05.09.2024

connectSHub by Nordzentren e.V.

NORDAKADEMIE HOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

Sustainable Business Model Canvas

connectLive Geschäftsmodelle

Lindsey Jackson und Natalie Hessler

connectSHub
by Nordzentren e.V.

Agenda

- Einführung
- Grundlagen SBMC
- Praxisbeispiel
- Anwendung des Modells
- Abschluss & Next Steps

connectSHub
by Nordzentren e.V.

Klassisches & Sustainable Canvas

Der perfekte Mix aus bewährter Strategie und Aspekten der Nachhaltigkeit

Business Model Canvas nach Osterwalder

Schlüssel partnerschaften
(Key Partners)

Schlüsselaktivitäten
(Key Activities)

Schlüsselressourcen
(Key Resources)

Werteversprechen
(Value Proposition)

Kundenbeziehungen
(Customer Relationships)

Kanäle
(Channels)

Kundensegmente
(Customer Segments)

Kostenstruktur
(Cost Structure)

Einnahmequellen
(Revenue Streams)

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Osterwalder und Pigneur (2011).

Sustainable Business Model Canvas

Eco-Social Costs (Negative Impact)

Eco-Social Benefits (Positive Impact)

Schlüssel partnerschaften
(Key Partners)

Schlüsselaktivitäten
(Key Activities)

Schlüsselressourcen
(Key Resources)

Werteversprechen
(Value Proposition)

Kundenbeziehungen
(Customer Relationships)

Kundensegmente
(Customer Segments)

Kanäle
(Channels)

Lebenszyklusende
(End of Life)

Kostenstruktur
(Cost Structure)

Subventionen
(Subsidisation)

Einnahmequellen
(Revenue Streams)

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehung an Gerlach (2015). [online].

Wie?

Die Infrastruktur.

Dieser Bereich umfasst die fundamentalen Bausteine, die für den reibungslosen **Betrieb** und die nachhaltige **Wertschöpfung** eines Unternehmens notwendig sind.

Schlüssel partnerschaften (Key Partners)

Mit wem arbeiten wir zusammen, um erfolgreich zu sein?

Welche Partner:innen unterstützen uns bei der Nachhaltigkeit?

Schlüsselaktivitäten (Key Activities)

Was müssen wir tun, um unser Angebot erfolgreich umzusetzen?

Welche nachhaltigen Maßnahmen sind dabei wichtig?

Schlüsselressourcen (Key Resources)

Welche Ressourcen brauchen wir, um unser Angebot bereitzustellen?

Welche nachhaltigen Ressourcen können wir in unserem Geschäftsmodell implementieren?

Was?

Das Angebot.

In diesem Bereich geht es darum, welchen **Nutzen** das Unternehmen seinen Kunden mit seinem **Angebot verspricht** und wie es sich durch nachhaltige Aspekte von der Konkurrenz abhebt.

Werteversprechen
(Value Proposition)

Welchen Wert liefern wir unseren Kund:innen?

Welches Problem lösen wir für unsere Kund:innen?

Wer?

Die Kundin.

Dieser Bereich fokussiert sich auf die **Identifizierung** und **Ansprache** der richtigen Kundengruppen sowie auf die **Gestaltung der Beziehung** zu diesen.

Kundenbeziehungen (Customer Relationships)

In welcher Beziehung stehen wir zu unseren Kund:innen?

Wie pflegen wir diese Beziehungen?

Kundensegmente (Customer Segments)

Wer sind unsere Kund:innen?

Welche Zielkund:innen könnten helfen, unsere nachhaltige Lösung zu fördern?

Kanäle (Channels)

Wie kommunizieren wir mit ihnen?

Wie gelangt mein Produkt zu den Kund:innen?

Wie kann ich diesen Prozess umwelt-freundlicher gestalten?

Lebenszyklusende (End of Life)

Wie sorgen wir dafür, dass unsere Produkte umweltfreundlich entsorgt oder wiederverwendet werden?

Wie viel?

Die Finanzen.

