



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



www.ngeurope.net



Modul 6

Werkzeuge für die Gründung einer NGO



Werkzeug 1: Testen Sie Ihre Idee



Wir müssen kreativ sein...



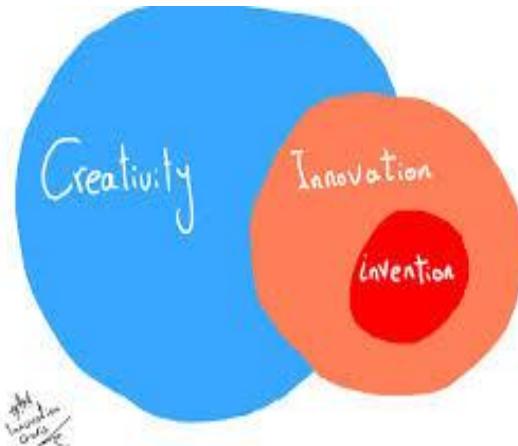
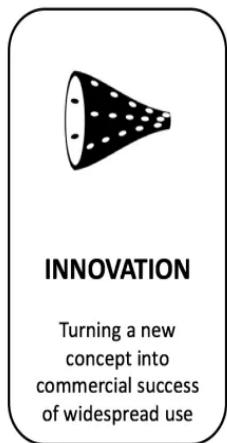
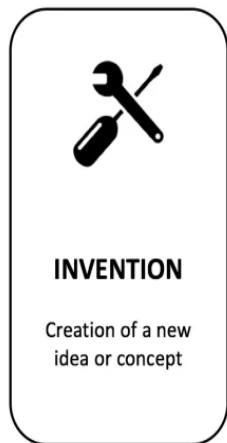
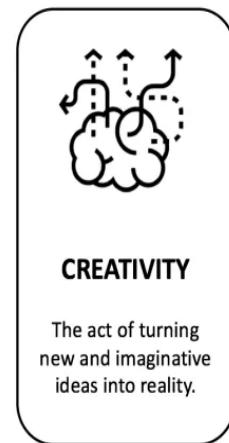
...und Ideen produzieren!



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

Kreativität bringt Ideen hervor

Innovation ist die Umsetzung von Ideen



Woher kommen die Ideen?



Steven Johnson (4,06')

Beispiel: Dry Bath



Ludwick Marishane (5,07')

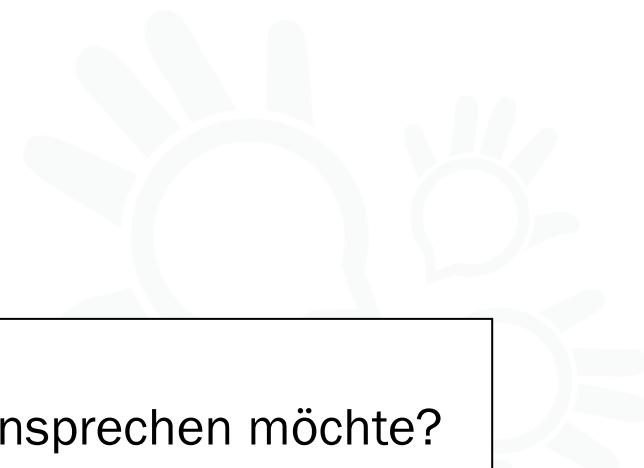


EUROPE
ACTIVE CITIZENS
THRIVING COMMUNITIES



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

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 Konzepterklärung 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?



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

Schreiben Sie Ihre Konzepterklärung auf



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

Übung



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

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

SECOND
HAND



Lösung



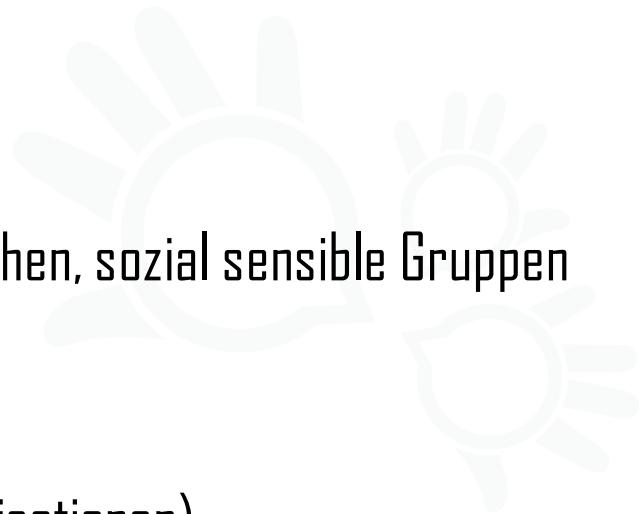
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Das Problem und die vorgeschlagene Lösung



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

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)



