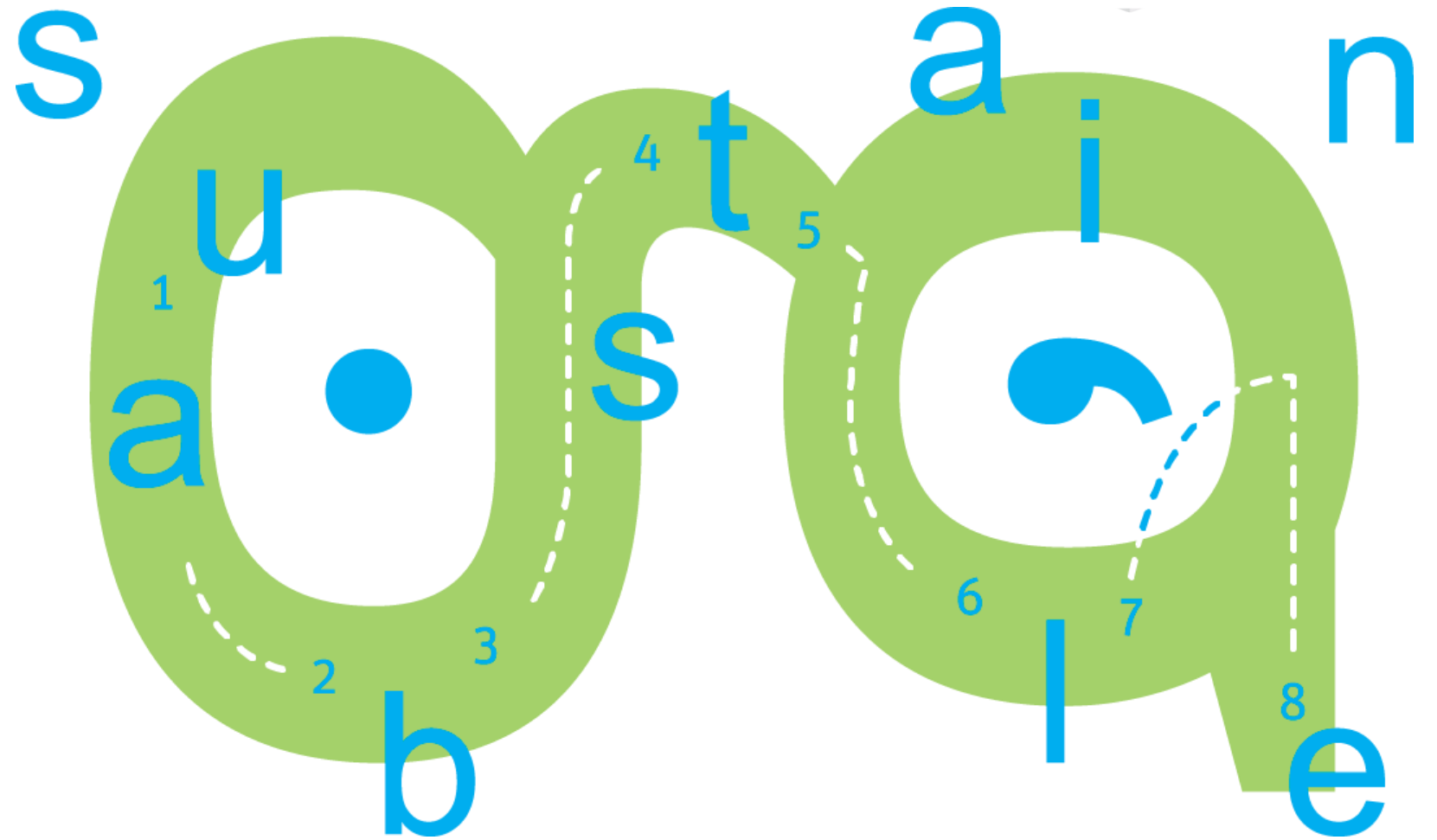


Das  
**Sustainable  
Business Model  
Design**

**PRÄSENTATION**



Green Future Club in Kooperation mit

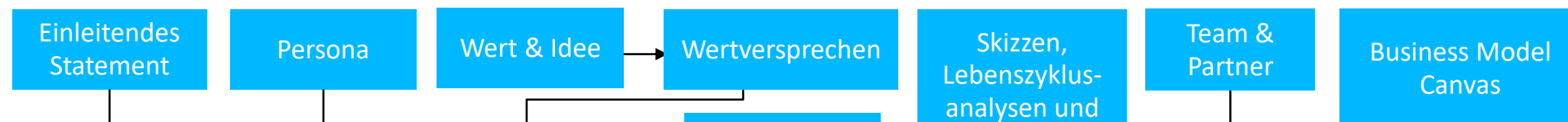


IKEA Stiftung

Toolkit Schritte  
([Zugang hier](#))



