

MERKBLATT ZUM JUGEND GRÜNDET BUSINESSPLAN FÜR GESCHÄFTSIDEEN, DIE IM BEREICH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ANZUSIEDELN SIND.

Im Gablers Wirtschaftslexikon wird Social Entrepreneurship folgendermaßen definiert:

soziales Unternehmertum; unternehmerisches Denken und Handeln zum Wohle der Gesellschaft und zur Lösung oder Verbesserung gesellschaftlicher Missstände. Social Entrepreneurship wird sowohl von Non-Profit-Unternehmen betrieben, um durch die Gestaltungsspielräume des Unternehmertums ihre Mission besser erfüllen zu können, als auch von normalen Unternehmen, um gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Der Erfolg von Social Entrepreneurship wird nicht allein auf Basis finanzieller Profite, sondern anhand des gesellschaftlichen Nutzens bewertet.

Profit-Unternehmen, die mit ihrem Unternehmen eine gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, können den Businessplan so wie er vorliegt und mit den entsprechenden Hilfetexten ausfüllen. Wichtig ist dabei an den entsprechenden Stellen ausführlicher auf den gesellschaftlichen Nutzen zu verweisen.



Wir freuen uns auch sehr über Geschäftsideen eines Non-Profit-Unternehmens. Auch diese Ideen können in die bestehende Businessplanmaske eingetragen werden, allerdings ist es dabei notwendig, an bestimmten Stellen abweichend und/oder ergänzend bestimmte Angaben zu machen.

Die Darstellung in diesem Merkblatt folgt den einzelnen Feldern des Businessplans, so dass ihr sehen könnt, an welchen Stellen die Jury im Falle eines Non-Profit-Unternehmens ergänzende Angaben erwartet.



**DETAILLIERTE INFORMATIONEN FINDET IHR AUCH IN DER JUGEND GRÜNDET
BUSINESS ACADEMY IM LERNMODUL „SOCIAL ENTREPRENEURSHIP“.**

07 TECHNOLOGIE UND VERFAHREN

Wenn ihr ein Dienstleistungs- oder soziales Konzept anbietet, beschreibt hier genau den gesamten Prozess.

08 KUNDENNUTZEN

Für Social Entrepreneurure kann es besonders wichtig sein, die verschiedenen Kundengruppen im Blick zu behalten:

- Einerseits die direkte(n) Zielgruppe(n) für die Idee. Also diejenigen, an die sich euer Angebot konkret richtet und die es nutzen.
- Und andererseits diejenigen, die eure Geldgeber/Förderer sind. Förderer, wie z.B. Ministerien, Ämter oder andere öffentliche Träger, Stiftungen, Verbände, private Spender, etc.. Sie haben eher indirekt einen Nutzen von eurer Idee, beschreibt diesen.

Bei der Darstellung solltet Ihr beide Kunden-Gruppen im Auge haben und auf folgende Fragen eingehen: Mit welchen Argumenten könnt ihr eure Förderer, die Geldgeber, überzeugen in euer Unternehmen bzw. eure Idee zu investieren? Welchen Nutzen stiftet ihr für die eigentlichen Nutzer des Angebots, die direkte Zielgruppe? Achtet bei den Argumenten auch auf den übergeordneten sozialen Einfluss (Social Impact), den ihr mit eurer Idee erreichen wollt. Stellt auch erste Überlegungen dazu an, woran sich euer Erfolg bzw. der von euch erreichte Social Impact messen lässt. Lässt sich dies mit konkreten Zahlen darstellen?

13 KONKURRENZUNTERNEHMEN UND - PRODUKTE

Social Entrepreneurure sollten hier auch anderweitige Anbieter wie z.B. NGO's oder Regierungsprogramme betrachten, die versuchen, das von euch definierte Problem auf andere Weise/mit anderen Mitteln zu lösen!

14 INNOVATION UND USP

Warum wird eure Lösung bessere Ergebnisse erzielen als bisherige Angebote? Was ist an eurem Lösungsansatz neu und anders?

16 VERTRIEBSWEGE UND LOGISTIK

Wo kommen eure verschiedenen Zielgruppen zu eurem Angebot? Welcher Vertriebsweg passt zu eurem Produkt und euren Zielgruppen?

17 WERBEMAßNAHMEN

Gerade Social Businesses müssen oft sehr unterschiedliche Zielgruppen gleichzeitig ansprechen. Beschreibt die Werbemaßnahmen für alle eure Zielgruppen - oft sind hier auch sehr unterschiedliche Kanäle/Maßnahmen sinnvoll.

19 EINNAHMEQUELLEN

Social Entrepreneurure müssen sich oft - zumindest zeitweise - über externe Zuschüsse und Fördermittel mitfinanzieren. Auch diese Gelder sind für euch Einnahmen. Beschreibt hier, über welche Wege ihr zusätzliche Förderung einwerben wollt, sofern ihr diese benötigt.

20 PREISGESTALTUNG

Für Social Entrepreneurure gilt auch hier, dass die unterschiedlichen Zielgruppen oft eine andere Preisgestaltung erfordern bzw. für unterschiedliche Dinge bezahlen. Macht hier gegebenenfalls deutlich, wie die Beiträge der einzelnen Zielgruppen aussehen.

27 PLANZAHLEN

Für Social Entrepreneurure ermisst sich der Erfolg häufig auch über andere Werte als Geld. Diese „Indikatoren“ können je nach Geschäftsmodell sehr unterschiedlich sein und müssen individuell festgelegt werden. Beschreibt hier in den Freitextfeldern, mit welchen Zahlen ihr euren Erfolg messen wollt und begründet die Entscheidung (gegebenenfalls mit entsprechenden Quellen).