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

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



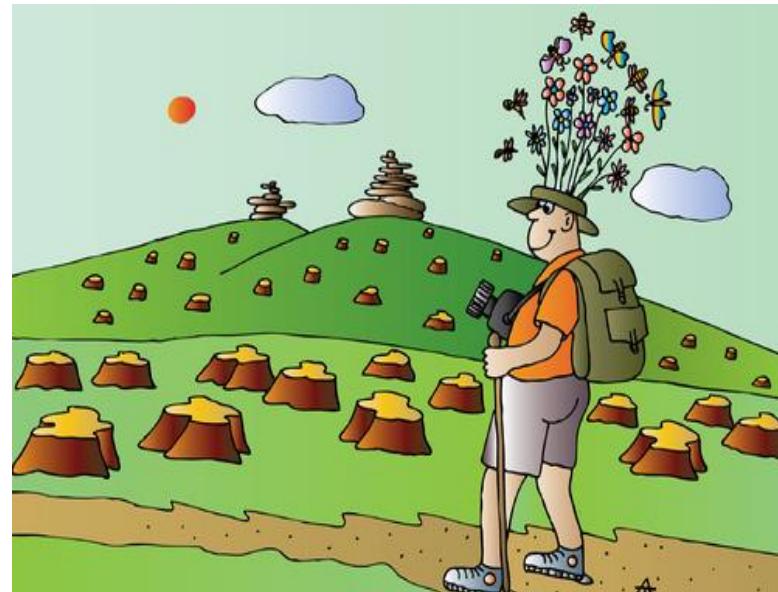
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Lösung



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

Das Problem und die vorgeschlagene Lösung



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

Wer profitiert von diesem Geschäft?



- TouristInnen und TouristelInnen 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

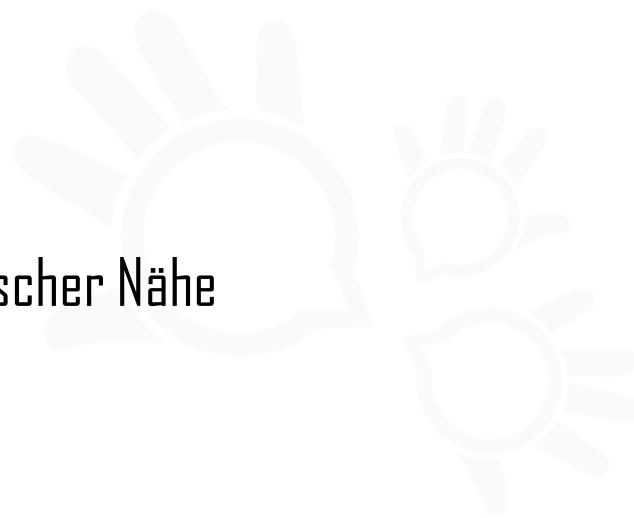


EUROPE
ACTIVE CITIZENS
THRIVING COMMUNITIES



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

Wer sind die Verbündeten?



- Geschäftswelt (direkt oder indirekt) in geografischer 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



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)

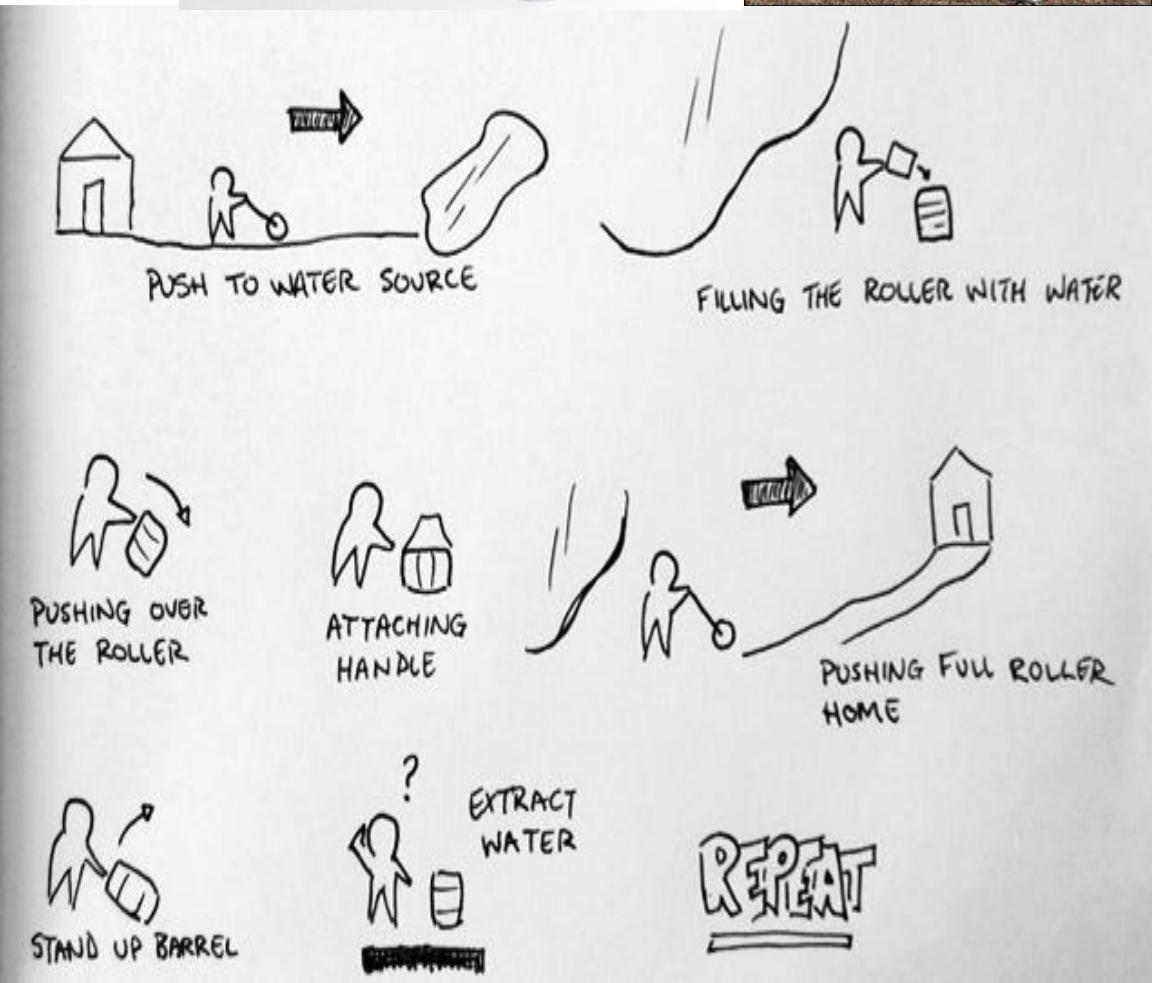
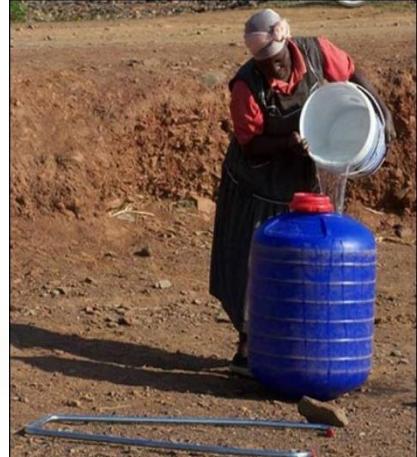


