

Tutorium 4: Build Your Business Model

Business Basics

Worum es geht

Im vierten Tutorium baut ihr aus einer **Startup-Idee** ein vollständiges Geschäftsmodell – mit dem **Business Model Canvas** aus Vorlesung 4. In Vierergruppen zieht ihr eine **Ideenkarte**, füllt ein großes **A3-Canvas** mit allen **neun Bausteinen**, prüft euer Modell an den **drei Plausibilitätsfragen** (dem „Napkin-Test“) und wählt am Ende eine **Rechtsform** für euer Startup, mit einer Zeile Begründung. Dann setzt ihr ehrlich einen **roten Punkt** auf die **schwächste** Box.

Um das perfekte Geschäftsmodell geht es dabei ausdrücklich **nicht**, sondern um die Bewegung: **vom Kunden her denken**, das Angebot dazu bauen, die Infrastruktur ergänzen und dann schonungslos prüfen, wo das Modell am dünnsten ist. Genau diese Denkbewegung (neun Bausteine füllen, ein Modell auf Tragfähigkeit prüfen, eine Rechtsform über die Haftung einordnen) taucht in der Klausur wieder auf.

Das Tutorium ist **freiwillig**. Wer nicht kommen kann, findet unten eine **Solo-Variante** zum Selbermachen: die Ideenkarten und das Canvas sind als PDF verlinkt, und Aufgabe A sowie die Solo-Variante lassen sich vollständig allein bearbeiten.

Was ihr mitnehmt

- Ihr füllt ein **Business Model Canvas** mit allen **neun Bausteinen** an einem echten Fall.
- Ihr denkt **von außen nach innen**: erst Customer Segments und Value Proposition, dann die Infrastruktur.
- Ihr prüft euer Modell an den **drei Plausibilitätsfragen** und markiert ehrlich die **schwächste** Box.
- Ihr wählt eine **Rechtsform** (GbR / UG / GmbH) über die **Haftungsfrage**, mit einer Zeile Begründung.

Ablauf (90 Minuten)

Zeit	Phase	Was passiert
0:00	Ankommen	Begrüßung, Gruppen bilden (4 Personen), Ideenkarte ziehen
0:05	Klausur-Training	5 KLAUS-Fragen zu Vorlesung 4, per Handzeichen aufgelöst

Zeit	Phase	Was passiert
0:20	Canvas bauen	Ideenkarte → A3-Canvas füllen, 3 Plausibilitätsfragen, Rechtsform wählen, schwächste Box rot markieren
0:55	Gallery Walk	Fremde Canvas ansehen, grüne Punkte auf die überzeugendste Value Proposition
1:10	Debrief	„Welche Box war am häufigsten rot, und warum?“
1:25	Wrap-up	„So taucht das in der Klausur auf“ + Nachbereitung + Quiz

Die Kernaktivität: euer Canvas

Ihr arbeitet in **Vierergruppen**. Jede Gruppe bekommt **eine** Startup-Ideenkarte mit drei neutralen Kontextzeilen. Die **Geschäftsmodell-Idee** dahinter erarbeitet ihr selbst. Auf dem **A3-Canvas** sind die neun Bausteine im klassischen Layout vorgedruckt; ihr füllt sie mit Stichworten. Die Reihenfolge ist wichtig:

1. **Von außen nach innen füllen.** Startet bei **Customer Segments** (für wen?) und der **Value Proposition** (welcher Nutzen, welcher Kundenjob?). Erst danach kommen Channels, Customer Relationships und die Infrastruktur (Key Resources, Key Activities, Key Partners). Zum Schluss die Geld-Boxen: **Revenue Streams** und **Cost Structure**.
2. **Drei Plausibilitätsfragen beantworten** (unten auf dem Canvas): Zahlt überhaupt jemand? Sind die Kosten pro Einheit kleiner als der Preis? Gibt es genug Kundschaft für die Fixkosten?
3. **Eine Rechtsform wählen** (GbR, UG oder GmbH) und in **einem Satz** begründen, warum diese zu eurem Startup passt (Haftung, Startkapital).
4. **Die schwächste Box mit einem roten Punkt markieren.** Wo trägt euer Modell am wenigsten? Das ehrlich zu benennen ist der wichtigste Schritt.

Danach folgt der **Gallery Walk**: Alle Canvas hängen aus oder liegen auf den Tischen. Ihr geht herum, schaut euch die **fremden** Modelle an und klebt euren **grünen Punkt** auf das Canvas mit der **überzeugendsten Value Proposition**. Es zählt nicht das „schönste Poster“, sondern das Nutzenversprechen dahinter.

i Ihr seid zu wenige oder ungerade?

