

# BEWERTUNG KMU-CANVAS RISIKOANALYSE

UNTERNEHMEN: \_\_\_\_\_ ERSTELLT VON: \_\_\_\_\_ DATUM: \_\_\_\_\_

Nr.	Herausforderungen & Risiko	Risikokosten	Eintrittswahrscheinlichkeit	Priorität	Risikomaßnahme
1					
2					
3					
4					
5					
6					

**1. Identifizieren Sie Ihre Risiken.** Sammeln Sie die blauen Post-ist Ihres KMU Canvas und tragen Sie diese in der Spalte »Herausforderungen & Risiko« ein.

**2. Bewerten Sie Ihre Risiken:** Sind die zu erwarteten Kosten beim Eintritt des Risikos hoch, mittel oder niedrig? Tragen Sie Ihre Einschätzung unter »Risikokosten« ein. Wie hoch schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass das Risiko eintritt? Halten Sie auch hier Ihre Einschätzung mit hoch, mittel und niedrig fest und tragen sie danach die korrekte Priorisierung in die Tabellenspalte ein.

**3. Formulieren Sie präventive Risikomaßnahmen.** Identifizieren Sie nun jene Risiken, die die Priorität 1 und 2 aufweisen und überlegen Sie, welche präventiven Risikomaßnahmen sie erfordern würden.

Priorität	Risikokosten	Eintrittswahrscheinlichkeit
1	hoch hoch	hoch mittel
2	hoch mittel mittel mittel niedrig	mittel hoch mittel niedrig hoch
3	niedrig niedrig	mittel niedrig



# BEWERTUNG KMU-CANVAS CHANCENANALYSE

UNTERNEHMEN:

ERSTELLT VON:

DATUM:

Nr.	Möglichkeiten & Chancen	Mehrwert	Aufwand	Priorität	Gewinn aus den Vorteilen der Chance
1					
2					
3					
4					
5					
6					

- 1. Identifizieren Sie Ihre Chancen.** Betrachten Sie die grünen Post-its auf Ihrem KMU Canvas und tragen Sie diese in die Spalte »Möglichkeiten & Chancen« ein.
- 2. Bewerten Sie Ihre Chancen** mit der Einschätzung niedrig, mittel und hoch mit Hilfe nachfolgender Tabelle. Schätzen Sie zuerst den potenziellen Mehrwert und dann den Aufwand, um diese Chance umzusetzen, ein. Tragen sie danach die korrekte Priorisierung in die Tabellenspalte ein.
- 3. Formulieren Sie Maßnahmen zur Realisierung der Chancen.** Identifizieren Sie nun jene Chancen, die die Priorität 1 und 2 aufweisen und überlegen Sie, welche Maßnahmen erforderlich wären, um die Chance in die Realität umsetzen zu können und welche Gewinne Sie und Ihre Kunden daraus haben werden.

Priorität	Mehrwert	Aufwand
1	hoch hoch	niedrig mittel
2	hoch mittel mittel mittel niedrig	hoch niedrig mittel hoch niedrig
3	niedrig niedrig	mittel hoch