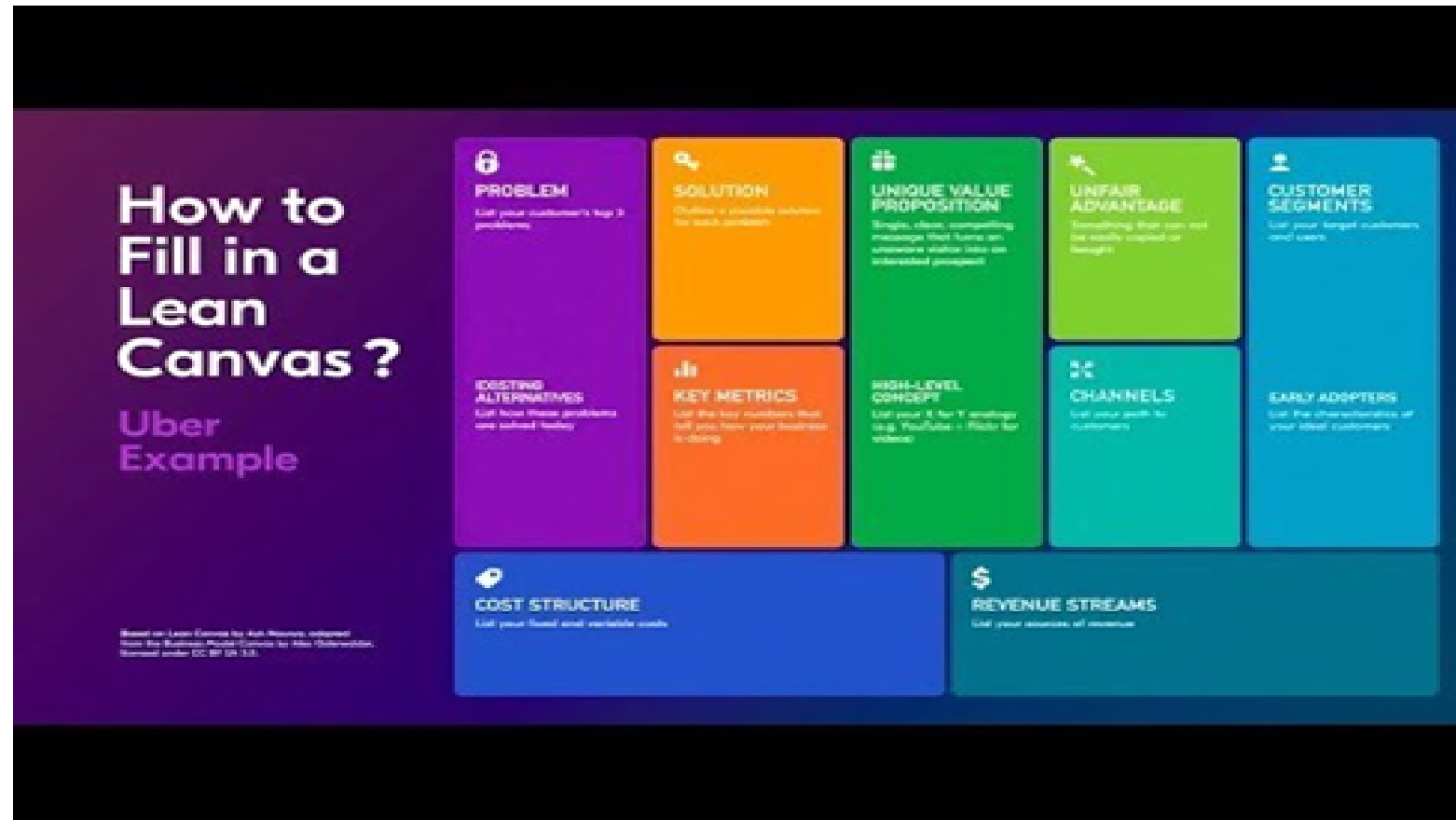


Die wichtigsten Elemente eines Geschäftsmodells übersichtlich abgebildet werden

DAS LEAN CANVAS



BEISPIEL UBER (VIDEO)



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=pvIN9STpzCQ>

AUFGABEN -STELLUNG



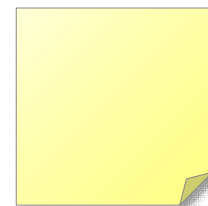
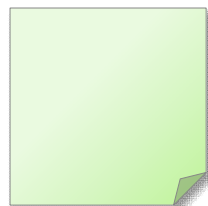
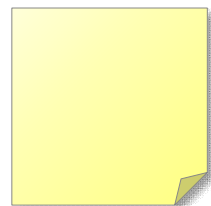
AUFGABENSTELLUNG

Je 10
Minuten

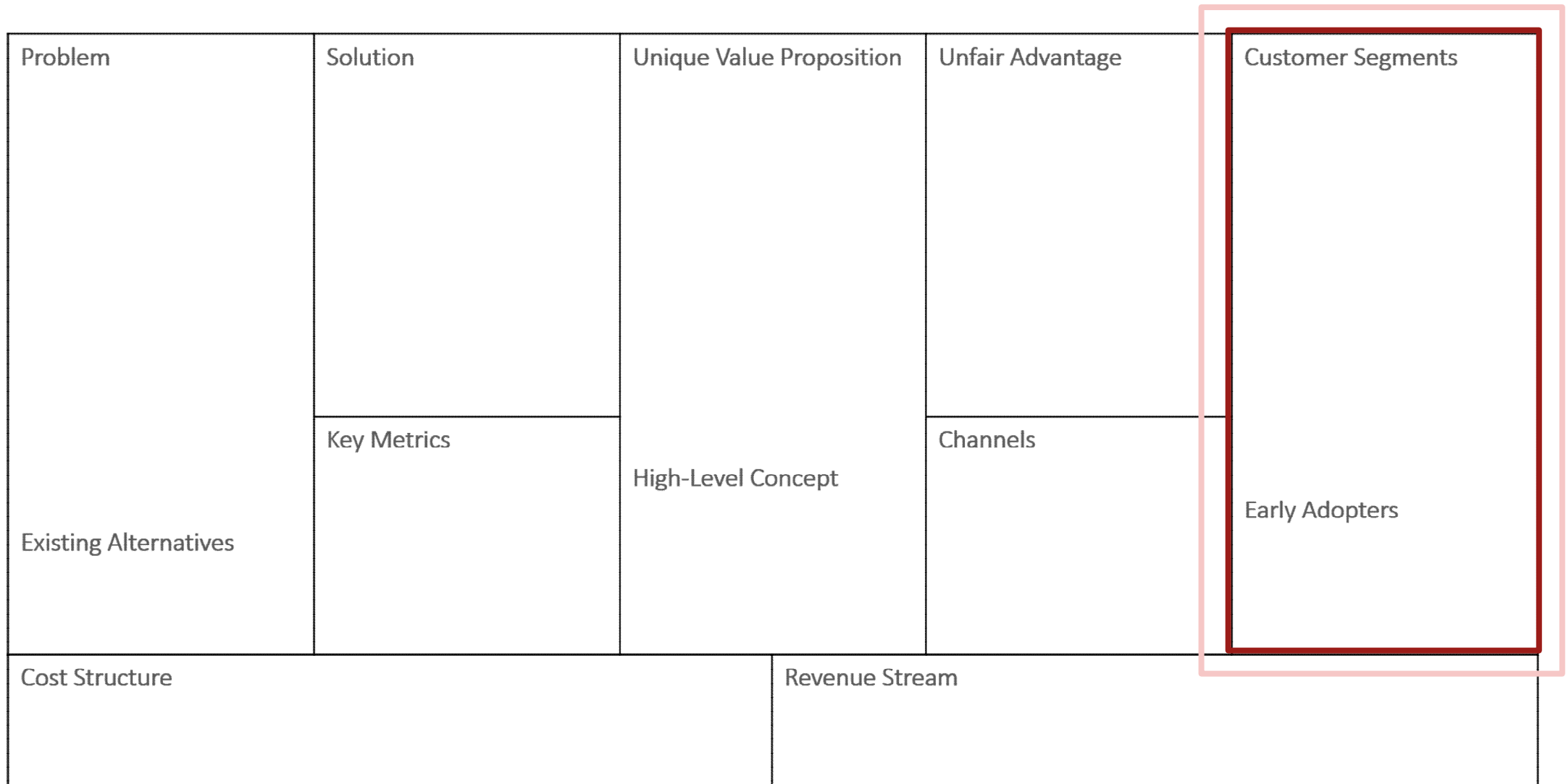
Entwickeln Sie ein Lean-Canvas für Ihr Vorhaben!

