



ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Modul 6

## Werkzeuge für die Gründung einer NGO

2017-1-PT01-KA204-035759

*This project has been funded with support from the European Commission.*

*This publication [communication] and all its contents reflect the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

[www.ngeurope.net](http://www.ngeurope.net)



Partners



# Werkzeug 1: Testen Sie Ihre Idee



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Wir müssen kreativ sein...**



**...und Ideen produzieren!**

**Kreativität** bringt Ideen hervor

**Innovation** ist die Umsetzung von Ideen



### CREATIVITY

The act of turning new and imaginative ideas into reality.



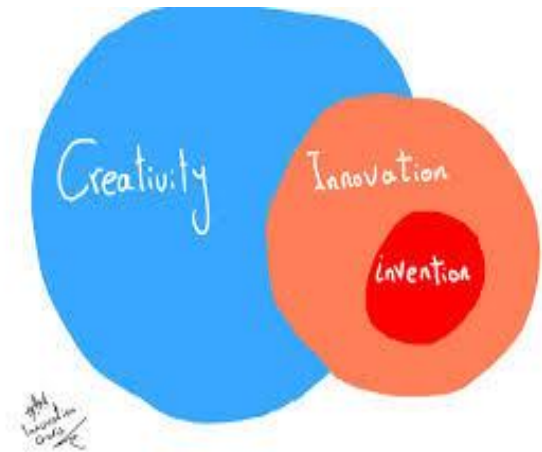
### INVENTION

Creation of a new idea or concept



### INNOVATION

Turning a new concept into commercial success of widespread use



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Woher kommen die Ideen?



Steven Johnson (4.06')



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Beispiel: Dry Bath



Ludwick Marishane (5,07')

# Schreiben Sie Ihre Konzepterklärung auf

## Das Problem und die vorgeschlagene Lösung

- Welches ist das soziale Problem, das ich ansprechen möchte?
- Was ist meine Lösung?
- Was müssen die Begünstigten anders machen, damit meine vorgeschlagene Lösung funktioniert?

## Erkunden Sie die gesellschaftspolitische Landschaft

- Wer profitiert von meinem Geschäft?
- Wer wird durch mein Geschäft verletzt?
- Wer sind die wichtigsten Interessenvertreter?
- Wer sind meine Verbündeten?
- Wer sind meine Gegner?

**Quelle:** MacMillan, I. C. and Thompson, J. D. (2013). *The Social Entrepreneur's Playbook: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Enterprise*. Wharton Digital Press, USA.

# Schreiben Sie Ihre Konzeptklärung auf

- Welches ist das soziale Problem, das ich ansprechen möchte?
  - Wer leidet, worunter leiden sie und wann, was verursacht dieses Leiden?
- Was ist meine Lösung?
  - Wer und wie viele werden davon profitieren? Was sind die wichtigsten Kosten und wie werden die Einnahmen generiert?
- Was müssen die Begünstigten anders machen, damit meine vorgeschlagene Lösung funktioniert?
  - Wie schwierig wird es für die Begünstigten sein, meine Lösung zu übernehmen? Welche Verhaltensänderungen sind erforderlich?



# Schreiben Sie Ihre Konzeptklärung auf



- Wer profitiert von diesem Geschäft?
- Wer wird durch dieses Geschäft verletzt?
- Wer sind die Verbündeten?
- Wer sind die GegnerInnen?



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Übung



# Beispiel 1: Umgang mit Gebrauchtkleidung auf lokaler Ebene (Idee)



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Lösung



# Das Problem und die vorgeschlagene Lösung



- Zur Deckung des Grundbedarfs an Kleidung
- Austausch von Kleidung
- Achten Sie auf den Austausch von Kleidung



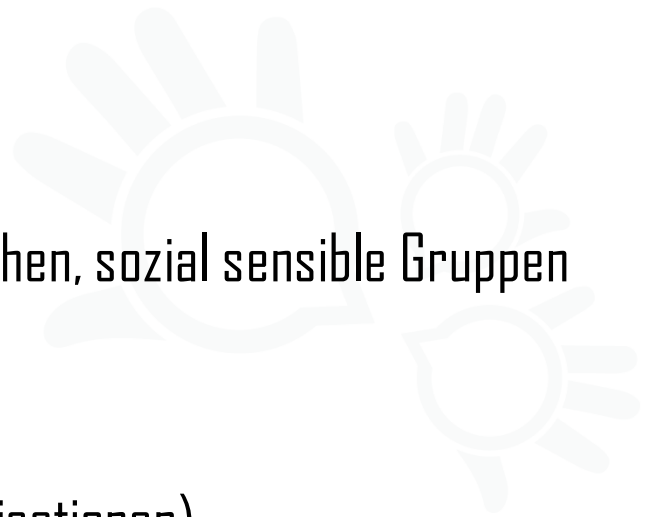
**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Wer profitiert von diesem Geschäft?

- Lokale Gemeinschaft (Eltern, Kinder, ältere Menschen, sozial sensible Gruppen usw.)
- Ökosystem
- Regierung (Institutionen und Versicherungsorganisationen)
- Institutionen der sozialen Solidarität - Vermittler



# Wer wird durch dieses Geschäft verletzt?

- Bekleidungsunternehmen (defekte oder unverkaufte Ware)
- Einzelpersonen und Stiftungen (direkte Empfänger)
- TeilnehmerInnen an der Wertschöpfungskette für Bekleidung (Einzelpersonen und Organisationen)

# Wer sind die Verbündeten?

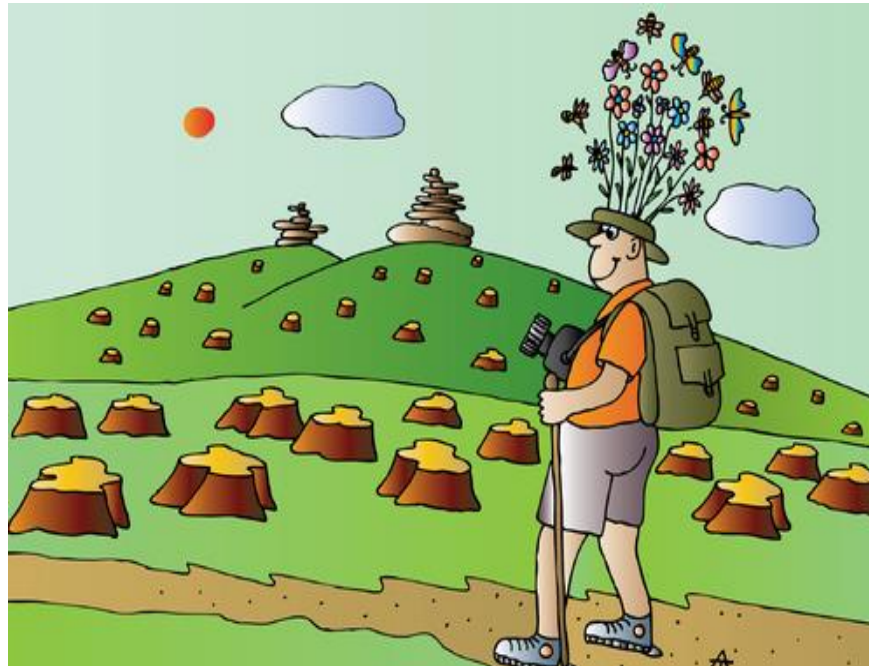
- Begünstigte (die geben und nehmen)
- Lokale Gemeinschaft
- Spender von Gebrauchtkleidung