Kein Problem, das Canvas funktioniert auch in einer **Dreiergruppe** oder zu **zweit**. Der Gallery Walk braucht nur **zwei** Gruppen, die sich gegenseitig grüne Punkte geben. Ideen, Bausteine und Plausibilitätsfragen bleiben identisch.

Materialien zum Download

Diese Unterlagen bekommt ihr im Tutorium ausgedruckt. Zum Nacharbeiten hier als PDF:

- [Business Model Canvas – A3 \(PDF\)](#)
- [Die vier Ideenkarten \(PDF\)](#)
- [Glossar-Karte: die 9 Bausteine \(PDF\)](#)

Jede Seite hat oben rechts einen **PDF**-Link, über den ihr die Druckfassung ladet. Das Canvas ist im **Querformat** angelegt und zum **Vergrößern auf A3** gedacht.

Zur Erinnerung: die neun Bausteine

Kurz-Glossar fürs Canvas (ausführlich in Vorlesung 4 und auf der Glossar-Karte):

Baustein	Leitfrage
Customer Segments	Für wen schafft ihr Wert?
Value Proposition	Welchen Nutzen stiftet ihr, welchen Kundenjob löst ihr?
Channels	Über welche Wege erfährt die Kundschaft von euch, kauft und erhält das Angebot?
Customer Relationships	Welche Art von Beziehung pflegt ihr je Segment?
Revenue Streams	Wofür zahlt die Kundschaft, über welches Erlösmodell?
Key Resources	Welche Mittel braucht euer Modell zwingend?
Key Activities	Welche wenigen Tätigkeiten müsst ihr wirklich gut können?
Key Partnerships	Wer von außen übernimmt, was ihr nicht selbst macht?
Cost Structure	Wo entstehen die größten Kosten, fix oder variabel?

Nach dem Tutorium

Aufgabe A: Erlösmodell-Vergleich

Nehmt **euer** Startup vom Canvas und spielt **zwei** Erlösmodelle durch: **Abo** gegen **Freemium**. Beantwortet kompakt:

1. **Was ändert sich im Canvas?** Welche Bausteine verschieben sich, wenn ihr statt eines Abos ein Freemium-Modell wählt (oder umgekehrt)? Denkt besonders an **Revenue Streams**, **Customer Segments**, **Customer Relationships** und **Cost Structure**.
2. **Welches ist plausibler, und warum?** Prüft beide an den **drei Plausibilitätsfragen**: Zahlt jemand? Kosten < Preis? Genug Kundschaft für die Fixkosten? Begründet eure Wahl in 3–4 Sätzen.

💡 Woran ihr euch selbst prüft

Ein **Abo** bringt planbaren, wiederkehrenden Cashflow und hohe Bindung, funktioniert aber nur, wenn der Nutzen **wiederkehrend** ist. **Freemium** schafft breite Reichweite, lebt aber von einer **Conversion-Rate**: Wenn zu wenige der Gratis-Nutzenden je zahlen, tragen die zahlenden nicht die Fixkosten der vielen kostenlosen. Ein gutes Argument benennt genau diesen Mechanismus, nicht nur „Abo klingt sicherer“.

💡 KI-Feedback

Öffnet den **Chat in der Seitenleiste** und startet mit genau dem Wortlaut „**Feedback zu Tutorium 4**“. Fügt dann euren Erlösmodell-Vergleich ein. Ihr bekommt **sokratische Rückfragen**, die eure Argumentation schärfen (insbesondere, ob ihr die **Folgen** eines Modellwechsels wirklich durchdacht habt und ob eure Plausibilitätsprüfung an der **Menge** ansetzt), aber **keine Musterlösung**. Das Feedback ersetzt nicht das Tutorium und nicht eure eigene Arbeit; es hilft euch, selbst weiterzudenken.

i Nicht dabei gewesen? Solo-Variante

Du kannst den Kern auch **allein** üben. Wähle **eine** der vier Ideenkarten (im PDF oben) und fülle für sie ein **Solo-Canvas**:

1. **Canvas füllen:** Drucke das Canvas-PDF aus oder nutze eine einfache Tabelle mit neun Feldern. Fülle **von außen nach innen**: erst Customer Segments und Value Proposition, dann Infrastruktur, dann die Geld-Boxen.
2. **Plausibilität prüfen:** Beantworte die drei Plausibilitätsfragen und markiere die **schwächste** Box.
3. **Rechtsform wählen:** GbR, UG oder GmbH, mit einer Zeile Begründung.

Das reicht, um den Weg vom Kundenjob zum tragfähigen Modell einmal selbst durchzuspielen.

Aufgabe B: Selbsttest

Prüft euer Verständnis von Vorlesung 4 im begleitenden Quiz – rein formativ, nichts wird gespeichert oder benotet:

- [Quiz 04 – Business Models, Value & Money](#)

Bibliografie