



EUROPEAN  
ENTREPRENEURSHIP  
CAFÉS



ENTREPRENEURSHIP CAFÉ

# LEHRHANDBUCH

Zielgerichtete  
Schulungsressourcen für  
Erwachsene mit niedrigem  
Bildungsniveau oder aus  
benachteiligten Verhältnissen für  
einen leichteren Zugang zu  
unternehmerischen Kompetenzen  
in einem lernfreundlichem und  
niedrigschwelligem Umfeld.



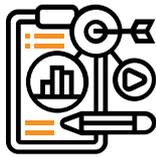
# Leitfaden zu den Lektionen

Innerhalb der E-Café Toolbox besteht jeder Teil aus mehreren Lektionen. Das praxisorientierte Lernmaterial setzt sich dabei aus **7 Lektionen** mit **30 Tools** zusammen. Dies entspricht einem theoretischen Lehrumfang von **52 Stunden**. Die tatsächliche Lehrzeit ist abhängig von den Lehrenden und Lernenden.



**7**

LEKTIONEN



**30**

TOOLS



**52**

STUNDEN

Durch die konstruktive Struktur mit logischer Abfolge der Lektionen empfiehlt es sich, die Reihenfolge der Lektionen nicht zu verändern. Jedoch ist das Weglassen oder eine Erweiterung einer Lektion durch die Lehrenden möglich. Bei Zeitmangel kann es ebenso sinnvoll sein, sich auf eine Auswahl einzelner Lektionen zu beschränken.

Das Handbuch ist so gestaltet, dass jede:r daran teilnehmen kann, ist jedoch besonders für gering qualifizierte/benachteiligte Erwachsene geeignet, die mit Hilfe von Tutor:innen, Mentor:innen und Coaches davon profitieren können. Dies ebnet den Weg für einen flexiblen Einsatz der Tools in einem informellen Lernumfeld, der auch eine gegenseitige Unterstützung fördert. In der Praxis

könnte dies bedeuten, dass beispielsweise die Teilnehmer:innen selbst eine Sitzung für die Klasse halten könnten. Alle Lektionen arbeiten mit praktischen Aufgaben für die Lernenden im Zusammenhang mit der unternehmerischen Denkweise, welche somit eng mit der Praxis und der realen Welt verbunden sind. Auf diese Weise ist der Kurs auf praktisches Lernen fokussiert. Die Lernenden sollten ermutigt werden, offene Fragen direkt zu stellen, um den individuellen Nutzen zu optimieren.

## Verwendung der Lektionen in der Schulung

Um das **Lernerlebnis** zu **optimieren**, wurden die Schulungsmaterialien um eine Reihe **interaktiver Übungen** ergänzt, die bei der Durchführung von Entrepreneurship-Cafés eingesetzt werden können.

Die Lektionen sollten nicht als isolierte Einheiten betrachtet werden, sondern als ein Prozess, der zum persönlichen Wachstum der Lernenden und ihrer Entwicklung in Bezug auf die unternehmerische Denkweise beiträgt. Jede Lektion enthält eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die Ausbilder:innen/ Tutor:innen/ Moderator:innen bei der Durchführung der Schulung unterstützt.

Die folgenden Lektionen bieten die Möglichkeit, die Überlegungen und Fähigkeiten der Lernenden durch praktische, partizipative und dialogorientierte Erfahrungen anzuregen. In diesen Lektionen werden die Teilnehmer:innen eine Liste von Kompetenzen erwerben, die auf dem Entrepreneurship Competence Framework<sup>1</sup>, auch bekannt als EntreComp (Europäischer Referenzrahmen für unternehmerische Kompetenzen), basieren. Dieses Framework zielt darauf ab, einen Konsens über ein gemeinsames Verständnis von unternehmerischer Kompetenz zu schaffen, indem 3 Kompetenzbereiche und eine Liste von 15 Kompetenzen definiert werden (siehe Abbildung auf Seite 43). Diese Kompetenzen sind mit den Lektionen in diesem Lehrhandbuch verknüpft.

1. <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>

# Europäischer Referenzrahmen für unternehmerische Kompetenzen (EntreComp)

Die Europäische Kommission hat Initiativ- und Unternehmergeist als eine der **8 Schlüsselkompetenzen** identifiziert, die für eine wissensbasierte Gesellschaft erforderlich sind.

Das **EntreComp Framework** schlägt eine gemeinsame Definition von Unternehmertum als Kompetenz vor, mit dem Ziel, einen Konsens zwischen allen Beteiligten herzustellen und eine Brücke zwischen der Bildungs- und Arbeitswelt zu schlagen. Das EntreComp Framework wurde mit Hilfe eines gemischten Methodenansatzes entwickelt und soll de facto zu einer Referenz für alle Initiativen werden, die die unternehmerischen Fähigkeiten der europäischen Bürger:innen fördern wollen.

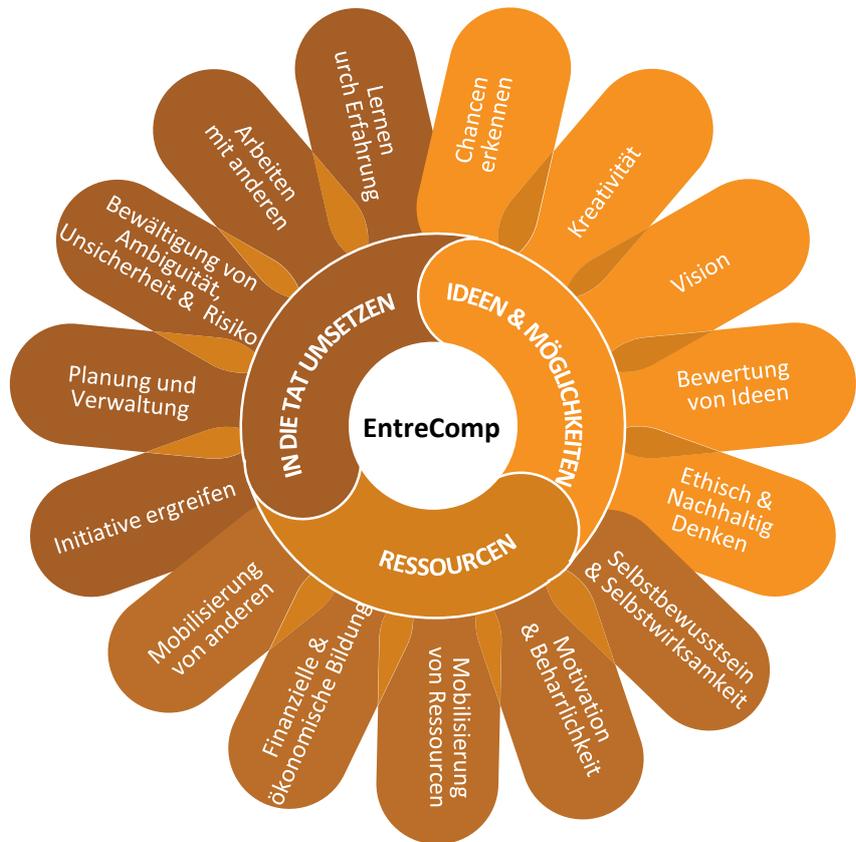
Sie besteht aus **3 miteinander verknüpften Kompetenzbereichen**:

