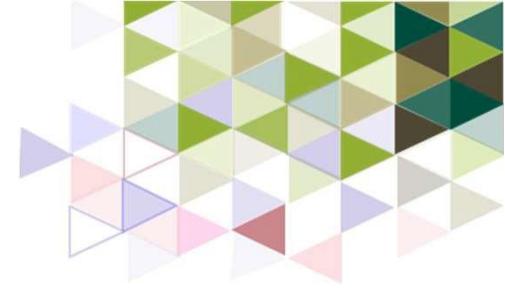




Eberswalde University
for Sustainable
Development



SIP 4

SOCIAL INNOVATION PROJECT 4: SUSTAINABLE BUSINESSPLAN

Workshop Impact

Dr. Mona D. Mirtsch, Dr. Daniel J. Kruse
Prof. Dr. Britta M. Gossel



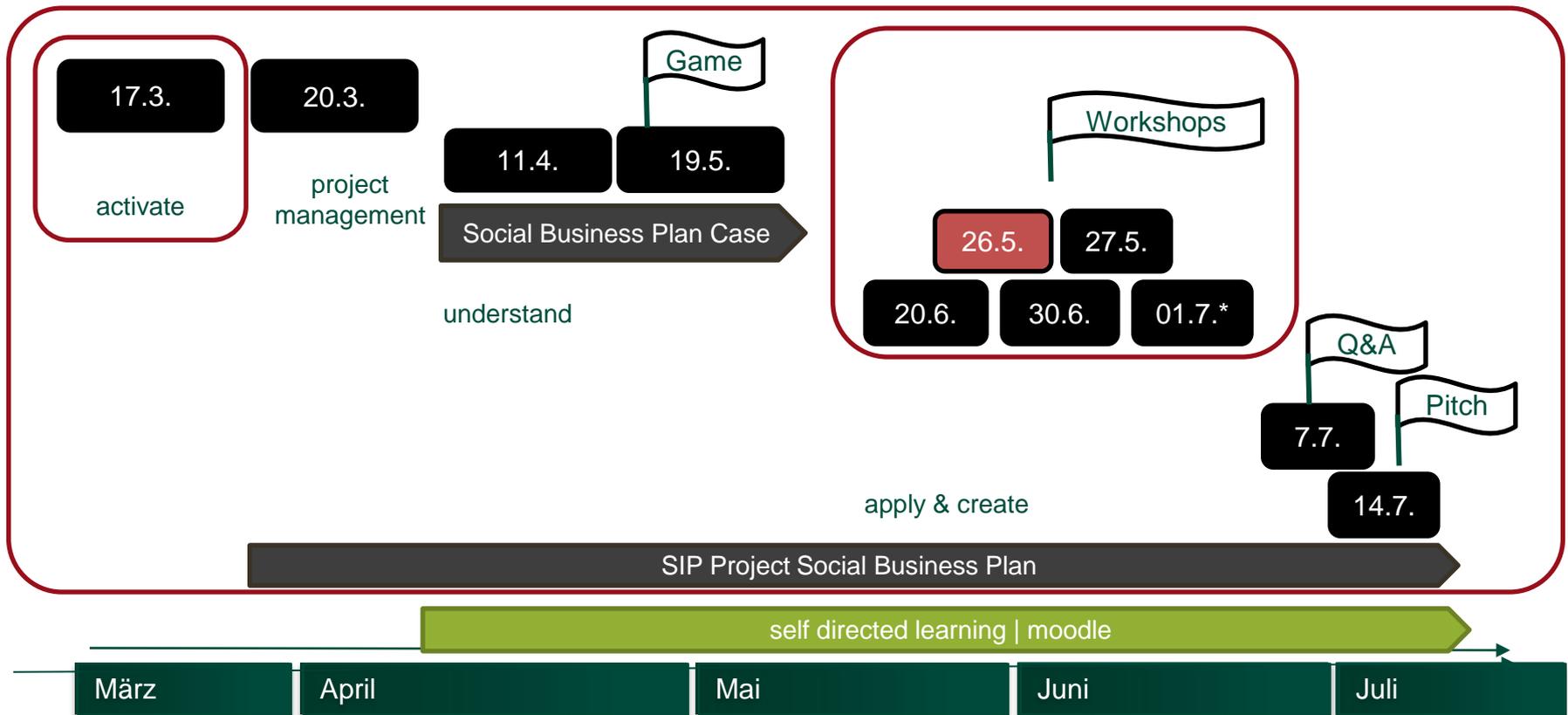
Schedule

- 09:30 – 12:30 Impuls Wirkungsmessung mit Julia Kaesemann
- 12:30 – 13:30 Lunchbreak
- 13:30 – 14:30 Impuls Wirkungsmessung und Gruppenarbeit
- Ab 14:30 Gruppenarbeit zu Wirkungsmessung für eure SIPs



Schedule

* 1.7.new in SWP instead of 27.6.





Status Quo & Questions

Task 1b – This is where we are

- **Chapter 1 - Introduction:**
 - Vision & Mission
 - Executive Summary
 - Introduction of founding team
- **Chapter 2 - Social Business Model:**
 - Social challenges
 - Business idea
 - Business Model/ Solution
 - Impact orientation
- **Chapter 3 – Organisation, Market & Financing:**
 - Organisation (Legal form, organisation, personnel, location, network)
 - Market (Market, clients, targetgroups, competitors)
 - Marketing (product, price, placement, communication)
 - Financial planning (Initial situation, calculation basis, financing plan, liquidity plan, budgeted P&L/balance sheet, profitability)
 - Financing (Equity/ dept, ...)
 - Realisation plan
 - Risk Analysis (SWOT)
- **Chapter 4 – Conclusion & Outlook**
- **Appendix**
 - Social Business Model Canvas
 - other