# Wer sind die GegnerInnen?

- Regierung (erzeugt GegnerInnen und verliert Vorteile)
- Chinesischer, lokaler und illegaler Markt
- Konventionelle Geschäfte mit Second-Hand-Angeboten
- Konventionelle Unternehmen mit Recyclingmaßnahmen
- Recycling-Unternehmen

## Beispiel 2: Bereitstellung von Dienstleistungen im Bereich des Ökotourismus (Idee)



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Lösung



# Das Problem und die vorgeschlagene Lösung



- Den Planeten auf Reisen schützen
- Ökotourismus-Reisedienstleistungen
- Seien Sie sich der Dienstleistungen des Ökotourismus bewusst



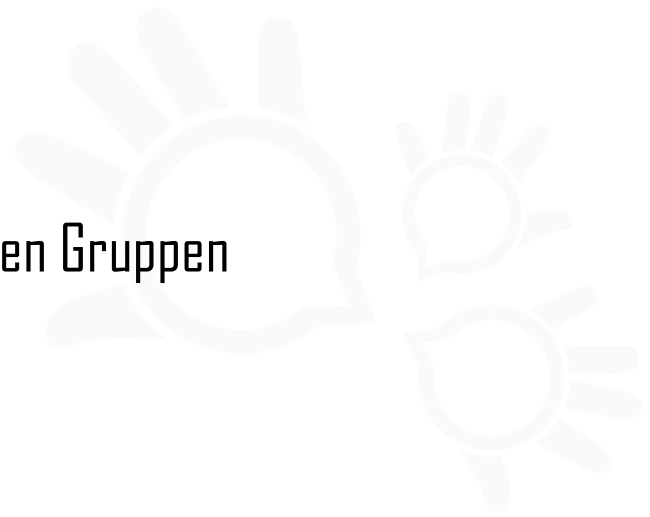
**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Wer profitiert von diesem Geschäft?

- TouristInnen und TouristInnen aus sozial sensiblen Gruppen
- Ökosystem
- Fachleute (sie wären arbeitslos)
- Lokale Gemeinschaft
- Regierung
- Organisationen, die an der Wertschöpfungskette des Ökotourismus teilnehmen (d.h. Lieferanten, Fluggesellschaften, Transportunternehmen)



# Wer wird durch dieses Geschäft verletzt?

- Unternehmen mit gleicher oder ähnlicher Tätigkeit (d.h. konventionell oder alternativ)
- Vertretungsdienste (d.h. Unterhaltung)
- Andere geografische Ziele



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Wer sind die Verbündeten?

- Geschäftswelt (direkt oder indirekt) in geographischer Nähe
- Lokale Gemeinschaft
- Ministerium für Tourismus, Region und Gemeinde
- Konventionelle und soziale Unternehmen mit ähnlichen und ergänzenden Aktionen
- Europäische und internationale Netzwerke
- Familienmitglieder und Organisationen, die behinderte Menschen unterstützen

# Wer sind die GegnerInnen?

- Regierung (schafft GegnerInnen und verliert Vorteile)
- Andere Reiseziele
- Lokale unternehmerische Aktivitäten im Tourismussektor



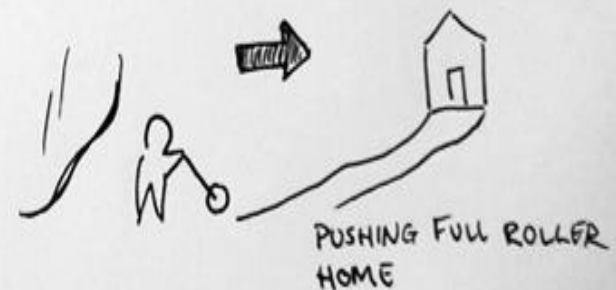
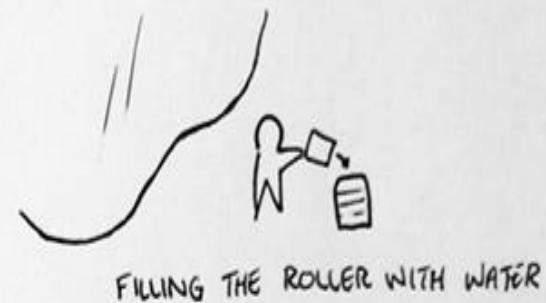
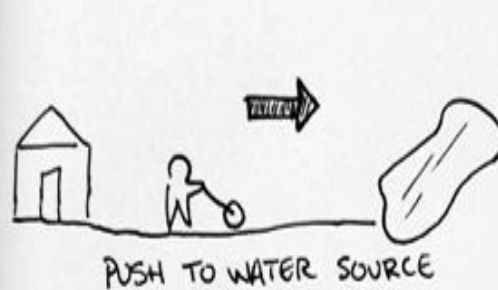
**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Beispiel 3: Hippo Water Roller Projekt (Idee)

- Wasserbehälter in Afrika
- Ort: Afrika
- Auswirkungen: grün und sozial (Gesundheit)
- Geografische Abdeckung: national
- [Video](#) (2,53 min)



**REPEAT**

# Lösung





# Das Problem und die vorgeschlagene Lösung



- Täglicher Zugang zu Wasser in ländlichen Gebieten Afrikas
- Zu ziehende oder zu schiebende Wasserbehälter
- Tun Sie, was immer nötig ist, um solche zu erwerben!



