

GENOCANVAS

Mit dem GenoCanvas können Sie ihre ersten Ideen einfach strukturieren. Sie erhalten dadurch ein übersichtliches Konzept und eine grobe Kalkulation. Sie gewinnen so eine Grundlage, neue Mitstreiter für Ihre Idee zu gewinnen und mit den Mitstreitern die Möglichkeiten zu besprechen und erste Schwächen zu identifizieren und zu beheben. So machen Sie sich neben der Kernidee auch Gedanken darüber, welche Partner sie benötigen, welche Kooperationsvorteile die Mitglieder haben, welche Gruppen Sie gerne als Mitglieder gewinnen möchten und welche Ressourcen sie benötigen.

Was ist das Ziel? | Nutzen für die Mitglieder (Kooperationsvorteile)

Mit Genossenschaften können verschiedene Kooperationsvorteile erreicht werden, z.B.:

- Größenvorteile durch gemeinsamen Einkauf (Kosten sparen)
- Produkte und Dienstleistungen gemeinsam vermarkten (Marktzugang)
- ein gemeinsames Angebot bereitstellen oder gemeinsam etwas produzieren

Beschreiben Sie bitte, was genau die Vorteile der neuen Genossenschaft sind und was sie konkret anbieten soll. Welche Dienstleistungen sollen erbracht oder welche konkreten Angebote bereitgestellt werden? Welcher konkrete Nutzen besteht für die Mitglieder?

Wie wird das Ziel erreicht?

Schlüsselaktivitäten

Für einen gelungenen Start und den langfristigen Erfolg der Genossenschaft können bestimmte Aktivitäten entscheidend sein, z.B. im Bereich der Leistungserstellung, Vermarktung, Beschaffung, Bereitstellung, Kommunikation oder Organisation.

Beschreiben Sie bitte die wichtigsten Tätigkeiten und berücksichtigen Sie dabei auch Aktivitäten, die zum Aufbau des Geschäftsbetriebs notwendig sind.

Was wird gebraucht?

Schlüsselressourcen und -kapazitäten

Um die Schlüsselaktivitäten der Genossenschaft erfolgreich umzusetzen, können bestimmte Kapazitäten oder Ressourcen entscheidend sein, z.B. finanzielle Ressourcen, Know-how, Immobilien, Managementkapazitäten oder technische Fähigkeiten.

Benennen Sie bitte die besonders wichtigen Ressourcen bzw. erforderlichen Kapazitäten für Ihr Vorhaben.

Wie wird die Leistung vermittelt?

Vertrieb und Kommunikation

Wie sollen die Leistungen angeboten und „vertrieben“ werden? Z.B. Online-shop? Auch die Kommunikation mit den Mitgliedern und/oder Kunden ist besonders wichtig für den Erfolg der Genossenschaft. Wie sollen diese erreicht werden?

Bitte führen Sie hier auf, welche Vertriebs- und Kommunikationskanäle Sie zur Mitglieder- und Kundenansprache nutzen wollen.

Wer soll mitmachen? | Mitglieder

In Genossenschaften kann man individuell festlegen, wer als Mitglied bzw. Miteigentümer in den Genuss der Vorteile kommt: Nur Privatpersonen oder auch Unternehmen, Vereine und andere Organisationen? Ist eine lokale, regionale, bundesweite oder internationale Kooperation geplant? Sollen nur bestimmte Berufsgruppen oder Qualifikationen zugelassen werden? Sollen alle Kunden oder Partner auch Mitglied werden können? Sollen nur die Mitarbeiter der Genossenschaft Mitglied werden?

Beschreiben Sie hier, wer bei der Genossenschaft Mitglied (Miteigentümer) werden soll.

Wer soll Produkte und Dienstleistungen kaufen? | Kunden

Je nach Geschäftsmodell kann die Genossenschaft ihre Leistungen auch Kunden anbieten, die kein Mitglied sind. Wenn z.B. eine genossenschaftliche Vermarktungskoooperation von Freiberuflern gegründet werden soll, dann stellt sich die Frage, welche Kunden mit dem gemeinsamen Angebot angesprochen werden sollen.

Bitte führen Sie hier auf, welche Kundengruppen neben den Mitgliedern angesprochen werden sollen.

Wer wird gebraucht? | Partner

Um die Schlüsselaktivitäten der Genossenschaft erfolgreich umzusetzen, werden neben den Mitgliedern oft auch weitere Partner benötigt, z.B.: Lieferanten, Fachleute (z.B. Gründungsberater, Rechtsberater, technische Berater), Netzwerkpartner (z.B. Bürgermeister, Landwirte, Vorbilder), Finanzierungspartner (z.B. Sponsoren), Servicepartner (z.B. Handwerker, Pächter)

Bitte führen Sie hier auf, welche Partner wichtig sind und warum.

Was bringt es ein? | Ertrag

Welche verschiedenen Einnahmequellen gibt es? Wie viel sind die Mitglieder, Kunden und/oder Partner bereit, für die Produkte oder die Dienstleistungen zu bezahlen? Welcher Umsatz soll erzielt werden? Decken die Einnahmen die Kosten? Welches Preismodell legen Sie zugrunde (festgelegter Preis oder variabel entsprechend der Nutzung)? Welcher konkrete Nutzen besteht für die Mitglieder?

Was kostet es? | Aufwand

Was sind die wesentlichen Kosten für die Schlüsselaktivitäten bzw. für die Bereitstellung von Schlüsselressourcen und -kapazitäten? Welche Art von Kosten fallen in welcher Höhe an? Welchen Kapitalbedarf gibt es? Mit welchem persönlichen Aufwand ist die Entwicklung und der Betrieb der Genossenschaft verbunden (z.B. ehrenamtliche Tätigkeit)?