



Pioniere des Wandels - Anders wirtschaften von Anfang an

"Anders gründen und
gemeinwohlorientiert
ausrichten"

13. Juni 2023, 16:30 bis 18:00 Uhr



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

*„Das Beste aus
zwei Welten für
Gründer*innen“*

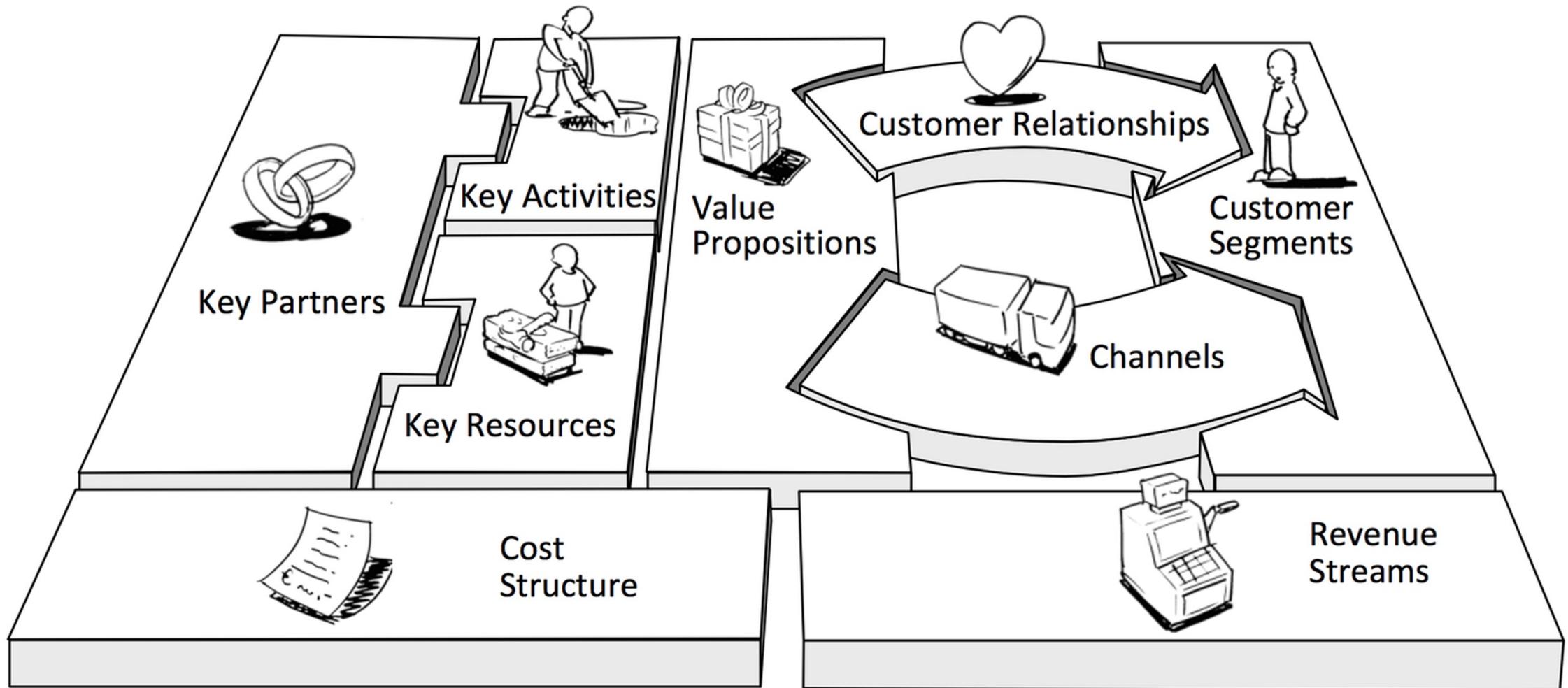
ECOGOOD BUSINESS CANVAS

GEMEINWOHL-ORIENTIERT GRÜNDEN

RENN.süd, Anders gründen und gemeinwohlorientiert ausrichten, 13. Juni 2023, 16:30 – 18:00 Uhr
Hartmut Schäfer, Kraft im Wandel, Lörrach



Das Original: Business Model Canvas



Feedback



2 Fragen:

Was gefällt mir am Business Model Canvas?