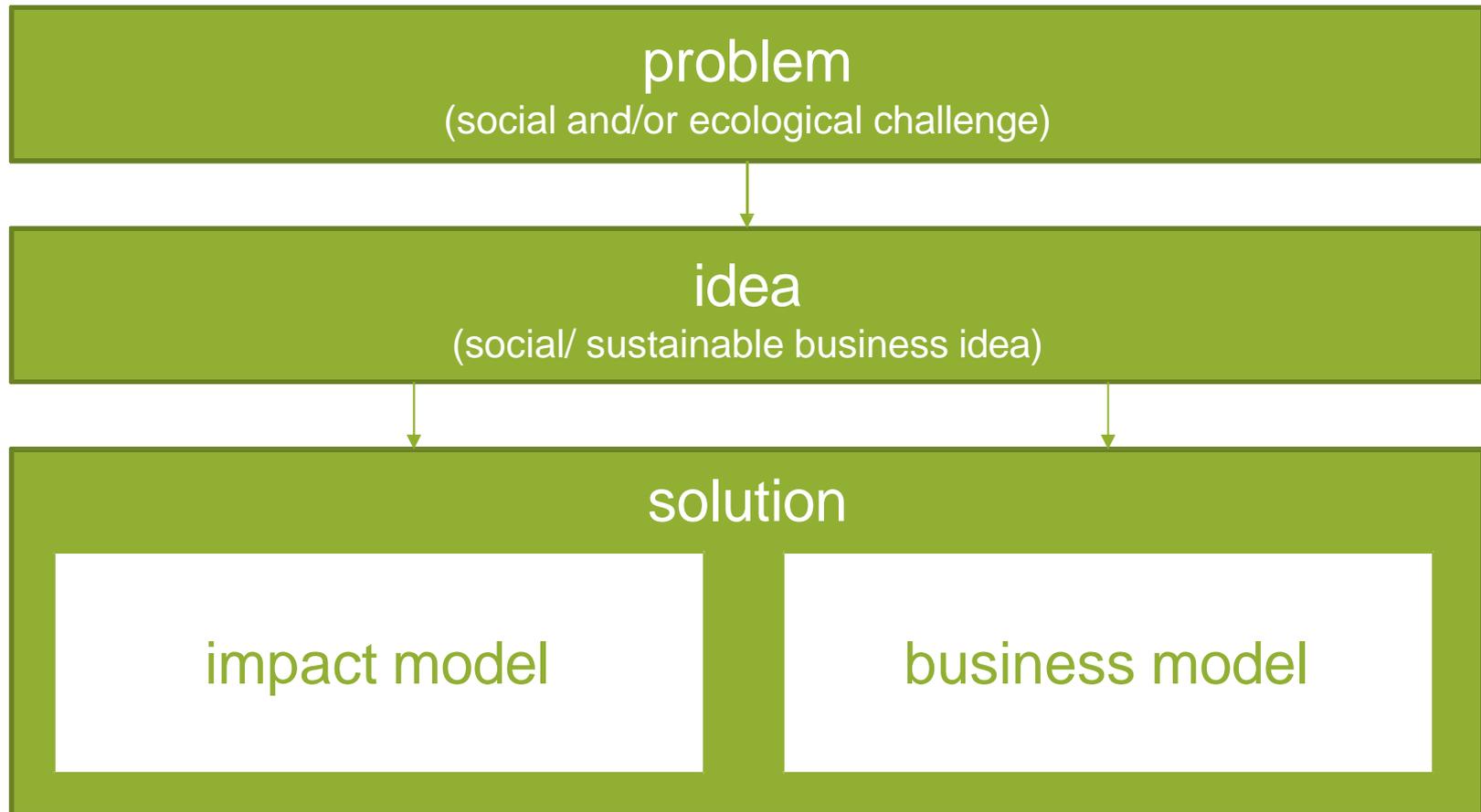
Impulse: Impact orientation in your SBP

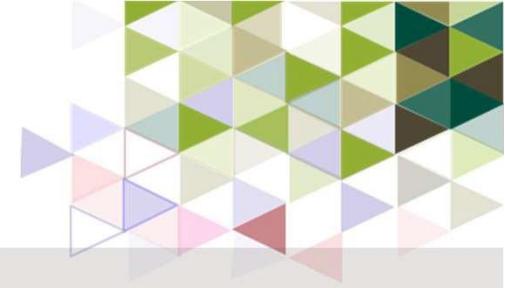
Task 1b – This is where we are

- **Chapter 1 - Introduction:**
 - Vision & Mission
 - Executive Summary
 - Introduction of founding team
 - **Chapter 2 - Social Business Model:**
 - Social challenges
 - Business idea
 - Business Model/ Solution
 - Impact orientation
 - **Chapter 3 – Organisation, Market & Financing:**
 - Organisation (Legal form, organisation, personnel, location, network)
 - Market (Market, clients, targetgroups, competitors)
 - Marketing (product, price, placement, communication)
 - Financial planning (Initial situation, calculation basis, financing plan, liquidity plan, budgeted P&L/balance sheet, profitability)
 - Financing (Equity/ dept, ...)
 - Realisation plan
 - Risk Analysis (SWOT)
 - **Chapter 4 – Conclusion & Outlook**
 - **Appendix**
 - Social Business Model Canvas
 - other
- Business model & impact model – what is the difference?



