

Abschnitt	Frage
Geschäftsmodelldesign	Ist das Unternehmen in einem Geschäftsfeld bzw. Markt tätig, in dem es einen stabilen und möglichst wachsenden Bedarf gibt?
Geschäftsmodelldesign	Erzielt das Unternehmen mit seinen Produkten höhere Margen / Deckungsbeiträge als die Mitbewerber?
Geschäftsmodelldesign	Ist Ihre Kostenstruktur deutlich anders und besser als die Ihrer Mitbewerber?
Geschäftsmodelldesign	Hat das Unternehmen eine höhere Effizienz im Verhältnis zu den Wettbewerbern?
Geschäftsmodelldesign	Liegt das Unternehmen mit seinem Kundennutzen seiner Produkte und Dienstleistungen vor den Wettbewerbern? (Übertrifft das Wertangebot die Konkurrenz maßgeblich in mindestens einer Hinsicht?)
Geschäftsmodelldesign	Kann das Unternehmen bessere Preismodelle bieten als die Mitbewerber?
Geschäftsmodelldesign	Wie leicht oder wie schwierig ist es für Kunden, zu einem anderen Anbieter zu wechseln?
Geschäftsmodelldesign	Bedingt jeder Verkauf eine neue Anstrengung oder führt er zu praktisch garantierten Folgeumsätzen und -käufen?
Geschäftsmodelldesign	Inwieweit bringt Ihr Geschäftsmodell Kunden oder Dritte dazu, für Sie kostenlos Wert zu schöpfen?
Geschäftsmodelldesign	Wie leicht können Sie wachsen, ohne auf Barrieren zu stoßen (z.B. Infrastruktur, Kundenbetreuung, Einstellung)?
Geschäftsmodelldesign	Haben Sie einen sehr gut funktionierenden und stabilen Marktzugang?
Geschäftsmodelldesign	Hat das Unternehmen eine dominierende Stellung im entsprechenden Marktsegment / in der Region?
Risiken	Ist der Markt stabil gegenüber konjunkturellen Schwankungen?
Risiken	Wie gut schützt Ihr Geschäftsmodell Sie vor der Konkurrenz?
Risiken	Werden potentielle Risiken (GF-Haftung, Regularien, Gesetzgebung etc.) in den Geschäftsfeldern sorgfältig analysiert und beobachtet?
Fokussierung	Werden die Ressourcen des Unternehmens konsequent auf die Angebote mit den besten Marktchancen fokussiert?
Fokussierung	Werden die besten Mitarbeiter des Unternehmens auf die chancenreichsten Geschäftsfelder angesetzt?
Fokussierung	Investiert das Unternehmen vorzugsweise in Geschäftsfelder, bei denen große Erfahrung vorliegt?
Fokussierung	Wird die Unternehmensstrategie immer wieder mit den Mitarbeitern diskutiert, dabei die Meinung der Mitarbeiter eingeholt und die Ergebnisse der Strategieplanung gut kommuniziert?
Zukunft	Werden bereits erfolgreiche Geschäftsmodelle konsequent multipliziert?
Zukunft	Sind die Unternehmensprozesse konsequent auf Angebote ausgerichtet, die in Zukunft Erträge bringen?
Zukunft	Werden unprofitable Unternehmens- bzw. Angebotsbereiche konsequent verbessert oder aufgegeben?

Zukunft	Werden neue Geschäftsmodelle schnell / konsequent im Markt eingeführt?
Controlling	Unterliegt der Strategieprozess einer zyklischen Verbesserung sowie permanenten Fortentwicklung und kann dies nachgewiesen werden?

Abschnitt	Frage
Geschäftsmodell	Ist das Wertangebot in ein gutes Geschäftsmodell eingebettet?
Konzentration	Konzentriert sich das Wertangebot auf die wichtigsten Aufgaben, die größten Probleme und die entscheidenden Gewinne?
Problemlösung	Konzentriert sich das Wertangebot auf unerledigte Aufgaben, ungelöste Probleme und nicht erzielte Gewinne?
Fokus	Zielt das Wertangebot nur auf einige Problemlöser und Gewinnerzeuger ab, dies jedoch außerordentlich gut?
Integration	Berücksichtigt das Wertangebot sowohl funktionale als auch emotionale und soziale Aufgaben?
Erfolgsmessung	Korrespondiert das Wertangebot damit, wie die Kunden Erfolg bemessen?
Gewinne	Konzentriert sich das Wertangebot auf Aufgaben, Probleme oder Gewinne, die eine große Anzahl von Kunden haben oder für die eine kleine Anzahl bereit ist, viel Geld zu bezahlen?
Wettbewerbsunterscheidung	Unterscheidet sich das Wertangebot in wichtiger Hinsicht vom Wettbewerb?
Konkurrenz	Übertrifft das Wertangebot die Konkurrenz maßgeblich in mindestens einer Hinsicht?
Nachahmung	Ist es schwer das Wertangebot nachzuahmen?

Abschnitt	Frage
Wechselkosten	Wie leicht oder wie schwierig ist es für Kunden, zu einem anderen Anbieter zu wechseln?
Wiederkehrende Einkünfte	Ist jeder Verkauf eine neue Anstrengung, oder führt er zu praktisch garantierten Folgeumsätzen und -käufen?
Einkünfte vs. Ausgaben	Haben Sie Einkünfte, ehe Sie Ausgaben haben?
Bahnbrechende Kostenstruktur	Ist Ihre Kostenstruktur deutlich anders und besser als die Ihrer Mitbewerber?
Die Arbeit erledigen andere	Inwieweit bringt Ihr Geschäftsmodell Kunden oder Dritte dazu, für Sie kostenlos Wert zu schöpfen?
Erweiterbarkeit	Wie leicht können Sie wachsen, ohne auf Barrieren zu stoßen (z.B. Infrastruktur, Kundenbetreuung, Einstellung)?
Schutz gegen die Konkurrenz	Wie gut schützt Ihr Geschäftsmodell Sie vor der Konkurrenz?