

# WECHANGE Markenentwicklung

Ansätze für eine neue WECHANGE Markenarchitektur

1. Status Quo - 10min
2. Problematik - 5min
3. Ecogood Business Canvas & Wirkungstreppe - 20min
4. Trends & Möglichkeiten - 20min
5. Vision - 45min

### Pause

6. Mission - 45min
7. Werte - 45min
8. Ausblick - 20min

### Bierchen

# STATUS QUO



## WECHANGE-Community

Mit der Online-Plattform [wechange.de](https://wechange.de) befähigen wir Menschen, Initiativen und Organisationen, effektiv zusammenzuarbeiten, ohne dabei auf kommerzielle Software mit fragwürdigem Datenschutz angewiesen zu sein.



## Portallösungen & Services

Wir bauen bedarfsspezifische Portale für Organisationen, Verbände oder Gemeinden, um euch den Aufbau einer eigenen digitalen Community nach höchsten Datenschutzstandards zu ermöglichen und unterstützen euch bei der Umsetzung.



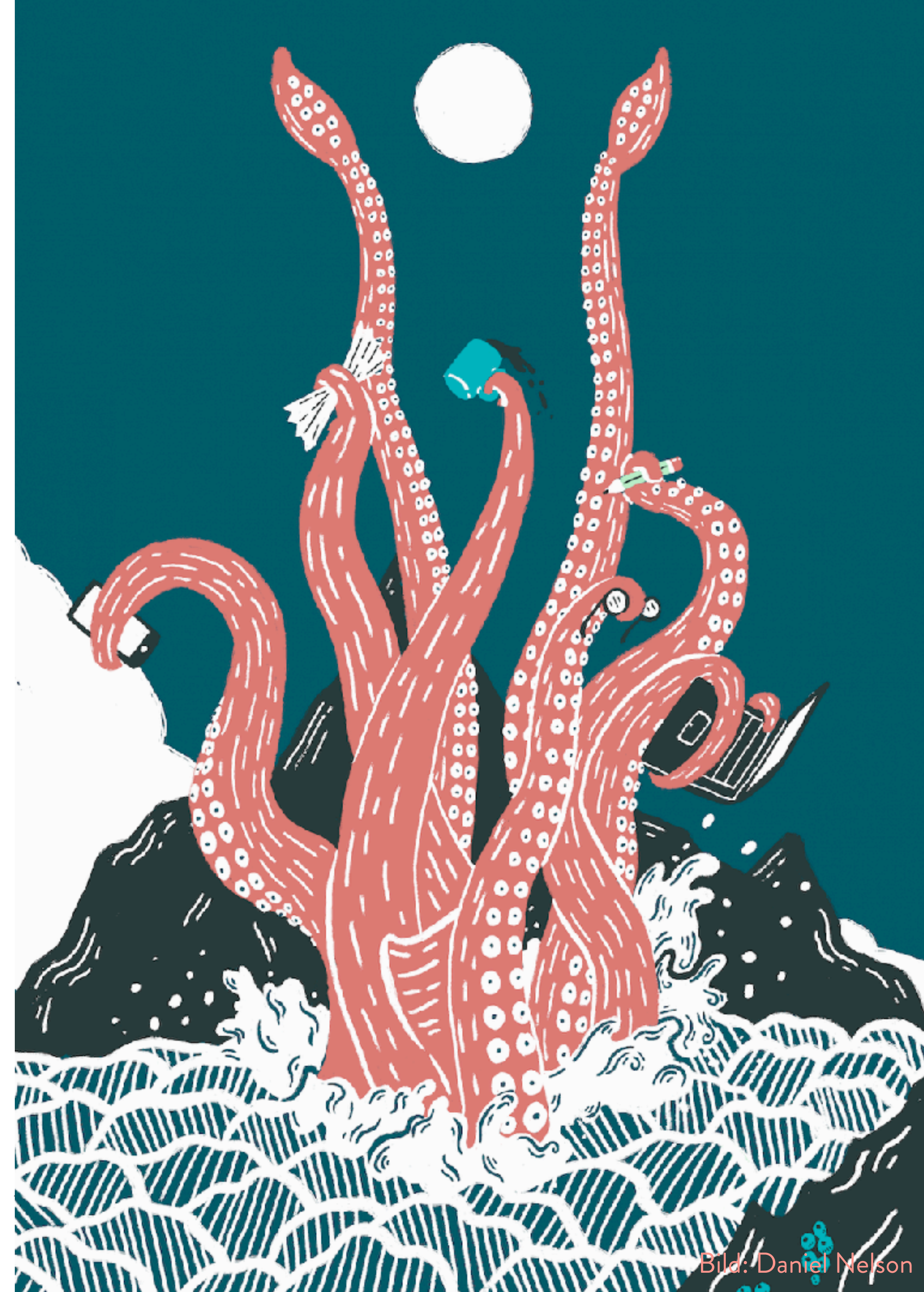
