

**Digital Innovation Hub Süd**

# **Nachhaltige Geschäftsmodell- Muster**

Vormittag

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

Graz, 09. April 2026

Nach dem Workshop können die Teilnehmenden:

- Nachhaltigkeit im Kontext von Geschäftsmodellen einordnen
- Zentrale Muster nachhaltiger Geschäftsmodelle erkennen und erklären
- Ihr eigenes Geschäftsmodell entlang ausgewählter Pattern Groups reflektieren und weiterentwickeln
- Konkrete Ideen für nachhaltige Innovationen im eigenen Unternehmen ableiten



Wer sind Sie?

# Vorstellungsrunde

- Vorname, Nachname
- Unternehmen
- Funktion





Aktivität

# Was verstehen Sie unter Nachhaltigkeit?

# Ich verstehe unter Nachhaltigkeit ...



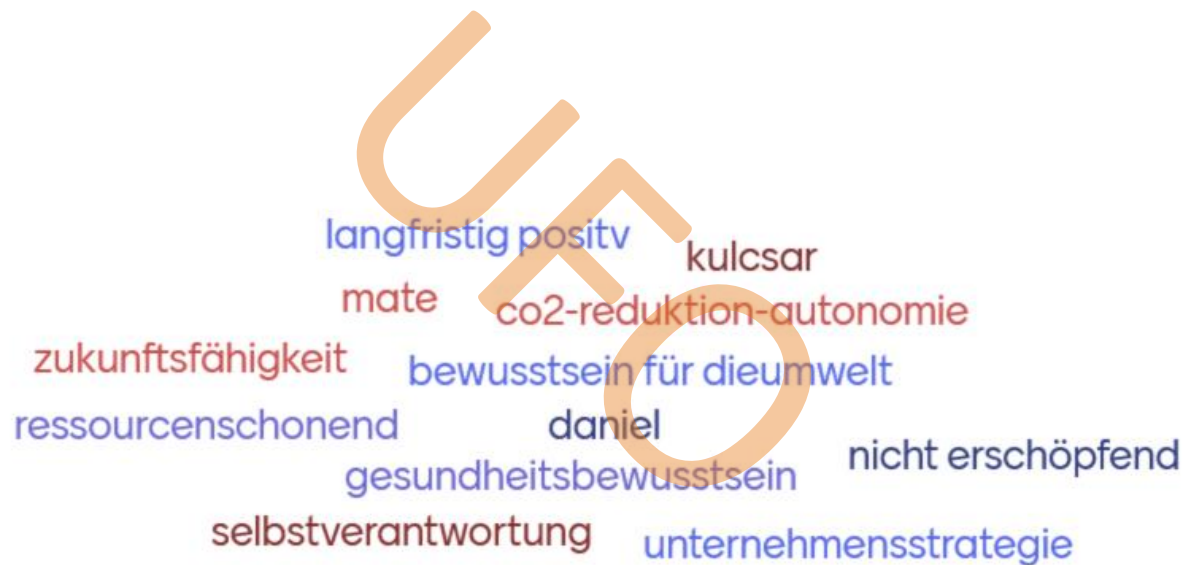
<https://www.menti.com/ali4f9n6igw4>

Menti Code: 7718 8759

Join at [menti.com](https://menti.com) | use code 7678 0623

 Mentimeter

## Ich verstehe unter Nachhaltigkeit ...





Kurzer Impulsvortrag

# Was bedeutet Nachhaltigkeit?

- Nachhaltigkeit bedeutet mehr als „nur“ Umweltschutz
  
- Drei Dimensionen gehören zusammen:
  - 🌱 Umwelt (Planet)
  - 👤 Gesellschaft (People)
  - 💰 Wirtschaft (Profit)
  
- Ziel: langfristig tragfähige Lösungen





# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

<b>1</b> NO POVERTY 	<b>2</b> ZERO HUNGER 	<b>3</b> GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	<b>4</b> QUALITY EDUCATION 	<b>5</b> GENDER EQUALITY 	<b>6</b> CLEAN WATER AND SANITATION 
<b>7</b> AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 	<b>8</b> DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	<b>9</b> INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 	<b>10</b> REDUCED INEQUALITIES 	<b>11</b> SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	<b>12</b> RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 
<b>13</b> CLIMATE ACTION 	<b>14</b> LIFE BELOW WATER 	<b>15</b> LIFE ON LAND 	<b>16</b> PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 	<b>17</b> PARTNERSHIPS FOR THE GOALS 	



