

(15) Welche **wirtschaftlichen, regulatorischen und technologischen Entwicklungen und Prognosen** erfordern ein nachhaltiges Geschäftsmodell? Welche Chancen bieten diese Entwicklungen?

(1) Welche **finanziellen Risiken** gehen wir ein, wenn wir unser Unternehmen auf nachhaltiges Wirtschaften ausrichten? Und welche finanziellen Risiken gehen wir ein, wenn wir das nicht tun?

(2) Welche **Kosten** lassen sich durch nachhaltiges Wirtschaften senken? Welche **neuen Kosten** könnten ggf. entstehen?

(3) Welche **neuen Umsatzquellen** eröffnen sich durch die Ausrichtung des Geschäftsmodells auf nachhaltiges Wirtschaften? Welche **alten Quellen** entfallen?

FINANZDIMENSION

(4) Welches **Nutzenversprechen** geben wir Kunden und Nutzern? Welche (neuen) Konsumwerte, Lebensstile, Anforderungen und Problemstellungen bedienen wir mit unseren **Wertangeboten**?

(5) Welche neuen **Fähigkeiten und Möglichkeiten** entwickeln Nutzer durch unsere Angebote?

(6) Welchen **Nutzen** stiftet das Unternehmen für **Gesellschaft, Bildung, Kultur, Wirtschaft und Ökologie**?

NUTZENDIMENSION

(7) Wen sprechen wir mit unserem Wertangebot an? Durch welche Merkmale zeichnen sich unsere **wichtigsten Kunden-/ Nutzergruppen** aus?

(8) Wie erreichen wir künftig unsere Kunden und Nutzer? Welche **Kanäle** brechen weg, welche neuen tun sich auf?

(9) Welche Arten von **Kundenbeziehungen** sind in Zukunft (noch) tragfähig? Durch welche Merkmale zeichnen sich zukunftsfähige Kundenbeziehungen aus?

KUNDENDIMENSION

(10) Welche **immateriellen Ressourcen und Fähigkeiten** sind künftig im Unternehmen und bei Mitarbeiter(inne)n besonders wichtig? Welche sind schon vorhanden, welche noch nicht?

(11) Welche **materiellen Ressourcen** sind künftig besonders wichtig? Welche sind schon vorhanden, welche noch nicht?

(12) Welche neuen **Prozesse** werden notwendig, welche müssen verändert werden und welche fallen künftig weg, um das Nutzenversprechen zu entwickeln?

WERTSCHÖPFUNGSDIMENSION

(13) Welche **Partner** – auch außerhalb unserer Branche – sind wichtig, damit wir unser künftiges Nutzenversprechen erbringen können?

PARTNERDIMENSION



(14) Durch welche Merkmale ist eine zukunfts offene und kooperative **Unternehmensführung, -kultur und -organisation** geprägt?

(16) Welche **ökologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen und Prognosen** erfordern ein nachhaltiges Geschäftsmodell? Welche Chancen bieten diese Entwicklungen?