



Business Model Components Map

Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

Unternehmenswert

Marktwert
Kundenbestand
Ertragswert / Free Cash Flows
Vermögenswert
Moat (Verteidigbarkeit)

Märkte

Heimatmarkt / Schlüsselmärkte
Marktgröße & Marktanteil
Eintrittsbarrieren
Distanz und Präsenz
Lokale / kulturelle Kenntnisse

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Gemeinnützige Ziele und gesellschaftlicher Beitrag
Wert und Verhalten · Grenzen des Vertretbaren · Schutz der Reputation
Technologische, kulturelle, gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und Veränderungen
Erwartungen, Bedürfnisse und Anforderungen der Marktteilnehmer
Marktbarrieren, Regeln, Governance, Vorschriften und Compliance, maßgebliche Steuern und Abgaben

Wettbewerb

Vergleich & Reaktion
Produkt- und Wertanalyse
Kunden- und Marktbasis
Stärken und Schwächen
Größe & finanzielle Situation

Betriebsergebnis, Gewinn & Liquidität

Einkommen & Kapitalfluss (KF) aus Kerngeschäft
Vernünftige Investitionen
Stringentes Liquiditäts-Management

Branding & Marketing

Differenzierung
USP / Wertversprechen
Werte & Nachhaltigkeit

Unternehmensmanagement & Organisation

Vision, Mission, Unternehmenskultur, Masterplan und Empowerment für strategische Entwicklungen
Verschwendungsarme Organisation des operativen Zusammenspiels von Ressourcen
Entscheidungsfindung, Anpassung, Agilität, digitale Fähigkeit und Nachhaltigkeit
Komplexitätsmanagement durch Ownership, Modularisierung und Visualisierung
Austesten / Entwicklung neuer Produkte zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands des Unternehmens

Partner für die

Verfolgung gemeinsamer Ziele, zB Vertrieb, Produktion, Service
Längerfristige Beziehung
Gegenseitiges Vertrauen

Erzeugung von Umsatz

Kundenkontakt & Kundenverbindung
Fähigkeit zu verkaufen / Cross-Selling
Monetarisierung der Reichweite
Sekundäreinkommen
Einkommen aus Beiträgen oder Vermeidungen

Kunden

Potentielle Kunden
Neu- / Bestandskunden
Bekannte / unbek. Kunden
Conversions, Treue, Lock-In
Netzwerkeffekte, Communities

Produkte & Kundennutzen

Produktidee / Innovation
Design / Konzeptdenken
Primäre Produktlinie
Sekundäre Produktlinie
Produkte / Plattform für Neu-, Bestands- & Stammkunden
Lebenszyklen und Horizonte

Betrieb &

Vertrieb
Produktmanagement
Produktion (Wertschöpfungskette)
Lieferung und Leistung

Ressourcen => Vermögensw.

Menschl. Fähigkeiten und Lösungskompetenzen, Arbeit und Belegschaft, Innovationskraft, Marke, Daten, Analytics, AI, Robotics, Kommunikation, Information, IT-Systeme, Infrastruktur, Fabriken, Gebäude, Geräte, Maschinen, Rohstoffe und Komponenten, Energie, Wasser, Strom, finanzielle Liquidität und Kapital

Funktionen

Ressourcenmanagement-Funktionen
Interne Servicefunktionen
Kontrollfunktionen

Vermögensw.

Kundenbestand, Patente, physische Werte, Wissen, Erfahrung

Dienstleister statt

internen Funktionen oder Betriebsbereichen
Expertise
Sachverstand
Angemessenheit

Lieferanten & Lieferungen von

Komponenten, Teilen, Material
Lieferfähigkeit, Zuverlässigkeit
Qualitätsstandards

Kundenbeziehung (Wertversprechen)

Unternehmen intern (Wertursprung)

Unternehmen extern (Wertbeitrag)

Wertgenerierung



Business Model Components Map

Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

Unternehmenswert

Marktwert
Kundenbestand
Ertragswert / Free Cash Flows
Vermögenswert
Moat (Verteidigbarkeit)