Vorgehen pro Feld:

1. Sammeln sie Ihre Ideen auf Post-its. (Einzelarbeit; 5 Min)
2. Tauschen Sie Ihre Ideen mit den anderen Teilnehmenden aus. (5 Min)
3. Kleben Sie die Post-its in das Lean Canvas.



1. CUSTOMER SEGMENT



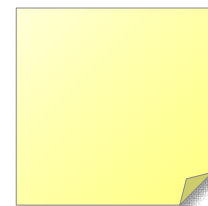
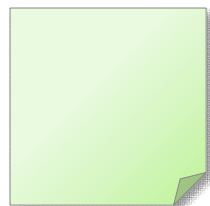
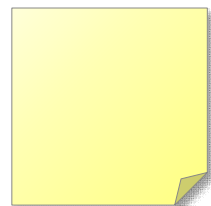
1. CUSTOMER SEGMENT

10
Minuten

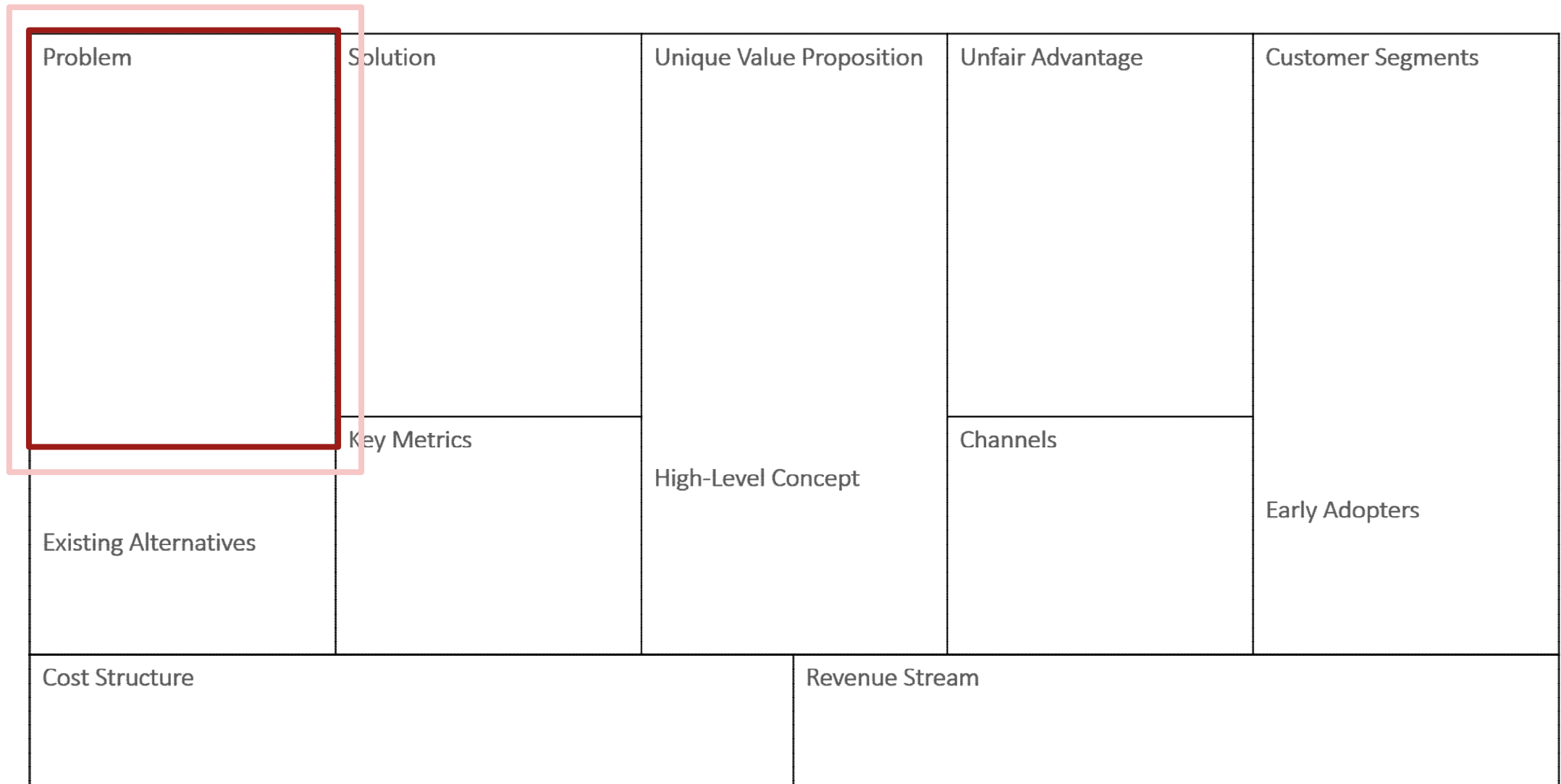
Welche Kundensegmente/Kundengruppen werden von dem Produkt oder Service profitieren?

Beispiel Airbnb:

- ✓ Nutzer:innen: Reisende, die eine adäquate Unterkunft zu einem niedrigen Preis suchen.
- ✓ Anbieter:innen: Personen, die aufgrund der Gegebenheiten Ihrer Wohnung/Ihres Hauses die Möglichkeit haben, als Gastgeber:in zu fungieren.



2. PROBLEM TEIL I



2. PROBLEM TEIL I

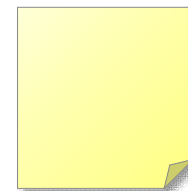
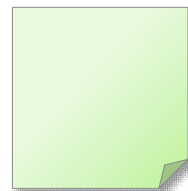
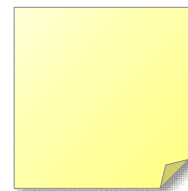
10
Minuten

Was sind die wichtigsten Kundenprobleme, die das Produkt/der Service löst?

