

# Das Social Business Model Canvas

 Einzel- oder Gruppenübung

 60 min

Das Social Business Model Canvas unterstützt dich bei der Entwicklung deines sozialen Geschäftsmodells oder Projektes. Kernstück sind verschiedene Felder, die die wichtigsten sozialen und unternehmerischen Komponenten eines Geschäftsmodells abbilden. Das Ausfüllen ebendieser Felder hilft dir dabei, jeder

einzelnen Komponente deine volle Aufmerksamkeit zu schenken. So übersiehst du keine innovativen Möglichkeiten und vergisst keine kritischen Bereiche. Einmal erstellt, kann es dich durch Innovations- und Wandlungsprozesse begleiten.

<b>Soziales Problem</b>	<b>Angebote</b>	<b>Zielgruppen</b>	<b>Nutzenversprechen</b>	<b>Wirkung bei der Zielgruppe</b>
<b>Netzwerkpartner*innen</b>			<b>Kanäle</b>	
<b>Kosten</b>		<b>Einnahmen</b>		

Quelle: HotCubator

# Anleitung

 Einzel- oder Gruppenübung

 60 min

Fülle die neun Felder für deine soziale Projekt- oder Geschäftsidee aus. Die Reihenfolge kannst du selbst wählen. Beachte, dass die unterschiedlichen Felder miteinander in Beziehung stehen. Beim Ausfüllen kann es daher hilfreich sein, immer wieder zwischen den Feldern zu wechseln. Im Folgenden findest du Erläuterungen und Beispiele für jedes Feld.

## Soziales Problem

Hier notierst du den Ausgangspunkt für dein soziales Projekt oder Geschäftsmodell: Diejenigen Lebensbedingungen oder Verhaltensweisen, die du als störend, schädlich, belastend, oder ungerecht wahrnimmst, und die du angehen möchtest. Beschreibe das soziale Problem möglichst konkret! Je besser dir das gelingt, desto leichter wird dir die Entwicklung deines sozialen Projektes oder Geschäftsmodells fallen.

Beispiele: Jugendarmut in Rostock-Toitenwinkel; Mangel an sauberem Trinkwasser im Südsudan; mangelnde gesellschaftliche Teilhabe infolge von Sprachbarrieren; Diskriminierung aufgrund der Hautfarbe.

## Zielgruppen

Als Zielgruppen definierst du hier die Personengruppen, die du mit deinen Angeboten erreichen möchtest. Dabei kann es sinnvoll sein, zwischen Zielgruppen zu unterscheiden, die du direkt begünstigst, und Zielgruppen, die deine Angebote bezahlen.

Beispiele: Geflüchtete; Langzeitarbeitslose; Kinder im Kita-Alter; Eltern oder Kitas als Käufer\*innen von Hautfarben-Buntstiften.

## Angebote

Liste hier die konkreten Maßnahmen, Dienstleistungen oder Produkte, die du deinen Zielgruppen anbieten möchtest. Sei realistisch bei dem, was du leisten kannst. Versuche, möglichst einfache und standardisierbare Lösungen zu finden.

Beispiele: Maßnahmen zur beruflichen Wiedereingliederung; Deutschkurse Level A1 und A2; Buntstifte in zehn verschiedenen Hautfarben.

## Nutzenversprechen

Hier notierst du, welchen Nutzen deine Zielgruppe von deinen Angeboten erwarten darf. Dein Nutzenversprechen soll sie motivieren, deine Angebote zu nutzen. Bei dem Nutzen kann es sich zum Beispiel um ein Bedürfnis handeln, das du befriedigen möchtest oder eine Problemlösung.

Beispiele: Sich auf Deutsch verständigen können; gestillter Durst; Spaß beim Malen.

## Kosten

Notiere hier, welche größeren Kostenpositionen anfallen könnten, wenn du dein Angebot bereitstellst. Es geht hier nicht darum, eine Kalkulation anzufertigen. Dieses Feld dient dir dazu, dir die möglichen Kosten deines Angebotes frühzeitig bewusst zu machen. Es hilft dir, das Potential deiner Idee mit Blick auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit einzuschätzen.

Beispiele: Herstellungskosten beim Verkauf von Produkten; Personalkosten für Lehrkräfte bei Bildungsangeboten.

## Einnahmen

Auch in diesem Feld geht es darum, die wirtschaftliche Tragfähigkeit deines Angebotes einzuschätzen. Liste hier mögliche Einnahmequellen, mit denen du deine Kosten decken willst.

Beispiele: Teilnahmegebühren für Workshops; Erlöse durch den Verkauf von Produkten; mögliche Förderung durch die Landeszentrale für politische Bildung; Transferleistungen gemäß dem Sozialgesetzbuch.

## Netzwerkpartner\*innen

Identifiziere hier die Akteur\*innen, die ein Interesse daran haben könnten, dich bei der Bereitstellung oder Verbreitung deines Angebotes zu unterstützen.

Beispiele: Ehrenamtliche; Supermärkte als Lieferanten von überschüssigen Lebensmitteln an Angebote für Bedürftige; Universitäten als Vermittelnde von Lehrkräften für Bildungsangebote; Flüchtlingsunterkünfte als Vermittelnde von Angeboten für Geflüchtete.

## Kanäle

Notiere hier die Kommunikations- und Vertriebskanäle, über die deine Zielgruppen mit deinen Angeboten in Kontakt kommen soll. Achte darauf, dass die Kanäle für die Zielgruppen geeignet sind. Wäge zudem Kosten und Nutzen beim jeweiligen Kanal ab.

Beispiele: Broschüren von Behörden; Bastelläden; Instagram bei Jugendlichen als Zielgruppe; Berichte in Fachmagazinen bei Unternehmen als Zielgruppe.

## Wirkung bei der Zielgruppe

Hier notierst du, woran du den Erfolg deines sozialen Projektes oder Geschäftsmodells später festmachen möchtest. Formuliere Indikatoren, anhand derer du beobachten kannst, was sich an der Lebenssituation, der Einstellung oder am Handeln deiner Zielgruppen positiv verändert hat. Beschränke dich auf wenige, einfach zu erfassende Indikatoren.

Beispiele: Gesunkener Prozentsatz von jugendlichen Sozialleistungsempfänger\*innen im Stadtteil; gesteigener Lernstand der Teilnehmenden eines Deutschkurses.