1. **Ideen und Möglichkeiten**
2. **Ressourcen**
3. **In die Tat umsetzen**

Jeder der Bereiche besteht aus **5 Kompetenzen**, die zusammen die Bausteine des Unternehmertums als Kompetenz darstellen. Das EntreComp Framework entwickelt entlang dieser **15 Kompetenzen** ein 8-stufiges Progressionsmodell und schlägt eine umfassende Liste von 442 Lernergebnissen vor.

Das Framework kann als Grundlage für die Entwicklung von Lehrplänen und Lernaktivitäten zur Förderung der unternehmerischen Kompetenz verwendet werden. Außerdem kann es für die Definition von Parametern zur Bewertung der unternehmerischen Kompetenzen von Lernenden verwendet werden.

Jede Lektion beginnt mit einer Übersicht über den Inhalt dieser, die es den Ausbilder:innen ermöglicht, den Kern der Lektion in Verbindung mit den Bedürfnissen der Lernenden schnell zu überblicken. Das Schaubild auf der folgenden Seite zeigt den Kursinhalt auf einen Blick.



*Bereiche und Kompetenzen des EntreComp-Konzeptmodells*

# LEKTIONENÜBERBLICK

## 01 Unternehmerische Denkweise ..... 6

- 1.1 Was ist ein:e Unternehmer:in?
- 1.2 Eigenschaften und Merkmale von Unternehmer:innen
- 1.3 Unternehmerische Fertigkeiten und Verhaltensweisen

## 02 Ideenentwicklung..... 17

- 2.1 Ideenfindung
- 2.2 Unternehmertum in einem kulturellen Kontext
- 2.3 Mash-Up-Innovation
- 2.4 Future Mapping und Erkundung von Möglichkeiten

## 03 Produkt-/Dienstleistungsentwicklung..... 34

- 3.1 Rapid Prototyping
- 3.2 Frugale Innovation
- 3.3 Customer Journey Map

## 04 Entwicklung von Geschäftsmodellen ..... 43

- 4.1 Was ist ein Unternehmen?
- 4.2 Entwickeln eines Geschäftsmodells
- 4.3 Unternehmen im anderen Kontext

## 05 Bewältigung von Herausforderungen..... 53

- 5.1 Umgang mit Risiken
- 5.2 Aus Misserfolgen lernen
- 5.3 Interne und externe Herausforderungen
- 5.4 Empowerment

## 06 Markteintritt.....64

- 6.1 Marketing mit wenig Geld
- 6.2 Verkauf als Motor
- 6.3 Aufbau von Marke, Authentizität und Vertrauen im Internet

## 07 Finanzen ..... 73

- 7.1 Finanzielle Grundlagen
- 7.2 Verwaltung von liquiden Mitteln
- 7.3 Quellen für finanzielle Unterstützung

# 01

## Unternehmerische Denkweise



---

### 1.1 Was ist ein:e Unternehmer:in?

- Erste Schritte im Unternehmertum

---

### 1.2 Eigenschaften und Merkmale von Unternehmer:innen

- Schnelle Selbsteinschätzung - Einzel- oder Gruppenaktivität
- Unternehmerische Eigenschaften & Fallstudie

---

### 1.3 Unternehmerische Fertigkeiten und Verhaltensweisen

- Spaghetti & Marshmallow Challenge
- MAGIC BOX Gruppenaktivität

# 1.1 Was ist ein:e Unternehmer:in?

## Erste Schritte im Unternehmertum

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erschließen, was ein:e Unternehmer:in im Allgemeinen ist</li> <li>Einschätzung der Teilnehmer:innen, zu welchem Typ sie sich zuordnen würden</li> <li>Bereits vorhandene, persönliche unternehmerische Kompetenzen erforschen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Überdenken von eigenen kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnissen, Bestrebungen und Wünschen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selbsteinschätzungstests zur Ermittlung der Unternehmertypen</li> <li>Kennenlernen von Informationen über eine:n Unternehmer:in</li> <li>Erkundung der persönlichen unternehmerischen Kompetenzen</li> <li>Selbstreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrepreneur:in</li> <li>Kompetenzen</li> <li>Selbsteinschätzung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Selbstreflexion:</b> Die Teilnehmer:innen überprüfen sich selbst anhand der Ergebnisse der Selbsteinschätzungstests mit Hilfe von Fragebögen</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Tests/Quiz sollten bereits zu Beginn der Sitzung durchgeführt werden, bevor die persönlichen unternehmerischen Kompetenzen erläutert werden.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/gruenderpersoenliche-it-das-solltet-ihr-als-gruender-mitbringen/">https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/gruenderpersoenliche-it-das-solltet-ihr-als-gruender-mitbringen/</a></li> <li><a href="https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/entrepreneurial-potential-self-assessment">https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/entrepreneurial-potential-self-assessment</a></li> <li><a href="https://www.existenzgruender.de/static/etraining/existenzgruendung/existenz/kapitel_2.html#kapitel-02-01/">https://www.existenzgruender.de/static/etraining/existenzgruendung/existenz/kapitel_2.html#kapitel-02-01/</a></li> <li><a href="https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendungsplanen/existenzgruender-check/">https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendungsplanen/existenzgruender-check/</a></li> </ol>

