Social Business Model Pattern Cards

GRÜNHOF

Wirkungskomponenten

impact skills

ALLE KARTEN IN ORANGE BEZIEHEN SICH AUF FINANZIERUNG & ALLE KARTEN IN LILA AUF ZIELGRUPPE.

FInanzierung

Zielgruppe

Netzwerk

Kernangebot

Wirkung

Auf jedem Pattern sind farbige Symbole abgebildet. Sie geben an, auf welche Wirkungskomponente des Geschäftsmodells das Pattern besonders einzahlt. Auf der Rückseite dieser Karte ist die Verbindung der Komponenten zu einer Social Business Model Canvas (SBMC) zu erkennen.

Einordnung in eine SBMC

DIE KOMPONENTEN SIND JEWEILS BAUSTEINEN DER SBMC ZUGEORDNET.

Social Business Model Canvas

impact sk!lls

Schlüsselpartner*innen
im Wirkmodell

im Finanzierungsmodell

Schlüsselaktivitäten
für soziale Zielgruppe

für finanzierende Zielgruppe

Kernressourcen

Wertangebot
für soziale Zielgruppe

für finanzierende Zielgruppe

Beziehung
zur sozialen Zielgruppe

zur finanzierenden Zielgruppe

Kanäle
zur sozialen Zielgruppe

zur finanzierenden Zielgruppe

Zielgruppen
Sozial

Finanzierend

Kostenstruktur

Einnahmenstruktur

Gewinn

Inspired by Business Model Generation (Osterwalder/Pigneur 2010)

Robin Hood

» NEHMT ES DEN REICHEN UND GEBT ES DEN ARMEN. «

GRÜNHOF

Robin Hood

Das gleiche Produkt oder die gleiche Dienstleistung wird einer finanzierenden Zielgruppe zu einem höheren und einer sozialen Zielgruppe zu einem niedrigeren Preis oder sogar kostenfrei angeboten. Die finanzierende Zielgruppe generiert so den nötigen Umsatz, um die andere Zielgruppe mitzufinanzieren.

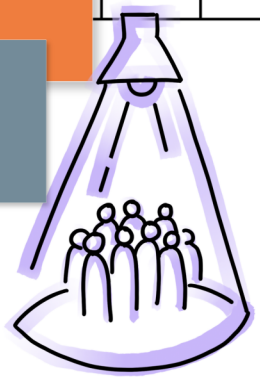
→ BRICHBAG

BRICHBAG stellt in Augsburg wasserdichte Rucksäcke & Taschen her. Eine hohe Bepreisung ermöglicht, dass Menschen ohne festen Wohnsitz wasserdichte Rucksäcke, gefüllt mit Hygieneartikeln und haltbaren Lebensmitteln, umsonst bekommen.

www.brichbag.de

Target The Masses

» FOKUS AUF QUANTITÄT «



GRÜNHOF

Target The Masses

Hierbei besteht die Zielgruppe aus Personen, die bisher in der Wirtschaft nicht fokussiert wurden. Durch die große Anzahl der Personen ergibt sich ein neues Wirkungs- oder auch Gewinnpotenzial für das Unternehmen. Produkte und Services werden zu einem geringen Preis angeboten und erreichen dadurch viele Menschen. So kann sich das Angebot wirtschaftlich tragen und wird für viele Menschen bezahlbar. Damit erzielt es soziale Wirkung.

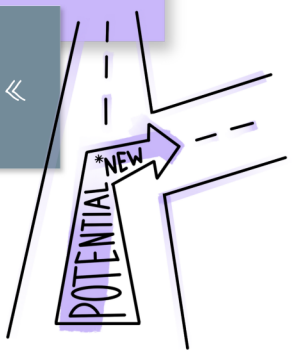
→ EINDOLLARBRILLE

Laut der WHO bräuchten 950 Millionen Menschen auf der Welt eine Brille, können sich diese aber nicht leisten. Die Organisation EinDollarBrille hat sich zum Ziel gesetzt die weltweite Versorgung mit qualitativ hochwertigen und dabei kostengünstigen Brillen zu verbessern. Ihre Brillen werden in und für den globalen Süden nachhaltig produziert und schließen dort eine Versorgungslücke.

