

# Klarheit schaffen für euren **Marktplatz:**

Der Platform Business Model Canvas  
als Herzstück eures Projektes



# Inhaltsverzeichnis

<u>03</u>	<u>Eure Reise zum eigenen Online-Marktplatz</u>	<u>10</u>	<u>Was ihr beim Ausfüllen merken werdet</u>
<u>04</u>	<u>Was ist der Plattform Business Model Canvas?</u>	<u>11</u>	<u>Braucht ihr einen Sparringspartner?</u>
<u>06</u>	<u>Der Plattform-Business- Model-Canvas im Fokus</u>	<u>12</u>	<u>Eure Marktplatz-Roadmap</u>
<u>07</u>	<u>1. Ebene: Wer ist an eurem Marktplatz beteiligt?</u>	<u>13</u>	<u>Mehr zum Thema</u>
<u>08</u>	<u>2. Ebene: Problem, Lösung und Wertschöpfung</u>		
<u>09</u>	<u>3. Ebene: Ressourcen, Ökonomie und Netzwerkeffekte</u>		

# Eure Reise zum eigenen Online-Marktplatz

Viele Plattform-Projekte scheitern nicht an der Technologie, sondern weil das Geschäftsmodell dahinter nicht durchdacht wurde.

Der Plattform Business Model Canvas schafft Klarheit und hilft euch, euren eigenen Marktplatz bis in die Tiefe zu durchdenken:

- Wer sind eure NutzerInnen und wie funktionieren Netzwerkeffekte?
- Wie verdient ihr Geld?
- Wo sind die Kosten versteckt?

Dieses Whitepaper führt euch durch die wichtigsten Bereiche des Canvas. Ihr könnt es als Selbst-Check nutzen oder als Einstieg in ein Gespräch mit uns. Ihr entscheidet.

[Jetzt Termin wählen](#)

[oder Nachricht schicken](#)



# Was ist der Plattform-Business-Model-Canvas?

Der klassische Business-Model-Canvas von Prof. Dr. Alexander Osterwalder ist ein bewährtes Werkzeug. Für Marktplätze und Plattformen kann er aber die Komplexität nicht ausreichend abbilden.

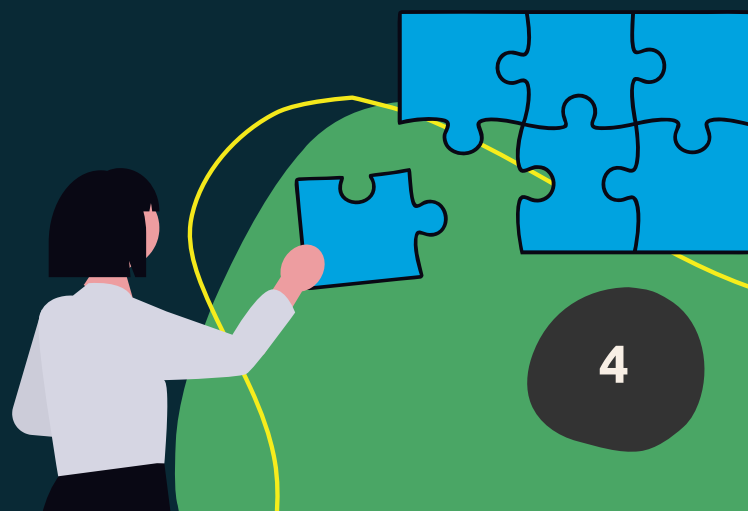
Denn: Er denkt in einer einzelnen Zielgruppendifferenzdimension. Unser Plattform BMC berücksichtigt hingegen das ganze Ökosystem. Wer verbindet sich mit wem und warum?