# Wer profitiert von diesem Geschäft?

- Lokale Gemeinschaft
- Ökosystem
- Regierung



# Wer wird durch dieses Geschäft verletzt?

- Wasserunternehmen, die nicht an diesem Projekt beteiligt sind
- Einrichtungen, die einen Beitrag zu diesem Projekt ablehnen



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Wer sind die Verbündeten?



- Begünstigte
- Lokale Gemeinschaft
- Mitwirkende (Einzelpersonen/Einrichtungen) bei der Projektdurchführung

# Wer sind die GegnerInnen?

- Wasserunternehmen
- Individuen oder Einheiten, die gegen die Evolution und soziale Veränderungen kämpfen

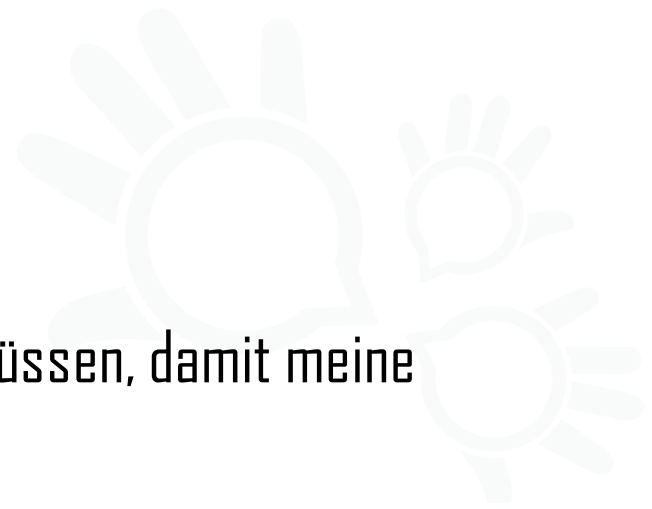
## Beispiel 4: Ihre Idee



# Lösung



- Das Problem und die vorgeschlagene Lösung
- Was werden die Begünstigten anders machen müssen, damit meine vorgeschlagene Lösung funktioniert?
- Wer profitiert von diesem Geschäft?
- Wer wird durch dieses Geschäft verletzt?
- Wer sind die Verbündeten?
- Wer sind die GegnerInnen?



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

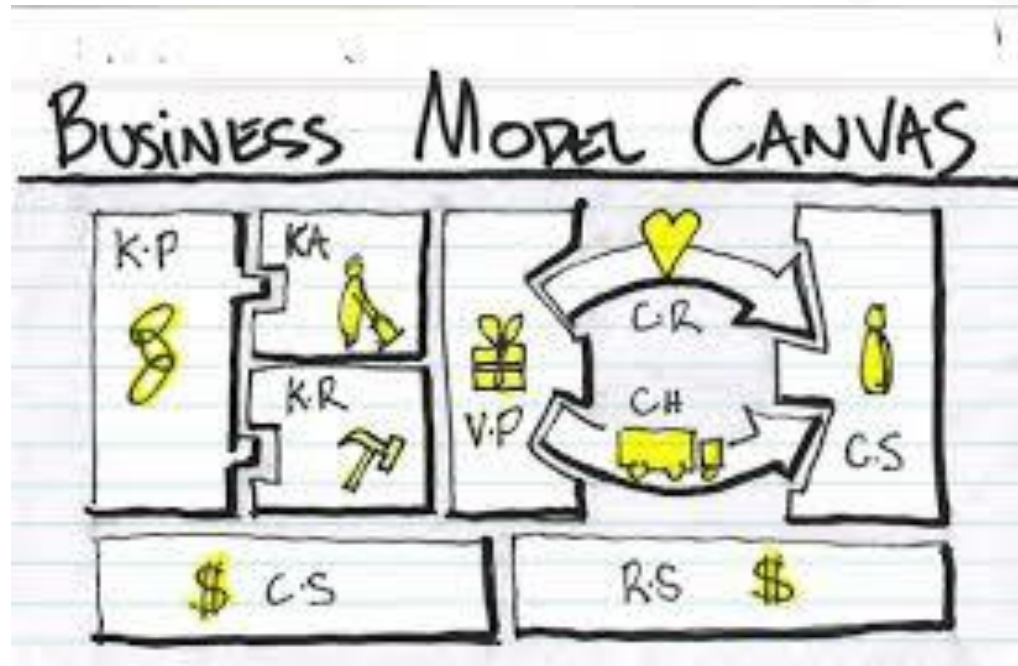
## 5 Schlüssel zum Erfolg für SozialunternehmerInnen

1. sich auf die Umsetzung der Idee konzentrieren (den wahren Wert verstehen und das perfekte Team finden)
2. Finden Sie jemanden, der dieses soziale Problem lösen will
3. Haben Sie keine Angst, dass Sie jemand kopiert
4. Konzentrieren Sie sich auf die Frage „Was lässt Sie nachts nicht schlafen?“
5. Sowohl die sozialen Auswirkungen als auch das Geld ins Visier nehmen

**Quelle/Video anschauen**

Lluís Pareras (7.54')

## Werkzeug 2: Geschäftsmodell-Leinwand



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

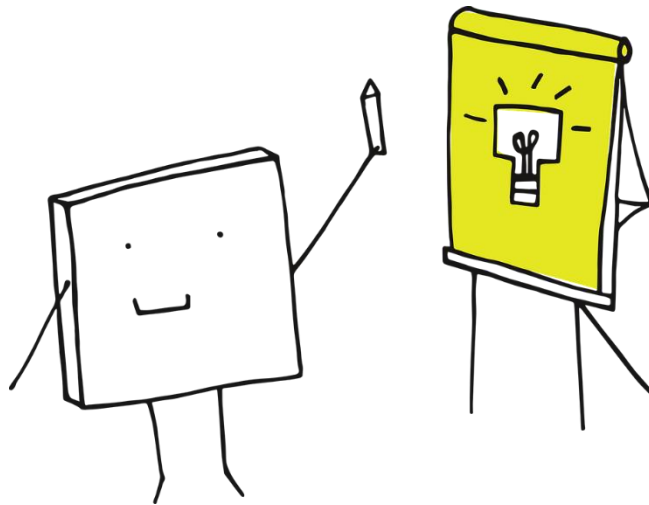
# Von der Idee zum Geschäftsmodell

## Großartige Idee ≠ Erfolg

Um erfolgreich zu sein, braucht eine großartige Idee ein großartiges Geschäftsmodell

**Quelle/Video anschauen**

(2.12')