Dieser Bereich beleuchtet, wie das Unternehmen **finanziell tragfähig** und gleichzeitig ökologisch und sozial **verantwortungsbewusst** wirtschaftet.

Subventionen (Subsidisation)

Welche staatlichen oder privaten Förderungen und Subventionen unterstützen unsere nachhaltigen Initiativen und Projekte?

Kostenstruktur (Cost Structure)

Welche Kosten entstehen bei der Umsetzung unseres Geschäftsmodells?

Können wir Kosten durch nachhaltige Maßnahmen senken?

Einnahmequellen (Revenue Streams)

Welche bestehenden und möglichen Einnahmequellen gibt es?

Wie können wir durch nachhaltige Angebote zusätzliche Einnahmequellen erschließen?

Gibt es Preisstrukturen, die nachhaltiges Kundenverhalten fördern?

Welche Auswirkungen?

Der Impact.

Dieser Bereich bildet die Grundlage für die langfristige Ausrichtung des Unternehmens auf **Nachhaltigkeit** und **Verantwortung**.

Eco-Social Costs (Negative Impact)

Welche negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen entstehen durch unser Geschäftsmodell und wie können wir diese minimieren?

Eco-Social Benefits (Positive Impact)

Welchen positiven ökologischen und sozialen Mehrwert schaffen wir durch unser Geschäftsmodell?

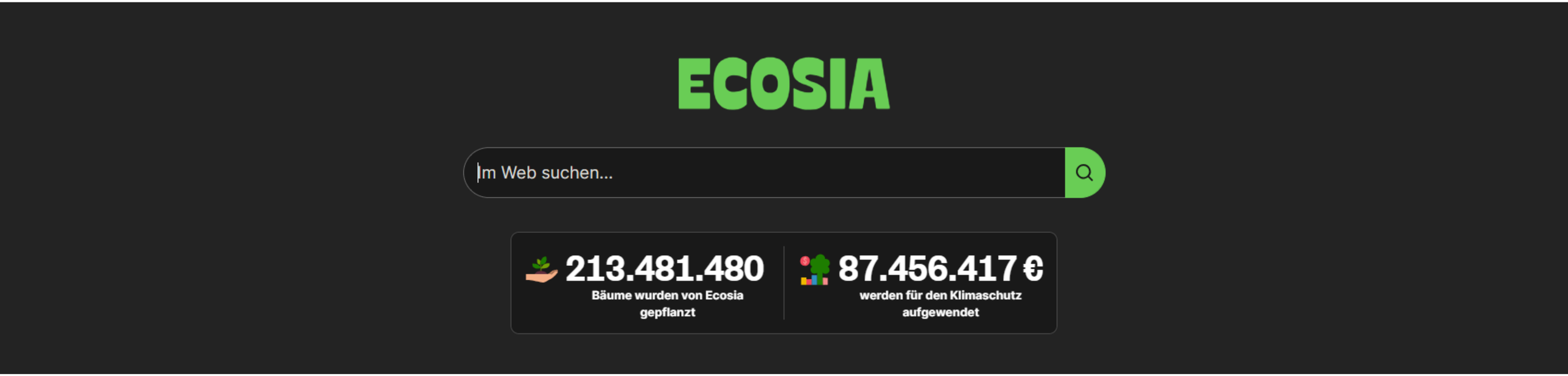
connectSHub
by Nordzentren e.V.