Märkte

Heimatmarkt / Schlüsselmärkte
Marktgröße & Marktanteil
Eintrittsbarrieren
Distanz und Präsenz
Lokale / kulturelle Kenntnisse

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Gemeinnützige Ziele und gesellschaftlicher Beitrag
Wert und Verhalten · Grenzen des Vertretbaren · Schutz der Reputation
Technologische, kulturelle, gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und Veränderungen
Erwartungen, Bedürfnisse und Anforderungen der Marktteilnehmer
Marktbarrieren, Regeln, Governance, Vorschriften und Compliance, maßgebliche Steuern und Abgaben

Wettbewerb

Vergleich & Reaktion
Produkt- und Wertanalyse
Kunden- und Marktbasis
Stärken und Schwächen
Größe & finanzielle Situation

Betriebsergebnis, Gewinn & Liquidität

Einkommen & Kapitalfluss (KF) aus Kerngeschäft
Vernünftige Investitionen
Stringentes Liquiditäts-Management

Branding & Marketing

Differenzierung
USP / Wertversprechen
Werte & Nachhaltigkeit

Unternehmensmanagement & Organisation

Vision, Mission, Unternehmenskultur, Masterplan und Empowerment für strategische Entwicklungen
Verschwendungsarme Organisation des operativen Zusammenspiels von Ressourcen
Entscheidungsfindung, Anpassung, Agilität, digitale Fähigkeit und Nachhaltigkeit
Komplexitätsmanagement durch Ownership, Modularisierung und Visualisierung
Austesten / Entwicklung neuer Produkte zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands des Unternehmens

Partner für die

Verfolgung gemeinsamer Ziele, zB Vertrieb, Produktion, Service
Längerfristige Beziehung
Gegenseitiges Vertrauen

Erzeugung von Umsatz

Kundenkontakt
Fähigkeit zu verkaufen / Cross-Selling
Monetarisierung der Reichweite
Sekundäreinkommen
Einkommen aus Beiträgen oder Vermeidungen

Kunden

Potentielle Kunden
Neu- / Bestandskunden
Bekannte / unbek. Kunden
Conversions, Treue, Lock-In
Netzwerkeffekte, Communities

Produkte & Kundennutzen

Produktidee / Innovation
Design / Konzeptdenken
Primäre Produktlinie
Sekundäre Produktlinie
Produkte / Plattform für Neu-, Bestands- & Stammkunden
Lebenszyklen und Horizonte

Betrieb &

Vertrieb
Produktmanagement
Produktion (Wertschöpfungskette)
Lieferung und Leistung

Ressourcen => Vermögensw.

Menschl. Fähigkeiten und Lösungskompetenzen, Arbeit und Belegschaft, Innovationskraft, Marke, Daten, Analytics, AI, Robotics, Kommunikation, Information, IT-Systeme, Infrastruktur, Fabriken, Gebäude, Geräte, Maschinen, Rohstoffe und Komponenten, Energie, Wasser, Strom, finanzielle Liquidität und Kapital

Funktionen

Ressourcenmanagement-Funktionen
Interne Servicefunktionen
Kontrollfunktionen

Vermögensw.

Kundenbestand, Patente, physische Werte, Wissen, Erfahrung

Dienstleister statt

internen Funktionen oder Betriebsbereichen
Expertise
Sachverstand
Angemessenheit

Lieferanten & Lieferungen von

Komponenten, Teilen, Material
Lieferfähigkeit, Zuverlässigkeit
Qualitätsstandards

Kundenbeziehung (Wertversprechen)

Unternehmen intern (Wertursprung)

Unternehmen extern (Wertbeitrag)

Wertgenerierung



Business Model Components Map

Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

Unternehmenswert

Marktwert
Kundenbestand
Ertragswert / Free Cash Flows
Vermögenswert
Verteidigbarkeit (Moat)