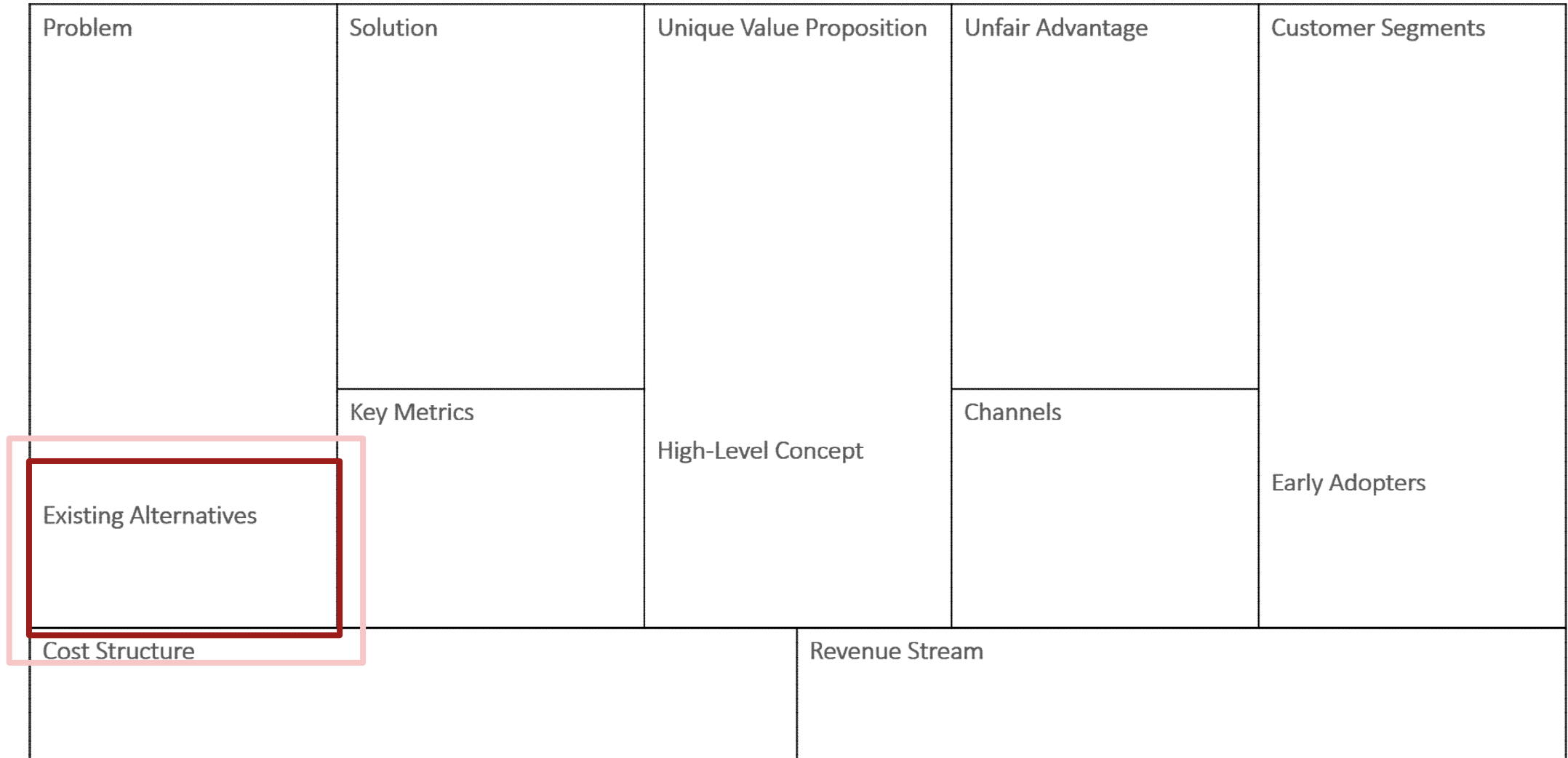
➔ Grundlegende Problemstellung der Geschäftsidee

Beispiel Airbnb:

- ✓ Nutzer:innen: Es ist schwierig, günstige/bezahlbare Unterkünfte zu finden, wenn man reist.
- ✓ Nutzer:innen: In einem Hotel hat man keine authentische, lokalen Erlebnisse.
- ✓ Arbeiter:innen: Es ist schwierig, freie Räume in einer Immobilie auf täglicher Basis zu monetarisieren.



2. DAS PROBLEM TEIL 2



2. PROBLEME TEIL II

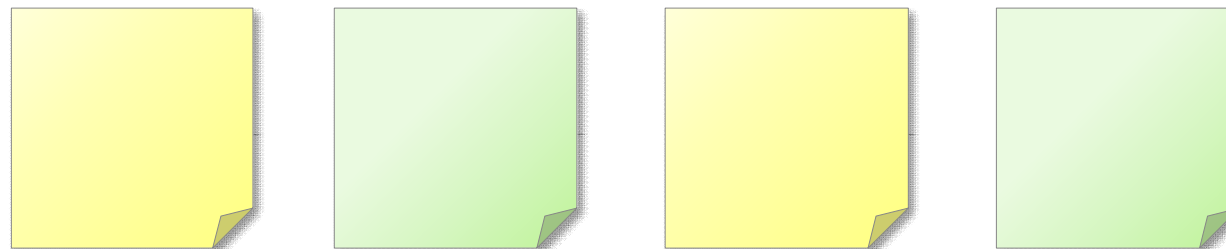
5
Minuten

Welche Alternativen existieren, mit denen Kund:innen die erfassten Probleme ebenfalls lösen könnten?

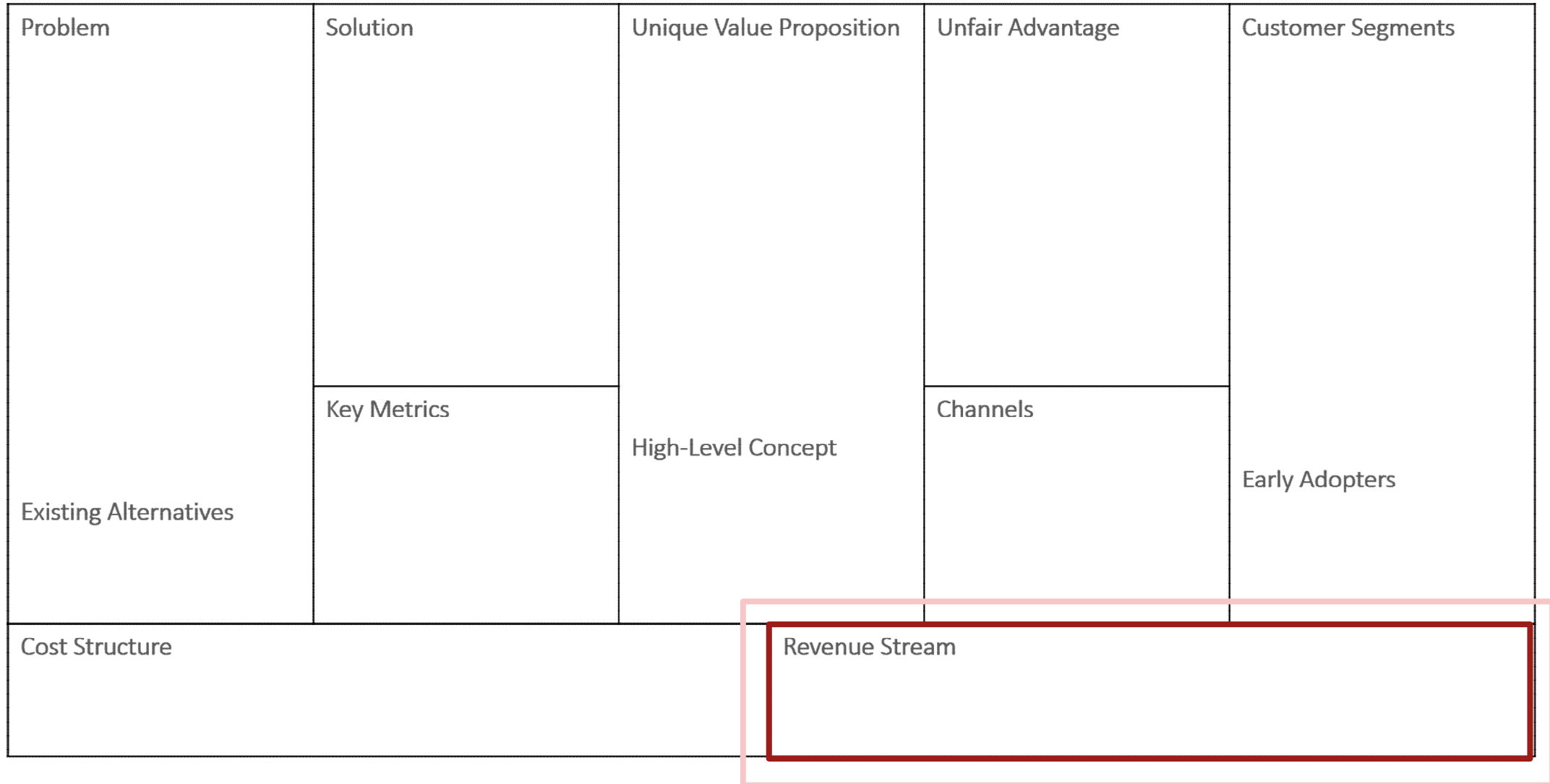
➔ Auflistung direkter Konkurrenz

Beispiel Airbnb:

- ✓ Booking.com
- ✓ Hostels.com



3. REVENUE STREAM



3. REVENUE STREAMS

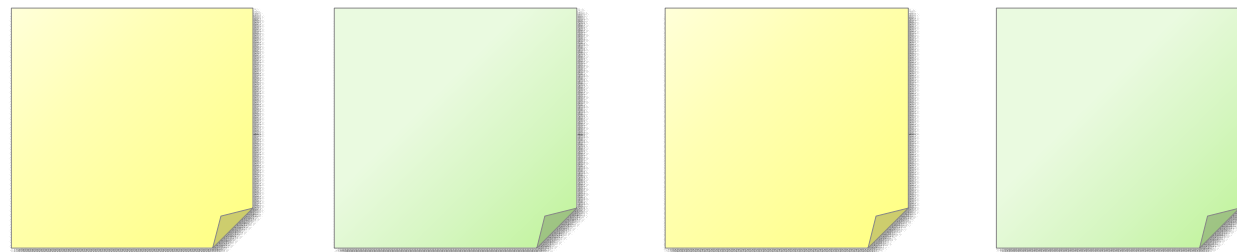


Wie werden Umsätze in den jeweiligen Kund:innensegmenten generiert?

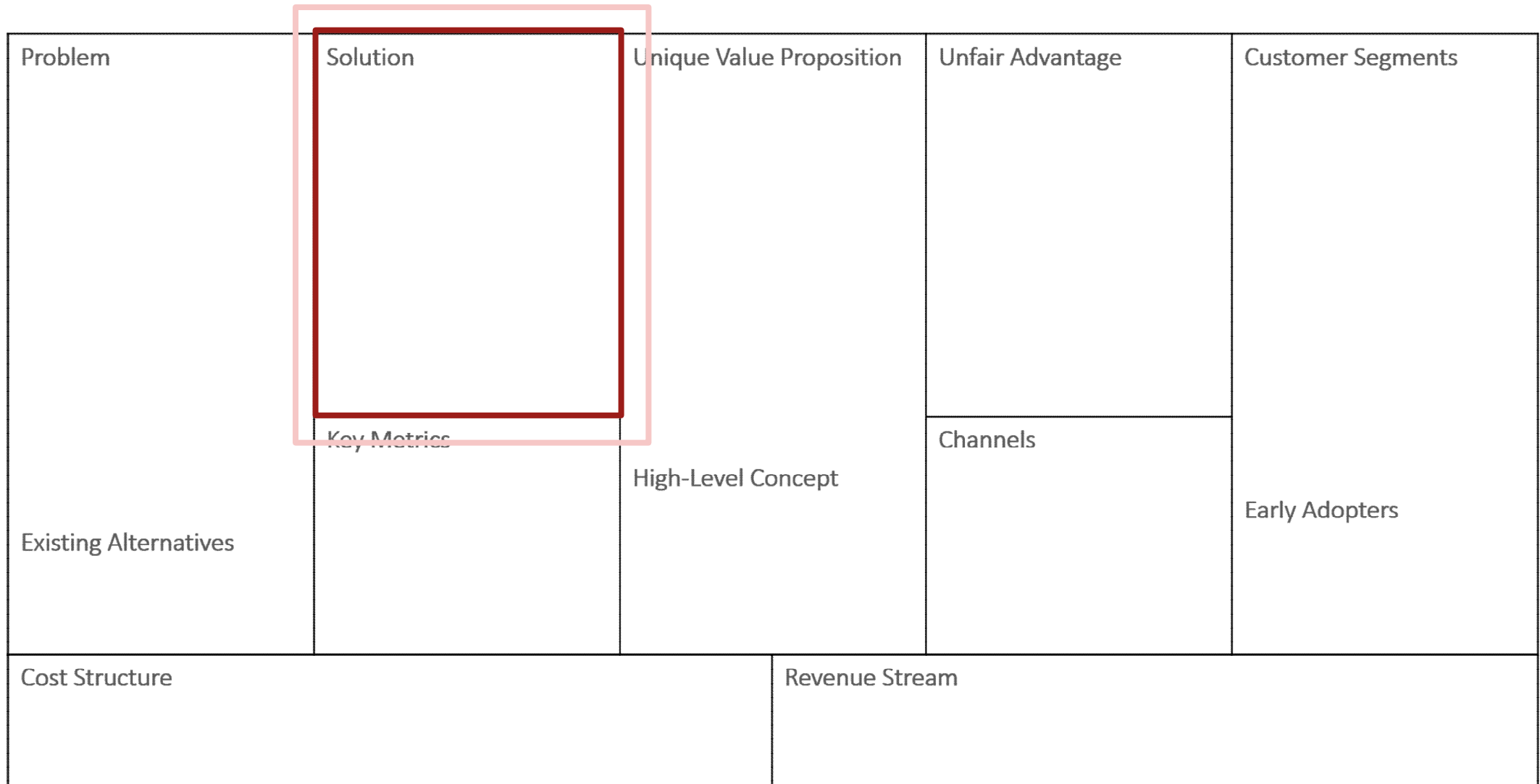
 Auflistung Einnahmequellen

Beispiel Airbnb:

- ✓ Buchungsgebühren für Reisende



4. SOLUTION



4. SOLUTION

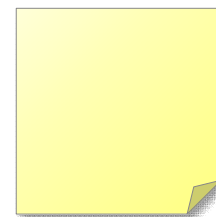
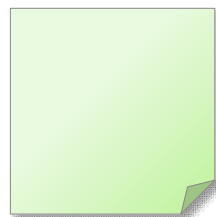
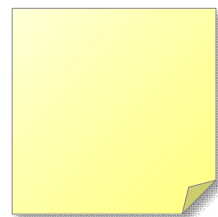
5
Minuten

Welche Lösungen werden für die erfassten Kundenprobleme zur Verfügung gestellt?