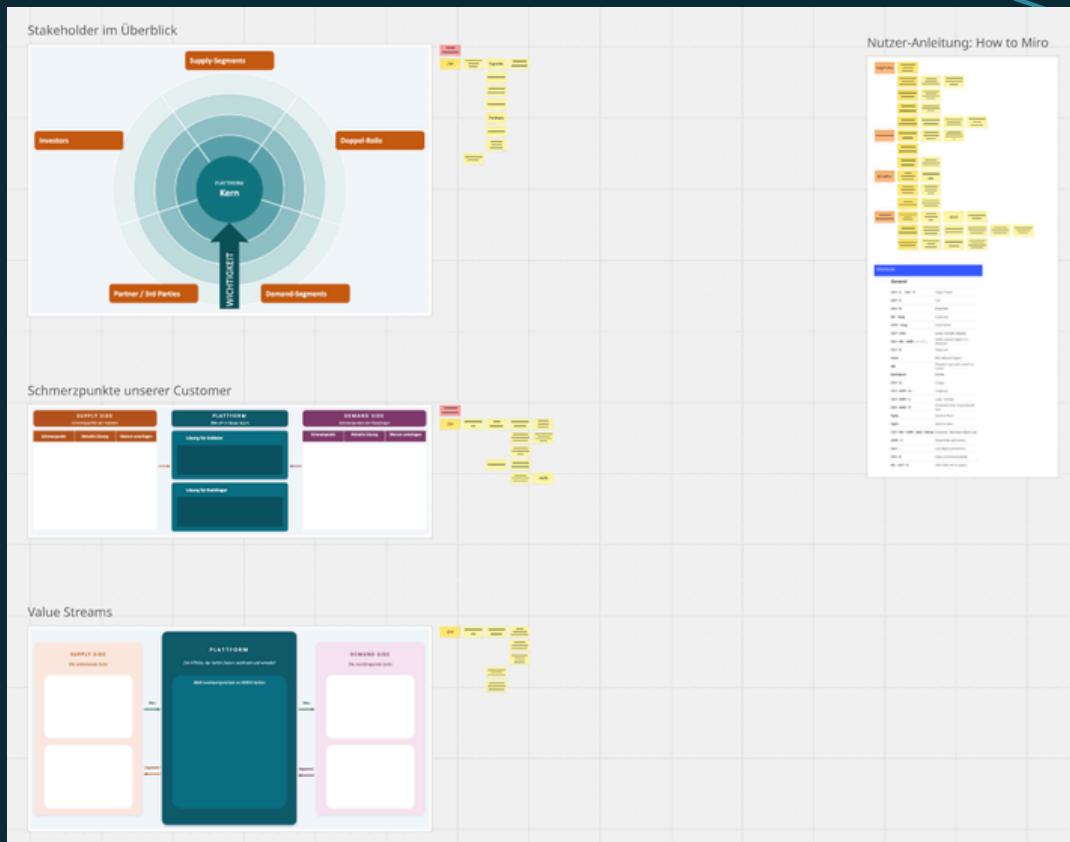
Marktplätze verbinden immer zwei Seiten, eine Anbieterseite (Supply) und eine Nachfrageseite (Demand).

Die entscheidende Frage ist nicht nur, was ihr anbietet, sondern wie diese beiden Seiten miteinander interagieren und welche Effekte dabei entstehen.

Genau dafür haben wir unseren Plattform-Business-Model-Canvas entwickelt. Er ordnet euren Marktplatz in drei Flugebenen, von der Vogelperspektive bis ins Detail. Die hohe Flugebene klärt, wer überhaupt beteiligt ist: Anbieter, Nachfrager, Doppelrollen, Partner und weitere Stakeholder. Die mittlere Flugebene klärt das Nutzerproblem, eure Lösung und den Wertfluss zwischen den Seiten. Die tiefe Flugebene geht ins Detail: Ressourcen, Ökonomie und Netzwerkeffekte.

Das Grundmodell aus Supply-Seite, Plattform und Demand-Seite zieht sich durch alle Ebenen. Die Netzwerkeffekte bekommen dabei besonderes Gewicht, denn sie sind das Herzstück jedes Marktplatzes.