Märkte

Heimatmarkt / Schlüsselmärkte
Marktgröße & Marktanteil
Eintrittsbarrieren
Distanz und Präsenz
Lokale / kulturelle Kenntnisse

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Gemeinnützige Ziele und gesellschaftlicher Beitrag
Wert und Verhalten · Grenzen des Vertretbaren · Schutz der Reputation
Technologische, kulturelle, gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und Veränderungen
Erwartungen, Bedürfnisse und Anforderungen der Marktteilnehmer
Marktbarrieren, Regeln, Governance, Vorschriften und Compliance, maßgebliche Steuern und Abgaben

Wettbewerb

Vergleich & Reaktion
Produkt- und Wertanalyse
Kunden- und Marktbasis
Stärken und Schwächen
Größe & finanzielle Situation

Betriebsergebnis, Gewinn & Liquidität

Einkommen & Kapitalfluss (KF) aus Kerngeschäft
Vernünftige Investitionen
Stringentes Liquiditäts-Management

Branding & Marketing

Differenzierung
USP / Wertversprechen
Werte & Nachhaltigkeit

Unternehmensmanagement & Organisation

Vision, Mission, Unternehmenskultur, Masterplan und Empowerment für strategische Entwicklungen
Verschwendungsarme Organisation des operativen Zusammenspiels von Ressourcen
Entscheidungsfindung, Anpassung, Agilität, digitale Fähigkeit und Nachhaltigkeit
Komplexitätsmanagement durch Ownership, Modularisierung und Visualisierung
Austesten / Entwicklung neuer Produkte zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands des Unternehmens

Partner für die

Verfolgung gemeinsamer Ziele, zB Vertrieb, Produktion, Service
Längerfristige Beziehung
Gegenseitiges Vertrauen

Erzeugung von Umsatz

Kundenkontakt
Fähigkeit zu verkaufen / Cross-Selling
Monetarisierung der Reichweite
Sekundäreinkommen
Einkommen aus Beiträgen oder Vermeidungen

Kunden

Potentielle Kunden
Neu- / Bestandskunden
Bekannte / unbek. Kunden
Conversions, Treue, Lock-In
Netzwerkeffekte, Communities

Produkte & Kundennutzen

Produktidee / Innovation
Design / Konzeptdenken
Primäre Produktlinie
Sekundäre Produktlinie
Produkte / Plattform für Neu-, Bestands- & Stammkunden
Lebenszyklen und Horizonte

Betrieb &

Vertrieb
Produktmanagement
Produktion (Wertschöpfungskette)
Lieferung und Leistung

Ressourcen => Vermögensw.

Menschl. Fähigkeiten und Lösungskompetenzen, Arbeit und Belegschaft, Innovationskraft, Marke, Daten, Analytics, AI, Robotics, Kommunikation, Infrastruktur, Fabriken, Gebäude, Geräte, Maschinen, Rohstoffe und Komponenten, Energie, Wasser, Strom, finanzielle Liquidität und Kapital

Dienstleister statt

internen Funktionen oder Betriebsbereichen
Expertise
Sachverstand
Angemessenheit

Kostenmanagement von

Betrieb, Produktion und Funktionen
Lieferung, Logistik, Vertrieb
Branding & Marketing
Administration
Finanzierung

Kanäle & Preise

Wert- / kostenbasiert
Algorithmisch / marktbasiert
Abonnement / Freemium

Vermögensw.

Kundenbestand, Patente, physische Werte, Wissen, Erfahrung

Funktionen

Ressourcenmanagement-Funktionen
Interne Servicefunktionen
Kontrollfunktionen

Lieferanten & Lieferungen von

Komponenten, Teilen, Material
Lieferfähigkeit, Zuverlässigkeit
Qualitätsstandards

Kundenbeziehung (Wertversprechen)

Unternehmen intern (Wertursprung)

Unternehmen extern (Wertbeitrag)

Wertgenerierung



Business Model Components Map

Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

Unternehmenswert

Marktwert
Kundenbestand
Ertragswert / Free Cash Flows
Vermögenswert
Verteidigbarkeit (Moat)