Kurzer Impulsvortrag

# **Was ist ein Geschäftsmodell? – Wer Wie Was Wert Modell**





Aktivität

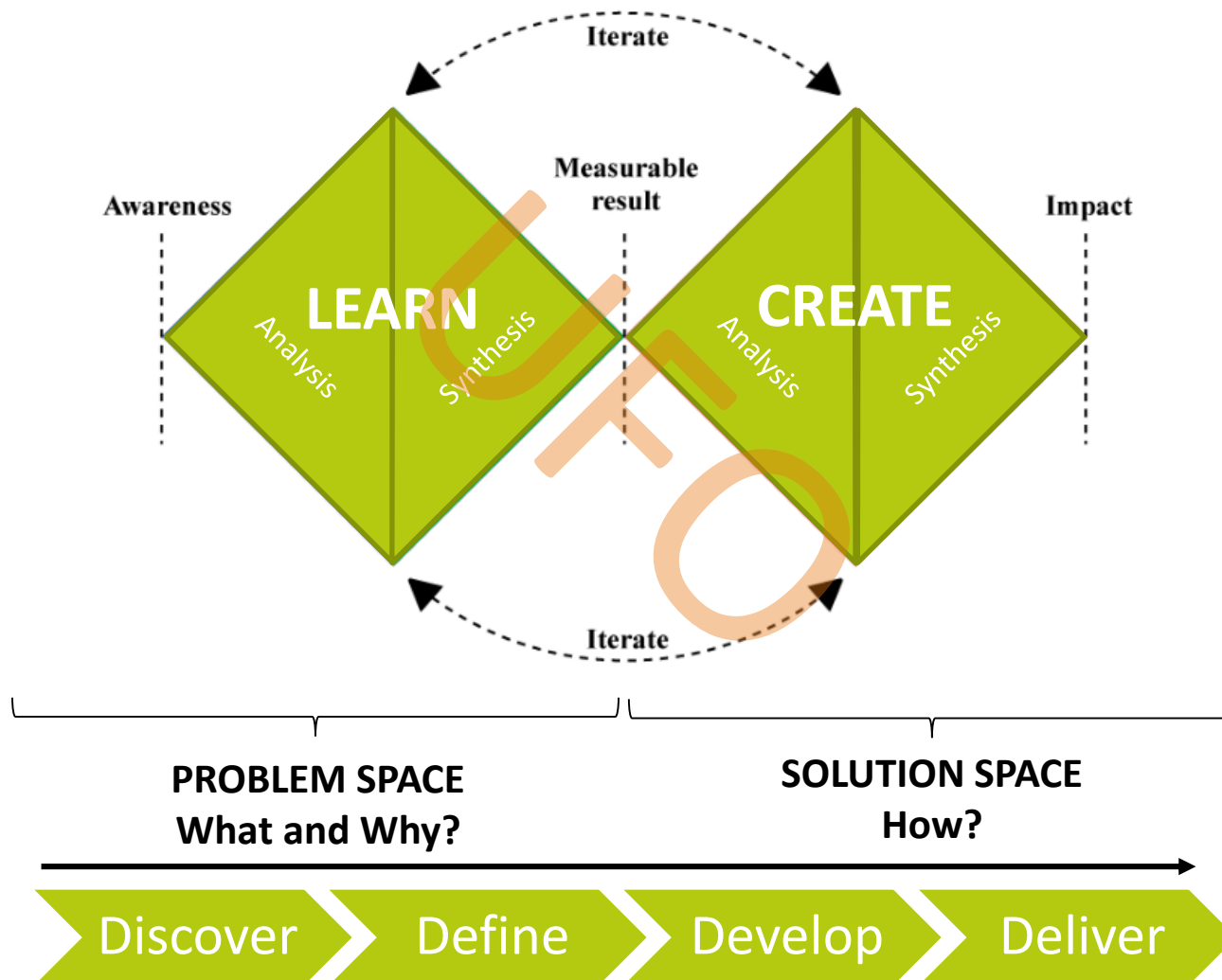
# Eigenes Geschäftsmodell beschreiben



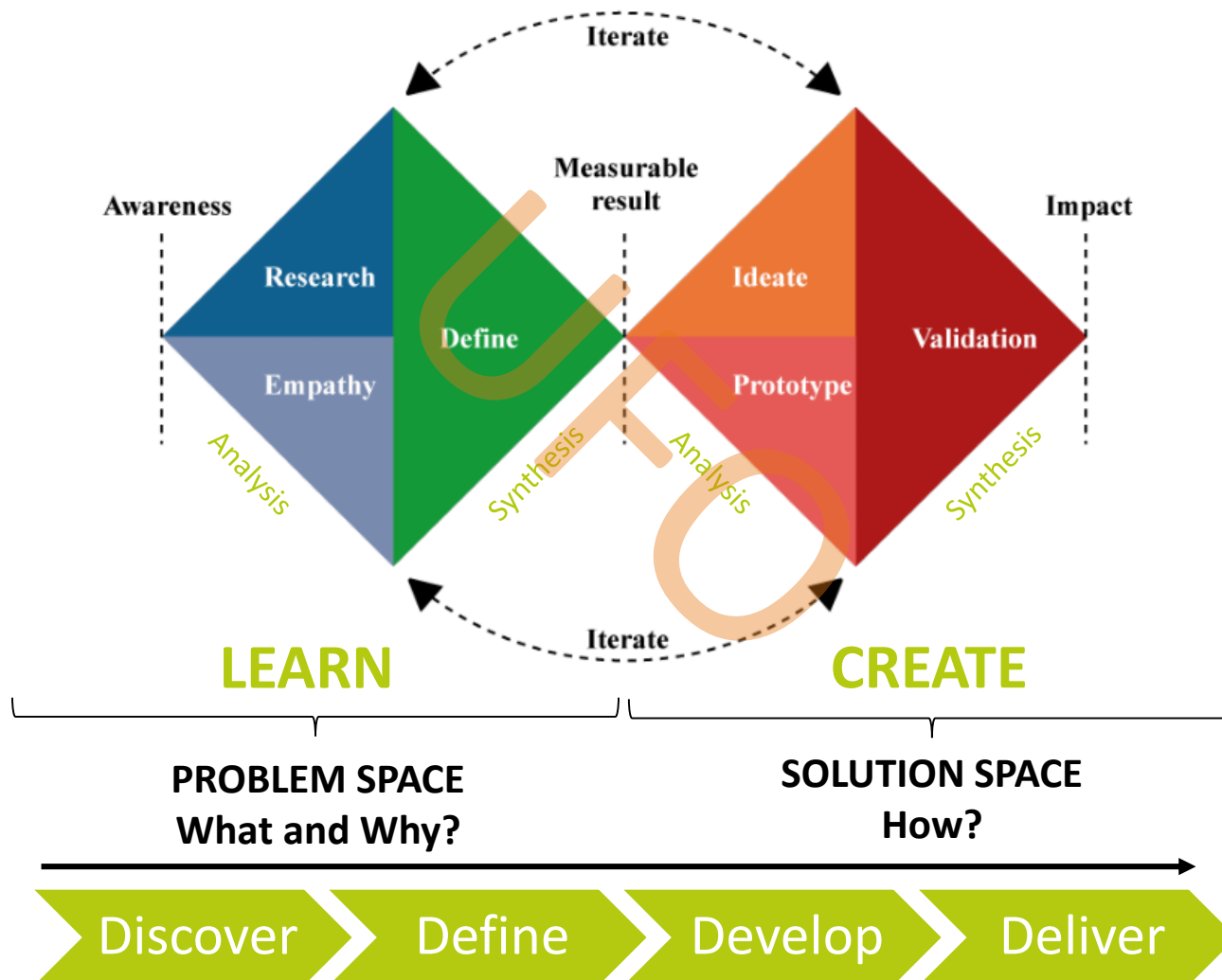
Kurzer Impulsvortrag

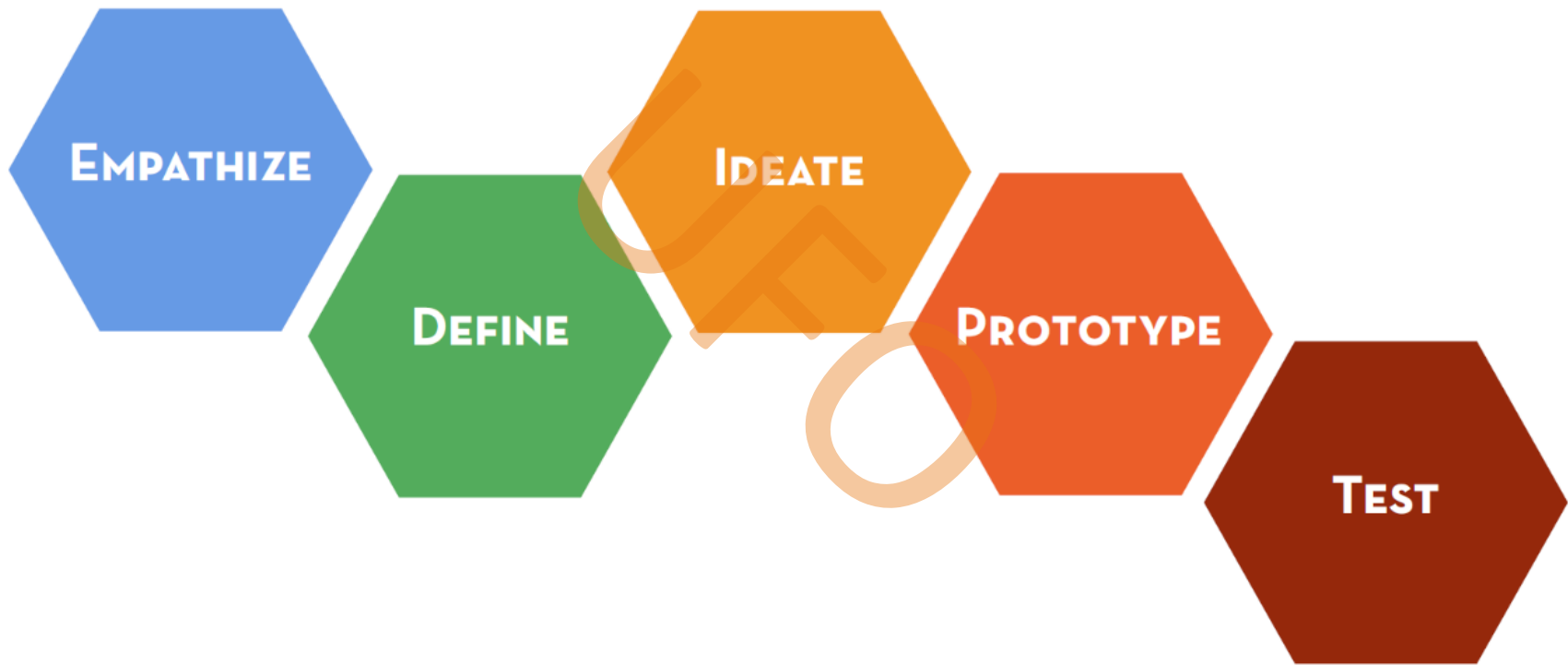
# Design Thinking

## DESIGN THINKING DOUBLE DIAMOND



## DESIGN THINKING DOUBLE DIAMOND





Source: <https://dschool.stanford.edu/resources-collections/a-virtual-crash-course-in-design-thinking>

License: Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International



Impulsvortrag

# Best Practices





Aktivität

# Design Challenge definieren

# Formulieren Sie Ihre Problemstellung

Frage 1

Welches Problem möchten Sie lösen?

Antwort 1

---

---

---

Frage 2

Formulieren Sie Ihr Problem als „Wie könnten wir“-Frage:

Antwort 2

---

---

---

Frage 3

Beschreiben Sie die Wirkung, die Sie erzielen möchten, und gehen Sie dabei auf kontextbezogene Aspekte oder Einschränkungen ein:

Antwort 3

---

---

---

# Formulieren Sie Ihre Problemstellung

## Frage 1

Welches Problem möchten Sie lösen?