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



HIPPO WATER ROLLER PROJECT

hipporoller.org



Lösung



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

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!



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

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

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



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

Beispiel 4: Ihre Idee

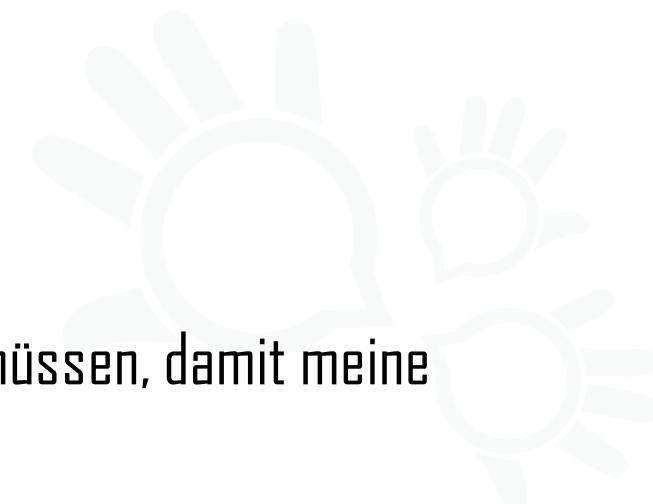


Lösung



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

- 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?



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

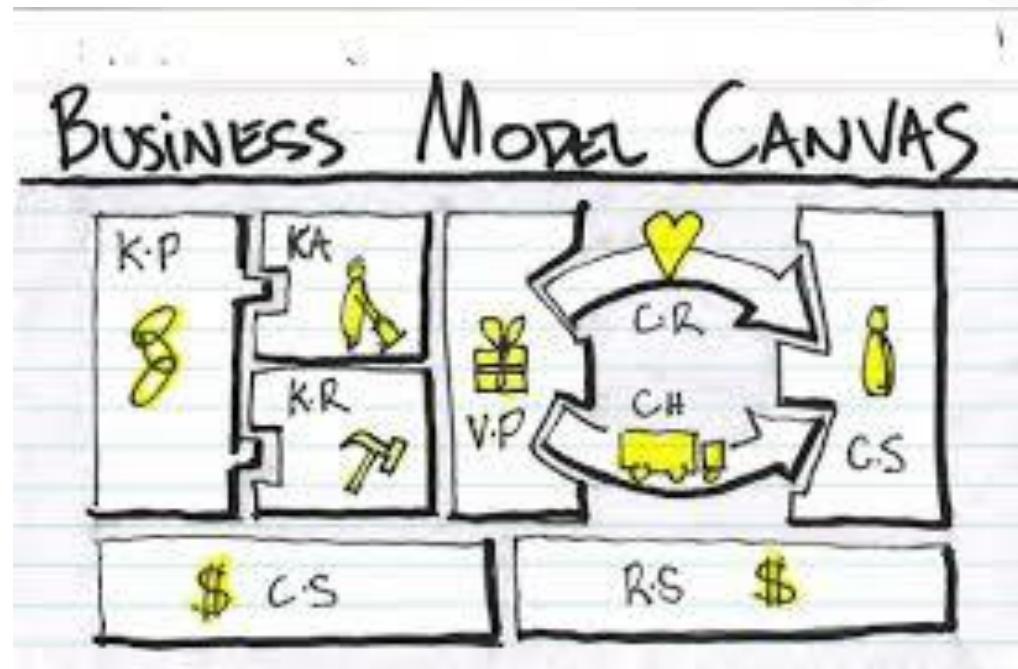
Quelle/Video anschauen

Lluís Pareras (7.54')



