

# Gründungsprogramm

für impact entrepreneurs



**Social  
Business Hub  
Styria**

# SBHS Angebote - von der Idee bis zum Wachstum



## Für WEN

- Ich habe ein Impact Geschäftsmodell und möchte mein Produkt (weiter)entwickeln und auf den Markt bringen
- Mein Unternehmen ist nicht älter als 12 Monate bzw. ich plane in den nächsten 12 Monaten ein Unternehmen zu gründen

# SBHS Gründungs- und Entwicklungsprogramm

## Inhalte

- Know-how-Transfer zu ausgewählten Themen, u.a.
  - Impactanalyse und -reporting
  - Strategische Geschäftsmodellentwicklung
  - Förderung & Finanzierung
  - Customer Development
  - Marketing und Kommunikation
  - Pitch-Training
  - Teamentwicklung
  - Verhandlungsführung
  - Steuern & Recht
  - Unternehmerische Resilienz
- Einzelcoaching - SBHS Team & Mentor\*innen aus dem SBHS Netzwerk
- Nutzung von Büroplatz im Startup-Zentrum UNICORN
- Besprechungs- und Workshopräume
- Qualifizierte Vernetzung
- Social Business Community – Austausch unter Gleichgesinnten
- SBHS Themen- und Vernetzungsveranstaltungen
- Sichtbarkeit Eures Unternehmens über SBHS-Kommunikationskanäle

**im Wert  
von 10.000 €**

# SBHS Gründungs- und Entwicklungsprogramm

## Nutzen

- Strukturierte und zielgerichtete Unterstützung bei der professionellen Entwicklung Deines impactorientierten Unternehmens
- SBHS als Qualitätssiegel für Förderstellen, strategische Partner, Presse etc.
- Vorbereitung zur „Verified Social Enterprise“
- Dein Startup in der Auslage der steirischen Gründerszene
- Erleichterter Zugang zu ersten Kunden (qualifizierte Vernetzung)
- Aktive Einbindung in die steirische Social Business Community
- Zur Verfügungstellung von moderner Büro-Infrastruktur

# Einreichung

## Online

<https://socialbusinesshub.at/angebote/impact-gruendungsprogramm>

## Unterlagen

- (Social) Business Model Canvas
- Umsetzungs- und Ressourcenplan
- Pitch-Deck (max. 10 Folien)

# Jury

## Mitglieder

- Klaus Candussi – Atempo
- Mario Fallast – TU Graz (F&T Haus)
- Bernadette Frech - instahelp
- Silvia Jölli – Heidenspass
- Bernhard Weber – UNICORN
- Mathias Schaffer – Energie Steiermark
- Verena Kassar – das Gramm, das Dekagramm

## Ablauf der Sitzung

- 10 Minuten Präsentation
- 10 Minuten Fragen

# Kriterien

## Kriterien

- Team, vorhandene Kompetenzen und Netzwerke
- Relevanz des Problems - nachhaltige, gesellschaftliche, ökologische, ökonomische Wirkung
- Realisierungspotenzial (technisch, Dauer der Produktentwicklung, wirtschaftlich)
- Qualität und Innovationsgrad (für die Steiermark)

# Problem

## Mission

Warum gibt es uns?

Wer hilft dir?

**Schlüsselpartner**

Wie gehst du vor?

**Schlüsselaktivitäten**

**Was bietest du an?**

**Nutzenangebot**

Wie kommunizierst du?

**Kundenbeziehungen**

Wem hilfst du?

**Kundensegmente**

Was brauchst du?

**Schlüsselressourcen**

Wie erreichst du die Kund\*innen?

**Vertriebskanäle**

Was wird das kosten?

**Kostenstruktur**

Wie viel wirst du verdienen?