## Austausch & Vernetzung

Wir setzen uns für den Austausch zwischen zivilen Akteur:innen über Ländergrenzen hinweg ein und organisieren internationale Konferenzen, Hackathons, Netzwerktreffen und vieles mehr zur Förderung des zivilgesellschaftlichen Engagements.

# PROBLEMATIK

## Intern

- **FOKUS:** Worauf konzentrieren wir uns? Wo fließt unsere Power hin? Was sind unsere Ziele?
- **KOMMUNIKATION:** Was präsentieren wir nach außen? Wo liegt unser Schwerpunkt? Wer sind wir? Wie beschreiben wir uns in einem Satz?
- **FINANZEN:** Wie stellen wir uns finanziell auf? Wo investieren wir? Wo müssen wir neue Einnahmen schaffen?



# PROBLEMATIK

## Extern

- Was macht WECHANGE genau?
- Wofür steht WECHANGE?
- WECHANGE ist eine Plattform aber auch ein Veranstalter oder ein Changemaker oder ein IT-Dienstleister?
- WECHANGE = wechange eG = WeChange?



# STATUS QUO

Wir haben all das, wonach andere Unternehmen streben:

- Purpose
- Community
- Plattform
- eigene Infrastruktur
- unterschiedliche Geschäftsbereiche (Resilienz)
- Events & Aktionen

Wir müssen uns dessen bewusst werden und dies richtig kommunizieren!