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

Werkzeug 2: Geschäftsmodell-Leinwand



NG
EUROPE
ACTIVE CITIZENS
THRIVING COMMUNITIES



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

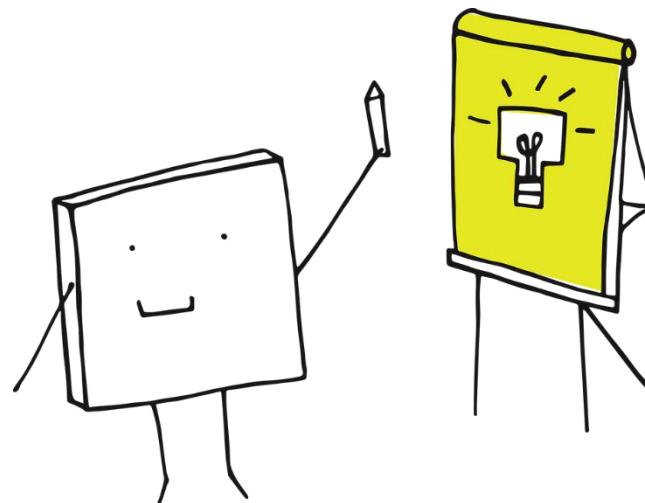
Von der Idee zum Geschäftsmodell

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

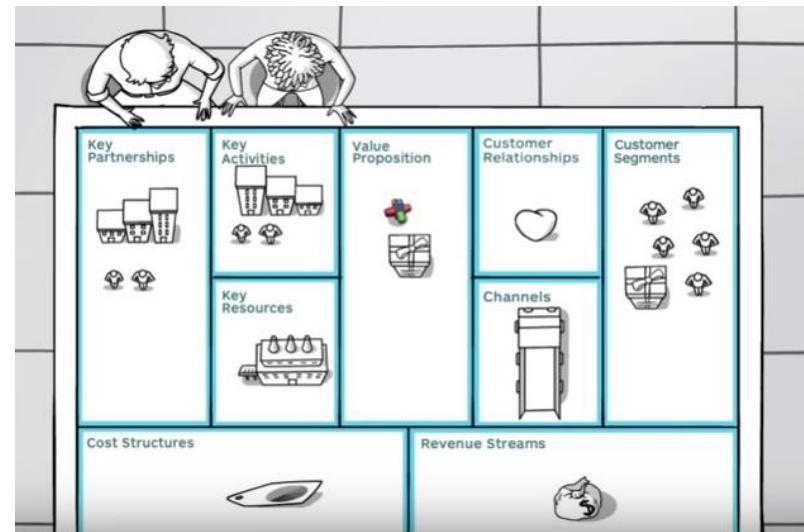
Visualisierung des Geschäftsmodells

Geschäftsmodell ist wie eine Geschichte

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

Quelle/Video anschauen

(3.40')



NG
EUROPE



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')