**Einnahmequellen**

## Wirkung



## Projektname

<b>Problem Statement</b> Was ist das Problem, das du identifiziert hast? (Anzahl der betroffenen Personen, Schwierigkeitsgrad des Problems, Geographie, externe Faktoren, die das Problem beeinflussen,..)				
<b>Mission Statement</b> Warum existiert dein Unternehmen? (Was tut das Unternehmen für wen (Zielgruppe), wie (Lösung) soll die Wirkung (Outcome/Impact) erreicht werden.				
<b>Schlüsselpartner</b>  Welches Netzwerk von Lieferanten und Partnern benötigst du für dein Geschäftsmodell?  Bei welchen Schlüsselressourcen/ Schlüsselaktivitäten bin ich von Partnern abhängig?  <i>(Strategische Partner, Kooperationspartner, Lieferanten...)</i>	<b>Schlüsselaktivitäten</b>  Welches sind die wichtigsten Aktivitäten, die du ergreifen musst, damit dein Geschäftsmodell funktioniert?  <i>(Produktion, Leistungserbringung, Programmmanagement, Wirkungsmessung, ....)</i>	<b>Nutzenversprechen</b>  Welchen Nutzen/Mehrwert biete ich den Kund*innen/Impact Stakeholdern?  (Wie löst du ein Problem, befriedigst du einen Bedarf oder lieferst du Vorteile auf eine neue Art und Weise?  <i>(Relevanz, quantifizierter Wert / Nutzen, einzigartige Differenzierung/ Wettbewerbsvorteil,...)</i>	<b>Stakeholder-Beziehungen</b>  Welche Art von Beziehung baust du mit jedem Stakeholder-Segment auf, um ihre Leistung zu erbringen?  <i>(Persönliche Unterstützung, Selbstbedienung, automatisierter Service, Community Empowerment, Co-Creation, Mitarbeiterkultur, Reporting,...)</i>	<b>Kundensegmente</b>  Für wen schaffst du mit deinem Angebot einen Wert/Nutzen? Wer sind deine wichtigsten Kunden?  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zahlende Kunden</li> <li>• Nutzer*innen/Begünstigte</li> <li>• Stakeholder</li> </ul> <i>(Kunden, Mitarbeiter, Benutzer, Begünstigte, Freiwillige, Mitglieder, Empfänger, Teilnehmer, Geldgeber, Aufsichtsbehörden... *innen)</i>
<b>Kostenstruktur</b>  Was sind die wichtigsten Kostenblöcke in deinem Geschäftsmodell und wie kannst du diese auf ein Minimum reduzieren?  <i>(Gehälter, Produktionskosten, Kundenservice, Bewertung,...)</i>		<b>Einnahmequellen</b>  Welche Einnahmen erzielst du bei den einzelnen Kundensegmenten für deine Leistung?  Für welchen Nutzen sind deine Kunden bereit zu zahlen? Und wie viel?  <i>(Zuschüsse, Geschenke, Sponsoring, Einkommen,...)</i>		
<b>Vorgesehene Wirkung</b>  Wie viel von dem identifizierten Bedarf kann dein Unternehmen abdecken und in welchem Zeitrahmen „Wir werden X Menschen in Y Regionen bedienen, um Z Ergebnisse bis 20XX zu erreichen.“				

# Umsetzungsplanung

Mit welchen Schritten wollen wir unsere Idee in den kommenden 12 Monaten weiterentwickeln?

Projektname	2022												2023			
	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli
<b>Arbeitspaket (AP) 1</b>	→															
Aktivität 1.1			■													
Meilenstein (MS) 1.1.																
Aktivität 1.2																
Meilenstein 1.2																
<b>AP 2</b>																
Aktivität 2.1																
Meilenstein 2.1.																
Aktivität 2.2																
Meilenstein 2.2																
<b>AP x</b>																
Aktivität																
MS																

- Produktentwicklung**
- Prototyp - MVP (minimal viable product)
- Kundenbefragung
- Adaptierung Produkt
- MS1: Produkt marktreif
- Produktion**
- Marketing**
- Vertrieb**
- Organisationsentwicklung / Team**
- Finanzierung**

# Ressourcenplan

Was brauchen wir konkret für die Umsetzung, welche Kosten sind damit verbunden (Infrastruktur, Know How, Vernetzung, etc.?)

Zeitraum:	Ressourcen (Personal, Projektpartner, Geräte ...)	Kosten
<b>Arbeitspaket (AP) 1</b>		
Aktivität 1.1		
Aktivität 1.2		
<b>AP 2</b>		
Aktivität 2.1		
Aktivität 2.2		
<b>AP x</b>		
Aktivität		
	<b>Gesamtkosten</b>	- €

# Gemeinsam die Welt retten...

**Bleib dran!!**

[socialbusinesshub.at](https://socialbusinesshub.at)

**Community**



 [linkedin.com/company/social-business-hub-styria](https://linkedin.com/company/social-business-hub-styria)

 [facebook.com/SocialBusinessHubStyria](https://facebook.com/SocialBusinessHubStyria)

 [instagram.com/socialbusinesshubstyria](https://instagram.com/socialbusinesshubstyria)

