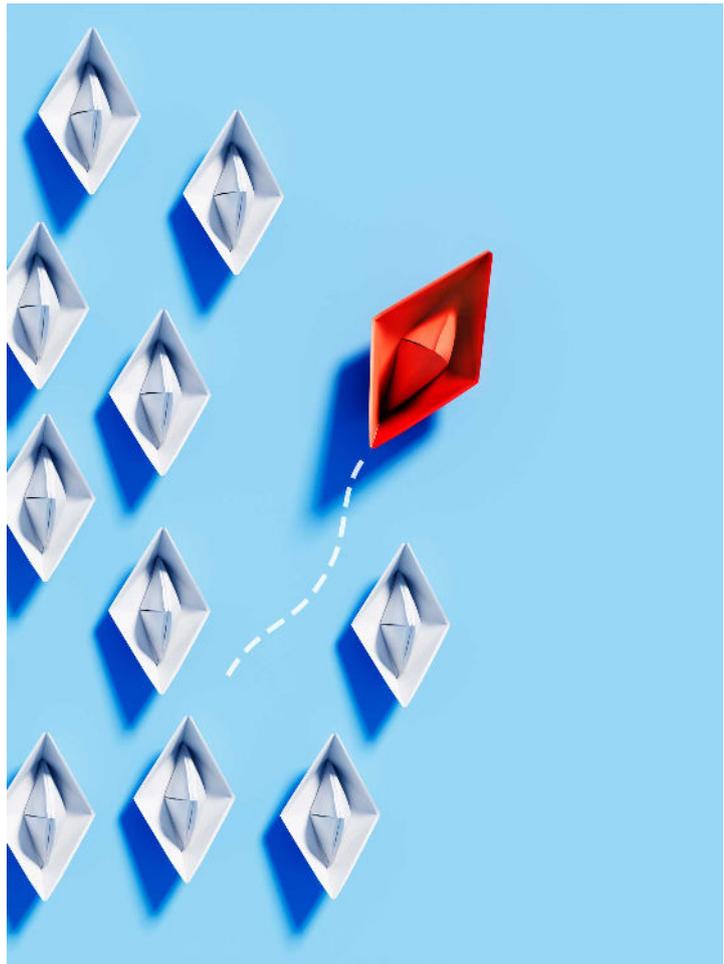


Unternehmer sein ist zurzeit keine leichte Übung. Neben der schwierigen Organisation des Tagesgeschäftes unter Corona-Bedingungen darf die Entwicklung eines erfolgreichen Geschäftsmodells nicht vernachlässigt werden. Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie werden sich in den Jahren 2021 und 2022 erst so richtig zeigen. Gut aufgestellt ist, wer sich frühzeitig mit den Erfolgsfaktoren für sein Geschäftsmodell auseinandersetzt.



Die Entwicklung eines erfolgreichen Geschäftsmodells

Wie lange ist es her, dass Sie sich mit Ihrem **Geschäftsmodell** kritisch auseinandergesetzt haben? Für viele Unternehmer scheint dies eher eine jährliche denn eine regelmäßige Übung zu sein. Einträge in einem Risikobericht, die nur zum nächsten offiziellen Berichtszeitpunkt überarbeitet werden, reichen nicht aus um frühzeitig und zielgerichtet auf Veränderungen zu reagieren und Konzepte anpassen zu können.

Vielmehr sollte man eine Methode entwickeln systematisch sein Geschäftsmodell herunterzubrechen auf die treibenden Erfolgsfaktoren, um diese dann regelmäßig zu beobachten. Jeder Geschäftserfolg einer Geschäftsidee hat seine guten Gründe. Fragen Sie Ihre Kunden. Die können Ihnen sagen, weshalb sie bei Ihnen kaufen und welche Kundeninteressen Ihre Firma gut bedient.