## Antwort 1

*Viele Unternehmen verursachen unnötigen Ressourcenverbrauch und Abfall.*

## Frage 2

Formulieren Sie Ihr Problem als „Wie könnten wir“-Frage:

## Antwort 2

*Wie können wir Ressourcenverbrauch und Abfall in unserem Unternehmen reduzieren?*

## Frage 3

Beschreiben Sie die Wirkung, die Sie erzielen möchten, und gehen Sie dabei auf kontextbezogene Aspekte oder Einschränkungen ein:

## Antwort 3

*Wir möchten Ressourcenverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren, indem wir effizientere Prozesse einsetzen und gleichzeitig wirtschaftlich wettbewerbsfähig bleiben.*

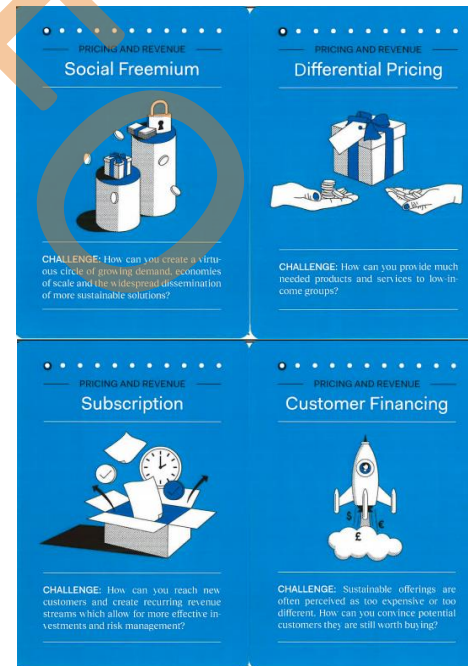




Patterngruppe 1

# Pricing & Revenue

- **Kernidee:** wie können nachhaltige Angebote bezahlbar, zugänglich und wirtschaftlich tragfähig gemacht werden? → Preis und Erlöslogik des Geschäftsmodells
- **Typische Herausforderungen:**
  - Zu hohe Einstiegskosten
  - Geringe Kaufkraft bei bestimmten Zielgruppen
  - Fehlende Nachfrage
  - Instabile Einnahmeströme
- **Typische Patterns:**
  - Differential Pricing
  - Social Freemium
  - Customer Financing
  - Subscription

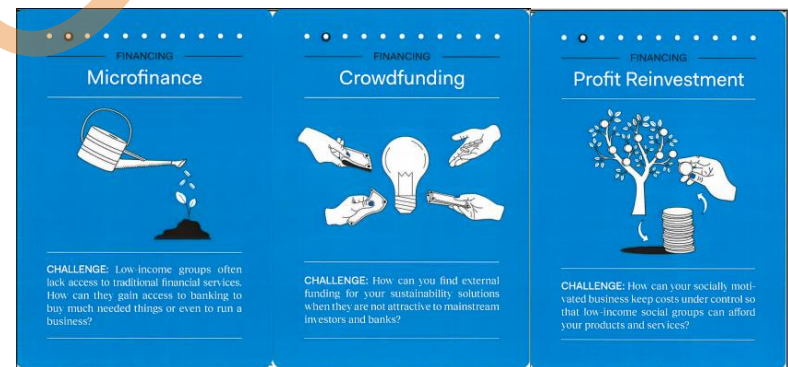




Patterngruppe 2

# Financing

- **Kernidee:** Nachhaltige Innovationen brauchen oft neue Formen der Finanzierung, die über klassische Banken hinausgehen.
- **Typische Herausforderungen:**
  - Hohe Anfangsinvestitionen und wirtschaftliche Unsicherheit
  - Zurückhaltende Kunden und vorsichtige Investoren
- **Typische Patterns:**
  - Crowdfunding
  - Microfinance
  - Profit Reinvestment





Patterngruppe 3

# Ecodesign

- **Kernidee:** Produkte/Dienstleistungen so gestalten dass sie über gesamten Lebenszyklus hinweg ökologisch verträglicher sind
- **Typische Herausforderungen:**
  - Nachhaltigkeit durch
    - Materialwahl
    - Produktionsprozesse
    - Nutzung
    - Entsorgung
- **Typische Patterns:**
  - Green Razor and Blade
  - Ressource Efficiency and Productivity
  - Sustainable Product Design
  - Renewable Resources and Natural Processes