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



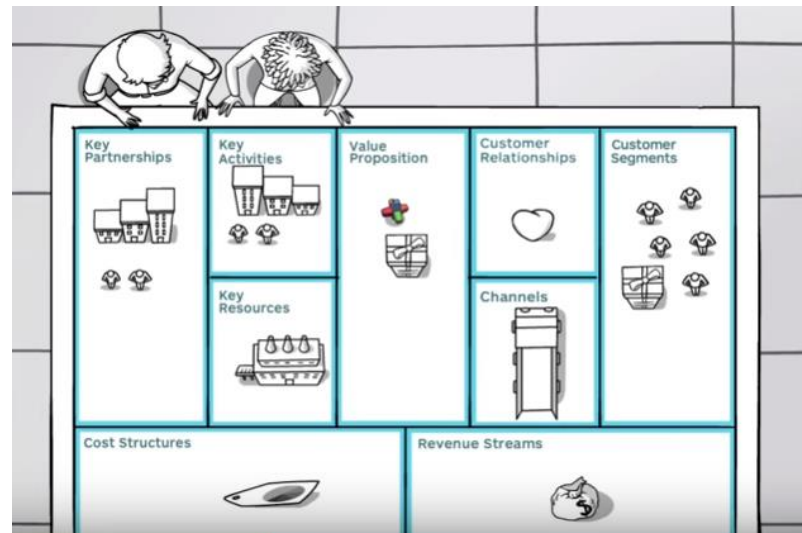
# Visualisierung des Geschäftsmodells

## Geschäftsmodell ist wie eine Geschichte

Eine Geschichte darüber, wie Ihr Unternehmen Werte schafft, liefert und erfasst.

**Quelle/Video anschauen**

(3.40')



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Prototypenentwicklung

## Verlieben Sie sich nicht in Ihre ersten Modelle

Die besten Modelle werden nach der Erstellung vieler und manchmal weniger offensichtlicher Versionen gebaut.

**Quelle/Video anschauen**

(2.39')



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Business Model Canvas

A tool for visionaries, game changers, and challengers

Consists of 9 building blocks that help you visualize your business idea.

**Quelle/Video anschauen**

(2.19')



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

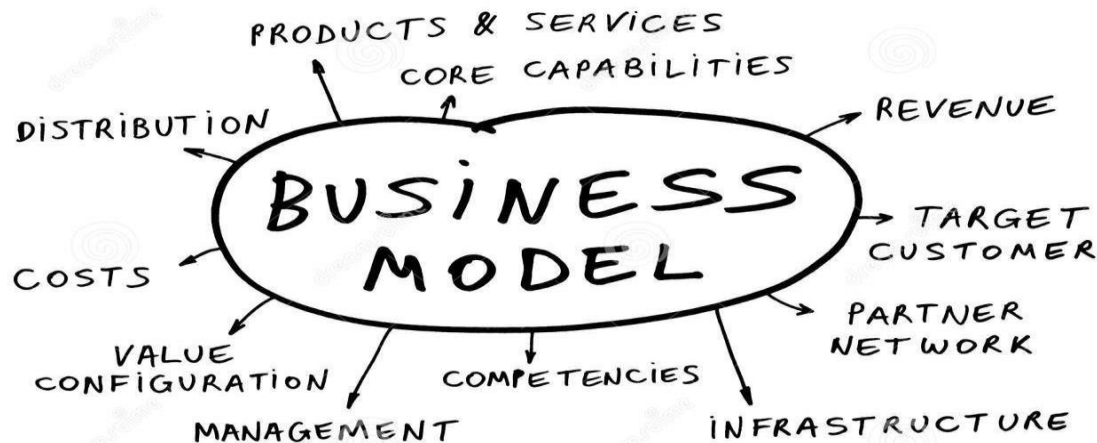
# Geschäftsmodell Leinwand



- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele

# Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?

Es ist ein Werkzeug, das zeigt, wie das neue Unternehmen die Ressourcen nutzt, um Einnahmen zu generieren, indem es den Kunden einen höheren Wert bietet.



Download from  
Dreamstime.com

This watermarked comp image is for previewing purposes only.