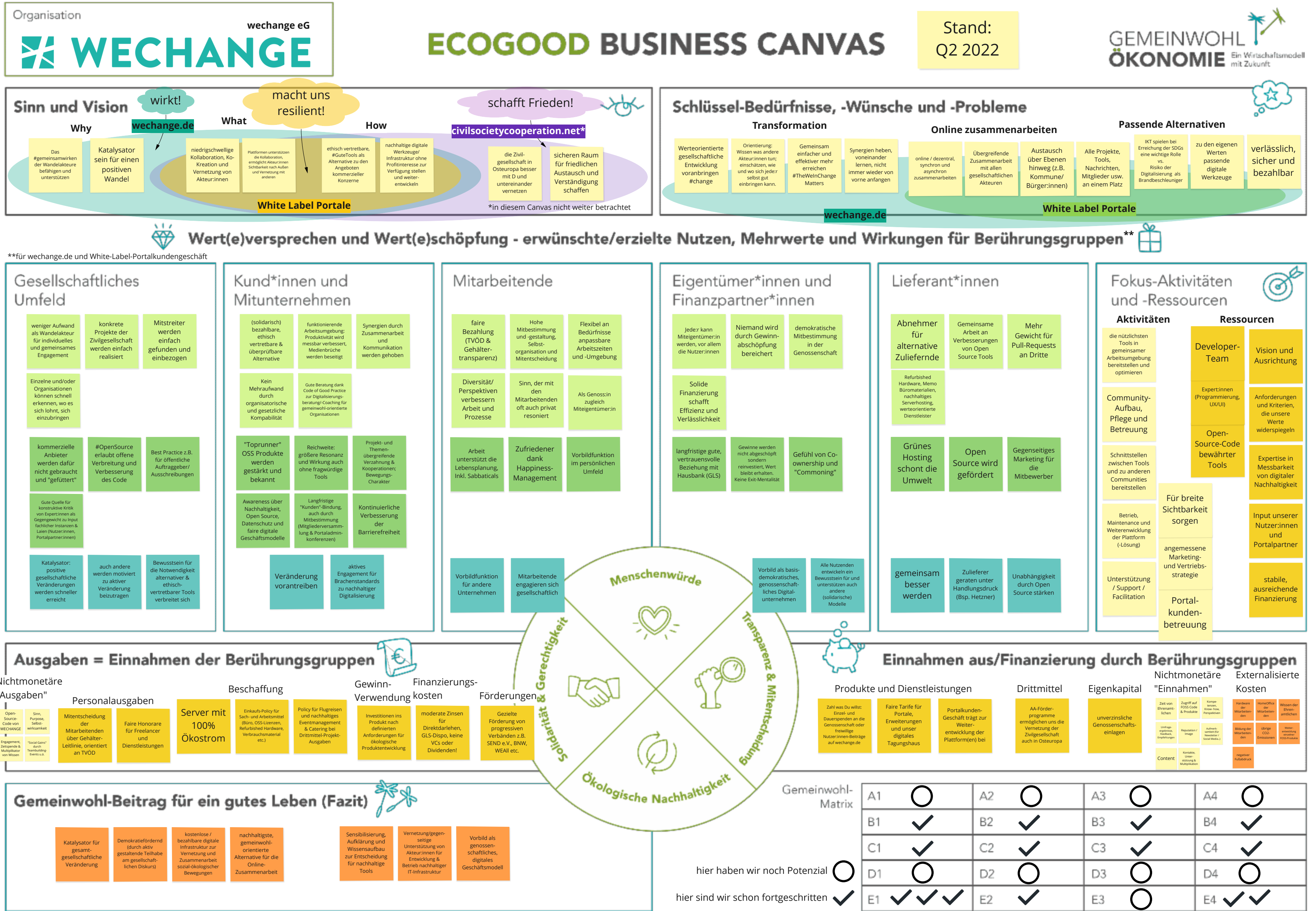


Bild: Daniel Nelson

## ECOGOOD BUSINESS CANVAS

In diesem Canvas für gemeinwohlorientierte Gründungen beleuchten wir die Auswirkungen des gesamten Produkt- und Dienstleistungs-Portfolios unserer Genossenschaft im Bezug zu all unseren Berührungsgruppen – und identifizieren weitere Verbesserungspotenziale.

<https://web.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/gruenden/>



## DIE WIRKUNGSTREPPE\* FÜR WECHANGE.DE

**0** Das, was in das Projekt investiert wird

Konzeption & Gestaltung, Entwicklung und Integration von Open-Source-Tools, genossenschaftliche Selbstverwaltung, ehrenamtliches Engagement, Ansprüche an Gemeinwohl und Nachhaltigkeit, Liebe

**1** Aktivitäten finden wie geplant statt

Datensichere Open-Source-Tools für digitale Zusammenarbeit werden auf der Plattform wechange.de auf nachhaltige und transparente Weise verbunden, betrieben und weiterentwickelt.

**2** Zielgruppen werden erreicht

Wandelakteure und Engagierte kennen die Plattform wechange.de und melden sich dort an, um Gruppen zu gründen oder beizutreten und in Online-Projekten gemeinsam aktiv zu werden.

**3** Zielgruppen akzeptieren Angebote

Wandelakteure nutzen die Plattform wechange.de mit ihren Tools, empfehlen sie weiter und tragen zur Weiterentwicklung und Finanzierung bei.

**4** Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten

Akteure des Wandels erkennen den Mehrwert vernetzter Zusammenarbeit an gemeinsamen Zielen und nutzen die Chancen einer nachhaltigen Digitalisierung.

**5** Zielgruppen ändern ihr Handeln

Immer mehr Akteure des Wandels vernetzen sich, teilen Wissen und Ressourcen und organisieren ihre Zusammenarbeit mit Hilfe nachhaltiger digitaler Tools.

**6** Lebenslage der Zielgruppen ändert sich

Wandelakteure sind eine handlungsfähige Gruppe in der Zivilgesellschaft, die ihr Lebensumfeld aktiv verändern und ihre Interessen umsetzen können.