DAUER	TITEL	DETAILS
25 Minuten	Tests zur Selbsteinschätzung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ermittlung der Unternehmertypen der Teilnehmer:innen durch 2 Online-Tests/Quiz (Links oben),</li> <li>Beobachtung der Teilnehmer:innen und Festhalten für die nächsten Teile der Sitzung: Selbstreflexion und Nachbesprechung.</li> </ul>
25 Minuten	Brainstorming	Brainstorming über: Was ist ein:e Unternehmer:in? Welche Kompetenzen sind für eine:n Unternehmer:in erforderlich?
20 Minuten	Definition Unternehmer:in, Typen und persönliche unternehmerische Kompetenzen	<p>Vermittlung von Informationen über anerkannte Definitionen des Begriffs "Unternehmer:in" und Kennenlernen der persönlichen unternehmerischen Kompetenzen.</p> <p><b>Was sind Unternehmer:innen?</b> <a href="http://www.gruender.de">www.gruender.de</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Unternehmer:innen</b> initiieren, fordern heraus und treiben an. Sie schaffen etwas Neues, wie Initiativen, ein Geschäft oder ein Unternehmen.</li> <li><b>Unternehmer:innen</b> sind der Antrieb. Unternehmer:innen sind Verantwortliche, Führungspersonen und solche, die Orientierung geben. Sie treiben voran und inspirieren ihr Team, ihnen zu folgen.</li> <li><b>Unternehmer:innen</b> sind rechenschaftspflichtig und letztlich verantwortlich für das Schicksal ihres Vorhabens, das eine Firma, ein Projekt oder eine andere Unternehmung sein kann.</li> </ol> <p><b>Typen von Einzelunternehmen der heutigen Zeit:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kleine Unternehmen:</b> Dazu gehören kleine Läden und lokale Geschäftsinhaber:innen. Zu den Kleinunternehmen können Personengesellschaften, Einzelunternehmen und GmbHs gehören.</li> <li><b>Heimtätigkeit:</b> Ein Unternehmen, das von zu Hause aus betrieben wird, könnte in die Kategorie der Kleinunternehmen fallen.</li> <li><b>Online-Geschäft:</b> Internet-basierte Unternehmen können klein, von zuhause betrieben oder sehr groß sein. Der Hauptunterschied besteht darin, dass das Geschäft hauptsächlich online betrieben wird. Dazu gehören Unternehmen wie Amazon oder andere E-Commerce-Unternehmen, Blogger, eBay- und Etsy-Unternehmer:innen sowie alle anderen Unternehmungen, die den Großteil ihrer Geschäfte online abwickeln.</li> <li><b>Erfinder:innen:</b> Damit Erfinder:innen als Unternehmer:innen betrachtet werden können, muss das Stadium der Idee überwunden werden, um das Produkt zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.</li> <li><b>Serial Entrepreneur:</b> Diese Art von Unternehmer:innen gründet ein Unternehmen, verkauft es dann und wendet sich einer neuen Idee zu. Sie gelten immer noch als Unternehmer:innen, weil sie das Unternehmen betreiben und für die Zeit, in der sie es besitzen, Risiken übernehmen.</li> <li><b>Lifestyle-Entrepreneur:</b> Dabei handelt es sich um Personen, die ein Unternehmen aufbauen, das ihren Interessen und Leidenschaften Rechnung trägt und ihre Lebensziele unterstützt. Viele in dieser Kategorie werden auch als „digitale Nomaden“ bezeichnet, weil sie Online-Unternehmen betreiben, die ihnen das Reisen ermöglichen.</li> </ul> <p><b>Persönliche unternehmerische Kompetenzen:</b> Die Teilnehmer:innen werden anhand des Materials in die PECs eingeführt: <a href="https://sciendo.com/downloadpdf/journals/mosr/82/1/article-p37.pdf">https://sciendo.com/downloadpdf/journals/mosr/82/1/article-p37.pdf</a></p>
10 Minuten	Pause	Pause
10 Minuten	Vergleiche	Abgleich der Ideen der Teilnehmer:innen mit den gegebenen Informationen der Lehrenden
10 Minuten	Selbstreflexion	<p><b>Fragebogen zur Selbstreflexion:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bin ich mit den Ergebnissen der Tests/Quizze zufrieden?</li> <li>Welcher Unternehmertyp würde ich gerne sein?</li> <li>Welche Kompetenzen habe ich bereits?</li> <li>Welche Kompetenzen muss ich entwickeln?</li> </ul>
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen die Ergebnisse aus ihrer Selbstreflexion und Meinungen aus.

## 1.2 Eigenschaften und Merkmale von Unternehmer:innen

Schnelle Selbsteinschätzung - Einzel- oder Gruppenaktivität		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Unternehmer:innen bei der Reflexion über ihren Wunsch, ein Unternehmen zu gründen</li> <li>• Erleichterung der Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken</li> <li>• Veranschaulichung, wie dieses Wissen im Rahmen einer Unternehmensgründung genutzt werden könnte</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überdenken der kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnisse und Wünsche</li> <li>• Ermittlung und Bewertung der Stärken und Schwächen des Einzelnen und der Gruppe</li> <li>• Glauben an eigene Fähigkeit, den Lauf der Dinge zu beeinflussen, trotz Ungewissheit, Rückschlägen und vorübergehenden Misserfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sich in Reflexion üben</li> <li>• Fragebogen zur Selbsteinschätzung, um sicherzustellen, dass die Teilnehmer:innen ihre Ziele im Auge behalten, indem sie ihre Bedürfnisse klar umreißen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablet</li> <li>• Notizbuch/Notizblock</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur:in</li> <li>• Selbsteinschätzung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Selbstreflexion:</b> Die Teilnehmer:innen überprüfen sich selbst anhand der Ergebnisse der Selbsteinschätzung und der Fragebögen.</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Diese Aktivität kann individuell durchgeführt werden. Teilnehmer:innen sollten die Fragen in einem Buch/Notizblock/digitalen Dokument ausfüllen, damit sie sie speichern und bei Bedarf darauf zurückgreifen können!
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	k. A.

