



# Business Model Components Map

→ Wie ein Unternehmen beabsichtigt, Wert zu schaffen.

"Ziel"

Unternehmenswert

Märkte & Kunden

Eigent. & Kapital

Umwelt, Gesellschaft, Governance

Wettbewerb

Wertschöpfungsstiege (rechts nach links)

Vermögenswerte

Branding & Marketing

Untern.-Mgt, Organisation, Kultur

Kostenmgt.

Partner

Vermögenswerte können Ressourcen werden

Erzeugung von Umsatz

Vertrieb & Kanäle

Produkte mit  
Kundennutzen  
& Preise

Betrieb &  
Funktionen

Ressourcen &  
Vermög.-Nutzg.

Dienstleister

Betriebsergebnis,  
Gewinn & Liquidität

Kundenservice

Wertversprechen

Wertursprung

Wertbeitrag

↑ "Start"