www.eindollarbrille.de

Target New Potential

» UNLOCK OPPORTUNITIES «



GRÜNHOF

Target New Potential

Durch den Fokus auf neue Zielgruppen eröffnen sich bei diesem Muster andere Perspektiven und Möglichkeiten für das eigene Geschäftsmodell und die soziale Wirkung. Menschen erhalten die Möglichkeit, ihre Potentiale in der Wertschöpfungskette zu entfalten. Dem Markt werden im Gegenzug neue Ressourcen bereitgestellt.

→ HEYHO MÜSLI

Die soziale Müslirösterei hat ihren Fokus darauf gelegt, Arbeitsplätze für Menschen zu schaffen, die aufgrund von schwierigen Lebensläufen und damit verbundenen Stigmatisierungen keinen echten Zugang zum Arbeitsmarkt haben. Sie schaffen feste Perspektiven in Form einer Festanstellung in einem bunten Team, mit klaren Alltagsstrukturen und vielfältigen Aufgaben.

www.goheyho.com

Hidden Impact

» PRODUKTE MIT VERSTECKTER WIRKUNG «

GRÜNHOF

Hidden Impact

Bei diesem Muster werden Produkte und Services bewusst zu einem leicht höheren Preis angeboten, um die überschüssigen Einnahmen für soziale oder finanziell benachteiligte Gruppen zu verwenden. Die Grundidee ist, dass Kund*innen durch den Kauf eines teureren Produkts nicht nur sich selbst etwas Gutes tun, sondern auch automatisch Impact generieren.

→ SHARE

share spendet durch jedes verkaufte Produkt eine vergleichbare Hilfeleistung an eine soziale Zielgruppe. Zum Beispiel bedeutet jeder Snack eine Mahlzeit für Bedürftige, jedes Getränk ein Tag Trinkwasser, gekaufte Pflegeprodukte sichern Zugang zu Hygieneartikeln und Schreibwarenprodukte ermöglichen Unterrichtsstunden.

www.*share.eu*

Pay what you Want

» ZAHLE, WAS ES DIR WERT IST. «

GRÜNHOF

Pay what you Want

Nutzer*innen können selbst entscheiden, was sie für ein Angebot zahlen möchten. Je nachdem, wie sehr sie das Angebot schätzen oder wie viel Geld sie haben, können sie den Betrag festlegen. Studien haben gezeigt, dass finanzstärkere Menschen oft großzügiger sind, wenn sie die freie Wahl haben.

→ YUMMY ORGANICS

YUMMY Organics ist ein innovativer Onlineshop, bei dem die Kund*innen den Preis für fair produzierte Gewürze von selbst festlegen können. Auf der Webseite haben Kund*innen die Möglichkeit, mithilfe eines Reglers zu bestimmen, wie viel ihnen ein Produkt wert ist. Dabei sehen sie in anschaulichen Infografiken, wie sich ihre Entscheidung auswirkt.
www.yummy-organics.de

→ PROFIT-BEISPIEL: KULTURVERANSTALTUNGEN (KINO / KONZERTE)

Karma as a Service

» SPENDEN «

GRÜNHOF

Karma as a Service

Gemeinnützige Organisationen können Spenden von Privatpersonen, Organisationen oder Unternehmen erhalten. Menschen spenden, wenn sie die Arbeit als unterstützenswert empfinden. Diese Spenden können eine Form der Finanzierung darstellen.

→ AMICA

AMICA ist eine Frauenrechtsorganisation, die sich international für Frauenrechte in Krisen- und Kriegsregionen einsetzt. Ihre Mission ist die Rechte, die Selbstbestimmung und den Schutz von Frauen zu erhalten. Als gemeinnütziger Verein finanziert sich AMICA über Spenden – einmalige oder Dauerspenden, Mitgliedsbeiträge oder Nachlässe. Diese Spenden ermöglichen ihnen eine dauerhafte, planbare und unabhängige Arbeit.

www.amica-ev.org

Impact as a Service

» STIFTUNGSGELD! «

GRÜNHOF

Impact as a Service

Stiftungen oder andere geldgebende Institutionen haben spezifische Förderziele. Wenn das eigene Projektvorhaben in diese Ziele passt, gibt es die Möglichkeit darüber eine finanzielle Förderung zu erhalten. Der Zeitraum und die Voraussetzungen variieren.