DAUER	TITEL	DETAILS
5 Minuten	Erläuterung	Die moderierende Person erklärt das Ziel/die Notwendigkeit der Aktivität und die Teilnehmer:innen bereiten sich auf die Selbstbewertungsreise vor.
25 Minuten	Ausfüllen des Fragebogens Nr. 1	<b>Befähigung zur Reflexion, um die Bewertung der eigenen Fortschritte zur Gewohnheit zu machen:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Welche Botschaft hat mein Unternehmen für mich?</li> <li>2. Wo soll ich mich niederlassen?</li> <li>3. Wie kann ich mehr von meinem wahren Selbst in mein Geschäft einbringen?</li> <li>4. Welche Fähigkeiten oder Talente nutze ich nicht?</li> <li>5. Wem kann ich verzeihen?</li> <li>6. Welche verpasste Gelegenheit kann ich loslassen und weitergehen?</li> <li>7. Was habe ich aus Angst vermieden?</li> <li>8. Welches Risiko kann ich selbst im Angesicht der Angst eingehen?</li> <li>9. Was will mein Unternehmen, was ich ihm derzeit nicht gebe?</li> <li>10. Was will ich ändern?</li> </ol>
5 Minuten	Pause	Pause
15 Minuten	Peer-Diskussionen	Die Teilnehmer:innen gehen im Arbeitsbereich umher, diskutieren über interessante Ergebnisse ihrer Arbeit und tauschen sich über ihre Ideen aus.
25 Minuten	Ausfüllen des Fragebogens Nr. 2	<b>Befähigung zur Reflexion, um die Bewertung der eigenen Fortschritte zur Gewohnheit zu machen:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Was funktioniert?</li> <li>2. Was funktioniert nicht?</li> <li>3. Was würden Sie gerne ändern?</li> <li>4. Welche Leistungen haben Sie erbracht?</li> <li>5. Welche Lektionen haben Sie gelernt?</li> <li>6. Sind die Ziele noch die richtigen Ziele?</li> <li>7. Was müssen Sie noch wissen oder lernen?</li> <li>8. Wie könnten Sie Ihren eigenen Erfolg sabotieren?</li> <li>9. Was müssen Sie beginnen zu tun, weiterhin tun und aufhören zu tun?</li> <li>10. Was kommt als Nächstes?</li> </ol>
5 Minuten	Pause	Pause
15 Minuten	Peer-Diskussionen	Die Teilnehmer:innen gehen im Arbeitsbereich umher, diskutieren interessante Ergebnisse ihrer Erarbeitung und tauschen sich über Ideen aus.
25 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

”

Unternehmer:innen initiieren, fordern heraus und treiben an. Sie schaffen etwas Neues – eine Initiative, ein Geschäft oder ein Unternehmen.

## 1.2 Eigenschaften und Merkmale von Unternehmer:innen

### Unternehmerische Eigenschaften & Fallstudie

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berücksichtigung der eigenen Stärken, Schwächen und Charaktereigenschaften</li> <li>Identifizieren von Entwicklungsbereichen</li> <li>Erkundung von geeigneten Geschäftsfeldern, im Interessenbereich der Lernenden</li> <li>Diskussion einer Fallstudie</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.3. Vision:</b> Auf die Vision in der Zukunft hinarbeiten</li> <li><b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Überdenken von kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnissen, Bestrebungen und Wünschen</li> <li><b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und nachverfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erforschung der unternehmerischen Eigenschaften, Selbstbeobachtung, Fallstudien</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet</li> <li>Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrepreneur:in</li> <li>Eigenschaften</li> <li>Fallstudien</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion während der Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	k. A.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://startupnation.com/start-your-business/successful-entrepreneurs-traits/">https://startupnation.com/start-your-business/successful-entrepreneurs-traits/</a></li> <li><a href="https://www.business.com/articles/never-giving-up-9-entrepreneurs-and-millionaires-who-failed-at-least-once/">https://www.business.com/articles/never-giving-up-9-entrepreneurs-and-millionaires-who-failed-at-least-once/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	<b>Einführung</b>	Die moderierende Person erklärt, dass die Teilnehmer:innen durch die folgenden Aktivitäten ihre eigenen Eigenschaften, die sie möglicherweise mit erfolgreichen Unternehmer:innen gemeinsam haben, sowie ihre Stärken und Entwicklungsbereiche entdecken werden.
20 Minuten	<b>Unternehmerische Eigenschaften</b>	<p>Obwohl es kein festes Profil von Unternehmer:innen gibt – ob jung oder alt, männlich oder weiblich oder aus den verschiedensten Geschäftsbereichen kommend - zeigen Untersuchungen, dass Unternehmer:innen bestimmte Eigenschaften und Merkmale gemeinsam haben. Unternehmerische Eigenschaften können die Chancen auf unternehmerischen Erfolg erhöhen. Während einige Eigenschaften angeboren sind (z. B. Fleiß), können andere entwickelt werden (z. B. Motivation).</p> <p>Teilnehmer:innen erforschen die typischen 10 Eigenschaften von Unternehmer:innen anhand einer Online-Quelle (Link #1)</p>
15 Minuten	<b>Selbstbeobachtung</b>	Die Teilnehmer:innen notieren sich 3 dieser 10 Eigenschaften und erörtern schriftlich, wie diese bei der Führung eines Unternehmens hilfreich sein können
30 Minuten	<b>Widerstandskraft, Ablehnung und Scheitern - die Schlüssel zum Erfolg</b>	<p>Die Teilnehmer:innen werden in mehrere Gruppen aufgeteilt. Diese rufen dann den Link #2 auf und wählen jeweils einen spezifischen Fall aus. Anhand dessen sollen die Gruppen über die vorgestellten Personen, ihre Erfolgsgeschichte und die Rolle von Resilienz, Zurückweisung und Scheitern auf ihrem Weg diskutieren und beantworten die Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welches sind die größten Herausforderungen, denen diese Person gegenüberstand?</li> <li>• Was hat er/sie erreicht?</li> <li>• Was sind die Gründe für seinen/ihren Erfolg?</li> <li>• Was lernen wir aus der Geschichte dieser Person?</li> </ul> <p>Die Teilnehmer:innen erörtern auch ihre persönlichen Erfahrungen in Bezug auf diese Aspekte.</p>
25 Minuten	<b>Gruppenpräsentationen</b>	Die Gruppen präsentieren ihre Arbeit.
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



# 1.3 Unternehmerische Fertigkeiten und Verhaltensweisen

## Die "Spaghetti & Marshmallow-Challenge"

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Fähigkeit eines Teams, Ideen zu entwickeln, Beziehungen aufzubauen und Prototypen zu erstellen</li> <li>• Aufdecken der wahren Natur der Zusammenarbeit</li> <li>• Veranschaulichung der Innovationsfähigkeit des Einzelnen und Betonung der Bedeutung verschiedener Perspektiven</li> <li>• Verständnis für die Bedeutung von Teamarbeit und Misserfolg</li> <li>• Ermutigende Führung, einschließlich der Fähigkeit, andere zu beeinflussen oder Aufgaben zu verteilen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und nachverfolgen</li> <li>• <b>3.4 Mit anderen zusammenarbeiten:</b> Teamwork, Zusammenarbeit und Vernetzung</li> <li>• <b>3.5. Lernen durch Erfahrung:</b> learning by doing</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermutigung von Teams, einfache, aber tiefgreifende Lektionen in Zusammenarbeit, Innovation und Kreativität zu erleben, die für die Entwicklung von unternehmerischem Denken und Fähigkeiten notwendig sind</li> <li>• Gruppenbildung</li> <li>• Wettbewerb um den Bau des höchsten freistehenden Bauwerks mit den vorgegebenen Materialien, Anweisungen und Regeln</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<p><b>Jedes Team erhält den gleichen Satz an Material:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 Stangen trockene Spaghetti</li> <li>• ein Meter lange Schnur</li> <li>• ein Meter langes Band</li> <li>• ein Marshmallow</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneur:in</li> <li>• Kompetenzen</li> <li>• Selbsteinschätzung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Teilnehmer:innen überprüfen die Gruppenergebnisse anhand von Fragebögen und besprechen sie anschließend im gesamten Team.</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Die Lektion kann als einleitende Aktivität eingesetzt werden. Es sollten mindestens 4 Lernende teilnehmen.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower_build_a_tea_m?language=en#t-12289">https://www.ted.com/talks/tom_wujec_build_a_tower_build_a_tea_m?language=en#t-12289</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Erklärungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die moderierende Person erklärt die Idee der Aktivität: Die Spaghetti/Marshmallow-Challenge wird oft verwendet, um die Denkweise des "Design Thinking" und die Bedeutung des schnellen Scheiterns zu veranschaulichen oder um allgemeine Aussagen über effektive Teams zu treffen.</li> <li>Das Video (6:35 Minuten) (siehe Link #1 oben) wird gezeigt.</li> <li>Einteilung der Teilnehmer:innen in Teams von 3-6 Personen und Erläuterung der Regeln: <ul style="list-style-type: none"> <li>Es gewinnt das Team, das den höchsten Turm baut, der einen ganzen Marshmallow tragen kann.</li> <li>Der Turm sollte einen einzelnen Marshmallow tragen. Der Marshmallow muss der höchste Punkt der Struktur sein.</li> <li>Das Gerüst muss freistehend sein.</li> <li>Die Teams dürfen ihre Ressourcen untereinander nicht kombinieren.</li> <li>Es dürfen nur die bereitgestellten Materialien verwendet werden.</li> </ul> </li> </ul>
18 Minuten	Arbeitsprozess	Die Teams haben 18 Minuten Zeit, um ihren Marshmallow-Spaghetti-Turm zu bauen.
12 Minuten	Selbstreflexion mit Überprüfungsbögen	<p>Die Teilnehmer:innen erhalten die Beurteilungsbögen, auf denen sie ihre Gedanken zum Gruppenprozess reflektieren sollen.</p> <p><b>Der Überprüfungsbogen enthält die Fragen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was glauben Sie, wie Sie als Gruppe gearbeitet haben?</li> <li>Haben Sie verschiedene Rollen übernommen?</li> <li>Haben alle Gruppen auf dieselbe Weise gearbeitet?</li> </ul>
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



# 1.3 Unternehmerische Fertigkeiten und Verhaltensweisen

## MAGIC BOX - Gruppenaktivität

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativität bei der Problemlösung anregen und Innovation erzeugen</li> <li>• Die Teilnehmer:innen sollen einen wichtigen Aspekt der unternehmerischen Denkweise verstehen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Überdenken der kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnisse, Bestrebungen und Wünsche</li> <li>• <b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppen- und Einzelaktivitäten, Brainstorming, Selbsteinschätzung, Lesen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papier, Pappe, Spielknete, Kleber, kleine Stöckchen, Federn, Pailletten, Stecknadeln, Stifte usw,</li> <li>• Zugang zum Internet</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemlösung</li> <li>• Kreativität</li> <li>• Selbstwahrnehmung</li> <li>• Selbstwirksamkeit</li> <li>• Bewertung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragebögen zur Selbstreflexion</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Versuchen Sie, die Teilnehmer:innen zu inspirieren, sich zu entspannen, Spaß zu haben und „über den Tellerrand zu schauen“. Im Falle einer Selbsteinschätzung wäre eine gewisse Vorbereitung gut, die die Lernenden auffordert, über ihre persönlichen Eigenschaften, ihre Einstellung, ihr Fachwissen und ihre finanzielle Situation sowie ihre Motivation nachzudenken.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	k. A.

DAUER	TITEL	DETAILS
15 Minuten	<b>Einführung</b>	<p>Im täglichen Leben und in der Geschäftswelt müssen Sie mit den Ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen arbeiten. Diese Aktivität hilft Ihnen, kreativ darüber nachzudenken, wie Sie Ressourcen verwalten, ein Problem lösen und alternative Wege zur Erledigung von Aufgaben finden können.</p> <p>Die moderierende Person stellt die Teilnehmer:innen in Gruppen von 4-5 Personen zusammen und gibt den Aufgabentext vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In einer Magic Box finden Sie Papier, Pappe, Spielknete, Kleber, Stöckchen, Federn, Pailletten, Stecknadeln, Stifte usw.</li> <li>• Ihre Aufgabe ist es, mit dem Inhalt der Box etwas zu gestalten.</li> <li>• Schreiben Sie alle Gedanken auf, an die Sie sich erinnern können, während Sie Ihre Ressourcen nutzen und innovativ waren</li> <li>• Was haben Sie dabei gelernt?</li> <li>• Wie können Sie diese Erkenntnisse für Ihren unternehmerischen Weg nutzen? Wie werden Sie Ihre begrenzten Ressourcen nutzen, um Ihr Unternehmen aufzubauen? Schreiben Sie es bitte auf.</li> </ul>
30 Minuten	<b>An der Magic Box arbeiten</b>	Gestalten Sie Ihre Box.
15 Minuten	<b>Selbstreflexion mit Überprüfungsbögen</b>	<p>Fragebogen zum Nachdenken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Müssen wir wirklich alles zur Verfügung haben und perfekt sein, um etwas zu erreichen?</li> <li>• Welches sind die Ressourcen, an die wir nie denken, die aber für uns da sind?</li> <li>• Würden Sie zustimmen, dass Beharrlichkeit und Hingabe zu den wichtigsten unternehmerischen Eigenschaften gehören?</li> </ul>
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