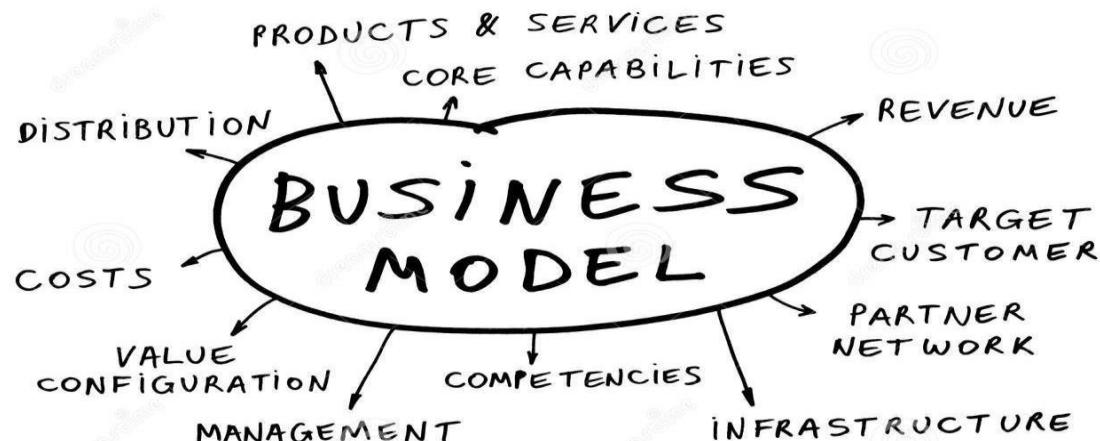
Geschäftsmodell Leinwand



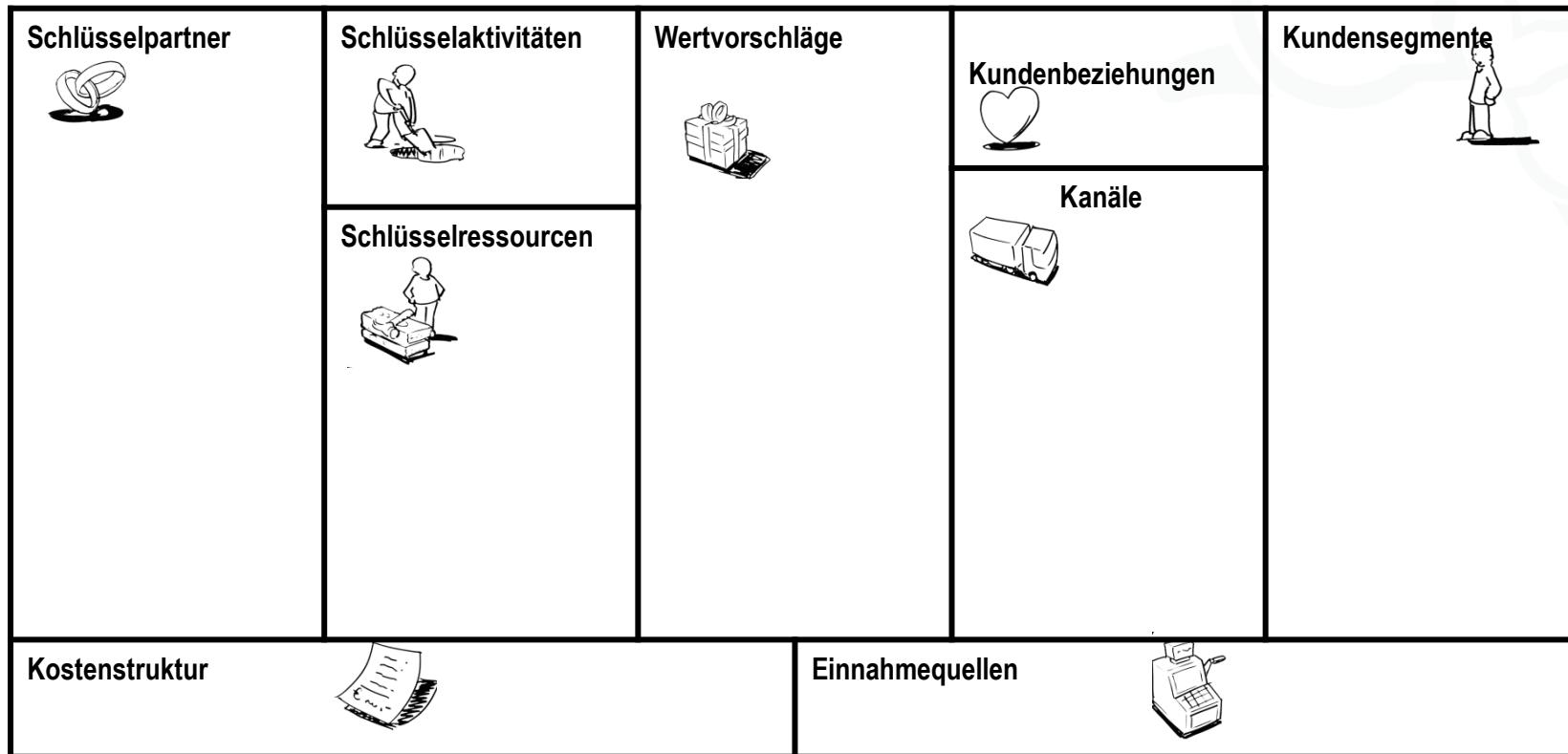
- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele

Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?

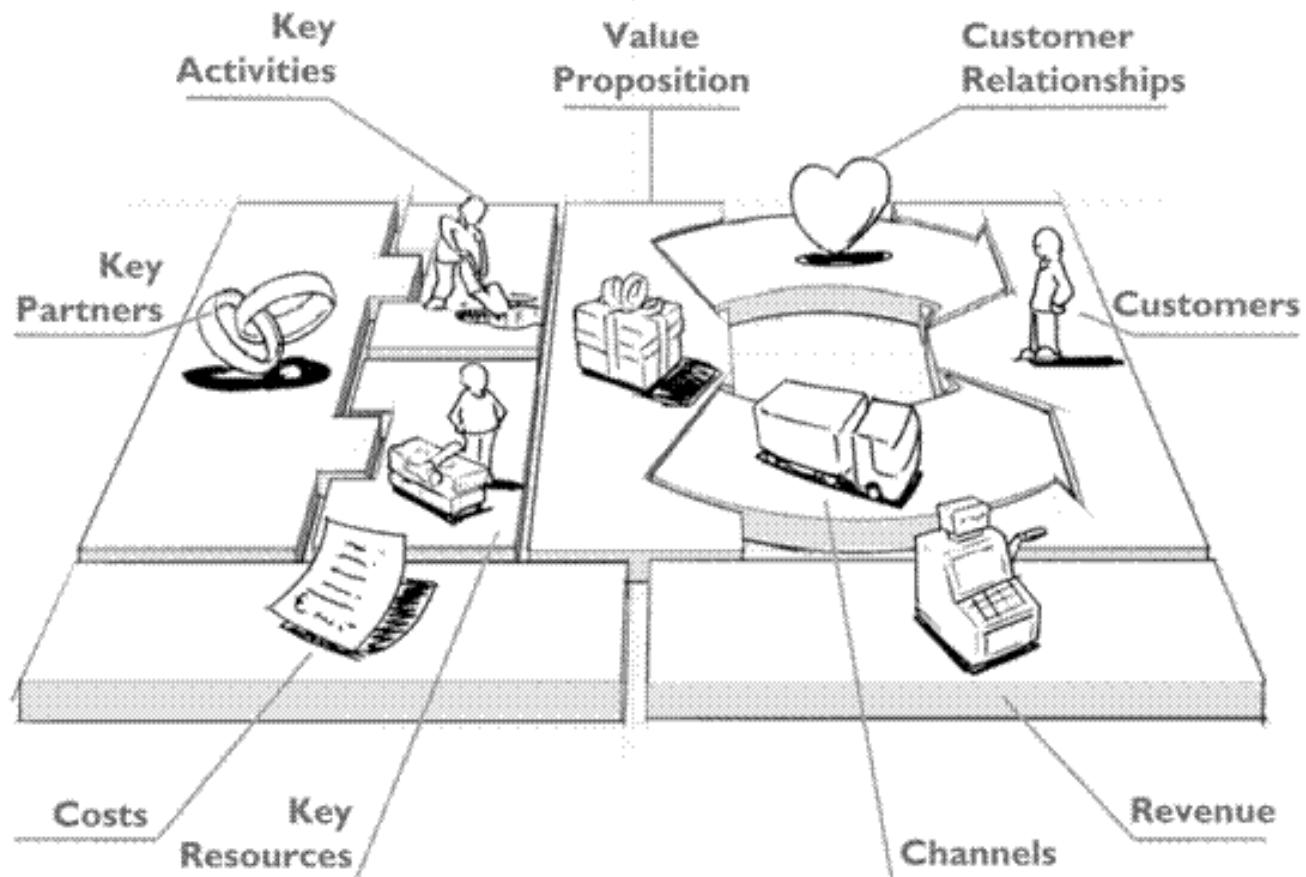
Es ist ein Werkzeug, das zeigt, wie das neue Unternehmen die Ressourcen nutzt, um Einnahmen zu generieren, indem es den Kunden einen höheren Wert bietet.



Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?



Osterwalder Alexander



drawings by JAM



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?

MARKETING



- 2 Welchen **Wertbeitrag** bieten Sie an?
- 3 Welche **Kanäle** werden genutzt, um Ihre Kunden zu erreichen?
- 4 Was sind die **Beziehungen**, die Sie herstellen?
- 1 Welche **Kundinnen/ Kunden** wollen Sie?



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?**



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

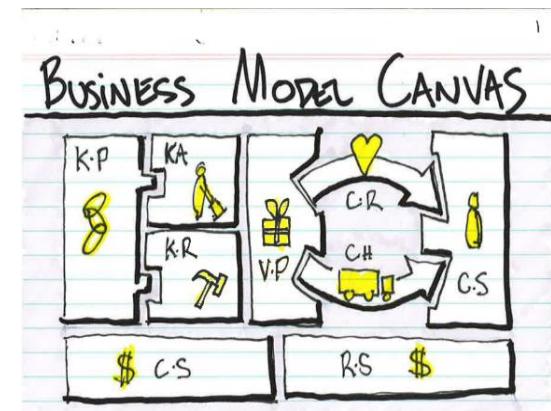


- Was ist eine Geschäftsmodell-Leinwand?
- Warum brauchen wir sie?
- Unterschiede in sozialen Unternehmen
- Beispiele

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



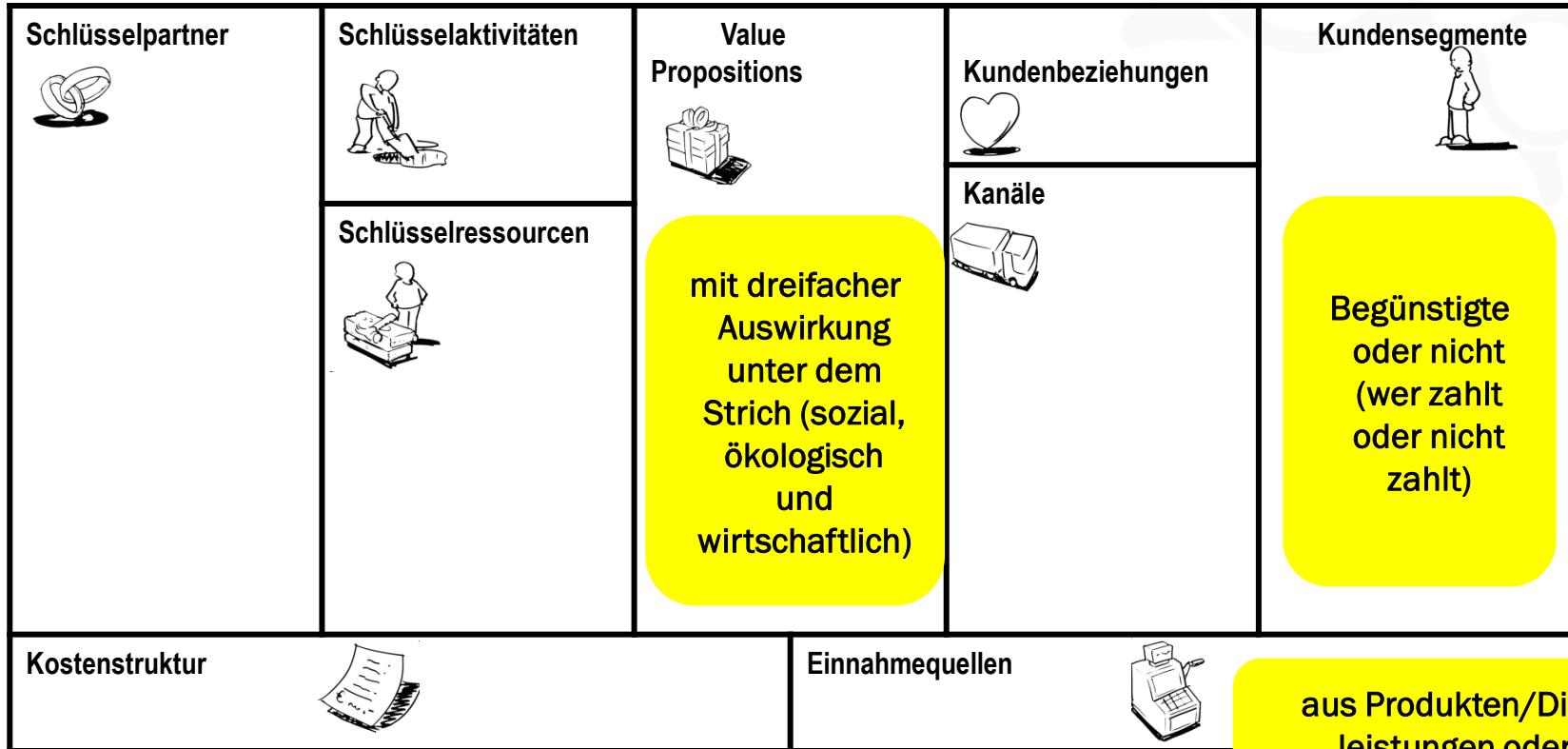
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Geschäftsmodell-Leinwand