**7** Gesellschaft verändert sich

Die Ziele der sozial-ökologischen Transformation werden erreicht.

Impact

Outcome

Output

Input



# LÖSUNGSANSATZ

- Klarheit in die Marke WECHANGE bringen
- Die Marke schärfen, indem Geschäftsfelder kommunikativ priorisiert werden
- Stärken unterstreichen und stärker kommunizieren
- Community stärken und Austausch fördern

# WER WIR (NICHT) SIND

Nische	Masse
Fahrrad	Auto
Bioladen	Rewe
Viva con Agua	Vittel
Love Brand	Hate Brand
Tauschcafé	Vintage Store
Reparieren	Wegwerfen
Fairtrade Kaffee	Special Roast
BioZisch	Coca-Cola
Veggieburger	Hamburger
Gemeinschaft	Individualität
Spende	Gebühr

# WER WIR (NICHT) SIND

Marktanteil von Biolebensmitteln 2021  
war 6,8%

ca. 7 Millionen Menschen geben  
2021 an vegetarisch/vegan zu essen  
= unter 10% in De

Statista

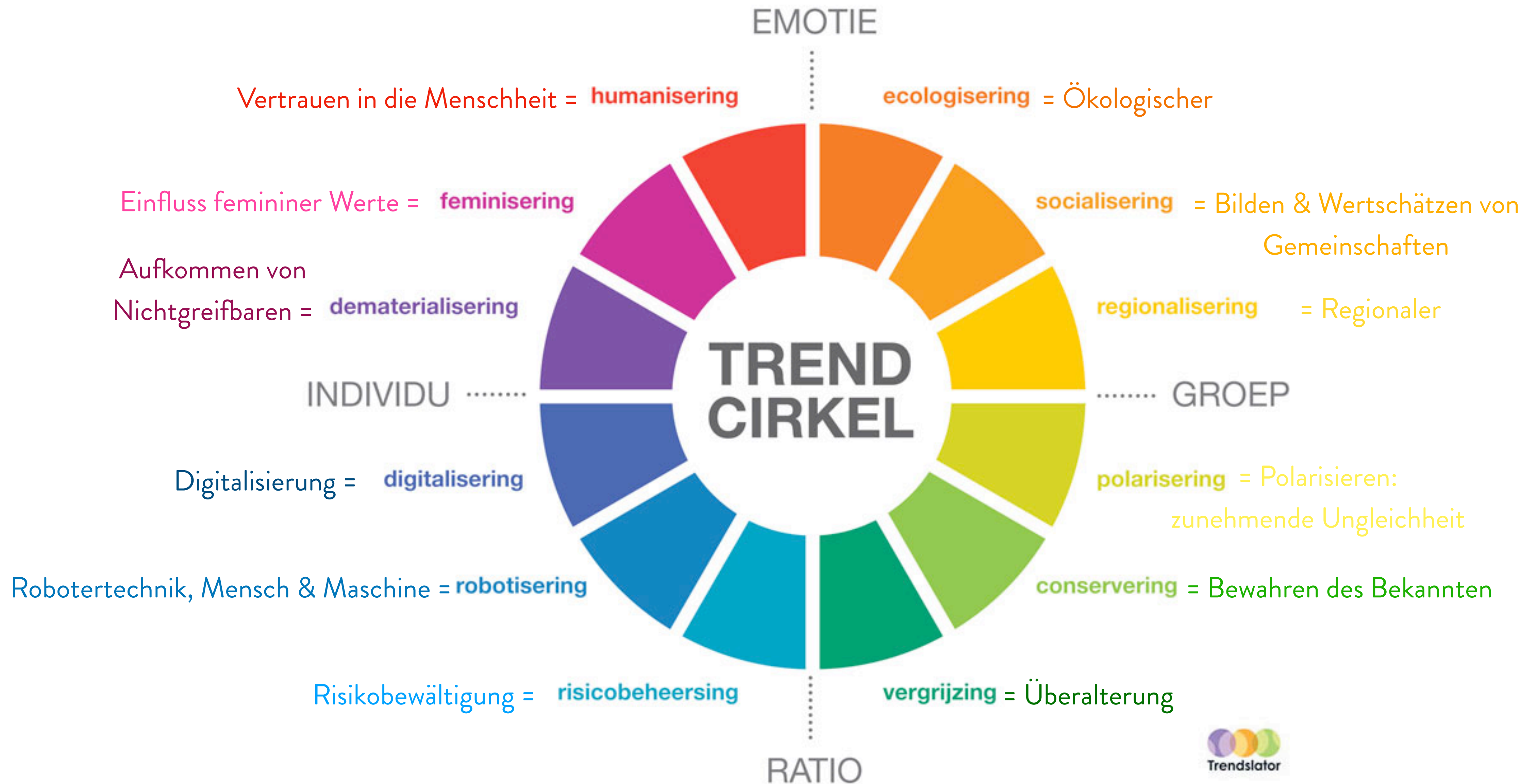
Anteil der Fahrradpendler in DE 2020  
liegt bei 10,5%