# 02

## Ideenentwicklung



---

### 2.1 Ideenfindung

- “Think out of the box”
- Die sechs Denkhüte
- Ideenfindung und Brainstorming
- How-Now-Wow-Matrix

---

### 2.2 Unternehmertum im kulturellen Kontext

- Kultur und Unternehmertum

---

### 2.3 Mash-up-Innovation

- FLITZER & MASH-UP

---

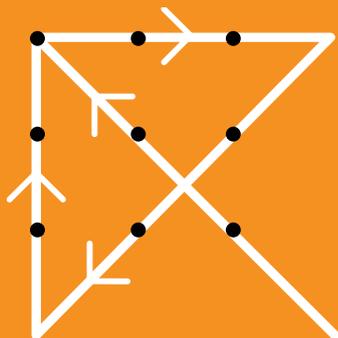
### 2.4 Future Mapping und Erkundung von Möglichkeiten

- Future-Mapping

## 2.1 Ideenfindung

"Think out of the box"		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung der Entwicklung von Problemlösungsfähigkeiten bei der Ideenfindung</li> <li>Zusammenarbeit und Teamentwicklung ermöglichen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> <li><b>3.4 Mit anderen zusammenarbeiten:</b> Teamwork, Zusammenarbeit und Vernetzung</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>80 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Think out of the Box"-Aktivität</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bleistifte</li> <li>Stifte</li> <li>Papier</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kreativität</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selbstreflexion, Gruppendiskussionen und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Das Schöne an diesem Neun-Punkte-Rätsel ist, dass man buchstäblich "out of the box" denken muss, um das Rätsel zu lösen. Der Bleistift muss über das Feld der Punkte hinausgehen, um es lösen zu können.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<a href="https://digi4all.de/modul-04/kreatives-denken/das-neun-punkte-problem/">https://digi4all.de/modul-04/kreatives-denken/das-neun-punkte-problem/</a>

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Einführung	<p>Unter Ideenfindung versteht man den kreativen Prozess der Entwicklung neuer Ideen, der durch eine Vielzahl von Ideenfindungstechniken wie Brainstorming und Prototyping erreicht werden kann. Der Problemlösungsprozess ist ein wichtiger Bestandteil der Ideenfindung. Dieser kann in vier Schritte unterteilt werden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Identifizieren</b> des Problems</li> <li>2. <b>Generierung</b> von Lösungen</li> <li>3. <b>Bewerten</b> der möglichen Lösungen, Herausarbeiten der besten Vorgehensweise und Umsetzung in die Tat</li> <li>4. <b>Bewerten</b> des Ergebnisses: wenn keine Lösung erzielt wird, Schritt 1 wiederholen</li> </ol>
5 Minuten	Think out of the box: Aufgabe 1	<p>Es handelt sich um eine individuelle Aktivität, die darauf abzielt, Problemlösungstechniken zu entwickeln.</p> <p><b>Aufgabe 1:</b> 5 Minuten Zeigen Sie den Teilnehmer:innenn neun Punkte, die wie folgt angeordnet sind (siehe unten rechts).</p> <pre>       . . .         . . .           . . . </pre> <p><b>Herausforderung:</b> Die Aufgabe besteht darin, alle Punkte mit einem Stift durch vier gerade Linien zu verbinden, ohne den Stift abzusetzen. Es kann an einer beliebigen Stelle gestartet werden.</p>
10 Minuten	Präsentation: Aufgabe 2	Die Teilnehmer:innen zeigen der Gruppe ihre Lösungen.
15 Minuten	Rückblick: Aufgabe 3	<p>Bitten Sie die Teilnehmer:innen, sich daran zu erinnern, wie sie das Rätsel gelöst haben. Haben sie es durch Ausprobieren und Irrtum gelöst oder haben sie sich eine Strategie überlegt?</p> <p>Bitten Sie sie, 30 Sekunden lang darüber nachzudenken, wie sie das Problem gelöst haben und welche gedanklichen Änderungen sie vornehmen mussten, um dieses Ziel zu erreichen.</p>
15 Minuten	Diskussion: Aufgabe 4	Die häufigste Schwierigkeit bei diesem Rätsel besteht darin, dass versucht wird, alle Linien innerhalb der Punkte zu zeichnen. Denn außerhalb der Punkte gibt es nichts, was man mit ihnen verbinden könnte, weshalb eine Grenze angenommen wird. Die Teilnehmer:innen gehen davon aus, dass dies außerhalb des Rahmens des Problems liegt, auch wenn die Problemdefinition dies nicht verbietet. Deshalb verändern sich die Versuche nur geringfügig.
25 Minuten	Erläuterung und Nachbesprechung	<p><b>Was kann man aus diesem Rätsel lernen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie man über die aktuelle Definition des Problems hinausgeht</li> <li>• Analyse der Aufgabe, um herauszufinden, was erlaubt ist und was nicht</li> <li>• Gibt es überhaupt echte Regeln für das Problem? (dies gilt insbesondere für Probleme im Zusammenhang mit Menschen - es gibt hier nur Wahrnehmungen, aber keine physikalischen Regeln)</li> <li>• Nach anderen Definitionen von Problemen suchen</li> <li>• Akzeptieren Sie nicht die Problemdefinitionen anderer Personen. Sie können entweder falsch oder voreingenommen sein</li> <li>• Wenn eine Problemdefinition falsch ist, kann keine Lösung das eigentliche Problem lösen.</li> </ul>



**Untersuchen Sie die Grenzen**

- Was sind die Grenzen, in die sich die Lösung einfügen muss?
- Sind die Grenzen Ihre eigenen Wahrnehmungen oder die Realität?
- Was sind die Möglichkeiten, wenn man die Grenzen überschreitet?
- Was sind die Vorteile von kleinen Grenzänderungen?

