cannobe

cannot beat experience

Seasoned souls invigorating the future

Erfahren mit Neugier auf & Offenheit für Neues

Vision: 10.000 Babyboomer aus der ganzen Welt die Ideen zur Seite stehen

Wir bringen Babyboomer mit Ideen, Projekten und Startups zusammen

- Interaktive Gemeinschaft – ein Netzwerk für gestandene und lebenserfahrene Führungskräfte und Unternehmer/-innen, die sich weiterhin und -gehend hochwertig engagieren wollen – Menschen mit Berufs- und Lebenserfahrung sowie Tatendrang!
- Berufs- und Lebenserfahrungen werden sicht- und damit nutzbar
- Unsere Vision ist, dass mit der Plattform Lebenserfahrung und (technisches und Management) Know-how erhalten bleibt und nutzbar wird – für Gleichgesinnte auf Augenhöhe
- Qualitätsgarantie, Diskretion, Exklusivität, Seriosität (persönliches Aufnahmeverfahren + klare Mitgliedskriterien) – keine Massenplattform!

Benefits oder wo sich die Babyboomer Generation engagieren und selbst verwirklichen kann

- Finde Mitstreiter und Unterstützer für Deine Ideen, Projekte, Vorhaben…
- Entdecke Ideen, Projekte, Vorhaben…. von anderen Mitgliedern, in welchen Du Dich engagieren willst
- Lass Dich von Startups inspirieren, die Deine Unterstützung wünschen
- Cannobe stellt regelmäßig ausgewählte Ideen, Projekte, Startups, Vorhaben… zur Diskussion. Per Email und in regelmäßigen Jours Fixes (Zoom). Bald auch wieder mit persönlichen Treffen…

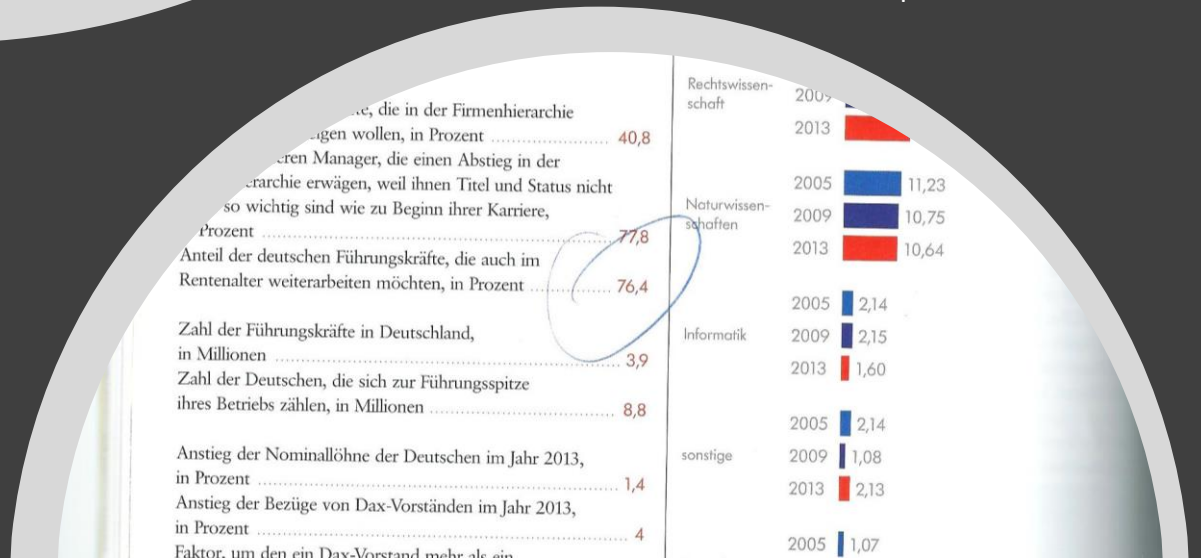
Persönliche Resilienz aufbauen

Die letzten Jahren sind voll globaler Herausforderungen: Klima/Erderwärmung, Flüchtlinge & Migration, Wassermangel, Pandemien, Abholzungen…

„Politiker und Institutionen“ sind nicht und nur eingeschränkt in der Lage Abhilfe zu schaffen

Unsere Generation – die Babyboomer – hat Berufs- , Lebens- und Technologieerfahrung aufgebaut, hat Netzwerke und Zugänge, „Einfluß“ und Geld & Kapital

Cannobe möchte eine Gemeinschaft solcher aufbauen zum vertrauensvollen, persönlichen und direkten Handeln und Umsetzung



Unser Land braucht seine Babyboomer!