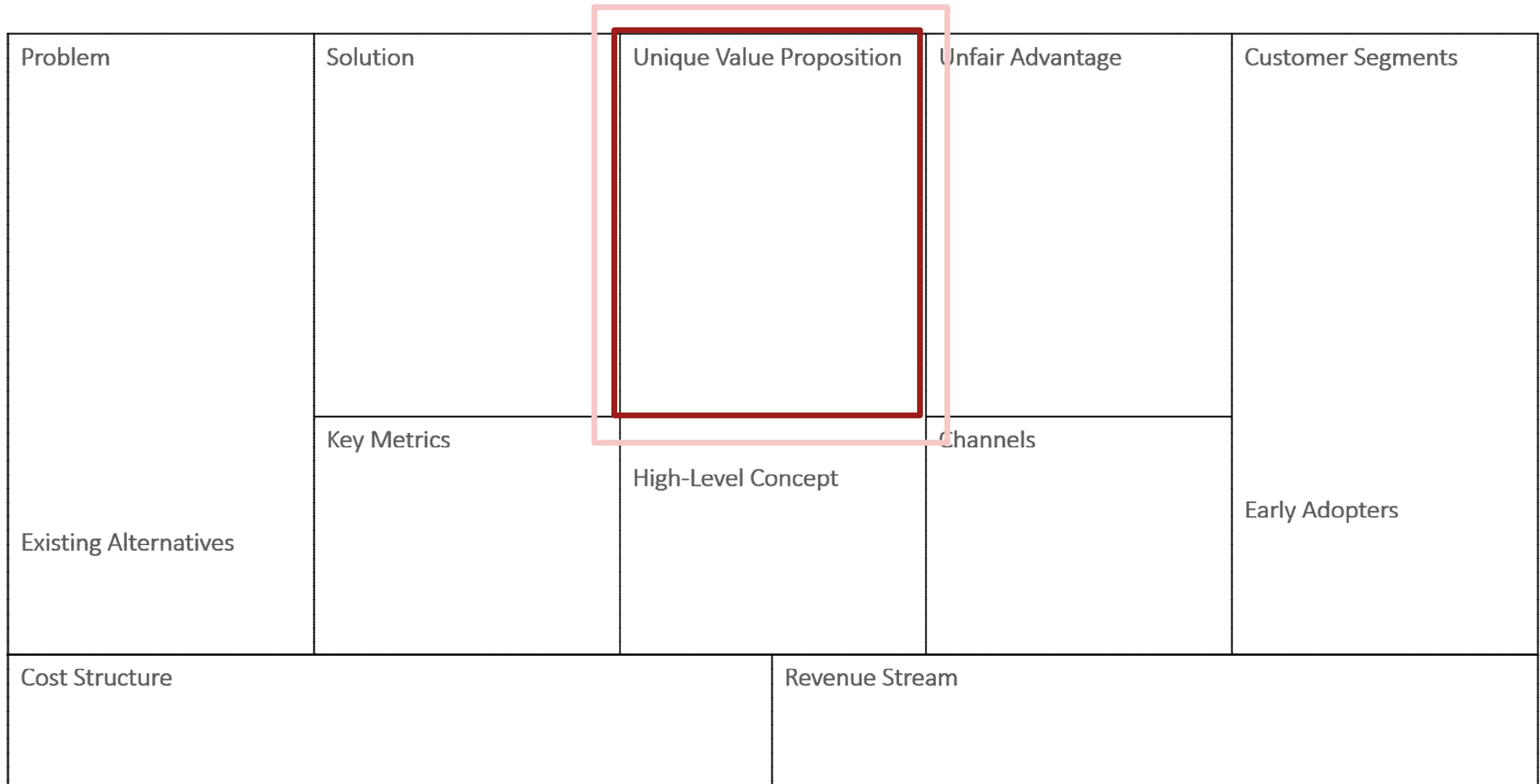
➔ Beschreibung des Produktes

Beispiel Airbnb:

- ✓ Online Service, um Reisende und Vermieter:innen zusammenzubringen
- ✓ Reisende: günstige, lokale Unterkünfte
- ✓ Anbieter:innen: die Möglichkeit, durch die flexible Vermietung freier Wohnräume Geld zu verdienen



5. UNIQUE VALUE PROPOSITION



5. UNIQUE VALUE PROPOSITION

TEIL I



Welcher besondere Mehrwert entsteht bei der Zielgruppe?

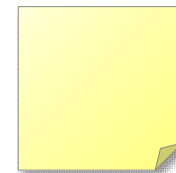
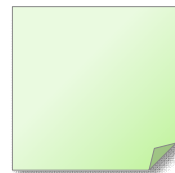
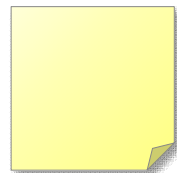
Was macht das Vorhaben einzigartig?

Wie unterscheidet es sich von existierenden Alternativen?

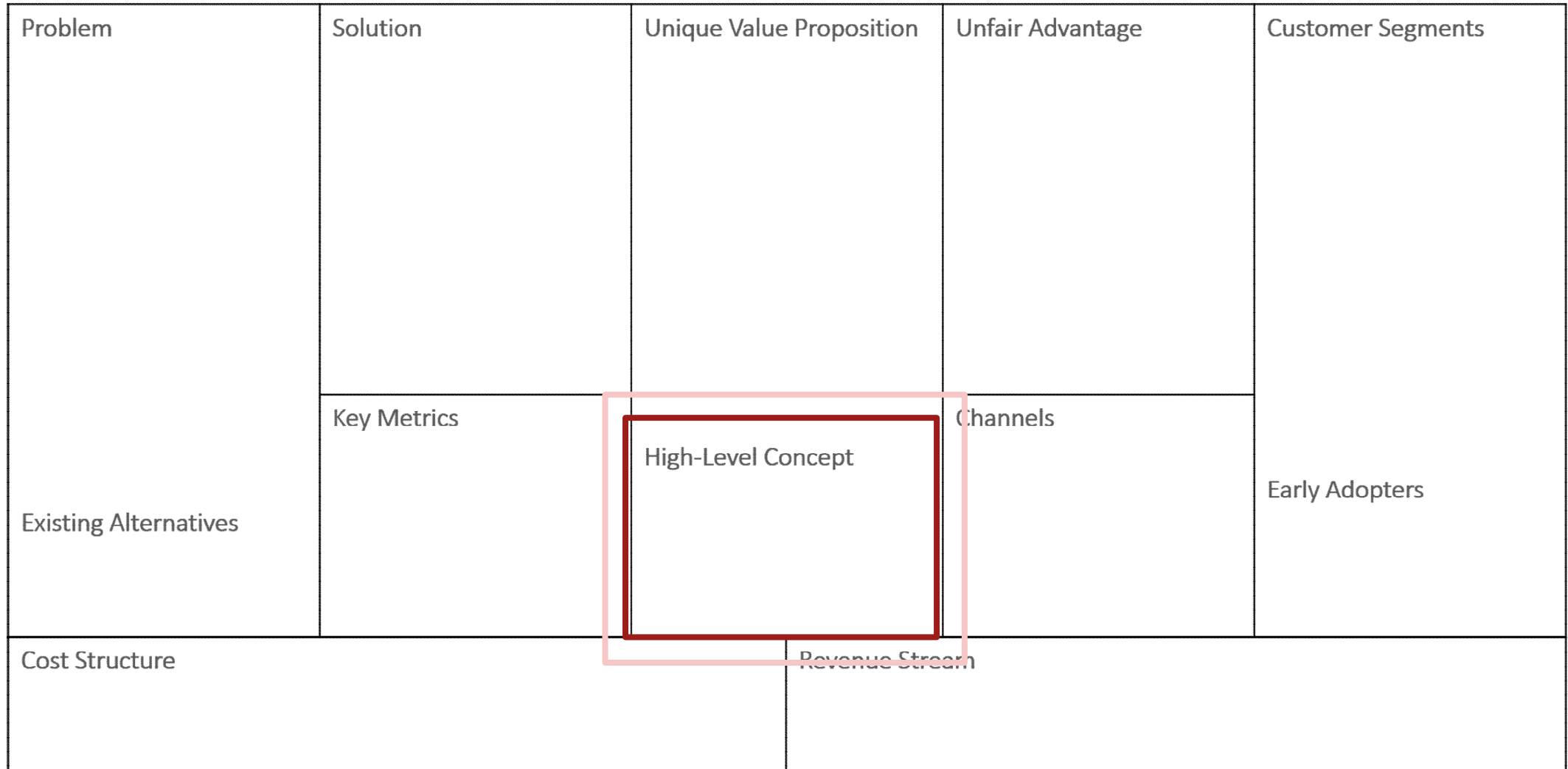
Was weckt das Interesse der Kund:innen?