**Harte Arbeit ist nicht die Lösung**

- Es funktioniert nicht, den gleichen falschen Prozess immer wieder und mit mehr Nachdruck zu wiederholen.
- Man kann einer Lösung sehr nahe sein, ohne ihr näher zu kommen.
- Der Gedanke ist die Lösung; körperliche Arbeit wird nicht funktionieren.

**Lösung**

Die folgende Abbildung zeigt Ihnen eine Lösung für dieses Problem.



## Die sechs Denkhüte

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bereitstellung von Instrumenten, die die Ideenfindung fördern</li> <li>• Entwerfen einer klaren Definition des Problems</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen über den Design Thinking-Prozess einführen</li> <li>• Verwendung des "sechs Denkhüte"-Tools</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideenfindung</li> <li>• Konstruktives Denken</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion in der Gruppe</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.interaction-design.org/literature/topics/ideation">https://www.interaction-design.org/literature/topics/ideation</a></li> <li>• <a href="https://www.debonogroup.com/services/core-programs/six-thinking-hats/">https://www.debonogroup.com/services/core-programs/six-thinking-hats/</a></li> <li>• <a href="https://www.tsw.co.uk/blog/leadership-and-management/six-thinking-hats/">https://www.tsw.co.uk/blog/leadership-and-management/six-thinking-hats/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
15 Minuten	Einführung	Die moderierende Person beschreibt das Konzept der Ideenfindung als Teil des Design Thinking anhand der Informationen aus Link #1.  Die Teilnehmer:innen lernen die 5 Phasen des Prozesses näher kennen.
15 Minuten	Sechs Denkhüte	<b>Die moderierende Person erklärt die Idee der sechs Denkhüte anhand des Links #2 und gibt den Teilnehmer:innen individuelle Aufgaben:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Denken Sie an ein Problem, das Sie in Ihrem Leben haben.</li> <li>• Gehen Sie die Hüte nacheinander durch und machen Sie sich aus jeder Perspektive Notizen.</li> <li>• Versuchen Sie, immer nur einen Hut zu tragen und nicht von einem Hut zum anderen zu springen. Dies hilft Ihnen, sich auf eine Perspektive zu konzentrieren, ohne dass sie von einer anderen beeinflusst wird.</li> </ul>
20 Minuten	Arbeitszeiten	Individuelle Arbeitszeiten. Die Teilnehmer:innen können sich über den Link #3 ein Beispiel ansehen, wie es funktioniert.
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



## Ideenfindung & Brainstorming

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaffung einer Denkweise der Ideenfindung und Förderung des kreativen Denkens</li> <li>Wirksame Ideen generieren</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Erkennen von Chancen:</b> Nutzen der eigenen Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten zur Wertschöpfung zu erkennen</li> <li><b>1.4 Wertschätzung von Ideen:</b> Das Beste aus Ideen und Chancen machen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brainstorming</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schreibgeräte (Tafel, interaktive Tafel, Online-Tafel, Papier, Stifte)</li> <li>Internet</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brainstorming</li> <li>Kreativität</li> <li>Ideenfindung</li> <li>über den Tellerrand blicken, "think out of the box"</li> <li>Innovative Ideen</li> <li>Innovative Lösungen</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fragebogen zur Reflexion</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Ermutigen Sie auch zu unkonventionellen Ideen und sorgen Sie dafür, dass die Lernenden während der Sitzungen eine sichere und unterstützende Umgebung vorfinden.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.sessionlab.com/blog/brainstorming-techniques/">https://www.sessionlab.com/blog/brainstorming-techniques/</a></li> </ul>

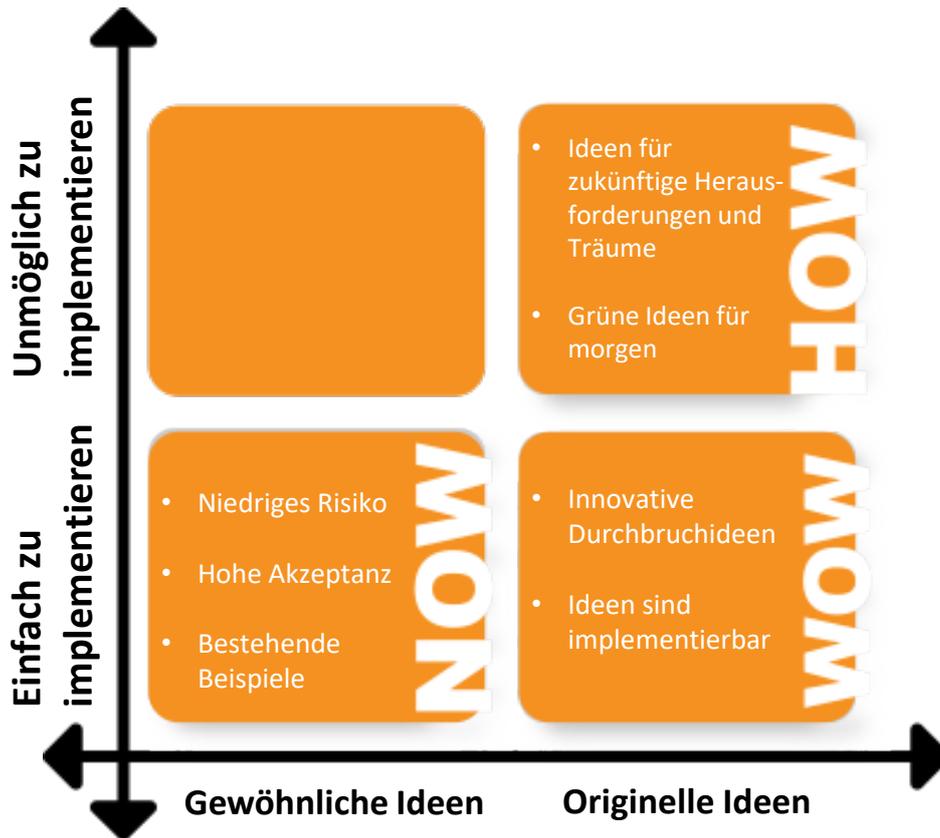
DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Erkundung	<p>Die moderierende Person kann dafür sorgen, dass ein Ideen-Workshop ein Erfolg wird, indem sie Brainstorming-Techniken, Ideenentwicklung und Evaluierung in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander hält und zwar mit einer Reihe von Regeln, die die Kreativität fördern und gleichzeitig Hindernisse einschränken.</p> <p>Die Teilnehmer:innen lernen 15 Regeln für ein besseres Brainstorming kennen, indem sie dem Link #1 folgen.</p> <p><b>Die moderierende Person wird Informationen über die folgenden effektiven Brainstorming-Techniken vermitteln:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mind Mapping</li> <li>2. Umgekehrtes Brainstorming</li> <li>3. Gap Filling</li> <li>4. 5-Why-Methode</li> <li>5. Brainwriting (oder Slipwriting)</li> <li>6. Kollaboratives Brainwriting</li> <li>7. Role Storming</li> <li>8. "Was wäre wenn"-Brainstorming</li> <li>9. Rapid Ideation</li> </ol>
30 Minuten	Schritt in Aktion	<p>Die Teilnehmer:innen werden, wenn möglich, in 9 Gruppen aufgeteilt (je nach Gruppengröße). Jede Gruppe wählt eine Technik, die sie durch die Suche nach Informationen im Internet vertieft.</p> <p>Nachdem sie in jeder Gruppe eine interessante Idee ausgewählt haben, führen sie mit der von ihnen gewählten Technik ein Brainstorming durch.</p>
30 Minuten	Präsentationen: Teil 1	Die Gruppen präsentieren im Anschluss die Ergebnisse ihrer Recherche. Sie tauschen auch ihre Erfahrungen mit dem Brainstorming-Prozess aus, mit Fokus auf Nutzen und ob sie die 15 Brainstorming-Regeln einhalten konnten.
10 Minuten	Pause	Pause
30 Minuten	Präsentationen: Teil 2	Die Gruppen präsentieren im Anschluss die Ergebnisse ihrer Recherche. Sie tauschen auch ihre Erfahrungen mit dem Brainstorming-Prozess aus, mit Fokus auf Nutzen und ob sie die 15 Brainstorming-Regeln einhalten konnten.
Protokoll	Reflexion	<p><b>Fragebogen zum Nachdenken:</b></p> <p>Was sind Ihre fünf besten Ideen bei dieser Aktivität? Warum? Erstellen Sie eine Liste der Ideen in dieser Aktivität, die Sie wirklich unterstützen.</p>
Protokoll	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