8311314

Alain Lacroix | Dreamstime.com












EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES

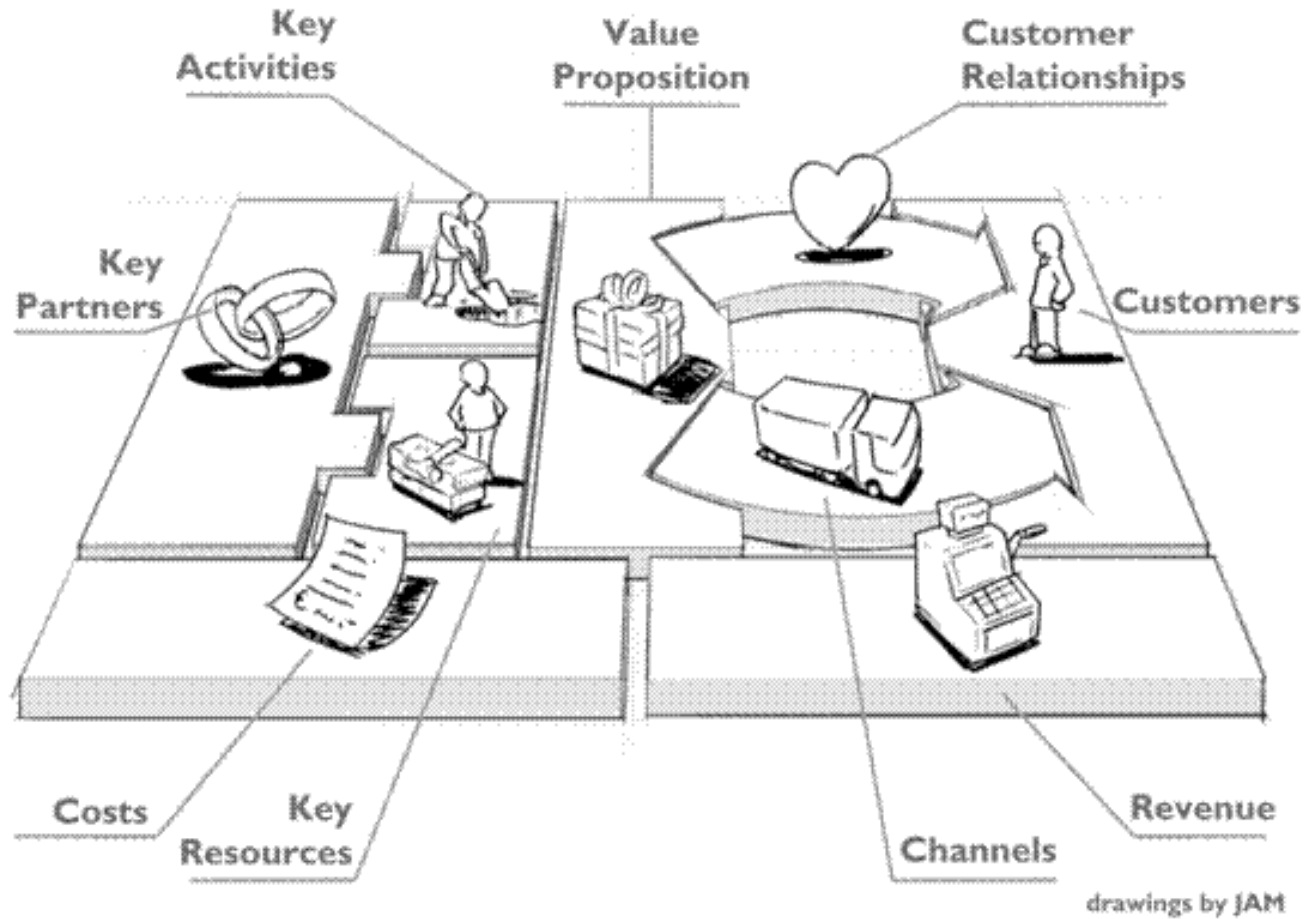


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?

<b>Schlüsselpartner</b> 	<b>Schlüsselaktivitäten</b> 	<b>Wertvorschläge</b> 	<b>Kundenbeziehungen</b> 	<b>Kundensegmente</b> 
	<b>Schlüsselressourcen</b> 		<b>Kanäle</b> 	
<b>Kostenstruktur</b> 		<b>Einnahmequellen</b> 		

# Osterwalder Alexander



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## 9 Bausteine – „Die Grundlagen“



1. Welche Kundinnen/Kunden wollen Sie?
2. Welchen Wertbeitrag bieten Sie an?
3. Über welche Kanäle erreichen Sie Ihre Kundinnen/Kunden?
4. Welche Beziehungen bauen Sie auf?
5. Welche Einnahmequellen generieren Sie?
6. Was sind Ihre wichtigsten Ressourcen?
7. Was sind die Schlüsselaktivitäten, die Sie durchführen müssen?
8. Was sind die wichtigsten PartnerInnen?
9. Was sind die wichtigsten Kosten, die Ihrem Geschäftsmodell inhärent sind?



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union





2

Welchen  
**Wertbeitrag**  
bieten Sie an?

4

Was sind  
die  
**Beziehungen**,  
die Sie  
herstellen?

3

Welche **Kanäle**  
werden  
genutzt, um  
Ihre Kunden  
zu erreichen?

1

Welche  
**Kundinnen/  
Kunden**  
wollen Sie?



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



1. Welche **Kundinnen/Kunden** wollen Sie?
  - Verbraucher (Endverbraucher)
  - Unternehmen (Vermittler)
2. Welchen **Wertbeitrag** bieten Sie an?
  - Alleinstellungsmerkmal (im Vergleich zur Konkurrenz)
3. Welche **Kanäle** werden genutzt, um Ihre Kunden zu erreichen?  
Von der Produktion bis zum Verbrauch
4. Was sind die **Beziehungen**, die Sie herstellen?
  - Langfristig
  - Kurzfristig



9

Was sind die wichtigsten **Kosten**, die mit Ihrem Geschäftsmodell verbunden sind?



5

Welche **Einnahmequellen** generieren Sie?

# Einnahmen vs. Ausgaben

**Einnahmen - Ausgaben = Einnahmen (Gewinn/Verlust)**



**Umsatz = Preis x Menge**

**Kosten = Tägliche Kosten für  
den Betrieb des Unternehmens**



8

Was sind die  
**wichtigsten**  
**Partner?**

7

Was sind die  
**wichtigsten**  
**Aktivitäten**, die  
Sie durchführen  
müssen?

6

Was sind die  
**wichtigsten**  
**Ressourcen?**



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



6. Was sind Ihre **wichtigsten Ressourcen**?
  - was verfügbar ist (Menschen, Infrastruktur, Geld, Technologie, Informationen, Rohstoffe, Know-how usw.)
7. Was sind die **wichtigsten Aktivitäten**, die Sie durchführen müssen?
  - produzieren, verkaufen, Dienstleistungen anbieten?
8. Was sind die **wichtigsten Partner**?
  - für bessere Leistungen

# Geschäftsmodell-Leinwand



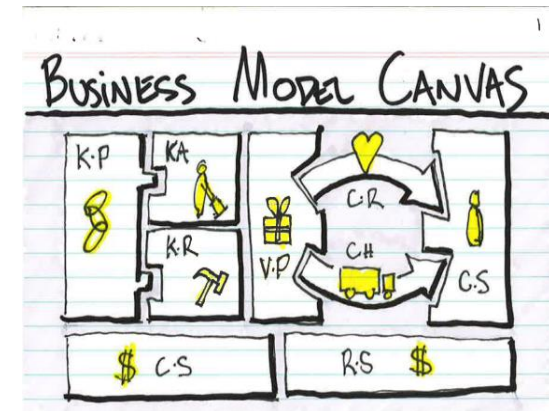
- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele



# Warum brauchen wir die Business Model Canvas?

## Soziale UnternehmerInnen

- Notwendigkeit einer unternehmerischen Denkweise und des Experimentierens mit neuen Geschäftsmodellen (neue Aktionen / neue Arbeitsweisen)
- Sie müssen mit 2 Bedrohungen umgehen:
  - schlechte Idee (Versorgung)
  - nicht ausreichende Ressourcen (Nachfrage)