Beispiel Airbnb:

- ✓ Reisende: authentische Erlebnisse in lokaler Umgebung; schnelle, sichere Buchung
- ✓ Anbieter:innen: flexible, kurzfristige Vermietung von ungenutzten Räumen an Reisende, versicherter Aufenthalt der Gäste



5. UNIQUE VALUE PROPOSITION



5. UNIQUE VALUE PROPOSITION

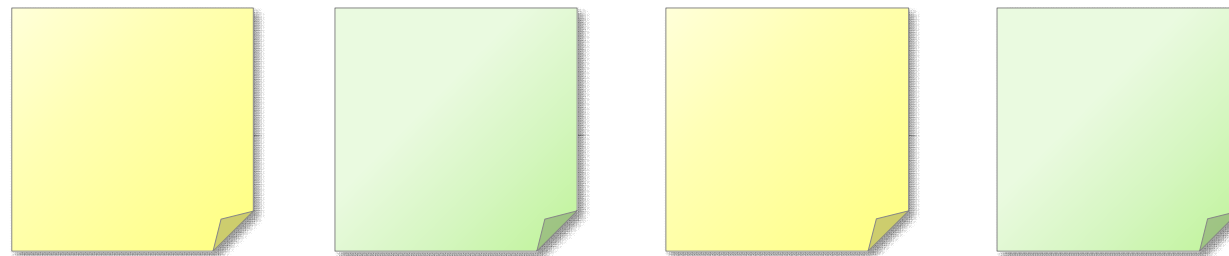
TEIL II



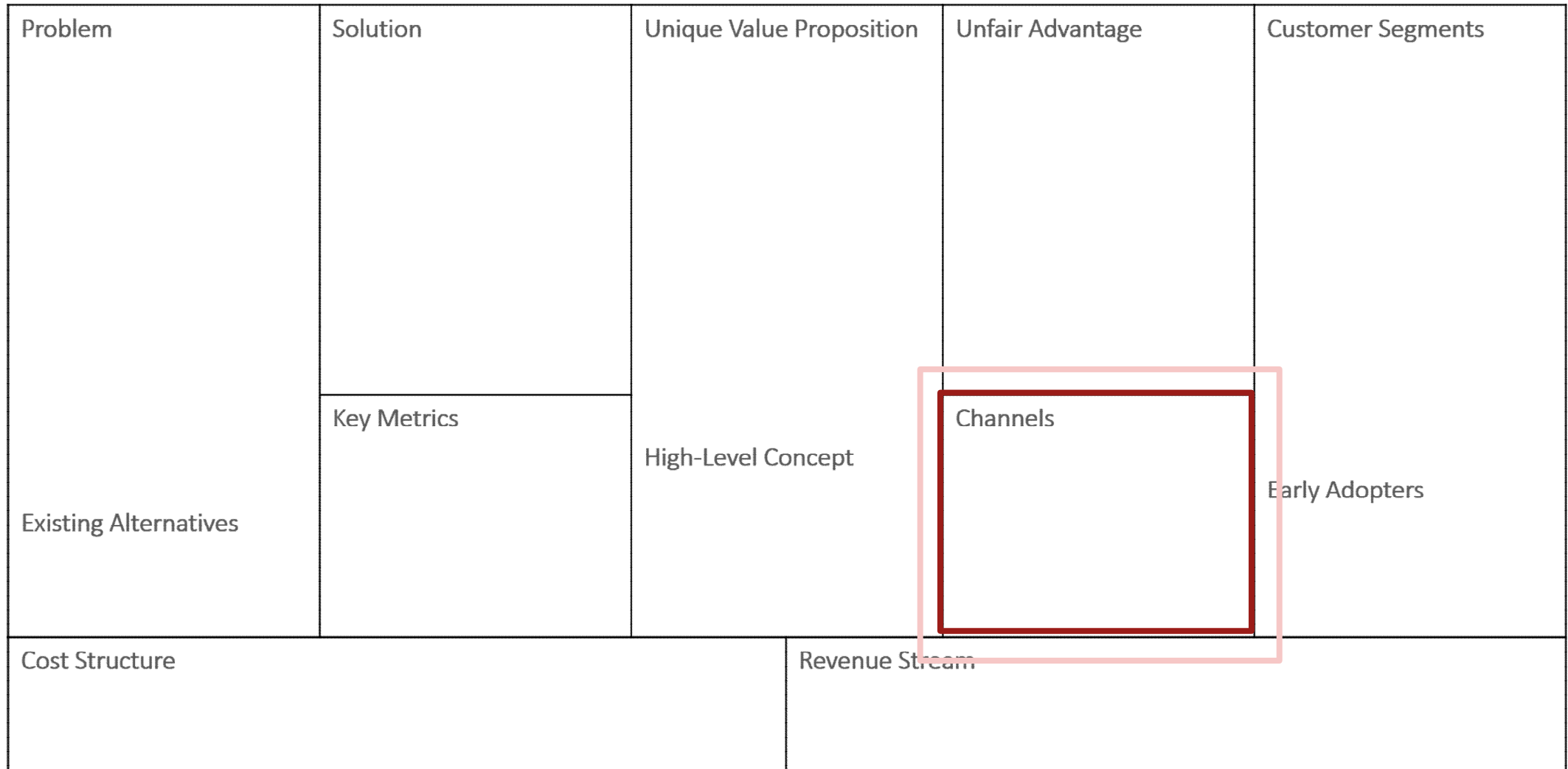
Fassen Sie unter der Überschrift High-level Concept Ihr Wertversprechen in einem kurzen, einprägsamen, leicht verständlichen Satz zusammen.

Beispiel Airbnb:

- ✓ Getreu dem Motto der sharing economy, bringt airbnb Reisende mit privaten Vermieter:innen zusammen und ermöglicht so einerseits lokale Reiseerlebnisse und andererseits die flexible Vermietung ungenutzter Wohnräume.



