

HIER STARTEN

AKTIONSKARTEN
Runde 1 bis 9

STATUS QUO

Kunden

(z.B. Inverkehrbringer)

Produkt/Dienstleistung

(Nennen Sie das Produkt bzw. Ihre Dienstleistung, für das bzw. die Sie ein zirkuläres Geschäftsmodell erarbeiten wollen)

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

ENABLER

a) Zirkuläres
Produkt Re-Design

b) Digitalisierung

?

ROLLE in der
Wertschöpfung

Rechten Rand von Blatt 1 hier ansetzen und aufkleben

KPIs

(z.B. Verkaufszahlen
pro Quartal)

Partner

(z.B. Zulieferer benötigter
Komponenten oder
Materialien)

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

AUSGEWÄHLTES ZIRKULÄRES GESCHÄFTSMODELL- MUSTER

GESCHÄFTSMODELLVARIANTEN

Servicegrad

1

2

3

*Eigene Notizen
hier ablegen.*

AUSGEWÄHLTE
ROLLENKARTE

Eigene Notizen
hier ablegen.

Eigene Notizen
hier ablegen.

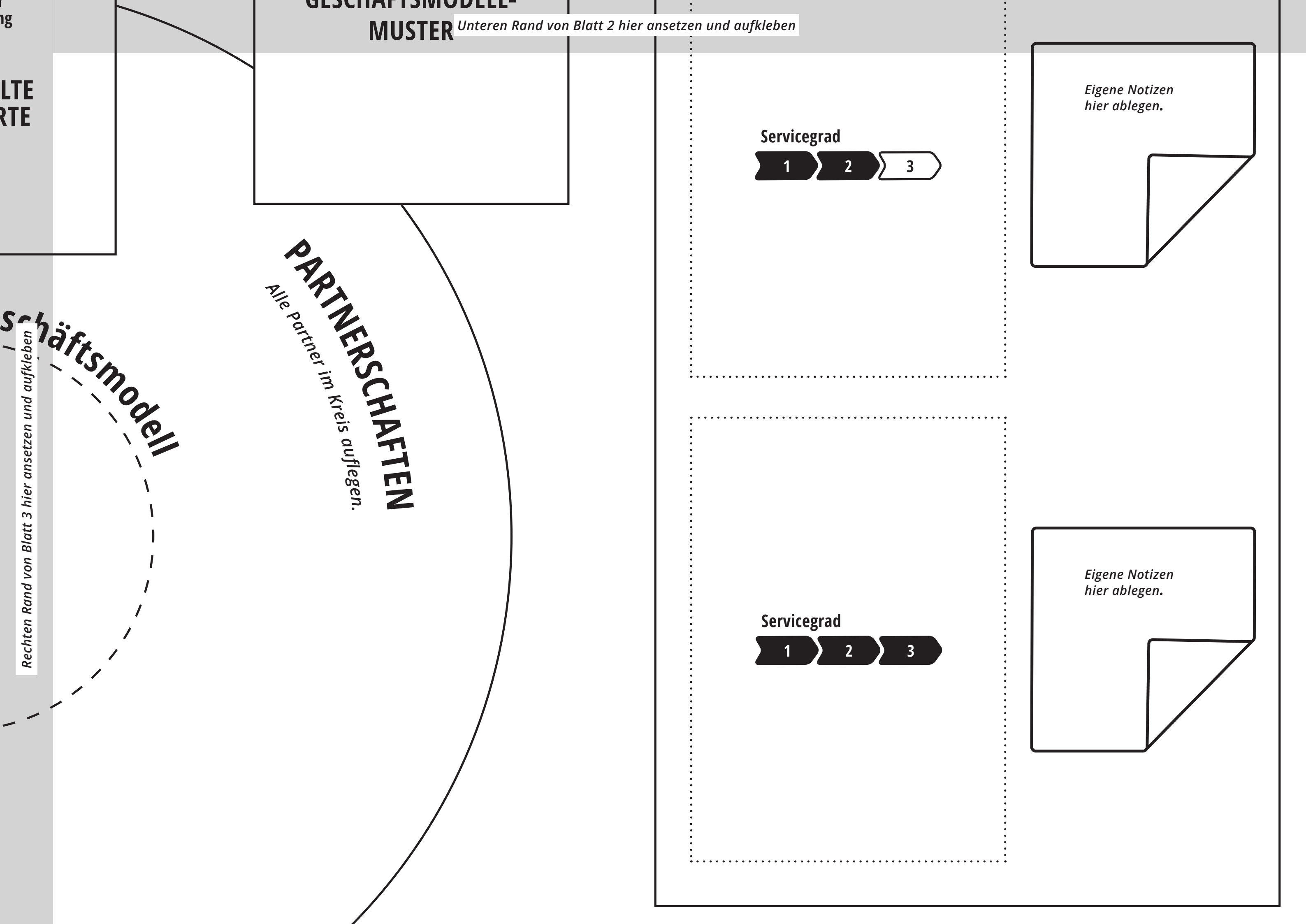
PARTNERSCHAFTEN
Alle Partner im Kreis auflegen.

