Sustainable Business Model Canvas

connectSHub by Nordzentren e.V.

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?

Schlüsselpartnerschaften (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?

Werteversprechen (Value Proposition)

- Welchen Wert liefern wir unseren Kund:innen?
- Welches Problem lösen wir für unsere Kund:innen?

Customer Relationships (Kundenbeziehungen)

- 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?

Kostenstruktur (Cost Structure)

- Welche Kosten entstehen bei der Umsetzung unseres Geschäftsmodells?
- Können wir Kosten durch nachhaltige Maßnahmen senken?

Subventionen (Subsidisation)

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

Einnahmequellen (Revenue Streams)

- Welche bestehenden und möglichen Einnahmequellen gibt es?
- Wie können wir durch nachhaltige Angebote zusätz-liche Einnahmequellen erschließen?
- Gibt es Preisstrukturen, die nachhaltiges Kunden-verhalten fördern?

Sustainable Business Model Canvas

connectSHub
by Nordzentren e.V.

Eco-Social Costs (Negative Impact)

Eco-Social Benefits (Positive Impact)

Schlüsselpartnerschaften (Key Partners)

Schlüsselaktivitäten (Key Activities)

Schlüsselressourcen (Key Resources)

Werteversprechen (Value Proposition)

Customer Relationships (Kundenbeziehungen)

Kanäle (Channels)

Kundensegmente (Customer Segments)

Lebenszyklusende (End of Life)

Kostenstruktur (Cost Structure)

Subventionen (Subsidisation)

Einnahmequellen (Revenue Streams)