AngerWERK

Zentrum für gemeinwohlorientierte Gründung, Transformation und Engagement

Nadine Binias
Maria Trapp

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Das Programm

Mehr WIR in Stadt und Wirtschaft

Kultur Hanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

Drosos Foundation

Ablauf heute

1. Vorstellungsrunde
2. Input – Gemeinwohlorientierung im Business
3. Praxis zu “Purpose” & Werten
4. Lockerer Austausch

2-Minuten Vorstellungsrunde

- Wer bist Du?
- Woher kommst Du?
- Was ist deine Idee?
- Mit welcher Erwartung bist Du hier?

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

IBYKUS

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Eine Frage der Haltung

Einführungsimpuls

Gemeinwohlorientiertes Wirtschaften

Wo stehen wir?

Aktuelle wirtschaftliche Logik

- Wachstum
- Konkurrenz
- Beschleunigung
- Effizienz
- Profitorientierung
- Bedürfniserzeugung

TURBO KAPITALISMUS





Was bewirkt das?

Gesellschaftliche Folgen

- Kurzfristiges Denken
- Ressourcenverschwendung
- Zerstörung der Umwelt
- Soziale Ungleichheit
- Verlust von Vertrauen untereinander
- Fragile Systeme



Wie fühlt sich das an?

Individuelle Folgen

- Leistungsdruck
- Stress & Erschöpfung
- Unsicherheit
- Sinnverlust
- Überforderung
- Enttäuschung



Auf welche Spielregeln hatten wir uns geeinigt?

Ursprüngliche Intention

Soziale Marktwirtschaft

- wirtschaftliche Freiheit ermöglichen
- Innovation und Wettbewerb fördern
- gleichzeitig soziale Absicherung schaffen
- Macht begrenzen
- gesellschaftlichen Zusammenhalt sichern

Wo steht es?

Grundgesetz

„Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“



Art. 151, Bayerische Verfassung

(1) Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl, insbesonders der Gewährleistung eines menschenwürdigen Daseins für alle und der allmählichen Erhöhung der Lebenshaltung aller Volksschichten.

Was sagt die Weltgemeinschaft?

Globaler Orientierungsrahmen

17 Nachhaltigkeitsziele und 169 Unterziele der UN
(Sustainable Development Goals)

„Zukunftsvertrag der
Weltgemeinschaft für das
21. Jahrhundert”

Entwicklung von neuen Wirtschaftsmodellen

Modelle für „Gutes Wirtschaften”

- Social oder Impact Entrepreneurship
- Gemeinwohl-Ökonomie
- Donut Ökonomie
- Kreislaufwirtschaft
- Postwachstumsökonomie
- Consumer Supported X

Was haben alle gemeinsam?

Werte im Vordergrund

- Menschenwürde
- Solidarität und soziale Gerechtigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Transparenz und Mitbestimmung

für Alle!*

https://www.econgood.org/what-is-ecg/ecg-in-a-nutshell/

*Wer sind alle?

- Lieferant*innen
- Eigentümer*innen
- Finanzpartner*innen
- Mitarbeitende,
- Kund*innen
- Geschäftspartner*innen
- Globale Gemeinschaft
- Natur
- Alle Lebewesen

https://www.econgood.org/what-is-ecg/ecg-in-a-nutshell/



Viva con Agua

VAUDE





Rofin Park

Voelkel - Die Bio-Safterei



Kann man das „Richtige im Falschen” tun?

Tragfähige gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle

Eine Frage der Haltung

1. Werte und Haltung früh reflektieren
2. Einen echten Bedarf erkennen - Probleme lösen
3. Erfolg individuell definieren
4. In Beziehungen denken
5. Verantwortung übernehmen
6. Anpassungsfähig bleiben und lernbereit sein

Tragfähige gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle

Realitätscheck

- Keine Selbstausbeutung
- Kein Selbstbetrug
- Bewußtsein über die Macht des bestehenden Systems
- Vorausschauendes Denken

Wenn das Neue noch nicht ganz da ist

Im Umbruch

- Niemand kennt die neuen, funktionierenden Geschäftsmodelle
- Hybride, gemeinschaftsbasierte Modelle geben Anlass zu Hoffnung
- Niemand muss perfekt sein
- Experimente sind notwendig und erlaubt

Kreative Zerstörung



Einfach machen.

Danke für die Aufmerksamkeit.

Löst Deine Idee ein Problem?

Der Problembaum

Auswirkungen

Herausforderung, Problem

Ursachen



FOLGEN

Weniger Bildung
Weniger Begegnung im Ort
Weniger kulturelle Teilhabe
Geringere Sichtbarkeit der Bibliothek
Kürzungen im Budget möglich

KERNPROBLEM

Zu wenig Menschen nutzen die Bibliothek

URSACHEN

Entfremdung von kulturellen Angeboten
Unwissenheit über kostenlose, günstige Bildungsangebote
Öffnungszeiten unpassend
Viele wissen nicht, was es dort gibt
Angebote wirken altmodisch
Junge Menschen fühlen sich nicht angesprochen
Kaum Präsenz auf Social Media



Purpose Satz & Voice Swap

Leitet aus den Ergebnissen des Problembaums euren “Purpose Satz” ab

→ Problem wird zu eurem Purpose (Sinn/Zweck) formuliert als Lösung(sansatz)

Deine Stimme für meine Idee: Bittet eure/n TischnachberIn eure Idee vorzustellen

→ 30 Sekunden “Voice Swap”

Weiterführendes Wissen

- GWÖ
- Broschüre Sustainable Development Goals
- AngerWERK Workshops
- Wissensdatenbank Stadtverwicklung

Nächste Veranstaltungen
ab 29. Mai - Online

Mehr vom Guten – Crashkurs **Geschäftsmodelle gemeinwohlorientiert denken - “Geschäftsmodell & Wirkung”**