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

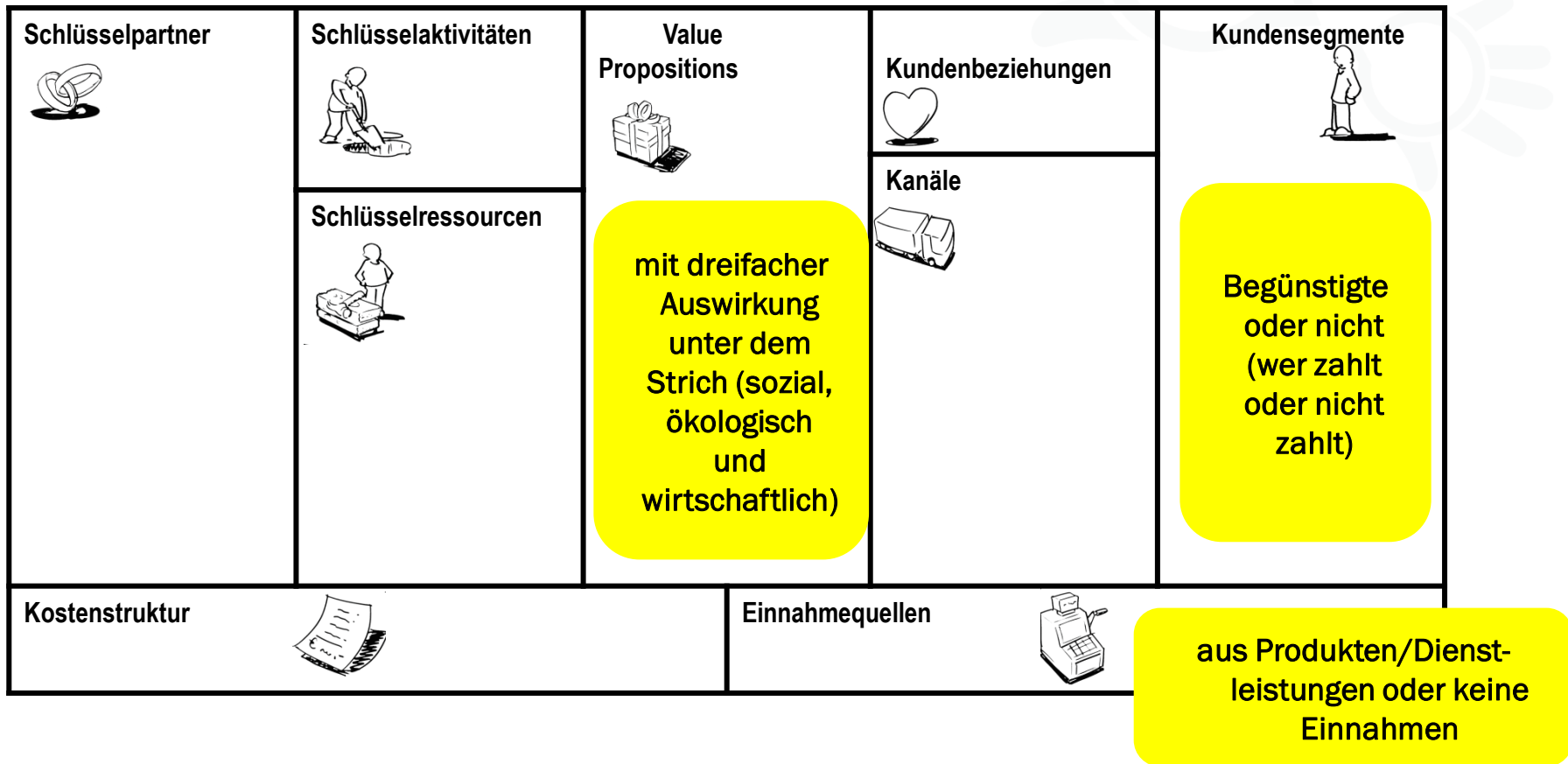


# Geschäftsmodell-Leinwand



- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele

# Unterschiede in sozialen Unternehmen



# Leistungsversprechen



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Kundensegmente



- ✓ Diejenigen, die anstelle der Begünstigten zahlen
- ✓ Diejenigen, die nicht zahlen, sind die Begünstigten.



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Einnahmequellen



- ✓ Einnahmen aus Produkten/Dienstleistungen
- ✓ Ohne Einnahmen (Finanzierung zur Deckung der Ausgaben)