Nicht das Alter entscheidet, sondern die Lebenssituation

Geburtsstarke Generation der Jahrgänge 1945 – 1965. Dieses Jahrzehnt gehen die alle in „Pension/Rente/Ruhestand“. Zeit sich zu überlegen, was diese Menschen jetzt oder in einigen Jahren mit sich anstellen (wollen).

Demografische Herausforderungen sind allgemein bekannt aber ungelöst. “Ruhestand“ ist ein Unwort und ein diffuser Status. Nach wie vor bedarf es jedoch einer erheblichen Anstrengung einen „Ruheständler“ zu beschäftigen.

Die meisten Angebote in Form von Plattformen, Magazinen und Messen/Veranstaltungen stellen auf Freizeitgestaltung und Gesundheitsthemen ab oder auf spezialisierte Anliegen wie z.B. Auslandseinsätze.

Vorhandene Netzwerke und Vereine stellen auf eine aktive aktuelle berufliche Tätigkeit ab. Zudem sind diese nur mit Einschränkung für sehr persönliche Anliegen geeignet und sind zumeist regional ausgerichtet. Cannobe bietet hier eine sinnvolle Ergänzung.

Geschätzte 80% der aufgebauten Kontakte stellen auf die erreichte Position, nicht auf die Person ab. Fällt die Position weg dünnen diese sich auch schnell aus….

Die Person wird in den Mittelpunkt gestellt. „Wissen“ kann man sich anlesen oder – studieren: „Erfahrung“ ist zwangsläufig mit einem Zeithorizont, einer Periode verbunden.

Eine Plattform für Menschen, die eine professionelle Horizonterweiterung - jenseits und in Ergänzung ihrer bestehenden Netzwerke, Vereinen und Aktivitäten – wünschen mit Gleichgesinnten auf Augenhöhe. Berufs- und Lebenserfahrung sicht- und nutzbar gemacht.

Nur eine Gemeinschaft von Machern kann Veränderungen herbeiführen und Ideen umsetzen – zudem bringt „alleine“ auch keinen Spaß

Zielgruppen
60 + und 35 Jahre Berufserfahrung – was jetzt?

- Knowhow-Träger und Führungskräfte aus der Privatwirtschaft
- Führungskräfte aus dem öffentlichen Dienst i.w.S.
- Forscher und Wissenschaftler jeglicher Provenienz
- (Vertreter von) Stiftungen, NGO, Initiative, Vereinen….
- Freiberufler, Künstler,….
- Unternehmer/innen (Gesellschafter/Inhaber)

- Aussteiger
- Nachfolge-Kandidaten („Buy-in)
- **Startups!**

Welcher Typ Babyboomer sind Sie?

- frei nach Leopold Stieger, www.seniors4success.at –

- 1. Weitermacher: machen weiter wie bisher. Arbeiten in Ihrem Beruf so lange , wie es geht. Ihr Beruf ist Ihre Identität.
- 2. Anknüpfer: Sie wissen, daß Sie viel können und Know-How besitzen. Wichtig ist Ihnen, Ihre Erfahrungen weiter nutzen zu können (beruflich und ehrenamtlich).
- 3. Neustarter: Sie freuen sich endlich etwas Neues tun zu können, lernen Neues, gründen ein Unternehmen…
- 4. Nachholer: Sie wollten urpünglich etwas Anderes warden. Jetzt ist die Zeit gekommen, das nachzuholen.
- 5.Genießer: Wollen Ihren “verdienten Ruhestand” genießen und damit das Leben. Ohne große Ziele und Konzept.

Regionen – Aufbau „Botschafter“

GRUNDLAGE: CANNOBE IST DEUTSCH- UND ENGLISCHSPRACHIG

IN 2020 FOKUS AUF DEUTSCHSPRACHIGE MITGLIEDER (DACH REGION UND EXPATS)

WICHTIGSTER ENGLISCHSPRACHIGER MARKT: UK UND USA

DERZEIT 20 MITGLIEDER AUS DEN USA – RIESIGER MARKT (VGL. LINKEDIN MEMBERS „RETIRED“ MEHR ALS 3,8 MIO; UK CA. 410.000; KANADA CA. 358.000; DACH CA. 119.000 (TOTAL CA. 6,6 MIO MEMBERS))

MARKTZUGANG ÜBER „BOTSCHAFTER“, DIE IN IHREN REGION UND NETZWERKEN CANNOBE BEKANNT MACHEN.