6. CHANNELS



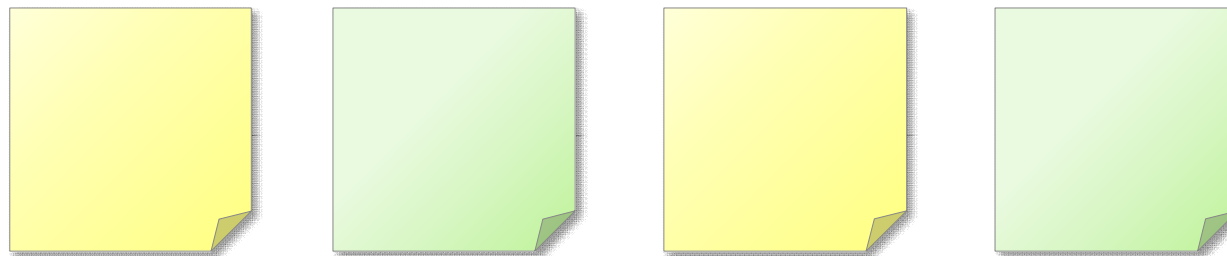
6. CHANNELS

10
Minuten

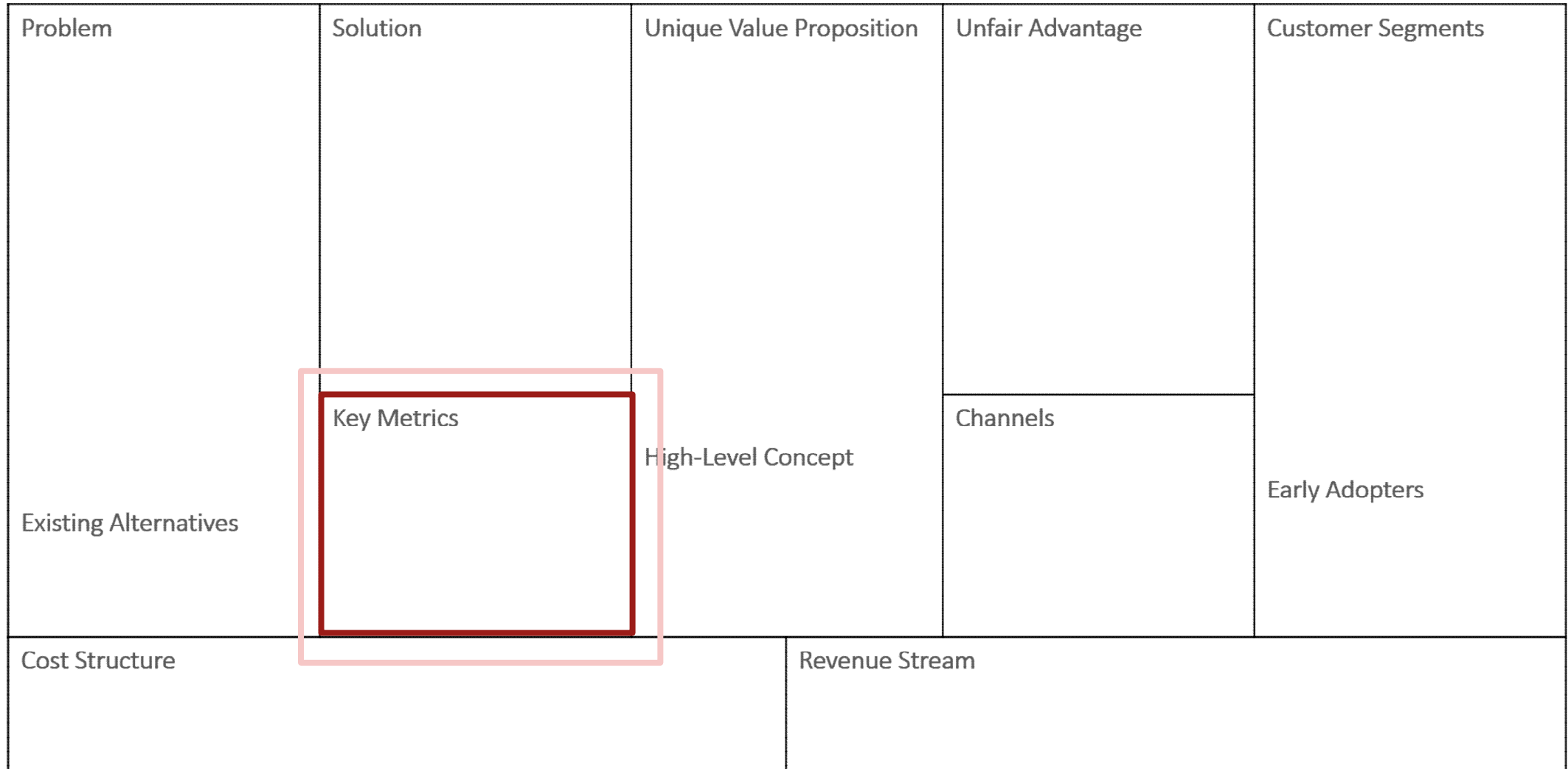
Über welche Kanäle wird die Zielgruppe angesprochen?

Beispiel Airbnb:

- ✓ Word-of-mouth, Online und Offline Werbung, Weiterempfehlung durch Nutzer:innen



7. KEY METRICS



7. KEY METRICS

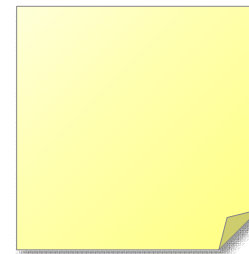
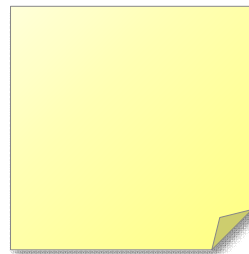
10
Minuten

Anhand welcher Kennzahlen werden Erfolge bzw. Misserfolge gemessen?

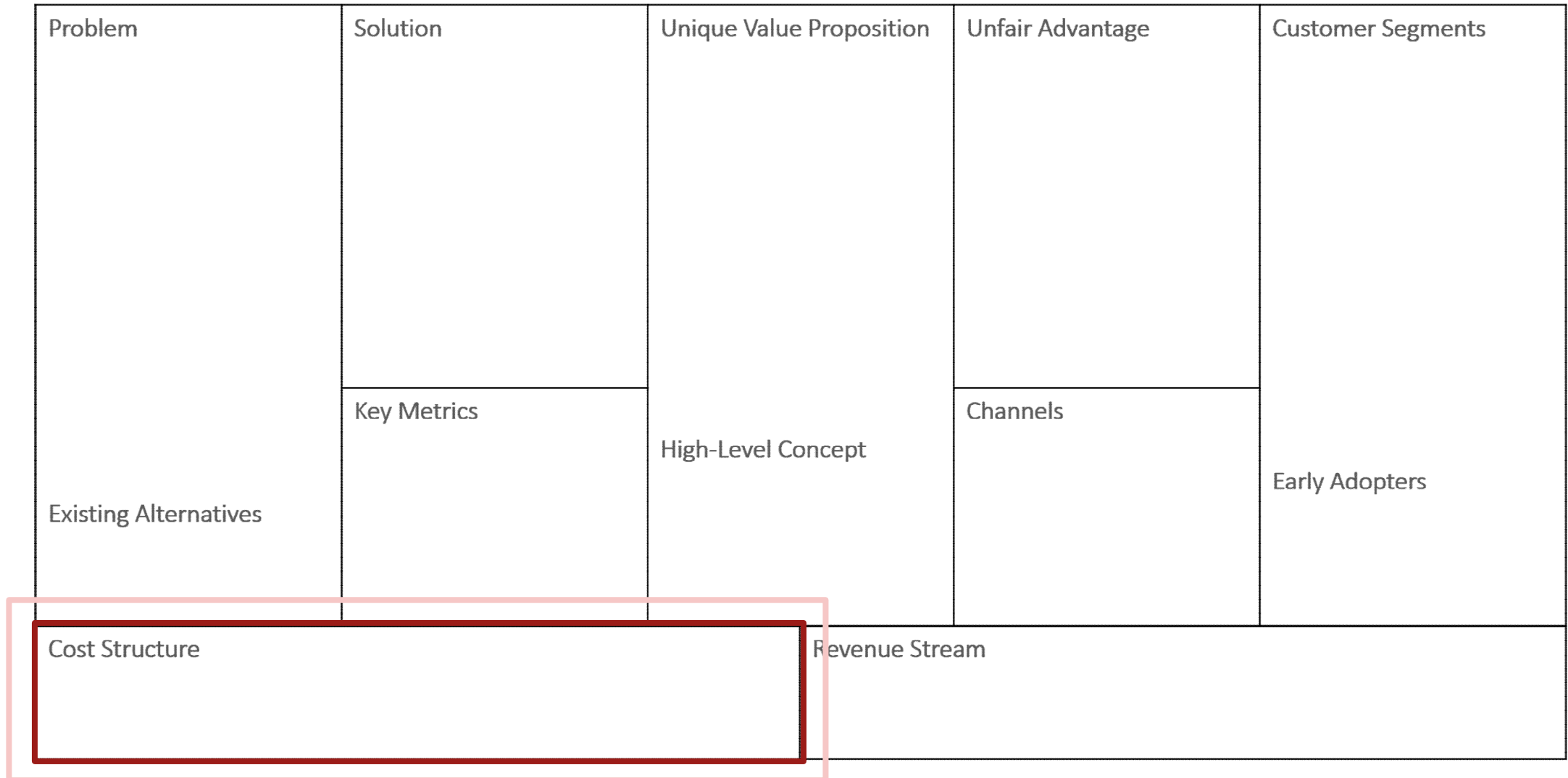
➔ Tracking-Metriken, die erfasst werden, um den Fortschritt des Geschäftsmodells zu messen