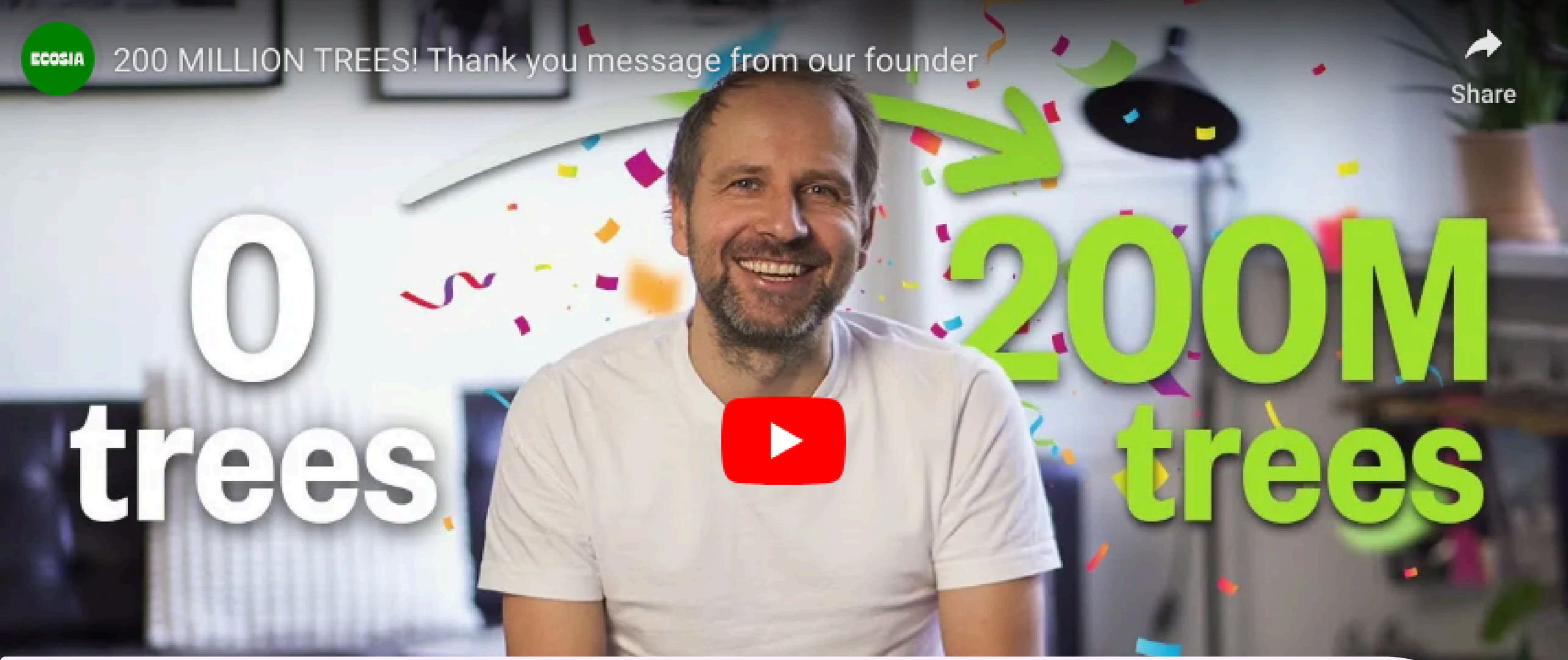
Praxisbeispiel Ecosia

Suchanfragen für den Umweltschutz:
Die inspirierende Wirkung von Ecosias Geschäftsmodell

Praxisbeispiel

Ecosia - Die Suchmaschine, die Bäume pflanzt.





Umweltzerstörung entgegenwirken und Biodiversität fördern durch die Investition in Aufforstungsprojekte & erneuerbare Energien.

Praxisbeispiel

ECOSIA

Die Infrastruktur.

Schlüsselpartnerschaften (Key Partners)

- Aufforstungsprojekte weltweit (37 Länder auf verschiedenen Kontinenten)
- Technolgiepartner:innen für Betrieb und Weiterentwicklung der Suchmaschine (z.B. Microsoft)
- umweltbewusste Werbepartner:innen und Sponsoren

Schlüsselaktivitäten (Key Activities)

- Betrieb und Wartung der Suchmaschine
- Verwaltung und Monitoring der Aufforstungsprojekte
- Marketing
- Nutzerakquisition

Schlüsselressourcen (Key Resources)

- Suchtechnologie und Infrastruktur
- Partnerschaften Aufforstungsprojekte
- Datenschutz- und Sicherheitstechnologien

Praxisbeispiel

ECOSIA

Das Angebot.

