umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

VORLAGE ZUM AUSFÜLLEN

Lean Canvas

PROJEKT / TEAM

DATUM

VERSION

2 Problem

Die drei größten Probleme der Kunden. Wie lösen sie diese heute (Alternativen)?

4 Lösung

Die drei wichtigsten Funktionen, je Problem eine

8 Kennzahlen

Welche Zahlen zeigen, dass es funktioniert?

3 Alleinstellungsmerkmal

Ein klarer Satz: Warum ihr anders und es wert seid. Plus ein Vergleich: „X für Y“

9 Unfairer Vorteil

Was kann niemand einfach kopieren oder kaufen?

5 Kanäle

Wie erreicht ihr die ersten Kunden?

1 Kundensegmente

Für wen? Wer sind die Early Adopters, die das Problem am stärksten spüren?

7 Kostenstruktur

Kosten, um Kunden zu gewinnen und das Produkt zu betreiben

6 Einnahmequellen

Preismodell, Umsatz pro Kunde, Marge

Lean Canvas: Ash Maurya, leanstack.com, adaptiert vom Business Model Canvas (Strategyzer), deutsche Fassung Florian Knust

Lizenz: CC BY-SA 3.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

SO GEHST DU VOR

Lean Canvas

WOFÜR DIE VORLAGE GUT IST

Das Lean Canvas ist das Business Model Canvas für Gründerinnen, Gründer und neue Produkte. Es startet beim Problem der Kunden und macht Annahmen sichtbar, die ihr zuerst prüfen müsst.

SCHRITT FÜR SCHRITT

1. Kundensegmente und Early Adopters festlegen.
2. Die drei wichtigsten Probleme und die heutigen Alternativen eintragen.
3. Alleinstellungsmerkmal in einem Satz formulieren.
4. Lösung skizzieren, je Problem eine Funktion.
5. Kanäle, Einnahmen und Kosten ergänzen.
6. Kennzahlen und unfairen Vorteil eintragen. Dann die riskanteste Annahme zuerst testen.

TIPPS AUS DER PRAXIS

- Ein Canvas pro Kundensegment. Gemischte Segmente verwässern alles.
- „Unfairer Vorteil“ darf leer bleiben. Ehrlich leer ist besser als geschönt.
- Datum und Version eintragen. Das Canvas ändert sich mit jedem Test.

GRENZEN DER METHODE

Das Lean Canvas beschreibt Hypothesen, keine Wahrheit. Ohne Gespräche mit Kunden bleibt es Papier. Für etablierte Geschäfte ist das Business Model Canvas oft passender.

HERKUNFT

Von Ash Maurya 2010 aus dem Business Model Canvas abgeleitet, veröffentlicht unter CC BY-SA 3.0.



Florian Knust

Interim CPO, Produkt- und KI-Experte aus Hamburg, Dozent an der Hochschule Fresenius

Diese Vorlagen nutze ich in Interim-Mandaten, Workshops und an der Hochschule. Du willst sie mit deinem Team einsetzen oder brauchst jemanden, der den Workshop moderiert? Schreib mir.

florian.knust@umbrellatoday.de

umbrellatoday.de/florian-knust

ALLE VORLAGEN KOSTENLOS

SWOT, BCG-Matrix, Business Model Canvas, Lean Canvas, Persona, Eisenhower-Matrix und mehr: umbrellatoday.de/downloads

Lean Canvas: Ash Maurya, leanstack.com, adaptiert vom Business Model Canvas (Strategyzer), deutsche Fassung Florian Knust

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

BEISPIEL: VELO-ABO HAMBURG

Lean Canvas

Velo-Abo Hamburg (fiktives Beispiel): E-Bikes im Monatsabo für Berufspendler, mit Wartung und Diebstahlschutz.

2 Problem

1. Gutes E-Bike kostet über 3.000 €
2. Wartung ist lästig
3. Angst vor Diebstahl

• Heute: Auto, ÖPNV, altes Rad

4 Lösung

• Monatsabo ohne Kauf
• Wartung vor Ort
• Ersatzrad in 24 Stunden

8 Kennzahlen

Neue Abos pro Woche, Kündigungsrate, Kosten pro Neukunde

3 Alleinstellungsmerkmal

• Dein E-Bike für 79 € im Monat. Kaputt oder geklaut? Morgen steht ein neues da.
• „Netflix für E-Bikes“

9 Unfairer Vorteil

Eigene Werkstatt-Touren mit Lastenrad, dadurch Service am selben Tag

5 Kanäle

Arbeitgeber, Bahnhofsstände, Empfehlungen

1 Kundensegmente

• Pendler mit 5 bis 20 km Arbeitsweg
• Early Adopters: Leute, denen gerade das Rad geklaut wurde

7 Kostenstruktur

Leasing der Räder, Werkstatt, Versicherung, Werbung

6 Einnahmequellen

79 € pro Monat, Firmenabos, Zubehör

Lean Canvas: Ash Maurya, leanstack.com, adaptiert vom Business Model Canvas (Strategyzer), deutsche Fassung Florian Knust

Lizenz: CC BY-SA 3.0