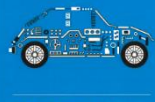







Patterngruppe 4

# Closing the Loop

- **Kernidee:** Abfall wird nicht entsorgt, sondern als Ressource genutzt und wieder in den Wertschöpfungskreislauf zurückgeführt.
- **Typische Herausforderungen:**
  - Wertstoffe gehen nach der Nutzung verloren und werden entsorgt
  - Hohe Kosten und Komplexität bei Sammlung, Rückführung und Wiederverwertung
- **Typische Patterns:**
  - By-Product Synergy
  - Industrial Symbiosis
  - Online Waste Exchange Platform
  - Product Recycling
  - Remanufacturing
  - Repairing
  - Reusing
  - Take-Back Management



<p>By-Product Synergy</p>  <p>CHALLENGE: How can you turn waste material into valuable by-products for your company and your customers?</p>	<p>Online Waste Exchange Platform</p>  <p>CHALLENGE: How can you reach out to other players in order to reduce waste and other production residuals?</p>	<p>Industrial Symbiosis</p>  <p>CHALLENGE: How can you use production wastes and by-products as resources, more efficiently and effectively than?</p>
<p>Remanufacturing</p>  <p>CHALLENGE: How can you reclaim the value of no longer wanted products which still have considerable potential for use elsewhere, other than as scrap?</p>	<p>Product Recycling</p>  <p>CHALLENGE: How can you give your products from cradle to a landfill or incinerator, and recover their material value?</p>	<p>Upgrading</p>  <p>CHALLENGE: How can you make sure your products function and are wanted as long as possible?</p>
<p>Reusing</p>  <p>CHALLENGE: Products (unused because they are obsolete or no longer fashionable) are often simply thrown away. How can you feed this waste?</p>	<p>Repairing</p>  <p>CHALLENGE: How can you prolong the life of your products when they are only partly damaged or worn out?</p>	<p>Take-Back Management</p>  <p>CHALLENGE: How can you encourage people to return products which are no longer wanted, worn out or at the end of their life cycle?</p>



Patterngruppe 5

# Supply Chain

- **Kernidee:** Wie können Unternehmen ihre Beschaffung, Produktion, Distribution und Markterschließung so gestalten, dass ökologische und soziale Wertschöpfung verbessert werden?
- **Typische Herausforderungen:**
  - Nachhaltigkeitsprobleme die in der Lieferkette entstehen:
    - Problematische Rohstoffbeschaffung
    - Schlechte Arbeitsbedingungen
    - Lange, intransparente Lieferketten
    - Ineffiziente Distribution
    - Überproduktion
    - Hohe Ressourcenkosten
- **Typische Patterns:**
  - Green Supply Chain Management
  - Inclusive Sourcing
  - Micro Distribution and Retail
  - Virtual Sales and Distribution
  - Produce on Demand
  - Short Supply Chain



UFG

Patterngruppe 6

# Giving

- **Kernidee:** Direkter gesellschaftlicher Beitrag wird unmittelbar mit dem Verkauf von Produkten oder Leistungen verknüpft.
- **Typische Herausforderungen:**
  - Wirkung sichtbar und verständlich für Kunden machen
  - Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg und sozialem Beitrag sicherstellen
- **Typische Patterns:**
  - Buy One, Give One
  - Data for Social Good





Patterngruppe 7

# Access Provision

- **Kernidee:** Wie können Unternehmen Zugang schaffen zu Produkten/Dienstleistungen für bisher unterversorgte/schwer erreichbare Zielgruppen?
- **Typische Herausforderungen:**
  - Geringe Kaufkraft
  - Fehlende Infrastruktur
  - Fehlender Finanzaufgang
  - Schwache Marktanbindung
  - Unzureichendes Vertrauen
- **Typische Patterns:**
  - Market Maker
  - E-Transaction Platform
  - Experience-Based Customer Credit
  - Last-Mile Grid Service
  - Value-for-Money Education
  - Value-for-Money Housing