→ STEP STIFTUNG

Die Step Stiftung fördert Kinder und Jugendliche aus benachteiligten Lebenswelten – regional, national und weltweit. Ein Projekt der Stiftung ist das kick mobil, ein Lastenfahrrad, das vollgepackt mit Sport- und Spielgeräten die Sportplätze der Region anfährt und den Kinder und Jugendliche die Gegenstände zur Verfügung stellt.

www.step-stiftung.de

Subscription

» DAUERHAFT ZUSAMMEN WERTSCHÖPFEN «

GRÜNHOF

Subscription

Leistungen und Produkte werden bei diesem Muster in Form eines Abonnements zur Verfügung gestellt. Gegen einen fixen und regelmäßigen Betrag kann das Angebot wahrgenommen werden. Dadurch steigt die Planbarkeit und auch die Bindung der Zielgruppe.

→ BROKKOLISE

Das inklusive Unternehmen Brokkolise möchte einen Mehrwert für Kund*innen und Beschäftige schaffen und bietet hierfür Beschäftigungs- und Einkaufsalternativen in einem. Kund*innen können verschiedene wöchentliche Abokisten mit regionalem, frischem Gemüse und Obst bestellen. Menschen mit Behinderung bekommen in diesem Unternehmen eine Beschäftigung auf dem ersten Arbeitsmarkt.
www.brokkolise.de

→ PROFIT-BEISPIEL: NETFLIX

Prosumer

» PRODUKTION UND KONSUM IN EINEM «

GRÜNHOF

Prosumer

Bei diesem Muster sind Kund*innen sind nicht nur Käufer*innen, sondern auch aktive Teilnehmde, die die Produkte mitgestalten oder sogar selbst herstellen. Die Organisation spart Kosten und steigert den Wert des Angebots durch die persönliche Einbindung der Zielgruppe bei der Herstellung.

→ SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT

Als Mitglied einer solidarischen Landwirtschaft erhalten Mitglieder wöchentlich frisches Gemüse, beteiligen sich aber auch einmal im Jahr (oder öfters) an den Erntearbeiten. Die Mitglieder unterstützen bei der Gemüsekoordination und die Verantwortung wird auf mehrere Schultern aufgeteilt.
www.gartencoop.org

→ PROFIT-BEISPIEL: STROMERZEUGUNG

Employing Hidden Talent

» UNENTDECKTE KOMPETENZEN NUTZEN «

GRÜNHOF

Employing Hidden Talent

Bei diesem Muster werden die Fähigkeiten einer sozialen, meist marginalisierten Zielgruppe genutzt. Die Menschen können eine besondere Begabung als Kompetenz einsetzen und leichzeitig erhalten sie eine Stelle auf dem ersten Arbeitsmarkt.

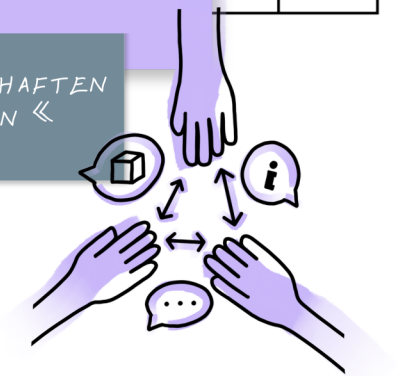
→ DISCOVERING HANDS

Discovering hands beschäftigt sehbehinderte Frauen in Frauenärzt*innenpraxen zur taktilen Frühdiagnose von Brustkrebs. Der Tastsinn der Frauen ist besonders ausgeprägt, weshalb sie den Krebs früher erkennen können. Die Frauen werden zu Expert*innen und erhalten einen Arbeitsplatz auf dem ersten Arbeitsmarkt.