Besonders interessant für Menschen mit:

Mind. 25 Jahre Berufserfahrung ; davon die Hälfte als Führungskraft

Unternehmer bzw. selbständig seit mehr als 25 Jahren

Außergewöhnlich aktiv und engagiert u.a. in bürgerschaftlichen Engagements

Neugierig und offen für Ideen, Projekte, Vorhaben

Interkulturelle Erfahrungen

Akademischer Abschluss, Ehrentitel

Cannobe

- Wirtschaftsrat, Wirtschaftsclubs wie z.B. der Berliner VBKI, Familienunternehmer, BVMW, Branchenverbände …: diese richten sich primär an aktiv im Berufsleben stehende Personen
- Rotary, Lions, Kiwani, ..: richten sich „eigentlich“ auch an im Berufsleben stehende
- Golfclubs, Jagd, Reiten, Tennis….: mit denen Co-Mitgliedern möchte man eigentlich den Sport ausüben. Geschäftliche Kontakte entstehen, stehen aber nicht im Vordergrund – Achtung: Gerüchte-Küche Gefahr

Sind für Cannobe brauchbare Netzwerkpartner:

- Stiftungen: Engagement in Kuratorien, Präsidien, Mitgliedschaften
- NGO und Initiativen wie u.a. Senior Experten Service (SES), Ingenieure ohne Grenzen,….
- Verbände - Industrie und Dienstleistungen
- Alumni Netzwerke von (insbes. US) Universitäten, Unternehmen
- Altherrenschaft von Studentenverbindungen

USP

Jedes Profil wird bei Anmeldung und dann fortlaufend geprüft = Topqualität der Mitglieder (= „harte“ AGB, die Ausschluss-Kriterien bei Zuwiderhandlungen gegen den Cannobe-Comment definieren)

- Möglichkeit der gezielten und unbegrenzten Ansprache einzelner Mitglieder als auch allgemeines Posting von Anliegen

- Faire Abwicklung (einmalige Gebühr, danach jederzeit kündbar oder das Profil kann kostenfrei inaktiv gestellt werden)

- Nutzen wird nicht durch die Anzahl der geschlossenen Kontakte bestimmt, als vielmehr durch das Auffinden einer Person, die das eigene Anliegen lösen hilft

- Diskretion ist selbstverständlich (keine „Schnupper“ Mitgliedschaften, eigene Definition der Profil-Öffentlichkeit, „Member only“)

- Jederzeitige persönliche Ansprache des Cannobe-Teams („Fragen Sie uns“)

- Aufbau von Partnern mit (wirklich) attraktiven Mehrwerten für die Mitglieder (keine Rabattschlachten, als vielmehr Zugänge zu nicht alltäglichen Angeboten)

- Mitglieder-Veranstaltungen (entweder von Cannobe oder zwischen Mitgliedern (falls entsprechend als Interesse aufgegeben) oder/und Webinare

Zentrale Erkenntnisse & Erfahrungen seit Juni 2018 auf Basis von derzeit 500 Mitgliedern

Nur wenige Mitglieder haben eigene Ideen, Projekte, Vorhaben:

Nachfrager nach Babyboomer Expertise forcieren (Startups, Projekte, NGO)

Regelmäßige Vorstellung von Startups & Projekten durch Newsletter und in der Landingpage

Projekte & Vorhaben deutlich visualisieren

Business Plan Grundlagen

Erträge (aktuell)

1. Mitgliederbeiträge (einmali mit unbegrenzter Laufzeit!, steigen mit Größe der Community
2. Sponsoren (viele Unternehmen mit Zielgruppe Babyboomer, international)
3. Werbung (zumeist nationale Adressen wie Hotels, Reiseregionen, Wellness, Shopping….)
4. Mitgliederkontingente für Unternehmen und Institutionen (= senior alumni network)

Erträge (potentiell)

1. Erfolgshonorare Startup/Projektfunding
2. Unternehmen verkauft/übergeben (Nachfolge)
3. Spezielle individuelle Promotion von Vorhaben via Newsletter und Landingpage

Maßnahmen & Ressourcen

Mitarbeiter-Ressourcen

- Sponsoren & Werbung
- Mitgliederbetreung einchl. Newsletter-Entwicklung;
- Anfragen Interessenten, Botschafter-Betreuung
- Netzwerke & Partnerschaften (Alumni, Verbände, Stiftungen…), Medien
- Kontingente (Unternehmen & Institutionen)

Maßnahmen:

Belegung ausgewählter Veranstaltungen (BAND, Convent….)

Mitgliedschaften (BAND, Wirtschaftsrat…..)

Werbung in brandeins, impulse, Corps Magazin, Wild & Hund

Beileger „Babyboomer“ in Welt am Sonntag (Reflex Verlag)

Relaunch

Einführung:
www.dasbestedrittel.de

Relaunch in Arbeit mit verschiedenen zusätzlichen Funktionalitäten die sich aus hunderten Gesprächen ergeben haben

Vollständig neues Design – white label

Abschluß II. Q. 2021