

Airchecker-Beispiel 1.4.2: Geschäftsmodell mit KERNWEG bewerten

So sehen wir die einzelnen Bewertungskriterien

Konkurrenzfähigkeit

Für unsere Kernzielgruppe (d.h. Menschen, die Atembeschwerden wegen schlechter Luft bekommen) sehen wir unsere Konkurrenzfähigkeit als sehr gut an, denn wir finden kein Produkt am Markt, das diese Zielgruppe bedienen kann. Sollte es jedoch keinen Bedarf geben für ein mobiles Messgerät, das alle zehn Arten von Luftbelastung misst, haben wir auf einmal sehr viel Konkurrenz.

Effizienz

Solange unsere Umsätze klein sind und wir den Airchecker selbst herstellen ist die Effizienz unseres Geschäftsmodells sicherlich nicht gut. Auch wird die Beziehungspflege zu Ärzten und Verbänden, die wir am Anfang planen, unverhältnismäßig aufwendig sein.

Robustheit

Wir sehen keine Faktoren, die die Robustheit unseres Geschäftsmodells beeinträchtigen könnten. Unser Geschäft hängt nicht von einem Trend oder einem Fremdprodukt ab.

Nachhaltigkeit

Wir halten die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells für sehr gut. Atemwegbeschwerden bleiben unvermindert bestehen, und die Luftverschmutzung wird in Zukunft eher zunehmen.

Wachstumsfähigkeit

Wir halten unser Geschäftsmodell für wachstumsfähig. Mit Ausnahme der Geräteproduktion lassen sich alle Prozesse ohne Weiteres hochfahren. Die Produktion werden wir outsourcen, sobald

die Nachfrage unsere eigene Kapazität übersteigt. Wir glauben, der Markt für den Airchecker ist groß genug, um einige Jahre lang kontinuierlich zu wachsen.

Exklusivität

Unsere Exklusivität beruht ausschließlich auf dem Patent für den Sensor. Unser Nutzenversprechen bleibt einzigartig, solange niemand eine andere Technologie findet, um die gleiche Vielfalt an Messungen durchzuführen.

Gewinnfähigkeit

Als größte Bedrohung für unsere Gewinnfähigkeit sehen wir unerwartet hohe Kosten für das Gehäuse oder die Fertigung der Platine. Tritt dieser Fall nicht ein, und wird geben das Gerät in Lohnfertigung, sollten wir einen komfortablen Gewinn erzielen können.

Unsere Einschätzung

Es gibt verschiedene Faktoren, die die Qualität unseres Geschäftsmodells beeinträchtigen. Manche können wir ausschalten, indem wir schnell wachsen, zu einer Lohnfertigung übergehen und unser Marketing frei von aufwendigen persönlichen Beziehungen wird. Gegen unerwartet hohe Preise für Bauteile und die Umgehung unseres Patentes durch einen Konkurrenten können wir dagegen nichts unternehmen. Wichtig ist, schnell herauszufinden, ob die Mobilität und die Messvielfalt des Aircheckers von der Zielgruppe geschätzt werden.