

fitness

MANAGEMENT INTERNATIONAL



UNSERE KONZEPTE WIRKEN



Vereinbaren Sie
Ihren persönlichen
Beratungstermin
Tel.: 0 53 34 / 94 86 16

for me do
GESUNDHEIT | FITNESS | PRÄVENTION

MEHR AUF SEITE 86

Fitness

Intensitätssteuerung
im Krafttraining

Gesundheit

BGM: Individualisierung
und Nachhaltigkeit

Management

Erfolgskonzepte
der Branche

Markt

Bundesliga Spezial:
Studio vs. Stadion

DSSV

Rimini Wellness:
DSSV Event 2018

Berufliche Selbstständigkeit in der Fitness- und Gesundheitsbranche (Teil 3)

Erfolgreiche Existenzgründung

Foto: © REDPIXEL - Fotolia.com

Stand in der letzten Ausgabe die unternehmerische Ideenfindung mit Brainstorming, Mindmapping und Business Model Canvas (BMC) im Vordergrund, geht es in dieser Ausgabe um die praktische Arbeit mit der Business Model Canvas. An einem konkreten Beispiel wird aufgezeigt, wie die Bausteine der BMC Schritt für Schritt ausgearbeitet werden können und wie sich auf diese Weise ein individuelles Geschäftsmodell entwickeln lässt.

Mithilfe der Business Model Canvas können aus vagen Ideen klar strukturierte Geschäftsmodelle kreiert werden. Die einzelnen Bausteine der Business Model Canvas geben Auskünfte über die wichtigsten Bereiche einer Unternehmung. Sie beschreiben die Kunden, das Angebot, die Infrastruktur und die finanzielle Überlebensfähigkeit des geplanten Vorhabens (siehe auch: Ausgabe fMi 03/17, Artikel „Das Unternehmen als Innovationsschmiede – Teil 2“ als „Instrument im Rahmen des Innovationsmanagements“).

Die Business Model Canvas im Praxiseinsatz

Die praktische Arbeit mit der Business Model Canvas soll nun an einem konkreten Beispiel aufgezeigt werden:

Julian, 29 Jahre alt, Diplom-Fitnessökonom, ist seit 10 Jahren als Trainer in der Fitnessbranche aktiv. Der begeisterte Triathlet und mehrmalige „Ironman-Finisher“ interessiert sich persönlich sehr für die The-

menfelder Mentaltraining und Coaching. Da er bei seiner täglichen Arbeit erkannt hat, dass viele Menschen Probleme damit haben ihre persönlichen Ziele zu erreichen, Tag für Tag motiviert zu bleiben und zum Teil deutliche mentale Schwächen aufweisen, die sie bei ihrer persönlichen Weiterentwicklung behindern, sieht er in diesem Bereich großes unternehmerisches Potenzial. Aus diesem Grund fasst er den Entschluss, sich mit seinem umfangreichen theoretischen und praktischen Wissen in exakt diesem Themenfeld selbstständig zu machen.

Da Julian nicht von heute auf morgen „All-In“ gehen und finanziell abgesichert sein möchte, präferiert er zunächst nebenberuflich in die Selbstständigkeit zu starten.

Die ersten beiden Bausteine, mit denen sich Julian nun vorab beschäftigen sollte, sind die „Wertangebote“ und „Kundensegmente“ (Abb.1): Welche Wertangebote möchte er entwickeln und anbieten? Wen möchte er als Zielkunden erreichen? Der Themenbereich „Mentaltraining & Coaching“ ist vielseitig, zahlreiche Produkte und Dienstleistungen sind in diesem Feld denkbar: 1:1-Coachings, (Online-) Kurse, Seminare und Workshops, usw. Als potenzielle Kunden kann er Breiten- oder Leistungssportler ansprechen, aber auch Geschäftsleute, Manager und Unternehmer könnten von seinem Wissen profitieren. Selbst Schüler und Studenten sind Personengrup-

Schlüsselpartner Welche Geschäftspartner tragen zum Gelingen des Geschäftsmodells bei?	Schlüsselaktivitäten Welche Aktivitäten müssen ausgeführt werden, um das Wertangebot zu erschaffen?	Wertangebote Mit welchen Wertangeboten werden Kundenprobleme gelöst und Kundenbedürfnisse befriedigt? <div style="background-color: #008000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Mentaltraining & Coaching</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">1:1 Coaching?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Seminare?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Workshop?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">(Online-) Kurse?</div>	Kundenbeziehungen Wie wird eine Beziehung zum Kunden hergestellt und wie wird diese Beziehung gepflegt?	Kundensegmente Welche Kundensegmente werden bedient? <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Leistungssportler?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Breitensportler?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Selbstständige/Unternehmer?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Manager?</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-weight: bold;">Schüler/Studenten?</div>
	Schlüsselressourcen Welche Ressourcen werden benötigt, um das Wertangebot zu erschaffen?		Kanäle Welche Kommunikations-, Distributions- und Verkaufskanäle werden genutzt?	
Kostenstruktur Welche Kosten resultieren aus diesen Geschäftsmodellelementen?		Einnahmequellen Welche Einnahmequellen resultieren aus den angebotenen Wertangeboten?		