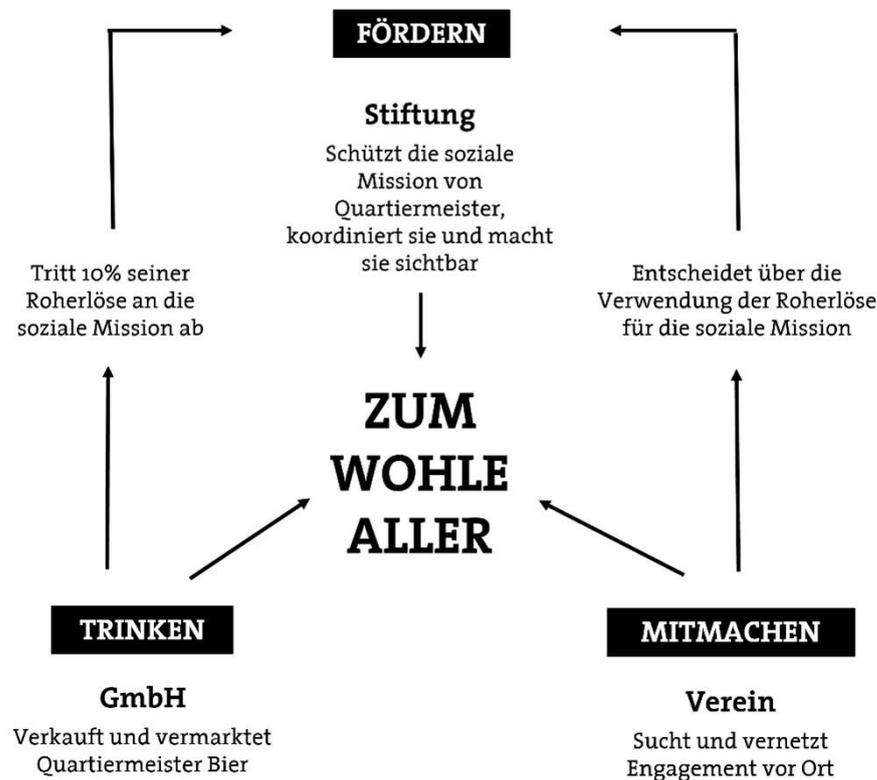
Impulse: Impact orientation in your SBP

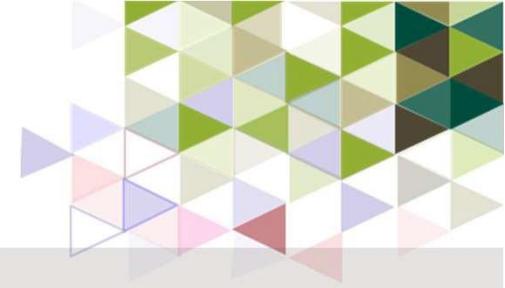




Impulse: Impact orientation in your SBP

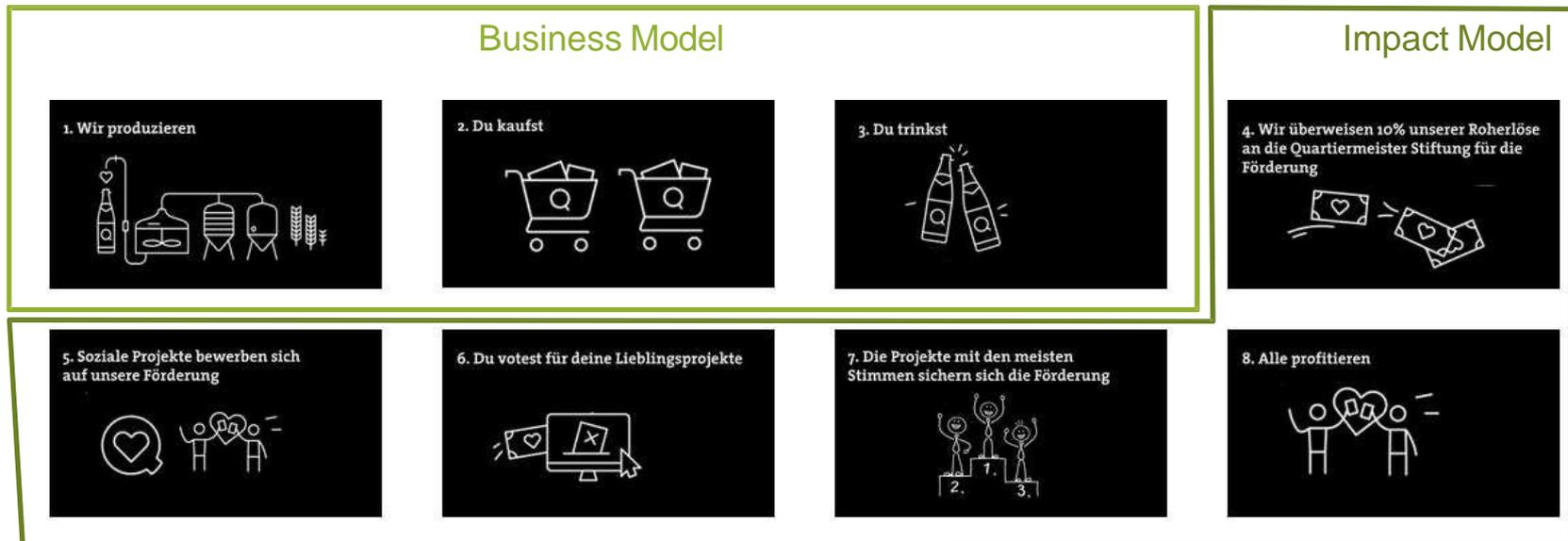
Differentiation business model & impact model | Example: <https://quartiermeister.org>





