

# Produktion & Prozesse

Aus dem Channel auf buchreport.de powered by  
publisher consultants

**MANAGEMENT** Was kennzeichnet erfolgreiche Geschäftsmodelle?

## Vom Kunden her denken

Die vielfachen Möglichkeiten und Herausforderungen der Medienwelt machen eine fortlaufende Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie notwendig, um wettbewerbsfähig zu sein und zu bleiben. Eine Voraussetzung dazu ist die kritische Überprüfung bestehender Geschäftsmodelle. Warum dabei die Zielgruppe und nicht die Machbarkeit im Fokus stehen sollte, erklären **Nikola Ulrich** und **Markus Wilhelm** von den **Publisher Consultants**.

### Erst die Sinnfrage, dann die Machbarkeitsstudie

Oft beginnen Diskussionen über ein neues oder verändertes Geschäftsmodell mit Fragen wie: Welche IT, welche Ressourcen benötigen wir? Haben wir das nötige Know-how? Welches Erlösmodell eignet sich? Das sind wichtige Fragen, aber entscheidend ist zunächst allein die Frage: Sind der Ansatz, und die Grundidee sinnvoll? Folgende Kriterien dienen dabei der Orientierung:

- Welchen Beitrag leistet das Geschäftsmodell zur Erreichung der Unternehmensziele?
- Welchen Kundennutzen stiften wir mit der Geschäftsidee?

Natürlich ist nichts dagegen einzuwenden, wenn das Team von der eigenen Geschäftsidee begeistert ist. Es nützt nur alles nichts, wenn Sie damit keine zahlenden Kunden gewinnen. Daher sollte jedes Geschäftsmodell auf sein Nutzenversprechen für die spezifische Kundengruppe überprüft werden: Wer ist der Kunde? Was bewegt, stört oder befriedigt ihn? Nur wer seine Zielgruppe versteht, deren Wünsche wahrnimmt und in entsprechende Geschäftsmodelle umsetzt, kann erfolgreich am Markt und gegen die Konkurrenz bestehen.

Zur objektiven Überprüfung und Bewertung sind detaillierte Kenntnisse der Zahlen, Daten und Fakten des anvisierten Marktumfelds, der Nutzergruppen wichtig. Dadurch gewinnen Sie einen realistischen Eindruck über Potenziale, Herausforderungen und Abhängigkeiten bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee – und somit Entscheidungssicherheit.

### Zukunftsträger oder Auslaufmodell?

Nach der Analyse der Kundenbedürfnisse können Sie Ihr Geschäftsmodell anhand folgender Fragen bewerten:

- **Wettbewerb:** Wer ist Ihre Konkurrenz? Was machen Sie besser als die Konkurrenz? Wie wird sich der Markt entwickeln?
- **Kompetenzen:** Welche Kernprozesse im Unternehmen tragen maßgeblich zum Erfolg des Geschäfts bei? Wie sind die Kostenstruktur und die Produktivität des Unternehmens?
- **Erlösmodelle:** Womit verdient das Unternehmen sein Geld?

Auf Basis der IST-Analyse können Sie nun entscheiden, wie groß die Notwendigkeit zu handeln ist. Wie müssen Sie ihr bestehendes Geschäftsmodell anpassen und ausbauen, damit Sie auch zukünftig den Unternehmenserfolg sichern können? Ebenfalls können Sie jetzt bewerten, welche Produkte und Dienstleistungen von den Kunden angenommen werden und bei welchen es sich eher um ein Auslaufmodell handelt.

Ausführlich: [www.buchreport.de/go/geschaeftsmodell](http://www.buchreport.de/go/geschaeftsmodell)



**Stellen Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand:** Nikola Ulrich ist seit 2018 bei den Publisher Consultants als Prokuristin tätig. Markus Wilhelm ist geschäftsführender Gesellschafter des Münchner Beratungsunternehmens.

### DATEI

#### Wertversprechen analysieren

Um sicherzustellen, dass die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens im Einklang mit den Kundenbedürfnissen stehen, hat Alexander Osterwald die „Value Proposition Canvas“ entwickelt:

- Im Fokus steht die Frage, wie man den größtmöglichen Nutzen und Wert für den Kunden erzielen kann.
- Der Kunde wird systematisch analysiert, um bedarfsgerecht auf ihn eingehen zu können. Seine Probleme, Wünsche und alltäglichen Herausforderungen dienen dabei als Ausgangspunkt.
- Dem Kundenprofil werden die passenden Lösungen und Wertversprechen des Unternehmens gegenübergestellt.
- Auf Basis dieser Analyse können sinnvolle Produkte und Dienstleistungen entwickelt bzw. bestehende auf ihre Sinnhaftigkeit überprüft werden.