DeStatis

**= WIR SIND EIN  
NISCHENPRODUKT**

Nische	Masse
Fahrrad	Auto
Bioladen	Rewe
Viva con Agua	Vittel
Love Brand	Hate Brand
Tauschcafé	Vintage Store
Reparieren	Wegwerfen
Fairtrade Kaffee	Special Roast
BioZisch	Coca-Cola
Veggieburger	Hamburger
Gemeinschaft	Individualität
Spende	Gebühr

# TRENDS & MÖGLICHKEITEN



## OPENSOURCE LÖSUNGEN

- Portale/Plattformen erstellen, verkaufen
- Mitwirk-O-Mat erstellen, verkaufen

## COMMUNITY & NETZWERK

- wechange.de-Community
- Genossenschaft
- Portalkund:innen
- AA-Projekt-partner:innen
- Mitarbeiter:innen
- Businesspartner:innen

## WANDEL- AKTEUR

- wechange.de-Betreiber
- Aktiv in der social business & Wandelszene
- Konferenzen & Workshops

**Vertrauen in die Menschheit**

**Ökologischer**

**Bilden & Wertschätzen  
von Gemeinschaften**

**EINE PLATTFORM FÜR CHANGEMAKER**

# PORTALE FÜR BÜRGERBETEILIGUNG IN STÄDTEN & KOMMUNEN

**Digitalisierung**

**Risikobewältigung**

**Regionaler**



**Einfluss femininer Werte**  
**Aufkommen von**  
**Nichtgreifbaren**

**Digitalisierung**

**OPENSOURCE PORTALE FÜR**  
**DIGITALE VERNETZUNG**  
**& ZUSAMMENARBEIT**

# INKUBATOR FÜR EINE STARKE ZIVILGESELLSCHAFT

**Aufkommen von  
Nichtgreifbaren**

**Digitalisierung**

**Polarisieren:  
zunehmende  
Ungleichheit**

# ENVISION THE FUTURE

# VISION

## Die Zukunft die wir gestalten möchten

- Australia Department of Health: Better health and wellbeing for all Australians, now and for future generations.
- LinkedIn: Create economic opportunity for every member of the global workforce.
- Patagonia: To use all of its resources to defend life on Earth.

# VISION

## Die Zukunft die wir gestalten möchten

- Was wollen wir mit unserer Genossenschaft verändern?
- Was wäre nicht da, wenn es uns nicht gäbe?

# VISION

## Brainstorming

- LEGO Serious Play:  
Visualisiere deine Vision mit LEGO- es kann abstrakt oder figurativ sein
- Headliner:  
Schreibe die Headline eines Zeitungsartikels über die wechange eG
- Freie Assoziation:  
Schreibe drei Begriffe auf, die wechange eG und das Paradies gemein haben.

# GO ON A MISSION

# MISSION

## Wie werden wir diese Zukunft erreichen?

- Australia Department of Health: We work to deliver an affordable, quality health and aged care system and better health, ageing and sport outcomes for all Australians.
- LinkedIn: connect the world's professionals to make them more productive and successful
- Patagonia: We're in business to save our home planet.
- TED: Spread ideas.