Impulse: Impact orientation in your SBP

Differentiation business model & impact model | Example: <https://quartiermeister.org>





Impulse: Impact orientation in your SBP

Differentiation business model & impact model | Example: <https://quartiermeister.org>

QUARTIERMEISTER

Die erste gemeinwohlorientierte Biermarke Deutschlands

Mit Quartiermeister zeigen wir, dass eine gemeinwohlorientierte Wirtschaft zum Wohle aller möglich ist, von der nicht nur einige wenige, sondern viele Menschen profitieren. Denn mit jeder Flasche fördern wir soziale Projekte in der Region. Bislang konnten wir über 330.000€ in unsere Förderung investieren und haben schon mehr als 200 Projekte gefördert.





Impulse: Impact orientation in your SBP

- Example impact measurement nebenan.de
<https://impact.nebenan.de/#wirkungsbericht>



 nebenan.de

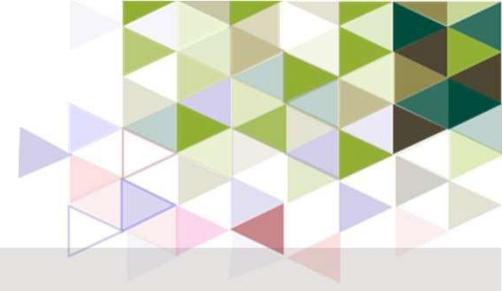
**EINE LEBENDIGE
NACHBARSCHAFT –
FÜR ALLE**

Hier erfährst du, welchen Beitrag wir mit nebenan.de
zum gesellschaftlichen Miteinander leisten.

Unsere Wirkung auf einen Blick

Unterstütze uns

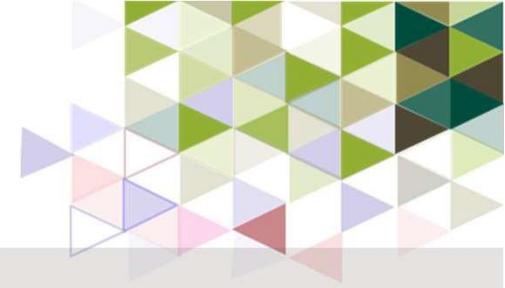




Group work:

30 Min Teamwork:

- Have a look at impact report of nebenan.de
- What do you find regarding and discuss in your group:
 - a) input/output/outcomes/activities
 - b) Impact measurement (e.g. which method)
 - c) Indicators used
 - d) Results



Impulse: Impact orientation in your SBP

Unser Purpose Eine lebendige Nachbarschaft – für alle

Wir bei nebenan.de glauben an die Kraft lokaler Gemeinschaften. Als Deutschlands größte Nachbarschaftsplattform bringen wir Menschen zusammen – digital und vor Ort. Wir schaffen echte Nähe, genau dort, wo Menschen leben, sich begegnen und Gemeinschaft entsteht: in ihrer Nachbarschaft.

3,5

**Millionen
Nutzende**

442

**Tausend Herzen für
lokale Gewerbe**

34

**Millionen
Interaktionen**



Impulse: Impact orientation in your SBP

Die „Theory of Change“ ist ein lebendiges, strategisches Dokument, das wir stetig weiterentwickeln. Auf Basis der „Theory of Change“ haben wir die fünf wichtigsten Wirkungsbereiche identifiziert, auf welche die Nutzung von nebenan.de einen positiven Einfluss hat:

1. Kontext:

Problem:

Globalisierung und Digitalisierung bringen neue Herausforderungen mit sich: Anonymität, Individualisierung, demographischer Wandel, Urbanisierung, Isolation, Rückgang des Vertrauens in die Politik, Datenmissbrauch durch globale Unternehmen.

Lösung:

nebenan.de ist ein Instrument für die Verbindung von Nachbarschaften. Es ist ein relokalisierter, heterogener, geschützter Raum, in dem Nachbar:innen praktische Hilfe finden, Gruppen bilden und gemeinsam Interessen teilen können.