Wenn ich gemeinwohl-orientiert gründen will: Was fehlt mir beim Business Model Canvas?

- Wir erstellen zwei Wortwolken aus euren anonymen Nennungen.
- Bitte gebt nur Stichworte ein!
- <https://www.menti.com/d9h9eycwkr>



Was gefällt mir am Business Model Canvas?

34 answers



Wenn ich gemeinwohl-orientiert gründen will: Was fehlt mir beim Business Model Canvas?

16 answers

umwelt als stakeholder
kundenperspektive
nutzen gesellschaft
kosten für umweltschäden
wirkung kosten für d umwelt
zeitrahmen impact purpose
impact zielsetzungen
nachhaltigkeitsdimension
beneficiary vs kunde
externe effekte
nachhaltigkeit als feld



Einhörner gibt es viele ...

UBER



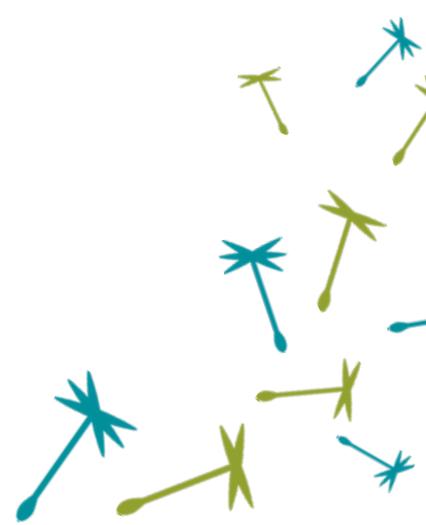
NETFLIX



TESLA



wework

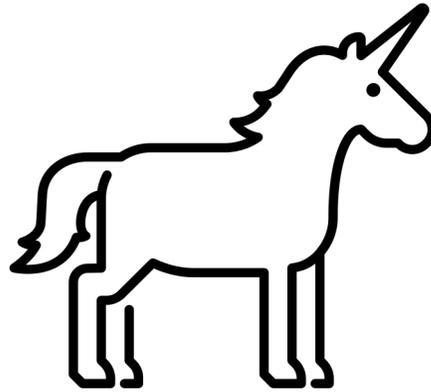


Von der Profitmaximierung zur Wirkungsorientierung

Produzieren Güter und Dienstleistungen, für die ein Kunde bezahlen wird

Sind auf den Markt ausgerichtet

Der Leistungsmaßstab ist Gewinn und Wachstum



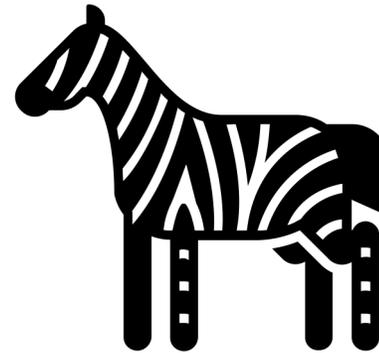
Individualistische Vision

Streben danach, die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen und das Potenzial des Unternehmens zu erweitern

Produzieren Güter und Dienstleistungen, die Menschen und/oder Umwelt benötigen

Konzentrieren sich auf die Suche nach Lösungen für soziale und/oder ökologische Probleme

Der Leistungsmaßstab ist die soziale und/oder ökologische Wirkung

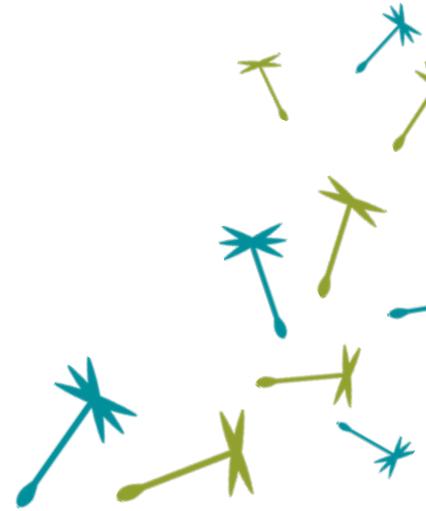


Gemeinschaftliche Vision

Streben danach, die Umwelt zu schützen sowie sozial gefährdete Menschen zu respektieren & ihre Besserung zu fördern



... wir brauchen mehr Zebras



Das Herzstück der GWÖ: Die Matrix

Wie leben wir die Werte gegenüber unseren Berührungsgruppen?