# MISSION

## Wie werden wir diese Zukunft erreichen?

- Welches Kundenbedürfnis erfüllen wir?
- Was ist unser Kerngeschäft?
- Für wen oder was arbeiten wir?
- Wie arbeiten wir? Was macht uns besonders?

# SET VALUES

# WERTE

## Welche Werte steuern unser Handeln?

- Welche Werte leiten uns in unserem Handeln, im Umgang miteinander und mit unseren Kund:innen?
- Wofür stehen wir?
- Was ist fantastisch an unserer Unternehmenskultur?

# Zeit für DISKUSSION, IDEEN, ANMERKUNGEN

Klimawandel erfordert handeln

Civil Science/ Transdisciplinary Research

Ziviler Ungehorsam nimmt zu

Gesellschaft fängt staatl. Versagen auf



**DIE PLATTFORM FÜR CHANGEMAKER**

# WECHANGE: PLATTFORM

## DIE PLATTFORM FÜR CHANGEMAKER

- WECHANGE ist die Plattform für alle sozial-ökologischen Gruppen & Projekte, die sich digital organisieren, vernetzen und präsentieren wollen
- WECHANGE ist quelloffen, barrierefrei, ökologisch, datenschutzkonform, transparent und genossenschaftlich organisiert
- Wir sind eine Community mit über XXX Usern, die in XXX unterschiedlichen Gruppen und Projekten zusammen die Welt Stück für Stück zu einem besseren Ort machen
- Auf WECHANGE findet ihr X Tools für die digitale Zusammenarbeit. Vom Cloudspeicherplatz bis hin zum sicheren Videokonferenztool.

# WECHANGE: PLATTFORM

Zielgruppe: CHANGEMAKER

- Sozial-ökologische Bewegungen, Gruppen & Projekte
- Zwischen 14 (FFF) und 60 (P4F) Jahren
- Hoher Bildungsstatus
- Bedürfnisse: Sein statt Haben, Frieden & Sicherheit statt Hedonismus & Vergnügen
- Digitalkompetenz: Mittel
- Finanzielle Situation: Wenig (Studierende)- Mittel (40+)
- Stichworte: Nachhaltigkeit, Authentizität, Verantwortung, Lernen, Realität, Gesellschaftsorientierung, Zukunftsfähig, Qualität





# WECHANGE: PLATTFORM

- WECHANGE als Marke braucht Platz um auf der Plattform stattzufinden und sichtbar zu kommunizieren (talking platform)
- Click-through Tutorial, Eventankündigungen, Call-to-Action für Beitragszahlungen und weitere WECHANGE Produkte/Dienstleistungen müssen integriert werden -> werben wo die User sind
- Die Community muss zu mehr Interaktion und Austausch animiert werden (Newsfeed mit sinnvoller Vorfilterung, Reaktion, sinnvolle Benachrichtigungen,..)
- WECHANGE muss als Marke in den entsprechenden Zielgruppen präsenter werden z.B. durch Sponsoring von Events (Tagungshaus gratis zur Verfügung stellen), erstellen von Initiativen und Branding der AA-Projekte

# WECHANGE: PLATTFORM

- Was bedeutet das für unser Portalangebot?
  - Das Portalangebot muss innerhalb der WECHANGE Plattform stärker beworben werden (Upselling)
  - Das Portalangebot wird als „Professional“-Version der Plattform verkauft
  - Integration Mitwirk-O-Mat?
- Was bedeutet das für unsere AA-Projekte
  - AA-Projekte müssen stärker in die Community integriert werden/ sichtbar werden
  - WECHANGE muss sich als Veranstalter stärker in den Vordergrund stellen
  - AA-Projekte zahlen auf Image ein



PORTALE FÜR EINE VERNETZTE ZIVILGESELLSCHAFT

# WECHANGE: IT-DIENSTLEISTER

## PORTALE FÜR EINE VERNETZTE ZIVILGESELLSCHAFT

- Hinter WECHANGE steht eine Genossenschaft, die sich auf die Entwicklung von Portalen zur digitalen Vernetzung und Organisation spezialisiert hat. Wir möchten mit unseren open-source-Lösungen eine nachhaltige Alternative zur Digitalisierung anbieten.
- WECHANGE arbeitet quelloffen, barrierefrei, ökologisch, datenschutzkonform, transparent und genossenschaftlich organisiert
- WECHANGE bietet verschiedene Tools zur Digitalisierung an. Unser Hauptfokus liegt auf den Portalen, welche vom Cloudspeicherplatz bis hin zum Videokonferenztool mit duelloffener Software funktionieren.

