



**SKIVRE Trainingsmodul 10:**  
**NACHHALTIGKEITSASPEKTE**  
**Übungen**

Autor\*innen:

**Karin Drda-Kühn An-  
gela Ivanova Wolf-  
gang Kniejski**

Einrichtungen:

**media k GmbH  
INI-Novation Bulgaria  
OOD**



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023

## Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>



# Überprüfen Sie Ihr Wissen

Übungen

---

### Übung 10.1. - Zu überwindende Barrieren in der Umgebung des Klosters

Bitte listen Sie die Barrieren auf, die die Umgebung in und um Ihr Kloster herum prägen. Erklären Sie dann, wie Sie diese überwinden werden.

Barriere	Wie zu überwinden

### Übung 10.2. - Überprüfen Sie Ihr Wissen über Ihre Kund\*innen


In allen bisherigen Modulen finden Sie zahlreiche Hinweise auf Zielgruppen und Kund\*innen. Überprüfen Sie die Module und deren Übungen noch einmal und reflektieren Sie, was Sie bereits über Ihre Kund\*innen wissen.

### Übung 10.3. - Der Plan zur Einbeziehung der Interessensgruppen

Bitte erstellen Sie einen Plan zur Einbeziehung der Interessensgruppen für zwei verschiedene Produkte in Ihrem ausgewählten Portfolio!

## Übung 10.4. - Business Model Canvas

Bitte bereiten Sie eine Business Model Canvas für zwei verschiedene Produkte in Ihrem ausgewählten Portfolio vor!

 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie				
Social Business Model Canvas				
<b>Partner</b> Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gesellschafter/Mitglieder</li> <li>○ Kooperationspartner</li> <li>○ Verbände/Institutionen</li> <li>○ Online Community</li> <li>○ Multiplikatoren</li> <li>○ Medienpartner</li> <li>○ Unternehmen</li> <li>○ Ehrenamtliche</li> </ul>	<b>Soziale Innovation</b> Welche neuen Produkte, Dienstleistungen, Kooperationen haben wir? Welches sind unsere Schlüsselaktivitäten? Wie geschieht die Leistungserstellung?	<b>Soziales Problem</b> Welches soziale/ökologische Problem wollen wir lösen? Wer ist betroffen? In welchem Umfang? Wann? Warum? Wer arbeitet bereits an dem Problem? <b>Soziale Leistung</b> Welcher soziale Mehrwert entsteht für wen? Wie bedeutsam ist dieser Mehrwert? Was würde ohne das Angebot passieren? <b>Marktleistung</b> Welchen Wert vermitteln wir unseren Kunden? Welche Produkt- und Dienstleistungspakete? Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir?	<b>Kunden-Beziehungen</b> Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die Kunden von uns? Welche haben wir bereits? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie? <b>Kanäle</b> Über welche Kanäle wollen unsere Kunden erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig?	<b>Kunden-Arten</b> Für wen schaffen wir den sozialen Mehrwert? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Wer sind die Kunden unserer sozialen Leistung?</li> <li>○ Wer sind die wichtigsten Kunden unserer Marktleistung?</li> </ul>
<b>Kosten</b> Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? <b>Bedenken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kosten reduzieren</li> <li>○ Kostendeckung über Projektförderung</li> <li>○ Verhältnismäßigkeit von Kosten zum Mehrwert</li> </ul>		<b>Einnahmequellen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einnahmen aus Verkäufen</li> <li>○ Einnahmen aus Dienstleistungen</li> <li>○ Zuwendungen aus Projektförderungen</li> <li>○ Beteiligungen</li> <li>○ Spenden</li> <li>○ Sponsoring</li> <li>○ Crowdfunding</li> </ul>		

Erstellen Sie die BMC möglichst in der Gruppe von Kolleg\*innen und nehmen Sie sich dafür mindestens einen halben Arbeitstag Zeit.

## Übung 10.5. - Barrieren für das Erreichen von Nachhaltigkeit im Verkauf

Bitte listen Sie die Hindernisse auf, die das unternehmerische Umfeld in und um Ihr Kloster herum prägen, und erklären Sie, wie Sie diese überwinden werden! Wählen Sie zunächst ein Klosterprodukt und überlegen Sie sich Antworten auf die folgenden Fragen:

1. Haben Sie finanzielle Einschränkungen bei der Beschaffung von Rohstoffen für die Herstellung dieses klösterlichen Produktes? Wenn ja, welche sind das?
2. Können Sie den gleichen Preis für das Klosterprodukt über einen Zeitraum von zwei oder drei Jahren aufrechterhalten?
3. Deckt der Preis, zu dem Sie das Klosterprodukt verkaufen, die für die Produktion anfallenden Kosten vollständig?

4. Können Sie die Produktion durchgehend aufrechterhalten - für eine Saison oder für einen bestimmten Zeitraum?

Bitte beantworten Sie diese Fragen zu jedem klösterlichen Produkt, das Sie herstellen.