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0

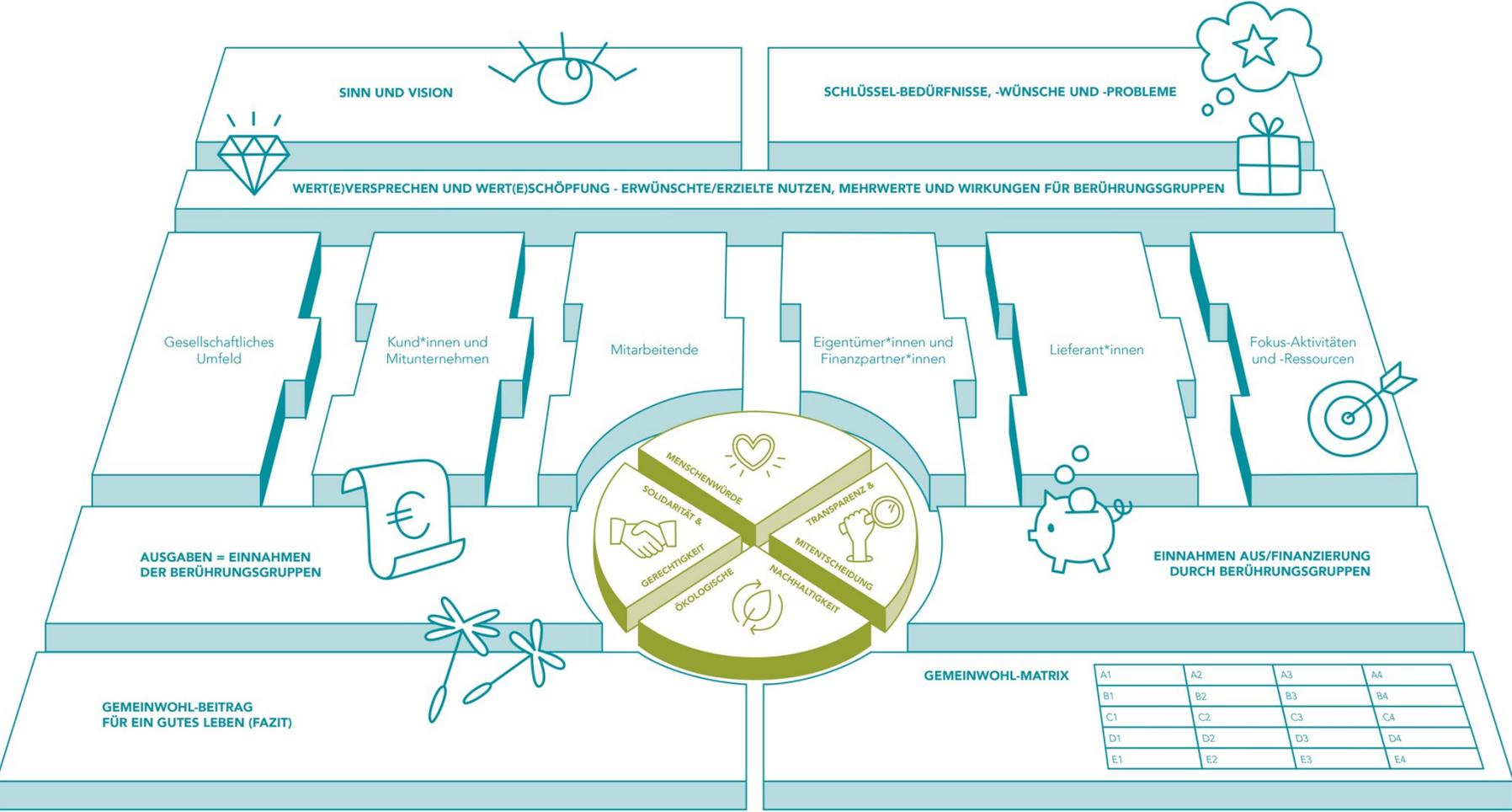


WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Alle Elemente der Matrix sind auf unserer Webseite erläutert