# WECHANGE: IT-DIENSTLEISTER

Zielgruppe: Entscheider:innen

- Entscheidet:innen in öffentlichen Einrichtungen/Institutionen, Stiftungen, Organisationen etc.
- Alter: 30+
- Hoher Bildungsstatus
- Bedürfnisse: guter Workflow, gute Kommunikation, hohe Informationsverfügbarkeit, einfache Enduser-Bedienung, Langlebigkeit, moderate Unterhaltung, Sicherheit, Support
- Digitalkompetenz: mittel-gut
- Finanzielle Mittel: Mittel
- Stichworte: open-source, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Qualität, Zukunftsfähig, Realität, Funktionalität



# WECHANGE: IT-DIENSTLEISTER

- WECHANGE positioniert sich als ethisch korrekter & nachhaltiger IT-Dienstleister für Kommunen, Stiftungen, Organisationen etc. (Annäherung an fairkom)
- WECHANGE muss sich eine Art „Gütesiegel“-Position erarbeiten (ähnlich wie „Ecohosting by Hetzner“)
- Funktion und Technik stehen im Vordergrund und sollten priorisiert werden; vor allem Ausbau der open-source-community,
- Die Zielgruppe muss genauer definiert und gezielter angesprochen werden (evtl. auch techn. Entwicklungen), stärker B2B kommunizieren, Messepräsenz, Konferenzpräsenz, Speaker & Podiumsdiskussionen etc.

# WECHANGE: IT-DIENSTLEISTER

- Was bedeutet das für wechange.de?
  - Die Plattform tritt in den Hintergrund wird aber weiterhin gepflegt und bietet eine Testumgebung
  - Es muss eine namentliche Abgrenzung stattfinden
  - Evtl. Ausgliederung der Plattform
- Was bedeutet das für unsere AA-Projekte
  - AA-Projekte könnten neue Kund:innen werben & auf das Image einzahlen
  - evtl. Reduzierung von AA-Projekten, um volle Kapazitäten in Vertrieb & Entwicklung zu haben



**IDEEN FÜR EINE STARKE ZIVILGESELLSCHAFT**



# WECHANGE: WANDELAKTEUR

## FÜR EINE STARKE ZIVILGESELLSCHAFT

- WECHANGE ist eine Genossenschaft von Visionären, Entwicklern und vielen Freiwilligen mit einem klaren Ziel: den gesellschaftlichen Wandel hin zu einer sozialeren, nachhaltigeren und ökologischeren Welt aktiv voranzubringen. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf der Digitalisierung.
- WECHANGE ist dabei ein aktiver Gestalter: Wir veranstalten Events zur Stärkung der Zivilgesellschaft und des internationalen Austauschs.
- Um die Zivilgesellschaft nachhaltig zu aktivieren bieten wir eine Plattform für Changemaker zur Organisation und Vernetzung an.
- Neben der Plattform erstellen wir Portale und weitere digitale Tools für Organisationen und Kommunen.

# WECHANGE: WANDELAKTEUR

Zielgruppen: SocEnt, Netzwerke, Zivilgesellschaft

- Die Zielgruppe ist bunt gemischt, wie es aktuell auch der Fall ist
- Wir schweben zwischen B2B und B2C -> Schwerpunkt finden?
- Für mich aktuell schwer greifbar