Dokumentation

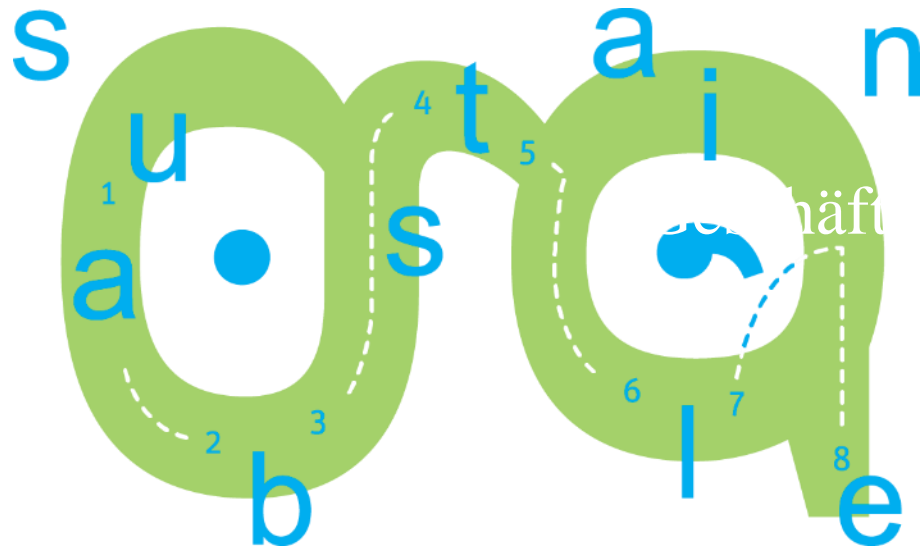


Präsentation



Extras zur  
Förderung





## ZU ERSTELLENE KAPITEL:

1. Cover
2. Problem/Gelegenheit
3. Zielgruppe
4. Nutzenversprechen
5. Underlying Magic
6. Konkurrenzanalyse
7. Geschäftsmodell (optional)
8. Go-to-Market-Plan (optional)
9. Team
10. Finanzen (optional)
11. Zeitplan
12. Call/ Förderung (optional)

## Erobern Sie Ihr Publikum mit einem leistungsstarken Cover

- Verwenden Sie eine Visualisierung Ihrer Idee.
- Fügen Sie den Projekt- / Firmennamen, persönliche Kontaktinformationen und ein Foto / Logo bei, um Ihre Identität festzustellen.
- Erregen Sie ihre Aufmerksamkeit mit einer Frage.
- Sie haben 10 Sekunden Zeit, um Ihr Publikum zu fesseln!



**INPUT:** Schritt 5: Skizzen, Renderings, Bilder

### Welches Problem lösen Sie und für wen?

- Geben Sie das Hauptproblem an, das Ihr Konzept lösen kann (idealerweise können Sie eine Zahl dazu angeben).
- Wer ist von dem Problem betroffen? Stellen Sie Ihre Zielgruppe vor. Seien Sie kreativ, nutzen Sie ggf. eine Persona, erzählen Sie eine Geschichte...
- Zeigen Sie die **Relevanz** des **Problems** für Ihre Zielgruppe, indem Sie die Bedeutung Ihres Konzepts über eine quantifizierbare Zahl / einen Prozentsatz unterlegen.