Märkte

Heimatmarkt / Schlüsselmärkte
Marktgröße & Marktanteil
Eintrittsbarrieren
Distanz und Präsenz
Lokale / kulturelle Kenntnisse

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Gemeinnützige Ziele und gesellschaftlicher Beitrag
Wert und Verhalten · Grenzen des Vertretbaren · Schutz der Reputation
Technologische, kulturelle, gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und Veränderungen
Erwartungen, Bedürfnisse und Anforderungen der Marktteilnehmer
Marktbarrieren, Regeln, Governance, Vorschriften und Compliance, maßgebliche Steuern und Abgaben

Wettbewerb

Vergleich & Reaktion
Produkt- und Wertanalyse
Kunden- und Marktbasis
Stärken und Schwächen
Größe & finanzielle Situation

Betriebsergebnis, Gewinn & Liquidität

Einkommen & Kapitalfluss (KF) aus Kerngeschäft
Vernünftige Investitionen
Stringentes Liquiditäts-Management

Branding & Marketing

Differenzierung
USP / Wertversprechen
Werte & Nachhaltigkeit

Unternehmensmanagement & Organisation

Vision, Mission, Unternehmenskultur, Masterplan und Empowerment für strategische Entwicklungen
Verschwendungsarme Organisation des operativen Zusammenspiels von Ressourcen
Entscheidungsfindung, Anpassung, Agilität, digitale Fähigkeit und Nachhaltigkeit
Komplexitätsmanagement durch Ownership, Modularisierung und Visualisierung
Austesten / Entwicklung neuer Produkte zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands des Unternehmens

Partner für die

Verfolgung gemeinsamer Ziele,
zB Vertrieb, Produktion, Service
Längerfristige Beziehung
Gegenseitiges Vertrauen

Erzeugung von Umsatz

Kundenkontakt
Fähigkeit zu verkaufen / Cross-Selling
Monetarisierung der Reichweite
Sekundäreinkommen
Einkommen aus Beiträgen oder Vermeidungen

Kunden

Potentielle Kunden
Neu- / Bestandskunden
Bekannte / unbek. Kunden
Conversions, Treue, Lock-In
Netzwerkeffekte, Communities

Produkte & Kundennutzen

Produktidee / Innovation
Design / Konzeptdenken
Primäre Produktlinie
Sekundäre Produktlinie
Produkte / Plattform für Neu-,
Bestands- & Stammkunden
Lebenszyklen und Horizonte

Betrieb &

Vertrieb
Produktmanagement
Produktion
(Wertschöpfungskette)
Lieferung und Leistung

Ressourcen => Vermögensw.

Menschl. Fähigkeiten und
Lösungskompetenzen, Arbeit
und Belegschaft, Innovations-
kraft, Marke, Daten, Analytics,
AI, Robotics, Kommunikation,
Information, IT-Systeme, Infra-
struktur, Fabriken, Gebäude,
Geräte, Maschinen, Rohstoffe
und Komponenten, Energie,
Wasser, Strom, finanzielle
Liquidität und Kapital

Funktionen

Ressourcenmanagement-
Funktionen
Interne Servicefunktionen
Kontrollfunktionen

Vermögensw.

Kundenbestand, Patente,
physische Werte, Wissen,
Erfahrung

Dienstleister statt

internen Funktionen oder
Betriebsbereichen
Expertise
Sachverstand
Angemessenheit

Lieferanten & Lieferungen von

Komponenten, Teilen, Material
Lieferfähigkeit, Zuverlässigkeit
Qualitätsstandards

Kundenbeziehung (Wertversprechen)

Unternehmen intern (Wertursprung)

Unternehmen extern (Wertbeitrag)

Wertgenerierung



Business Model Components Map

Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

Wertgenerierung

Kundenbeziehung (Wertversprechen)

Unternehmen intern (Wertursprung)

Unternehmen extern (Wertbeitrag)