Beispiel Airbnb:

- ✓ Anzahl der Hosts, Konvertierungsrate Views-zu-Buchung pro Host, Net Promoter Score, monatlich und täglich aktive Nutzer:innen



8. COST STRUCTURE



8. COST STRUCTURE

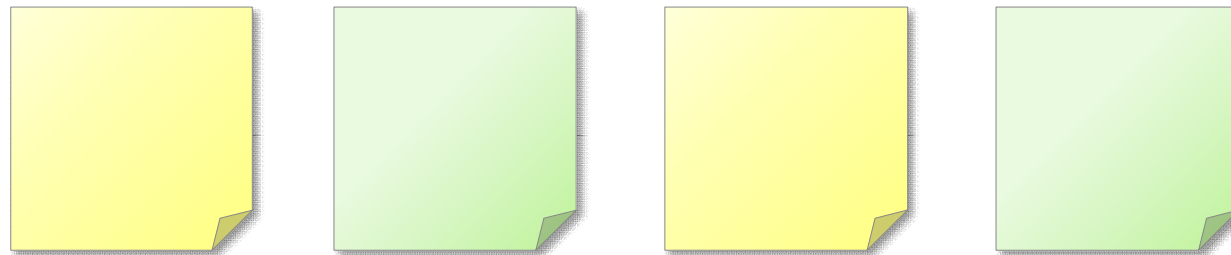
10
Minuten

Welche fixen und variablen Kosten definieren Ihre Kostenstruktur?

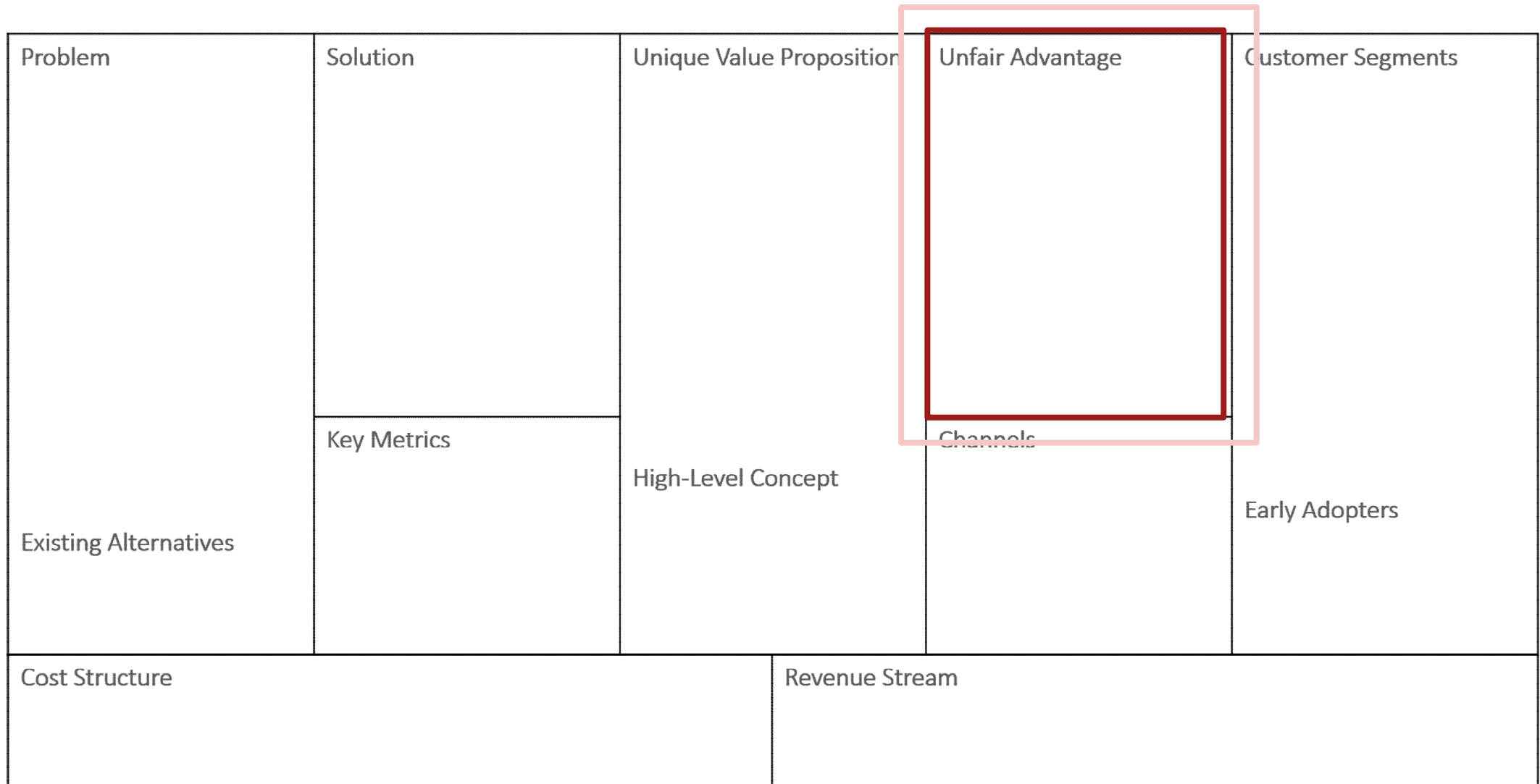
➔ Erfassung der Ausgaben

Beispiel Airbnb:

- ✓ Produktentwicklung, Gehälter, Marketingkosten, Plattform Hosting, Versicherung



9. UNFAIR ADVANTAGE



9. UNFAIR ADVANTAGE

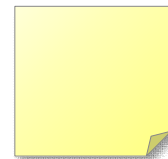
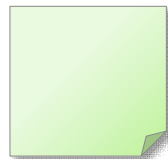
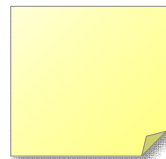
10
Minuten

Welchen unfairen Vorteil haben Sie, d. h. welche Aspekte Ihres Geschäftsmodells können von Ihren Wettbewerbern nicht kopiert oder erlangt werden?

➔ Persönlicher Wettbewerbsvorteil, z.B. exklusiver Datenzugang, gute Reputation

Beispiel Airbnb:

- ✓ Reisende: authentische Reiseerfahrung, Sicherheit durch Einsicht in Host-Bewertungen anderer Reisender
- ✓ Anbieter:innen: automatische Versicherung bei Buchung, Sicherheit durch Einsicht in Gäste-Bewertungen anderer Hosts



10. KONSOLIDIEREN & FINALISIEREN DES LEAN CANVAS

30
Minuten

1. Lesen Sie sich alle Felder des Lean Canvas noch einmal durch.
2. Überlegen Sie gemeinsam, ob einige Aspekte noch konsolidiert, besser ausformuliert oder eliminiert werden sollten.