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

Unterschiede in sozialen Unternehmen



EUROPE
ACTIVE CITIZENS
THRIVING COMMUNITIES



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

Leistungsversprechen



Kundensegmente



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

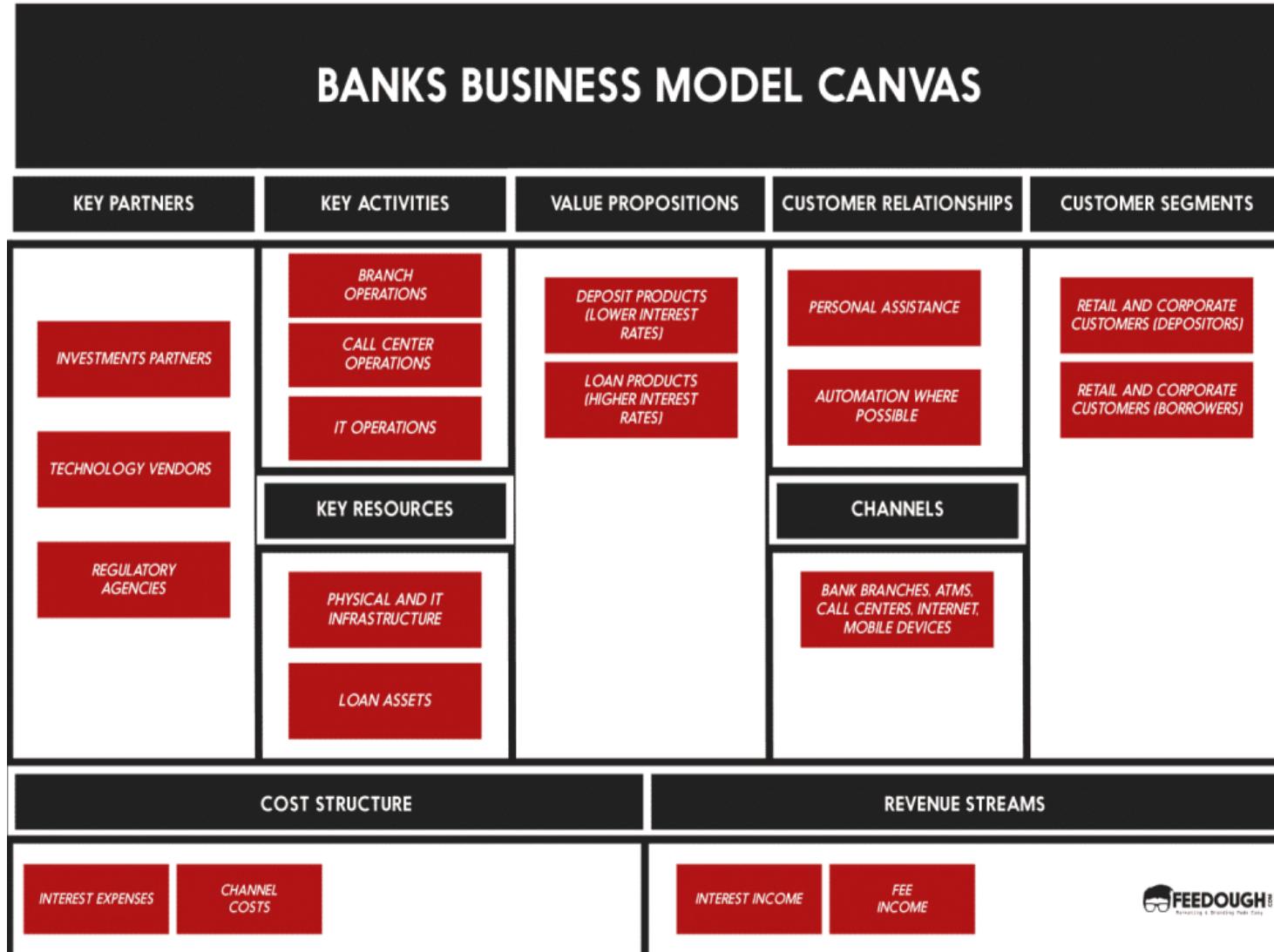


Einnahmequellen



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

Kommerzielle vs. soziale Unternehmen im Bankensektor

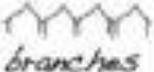
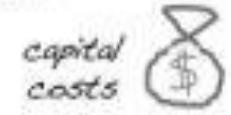
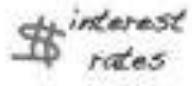


Kommerzielle vs. soziale Unternehmen im Bankensektor



GRAMEEN 's business model

Banking for the poor

PARTNER NETWORK	KEY ACTIVITIES	OFFER	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
 government	<i>risk management</i>  <i>lending & collecting payments</i>  KEY RESOURCES <i>branches</i>  <i>brand/ trust</i>  <i>capital</i>	 micro-loans	 personal	 poor entrepreneurs
COST STRUCTURE			REVENUE STREAMS	
 people	 capital costs		 interest rates	