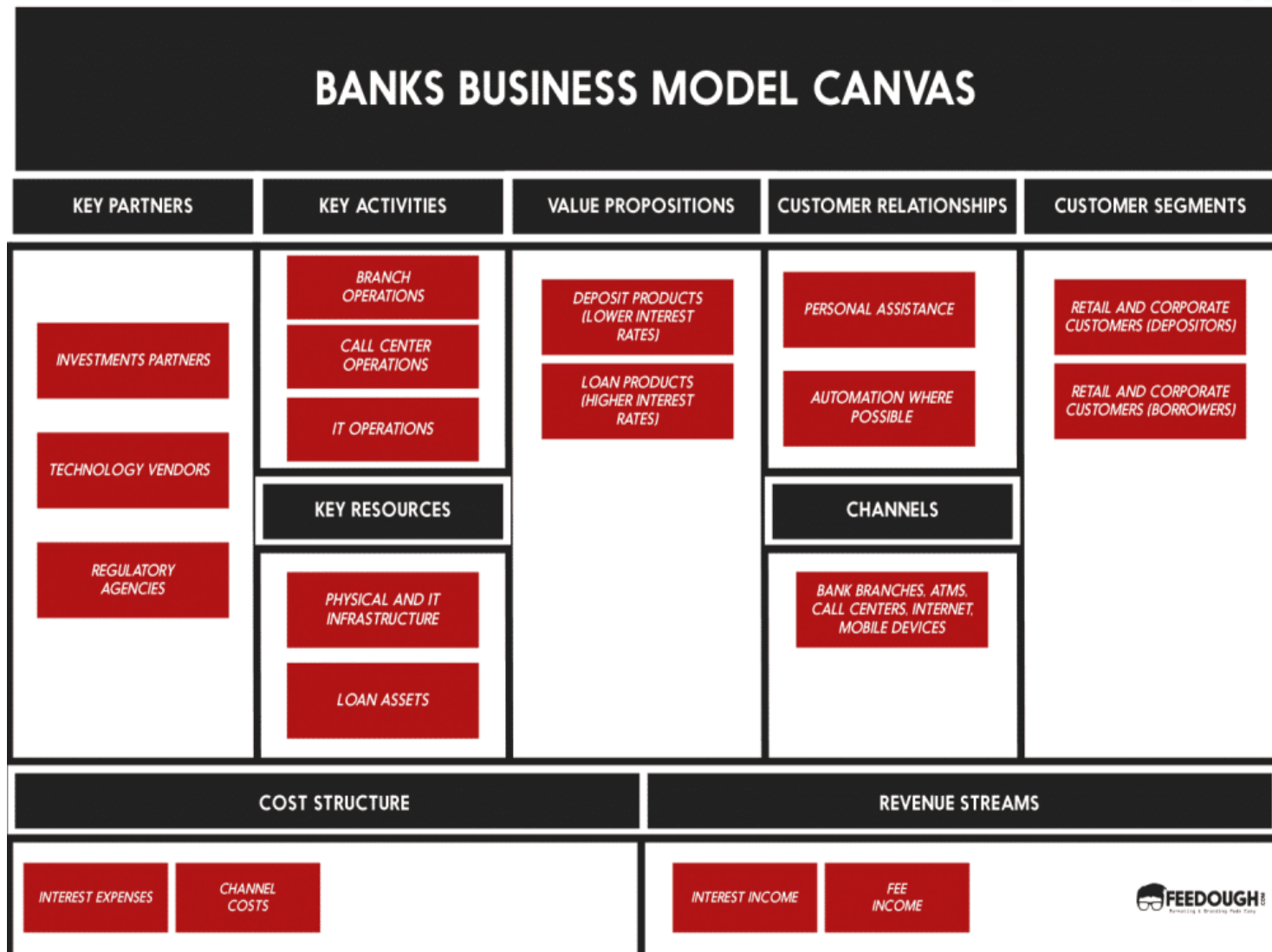


EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES

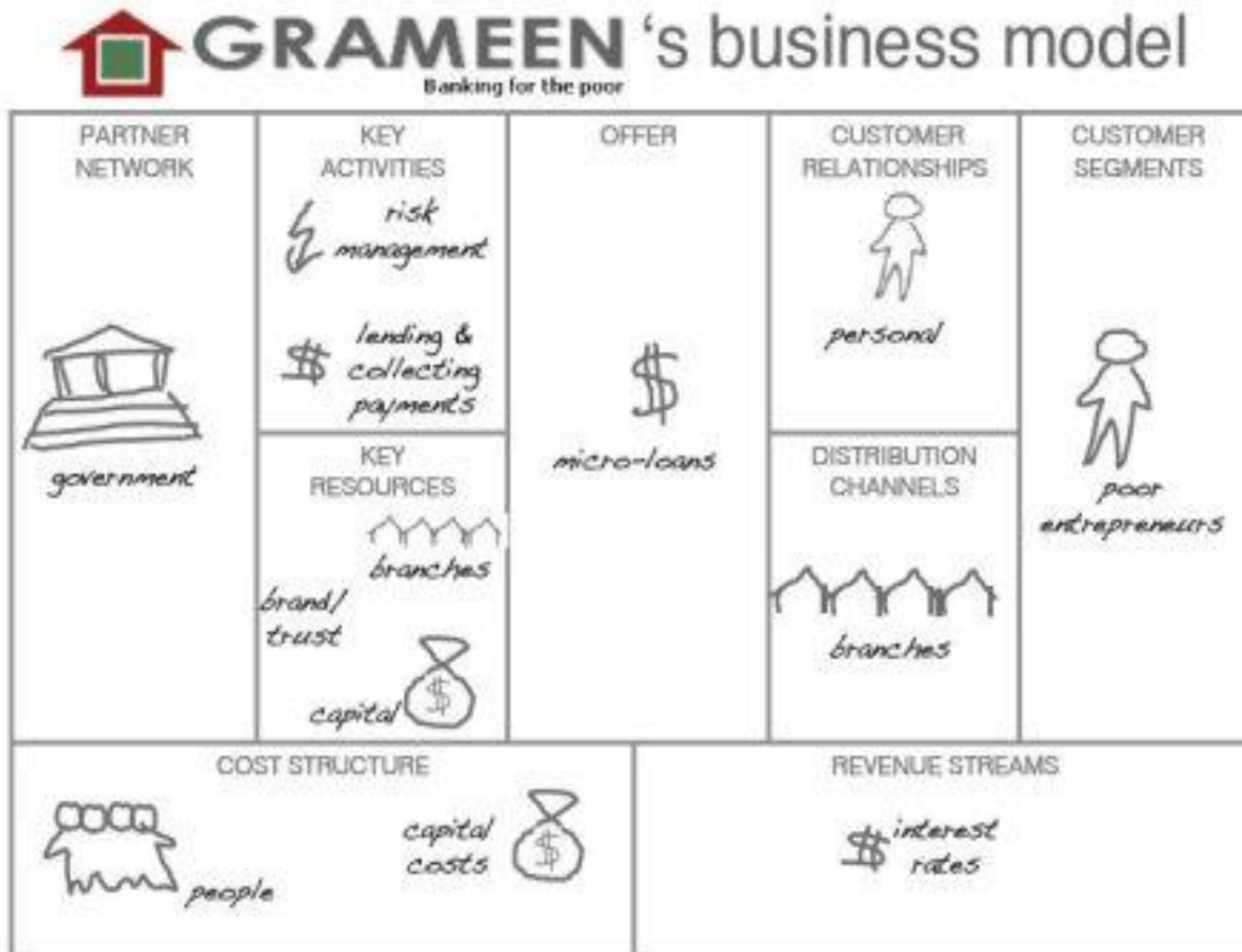


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Kommerzielle vs. soziale Unternehmen im Bankensektor



# Kommerzielle vs. soziale Unternehmen im Bankensektor



# Geschäftsmodell-Leinwand



- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele



# Exercise



## Beispiel 1: Aravind

- Krankenhaus für Augenheilkunde
- Auswirkung: sozial (Gesundheit)
- Ort: Indien
- Geografische Abdeckung: national
- [Video](#) (3,44 min)

## Beispiel 1: Aravind



# Lösung



8

REGIERUNG,  
UNIVERSITÄTEN,  
UNTERNEHMEN,  
INSTITUTIONEN,  
KRANKENHÄUS  
ER

7

OPERATIONEN &  
GESUNDHEITS  
BEHANDLUNG

2

VERBESSERT DIE  
LEBENSWEISE DER  
ARMEN, LÖST  
PROBLEME WIE  
ARBEITSLOSIGKEIT,  
SOZIALEN  
RASSISMUS,  
ARMUT,  
GESUNDHEITLICHE  
BEHANDLUNG,  
AUSGRENZUNG AM  
ARBEITSPLATZ

4

LANGFRISTIG

1

MENSCHEN  
MIT  
SEHPROBLE  
MEN

6

MENSCHEN  
(KNPW-HOW),  
INFRASTRUKTUR

3

DIREKT ÜBER  
KRANKEN  
HÄUSER

9

INFRASTRUKTUR UND BETRIEBSAUSGABEN

5

SUBVENTIONEN IN GELD-UND  
SACHLAGEN



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## BEISPIEL 2: INSP

- Verkaufen von Straßenzeitschriften
- Auswirkung: sozial (Beschäftigungsfähigkeit, Eingliederung)
- Ort: Großbritannien
- Geografische Abdeckung: international
- [Video](#) (5,39 min)