Das Ecogood Business Canvas



„Das Beste aus zwei Welten für Gründer*innen“

Illustration Ecogood Business Canvas der Gemeinwohl-Ökonomie, März 2022



Canvas mit Leitfragen und begleitender Leitfaden

Organisation

ECOGOOD BUSINESS CANVAS



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE
Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

Sinn und Vision

- Was ist der Sinn unserer Organisation als gemeinwohl-orientierte Organisation?
- Welche positiven gesellschaftlichen Wirkungen haben unsere Produkte und Dienstleistungen?
- Welche kraftvolle Vision (nach innen und außen) haben wir von uns als gemeinwohl-orientierte Organisation?

Schlüssel-Bedürfnisse, -Wünsche und -Probleme

- Welche Schlüssel-Bedürfnisse, -Wünsche bzw. -Probleme unserer Berührungsgruppen befriedigen wir, erfüllen wir bzw. lösen wir? (Hinweis: nicht notwendig für jede Berührungsgruppe)
- Welche positiven wirtschaftlichen, sozialen, ökologischen Ergebnisse und Zustände möchten unsere Berührungsgruppen gerne erreichen?

Wert(e)versprechen und Wert(e)schöpfung - erwünschte/erzielte Nutzen, Mehrwerte und Wirkungen für Berührungsgruppen

Gesellschaftliches Umfeld

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

Kund*innen und Mitunternehmer

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

Mitarbeitende

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

Eigentüm*innen und Finanzpartner*innen

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

Lieferant*innen

- Wie stiften wir durch unsere gemeinwohlorientierte Arbeit und durch das Umsetzen der vier Wertesäulen der Gemeinwohl-Ökonomie einen Nutzen/Mehrwert für unsere Berührungsgruppen?
- Wie machen wir das konkret, und wie arbeiten wir dabei mit den Berührungsgruppen zusammen?
- Welche konkreten Wirkungen möchten wir für uns selbst erzielen und für die Berührungsgruppen anstoßen?
- Welche der in Schritt 1b formulierten Schlüssel-Bedürfnisse/-Wünsche/-Probleme werden beantwortet?

Fokus-Aktivitäten und -Ressourcen

- Welche sind – resultierend aus unseren Wert(e)versprechen – die wichtigsten Fokus-Aktivitäten und erforderlichen Fokus-Ressourcen für unsere Wert(e)schöpfungen?



Ausgaben = Einnahmen der Berührungsgruppen

- Welche sind unsere fixen und variablen Ausgabenbereiche/Kostenarten?
- Wie sehen die Eckpunkte einer gemeinwohl-orientierten Kostengestaltung aus (Einkaufsleitlinie, Gehaltsleitlinie, Finanzierungsleitlinie, externe Kosten)?

Einnahmen aus/Finanzierung durch Berührungsgruppen

- Aus welchen Einnahme-Bereichen/Ertrags-Arten erzielen wir Wertschöpfung?
- Wie sieht unsere gemeinwohl-orientierte Preisgestaltung aus?
- Wie sichern wir unsere finanzielle Unabhängigkeit mit unseren/durch unsere Berührungsgruppen?
- Welche Regel geben wir uns für den Fall, dass wir sehr gute Gewinne erzielen?

Gemeinwohl-Beitrag für ein gutes Leben (Fazit)

- Welche Beiträge zum Gemeinwohl haben wir als die wichtigsten für unsere Organisation verstanden?
- Was war uns noch nicht bewusst und soll intensiviert werden?
- Was soll nicht (mehr) bearbeitet werden bzw. was unterlassen wir im Sinne des Gemeinwohls?

Gemeinwohl-Matrix		A1	A2	A3	A4
B1		B1	B2	B3	B4
C1		C1	C2	C3	C4
D1		D1	D2	D3	D4
E1		E1	E2	E3	E4

- Welches Feld wurde ausreichend erarbeitet? (Häkchen)
- Wo ist aktuell der größte Handlungsbedarf? (Ring)
- Welche Bereiche stehen aktuell nicht im Vordergrund? (leer)



Leitfaden und Templates können von der [GWÖ-Webseite](#) geladen werden.