INPUT: Schritt 1 Einleitendes Statement & Schritt 2: Persona

### Erklären Sie Ihre Mission und wo Ihr Konzept die größte Wirkung erzielen wird

- Was ist Ihre **Mission**? Was möchten Sie erreichen? Erläutern ihren Grund für die Erstellung Ihres Produkts / Ihrer Dienstleistung. Denken Sie darüber nach, wie Sie Ihr zuvor angegebenes Problem / Ihre Gelegenheit beantworten können.
- Wie generieren Sie **Wert für Ihre Zielgruppe**? Ist es ein Bedürfnis, das Ihr Konzept bedient? Was sind **die Hauptvorteile** Ihrer Lösung?
- Wo erzielen Sie **die größte Wirkung** entlang der Triple Bottom Line? - Ökologie, Mensch, finanziell oder berücksichtigt Ihr Konzept sogar alle Aspekte?



INPUT: Schritt 3: Wert & Idee & Schritt 5: Wertversprechen

### Zeigen Sie Ihr nachhaltiges Designkonzept

- Stellen Sie Ihr Konzept vor. Jetzt geht es in die Produkt-/Konzept-Details Ihrer Lösung, die zu Ihrer Mission passt und ein Problem für Ihre Zielgruppe löst.
- Zeigen Sie. Was Ihre Idee einzigartig und nachhaltig macht!
- Beschreiben Sie die wesentlichen nachhaltigen **Auswirkungen!** Versuchen Sie – wenn möglich - den Beitrag zur Nachhaltigkeit in Zahlen zu quantifizieren, z. B. Prozentsatz der Materialeinsparungen, Anteil des Recyclinganteils, Energieeinsparungen in kWh, CO<sub>2</sub>-Emissionen usw.



**INPUT:** Schritt 5: Skizzen, Renderings/ Prototypen & Lebenszyklusanalyse & Auswirkungen

### Welche Marktlücke füllt Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?

- First Mover oder einfach die bessere Lösung?
- Zeigen Sie, wie Ihr Konzept Ihre Mitbewerber in Bezug auf Produkt / Dienstleistung überstrahlt.
- Visualisieren Sie Ihre Marktpositionierung in einem Diagramm. Je weniger Text und je mehr **Diagramme, Schaltpläne und Flussdiagramme, desto besser.**
- Wenn Sie nach Details suchen möchten, überprüfen Sie: <https://www.business-online-learning.com/support-files/competitoranalysistemplate.pdf>



**INPUT:** Schritt 4: Konkurrenzanalyse



## Wie führen Sie Geschäfte, ohne die Bank zu sprengen?

- **Wie generieren Sie Umsatz?** Konzentrieren Sie sich auf das primäre Umsatzmodell und nicht auf eine Liste potenzieller Einnahmequellen.
- Wie viel kostet Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung? Wenn möglich, liefern Sie einen Nachweis (Umfrageergebnisse, Fokusgruppe), dass Ihre Zielkunden bereit sind, Ihren Preis zu zahlen.
- Investoren bevorzugen im Allgemeinen aktive Einnahmequellen (Kunden, die für die Nutzung eines Produkts / einer Dienstleistung bezahlen) gegenüber passiven Einnahmequellen (z. B. Werbe- oder Affiliate-Einnahmen).



**INPUT:** Schritt 7: Business Model Canvas (Revenue Streams)

### Erklären Sie, wie Sie Ihre Ziele erreichen können

- Was sind Ihre wichtigsten Aktivitäten?
- Erläutern Sie, **wie Sie Ihre Idee auf den Markt bringen** möchten. Wie wird Ihre Lieferkette aussehen? Wer wird für die Produktion, Die Auslieferung verantwortlich sein?
- Und wie erreichen Sie Ihre Kunden?



**INPUT:** Schritt 7: Business Model Canvas (Key Activities, Audience Relationships, Distribution Channels)

### Erläutern Sie Ihre Prognose von Einnahmen, Kosten und Ausgaben in den nächsten 3 Jahren

- Geben Sie Umsatztreiber und den Geldbetrag an, den Sie für wichtige Operationen wie Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung und Kundenservice ausgeben.
- Geben Sie ein **EBIT** (Earnings Before Interest and Tax) an, damit die Anleger sehen können, wie viel Geld Sie verbrennen werden, bevor Sie aufhören, Geld zu verlieren und profitabel zu werden. Verwenden Sie Prozentsätze neben Ihren Zahlen, es spart Zeit für Investoren. Kreisdiagramme werden empfohlen.
- Fügen Sie schließlich eine Vermutung ein, **wann Sie die Gewinnschwelle erreicht haben**, den Punkt, an dem Sie anfangen, Gewinn zu generieren.