Ihr wollt direkt loslegen?

Den vollständigen Canvas mit allen Feldern stellen wir euch in unserem kostenlosen Miro-Board zur Verfügung.

[Board bei Henri anfragen](#)

(oder einfach direkt eine E-Mail schicken an [platforms@wunschloesung.com](mailto:platforms@wunschloesung.com), z.B. mit dem Text: Hi Henri, bitte schick mir den Link zum Plattform BMC!)

# Der Plattform-Business-Model-Canvas im Fokus

Der Canvas ist in drei Flugebenen aufgebaut.

Die hohe Flugebene klärt, wer beteiligt ist. Die mittlere klärt Problem, Lösung und Wertfluss. Die tiefe geht in Ressourcen, Ökonomie und Netzwerkeffekte.

Wir gehen die drei Ebenen der Reihe nach durch. Viele Teams merken schon auf den oberen Ebenen: Fragen, die sie längst beantwortet glaubten, sind es (noch) nicht.



# 1. Ebene: Wer ist an eurem Marktplatz beteiligt?

## Was dieser Bereich bedeutet

Die hohe Flugebene verschafft euch den Überblick über alle Akteure. Im Zentrum steht die Plattform als Kern, darum gruppieren sich die Beteiligten: die Supply-Seite (Anbieter), die Demand-Seite (Nachfrager), Akteure mit Doppelrolle, die mal anbieten und mal nachfragen, sowie Partner, 3rd Parties, Wettbewerber und nicht aktiv beteiligte Stakeholder wie Investoren oder gesetzliche Rahmenbedingungen.

Wichtig ist die Unterteilung in Segmente. "Die Anbieter" oder "die Kunden" sind in ihren Bedürfnissen unterschiedlich und sollten individuell adressiert werden.

## Warum es entscheidend ist

Diese Ebene ist die Landkarte, auf der alle weiteren Akteure aufbauen. Ein häufiger Fehler: Doppelrollen zu übersehen. Wer auf eurer Plattform gleichzeitig Anbieter und Nachfrager sein kann, verändert die Dynamik grundlegend.

## Eure Aufgaben:

- Benennt Supplier und Customers und unterteilt sie in Segmente
- Identifiziert Akteure mit Doppelrollen
- Tragt Partner, 3rd Parties und Competitors ein
- Ergänzt nicht aktiv beteiligte Stakeholder, die dennoch Einfluss haben



## 2. Ebene: Problem, Lösung und Wertschöpfung

### Was dieser Bereich bedeutet

Diese Ebene besteht aus zwei Teilen. Der erste dreht sich um das Problem: Wer hat welchen Schmerzpunkt, wie wird er aktuell gelöst und was bedeutet das für die Zielgruppe, monetär (Kosten) wie nicht-monetär (unpraktisch, fehleranfällig, Engpass). Darauf folgen eure Lösung und die Frage, warum sie der aktuellen überlegen ist, aufgeschlüsselt nach Funktion, Vorteil und Mehrwert.

Hier steckt euer Alleinstellungsmerkmal (USP): Euer Wertversprechen ist genau dann stark, wenn eure Lösung die Schmerzpunkte trifft, die heute schlecht gelöst sind. Ein austauschbares Angebot löst kein echtes Problem besser als der Status quo.

Der zweite Teil hinterfragt: Wer schöpft Wert und wer profitiert, in welche Richtung fließen Geld und Ressourcen, welchen Gegenwert erwartet die bereitstellende Seite und wie bleibt das Ganze im Gleichgewicht?

### Warum es entscheidend ist

Ein Marktplatz funktioniert nur im Gleichgewicht, wenn beide Seiten Wert erhalten und geben. Im Extremfall kippt das Gleichgewicht, eine Seite wandert ab und der Kreislauf bricht.