Geschäftsmodell-Leinwand



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

Exercise



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

Beispiel 1: Aravind

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



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

Beispiel 1: Aravind



Lösung



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

8
REGIERUNG,
UNIVERSITÄTEN,
UNTERNEHMEN,
INSTITUTIONEN,
KRANKENHÄUS-
ER

7
OPERATIONEN &
GESUNDHEITS
BEHANDLUNG

6
MENSCHEN
(KNPW-HOW),
INFRASTRUKTUR

2
VERBESSERT DIE
LEBENSWEISE DER
ARMEN, LÖST
PROBLEME WIE
ARBEITSLOSIGKEIT,
SOZIALEN
RASSISMUS,
ARMUT,
GESUNDHEITLICHE
BEHANDLUNG,
AUSGRENZUNG AM
ARBEITSPLATZ

4
LANGFRISTIG

3
DIREKT ÜBER
KRANKEN
HÄUSER

1
MENSCHEN
MIT
SEHPROBLE-
MEN

9
INFRASTRUKTUR UND BETRIEBSAUSGABEN

5
SUBVENTIONEN IN GELD-UND
SACHLAGEN

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



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

Lösung



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

8

SCHRIFTSTELLER-
INNEN,
INHALTSANBIETER-
INNEN,
SUBVENTIONEN,
WERBEAGENTUREN

7

ZEITSCHRIFTEN-
INHALT UND
WEBSITE
MANAGEMENT

6

VERTRIEBSMIT-
ARBEITERINNEN,
INHALTS-
ANBIETERINNEN

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]

9

LAUFENDE KOSTEN, VERNETZUNG UND
INFRASTRUKTUR

5

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

Beispiel 3: Solerebels

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

Beispiel 3: Solerebels



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

Lösung



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

8

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

7

Produktion und
Vertrieb

2

Verbessert die
Lebensqualität
ärmer 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

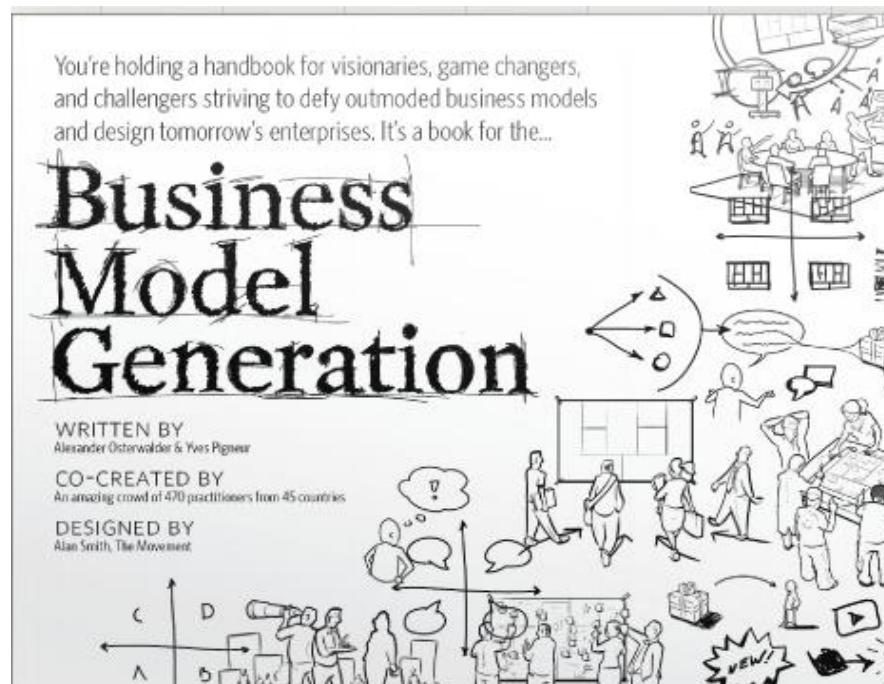
9

Laufende Kosten

5

Schuhverkauf

Mehr Informationen



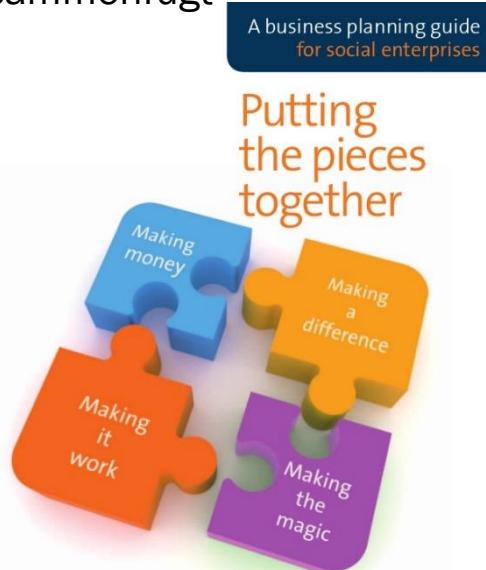
Osterwalder, A. & Pigneur, Y., (2010), Business Model Generation, John Wiley & Sons.



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

Mehr Informationen

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



Ein Leitfaden zur Geschäftsplanung für die Entwicklung eines sozialen Unternehmens

"Senescot 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 Pio, Executive Director, SENSCOT

www.forthsector.org.uk



A business planning guide to developing a social enterprise



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

My
Questions



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



www.ng-europe.net

