

BUSINESS MODEL CANVAS

Schlüssel-partnerschaften ▪ Wer sind Eure Schlüsselpartner:innen? ▪ Welche Schlüsselressourcen bezieht Ihr von Euren Partner:innen? ▪ Welche Schlüsselaktivitäten üben Eure Partner:innen aus? ▪ Welche Partner:innen können Euch bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen unterstützen? (z. B. Verbände/ Forschungsinstitute)	Schlüsselaktivitäten ▪ Welche Schlüsselaktivitäten erfordert Euer Unternehmen in den verschiedenen Bereichen? ▪ Ergeben sich Chancen (Qualität, Versorgungssicherheit, Reputation etc.) aus einer ökologischen und sozialverträglichen Ausrichtung? ▪ Welche Aktivitäten führt Ihr selbst aus, bei welchen wollt Ihr mit Partner:innen zusammenarbeiten? ▪ Wie sieht der Realisierungsfahrplan vor und nach der Gründung aus? Schlüsselressourcen ▪ Welche Schlüsselressourcen erfordert Euer Unternehmen in den verschiedenen Bereichen? ▪ Inwieweit sichert eine klare Nachhaltigkeitsausrichtung die Gewinnung von Schlüsselressourcen (z. B. Mitarbeiter:innen, Geldgeber:innen, Marktpartner:innen)? ▪ Welche Standortfaktoren sind für Euer Unternehmen wichtig? ▪ Welche Rechtsform hat Euer zukünftiges Unternehmen? ▪ Wer übernimmt welche Aufgaben im Unternehmen und sind die Kompetenzen der Personen adäquat beschrieben und belegt? (Lebensläufe beifügen)	Wertangebote ▪ Welche Produkt- und Dienstleistungspakete bietet Ihr Euren Kundensegmenten und wie unterscheiden sie sich vom Wettbewerb? ▪ Welche Kundenbedürfnisse erfüllt Ihr? ▪ Welche Probleme helfe Ihr durch Euer Produkt / Eure Dienstleistung zu lösen? ▪ Was genau ist der Kundennutzen? ▪ Wie kann der Kundennutzen durch Nachhaltigkeitsaspekte erhöht werden?	Kundenbeziehungen ▪ Welche Art von Beziehung passt zu Eurem Kundensegment, zu Eurem Angebot und zu Eurer Strategie? ▪ Welche Erwartungen haben Eure Kunden:innen bezüglich ökologischer und sozialer Aspekte? ▪ Wie kostenintensiv sind die Kundenbeziehungen? ▪ Wie können sie in Euer Geschäftsmodell integriert werden? Kanäle ▪ Über welche Kommunikations- und Vertriebskanäle wollt Ihr Eure Kunden:innen erreichen? ▪ Können durch die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten neue Kanäle erschlossen werden? ▪ Wie kostenintensiv sind die Kanäle? ▪ Wie können diese Kanäle in Euer Unternehmen und in Eure Abläufe integriert werden? ▪ Welche funktionieren am besten?	Kundensegmente ▪ Wer sind Eure wichtigsten Kunden:innen? ▪ Wie ist der Markt strukturiert (Kunden:innen, Mitbewerber:innen, Trends, z. B. technologische, ökologische, soziale und ökonomische)? ▪ Wie kann durch die Beachtung von Nachhaltigkeitsprinzipien wie Energieeffizienz, Gesundheitsverträglichkeit oder Fair Trade ein Wettbewerbsvorteil erreicht werden? ▪ Wer sind die wichtigsten Wettbewerber:innen?
Kostenstruktur ▪ Welches sind die wichtigsten mit Eurem Geschäftsmodell verbundenen Kosten? ▪ Welche Schlüsselressourcen und -aktivitäten sind am teuersten? ▪ Wie können Einsparungen durch effiziente und umweltschonende Verfahren oder Maßnahmen bspw. im Ressourcenverbrauch oder durch Recycling erreicht werden?		Einnahmequellen ▪ Wie sieht die Finanzierung aus, auch bevor Umsätze aus Einnahmen der Kunden:innen generiert werden? Habt Ihr eine Planung aufgestellt? ▪ Was darf das Produkt und/oder die Dienstleistung maximal kosten? Welchen Betrag sind Eure Kunden:innen bereit zu zahlen? Welche Preisstrategie erfolgt Ihr? ▪ Ermöglicht die nachhaltige Ausrichtung Eures Geschäftsmodells einen besseren Zugang zu Erlösquellen (z. B. höhere Zahlungsbereitschaft der Kunden:innen)? Wenn ja, welche? ▪ Wie viel trägt jede Einnahmequelle zum Gesamtumsatz bei?		