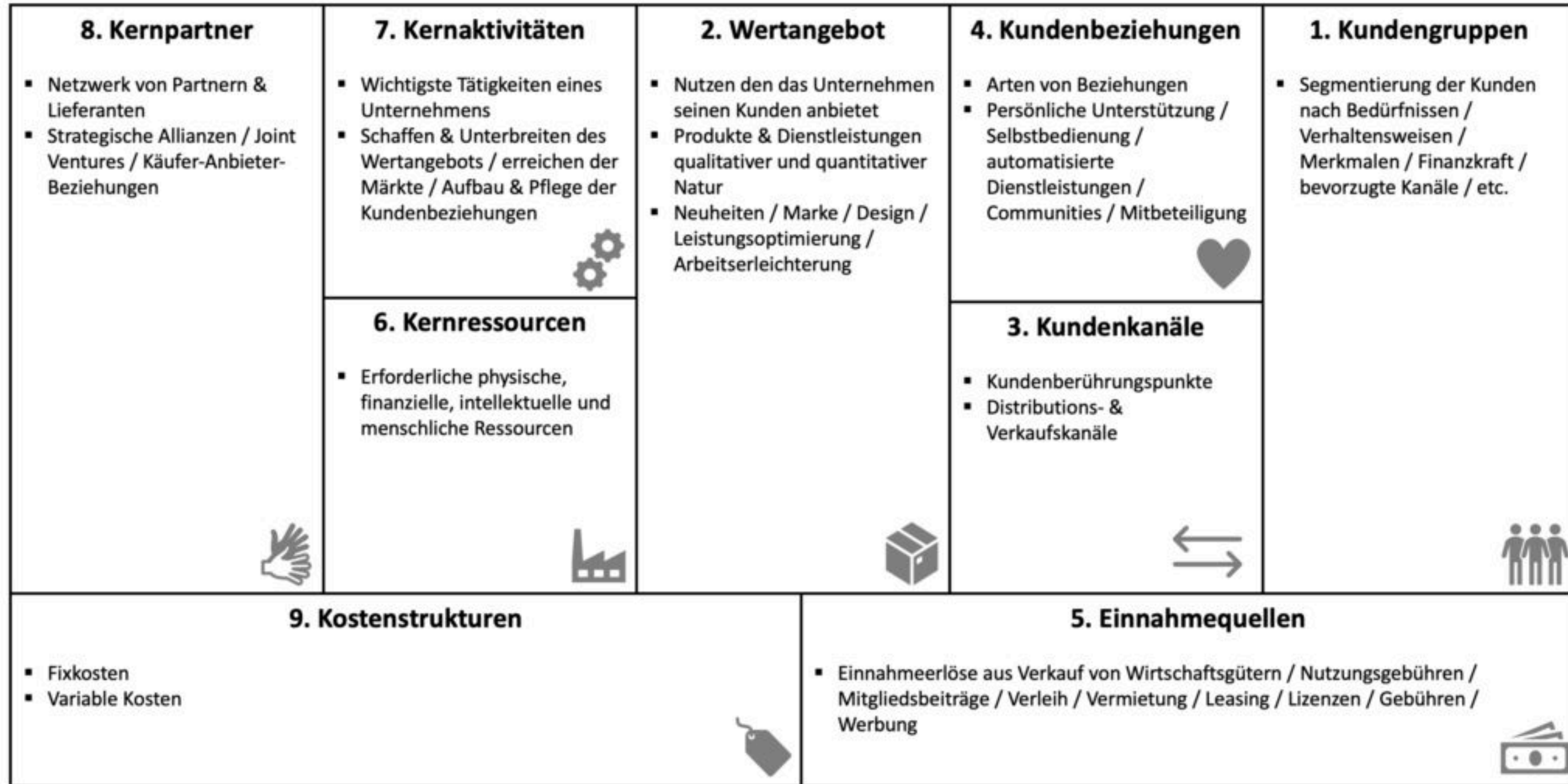


2. → Canvas nach Osterwalder: (45 Punkte) ¶

¶

Zeichnen und beschreiben Sie das Geschäftsmodell von Osterwalder inkl. aller neun Unterteilungen. Beurteilen Sie die Besonderheit des Modells. ¶



Besonderheit des Modells: 9 Zentrale Faktoren für den Erfolg des Geschäftsmodells, allumfassende Ansicht, visualisierte Darstellung um gemeinsamen Kontext zu schaffen

Beispiel: Trapa -
Produktion von exklusiven
Naturholz- Möbel,
Wänden, Böden,...

100% Eigenfertigung
Anders als in der Holzbodenfabrikation
üblich, kaufen wir für unsere Naturholzböden
keine Halb- oder Fertigprodukte, wie Deck-,
Mittel- oder Rücklage, zu. Vielmehr werden
alle Holzkomponenten zur Herstellung von
Fußböden sowie Wänden und Möbeln in
der TRAPA-eigenen österreichischen
Werkstätte hergestellt. Das sichert höchste
Qualität und heimische Arbeitsplätze, fördert
die österreichische Forstwirtschaft,
vermeidet unnötig lange Transporte und ist
nachhaltig. Durch die optimale Abstimmung
von Material und Produktion in einer Hand
entstehen spannungsfreie Holzelemente und
rutschfeste, hygienische und lichtstabilisierte
Böden mit natürlichen Oberflächen, die mit
den Jahren der Nutzung immer schöner
werden.

3. → Fallstudie-Canvas (40) ←



Wenden Sie das Modell-Canvas von Osterwalder auf Ihnen bekannten Handels- oder
Dienstleistungsbetrieb an. ←

Beschreiben Sie zuerst den Betrieb und skizzieren Sie dann alle neun Felder des Canvas
inkl. 3-5 Nennungen in den einzelnen neun Punkten ¶



<p>8. Kernpartner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Architekten • Großhändler • Rohstofflieferanten • Vertriebspartnerschaften mit mit branchenfremden Firmen (wie zB Naturstein-Anbietern) • Zulieferer Produktionsmaterialien 	<p>7. Kernaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unseren Vertriebspartnern Alleinstellungsmerkmale zu bieten mit dem er sich vom Mitbewerber abheben kann • Innovationen schaffen • Vertriebsorientierung 	<p>2. Wertangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% Made in Austria • Spannungsfreie Naturholzfabrikate • Farbliche Abstimmung aller Komponenten • Lichtstabile Naturholzoberflächen • Produktschulungen 	<p>4. Kundenbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aussendienst • Beratung in der Planung • Produktentwicklung mit Kunden • Kundenentwicklung • Verkaufsschulungen 	<p>1. Kundengruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bodenleger • Tischler • Architekten • Großhändler • Projektentwickler • Bauträger 
<p>9. Kostenstrukturen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materialeinsatz • Personalkosten • Energiekosten 		<p>5. Einnahmequellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einnahmen aus Produktverkauf aus eigener Produktion • Einnahmen aus Produktverkauf aus fremder Produktion • Pflegemittel • Fußbodenkleber 		
<p>6. Kernressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Know How der Mitarbeiter • Hochqualitative Rohstoffe • Maschinen am neuesten Stand der Technik • Innovation • Design Thinking 		<p>3. Kundenkanäle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Messen • Kundenveranstaltungen • Architektentreffen • Produktpräsentationen • Online Marketing • Aussendienst 		