Impulse: Impact orientation in your SBP



**Gesundheit
& Wohlbefinden**



**Gemeinschaft
& Solidarität**



**Nachhaltigkeit &
Umweltschutz**

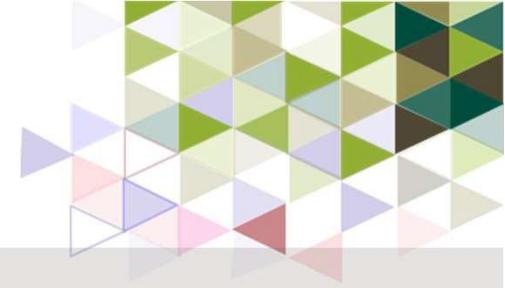


**Lokale
Wirtschaft**



**Demokratie
& Teilhabe**





Impulse: Impact orientation in your SBP

Inputs (Ressourcen)

- Mitarbeiter:innen
- Finanzierung
- Büroräume, Einrichtung, Material
- IT, Plattform
- Kompetenzen & Fähigkeiten
- Zeit

Outputs (Leistungen)

- Anzahl der Nutzer:innen
- Nutzer:innenprofil (Lokale Gewerbe, Privatpersonen, Organisationen)
- Nutzer:innenaktivität (Anzahl & Art der Interaktionen)
- Gruppen & Veranstaltungen (sozial, bürgerschaftlich, Sport, Sicherheit etc.)
- Initiativen & Programme (BENS, TDN etc.)
- Lokale Initiativen für Klima- und Umweltschutz

Aktivitäten

- Produktentwicklung & Management
- Markenaufbau & Kommunikation
- Wachstum
- Engagement
- Kundendienst (& Moderation)
- **NEIN:** Verkauf von Daten, Anonymität

*nebanan.de
als Wegbereiter*



Impulse: Impact orientation in your SBP

Outcomes (Wirkungsbereiche):

- Gemeinschaftsbildung
- Vertrauen und Zugehörigkeit
- Soziale Inklusion (Rückgang der Isolation)
- Gesundere Menschen
- Bürgerschaftliches Engagement
- Starker demokratischer Prozess
- Starke lokale Gewerbe



Impulse: Impact orientation in your SBP

Examples impact measurement nebenan.de

← Zurück zur Übersicht



Unterstütze uns

METHODIK UNSERER WIRKUNGSMESSUNG





Impulse: Impact orientation in your SBP

Unsere Methodik: Zwei Umfragen

Unsere Wirkungsmessung für das Jahr 2024 basiert auf zwei Umfragen mit insgesamt 5.700 Teilnehmenden. Wir vergleichen die Ergebnisse dieser beiden Umfragen, um den Einfluss von nebenan.de auf das nachbarschaftliche Miteinander unserer Nutzenden zu bewerten:

1.

Neu registrierte nebenan.de-Nutzende

- Ausgangsdaten von neuen Nutzenden ohne vorherige Erfahrung bei nebenan.de
- Willkommensumfrage am Tag der Registrierung
- 3.300 Teilnehmende

2.

Regelmäßige nebenan.de Nutzende

Am Ende des Jahres senden wir eine Umfrage an Personen, die schon länger aktiv bei nebenan.de sind.

- Daten von Nutzenden, die seit mind. 4 Monaten angemeldet sind
- Wirkungsumfrage an Personen, die nebenan.de täglich oder wöchentlich nutzen
- 2.400 Teilnehmende



Impulse: Impact orientation in your SBP

Kein Platz für Einsamkeit in deiner Straße

Einsamkeit betrifft viele von uns und doch wird selten darüber gesprochen. Laut des TK-Einsamkeitsreports 2024 kennen 60 % der Deutschen das Gefühl von Einsamkeit – und das zieht sich durch die gesamte Gesellschaft, wie das Einsamkeitsbarometer des BMFSFJ zeigt. Bei nebenan.de möchten wir das Tabu brechen. Mit unserer Plattform und gezielten Initiativen schaffen wir Räume für echte Begegnungen unter Nachbar:innen.

Warum ist das so wichtig? Studien belegen, dass soziale Unterstützung, wie sie auch in Nachbarschaften gelebt wird, unser Wohlbefinden enorm stärkt. Das Robert Koch-Institut hebt hervor, wie wichtig Nähe und Austausch für unsere Gesundheit sind, während Forschende des Massachusetts General Hospital soziale Verbundenheit als besten Schutzfaktor gegen Depression identifiziert haben.

