

## Checkliste für den AGZ- Geschäftsmodell-Workshop

### Tipps für die Planung des Workshops:

- Legen Sie zunächst Ziele und Erwartungen des Workshops fest
- Legen Sie den Zeitbedarf fest. Aufgrund der strategischen Fragestellungen empfiehlt es sich ein etwas großzügiges Zeitfenster zu vereinbaren, am besten (mehr als) einen ganzen Workshop-Tag.
- Klären Sie die erforderlichen Teilnehmer\*innen sowie Begleitung und Moderation des Workshops. Eine separate Moderation hilft Ihnen effizient und zielgerichtet auch in Diskussionsphasen des Workshops zu bleiben und spart meistens Zeit.
- Wann und wo soll der Workshop stattfinden? Ein Präsenzworkshop ist bei diesen Fragestellungen meist hilfreicher als ein virtuelles Treffen.
- Legen Sie Raumausstattung und Vorbereitung fest. Ein freundlicher Raum mit Tageslicht, gut ausgestattet mit Moderationsmaterial, Pinnwänden, Karten und Stiften sowie Getränken und passenden Rahmenbedingungen unterstützt sehr eine erfolgreiche Workshop-Durchführung. Wer soll sich darum als auch um die inhaltlichen Vorbereitungen kümmern?

### Organisatorische Checkliste:

#### A) Ziel(e) des Workshops

(zutreffendes Auswählen)

- Ein erfolgreiches Geschäftsmodell für das potenzielle AGZ herausarbeiten
- Das Geschäftsmodell mit potenziellen AGZ-Partner\_innen abstimmen und festlegen.
- Weitere Ziele:

#### B) Zeitbedarf

Wir investieren in die Aufgabenstellung des Workshops

- .... Stunden
- Einen halben Tag
- Einen ganzen Tag
- ... Tage

**(Wunsch)Termin:**

**Veranstaltungsort:**

#### C) Workshop-Teilnehmer\*innen

Externe Unterstützung erwünscht:

- Ja
- Nein

(Erfahrene) Moderation des Workshops durch:

Folgende Personen sind im Workshop erforderlich(MUSS) bzw. unterstützend(SOLL):

Name	Position	Rolle (Betreiber_in / AGZ-Partner_in / andere Rolle *)	Muss	Soll

\* Wählen Sie eine Gruppengröße von etwa 5 bis maximal 9 Personen. Entscheiden Sie, welche Personen in den Rollen als Betreiber\_in und AGZ-Partner\_innen dabei sein sollen. Wählen Sie auch Personen, welche gut in der Rolle der Strateg\_in und in der Rolle der kreativen Innovator\_in sind und damit strategische und innovative Überlegungen in die Geschäftsmodell-Entwicklung einbringen. Auch die Rolle der Kritiker\_in / Advocatus diaboli sollte für ein gutes Ergebnis vergeben sein.

## D) Rahmenbedingungen

Um die organisatorische Vorbereitung (Terminplanung, Raumbuchung, Raumausstattung, usw.) kümmert sich:

Raumausstattung/Rahmenbedingungen:

- Ausreichend großer Raum mit Tageslicht (ca. 5 qm pro Person)
- Bestuhlung: Stuhlhalbkreis (empfohlen) / U-Form / Konferenzbestuhlung
- Arbeitsbereiche für Kleingruppen?
- Medienausstattung:
  - Beamer/Leinwand/Bildschirm
  - Flipchart Anzahl:
  - Moderations-/Pinnwände Anzahl:
  - Moderationskoffer mit Stiften und Moderationskarten/Postit's
- Technik (bei (teil-)virtueller Teilnahme)
  - Ton/Mikrofon
  - Kamera
  - Licht
  - Bildschirm
- Materialtische Anzahl:
- Getränke (Wasser, Kaffee/Tee, Softgetränke)
- Speisen/Catering:

Weitere Anforderungen:

### Tipps für die Durchführung/Moderation des Workshops:

- Gestalten Sie einen auflockernden Einstieg/Kennenlernen, um Interaktion und wertschätzende Zusammenarbeit zu fördern.
- Geben Sie Ihren Teilnehmer\*innen zunächst einen Überblick über Ziele, Inhalte, Vorgehensweise und Ergebniserwartung des Workshops.
- Klären Sie Rollen und Verantwortung.
- Erfragen Sie Erwartungen und Einverständnis mit der Vorgehensweise.
- Bearbeiten Sie die verschiedenen Themenbereiche zielgerichtet und lösungsorientiert. Steuern Sie die Beiträge der Teilnehmer\*innen so, dass jede/r zu Wort kommen kann und alle Beiträge angemessen gehört werden.
- Nehmen Sie Störungen und Widerstände im Prozess ernst und wichtig. Versuchen Sie sie allerdings sachlich und zielgerichtet zu moderieren.
- Machen Sie Pausen und sorgen Sie für Bewegung.
- Halten Sie die Ergebnisse schriftlich und gut sichtbar für alle fest. Ringen Sie ggf. im Workshop um die richtige Formulierung, um aufwändige Abstimmungen und Nacharbeiten nach dem Workshop zu vermeiden.

- Fassen Sie die Ergebnisse nach jedem Teilschritt und am Ende nochmal zusammen und erfragen Sie die Zustimmung der Teilnehmer\*innen.
- Vereinbaren Sie die nächsten Schritte, Termine und Verantwortlichkeiten bevor der Workshop zu Ende ist.
- Reflektieren Sie am Ende die Zufriedenheit der Teilnehmer\*innen mit der Arbeitsweise und mit den Ergebnissen der gemeinsamen Arbeit.