Unternehmenswert

Marktwert
Kundenbestand
Ertragswert / Free Cash Flows
Vermögenswert
Moat (Verteidigbarkeit)

Märkte

Heimatmarkt / Schlüsselmärkte
Marktgröße & Marktanteil
Eintrittsbarrieren
Distanz und Präsenz
Lokale / kulturelle Kenntnisse

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Gemeinnützige Ziele und gesellschaftlicher Beitrag
Wert und Verhalten · Grenzen des Vertretbaren · Schutz der Reputation
Technologische, kulturelle, gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und Veränderungen
Erwartungen, Bedürfnisse und Anforderungen der Marktteilnehmer
Marktbarrieren, Regeln, Governance, Vorschriften und Compliance, maßgebliche Steuern und Abgaben

Wettbewerb

Vergleich & Reaktion
Produkt- und Wertanalyse
Kunden- und Marktbasis
Stärken und Schwächen
Größe & finanzielle Situation

Betriebsergebnis, Gewinn & Liquidität

Einkommen & Kapitalfluss (KF) aus Kerngeschäft
Vernünftige Investitionen
Stringentes Liquiditäts-Management

Branding & Marketing

Differenzierung
USP / Wertversprechen
Werte & Nachhaltigkeit

Unternehmensmanagement & Organisation

Vision, Mission, Unternehmenskultur, Masterplan und Empowerment für strategische Entwicklungen
Verschwendungsarme Organisation des operativen Zusammenspiels von Ressourcen
Entscheidungsfindung, Anpassung, Agilität, digitale Fähigkeit und Nachhaltigkeit
Komplexitätsmanagement durch Ownership, Modularisierung und Visualisierung
Austesten / Entwicklung neuer Produkte zur Sicherung des zukünftigen Wohlstands des Unternehmens

Partner für die

Verfolgung gemeinsamer Ziele, zB Vertrieb, Produktion, Service
Längerfristige Beziehung
Gegenseitiges Vertrauen

Erzeugung von Umsatz

Kundenkontakt
Fähigkeit zu verkaufen / Cross-Selling
Monetarisierung der Reichweite
Sekundäreinkommen
Einkommen aus Beiträgen oder Vermeidungen

Kunden

Potentielle Kunden
Neu- / Bestandskunden
Bekannte / unbek. Kunden
Conversions, Treue, Lock-In
Netzwerkeffekte, Communities

Produkte & Kundennutzen

Produktidee / Innovation
Design / Konzeptdenken
Primäre Produktlinie
Sekundäre Produktlinie
Produkte / Plattform für Neu-, Bestands- & Stammkunden
Lebenszyklen und Horizonte

Betrieb &

Vertrieb
Produktmanagement
Produktion (Wertschöpfungskette)
Lieferung und Leistung

Ressourcen => Vermögensw.

Menschl. Fähigkeiten und Lösungskompetenzen, Arbeit und Belegschaft, Innovationskraft, Marke, Daten, Analytics, AI, Robotics, Kommunikation, Information, IT-Systeme, Infrastruktur, Fabriken, Gebäude, Geräte, Maschinen, Rohstoffe und Komponenten, Energie, Wasser, Strom, finanzielle Liquidität und Kapital

Dienstleister statt

internen Funktionen oder Betriebsbereichen
Expertise
Sachverstand
Angemessenheit

Kostenmanagement von

Betrieb, Produktion und Funktionen
Lieferung, Logistik, Vertrieb
Branding & Marketing
Administration
Finanzierung

Kanäle & Preise

Wert- / kostenbasiert
Algorithmisch / marktbasiert
Abonnement / Freemium

Vermögensw.

Kundenbestand, Patente, physische Werte, Wissen, Erfahrung

Funktionen

Ressourcenmanagement-Funktionen
Interne Servicefunktionen
Kontrollfunktionen

Lieferanten & Lieferungen von

Komponenten, Teilen, Material
Lieferfähigkeit, Zuverlässigkeit
Qualitätsstandards