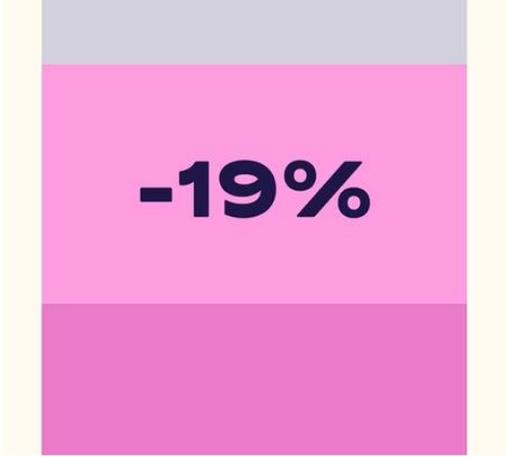
💡: Unsere Community bestätigt diesen Effekt: 10 % der regelmäßigen Nutzenden gaben in der Wirkungsumfrage an, sich weniger allein und isoliert zu fühlen, seit sie bei nebenan.de aktiv sind.

**ZUSAMMEN
STATT
ALLEIN**



Impulse: Impact orientation in your SBP

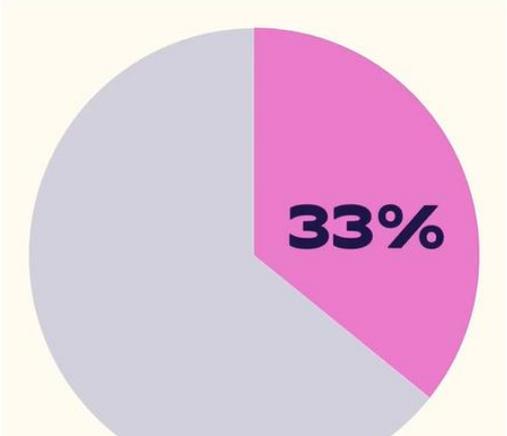
**ZUSAMMEN
STATT
ALLEIN**



-19%

Spannend ist vor allem der Vergleich zu Neu-Registrierten: Unter den Menschen, die nebenan.de regelmäßig nutzen, fühlen sich 19 % weniger einsam und 9 % mehr in ihrer Nachbarschaft zu Hause.

Fast ein Drittel berichtet, dass sie sich durch nebenan.de stärker mit ihren Nachbar:innen verbunden fühlen. Und 39 % erleben sich dank der Plattform als Teil einer aktiven Gemeinschaft – ein Gefühl, das das Wohlbefinden nachweislich steigert.



33%



Impulse: Impact orientation in your SBP

NACHBAR- SCHAFT IN AKTION

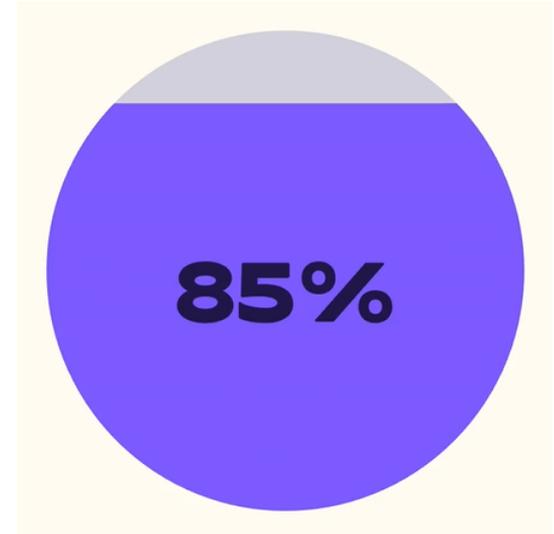
Gemeinschaft & Solidarität



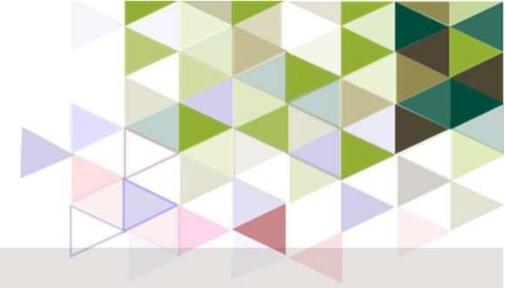
Füreinander da – 365 Tage im Jahr

Nachbarschaft kann so viel mehr sein, als Tür an Tür zu wohnen. Sie bedeutet, füreinander da zu sein – sei es mit kleinen Alltagsgesten oder im Notfall. Genau das möchten wir bei nebenan.de fördern. Wie ist uns das 2024 gelungen?

