



## Schlüssel-Partner(schaften)

- Wer sind unsere Partner\*innen?
- Wer sind unsere Lieferanten?
- Welche Ressourcen kommen von Partner\*innen?
- Welche Aktivitäten kommen von Partner\*innen?



## Schlüsselaktivitäten

- Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unser(e)
- Wertversprechen?
  - Vertriebs- und Kommunikationskanäle
  - Kund\*innenbeziehungen?
  - Einnahmequellen?



## Wertversprechen

- Welchen Nutzer\*innen bieten wir unseren Kunden an?
- Welches Problem helfen wir zu lösen?
- Was ist unser Alleinstellungsmerkmal?
- Was können wir 10 Mal besser als unsere Wettbewerber?



## Kundenbeziehungen

- Welche Art von Kunden\*innen- beziehung erwarten die verschiedenen Kunden\*innen von uns?
- Welche haben wir bereits geschaffen?
- Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells?
- Welche Kosten verursachen sie?



## Kundensegmente

- Wem bieten wir einen Nutzen an?
- Wer sind unsere wichtigsten Kund\*innen?



## Schlüssel-Ressourcen

- Welche Schlüssel-Ressourcen benötig(t)en unser(e)
- Nutzen-Versprechen?
- Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle
- Kund\*innenbeziehungen?
- Einnahmequellen?



## Vertriebs- und Kommunikationskanäle

- Über welche Kanäle sollen die Kund\*innen erreicht werden?
- Wie erreichen wir sie jetzt?
- Wie funktionieren diese Kanäle gemeinsam?
- Welche funktionieren am besten?
- Welche sind besonders kostengünstig?



## Kostenstruktur

- Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell?
- Welche Ressourcen sind besonders kostenintensiv?
- Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?



## Einnahmequellen

- Für welchen Nutzen sind unsere Kund\*innen bereit, Geld auszugeben?
- Wofür geben sie es derzeit aus?
- Wie bezahlen sie derzeit?
- Wie würden sie lieber bezahlen?
- Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?