www.discovering-hands.de

Peer 2 Peer

» GEMEINSCHAFTEN AUFBAUEN «



GRÜNHOF

Peer 2 Peer

Dieses Muster zielt auf Kooperation zwischen Individuen einer homogenen Gruppe untereinander ab. Die Organisation bietet einen Treffpunkt an (z.B. Internet-plattform, Ort), der die Individuen verbindet. Der Austausch kann sich auf Wissen, den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen, Tauschhandel, Verleih und Weiteres beziehen.

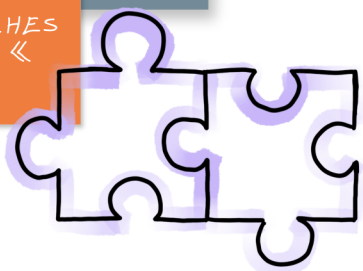
→ NEBENAN.DE

Nebenan.de ist eine Plattform, um Nachbarschaften zu vernetzen. Menschen können Angebote, Gesuche, Unterstützungsanfragen oder auch Kennenlernoptionen inserieren und lernen so ihre Nachbar*innen kennen, unterstützen sich und es entsteht ein Gemeinschaftsgefühl.
www.nebenan.de

→ PROFIT-BEISPIEL: AIRBNB

Shop in Shop

» SYMBIOTISCHES HUCKEPACK «



GRÜNHOF

Shop in Shop

Verschiedene Angebote werden bei diesem Muster verknüpft. Mögliche anfallende Kosten werden geteilt und zwischen den Partner*innen können Synergien entstehen, indem Kund*innen beispielsweise zufällig auf das andere Angebot aufmerksam werden.

→ VIVA CON AQUA

Viva con Aqua bietet auf Veranstaltungen, wie Konzerten oder Festivals, Abgabestellen für die Pfandbecher an. Die Menschen vor Ort haben weniger Aufwand und können ihre Pfandbecher dort abgeben. Das gespendete Pfandgeld unterstützt die Arbeit von Viva con Aqua.
www.vivaconagua.org

→ PROFIT-BEISPIEL: TCHIBO

Layer Player

» ALS SPEZIALIST*IN GLÄNZEN «

GRÜNHOF

Layer Player

Bei diesem Muster fokussiert sich das Angebot auf einen ganz spezifischen, einzelnen Schritt der Wertschöpfungskette. Durch die Spezialisierung wird das Angebot effizienter durchgeführt und kann auch branchenübergreifend angeboten werden.

→ SOCIAL ON

Social On spezialisiert sich auf die Digitalisierung von sozialen Beratungsdienstleistungen. Mit ihrer entwickelten Software erleichtern sie den niederschwelligen Zugang zu digitalen Beratungen und legen gleichzeitig höchsten Wert auf Datensicherheit und DGSVO konforme Datenschutzregleung, um Vertrauen in die digitale Beratungsbeziehung zu schaffen.
www.social-on.de

→ PROFIT-BEISPIEL: PAYPAL

Add-on

» UMSATZ DURCH ZUSATZLEISTUNGEN «

GRÜNHOF

Add-on

Hier wird ein Basisangebot zur Verfügung gestellt mit der Option, das Angebot flexibel und individuell durch Zusatzoptionen zu erweitern. Die Zielgruppe profitiert von einem variablen Angebot, das sie an ihren spezifischen Bedarf anpassen können. Der Preis richtet sich nach den gewählten Angebotsoptionen.

