

Social Business Model Canvas

Partner Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern? ◦ Gesellschafter/Mitglieder ◦ Kooperationspartner ◦ Verbände/Institutionen ◦ Online Community ◦ Multiplikatoren ◦ Medienpartner ◦ Unternehmen ◦ Ehrenamtliche	Soziale Innovation Welche neuen Produkte, Dienstleistungen, Kooperationen haben wir? Welches sind unsere Schlüsselaktivitäten? Wie geschieht die Leistungserstellung?	Soziales Problem Welches soziale/ökologische Problem wollen wir lösen? Wer ist betroffen? In welchem Umfang? Wann? Warum? Wer arbeitet bereits an dem Problem? Soziale Leistung Welcher soziale Mehrwert entsteht für wen? Wie bedeutsam ist dieser Mehrwert? Was würde ohne das Angebot passieren? Marktleistung Welchen Wert vermitteln wir unseren Kunden? Welche Produkt- und Dienstleistungspakete? Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?	Kunden-Beziehungen Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die Kunden von uns? Welche haben wir bereits? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie? Kanäle Über welche Kanäle wollen unsere Kunden erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig?	Kunden-Arten Für wen schaffen wir den sozialen Mehrwert? ◦ Wer sind die Kunden unserer sozialen Leistung? ◦ Wer sind die wichtigsten Kunden unserer Marktleistung?
Kosten Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Bedenken ◦ Kosten reduzieren ◦ Kostendeckung über Projektförderung ◦ Verhältnismäßigkeit von Kosten zum Mehrwert	Einnahmequellen ◦ Einnahmen aus Verkäufen ◦ Einnahmen aus Dienstleistungen ◦ Zuwendungen aus Projektförderungen ◦ Beteiligungen ◦ Spenden ◦ Sponsoring ◦ Crowdfunding			