

Das 7 - Schlüsselmodell

Für die Erarbeitung eines Geschäftsmodells werden in der Praxis viele Modelle verwendet. Ein ausgezeichnetes Modell ist das Business Model Canvas. Jedoch weist auch dieses Modell einige Kritikpunkte auf. So wird beispielsweise die Person, als «Unternehmer» und die Konkurrenz nicht beleuchtet. Ein Modell, welches die oben erwähnten Kritikpunkte berücksichtigt, ist das 7-Schlüssel-Modell nach Prof. Dr. Rolf Meyer.

Dieses beschreibt die Art und Weise, wie eine Organisation Werte schafft, wie diese an die Kunden gebracht und wie diese Werte erfasst werden.

Ziel des 7-Schlüssel-Modells ist es, sämtliche relevanten Faktoren eines erfolgreichen Geschäftsmodells zu erfassen. Wie der Name bereits andeutet, werden in diesem Modell sieben Elemente bzw. Faktoren genauer untersucht. Jeder dieser sieben einzelnen Elemente ist essenziell und ein wichtiger Erfolgsfaktor, um langfristig auf dem Markt zu bestehen. Deshalb sollten die Gründungspersonen alle sieben Komponenten simultan bewerten und entwickeln, um ihr Geschäftsmodell laufend zu optimieren.

Die sieben Schlüssel:

Gründungspersonen

Hier sind die Gründungspersonen gefragt, welche ein ehrliches und kritisches Selbstbild besitzen. Dabei sollten sie ihre persönlichen Stärken und Schwachen erkennen. Diese Faktoren, sowie die Gründe und Erwartungen, für die selbständige Erwerbstätigkeit müssen harmonisieren. Um ein Start-up erfolgreich zu führen, sollte das Vorhaben zu der Person passen. Oft ist es nicht nur eine Gründungsperson, sondern ein Gründungsteam. Deshalb empfiehlt sich hier, dass sich die Gründungspersonen ergänzen und miteinander funktionieren.

Kundeninnen und Kunden

Kein Unternehmen kann ohne Kundschaft bestehen. Jedes Unternehmen muss einer bestimmten Zielgruppe dienen. Die Identifizierung und die Definition dieser Zielgruppe sollten bereits in der frühen Planungsphase geschehen. In diesem Prozess können viele Erkenntnisse über die Zielgruppe gewonnen und deren Bedürfnisse genauestens ermittelt werden.

Produkte / Dienstleistungen

Das Ziel einer jeden Unternehmung sollte sein, ihre Produkte oder Dienstleistungen gewinnbringend anbieten zu können. Damit dies geschehen kann, muss ein Unternehmen seiner Kundschaft einen passenden Gegenwert bieten, welcher wertvoll genug ist, um gekauft zu werden. Unabhängig davon, welche Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, müssen diese stets genauestens definiert werden, um der Kundschaft jederzeit den Wert des Angebots zu verdeutlichen. Weiterhin müssen diese Produkte und Dienstleistungen die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe befriedigen und konkurrenzfähig sein, um gegen die Angebote der Mitbewerbenden zu bestehen.

Konkurrenz

Wenn Menschen ein Bedürfnis und eine vorausgesetzte finanzielle Kaufkraft haben, kann davon ausgegangen werden, dass bereits irgendjemand intensiv daran arbeitet, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kreieren, die dieses Bedürfnis befriedigt. Erfolgreiche Entrepreneure müssen sich daher diesem Wettbewerb zu jeder Zeit bewusst sein. Dabei müssen sie genau wissen, wo Ihre Position auf dem Markt ist und welche Stärken die eigenen Angebote gegenüber der Konkurrenz aufweisen. Um dies zu ermitteln, bedarf es einer Analyse der Konkurrenz. Dabei sollten sich die Unternehmenden die folgende Frage stellen: «Warum sollte der Kunde ausgerechnet bei uns kaufen und nicht bei der Konkurrenz?»

Markteinführung

Nachdem die eigenen Produkte oder Dienstleistungen und die entsprechenden Zielgruppen bekannt sind, erfolgt in einem nächsten Schritt die Vermarktung des Angebots. Die Vertriebskanäle, das Marketing und die Verkaufsaktivitäten müssen sowohl entwickelt, als auch definiert werden, sodass die Kundschaft auf das Angebot aufmerksam wird.

Finanzen

Eine Frage, die bereits vor der Generierung der ersten Umsätze geklärt werden sollte, ist die nach der Verwendung der ersten Erlöse. Hier empfiehlt sich die Erstellung eines finanziellen Geschäftsmodells für die ersten Jahre der Unternehmung. Um eine Übersicht der Finanzen zu erhalten, werden hier Einnahmen und Ausgaben kalkuliert. Diese Planung soll dabei helfen, langfristig auf dem Markt zu bestehen. Ein Hilfsmittel, welches sich für die Erstellung einer solchen Planung ideal eignet, ist die Plattform [getLaunched®](#).

Ressourcen

In diesem Kapitel erfolgt eine Auflistung aller benötigten Ressourcen. Hierbei wird unterschieden, welche dieser Ressourcen bereits vorhanden und welche zu beschaffen sind. Es bedarf ebenfalls eine gründliche Planung, da diese Ressourcen ein wichtiger Erfolgsfaktor in einer erfolgreichen Unternehmung darstellen können. Beispiele für solche Ressourcen waren Kapital, Sachgüter wie IT, Inneneinrichtung, Maschinen, Fertigungsmaterial, aber auch nicht greifbare Dinge wie Lizenzen, Patente oder Markenrechte. Nicht zu vergessen, ist auch das Humankapital in Form von benötigten Mitarbeitenden mit dem notwendigen Knowhow.

7-Schlüssel-Modell zur Entwicklung des Geschäftsmodells

 KundInnen Was sind unsere Zielgruppen? Beschreiben Sie hier, welche Zielgruppen Sie als Kunden in Betracht ziehen. Dies können Konsumenten, Unternehmen, der Staat, Stiftungen etc. sein. Unterteilen Sie die Zielgruppen in Kundengruppen. Zum Beispiel Menschen zwischen 25-30 Jahre, sportlich aktiv, gesundheitsbewusst können in einer Kundengruppe "Wassersport begeisterte" und "Wintersport begeisterte" münden. Welche Bedürfnisse haben die einzelnen Kundengruppen? Wie gross und finanzkräftig sind diese Kundengruppen? Welchen Nutzen können wir ihnen bieten? USP?		
 Produkte/Dienstleistungen Welche Produkte und Dienstleistungen bieten wir an? Welche Eigenschaften/Features besitzen diese? Für welchen Nutzen/Emotionen stehen diese? Welche Alleinstellungsmerkmale prägen sie?	 Geld Wer bezahlt wofür und wie viel? Welche Kundengruppe kauft welches Produkt? Welches Startkapital benötigen wir? Was sind realistische Kapitalbeschaffungsmöglichkeiten?	 Markterschliessung Woher wissen die Kunden von uns? Wie überzeugen wir die Kundschaft? Wie gelangen unsere Produkte / Dienstleistungen zur Kundschaft (Vertriebskanäle)?
 Konkurrenz Worin liegen die Stärken und Schwächen gegenüber den relevanten Konkurrenten? Warum werden die Kunden zu uns kommen und nicht zur Konkurrenz?		
 Ich, die Gründerperson Was ist meine Motivation? Was sind meine Stärken und Schwächen?		
 Ressourcen Welche Ressourcen werden benötigt? Wann und für wie lange? Wo und zu welchen Kosten finde ich diese?		