Unser zirkuläres Geschäft

?

ROLLE in der
Wertschöpfung

ROLLENKARTEN
A bis J



EXPERIMENTIERCANVAS

Idee	Hypothesen	Test	Maßnahmen	(Erfolgs-)Monitoring
<div>z.B. Wie Netflix. Content-Anbieter für Fernsehinhalte werden. Alle Tätigkeiten ausser das Bereitstellen der Video-Inhalte ggf. an Partner auslagern.</div>	<div>Wir glauben, dass ... z.B. Kunden eher bereit sind Abos für Inhalte zu zahlen als Abos für Hardware wie Fernsehgeräte.</div>	<div>Um dies zu validieren, werden wir ... z.B. den Verkauf von drei spezifischen Streaming-Abos auf unserer Homepage simulieren und E-Mail-Adresse von Interessierten abfragen.</div>	<div>Dabei werden wir ... messen z.B. die Anzahl von Personen, die ihre E-Mail-Adresse angeben</div>	<div>Wir liegen richtig, wenn ... z.B. 500 E-Mailadressen in 3 Monaten erreicht werden oder 50 % aller Websitebesucher Interesse zeigen.</div>
	<div>Wir glauben, dass ...</div>	<div>Um dies zu validieren, werden wir ...</div>	<div>Dabei werden wir ... messen</div>	<div>Wir liegen richtig, wenn ...</div>

Quelle: Aufbauend auf: Test Card. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons. pp. 188; Circularity Deck Experimentation Workshop. 10.02.2022, online. Bocken, N., Konietzko, J., circularx.eu

PARTNERCANVAS



Partner

Wen brauchen wir und welche Rolle haben sie?



Bestehende Kontakte

Kennen wir bereits konkrete Ansprechpartner?



Intellectual Property

Was sind wir bereit mit unseren Partnern zu teilen?
(z.B. Daten, Kunden, Wissen, Einnahmen)



Vorteil für Partner

Welche Benefits können wir unseren Partnern bieten?
(z.B. Reputation, Wissen, Geld, Entwicklung neuer Skills)



Assessment

Wie messen wir das Commitment bzw. die Zuverlässigkeit unserer Partner?



Abwägung für uns

Antizipieren wir Herausforderungen aufgrund der Position oder der Macht unserer Partner in der Lieferkette?

PROJEKTCHART

Name des Projekts/ der Maßnahme _____

<div>Problem/Opportunity zugrundeliegende/s</div>	<div>Beschreibung des Projekts/ der Maßnahme</div>
<div>Involvierte Abteilungen und/ oder ext. Partner</div>	<div>Ziel(-gruppe) oder Key Performance Indicator (KPI)/Objectives and Key Results (OKR)</div>
<div>Risiken</div>	<div>Geplanter/ max.* Realisierungszeitraum</div>
<div>Chancen</div>	<div>Kapitalbedarf</div>
	<div>Erwarteter Return on Investment (ROI)</div>