### Eure Aufgaben:

Problem-Lösung-Tabelle:

- Beschreibt das Problem je Segment
- Haltet fest, wie es aktuell gelöst wird und was das kostet
- Formuliert eure Marktplatz-Lösung und warum sie überlegen ist

Wertschöpfungs-Tabelle:

- Bestimmt Wertschöpfer + Profiteure
- Klärt Richtung von Wert und Gegenwert



# 3. Ebene: Ressourcen, Ökonomie und Netzwerkeffekte

## Was dieser Bereich bedeutet

Wir gehen ins Detail:

Der erste Abschnitt bündelt vier Bereiche. Customer und Supplier-Experience (über welche Channels und Touchpoints ihr beide Seiten erreicht), Ressourcen (Key Data, Key People & Skills, Key Infrastructure) und Ökonomie (Cost Structure, Revenue Elements, Value Capture). Diese Bereiche zeigen, was die Plattform braucht, um für alle Beteiligten Wert zu schaffen, und daraus Einnahmen zu generieren.

Der zweite Abschnitt behandelt die Netzwerkeffekte, das Herzstück jedes Marktplatzes. Je Effektart prüft ihr Auslöser, Effekt, Verstärkung und ob daraus eine Chance oder ein Risiko entsteht.

## Warum es entscheidend ist

Selten zahlen Anbieter und Nachfrager auf dem Marktplatz gleich viel ein. Oft wird eine der beiden Seiten subventioniert, um sie aufzubauen. Netzwerkeffekte zwischen den Akteuren entscheiden am Ende, ob euer Marktplatz skaliert oder stagniert.

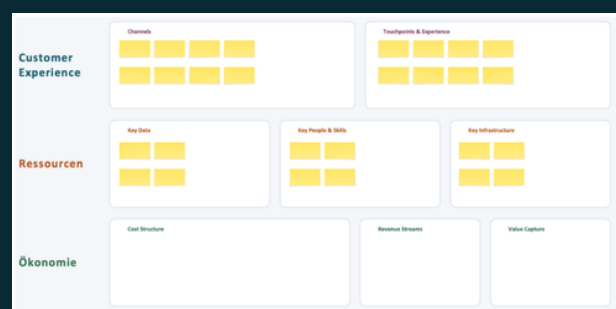
## Eure Aufgaben:

Framework Ressourcen & Ökonomie:

- Legt Channels und Touchpoints je Seite fest
- Bestimmt Key Data, Skills und Infrastructure
- Klärt Cost Structure, Revenue Elements und Value Capture

Framework Netzwerkeffekte:

- Tragt Auslöser, Effekt und Verstärkung ein
- Bewertet je Effekt potentielle Chancen oder Risiken und inwieweit ihr sie kontrollieren könnt



# Was ihr vielleicht beim Ausfüllen merken werdet:

Der Canvas ist ein Arbeitsdokument.

Viele Teams starten mit dem Gefühl, ihre Antworten schon zu kennen, und merken beim Schreiben, dass die Antworten weniger präzise sind als gedacht.

Keine Sorge: das ist total normal (und Sinn der Übung).

Diese Unsicherheiten aufzudecken, bevor ihr Zeit und Geld investiert, ist genau das Ziel dieses Modells. Je früher ihr sie klärt, desto besser.

Deswegen solltet ihr genau an diesem Punkt ansetzen.

## Typische Erkenntnisse:

- "Wir haben noch keine klare Marktplatz-Aufbaustrategie."
- "Unser Monetarisierungsmodell ist noch nicht final."
- "Wir haben noch nicht über Netzwerkeffekte nachgedacht."



# Wir wissen wie schwer es ist ...

Wir begleiten und bauen Plattformen und Marktplätze seit über 11 Jahren. Der Canvas ist fester Bestandteil unserer gemeinsamen Arbeit mit KundInnen, weil er sich in der Praxis bewährt hat.

Wenn ihr den Canvas selbst ausfüllen wollt: perfekt. Wenn ihr merkt, dass ihr Fragen habt oder einen zweiten Blick gebrauchen könntet: Sprecht uns an.