Abbildung 1: Die neun Bausteine der Business Model Canvas; Wertangebote und Kundensegmente bestimmen



Abbildung 2: Ausarbeitung der restlichen Bausteine der BMC

pen, die abhängig vom Wertangebot im Rahmen seiner geplanten Selbstständigkeit als Kundensegmente infrage kommen.

Erst wenn Klarheit darüber besteht, welche Wertangebote für welche Kundensegmente angeboten werden sollen, können passend zum Produkt und der Zielgruppe die restlichen Bausteine des Geschäftsmodells mithilfe der BMC ausgestaltet werden.

Bei der Skizzierung seiner Idee stellt Julian fest, dass er großes Interesse daran hätte, im Rahmen seiner Selbstständigkeit auch Einblicke in andere Unternehmen und Branchen zu bekommen. Daher entschließt er sich dafür, keine Produkte oder Dienstleistungen für die Zielgruppe „Sportler“ auf den Markt zu bringen, sondern Seminare und Workshops zum Thema „Mentaltraining“ zu entwickeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Selbstständigen, Unternehmern und Managern zugeschnitten sind.

Nachdem diese Entscheidung gefallen ist, kann Julian Schritt für Schritt die übrigen Bausteine der BMC ausarbeiten und sein Geschäftsmodell individuell kreieren.

Da die einfache Struktur der BMC es möglich macht, jedes beliebige Geschäftsmodell visuell für jeden verständlich darzustellen, soll hier auf das geplante Geschäftsmodell von Julian nicht mehr näher eingegangen werden. Ein Blick auf Abbildung 2 genügt, um Julians geplantes Geschäftsmodell mithilfe der BMC auch ohne weitere Informationen problemlos lesen und interpretieren zu können.



Foto: DHfPG/BSA

Thorsten Clemann

Thorsten Clemann, B. A. Betriebswirtschaftslehre, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, sammelte als Trainer sowie in Marketing und Vertrieb umfangreiche praktische Erfahrungen in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Als freiberuflicher Berater unterstützt er Start-ups und Gründer in der Planungs-, Gründungs- und Aufbauphase. Er ist als Dozent, Autor und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/BSA-Akademie tätig.

www.dhfgp-bsa.de

AUFSTIEGSKONGRESS
 Fachkongress für aktive Gesundheitsgestalter
 05. - 06.10.2018, Mannheim

i Der Autor Thorsten Clemann leitet beim diesjährigen Aufstiegskongress vom 05. - 06.10.2018 die Masterclass „Existenzgründung“. Weitere Informationen und Online-Anmeldung unter: www.aufstiegskongress.de

Fazit

Mithilfe von Brainstorming, Mindmapping und der BMC können in kürzester Zeit eine Vielzahl von Geschäftsideen generiert und zu marktauglichen Geschäftsmodellen transformiert werden. Insbesondere die Business Model Canvas überzeugt durch ihren einfachen Aufbau und ihre Anwendungsfreundlichkeit und erfreut sich als Werkzeug im Bereich der Geschäftsmodellentwicklung großer Beliebtheit. Alles was man braucht, ist ein Blatt Papier, auf dem die Canvas abgebildet ist, einen Stift und Post-its und schon ist man startklar für die Ausgestaltung und Weiterentwicklung der eigenen Geschäftsidee. ■

**Weiterführende Informationen:
BSA-Lehrgang „Existenzgründung“**

Der Lehrgang „Existenzgründung“ der BSA-Akademie hat das Ziel, die Teilnehmer betriebswirtschaftlich in den Themen Selbstständigkeit und Unternehmensgründung speziell im Fitness-, Gesundheits- und Freizeitmarkt zu qualifizieren, damit sie ihr eigenes Unternehmen gründen können. Mehr Infos: www.bsa-akademie.de/exi

Literaturliste

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt am Main: Campus
- Truong, A. (2016). After analyzing 200 founders' postmortems, researchers say these are the reasons startups fail. Zugriff am 03.11.2017. Verfügbar unter <http://qz.com/682517/after-analyzing-200-founders-postmortems-researchers-say-these-are-the-reasons-startups-fail/>