Inhaltliche Fragestellungen im Geschäftsmodell-Workshop:
--

#### Grundsätzliche Erfolgsvision:

- Erfolgsdefinition** – Wie wird der Erfolg des AGZ definiert? Wann ist das AGZ in den Augen der Beteiligten „erfolgreich“?
- Vision/Mission** – Welche Vision, welche Mission steht hinter der Idee der AGZ-Gründung?
- Leitbild** – Welche Identität/welches Leitbild wird für den AGZ mit der Vision und Mission verbunden? Wer oder Was ist der AGZ (metaphorisch)?
- Leitziel** – Welche konkreten Leitziele wird aus der Vision und Mission für den AGZ angestrebt?
- Werte** – Welche Werte und Überzeugungen leiten die Zusammenarbeit im und mit dem AGZ?

#### Strategische Geschäftsmodell-Entwicklung:

- Umweltbedingungen** – Welche heutigen und zukünftigen äußeren Rahmenbedingungen und Trends beeinflussen den AGZ?
- Unternehmensbedingungen** – Welche heutigen und zukünftigen Rahmenbedingungen der Partner\_innen-Unternehmen und der Betreiber\_in beeinflussen den AGZ?
- Strategische Handlungsfelder** – Welches sind die potenziellen strategischen Handlungsfelder für die Realisierung der Zielstellungen?
- Wachstumsstrategie** – Welche Möglichkeiten der Ausweitung / des Wachstums des AGZ gibt es/werden angestrebt?
- Diversifizierungsstrategien** – Welche Möglichkeiten der Ausweitung in andere Themengebiete gibt es/werden angestrebt?
- Nischenstrategie** – Welche Möglichkeiten der Besetzung einer spezifischen Nische gibt es/werden angestrebt?
- Innovationsstrategie** – Welche Möglichkeiten der Veränderung des AGZ-Erfolges durch Innovationen und Entwicklungen gibt es/werden angestrebt?
- Geschäftsfelderweiterung** – Welche Strategien zur Erweiterung des Leistungsumfanges/zur Geschäftsfelderweiterung des AGZ sind geplant?
- Exklusivität** - Sollen die Mitarbeiter\_innen Arbeitsleistungen ausschließlich für den AGZ erbringen oder auch im Rahmen von Aufträgen für weitere Unternehmen/Kunden?
- Offenheit** - Soll der AGZ offen sein für weitere Mitgliedsunternehmen?

- Strategien** – Welche konkrete Strategie (Wachstum, Diversifizierung, Nischen- oder Innovationsstrategien) wird aktuell für den AGZ vereinbart?
- Zielsetzungen** – Welche konkreten Ziele werden für welchen Zeitraum (1 Jahr/3 Jahre/ 5-10 Jahre) vereinbart?
- Zielsteuerung** - Wie wird überprüft, ob der AGZ seine selbstgesteckten Ziele erreicht? Wie werden die Wirkungen des AGZ erfasst und evaluiert?

Geschäftsmodellfestlegung (in Anlehnung an Business Modell Canvas von Osterwalder/Pigneur):

- Kund\_innen** – Wer sind die Hauptkunden des AGZ (nur Partner\_innen-Unternehmen oder auch andere Unternehmen? Was kennzeichnet diese Unternehmen?
- Kundenbeziehung** – Welche Werte prägen die Beziehung zu den Kund\_innen?
- Kanäle** – Über welche Wege und Verbindungen besteht der Kund\_innen-Kontakt und die Leistungserbringung?
- Wertangebote** – Welche Angebote und Leistungen erhalten die Kund\_innen?
- Nutzenversprechen** – Welches konkrete Nutzenversprechen wird den Kund\_innen zusammen mit den Angeboten und Leistungen unterbreitet? Wie kann dieses Nutzenversprechen gemessen werden?
- Schlüsselaktivitäten** – Welche Hauptaktivitäten sind zur Realisierung des Geschäftserfolges und des Nutzenversprechens erforderlich?
- Schlüsselressourcen** – Welche Schlüsselressourcen braucht der Erfolg des AGZ?
- Schlüsselpartner\_innen** – Welche Schlüsselpartner\_innen sind für den Erfolg des AGZ erforderlich/hilfreich?
- Einnahmen/Erlöse** – Welches sind die Haupteinnahme-/erlösquellen des AGZ?
- Ausgaben/Kosten** – Welches sind die Hauptkosten- bzw. -ausgabenposten des AGZ?
- Gewinnerzielungsabsicht** - Soll der AGZ Gewinn erwirtschaften? Wie wird dies realisiert?

Rahmenbedingungen der Umsetzung

- Umsetzungsplan** - Wann soll/kann gegründet werden? Ab wann soll der AGZ Mitarbeiter\_innen beschäftigen?
- Vorfinanzierungsbedarf** - Wie hoch ist der Vorfinanzierungsbedarf?
- Vorfinanzierungsrisiko** - Wie wird das Vorfinanzierungsrisiko geregelt? (2 Monate müssen zu Beginn / stets vorfinanziert sein.)
- Rechtsform** - Welche Rechtsform soll der AGZ haben?
- Name** - Wie soll der AGZ heißen und warum?