Und noch eine kurze Anmerkung zum Thema Datenschutz: Manche zögern, ihr Geschäftsmodell offen zu teilen. Das verstehen wir gut. Wir bieten auf Wunsch ein NDA an, bevor wir tiefer einsteigen. Meldet euch dafür gerne bei uns.

Hi! Wir sind's, die wunschlösung.

Wir glauben daran, dass Marktplatz-Geschäftsmodelle nur dann erfolgreich sind, wenn die richtige Software, Plattform- und Business-Knowhow zusammenkommen. Deswegen bringen wir nicht nur exzellente IT mit, sondern auch jahrelange Erfahrung im Bereich Prozessoptimierung, Innovation und Business Modeling.

Wir sind kein klassischer IT-Dienstleister, der umsetzt, was ihm gesagt wird. Wir denken mit, beim Geschäftsmodell genauso wie bei der Technologie.

*Coca-Cola® Kellogg's*

 **HÖRBURGER**  
CONTROL SYSTEMS  
A Bosch Company

**VIESSMANN**

[Jetzt Termin wählen](#)

[oder Nachricht schicken](#)

# Die Marktplatz-Roadmap: So geht's weiter

Habt ihr Lust, mit uns weiterzumachen? Dann habt ihr folgende, kostenlose Optionen:

## Option 01

### Miro-Board-Link

Ihr bekommt Zugang zu unserem editierbaren Platform Business Model Canvas auf einem Miro-Board. **Alle Felder, übersichtlich, direkt nutzbar.** Ihr müsst nichts herunterladen oder installieren, nur dem Link folgen und los geht's. Schreibt einfach an [platforms@wunschloesung.com](mailto:platforms@wunschloesung.com) oder ruft an unter 0176 89910715.

## Option 02

### Kurzes Gespräch mit Henri



Henri kümmert sich bei der wunschlösung um die Plattform-Community. Er vernetzt und unterstützt KundInnen und Partner auf dem Weg zu ihrer eigenen Plattform. Entweder ruft er euch an, oder ihr meldet euch bei uns. **Wir sprechen über eure ersten Eindrücke, beantworten Fragen und schauen gemeinsam, wo ihr steht.** Und wir versprechen: keine Verkaufspräsentation und kein Druck.  
[hbc@wunschloesung.com](mailto:hbc@wunschloesung.com) | 0176 89910715

## Option 03

### Deep Dive mit Christian



Wenn ihr tiefer gehen wollt: Christian, unser Business- und Marktplatzexperte, steigt gemeinsam mit euch ins Modell ein. **Wir testen Hypothesen, hinterfragen Annahmen und schärfen zusammen mit euch eure Roadmap.** Das ist der Schritt, in dem aus einer Idee ein belastbares Fundament wird.

[Jetzt Termin wählen](#)

[oder Nachricht schicken](#)

Übrigens: Mit unserem Marketplace-Wizard können wir euren Wunsch-Marktplatz gemeinsam und live als erste Iteration visualisieren. Manchmal hilft ein klares Bild mehr als tausend Stichpunkte.

# Mehr zum Thema?

<a href="#">Blog</a>	Hier findet ihr unsere Artikel über Marktplätze, digitale Plattformen und Geschäftsmodell-Entwicklung.
<a href="#">Website</a>	Auf unser Website findet ihr eine Übersicht über unsere Leistungen, Projekte und das Team hinter der wunschlösung. Entdeckt, wie wir gemeinsam mit unseren Kunden individuelle Lösungen schaffen und ihre Marktplätze & Plattformen zum Erfolg führen.
Bleibt auf dem Laufenden	Bleibt auf dem Laufenden: Um stets aktuelle Informationen, Tipps und Neuigkeiten aus der Welt der Marktplatzentwicklung zu erhalten, könnt ihr uns auch auf unseren Social-Media-Kanälen folgen.



[Jetzt Termin wählen](#)

[oder Nachricht schicken](#)