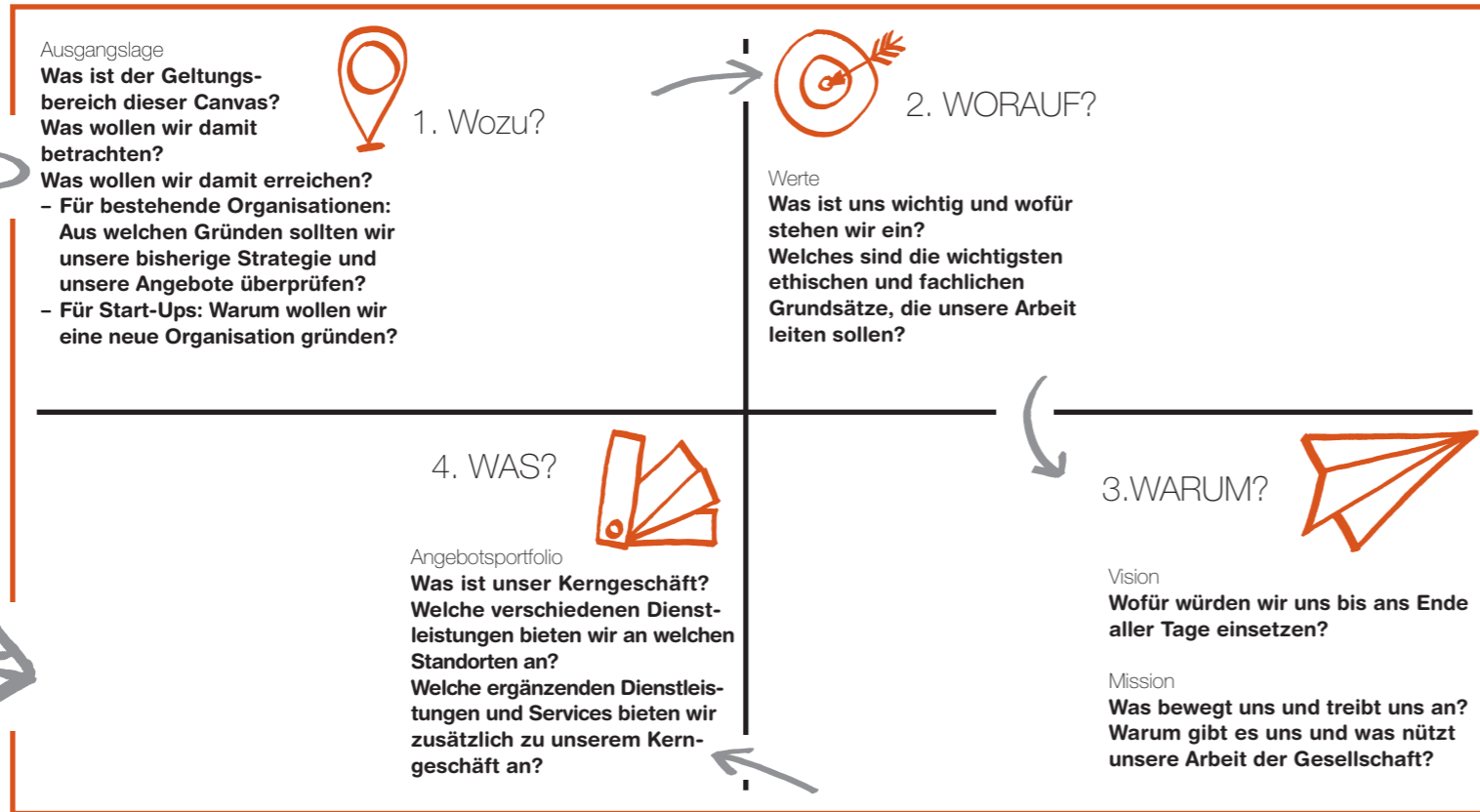


Social Business Model Canvas



10. WAS NUN?



Fazit
Welche drei wichtigsten Erkenntnisse ziehen wir aus dieser Analyse?

Haben sich Vision und Mission verändert?

9. ZU WELCHEN KOSTEN?



Kostendeckung
Wie setzen sich unsere Einnahmen anteilmässig nach Einnahmequelle zusammen?
Was bedeutet diese Ertragsstruktur für uns?

Kosten
Wie setzen sich unsere Kosten zusammen, anteilmässig zum Gesamtaufwand
 1) nach Personal-, Sach- und Kapitalaufwand
 2) nach Produkt-/Leistungskategorien (Wohnen, Tagesstruktur, Arbeit etc.)
Was bedeutet diese Kostenstruktur für uns?

Schlüsselressourcen

Was brauchen wir zwingend, um unsere Leistungen zu erbringen?
Welche unserer materiellen und immateriellen Ressourcen sind einzigartig?

Personalressourcen

Welche personellen Kompetenzen sind strategisch relevant?
Wie müssen wir uns positionieren, um strategisch relevantes Personal zu finden und zu halten?

Ressourcen im Sozialraum der Leistungsbezüger*innen

Welche Ressourcen der Leistungsbezüger*innen selbst sowie in ihrem Umfeld können unsere Arbeit unterstützen?

8. WOMIT?



7. WIE?

Einzigartigkeit
Was macht unsere Organisation aus der Sicht von Leistungsbezüger*innen, Finanzierern und Zuweisern einzigartig?
Was müssen wir gut können, um unsere Alleinstellungsmerkmale zu erhalten?

Zielkonflikte
Sind in unserem Geschäftsmodell Spannungsfelder und potenzielle Zielkonflikte angelegt, z.B. zwischen den Ansprüchen der Leistungsbezüger*innen und der Finanzierer*innen?
Wie wollen wir damit umgehen?

6. WER SONST?



Weitere relevante Anspruchsgruppen
Welche anderen Gruppen haben legitime Ansprüche an uns?
Welche Erwartungen haben sie?

Konkurrenz
Wer bietet vergleichbare Leistungen für dieselben Zielgruppen an wie wir?

Schlüsselpartner*innen
Wer bietet ergänzende Leistungen zu unserem Angebot an und wie können wir kooperieren?
Auf welche Allianzen sind wir angewiesen?

Umfeld
Welche organisationsexternen Entwicklungen beeinflussen unsere Geschäftstätigkeit?

Zuweisende Stellen
Wer entscheidet darüber, ob Menschen mit Unterstützungsbedarf unser Angebot nutzen und was erwarten die zuweisenden Stellen von uns?

Leistungsbezüger*innen
Wer wird von uns unterstützt?
In welchen Lebenslagen und Lebenswelten bewegen sie sich?
Welche Erwartungen haben Menschen mit Unterstützungsbedarf an uns?

Ansprüche der Finanzierer*innen
Wer gibt uns Geld und was erwarten die einzelnen Geldgeber dafür?

5. FÜR WEN?

Gesetzliche Vertreter*innen der Leistungsbezüger*innen
Welche Erwartungen haben die gesetzlichen Vertreter*innen an uns?

Soziales Umfeld
Wie setzt sich das soziale Umfeld der Leistungsbezüger*innen zusammen?
Welche Erwartungen an uns ergeben sich daraus?