12. Juni - 9 bis 15 Uhr

Gemeinschaftsgetragenes Wirtschaften **Einführung**



Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Danke und Auf Wiedersehen

Kultur Hanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

Drosos Foundation

AngerWERK

Kultur Hanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Anger WERK

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Willkommen

Mehr WIR in Stadt und Wirtschaft

Kultur Hanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

Drosos Foundation

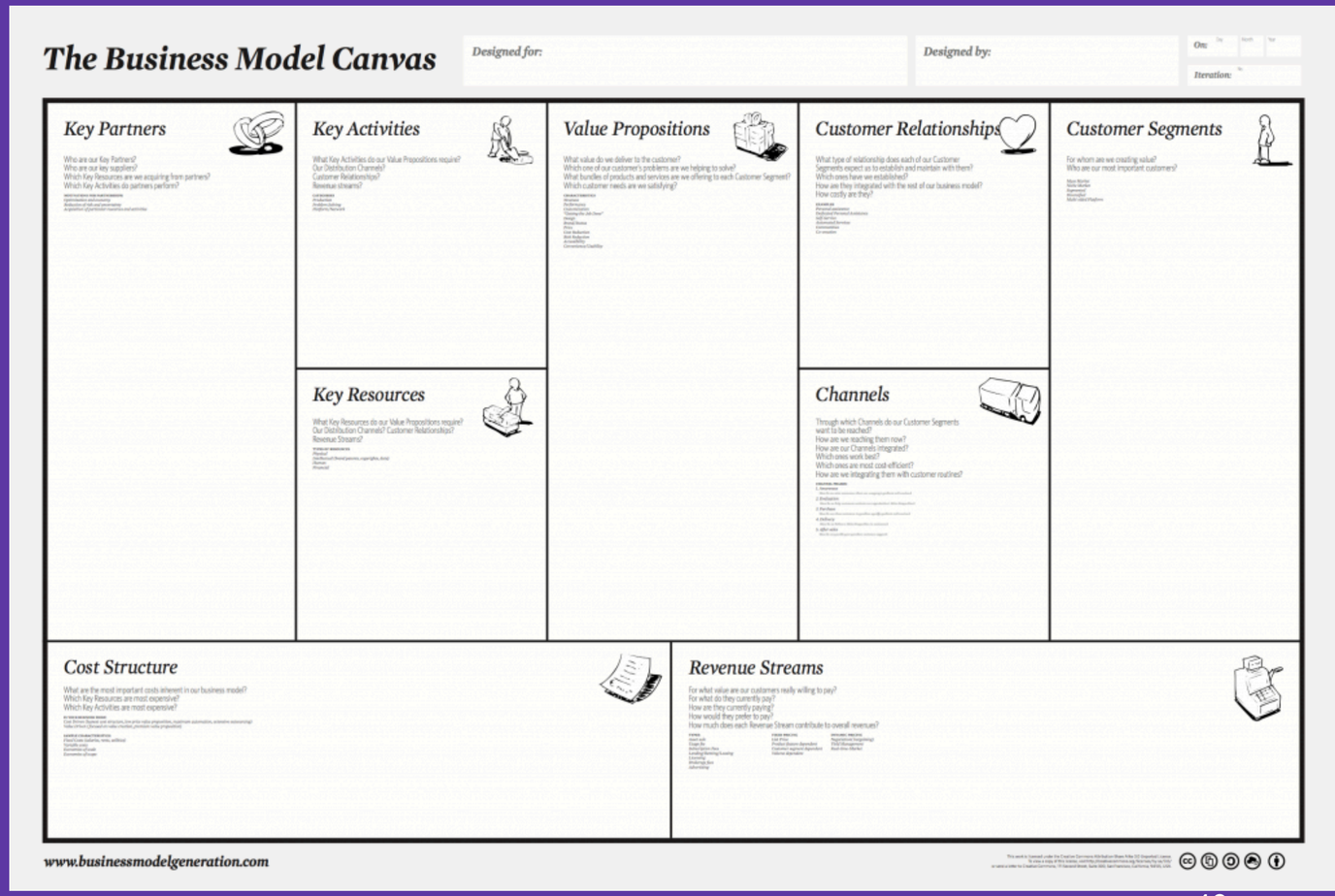
Ablauf heute

1. Sustainable Business Model Canvas
2. Strategische Wesentlichkeitsmatrix
3. Ausblick auf Samstag

Geschäftsmodell auf einen Blick

Business Model Canvas

- Komplexität reduzieren
- Zusammenhänge erkennen
- Lücken sichtbar machen
- Gemeinsames Verständnis schaffen
- Ideen testen und anpassen

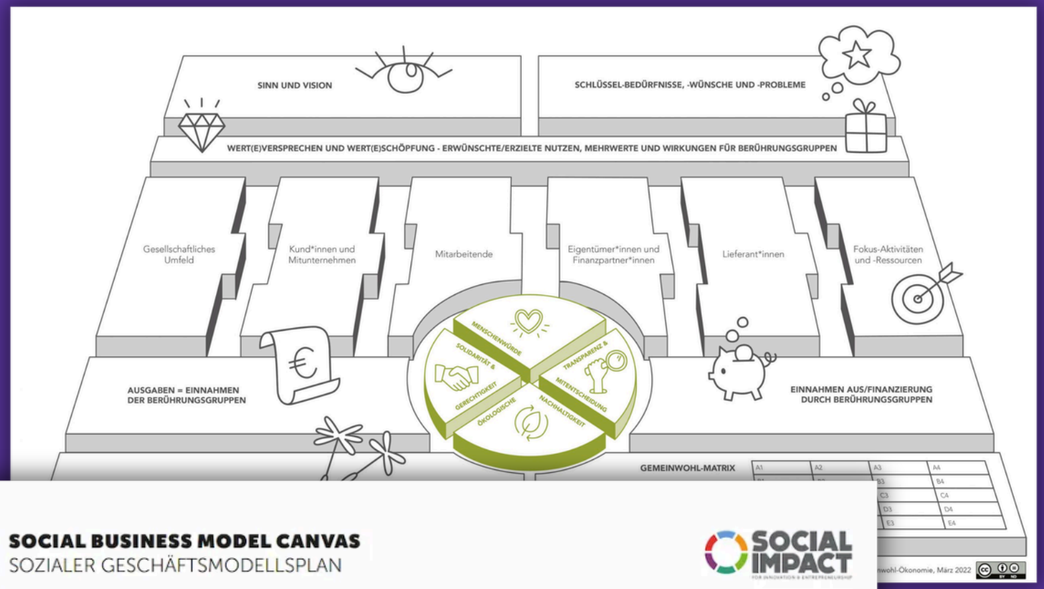


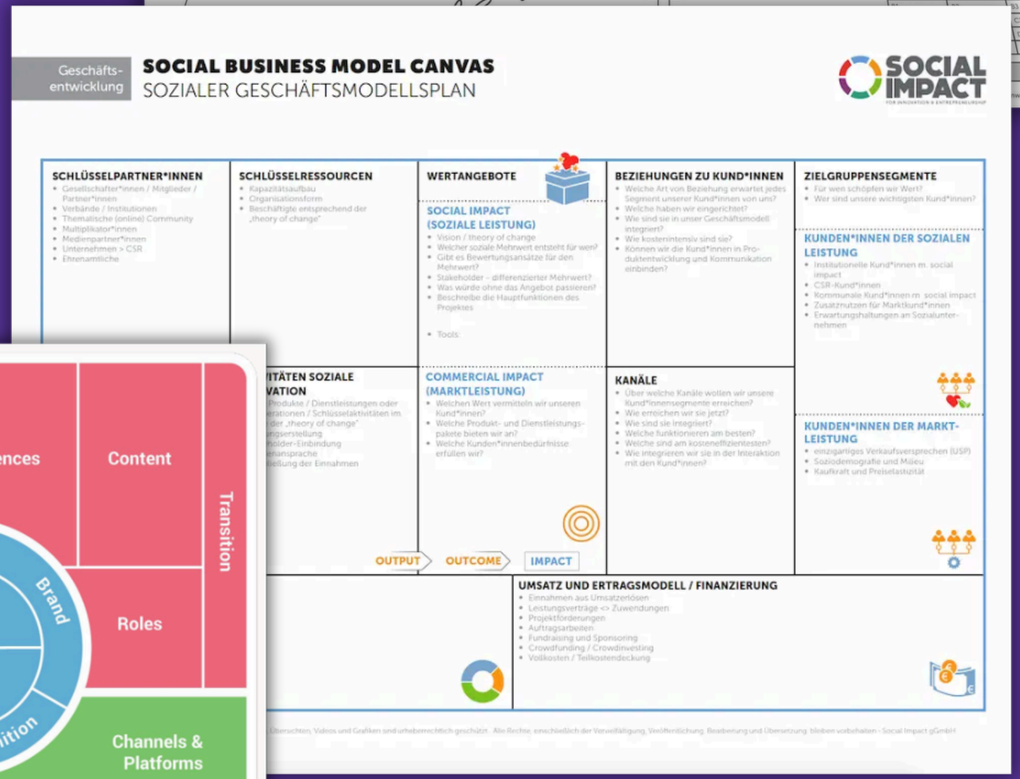
Angelehnt an: https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas

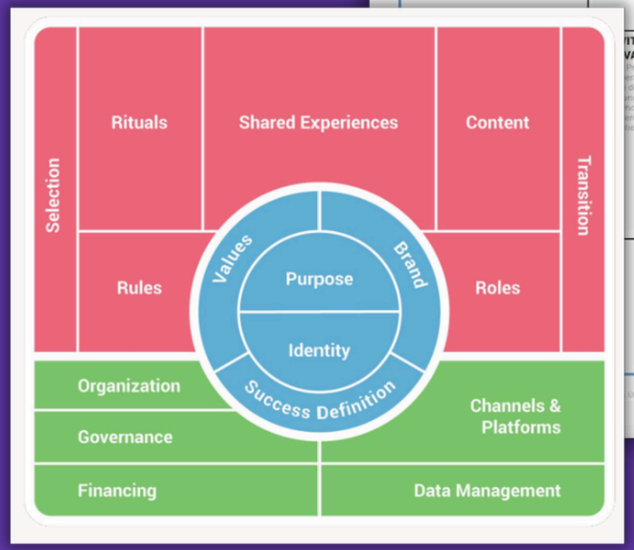
Geschäftsmodell auf einen Blick

Varianten

- Social Business Model Canvas
- Gemeinwohl Ökonomie Canvas
- CSX Canvas
- Mission Model Canvas
- Design Value Canvas
- Community Canvas...