Unsere Wirkungsumfrage zeigt: Mehr als 85 % der regelmäßigen Nutzenden haben im vergangenen Jahr über nebenan.de Nachbarschaftshilfe geleistet oder erhalten – eine deutliche Steigerung gegenüber 2023, als der Wert noch bei 70 % lag.



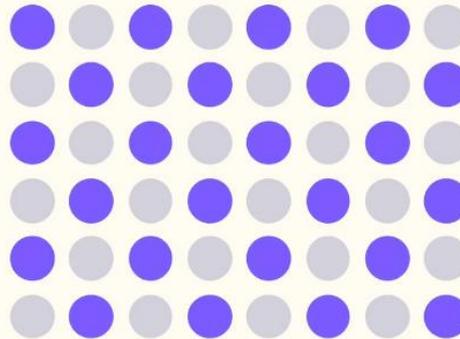
Dabei geht es auch um Solidarität: Mehr als die Hälfte aller regelmäßigen Nutzenden gab an, schon einmal anderen Menschen über nebenan.de geholfen zu haben und über 53 % haben in diesem Jahr über nebenan.de Dinge verschenkt oder kostenlos erhalten – eine starke Kultur des Teilens.



Impulse: Impact orientation in your SBP

NACHBAR- SCHAFT IN AKTION

Gemeinschaft & Solidarität



50%

Aus einem guten Tipp entsteht manchmal mehr: Fast die Hälfte der regelmäßigen Nutzenden gaben an, sich zu Aktivitäten verabredet zu haben – und gut 30 % haben über die Plattform schon Menschen mit ähnlichen Interessen kennengelernt.

💡 Erst online vernetzen, dann offline treffen: Aktuell gibt es über 47.500 Gruppen, in denen sich Menschen vernetzen und austauschen können. Zusätzlich wurden 2024 fast 190.000 Veranstaltungen organisiert, die Nachbar:innen zusammenbringen – vom Flohmarkt bis zum Kieztreffen.



Schedule

- 09:30 – 12:30 Impuls Wirkungsmessung mit Julia Kaesemann
- 12:30 – 13:30 Lunchbreak
- 13:30 – 14:30 Impuls Wirkungsmessung und Gruppenarbeit
- **Ab 14:30** **Gruppenarbeit zu Wirkungsmessung für eure SIPs**



Create the impact side of your SBP

Impact orientation: What do we expect in SBP?

General: *Transfer of theoretical knowledge to your SIP and SBP*

- 1. Focus on planning of impact measurement**
- 2. Impact goals** (Define your impact goals. Differentiate activity and impact. Define target groups. Define what precisely you aim to change at this target group and in society)
- 3. Impact logic** (Make your logic transparent– input/output/outcome/impact)
- 4. Impact chain** (Try to craft your impact chains including target group / activity / expected impact)
- 5. Impact measurement** (Try to craft your plan for monitoring and evaluating impact)



Group work:

45 Min Teamwork:

- Continue on your draft for a impact logic (IOOI) including a specific impact goal and specific target group for you SIP
- Write down first thoughts on potential indicators and how to measure
- Lets discuss in class



Outlook

Workshops (apply & create)

1. 26/05: Social Impact Measurement (Julia Kaesemann/ ex Phineo – Präsenz)
2. **27/05: Business model (Génica Schäfgen / Ecosia – online ab 9h!)**
3. 20/06: Marketing (Marc Tort Bielefeld / Spatz in der Hand – Präsenz)
4. 30/06: Legal Form / Organisation (Nancy Frehse/ Oktopulli – Präsenz)
5. 01/07: Finance (Lars Jäger/ GLS Bank – Präsenz)