## Beispiel 2: INSP

41 countries

122 street papers

14,000 homeless vendors

6,000,000 readers



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Lösung





8

SCHRIFTSTELLER-  
INNEN,  
INHALTSANBIETER-  
INNEN,  
SUBVENTIONEN,  
WERBEAGENTUREN

7

ZEITSCHRIFTEN-  
INHALT UND  
WEBSITE  
MANAGEMENT

2

HOCHWERTIGE  
AKTUALISIERUNG,  
VERBESSERT DIE  
LEBENSBEDIN-  
GUNGEN VON  
OBDACHLOSEN UND  
ARBEITSLOSEN,  
FÖRDERT DIE  
BESCHÄFTIGUNGS-  
FÄHIGKEIT, DEN  
SOZIALEN  
RASSISMUS, DIE  
ARMUT UND DIE  
AUSGRENZUNG AM  
ARBEITSPLATZ

4

KURZ UND  
LANGFRISTIG

1

KUNDINNEN/  
KUNDEN, DIE  
FÜR DAS  
UPDATE  
BEZAHLEN  
[SOZIAL  
SENSIBEL]

6

VERTRIEBSMIT-  
ARBEITERINNEN,  
INHALTS-  
ANBIETERINNEN

3

VERKAUFS-  
STELLEN UND  
INTERNET

9

LAUFENDE KOSTEN, VERNETZUNG UND  
INFRASTRUKTUR

5

EINNAHMEN AUS DEM VERKAUF VON  
ZEITSCHRIFTEN UND ABONNEMENTS,  
SUBVENTIONEN, ANZEIGEN



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Beispiel 3: Solerebels

- Verkauf von handgefertigten Schuhen
- Auswirkung: sozial (Beschäftigungsfähigkeit, Eingliederung)
- Ort: Äthiopien
- Geografische Abdeckung: international
- [Video](#) (3,03 min)

## Beispiel 3: Solerebels



**Forbes** AFRICA **Woman**  
**Forbes**

**WINNER**  
2016 Business  
Woman of the Year

Bethlehem **Tilahun Alemu**



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Lösung



8

Vertriebsnetz,  
Akteurinnen/  
Akteure im Bereich  
Promotion,  
staatliche  
Unterstützung oder  
Zusammenarbeit  
zwischen Ländern

7

Produktion und  
Vertrieb

2

Verbessert die  
Lebensqualität  
armer Menschen  
(wirtschaftlich,  
sozial, ökologisch),  
steigert die  
Beschäftigungsfähig  
keit in der lokalen  
Gemeinschaft,  
belebt das kulturelle  
Erbe

4

Kurz-und  
langfristig

1

Menschen,  
die umwelt-  
bewusst sind

6

Raw materials and  
production  
personnel

3

Verkaufsstellen  
und internet

9

Laufende Kosten

5

Schuhverkauf

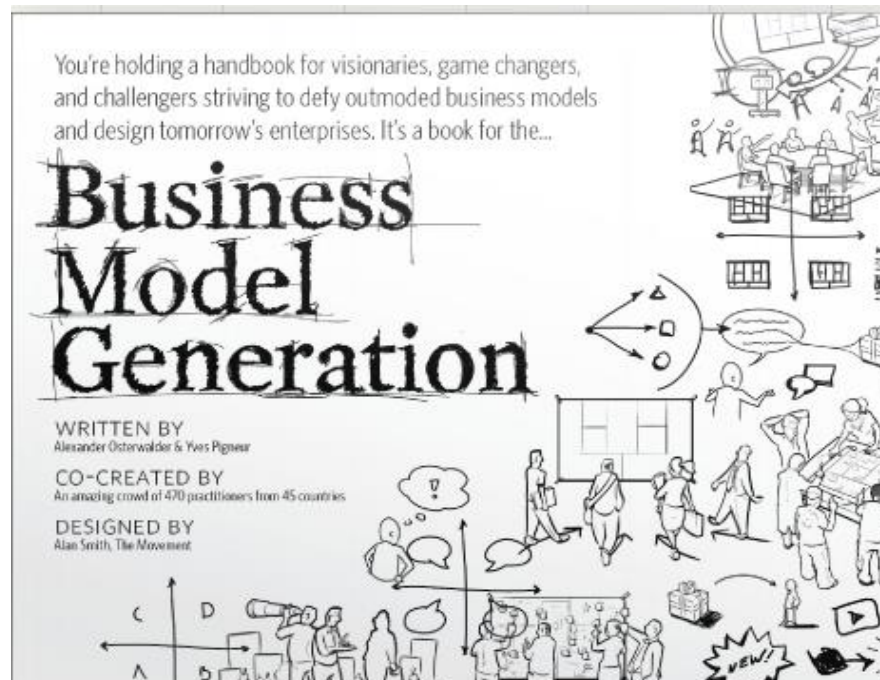


EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Mehr Informationen



Osterwalder, A. & Pigneur, Y., (2010), Business Model Generation, John Wiley & Sons.



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Mehr Informationen

Ein Leitfaden zur Geschäftsplanung für soziale Unternehmen, der die Teile zusammenfügt

A business planning guide  
for social enterprises

Putting  
the pieces  
together



This guide is proudly brought  
to you by Social Ventures Australia  
and Parramatta City Council



1

Ein Leitfaden zur Geschäftsplanung für die Entwicklung eines sozialen Unternehmens

A business planning guide to  
developing a social enterprise

"Senscot has been promoting the need for clear and concise business advice to emerging social enterprises for a number of years. Forth Sector's Business Planning Guide manages to capture all the relevant information and lays it out in a simple yet comprehensive way. Forth Sector should be congratulated on providing an ideal guide for social enterprise start-ups as well as those looking to make the next step up."

Aidan Pils, Executive Director, SENScot

[www.forthsector.org.uk](http://www.forthsector.org.uk)



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Mehr Informationen



**Supporting entrepreneurs  
in the cultural and creative  
industry sector**

<https://creative-entrepreneurs.eu/>



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Any  
Questions



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

2017-1-PT01-KA204-035759

*This project has been funded with support from the European Commission.*

*This publication [communication] and all its contents reflect the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

Partners



info@ngeurope.net

www.ngeurope.net

www.ngeurope.net

