**Geschäftsmodell**

**1. Das Nutzenversprechen für Ihre Kundinnen und Kunden**

Welchen Nutzen schaffen Sie mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung für die Kundschaft? Welche Bedürfnisse sprechen Sie mit Ihrem Angebot an?

**2. Das Alleinstellungsmerkmal**

Was macht Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung einzigartig? Worin liegt der Vorteil oder der Unterschied im Vergleich zu anderen? Warum wird Ihr Produkt auf dem Markt nachgefragt? Hat Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung eine besondere soziale oder ökologische Wirkung? Ist Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung besonders nachhaltig?

**3. Name, Logo und Slogan Ihrer Geschäftsidee**

Suchen Sie sich einen einprägsamen Namen, ein markantes Logo und einen genialen Slogan für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung.

a) Das Logo soll folgende Kriterien erfüllen:

• eine klare und eindeutige Aussage machen

• einzigartig, zeitlos, leicht wiedererkennbar und gut zu merken sein

• Ihre Kunden ansprechen und Ihre Unternehmensphilosophie transportieren

• in verschiedenen Formaten und Medien funktionieren

b) Finden Sie einen Slogan für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung

Der Slogan soll folgenden Kriterien erfüllen:

• die Eigenschaft des Produkts auf den Punkt bringen

• kreativ und bestechend formuliert sein

• sich im Gedächtnis leicht verankern

**4. Herstellung Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung**

Wie wird Ihr Gut hergestellt? Welche Ressourcen, Abläufe, Partner und Produktionsfaktoren nutzen Sie, um das Produkt bzw. die Dienstleistung herzustellen?

**5. Preis und Finanzierung**

Welchen Preis hat Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung? Nennen Sie die Hauptkostenblöcke (Produktionskosten, Vertrieb, Marketing, Gewinn). Wie kommt der Preis für eine Verkaufseinheit zustande?

|  |  |
| --- | --- |
| Preisberechnung | Kosten |
| Direkte Materialkosten: |  |
| Direkte Arbeitskosten: |  |
| Versandkosten: |  |
| Webseite, Miete, Kommunikation: |  |
| Gewinn pro Verkaufseinheit: |  |
| **Total für:**  |  |
| **Preis für eine Verkaufseinheit**  |  |

**6. Marketing: Product, Place, Price, Promotion**

Beschreiben Sie Ihr Marketingkonzept.

Product: Beschreiben Sie alle Massnahmen, die mit dem Produkt in Verbindung stehen (Eigenschaften, Verpackung, Garantie, Serviceleistungen). Formulieren Sie die positiven Eigenschaften des Produkts oder der Dienstleistung.

Place: Beschreiben Sie, wie Sie das Produkt zur Kundin oder zum Kunden bringen. Welche Absatz- und Vertriebswege möchten Sie verwenden? (z. B. Online-Verkauf, Lieferservice, Take-Away, Verkauf über einen bestehenden Laden)

Price: Beschreiben Sie, was für eine Preispolitik Sie verwenden. Beschreiben Sie, wie Sie Ihre Preise differenzieren und welche Rabatte Sie gewähren wollen. (z. B. Niedrigpreisstrategie, Hochpreisstrategie, Abo, Freemium)

Promotion: Beschreiben Sie, was Sie alles unternehmen, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung bekanntzumachen (Werbung, befristete Aktivitäten, Imageaufbau, Messen), mit welchen Werten Ihr Unternehmen in Verbindung gebracht werden soll. Welches Image hat Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?

**7. Minimum Viable Product (MVP)**

a) Ein MVP entwickeln

Überprüfen Sie mit einem «MVP» → Seite 225, ob Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung bei den Kunden auf Interesse stösst und zu Ihren Preisvorstellungen nachgefragt wird. Überlegen Sie sich, wie Sie ein solches MVP möglichst kostengünstig herstellen können und wie Sie die Kaufbereitschaft der Kunden testen können.

b) Eine Geschäftsidee mit einer Umfrage überprüfen

Ist Ihre Geschäftsidee marktfähig? Müssen einzelne Aspekte Ihrer Idee allenfalls angepasst werden? Führen Sie in Ihrem Bekanntenkreis eine Umfrage mit sechs bis zwölf Fragen durch (mindestens 15 Antworten). Werten Sie die Resultate grafisch aus und ziehen Sie ein Fazit, in welchem Sie die Markfähigkeit Ihrer Geschäftsidee aufgrund der Umfrageergebnisse erläutern. Nehmen Sie dazu das Sprachrezept «Eine Umfrage durchführen» zu Hilfe. → Seite 143