<p>ACCESS PROVISION</p> <p>e-Transaction Platform</p>  <p>CHALLENGE: How can you offer financial services to target groups with limited access to financial markets services and low financial literacy?</p>	<p>ACCESS PROVISION</p> <p>Market Maker</p>  <p>CHALLENGE: How can you provide vital products and services to otherwise neglected low-income social groups?</p>
<p>ACCESS PROVISION</p> <p>Last-Mile Grid Services</p>  <p>CHALLENGE: How can you provide supplies of basic goods such as clean water and electricity to low income and remote households?</p>	<p>ACCESS PROVISION</p> <p>Experience-Based Customer Credit</p>  <p>CHALLENGE: Financial institutions typically demand credit histories and collateral, which makes borrowing impossible for many low-income groups.</p>
<p>ACCESS PROVISION</p> <p>Value-for-Money Housing</p>  <p>CHALLENGE: How can you make home-ownership more affordable for low-income individuals and families?</p>	<p>ACCESS PROVISION</p> <p>Value-for-Money Education</p>  <p>CHALLENGE: How can you help provide socioeconomically disadvantaged groups with opportunities for higher education?</p>



Patterngruppe 8

# Social Mission

- **Kernidee:** Soziale Gruppen werden befähigt, selbst Teil der Wertschöpfung zu werden und ihre Bedürfnisse in Nachfrage zu verwandeln.
- **Typische Herausforderungen:**
  - Fehlender Zugang zu Arbeit, Märkten oder grundlegenden Ressourcen für benachteiligte Gruppen
  - Geringes Verständnis für die Bedürfnisse dieser Gruppen und fehlende Integration in bestehende Systeme
- **Typische Patterns:**
  - Expertise Broker
  - Employing Minority Talent
  - Soup Kitchen
  - Socio-Economic Empowerment
  - Two-Sided Social Business

SOCIAL MISSION

**Employing Minority Talents**



CHALLENGE: How can you offer vulnerable social groups inclusive job opportunities which are economically viable?

SOCIAL MISSION

**Expertise Broker**



CHALLENGE: How can you support marginalized social groups with special needs?

SOCIAL MISSION

**Socio-Economic Empowerment**



CHALLENGE: How can you help self-employed workers and low-income entrepreneurs avoid getting stuck in poverty traps?

SOCIAL MISSION

**Soup Kitchen**



CHALLENGE: How can you provide low-income social groups access to crucial goods and services?

SERVICE & PERFORMANCE

**Pay for Success**



CHALLENGE: How can you deal with the risks of insufficient or adverse outcomes associated with sustainability-oriented innovations?

SOCIAL MISSION

**Two-Sided Social Business**



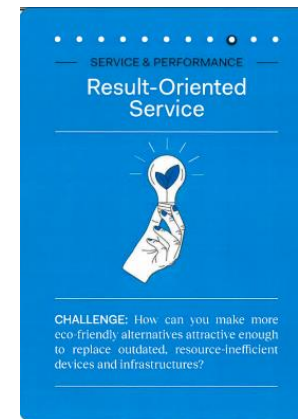
CHALLENGE: How can you help two groups who share a common interest enter a mutually beneficial relationship?



Patterngruppe 9

# Service and Performance

- **Kernidee:** Service/Nutzung/Ergebnis statt Produkt Verkauf – Welchen Nutzen/welches Resultat will der Kunde eigentlich haben?
- **Typische Herausforderungen:**
  - Hohe Einstieghürden
  - Besitz statt Nutzung im Vordergrund
  - Geringe Auslastung
  - Falsche Anreize für Langlebigkeit
  - Nachhaltige Lösungen schwer skalierbar (hohe Anfangsinvestition..)
- **Typische Patterns:**
  - Pay for Success
  - Product-Oriented Service
  - Use-Oriented Service
  - Result-Oriented Service





Patterngruppe 10/11

# Coopertive & Community Platform

- **Kernidee:** Stakeholder werden zu Mitbesitzern oder Nutzern gemeinsamer Ressourcen und gestalten Wertschöpfung aktiv mit.
- **Typische Herausforderungen:**
  - Unterschiedliche Interessen vieler Beteiligter koordinieren und Entscheidungen gemeinsam treffen
  - Wirtschaftliche Tragfähigkeit bei gemeinschaftlichen Modellen und geteilten Ressourcen sicherstellen
- **Typische Patterns:**
  - Cooperative Ownership
  - Sharing





Aktivität

# Erstellen eines Prototyps



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

# Lunch break