Nutzen, Mehrwert und Wirkung

Nutzen

entsteht in einer Berührungsgruppe durch ein Produkt/eine Dienstleistung. Der durch ein Produkt/eine Dienstleistung angestrebte Nutzen wird zwischen den Berührungsgruppen i.d.R. vereinbart.

Mehrwert

ist eine Eigenschaft eines Produkts/einer Dienstleistung, die über den reinen vereinbarten Nutzen hinaus geht und einen zusätzlichen positiven Effekt erzeugt.

Wirkung

entsteht, wenn ein Produkt/eine Dienstleistung zuerst eine Bewusstseins-Veränderung und dann eine Verhaltensänderung bei der Berührungsgruppe, in deren Lebensumfeld und/oder in der Gesellschaft insgesamt bewirkt.



Nutzen, Mehrwert und Wirkung

Beispiele aus Berührungsgruppen

Nutzen

Kund*innen

- Taxi fahren

Lieferant*innen

- Kaffeebohnen verkaufen

Mitarbeitende

- Einen Arbeitsplatz haben

Finanzpartner*innen

- Einen Kreditvertrag abschließen

Mehrwert

- Umweltfreundlich und sportlich vorankommen

- Faire Preise

- Kollegialer Austausch

- Bedürfnisse von Startups kennenlernen

Wirkung

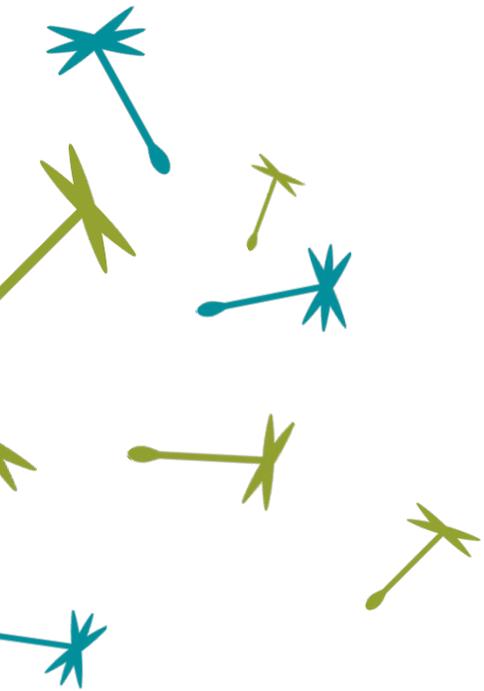
- Ein Twike für private Zwecke leihen/kaufen

- Nächste Generationen bauen Kaffee an

- Eine Kinderkrippe am Arbeitsort einrichten

- Gute Produkte für Start-ups anbieten





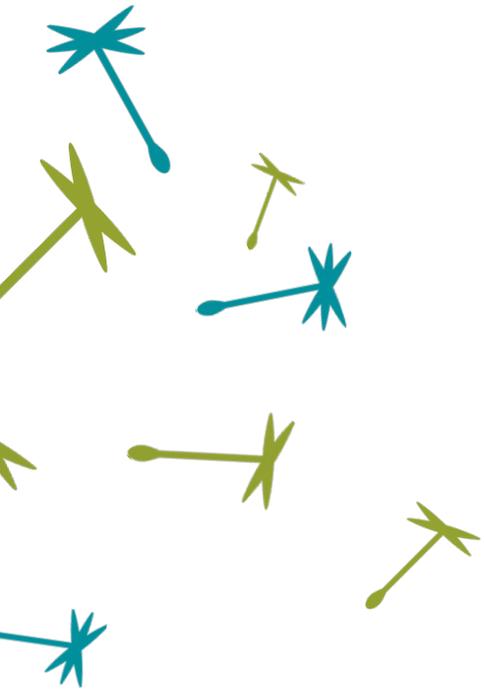
„Mit dem Ecogood Business Canvas macht Gemeinwohl-Ökonomie richtig Spaß!“

... so das Team des Coworking Space STARTBLOCK, Lörrach, Februar 2022

Das Canvas zeigt versteckte Potentiale genauso auf wie blinde Flecken und öffnet den Blick für Wert(e)schöpfungen im ganzen Micro-System des Unternehmens.