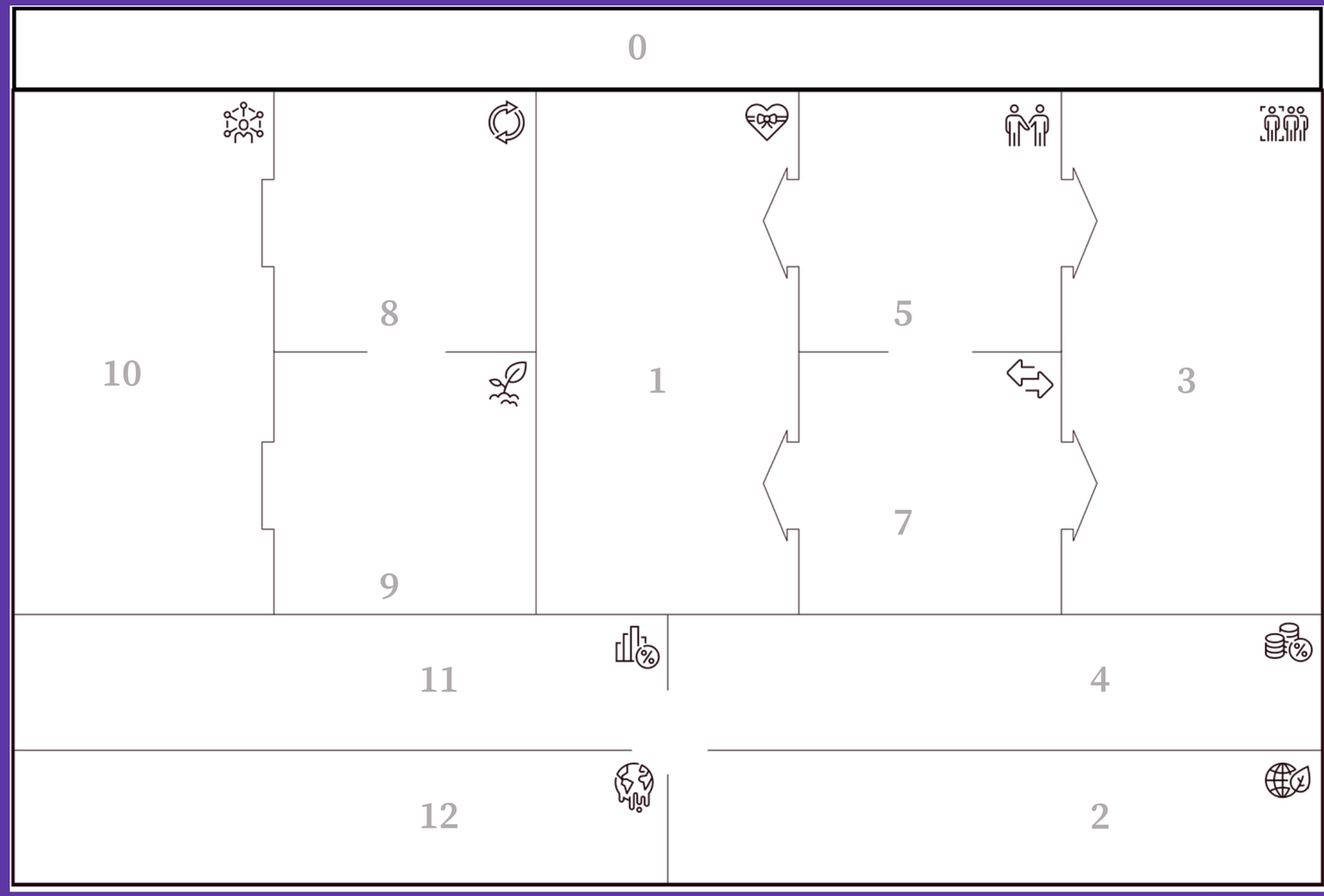




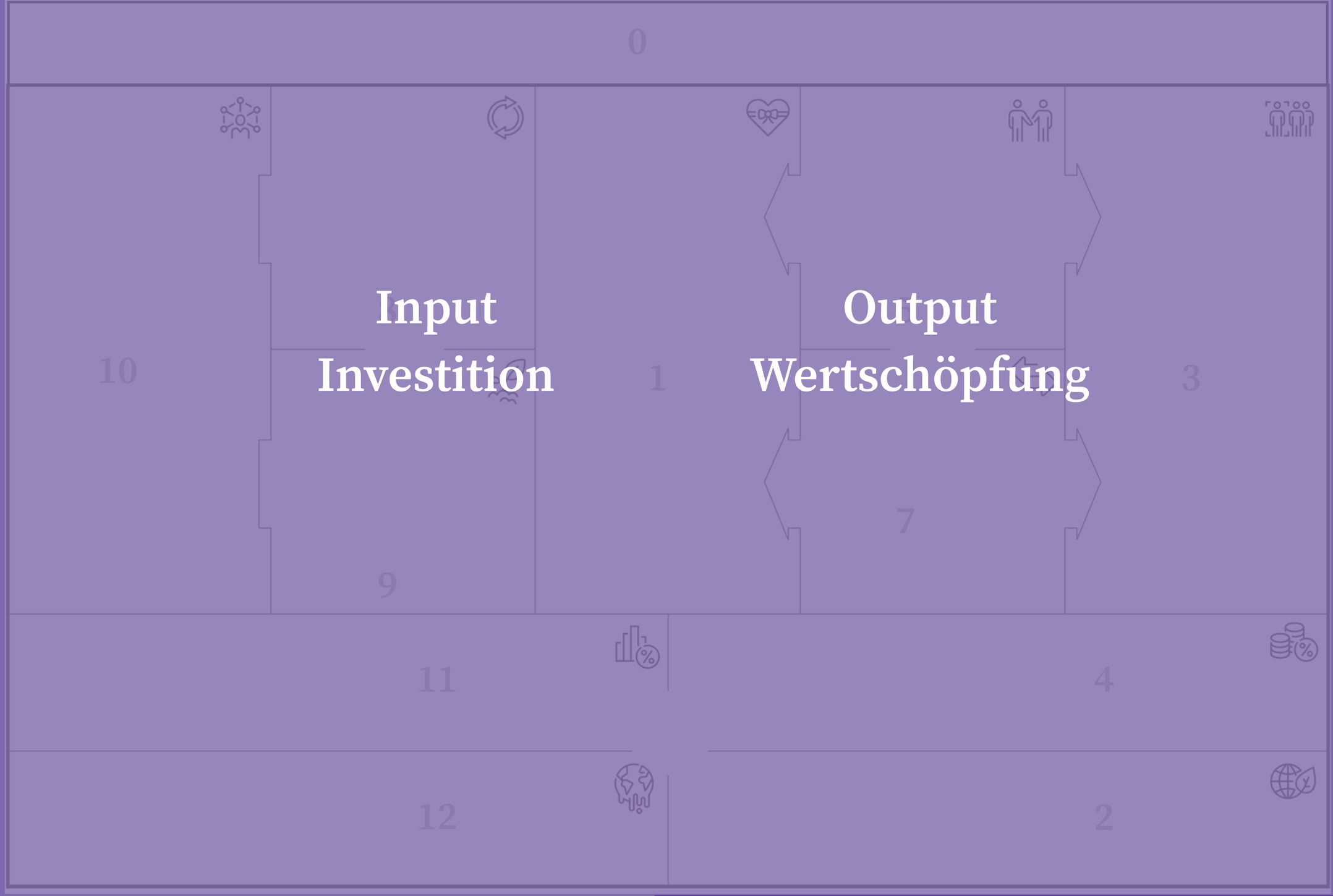
Geschäftsmodell auf einen Blick

Sustainable Business Model Canvas

- Vision, Werte, Haltung als Grundlage
- Ergänzung durch Wirkung

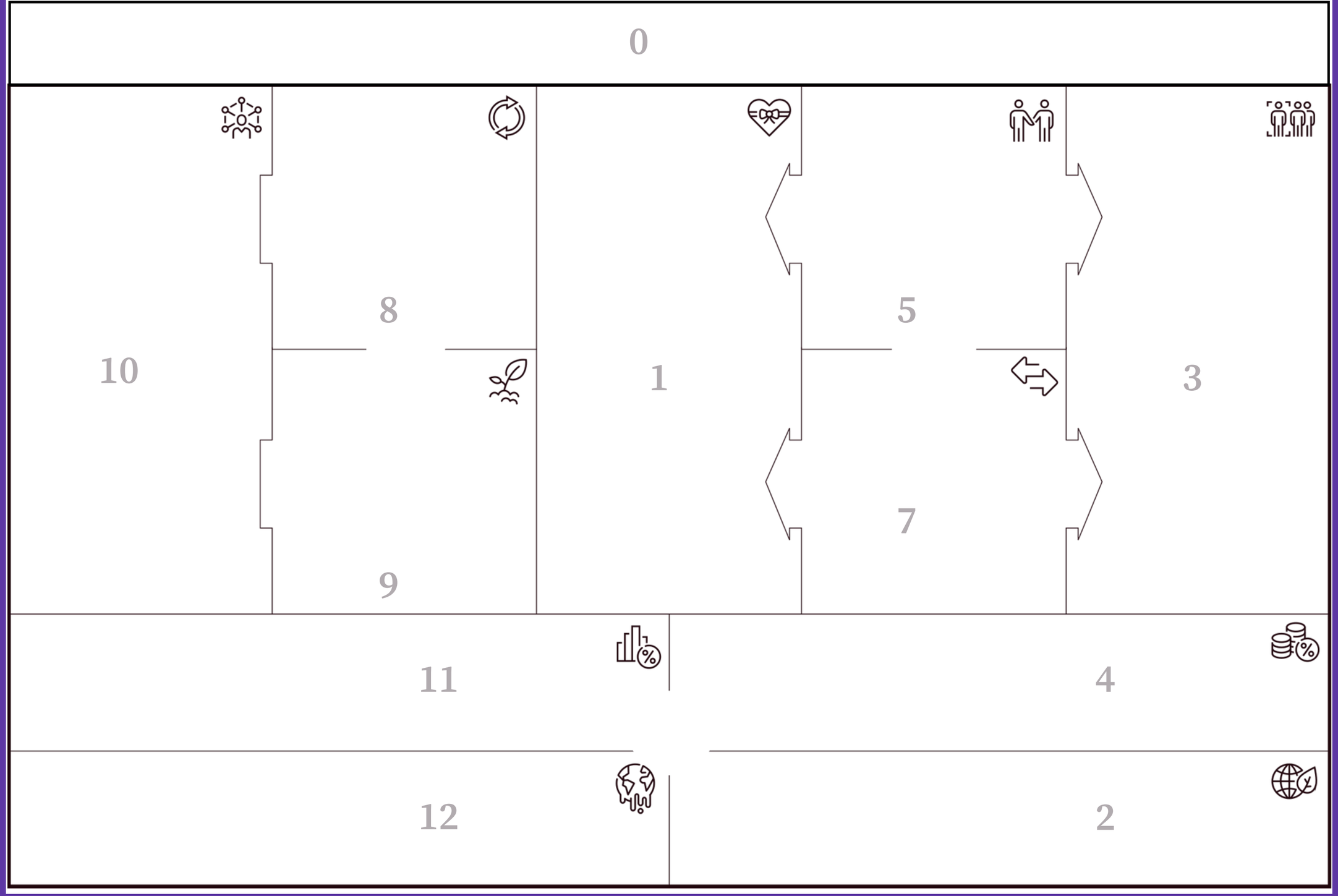


Angelehnt an Social Impact: Sustainable Business Model Canvas



Input
Investition

Output
Wertschöpfung


0
10
8
9
1
5
7
3
11
4
12
2

Geschäftsmodell auf einen Blick

Praxis

- Fülle den Canvas aus - ausgedruckt, abgemalt oder als Notizen
- Reihenfolge ist ein Vorschlag
- Breakout in Kleingruppen

Angelehnt an Social Impact: Sustainable Business Model Canvas

Geschäftsmodell auf einen Blick

Reflexion

- Was ist Dir aufgefallen?
- Wo gab es Lücken?
- Welche Bereiche waren eher herausfordernd?

Fokus finden

„Nicht alles, was nachhaltig klingt, ist strategisch relevant.
Und nicht alles, was Umsatz bringt, erzeugt Wirkung.“

Viele GründerInnen & Unternehmen haben mehr Ideen, Möglichkeiten und Anforderungen als Zeit und Ressourcen. Welche Themen sind für dein Geschäftsmodell wirklich wesentlich?

→ **Bei der Entscheidungsfindung hilft die Wesentlichkeitsmatrix**

Die Matrix ist eigentlich eine Methode für die Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien (Bericht).

Strategische Wesentlichkeitsmatrix



Die Matrix hilft dir dabei:

- strategische Entscheidungen bewusster zu treffen
- Wirkung und Wirtschaftlichkeit zusammen denken
- Ressourcen gezielter einzusetzen

Priorität entsteht an der Schnittstelle zwischen Wirkung und Wirtschaftlichkeit.

Wo treffen Wirkung und Wirtschaftlichkeit zusammen?



Am Beispiel von Viva Con Aqua

Worauf solltet Du den Fokus legen?



Ordnet eure **Angebote** (Produkte/Dienstleistungen) aus eurem Geschäftsmodell in die Matrix ein

weitere Möglichkeiten:

- Kooperationen
- Zielgruppen
- Kommunikationsmaßnahmen
- Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Dein Fokussatz

„Ich fokussiere mich auf

_____,
Angebot, Geschäftsbereich

weil es für

_____
Gesellschaft, Umwelt, Geschäft

besonders relevant ist und gleichzeitig

_____
Wirkung

verbessert/reduziert/ermöglicht.“

Vorbereitung auf morgen

- Angebotsfokus wurde formuliert

→ morgen: Nutzenversprechen ableiten als Vorbereitung auf Abschlussveranstaltung

Input:

- Wirkungsvolle Kommunikation
- Zielgruppenrelevanz
- Nutzenversprechen

Übung:

- Zielgruppen: Empathy Map + Persona Entwicklung

Nächste Veranstaltung

Morgen, 30. Mai, 11:00 Uhr - Online

Mehr vom Guten - “Angebot & Vermarktung”



Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Das Programm

Mehr WIR in Stadt und Wirtschaft

KulturHanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

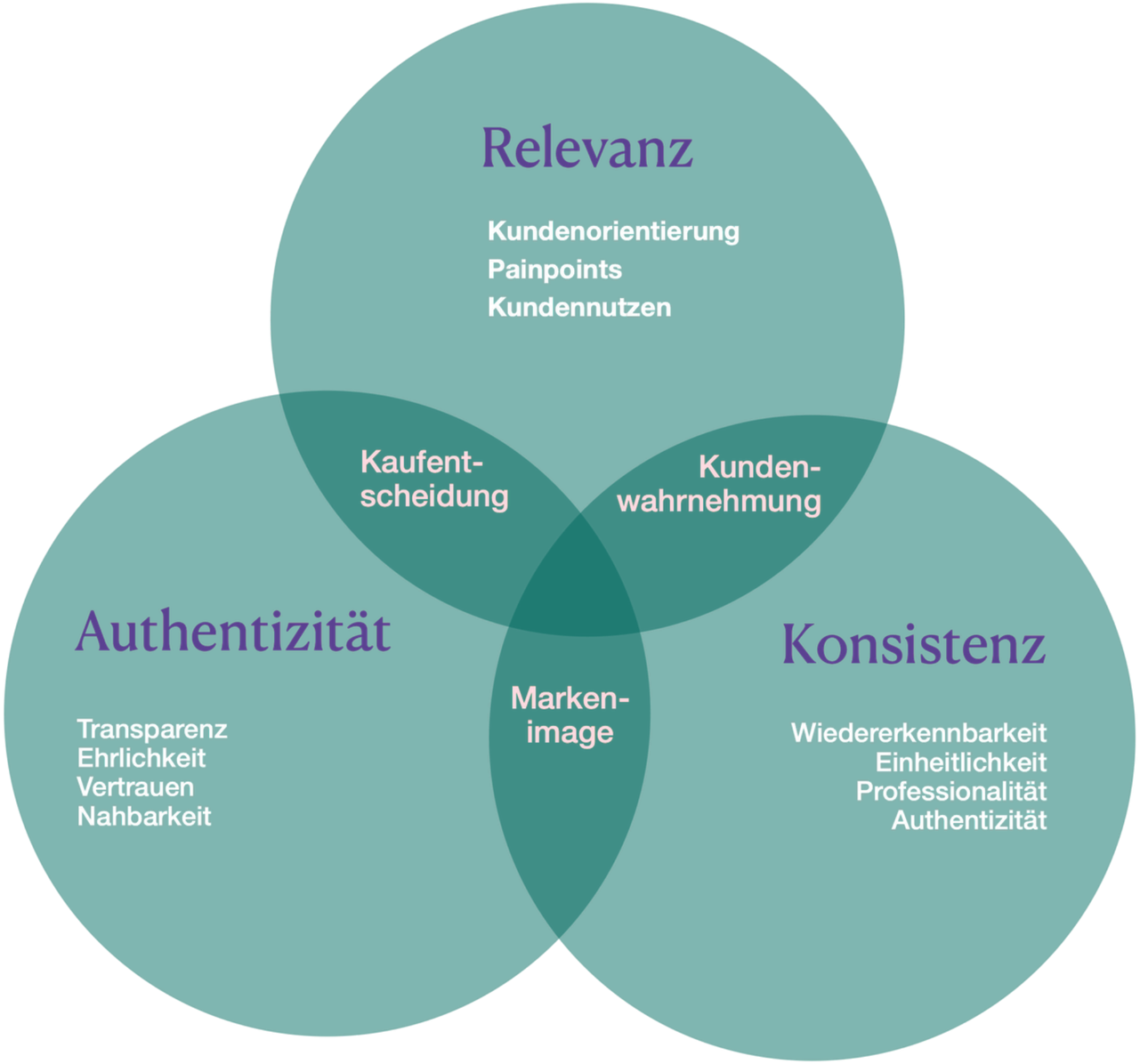
Drosos Foundation

Ablauf heute

1. Wirkungsvolle Kommunikation
2. Persona Entwicklung & Empathy Map
3. Value Proposition Canvas + Nutzenversprechen
4. Ausblick auf Abschlussveranstaltung mit Prototyp Pitch

RELEVANT muss es sein. Aber für WEN?

Zielgruppenorientierung für wirksvolle Kommunikation



Zielgruppenrelevant kommunizieren

Painpoints

Versetzt dich in die Probleme & Wünsche deiner Zielgruppe und sprich sie direkt oder indirekt an mit dem Ziel Vertrauen zu schaffen. Die potenziellen Kunden sollen sich wiedererkennen und verstanden fühlen.

Relevanz & Vertrauen schaffen

Kundennutzen

Beschreibe den Nutzen deines Angebots für den Kunden mit dem Ziel Aufmerksamkeit zu erzeugen und Interesse zu wecken (Emotionen ansprechen).

Leistungsbeschreibung ≠ Kundennutzen




8-Wochen
MBSR-KURS
12.05.25 - 30.06.25
in Brodowin


8-Wochen
MBSR-KURS
12.05.25 - 30.06.25
in Brodowin


Stressbewältigung
durch
Achtsamkeit
Dein Weg zu mehr
Leichtigkeit &
Wohlbefinden
MBSR 8-Wochen-Kurs
12.05.25 - 30.06.25
in Brodowin

VIVA CON AGUA
SANKT PAULI

WASSER FÜR ALLE
ALLE FÜR WASSER



Nutzenversprechen

Menschen kaufen selten ein Produkt — sie suchen eine Veränderung, Entlastung oder Verbesserung.

LEISTUNG:
Wir bieten Ihnen 250.000 Medien aus verschiedenen Wissensgebieten.

NUTZEN:
???

LEISTUNG:
Der Schuh ist aus wasserdichtem Material gefertigt.

NUTZEN:
???

LEISTUNG:
Unsere Räume besitzen eine Klimaanlage.

NUTZEN:
???

LEISTUNG:
Der Stuhl hat eine ergonomische Rückenlehne.

NUTZEN:
???

Zielgruppenanalyse

Die Menschen verstehen

- Modelle und Methoden, um Zielgruppen zu definieren, differenzieren und zu verstehen
- “Alle” ist keine Zielgruppe
- Klare Definition von Gruppen und Untergruppen
- Methode aus Gaming / Digitalem Marketing: Persona Entwicklung und Empathy Map

Zielgruppenanalyse

Persona Entwicklung

- Wir bauen uns eine Persona
- Wir treffen Annahmen
- Wir skizzieren Wunschkund*innen, nicht die Problemfälle
- Wir sind bereit, kreativ zu werden
- Wir machen uns die Persona zunutze
    - Bewußte und begründete Entscheidungen, keine reine Fantasie
    - Offenheit für kreative Einfälle

Zielgruppenanalyse

Beispiel Persona AngerWERK



Name: Katrin Müller (sie/ihr)
Wohnort: Angermünde (vor 4 Jahren aus Berlin zugezogen)
Alter: 46 Jahre
Beruf: Angestellte als Projektmanagerin (arbeitet im Homeoffice)
Familienstand: Geschieden, ein Kind (14 Jahre)
Einkommen: Mittleres Einkommen, finanziell stabil, aber keine großen Sprünge möglich
Hobbys & Interessen: Garten, Wandern, Lesen, regionale Veranstaltungen, Nachhaltigkeit
Mediennutzung: Regionale Messenger Gruppen, Instagram, Newsletter, Flyer im Bioladen
Wichtige Werte: Gemeinschaft, Verlässlichkeit, Nachhaltigkeit, Selbstbestimmung
Einkaufsverhalten: Bioladen für Gemüse, Rewe, Lidl, kauft gerne bei Sellpy
Aktuelle Herausforderungen & Bedürfnisse:

- Möchte mehr Menschen vor Ort kennenlernen. Ist etwas einsam. Macht sich Sorgen über Rechtsruck.
- Hat Ideen für eigene Projekte, weiß aber nicht, wie sie diese umsetzen kann und ob sie das alleine machen möchte.



Praxis

Persona Entwicklung

- Name
- Wohnort
- Alter
- Beruf
- Familienstand
- Einkommen
- Hobbys & Interessen
- Mediennutzung
- Einkaufsverhalten
- Wichtige Werte
- Aktuelle Herausforderungen & Bedürfnisse

Zielgruppenanalyse

Reflexion Persona Entwicklung

- Wie fühlt sich die Übung an?
- Gab es neue Erkenntnisse?

Zielgruppenanalyse

Empathy Map

- Empathie entwickeln für die Kund*innen und Teilnehmenden
- Tiefer einsteigen in die Gedanken der anderen, hinter die Entscheidungen blicken
- Gemeinwohlorientiert und wertezentriert: Lösungen optimeren, nicht Bedürfnisse erzeugen

Empathie-Karte (Empathy Map)

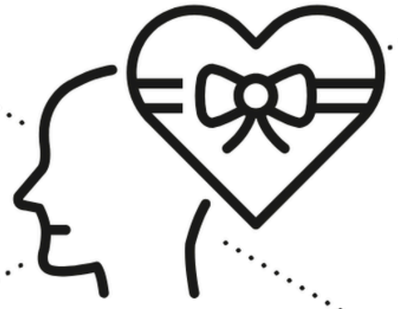
Anger WERK

Was **denkt** und **fühlt** die Kund*in (im Bezug auf deine Art von Angebot)?

Innere Einstellung / Offene Fragen / Ansprüche / Hoffnungen / Mögliche Bedenken

Was **sieht** die Kund*in (bezogen auf deine Art von Angebot)?

Was ist sichtbar im öffentlichen Raum? Was zeigen die Medien? Was zeigen andere / Beeinflussende? Worauf fokussiert der Blick?



Was **hört** die Kund*in (über deine Art von Angebot)?

Was sagen Freunde und Familie? Was sagen „andere“ (Bekannte, allgemeines Bild in der Öffentlichkeit)? Was sagen die Medien?

Was **sagt** und **tut** die Kund*in im Bezug auf deine Art von Angebot?

Was sagt sie in der Öffentlichkeit? Was sagt sie zu anderen? Was macht sie konkret?

Ableitungen machen

- Was braucht diese Persona wirklich?
- Welche Angebote würden ihr helfen?
- Was würde sie motivieren, zu kaufen oder teilzunehmen?
- Was hält sie davon ab?
- Wie erreichen wir sie?
- Auf welches „Nutzenversprechen” reagiert sie voraussichtlich?

VALUE PROPOSITION CANVAS

Anger WERK

ANGEBOT (Produkte/Dienstleistungen)

Führe alle Dienstleistungen/Produkte deines Angebots auf, die deinen KundInnen das Leben leichter machen.

Sustainable Business Model Canvas

GEWINNERZEUGER

Was ist der Mehrwert für deine KundInnen?

Kundennutzen

PROBLEMLÖSER

Beschreibe, welches Problem dein Produkt/Dienstleistung für deine KundInnen löst.

Problembaum, Purpose

WÜNSCHE

Was würde deine Zielgruppe glücklich machen/ihr Leben leichter machen?

Empathy Map, Painpoint

PROBLEME

Welche Probleme/Herausforderungen hat deine Zielgruppe im Alltag?

Empathy Map, Painpoint

ZIELGRUPPE

Was macht deine Zielgruppe jeden Tag? Welche Jobs müssen sie erledigen, um ihre Bedürfnisse zu erfüllen?

Persona

ANGEBOT/LEISTUNGEN

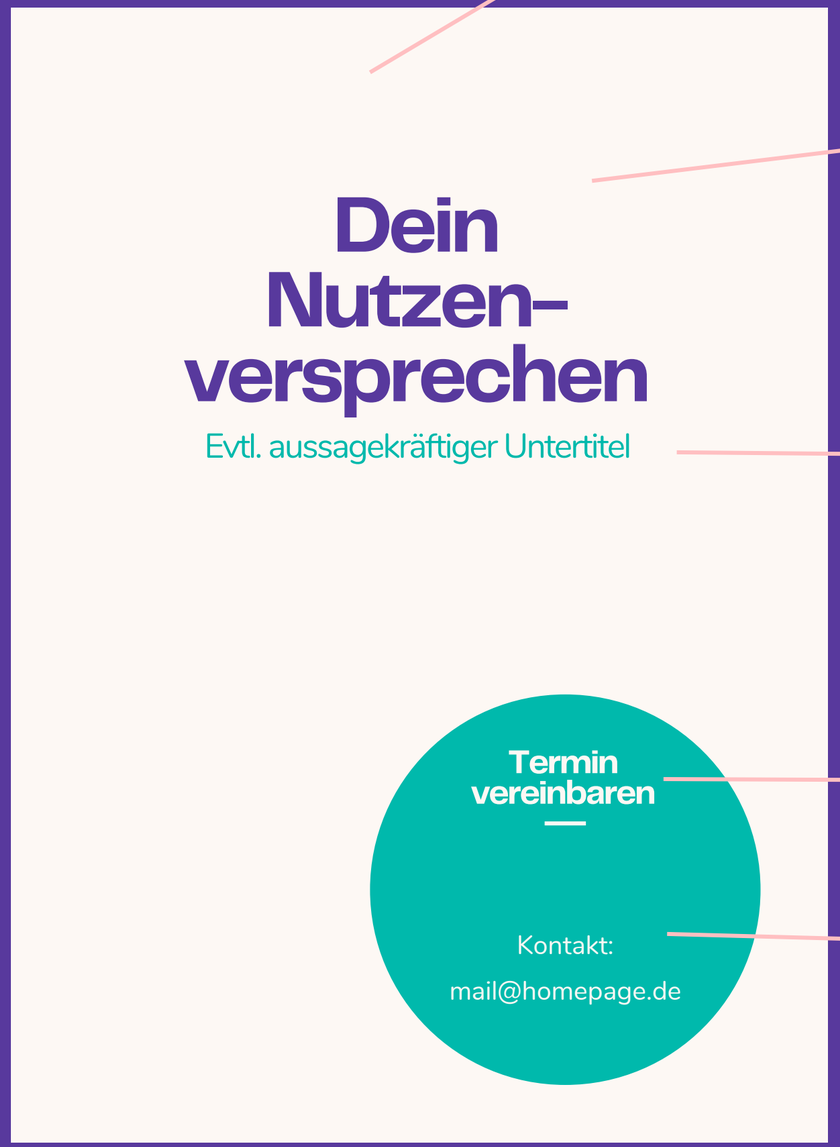
ZIELGRUPPE/KUNDENBEDARFE

DEIN NUTZENVERSPRECHEN

Anger WERK

Prototyp

Entwickelt für unseren Abschlusstermin
ein Poster oder Flyer mit eurem Nutzenversprechen



Foto/Design-Elemente

Nutze Painpoint und Kundennutzen, um dein Nutzenversprechen zu formulieren

ggf. kurze Leistungsbeschreibung

Call to Action

Kontaktdaten

Nächste Veranstaltung

Freitag, 05. Juni, 16:00 Uhr - Alte Apotheke

Mehr vom Guten - “Pitch Prototyp”



Anger WERK

ALTE APOTHEKE
COWORKING & COMMUNITY

Idee Räume Termine Kontakt

Newsletter Anmeldung

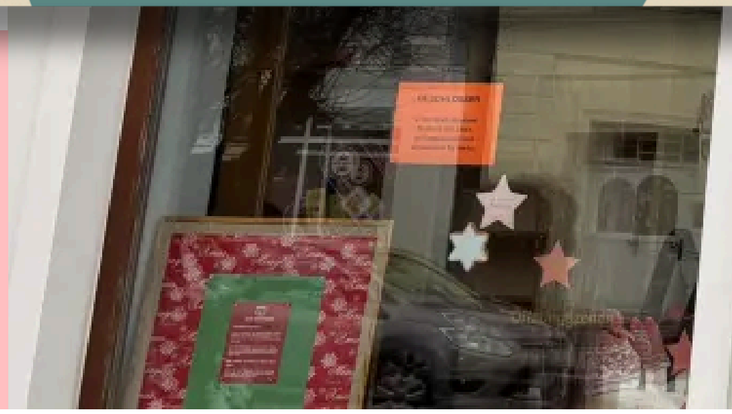
COWORKING & COMMUNITY SPACE IN ANGERMÜNDE

Hier entsteht: Ein Ort für neues Arbeiten auf dem Land.

In der Alten Apotheke entsteht ein Treffpunkt für konzentriertes Arbeiten, für Begegnung und Austausch und für die Gespräche, die bei einer guten Tasse Kaffee entstehen.

Newsletter Anmeldung







Rosenstraße 5
Angermünde
coworking-angermuende.de

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Das Programm

Mehr WIR in Stadt und Wirtschaft

KulturHanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

Drosos Foundation

Ablauf heute

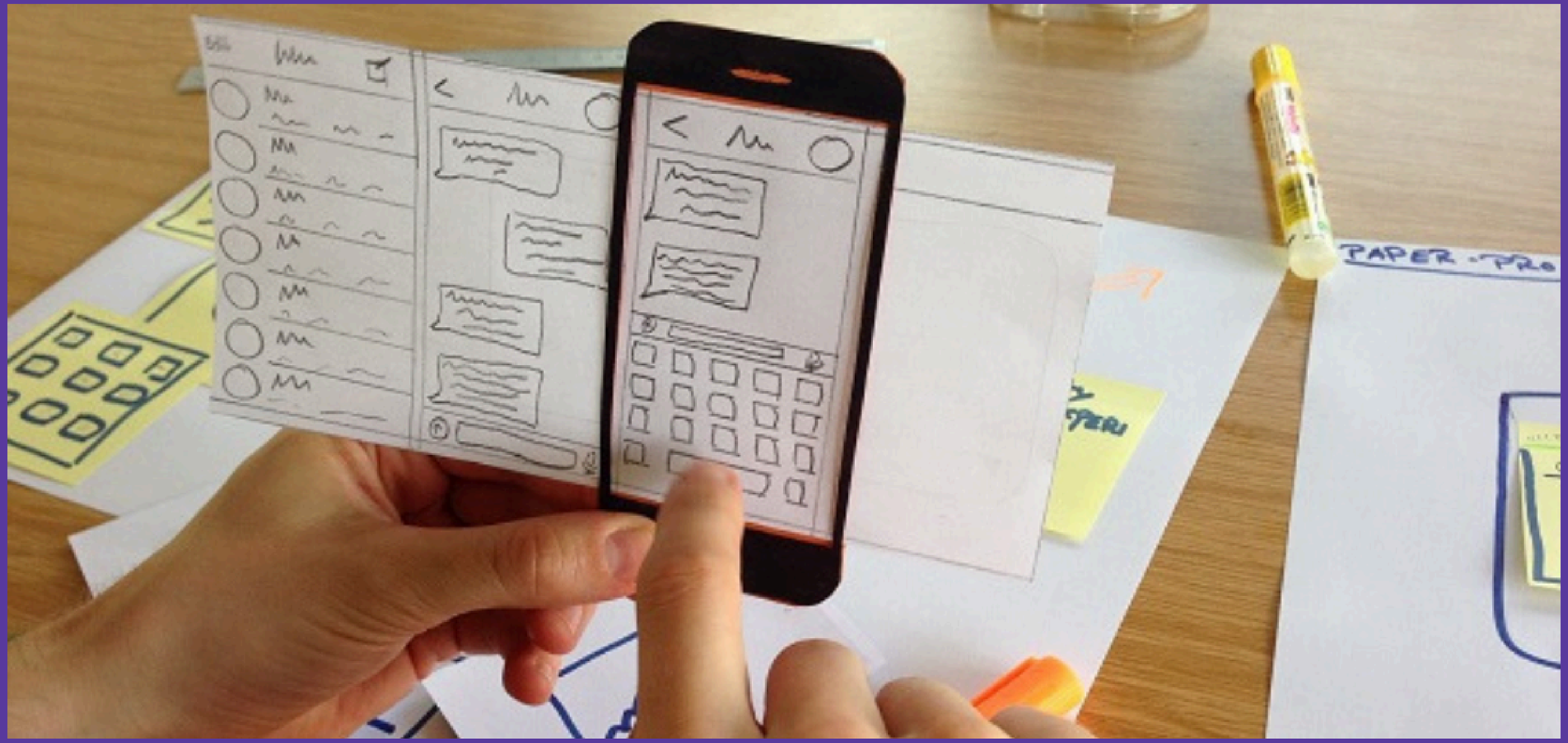
- Kurze Rückschau & Input zu Prototyping und Feedback
- Pitches
- Nächste Schritte
- Get-together

Rückschau Methoden & Tools

- Problembaum
- Werteübung
- Sustainable Business Model Canvas
- Strategische Wesentlichkeitsmatrix
- Persona-Entwicklung
- Emapthy Map
- Value Proposition Canvas
- Nutzenversprechen
- Prototyping

Sinn und Zweck Prototyping

- Idee vor Fertigstellung raus in die Welt
- Ehrliches Feeback einholen
- Reflektieren und optimieren


PAPER



1. Apple Computer, handgefertigter Prototyp, 1976

Schattenseiten

- Noch-nicht-fertig Gefühl
- Perfektionismus-Falle
- Rechtfertigungsdruck
- Scham / Peinlichkeit



Konstruktives Feedback geben

- Voraussetzung: Feedback erwünscht
- Wohlwollende Grundhaltung
- Beschreibend, nicht bewertend
- Ich-Botschaften
- Konkret und verständlich formuliert
- Fragen sind Fragen

Hilfreiche Satzkonstruktionen für konstruktives Feedback

- „Könntest Du Dir auch vorstellen, dass…”
- „Was ich noch nicht ganz verstehe…”
- „Was bei mir hängen bleibt…”
- „Wo ich eine Lücke empfinde…”

Pitch Deines Prototypen



Kräuterfruchtmus

Stefanie Albrecht
Mercedes Schröder



Gärtnerei

Jan Lindenberg



Atelier

Ulrike Pindur



Kartierkreis Ost GmbH

Anna-Lena Neumann







Konzept zur innovativen und ökologischen Revitalisierung des Lost Places „Chalet Europa“

1. Welche gesellschaftliche Herausforderung wird mit dem Konzept angegangen?

- fehlende Angebote Umweltbildung
- Einsamkeit
- günstige Übernachtung für Gruppen
- fehlende Treffpunkte für Austausch

2. Welche gesellschaftliche Veränderung soll das Konzept bewirken?

- Menschen zusammenbringen
- lokales Engagement fördern
- Gemeinsamkeiten finden
- Spaltung und Extremismus verhindern

3. Wie bewirkt das Konzept die gesellschaftliche Veränderung?

- gemeinsame Tage mit Freunden und Fremden verbringen
- gemeinsame Handwerksprojekte
- Exkursionen

4. Schlüsselaktivitäten – Was muss getan werden, um Konzept umsetzen zu können?

- Kooperationen eingehen
- aktive Genossinnen gewinnen
- starke Mitarbeiterbindung
- hohe Auslastung erreichen

5. Wer sind die **Schlüsselpartner?**

- Kursanbieter
- Mitarbeiter
- Genossinnen
- regionale Unternehmen
- Gäste

6. Welche Kunden sollen erreicht werden?

- örtliche Bevölkerung
- Radfahrer
- Musikgruppen
- Naturbeobachter
- Wasser-Touristen
- Schulklassen
- Wander-Touristen

7. Wie Kunden-Beziehungen entwickeln?

- Newsletter
- Gäste - Empfehlungen
- Stammgast Rabatte
- besten Service anbieten
- außergewöhnliche Erlebnisse & Veranstaltungen

8. Über welche Kanäle unsere **Kunden erreichen?**

- Plakate & Aufsteller
- Flyer an Touristeninformationen
- Newsletter per E-Mail
- WhatsApp Gruppen
- Anzeigen in Tageszeitungen
- Social-Media-Kanäle z.B. Instagram, Facebook



Revitalisierung Lost Place

Sebastian Bartel

Kursleiterin

Neiyanggong – innen nährendes Qi Gong

30 Jahre QiGongerfahrung
ausgebildet bei Liu YaFei
www.nei-yang-gong.de

www.gesine-storck.de
Kunst & Qi Gong

Qi Gong in der Jurte

eintauchen in die Welt der Nomaden
den eigenen Körper
atmen klopfen schütteln dehnen
lauschen hinaus und hinein
sanfte Bewegungen und stilles Wahrnehmen
vereinen Körper und Geist
Sich erden und verankert SEIN



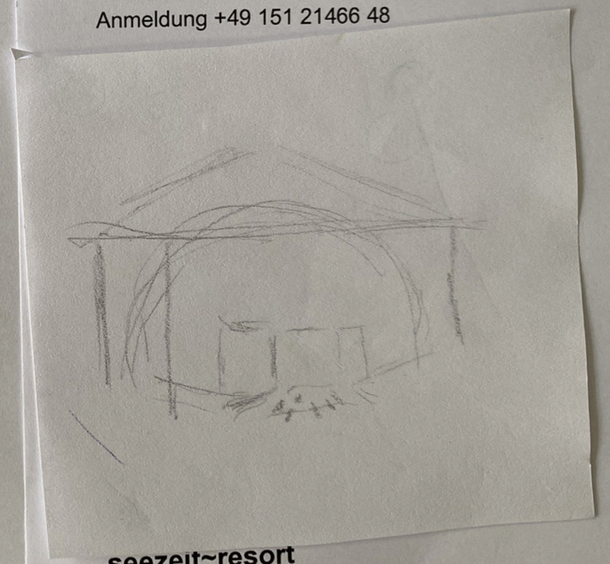
seezeit~resort
www.seezeit-resort.de

EHB Werbellinsee GmbH
Joachimsthaler Strasse 20
16247 Joachimsthal

jurtenzeit

Qi Gong innen nährend

Kurs á 60 Minuten für
Schulklassen ,
Gruppen 6-12 Personen
Kleingruppen 3-5 Personen
Einzelpersonen
Termin auf Anfrage (mind. 48 Stunden vorher)
Anmeldung +49 151 21466 48



seezeit~resort
am werbellinsee

Qi ong

Gesine Storck

Soziale Beratung

für Menschen mit Behinderungen,
mit altersbedingten Einschränkungen und / oder
mit chronischen Erkrankungen

Für neue Wege. Für mehr Teilhabe und Lebensfreude

Reicht Ihre Rente gerade so zum Leben und Sie fragen sich, wie das weiter gehen soll ?
Haben Sie eine Behinderung oder eine chronische Erkrankung und denken, dass Sie da doch mehr Hilfe bekommen müssten- wissen aber nicht, wen Sie fragen können ?

Soziale Beratung

Tina Pranke



Co-Working

Anne Dahlmann

Nächste Schritte

- Was sind meine nächsten 1-3 Schritte
- Commitment an Dich selbst (oder das Team)

Beratung

immer Donnerstags 10 - 12 in der **Sprechstunde**





Verzeichnis

Deine Initiative oder Verein im **Verzeichnis**

12. Juni - 9 bis 15 Uhr

Gemeinschaftsgetragenes Wirtschaften **Einführung**



Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Kofinanziert von der Europäischen Union

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

IBYKUS

Danke und Auf Wiedersehen

Kultur Hanse TRANSFER

Wissen teilen. Formate nutzen. Gemeinwohl verankern.

Ermöglicht durch:

Drosos Foundation

AngerWERK