Im Umkehrschluss gilt auch: Fallen Erfolgsfaktoren aus, so werden die Umsätze umgehend sinken. Grund genug, sich frühzeitig mit folgenden Fragen zu den wesentlichen Faktoren von Geschäftsmodellen zu befassen:

- Welche Bedürfnisse bediene ich mit meinen Produkten/Dienstleistungen, welchen Value bringt es dem Kunden?
- Kann meine Geschäftsidee noch funktionieren oder weisen die Abweichungen zum Businessplan auf eine Erosion des Geschäftsmodells hin?
- Kennen Sie die Faktoren des Erfolgs für Ihr Geschäftsmodell?
- Sind Konkurrenzprodukte/Dienstleistungen in der Entwicklung oder sind Wettbewerber mit Innovationen oder Gründer mit einem neuen Geschäftsmodell schon am Markt?
- Sind meine Methoden, Prozesse und Technologien der Konkurrenz ebenbürtig?
- Unterstützen die eigenen Ressourcen und Kompetenzen das bestehende Geschäftsmodell optimal?
- Kann eine zusätzliche Dienstleistung die Attraktivität des Angebotes für die Kunden erhöhen? Welchen Value bringt die zusätzliche Dienstleistung Ihrem Unternehmen?
- Würde ein digitales Geschäftsmodell zusätzliche Wertschöpfung und Umsätze erzielen?
- Ist eine Transformation der Geschäftsmodelle erforderlich?
- Sind eigene Innovationsleistungen notwendig und zielführend?
- Könnten weitere Serviceleistungen Zusatznutzen für die Zielgruppe generieren?
- Gibt es alternative Wege zur Befriedigung dieser Bedürfnisse, die
 - Kostengünstiger
 - Ressourcen schonender
 - Schneller und einfacher verfügbar
 - Trendiger sind ...etc.?
- Sind bestehende Vertriebswege noch zeitgemäß?
 - Kurze Reaktionszeiten
 - Infos zu Ihren Leistungen verfügbar
 - Analoges und/oder digitaler Vertrieb
- Erreicht mein Marketing noch meine Zielgruppe?
 - Marketing auf den richtigen Kanälen
 - Mit ansprechenden, zeitgemäßen Inhalten

Diese Aufstellung führt nur einen Teil der Fragen auf, die Sie an ihr Geschäftsmodell regelmäßig stellen sollten. Aber die Methode der Fragetechnik sollte im Ansatz klar geworden sein. Schlüpfen Sie in die Rolle des „Advocatus Diaboli“, der Gründe für ein Ausbleiben zukünftigen Geschäftserfolges sucht. Die Ergebnisse werden Ihnen Anhaltspunkte für neue Antworten bieten. Bestehende Geschäftsmodelle veralten durch vielfältige Herausforderungen aus ihrem Marktumfeld. Bestehende Geschäftsmodelle werden durch Innovationen der Konkurrenz in Ihrer Branche in Frage gestellt. Die Geschäftsmodellentwicklung bleibt deswegen ein fortlaufender Prozess, der sich an den Interessen ihrer Zielgruppe orientiert.

Unter den Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung sticht das Business Model Canvas heraus. Das Model ist nicht nur für Gründer mit neuen Geschäftsmodellen (startups) geeignet, sondern auch für die Überprüfung und Transformation bestehender Geschäftsmodelle. Das Business Model Canvas dient als Grundlage zur Definition und Dokumentation eines Geschäftsmodells. Es beschreibt anhand von 9 Elementen die Grundidee eines Geschäftsmodells, die Sie in Workshops mit Ihrem Führungskreis gemeinsam entwickeln. Eine gute Einleitung zum Canvas Model finden Sie [hier](#).

Hamburg, den 04.02.2021

Sie wünschen sich ein Coaching bei der Hinterfragung und Weiterentwicklung Ihres Geschäftsmodells? **[Schreiben Sie mir eine Mail oder rufen mich an](#)**. Gerne helfe ich Ihnen weiter. Ich plane jeweils einen weiteren BLOG Beitrag zur spezifischen Art der **[Digitalen Geschäftsmodelle](#)** und deren **[Monetarisierung](#)** zu veröffentlichen.

Ihr Mathias Engel