Bildquelle:
Knut Burmeister, alltag.li





***„A perfect fit for
impact entrepreneurs.”***

... so Chisom Nwabufo und Marcel Ströhle,
Eruisaku Foundation, Bludenz/Ulm, Jänner 2022

*"There is a hugh difference to the classic business
model canvas. The Ecogood Business Canvas
really focusses on the impact, that can be achieved
with all stakeholders."*



Wo gibt es mehr Informationen zum Ecogood Business Canvas?



Infoabend für
Gründer*innen:
online

GWÖ
Web-Seiten
D-A-CH

GWÖ
Berater*innen

Workshop-
Reihe für
Gründer*innen
Mai/Juni 2023

Inputs zu
(GWÖ-)
Veranstalt-
ungen

Entwicklungsteam:
canvas@ecogood.org



Einführungscall + 16.06. + 22.06. + 30.06. – jeweils 09-12 Uhr)

ANGEBOT: Erarbeitung eures nachhaltigen Geschäftsmodells mit dem EBC – 4 online Workshops im Juni

Gemeinwohl-orientiert gründen –
mit dem Ecogood Business Canvas

Vier online Workshops – Juni 2023

Hartmut Schäfer | Organisations-Entwicklung, Kybernetik, Gemeinwohl-Ökonomie | Lörrach
Lars Wollenweber | technisch orientierte BWL, Design Thinking Coach | Berlin

Pay what
feels right!

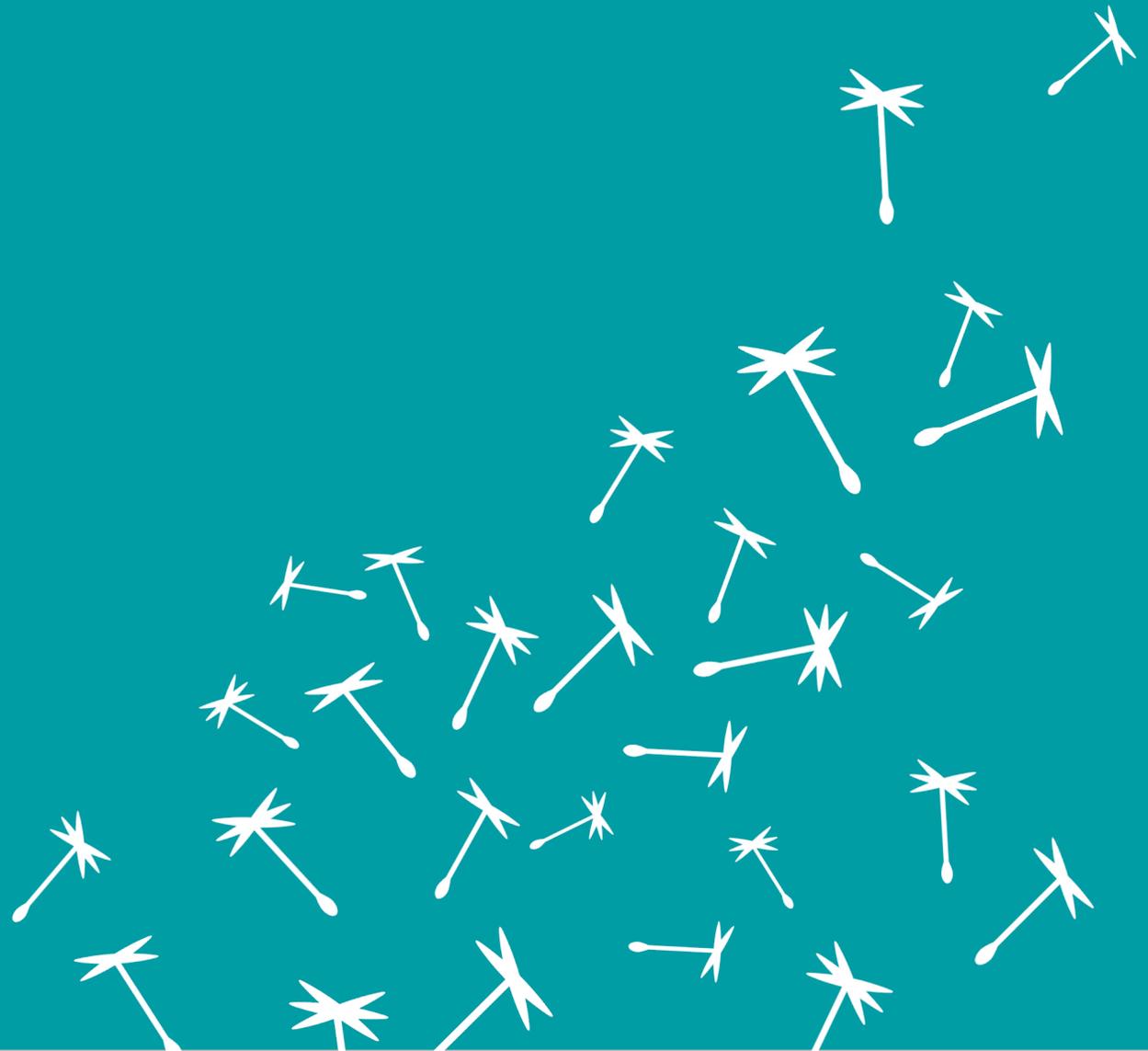
GEMEINWOHL
ÖKONOMIE 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft


Kraft im Wandel
Werte leben = Zukunft gestalten



HERZLICHEN DANK

hartmut.schaefer@ecogood.org
www.ecogood.org



Wir haben uns auf den Weg gemacht ...

Das EBC-Entwicklungsteam



isabella.klien@ecogood.org



sandra.kavan@ecogood.org



daniel.bartel@ecogood.org



hartmut.schaefer@ecogood.org



werner.furtner@ecogood.org

plus für die Schweiz:

brigitte.frank@ecogood.org

Info-Adresse
canvas@ecogood.org





Wie kann eine gemeinwohlorientierte Gründung funktionieren?

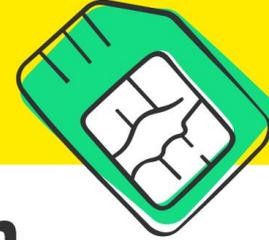
Pioniere des Wandels - anders wirtschaften von Anfang an
RENN.Süd, 13.06.2023



Die Idee

WEtell

Klimaschutz



**endlich
grünfunken**



Datenschutz



Fairness &
Transparenz

Nachhaltigkeit im Mobilfunk

- D2-Netzqualität und Service von Mensch zu Mensch
- **Klimaschutz** Bau neuer Solaranlagen, Kompensation des Netzbetriebs
- **Datenschutz** Minimale Datenerhebung und –speicherung
- **Fairness und Transparenz** Monatlich kündbar, ohne Lockangebote

PURPOSE®

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft



Gründe mit Menschen, die deine Vision teilen

Wir machen nicht Nachhaltigkeit,
weil wir Mobilfunk verkaufen
wollen, wir machen Mobilfunk,
um die Nachhaltigkeit
voranzubringen!



Setze auf nachhaltige Finanzierung



Förderprogramme

- Smartgreen Accelator (Grünhof Freiburg)
- Exist-Stipendium
- Pre-Seed
- Leistungszentrum Nachhaltigkeit Freiburg

Community

- Crowdfunding 2019: 180.000 Euro in 6 Wochen
- Crowdfunding 2021: 700.000 Euro in 2 Stunden
- Crowdfunding 2023: 1.000.000 Euro in 5 Stunden



Suche dir starke Partner*innen...



...und Netzwerke



Mache deine Werte sichtbar...