→ GRÜNHOF

Die Grünhof GmbH bietet eine Vielzahl von Coworking-Optionen an, bei denen Interessierte zwischen verschiedenen Leistungspaketen wählen können. Diese Pakete können jederzeit um zusätzliche Services erweitert werden, wie zum Beispiel einen rund um die Uhr Zugang zu den Räumlichkeiten. So können sich Kund*innen über das Kernangebot hinaus eigene Servicepakete nach ihrem Bedarf schnüren.
www.Gruenhof.de

→ PROFIT-BEISPIEL: RYANAIR

Expertise Broker

»DAS VERKAUFEN, WAS MAN GELERNT HAT UND GUT KANN.«

GRÜNHOF

Expertise Broker

Dieses Muster beruht auf dem Gedanken, eine soziale Zielgruppe durch ein Angebot zu befähigen. Das dadurch gewonnen Wissen über die soziale Zielgruppe wird auch in anderen Bereichen genutzt, wodurch ein vielfältigeres Angebot entsteht und ggf. auch zusätzliche Einkünfte generiert werden können.

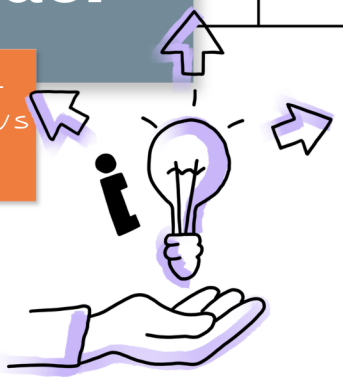
→ SOCIALBEE

Socialbee vermittelt Menschen mit Fluchterfahrung in Jobs. Mit dem entstandenen Wissen und Erfahrungen werden auch Unternehmen beraten bzw. unterstützt, die Menschen mit Fluchterfahrung beschäftigen wollen.

www.socialbee.org

Solution Provider

» DAS RUNDUM-SORGLOS-PAKET AUS EINER HAND! «



GRÜNHOF

Solution Provider

Dieses Muster zielt auf ein allumfassendes Angebot ab. Es wird nicht ein einzelnes Produkt/ DL angeboten, sondern der ganze Prozess vom Kund*innenbedarf über die Lösungsfindung bis zur Erfüllung abgedeckt.

→ BESSERZUHAUSE

besserzuhause sind Expert*innen für altersgerechtes Wohnen und bieten individuelle Wohnraumberatung, Umbau, digitale Technik und Beratung zu finanzieller Förderungen aus einer Hand an.
www.besserzuhause.com

→ PROFIT-BEISPIEL: APPLE

Welfare as a Service

» LEISTUNGS-
ENTGELTE! «

GRÜNHOF

Welfare as a Service

In einem Sozialstaat bekommen benachteiligte Gruppen einen gesellschaftlichen Ausgleich. Finanziert wird dieser durch Versicherungen (z.B. Pflegeversicherung) und Steuergelder. Das Geld fließt an kommunale und soziale Träger, die in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Teilhabe Angebote für die benachteiligten Gruppen entwickeln und anbieten.

→ (SOZIALE) LEISTUNGSENTGELTE

Organisationen, die soziale Dienstleistungen wie Kinderbetreuung, Altenpflege, Wohnungslosenhilfe, Beratungsdienste usw. erbringen, erhalten hierfür Geldleistungen auf Basis der Sozialgesetzbücher. Ebenso können Organisationen, die Sozialleistungen wie Renten, Arbeitslosenunterstützung und andere finanzielle Hilfen verwalten, Leistungsentgelte für ihre Verwaltungsdienstleistungen erhalten.

DANK

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Finanziert von der
Europäischen Union
NextGenerationEU

Die Europäische Union fördert in Deutschland zusammen mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz Programme und Projekte als Teil der Reaktion der Union auf die COVID-19-Pandemie, finanziert aus der Aufbauhilfe für den Zusammenhalt und die Gebiete Europas (REACT-EU) im Rahmen von NextGenerationEU. Die Social Business Model Pattern Cards wurden im Rahmen dieser Förderung final erarbeitet.
Die Konzeption und Entwicklung von Prototypen der Karten wurden über die Deutsche Postcode Lotterie finanziert.

HERAUSGEBER	Grünhof e.V. / Social Innovation Lab
INSPIRATION	Die Social Business Model Pattern Cards wurden in Anlehnung an die 55+ Geschäftsmodellmuster des BMI Lab der Business Universität St. Gallen entwickelt.
DESIGN	© Maren Lickert