### Vorstellung

- Beschreiben Sie Sie & Mitbegründer - Welche Rolle spielen Mitglieder bei Gründung und Ausführung?
- Warum sind Sie die besten Leute, um diese Idee umzusetzen (**Erfahrung**, Expertise in Bezug auf Ihre Idee, externes Feedback & Aussagen (wie Auszeichnungen)
- Partner vorstellen
- Wer fehlt noch?



INPUT: Schritt 6: Team

## Nehmen Sie Ihr Publikum mit auf Ihre Reise

- Geben Sie einen Überblick.
- **Erwähnen** Sie erreichte Meilensteine wie F&E-Durchbrüche, Produktionsstatus, neue Partner und **Auszeichnungen**.
- Beschreiben Sie Ihre kurz- und langfristigen Zukunftspläne.
- Stellen Sie sicher, dass jeder Meilenstein für Ihre Zielgruppe relevant ist.

### Was wollen Sie?

- Machen Sie deutlich, wonach Sie suchen.
- Seien Sie stolz auf Ihr Konzept.

Wenn Sie sich für eine Finanzierung / Investition entscheidet:

- Was ist der Gesamtwert Ihres Unternehmens jetzt?
- Was bieten Sie an und für wie viel?
  
- Wie hoch ist die **Rendite einer Investition** und wie minimieren Sie Risiken? (Erläuterung auf der nächsten Folie)
  
- Wie viel von ihrem Geld werden Sie für Vertrieb und Marketing, Kundensupport, Produktentwicklung usw. bereitstellen?



### Wann und welche Art von Finanzierung sollten Sie suchen?

#### Basierend auf Ihrem Fortschrittsniveau:

1. **Idee (noch kein Minimum Viable Product):** Angel Investor, erste Finanzierungsrunde Investment (FFF), Crowdfunding
2. **Produkt-/Service-Prototyp:** Seed-Finanzierung, Crowdfunding
3. **Erste Kunden:** Venture Capital, Crowdfunding
4. **Wachstum und Expansion:** Öffentliche Märkte, Private Equity

### Was suchen Investoren?

*Eine Gelegenheit, frühzeitig in ein neues Unternehmen mit einem offensichtlichen und signifikanten Return on Investment-Potenzial und minimalem Ausfallrisiko zu investieren.*

Ihre Aufgabe ist es, sie davon zu überzeugen, dass Ihr Unternehmen ein größeres Renditepotenzial mit geringerem Risiko bietet als alle anderen Unternehmen, die der Investor derzeit in Betracht zieht.

**Rendite:** Die potenzielle Rendite einer Investition in Ihr Unternehmen.

**Risiko:** Die Risiken, die sie daran hindern könnten, diese Rendite auf ihre Investition zu erzielen.

### Erklären Sie, wie Sie Risiko minimieren

#### Bewertung des Anlagerisikos in drei Schlüsselbereichen:

1. **Marktrisiko:** Sprechen Sie einen großen, wachsenden Markt an?
2. **Produktisiko:** Können Sie ein überzeugendes Produkt / eine Dienstleistung mit nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen entwickeln?
3. **Ausführungsrisiko (Teamrisiko):** Kann Ihr Team neue Kunden gewinnbringend und in großem Maßstab gewinnen und binden und bedeutende Marktchancen sowie differenzierte Produkte in ein substanzielles langfristiges Geschäft umsetzen?

# KONTAKTIEREN SIE UNS

Lassen Sie uns gemeinsam die Zukunft gestalten!



**Nils Bader**  
Initiator

[nba@gp-award.com](mailto:nba@gp-award.com)  
+49 30 25742-881

Berlin, Deutschland



**Nikolett Madai**  
Projektleiter

[nma@gp-award.com](mailto:nma@gp-award.com)  
+49 30 25742-880

Join the Network:  
[gp-award.com](http://gp-award.com)

-  [greenproductaward](https://www.instagram.com/greenproductaward)
-  [gpaward](https://www.facebook.com/gpaward)
-  [GP\\_Award](https://twitter.com/GP_Award)
-  [gpaward](https://www.pinterest.com/gpaward)
-  [Green Product Award](https://www.linkedin.com/company/green-product-award)
-  [Green Product Award](https://www.youtube.com/GreenProductAward)