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0



WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG
BERÜHRUNGSGRUPPEN				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette 1 2 3 4 5 6 8 10 12	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette 1 2 3 4 10 12	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette 6 7 12 13 14 15	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette 10
B: EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 8	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 1 8	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 3 6 7 8 9 11 13 14 15	B4 Eigentum und Mitentscheidung 10 16
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 3 4 5 8 9 10	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 1 3 5 8	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 3 7 12 13 14 15	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 10 16
D: KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMER*INNEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 10 12	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 9 17	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 6 7 12 13 14 15	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 12
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 3 10 12	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 8 9 10 11 16 17	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 3 6 7 12 13 14 15 17	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 10 11 16 17

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS Reference: Kasper, M.: Linking the Common Good Balance Sheet and the Sustainable Development Goals (SDGs)

Gemeinwohl-Ökonomie: www.ecogood.org



...und sichere sie für die Zukunft

PURPOSE®



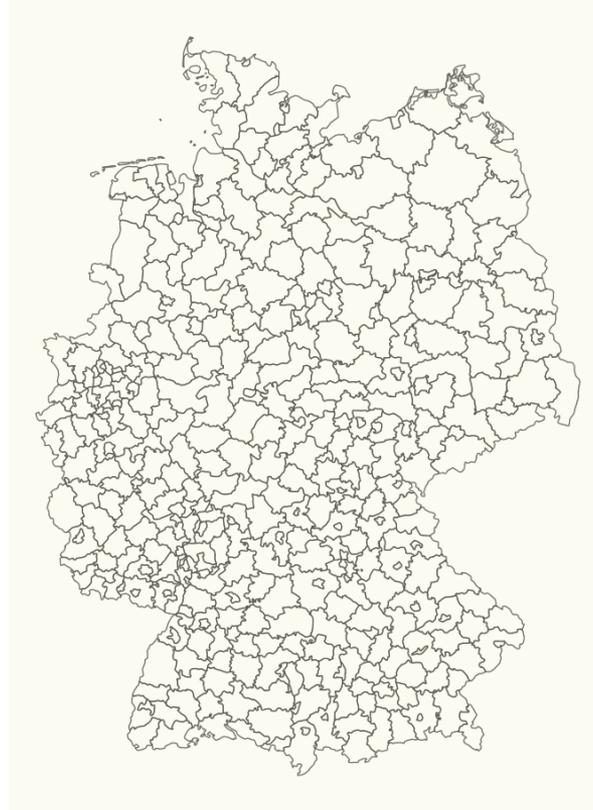
Es funktioniert!

>16.000 Kund*innen

99% Zufriedenheit

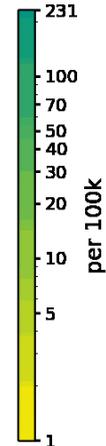
>25 Mitarbeitende

2020-07-13



Stand [2022-05-13]

Insgesamt: 0





Lasst uns
gemeinsam
die Wirtschaft
transformieren!

WEtell GmbH

Paul-Ehrlich-Straße 7
79106 Freiburg

wetell.de





Links und Literaturhinweise aus dem Chat

Anders Gründen Nürnberg

- <https://www.iska-nuernberg.de/andersgruenden/>

Gemeinwohlökonomie (GWÖ)

- Allg. Informationen zur GWÖ <https://utopia.de/ratgeber/gemeinwohl-oekonomie/>
- Gründen mit der GWÖ <https://gruenderplattform.de/green-economy/gemeinwohl-oekonomie>
- Thema Menschenwürde: Klick auf C1 in der Matrix <https://austria.ecogood.org/gemeinwohlmatrix/> - noch detaillierter im Leitfaden zum Ecogood Business Canvas <https://gemeinwohl-bilanz.ch/wp-content/uploads/EBC-Leitfaden.pdf>
- <https://www.kraftimwandel.de/leistungen/fair-wirtschaften/>

Sonstige Hinweise

- Business Scouts for Development der GIZ <https://www.bmz.de/de/themen/privatwirtschaft/kammern-und-verbaende/business-scouts-for-development-70214>
- Sammlung von Lösungsansätzen u.a. zu anderen Formen des Wirtschaftens <https://lakunabi.wordpress.com/wirtschaft-u-a-in-der-ausbildung/>



Kontakt

Website: <https://www.renn-netzwerk.de/sued>

RENN.süd-Team: sued@renn-netzwerk.de

Marie-Luise Zaiß
0721 / 56 00 1277

Marie-Luise.Zaiss@lubw.bwl.de

Gerd Oelsner
gerd.oelsner@web.de