Werteversprechen (Value Proposition)

- “Bäume pflanzen mit einem Klick”
- 100% der Gewinne werden in Klimaschutzprojekte investiert
- kollektiver Klimaschutz als weiltweit größte Baumpflanz-Bewegung
- Transparenz in der Mittelverwendung
- Mehr als klimaneutral (Solarpanels)

Praxisbeispiel

ECOSIA

Die Kundin.

Kundenbeziehungen (Customer Relationships)

- Online Community
- Social Media
- Transparente Berichterstattung über gepflanzte Bäume und finanzielle Aktivitäten

Kundensegmente (Customer Segments)

- umweltbewusste Internetnutzer:innen

Kanäle (Channels)

- eigene Website
- Browser-Erweiterungen
- App
- Kooperation mit anderen umweltbewussten Unternehmen

Lebenszyklusende (End of Life)

- Dienstleistung, daher kein Ende der Suchmaschine nach x Suchen
- Abfälle entlang der Wertschöpfungskette für Bürogegenstände und eigenen Solarpark

Praxisbeispiel

ECOSIA

Die Finanzen.

Kostenstruktur (Cost Structure)

- Bäume pflanzen - Aufforstungsprojekte
- Weitere Klimamaßnahmen (Überschuss wird in weitere Klimaprojekte für Solaranlagen oder regenerative Landwirtschaft investiert)
- Steuern und Sozialversicherung
- Marketing
- Operative Kosten (z.B. Büro, Server & Software, Gehälter, CO2-Kompensation, Sonstiges)

Subventionen (Subsidisation)

- Solarförderung

Einnahmequellen (Revenue Streams)

- Werbeanzeigen (Pay-per-Click): Mit dem Click der Nutzer:innen auf die Werbeanzeige in der Suchanfrage, verdient Ecosia Geld

Praxisbeispiel

ECOSIA

Der Impact.

213.490.357
Bäume wurden von Ecosia gepflanzt

87.459.879 €
werden für den Klimaschutz aufgewendet

Eco-Social Costs (Negative Impact)

- eingesetzte Ressourcen im Betrieb
- Abfälle

Eco-Social Benefits (Positive Impact)

- Aufforstung
- Förderung von Biodiversität
- Förderung der lokalen Wirtschaft (Aufforstungsprojekte)

connectSHub
by Nordzentren e.V.

Workshop: SBMC

Anwendung des SBMC auf das eigene Geschäftsmodell.

connectSHub by Nordzentren e.V.

NORDAKADEMIE HOCHSCHULE DER WIRTSCHAFT

connectLab | 13.09. | 10 - 13 Uhr

How to Green Ocean

SBMC fertigstellen, Value Proposition schärfen, Buyer Utility Map kennenlernen

Dankeschön

Für weitere Informationen sprecht uns gerne an.

Natalie Hessler
connectSHub by Nordzentren e.V.
nh@nordzentren.de

Lindsey Jackson
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Nordakademie
lindsey.jackson@nordakademie.de

Quellen

About Ecosia. (2024, 12. Februar). Ecosia Help Center. About Ecosia. (2024, 12. Februar). Ecosia Help Center. Verfügbar unter: https://ecosia.helpscoutdocs.com/article/406-about-ecosia [Zugriff am 28.08.2024].

Ecosia. (2024, 1. Februar). 200 MILLION TREES! Thank you message from our founder [Video]. YouTube. Verfügbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=VLJYTHM5TP4 [Zugriff am 28.08.2024].

Ecosias Finanzberichte. (2022, 25. Oktober). The Ecosia Blog DE. Verfügbar unter: https://de.blog.ecosia.org/ecosia-finanzberichte-baumplanzbelege/ [Zugriff am 28.08.2024].

Gerlach, R. (2015, 5. Februar). The Sustainable Business Model Canvas - A common Language for Sustainable Innovation. Threebility. Verfügbar unter: https://www.threebility.com/post/the-sustainable-business-model-canvas-a-common-language-for-sustainable-innovation [Zugriff am 14. August 2024].

How Ecosia makes money. (2024, 20. Juni). Ecosia Help Center. Verfügbar unter: https://ecosia.helpscoutdocs.com/article/33-how-does-ecosia-make-money [Zugriff am 28. August 2024].

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag.