

**Digital Innovation Hub Süd**

# **Nachhaltige Geschäftsmodelle- Geschäftsmodell Canvas**

Nachmittag

**Stefan Vorbach, Theophil Kroller, Martin Glinik**

Graz, 09. April 2026

- Nach diesem Workshop können Sie:
  - Circular Economy von linearer Wirtschaft unterscheiden
  - ökologische, soziale und ökonomische Wirkungen von Geschäftsmodellen reflektierenden
  - Flourishing Business Model Canvas nutzen, um nachhaltige Geschäftsmodelle zu visualisieren und weiterzuentwickeln

UFG



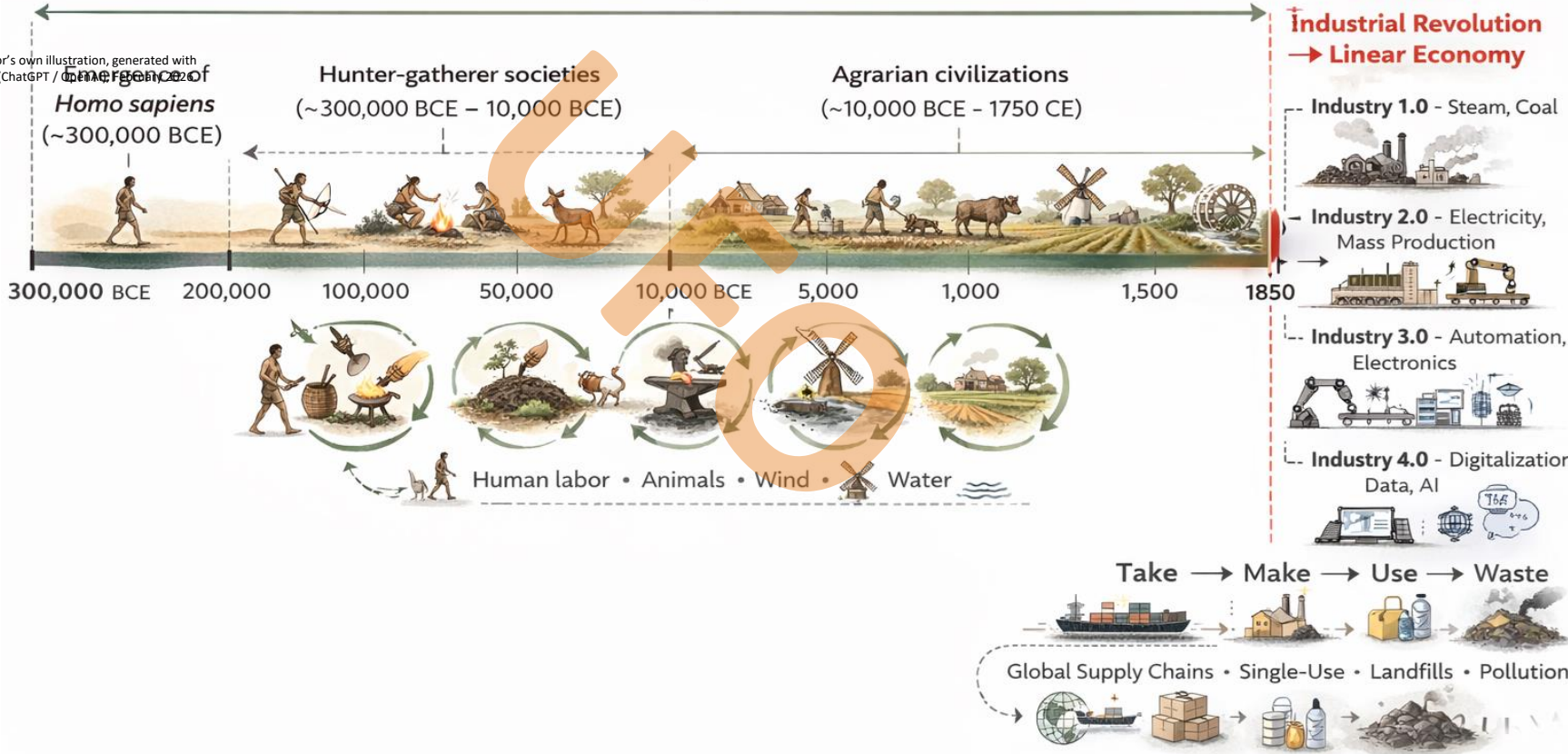
Kurzer Impulsvortrag

# Was ist die Circular Economy?

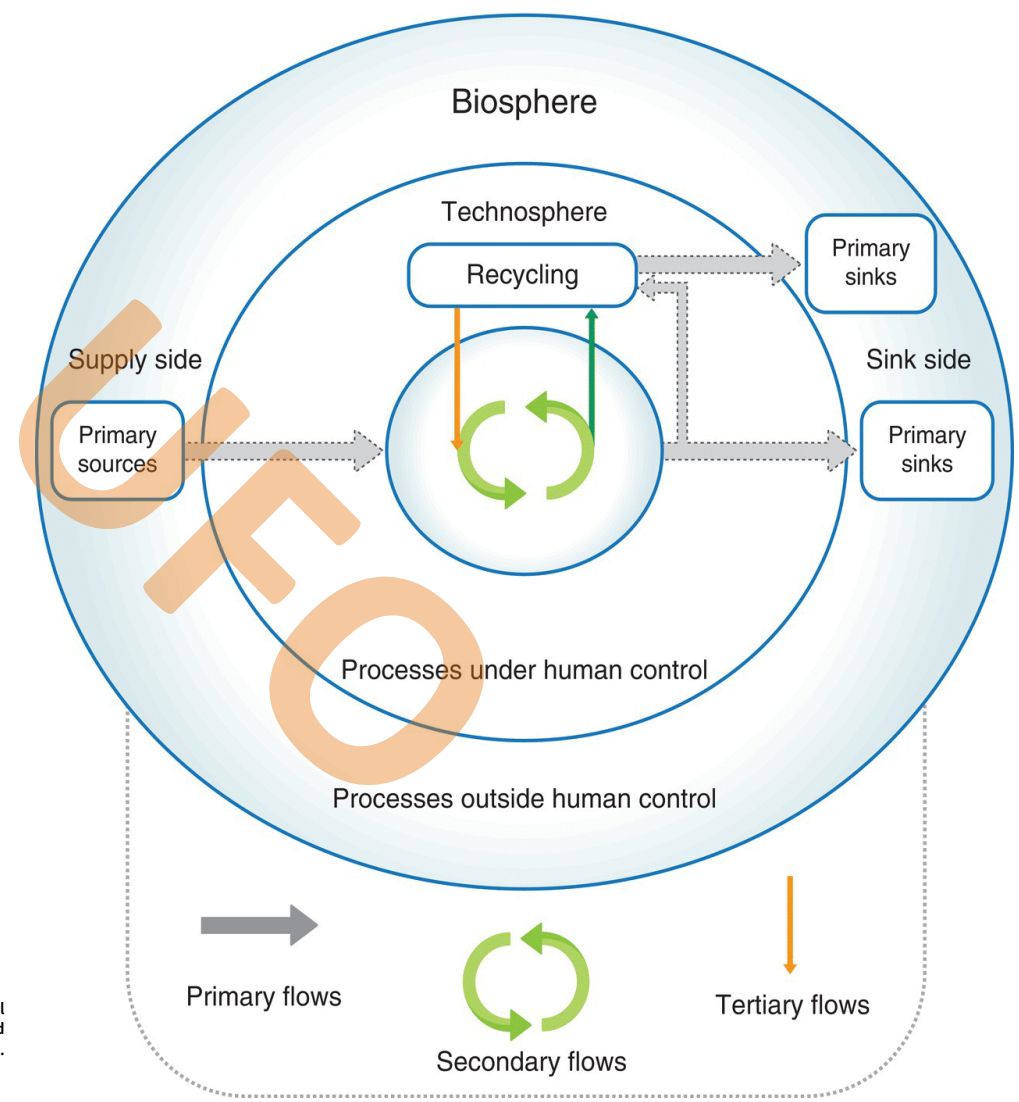
# Linear Economy as a HISTORICAL BREAK

For most of human history: local, circular material flows

Figure: Author's own illustration, generated with AI assistance (ChatGPT / Dall-E)



# METABOLIC SYSTEM: Technosphere and BIOSPHERE



Source: Giampietro, M. (2019), Ecological Economics, 162: 143–156. CC BY. Adapted by Nick Rigas (D-Waste).

# What is a Circular economy?

- Practical definition (Ellen MacArthur Foundation): “The circular economy is a system where materials never become waste and nature is regenerated.”
- Three design principles:
  - Eliminate waste and pollution
  - Circulate products and materials at highest value
  - Regenerate natural systems

# R-Hierarchy / R-Ladder (Value Retention ↓)

Circular Economy

Avoid & Design  
(highest value retention)

Extend Product Life

Recover Material Value

Refuse  
Rethink  
Reduce

Reuse  
Repair  
Refurbish  
Remanufacture  
Repurpose

Recycle  
Recover

Linear Economy

Lost Value / Env. Pollution

Incineration  
Landfill

# EMPTY VS FULL WORLD

Note: the metaphor of “empty” and “full” world was developed by Daly and Goodland

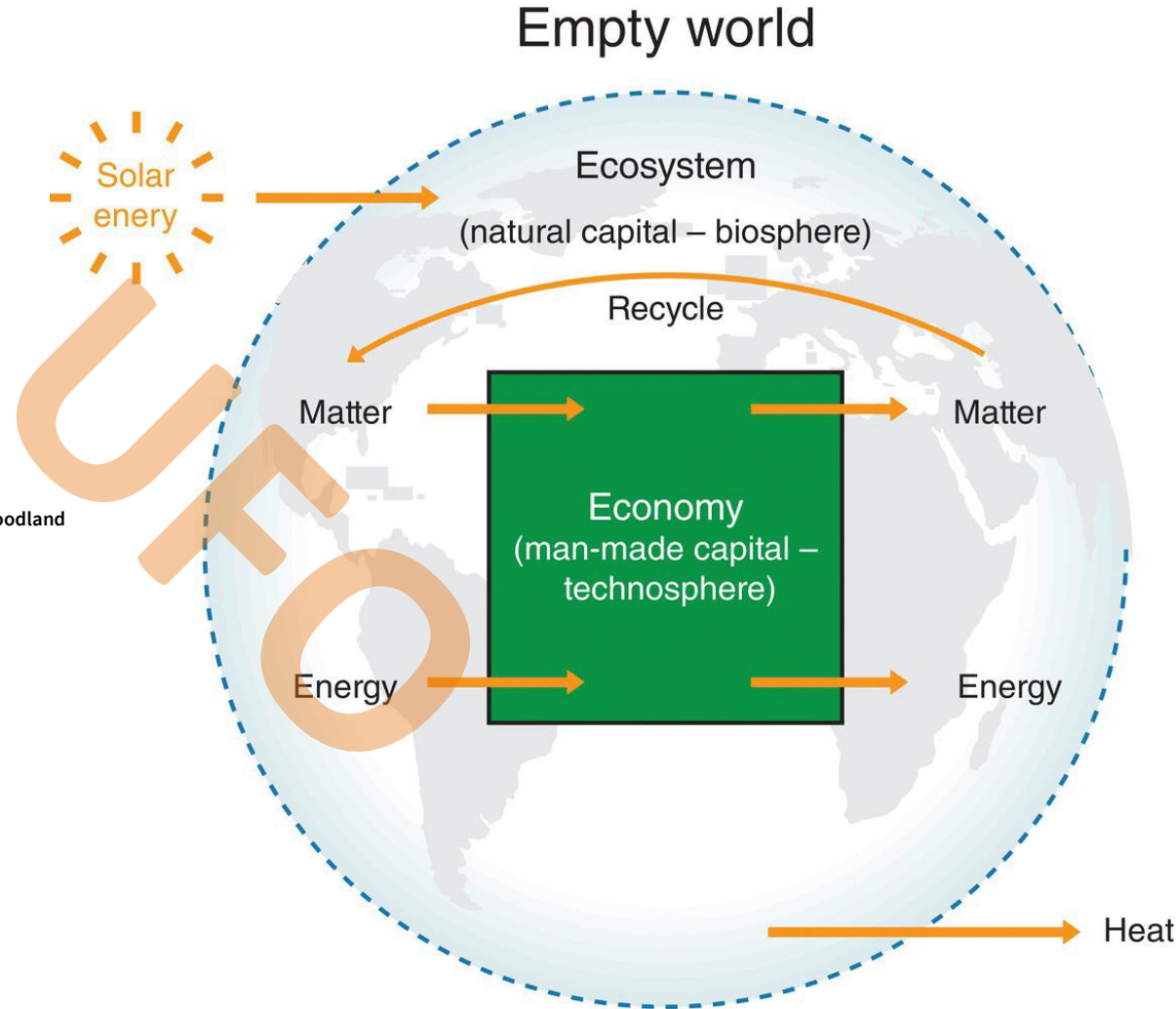


Figure adapted from Giampietro (2019), Ecological Economics, Elsevier, CC BY. Adaptation: Nick Rigas, D-Waste.

# EMPTY VS FULL WORLD

Note: the metaphor of “empty” and “full” world was developed by Daly and Goodland

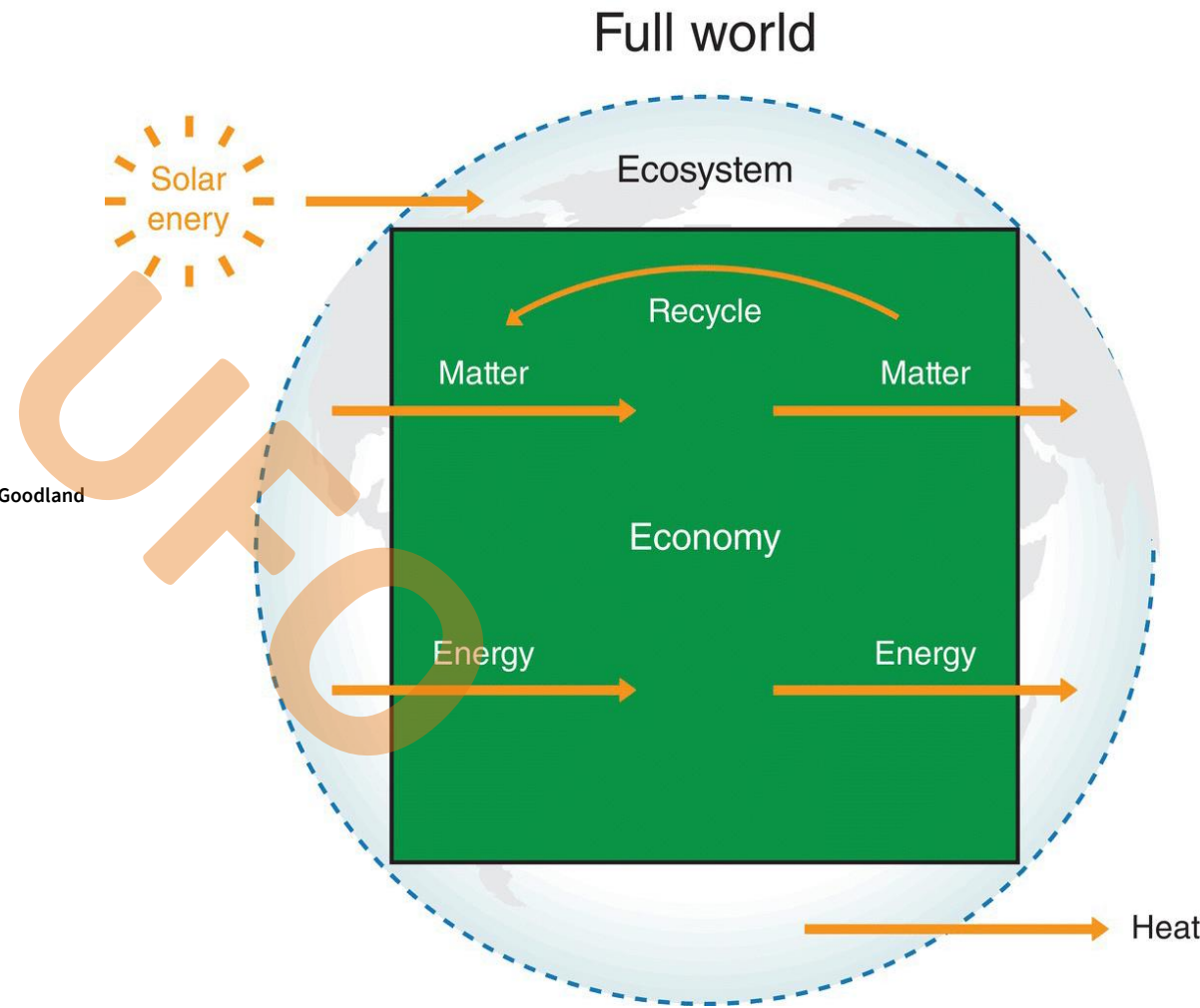


Figure adapted from Giampietro (2019), Ecological Economics, Elsevier, CC BY. Adaptation: Nick Rigas, D-Waste.



Kurzer Impulsvortrag

# Vorstellung verschiedener Sustainable Canvases

- Steigende Bedeutung von ökologischen und/oder sozial nachhaltigen Geschäftsmodellen
- Schaffung eines erweiterten Kundennutzen, sowohl für den Einzelnen als auch die Gesellschaft
- In der Literatur besteht aber kein Konsens darüber, wie nachhaltige Geschäftsmodelle am besten entwickelt werden.
- Mögliche Strategien für nachhaltigkeitsorientierte Geschäftsmodellentwicklung:
  - integrierter Ansatz
  - hybrider Ansatz
  - separierter Ansatz
- Sustainable Entrepreneurship: „Die Erhaltung des wirtschaftlichen Werts bei gleichzeitiger Steigerung des sozialen oder ökologischen Werts!“

Quelle: Schaltegger et al. 2016, Bocken et al. 2014

	Werkzeuge zur Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle	Autor(en)	Jahr
1	Value Mapping Tool (VMT)	Bocken et al.	2013
2	Dialogic Change Model	Collective Leadership Institute	2013
3	Social Business Model Canvas	Social Innovation Lab	2013
4	Flourishing Business Canvas (FBC)	Upward und Jones	2014
5	Social Lean Canvas	Yeoman et al.	2014
6	Sustainable Business Canvas (SBC)	Fichter und Tiemann	2015
7	Business Model Canvas extended for Infrastructure (BMC Infrastr.)	Foxon et al.	2015
8	Triple-layered Business Model Canvas (TLBMC)	Joyce und Paquin	2016
9	Business Innovation Kit (BIK)	Breuer und Lüdeke-Freund	2017

Quelle: in Anlehnung an Breuer et at. 2018, S. 265

Vision & Mission *Den Status Quo am Tierfuttermarkt auf allen Ebenen in Frage zu stellen*

Schlüsselpartnerschaft

Lokales Sourcing

- Zuchtfarm in Frankreich
- Lohnhersteller in Zentraleuropa

Hundefrisiersalons

Hundeschulen

Veterinärmediziner/innen

Schlüsselaktivitäten

Aufklärung

Schlüsselressourcen

Aufbau einer ökologisch nachhaltigen und für den Kunden transparenten Lieferkette

Nutzenversprechen

Hundefutter aus Insektenmehl

CO<sub>2</sub> Reduktion durch geringeren Bedarf an Fleisch

Für 1 kg Insektenprotein ist nur ein Bruchteil an Ressourcen (Wasser, Anbaufläche) notwendig

Kunden

Vegetarier

Veganer

Umweltbewusste Menschen

Wettbewerber

Klassische Tierfutterhersteller

andere relevante Stakeholder

Umwelt

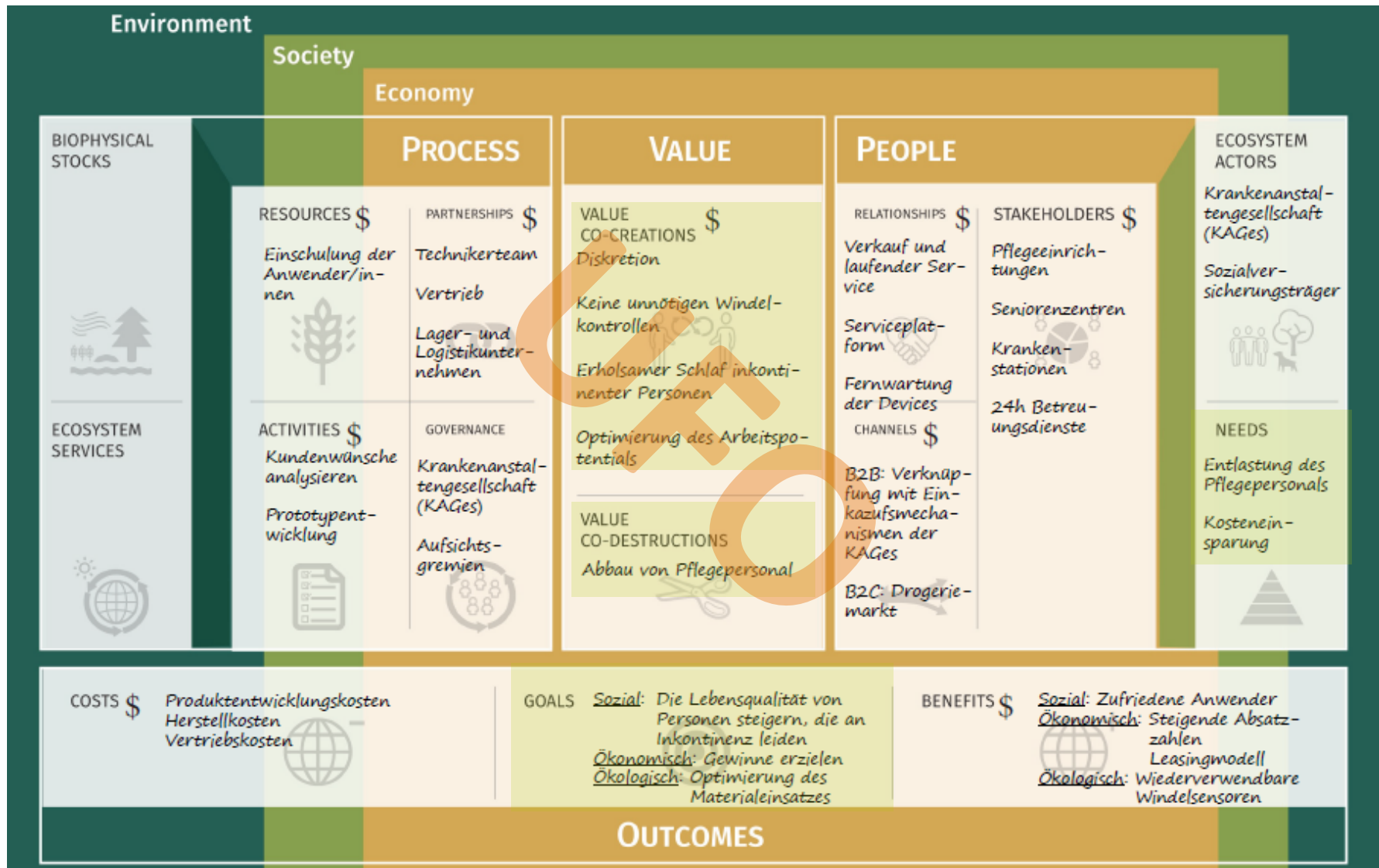
Gesellschaft

Kostenstruktur *Langfristig niedrige Kostenstruktur durch ein Remote- Arbeitsmodell*

Ertragsmodell *Verkauf des Trockenfutters  
Stammkunden Abo  
Partnerprogramme*

● Klassische Leitfragen    ● Nachhaltigkeitsspezifische Leitfragen

Quelle: in Anlehnung an Fichter, Tiemann 2015, S. 9



Quelle: in Anlehnung an Jones, Upward 2014

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Integrierter Ansatz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Leicht verständlich</li> <li>⊖ Risiko, dass einzelne Fragen nicht ausreichen, um Nachhaltigkeit auf allen 3 Ebenen darzustellen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Social Business Model Canvas</li> <li>6. Sustainable Business Canvas (SBC)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Hybrider Ansatz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Nachhaltigkeitsspezifische Fragen und zusätzliche Felder</li> <li>⊕ Weniger aufwendig, weil add-on ergänzt wird</li> <li>⊖ Risiko, dass lediglich „green washing“ betrieben wird</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Value Mapping Tool (VMT)</li> <li>4. Flourishing Business Canvas (FBC)</li> <li>5. Social Lean Canvas</li> <li>7. Business Model Canvas extended for Infrastructure</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Separierter Ansatz</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>⊕ Übersichtlich, keine Vermischung mehrerer Sichtweisen in einem Canvas</li> <li>⊖ Zeitintensiv</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Dialogic Change Model</li> <li>8. Triple-layered Business Model Canvas (TLBMC)</li> <li>9. Business Innovation Kit (BIK)</li> </ul>



Angeleitetes Arbeiten

# Arbeiten mit dem Flourishing Canvas

Use sticky notes

## Rule #1

Verwende Post-Its am Canvas

Blah, blah,  
blah, blah

## Rule #2

Gleich anfangen. Kein *blah, blah, blah*.

## Rule #3

Mann kann *irgendwo* anfangen, mit jedem GM Element.

Never  
Use  
Bullets

## Rule #4

Verwende keine *Bulletpoints*.

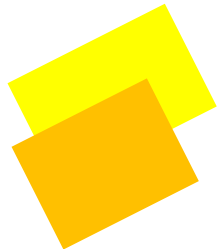
## Rule #5

Vermeide zu viele Details.

Be  
precise

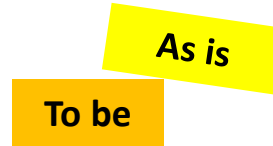
## Rule #6

Sei bei jedem GM Element präzise.



## Practice #1

Verwende eine farbliche Kodierung.



## Practice #2

Unterscheiden von heutigem und zukünftigem Geschäftsmodell



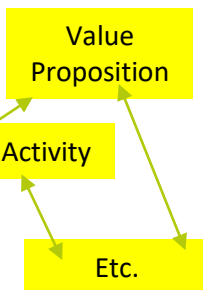
## Practice #3

Unterscheide zw. Fakten und Annahmen



## Practice #4

Baue eine Geschichte rund um das GM



## Practice #5

Jedes GM Element ist mit den anderen Elementen verbunden.



## Practice #6

Trenne verschiedene Ideen auf verschiedene Canvases auf.





Feld 1

# Akteure

Was sind die Grundbedürfnisse des Menschen?  
Die Bedürfnispyramide nach Maslow

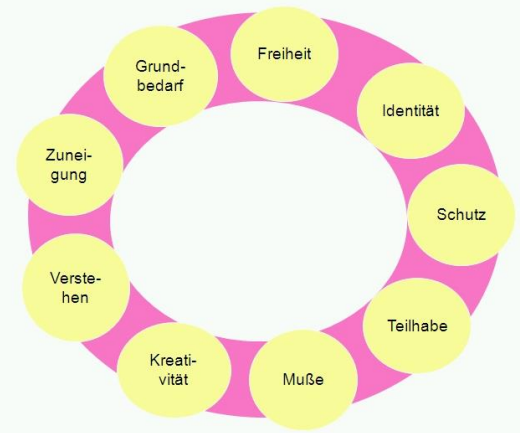


UFG

Feld 2

# Bedürfnisse

Universelle menschliche Bedürfnisse nach Manfred Max-Neef



UFG



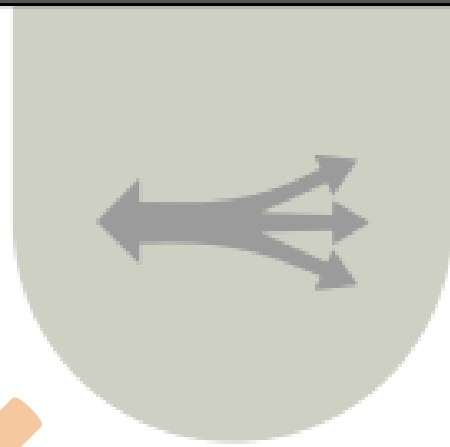
Feld 3

# Stakeholder



Feld 4

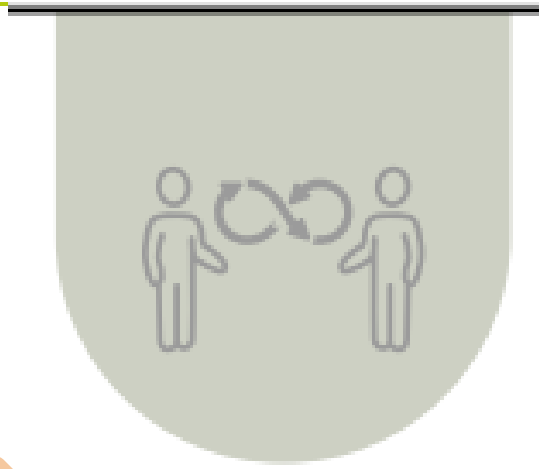
# Beziehungen



UFG

Feld 5

# Kanäle



UFG

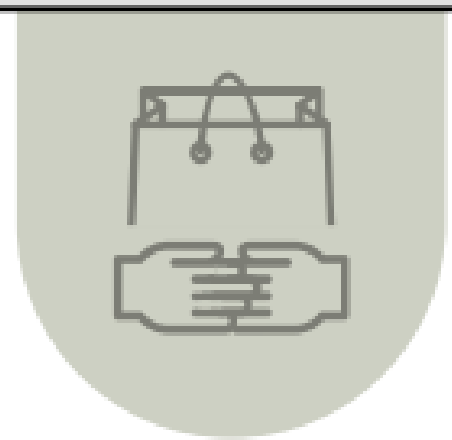
Feld 6

# Co-Kreation von Wert



Feld 7

# Co-Vernichtung von Wert



UFGO

Feld 8

# Produkte / Dienstleistungen



Feld 9

# Partnerschaften



Feld 10

# Governance

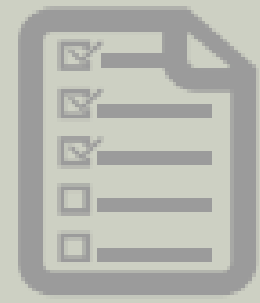


UFG

Feld 11

# Ressourcen

UFO



Feld 12

# Aktivitäten



UFG

Feld 13

# Biophysikalische Bestände



UFO

Feld 14

# Ökosystem Leistungen



Feld 15

# Kosten



Feld 16

# Ziele



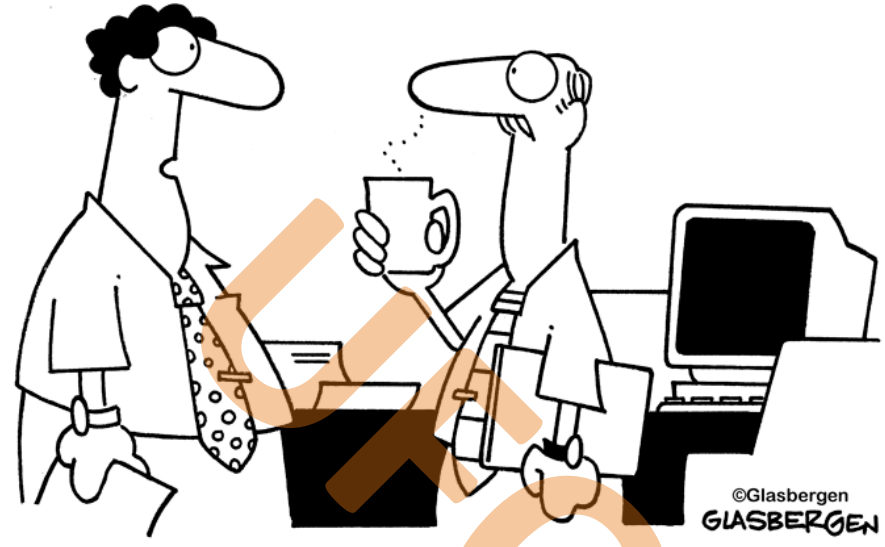
Feld 17

# Nutzen



Aktivität

# Präsentation des Canvases



**“I had to quit drinking coffee. It keeps me awake during presentations.”**

**ENDE**