

## Der Public Good Business Model Canvas (PGMC)

Arthur Kari<sup>1</sup>, Tim Schurig<sup>1</sup>, Martin Gersch<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Freie Universität Berlin, Germany

Der Public Good Business Model Canvas (PGBMC) bietet sich die Gelegenheit, eine detaillierte Analyse der einzelnen Wertversprechen in Bezug auf ihren Einfluss auf das Gemeinwohl durchzuführen. In diesem Prozess reflektieren die beteiligten Institutionen die zuvor definierten zentralen Wertversprechen und identifizieren potenzielle Risiken und negative Auswirkungen, die sich für verschiedene Segmente der Gesellschaft ergeben könnten. Hierbei wird zunächst eine Unterscheidung zwischen (1) individuellen und (2) gesellschaftlich-kollektiven Wertversprechen vorgenommen. Dies beinhaltet die Betrachtung der spezifischen Value Proposition für jede Stakeholdergruppe sowie die Analyse möglicher negativer Konsequenzen, die für diese Gruppen auftreten könnten.

Gemeinwohlorientiertes Wertversprechen				
Gemeinwohlorientiertes individuelles und kollektives Wertversprechen				
Value Proposition	Kollektiv-gesellschaftliches Wertversprechen	Stakeholder	Stakeholderspezifische Value Proposition	Mögliche negative Konsequenzen
		Stakeholdergruppe 1		
		Stakeholdergruppe 2		
	Stakeholdergruppe 3			
	Individuelle Wertversprechen	Stakeholder 1		
		Stakeholder 2		
		Stakeholder 3		

Abbildung 1: Eigene Darstellung. Der Public Good Business Model Canvas (PGMC)