# WECHANGE: WANDELAKTEUR

- WECHANGE positioniert sich als ziviler Akteure mit klarem Ziel (ähnlich Viva con Agua)
- Um dieses Ziel zu erreichen wird eine Community erstellt ([wechange.de](https://wechange.de)) und Produkte verkauft (Portale)-> Mittel zum Zweck
- Purpose, Veranstaltungen & Impact stehen im Vordergrund (Impactmessung etablieren)
- WECHANGE muss aktiver und präsenter sein (Vorträge halten, Workshops geben zu zivilem Engagement geben, auf Messen gehen, an Networking-Events teilnehmen), um im Gespräch zu bleiben und neue Mitglieder/User:innen zu erreichen
- Sponsoring & Veranstaltung von zielgruppenrelevanten Events (Tagungshaus zur Verfügung stellen)

# WECHANGE: WANDELAKTEUR

- Was bedeutet das für wechange.de?
  - Die Plattform tritt in den Hintergrund wird aber weiterhin gepflegt und bietet eine Testumgebung
  - Es muss eine namentliche Abgrenzung stattfinden
  - Evtl. Ausgliederung der Plattform
- Was bedeutet das für Portale, Mitwirk-O\_mat & co?
  - AA-Projekte könnten neue Kund:innen werben & auf das Image einzahlen
  - evtl. Reduzierung von AA-Projekten, um volle Kapazitäten in Vertrieb & Entwicklung zu haben

# Bisher formulierte Visionen

- **2017:** Aktivitäten für den gesell. Wandel facilitieren und sichtbar machen -> Plattform + Beratung
- **2019:** WECHANGE sieht sich als Teil eines Ökosystems, das seine Online-Plattform und Dienstleistungen neben vielen anderen anbietet
- WECHANGE will sich darauf besinnen, was es gut kann - nämlich beraten, sowie Projekte in ihrer Selbstorganisation zu unterstützen, die Vernetzung zu fördern und öffentliche Sichtbarkeit zu erleichtern

Federation

Portale in einem gemeinsamen Meer

Klimapositiv

Nachhaltigkeitsberichte (Gemeinwohlbilanz)

Redesign ist abgeschlossen

Voll-automatisiertes Deployment

CCU, bessere UX

Neue Generation von Nutzer:innen

Betriebssystem für digitale Partizipation

WECHANGE ist inklusiv  
Mainstream, GO-TO + 1  
für alle (Changemaker:innen)  
Verwaltung & Bürger:innen  
beteiligung

VISION  
2030

Schönes Dev-Team, verteilte Rollen

Coework organisieren

Finanz Unabhängigkeit von immer neuen Portalen / Features }  
Mehr Services ← Konsolidierung

Mehr Vernetzung & Matching

1 Profil für viele Kontexte  
Belohnungssystem für gute Beiträge  
Crowdfunding (Betterplace)  
Elinor Trenland

Open-Source-Community

Investitionsplattform / FinTech (eigenes PayPal) über solidarisch  
Eigene Kryptowährung + Blockchain  
Microfunding (Tauschlogik-freie)  
Wir arbeiten nicht für Geld (und nur so viel wie wir wollen)  
für Gruppen ohne Rechtsform  
Impact Investing

Förderpool für Projekte auf unserer Plattform + 1

Diversität im Team

Social Business  
facilitator WE

"Foodsharing ad hoc" für alles und jede info

Digital Genio

Methodisch schön  
Veren (ALLE)  
Kritische Masse der Vernetzung  
Matchen für alle  
Matchen von Interessen

WE ist Benchmark für Community-Portal

- Plattform
- Trainees

- AA Projekt
- Schulungen
- offlines Services

Krossktordes Problembewusstsein

Sinnvolle Beobachtungen  
Edokommunen  
Lo aufbrechen  
Lo zufälle ermöglichen

über Wandel-Bewegung hinaus



VISION 2030

- klare gute Pakete
- gute Kunden

Funding für Zivilgesellschaft

wo braucht es was

- politisch neutral

- kann politisch sein

intuitiv, simple, jedoch voll von Funktionen

Lokale Bürgerplattform

Auch für Social Startups + Unternehmen

redesign ist abgeschlossen

Produkt

finanziert ->

Gesellschaft. Wandel

Engagement

Langfristige Netzwerke

Daten für Synergien nutzen

Zugriff auf alles, was es gibt

Open-Data-Cloud für alles!

Vernetzung Wissen Best Practices Eigene Produktivität Team + Alleine

neues Betriebssystem für den Wandel