

Dein Geschäftsmodell auf einen Blick dank dem Lean Canvas

Das Business Model Canvas ist heute sehr bekannt und auch weit verbreitet. Gerade in einer frühen Phase eines Unternehmens oder einer neuen Produktentwicklung sind einige Elemente davon aber schwierig auszufüllen. Daher legen wir den Fokus auf die weiterentwickelte Form, das Lean Canvas, und zeigen dir auf, weshalb auch du dieses Tool nutzen solltest. Dabei erfährst du, weshalb sich dieses Tool grosser Beliebtheit erfreut und wie du es am besten anwendest.

Vom Business Model Canvas zum Lean Canvas

Das Lean Canvas wurde von Ash Maurya entwickelt und baut auf dem Business Model Canvas (BMC), einem populären Tool von Alexander Osterwalder, auf. Es richtet sich besonders an UnternehmerInnen, die ihr Unternehmen frisch gegründet haben oder dies tun wollen. Ein Vorteil des Lean Canvas gegenüber dem BMC ist der Fokus auf das Problemlösen. Beim BMC geht es eher darum ein Produkt zu verkaufen, weniger um den Kundenfokus. Zudem ist das BMC gerade für frühe Phasen eines Unternehmens weniger geeignet, da es sich an etablierte Unternehmen richtet. Weitere Vorteile des Lean Canvas sind der Miteinbezug von "Key Metrics" und die Berücksichtigung von ungewissen Bedingungen. Mit dem Lean Canvas kannst du rasch einen sehr umfassenden Überblick für deine Idee erstellen, daher empfehlen wir dieses Tool wärmstens.



Warum du ein Lean Canvas nutzen solltest

Neben den vorher genannten Vorteilen gegenüber dem BMC empfiehlt es sich auch, ein Lean Canvas aufgrund dessen *was* es ist, durchzuführen. Beispielsweise kannst du mit dem Lean Canvas dein Unternehmen oder dein Geschäftsmodell kompakt auf einer einzigen Seite darstellen. Es eignet sich besonders, wenn du von Grund auf mit einer Idee startest. Der Fokus liegt hier auf der Identifizierung eines Problems – daraus entwickelst du danach ein Produkt. Und nicht umgekehrt! Versuche also nicht ein Produkt von dir als Lösung eines Problems darzustellen, obwohl es genau genommen dieses Problem gar nicht löst.

Das Tolle am Lean Canvas ist, dass du einen ersten Entwurf innert weniger Minuten erstellt hast, woraus dann weitere Iterationen gemacht werden können. Behalte dabei immer im Hinterkopf, dass der Grundsatz bei der Erstellung des Lean Canvas die Beseitigung von unnützen Dingen ist, das heisst, dass alles so schlank wie möglich sein sollte.

Das Lean Canvas im Detail

Das Lean Canvas besteht aus neun Bereichen, die du ausfüllen musst. Die Bereiche ergänzen sich gegenseitig und stellen dein Geschäftsmodell oder deine Idee so umfassend dar. Nachfolgend findest du die Bereiche sowie eine kurze Beschreibung zum jeweiligen Bereich:

- **Problem:** Benenne hier so genau wie möglich das Problem, das du lösen willst.
- **Solution:** Für das zuvor beschriebene Problem kannst du hier deine Lösung aufzeigen.
- **Key Metrics:** Mit welchen Metriken (Tipp: weniger ist mehr) kannst du den Erfolg messen?
- **Value Proposition:** Welchen Nutzen haben deine Kunden, wenn sie dein Produkt oder deine Dienstleistung nutzen? Beschreibe hier, wie du Kundenbedürfnisse befriedigst.
- **Unfair Advantage:** Nenne hier deinen unfairen Vorteil, also etwas, das nicht einfach so kopiert werden kann.
- **Channels:** Zähle hier deine Kanäle auf, mit denen du deine Kunden erreichst und wie sie dein Produkt oder deine Dienstleistung erhalten.
- **Customer Segments:** Hier nennst du deine Zielgruppe. Möglicherweise ist es eine sehr kleine Nische, es kann aber auch ein Massenmarkt sein.
- **Revenue Streams:** Dieser Bereich beantwortet die Frage, wie du mit deinem Geschäftsmodell Geld machst. Sind es einmalige Käufe oder Abonnemente? Arbeitest du mit Lizenzierungen?
- **Cost Structure:** Hier betrachtest du deine Finanzplanung. Wie sieht die Kostenstruktur aus? Betrachte einmalige sowie wiederkehrende Kosten, um den Break-even-Point auszurechnen.



So wendest du das Lean Canvas am besten an

Starte mit dem leeren Canvas und fülle die Bereiche nacheinander aus. Wie du dies am besten und effizientesten machst, haben wir in einigen Tipps für dich zusammengefasst:

- Drucke das Lean Canvas gross aus und fülle es danach mit Post-its aus.
- Fülle es initial in der folgenden Reihenfolge aus: Problem, Customer Segments, Unique Value Proposition, Solution, Unfair Advantage, Revenue Streams, Cost Structure, Key Metrics und Channels.
- Fülle das Canvas, wenn möglich nicht alleine, sondern zusammen mit deinem Team aus.
- Mache die Aussagen kurz und präzise – ohne "aber" oder "allerdings".
- Bedenke, dass ein Lean Canvas nicht nur ein Entwurf ist, sondern ein konstanter Prozess, der mit jeder Iteration besser wird.

Nachdem du einen Entwurf hast, gehst du diesen am besten einmal durch. Macht der Ablauf und die Zusammenhänge Sinn? Versuche hierbei eine Geschichte zu erzählen: wem will ich helfen welches Problem wie zu lösen? Packe alle neun Bereiche in deine Geschichte rein und spiele sie durch. Alles sollte flüssig ineinander übergehen. Ist dies nicht der Fall, solltest du dein Lean Canvas nochmals überarbeiten.

So hilft dir crossmind

Oftmals kann es auch hilfreich sein, wenn du jemanden mit einer unvoreingenommenen Sichtweise miteinbeziehst, wenn du nicht mehr weiterkommst oder das Gefühl hast, dass dein Lean Canvas noch nicht zu 100 Prozent passt. crossmind hilft dir gerne und gemeinsam überarbeiten wir dein Geschäftsmodell oder deine Produktidee. Mit jeder neuen Version deines Geschäftsmodells wirst du feststellen, dass sich dein Geschäftsmodell noch besser und noch genauer spezifizieren lässt. So treiben wir dein Geschäftsmodell nachhaltig voran. In unserem nächsten Blogbeitrag beschreiben wir, wie du einen Business Case optimal durchführen kannst und so eine gute Entscheidungsgrundlage für deine Projekte schaffst.

Simplify your business. crossmind inc. www.crossmind.ch

Literatur und weitere Informationen:

- Maurya, A. (2012). *Running lean: iterate from plan A to a plan that works*. O'Reilly Media, Inc.