## How-Now-Wow-Matrix

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppen beim Brainstorming, der Planung von Ideen und der gemeinsamen Organisation ihrer Gedanken zu unterstützen</li> <li>Einstufung der Ideen nach ihrer Originalität und ihrer Umsetzbarkeit</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> <li><b>1.4 Wertschätzung von Ideen:</b> Das Beste aus Ideen und Chancen machen</li> <li><b>3.4 Mit anderen zusammenarbeiten:</b> Teamwork, Zusammenarbeit und Vernetzung</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>70 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kategorisierung der Ideen anhand der Matrix "How, Now, Wow"</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flipcharts</li> <li>Flipchart-Marker</li> <li>Abstimmungspunkte (gelb, blau, grün)</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideenfindung</li> <li>Brainstorming</li> <li>Kategorisierung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.sessionlab.com/methods/how-now-wow-matrix">https://www.sessionlab.com/methods/how-now-wow-matrix</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Die How Now Wow-Matrix ist unkompliziert und einfach zu handhaben, um die besten Ideen und den richtigen Zeitpunkt für deren Umsetzung zu ermitteln. Die Technik ermutigt das Team, seinen Gedanken freien Lauf zu lassen, während die Gruppendynamik auf dieser Kreativität aufbaut, um bahnbrechende Innovationen zu fördern.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>How (Wie)</b> - steht für Ideen, die zwar innovativ, aber schwierig umzusetzen sind, so dass sie noch nicht realisierbar sind, aber als künftige Ziele in Betracht gezogen werden könnten.</li> <li>• <b>Now (Jetzt)</b> - steht für unoriginelle Ideen, die bekannt, leicht umsetzbar und nachweislich gut funktionieren.</li> <li>• <b>Wow</b> - steht für neue Ideen, die leicht umzusetzen sind und für ausführbare Ideen, die verwirklicht werden können. Versuchen Sie, so viele Ideen wie möglich in diese Kategorie einzuordnen.</li> </ul>



30 Minuten	Abstimmung	<p>Die moderierende Person notiert die Ideen, die aus der kreativen Ideenfindungsphase hervorgehen, auf großen Papierbögen, die im Raum verteilt werden.</p> <p>Jede:r Teilnehmer:in erhält 3 Klebepunkte in jeder Farbe, also 3 blaue (Wow), 3 gelbe (How) und 3 grüne (Now).</p> <p>Jede:r Teilnehmer:in tritt vor und wählt die 3 besten Ideen in jeder Kategorie, indem ein farbiger Punkt vergeben und an die Idee geklebt wird.</p> <p>Am Ende zählt die Moderation die Anzahl der Punkte unter jeder Idee, um sie zu kategorisieren. Die höchste Anzahl von Punkten einer bestimmten Farbe kategorisiert die Idee unter dieser Farbe.</p> <p><b>Im Falle eines Unentschiedens:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenn Anzahl blaue Punkte = Anzahl grüne Punkte, ist die Idee blau</li> <li>• Wenn Anzahl gelbe Punkte = Anzahl grüne Punkte, ist die Idee grün</li> </ul> <p>Sie haben nun einige "Jetzt/Grün"-Ideen, an denen Sie weiterarbeiten können. Stellen Sie sicher, dass Sie auch die niedrigschwelligen blauen Ideen für die sofortige Umsetzung und die gelben Ideen, die Sie für die Zukunft im Auge behalten wollen, sammeln.</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>

## 2.2 Unternehmertum im kulturellen Kontext

### Kultur und Unternehmertum

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untersuchung des Einflusses kultureller Aspekte auf das Unternehmertum</li> <li>• Einschätzung globaler Marktrisiken aufgrund kultureller Unterschiede</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.5 Ethisches und nachhaltiges Denken:</b> Abschätzung der Folgen und Auswirkungen von Ideen, Möglichkeiten und Handlungen</li> <li>• <b>3.3 Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko:</b> Entscheidungen im Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko treffen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 130 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Einfluss der Kultur auf das Unternehmertum ermitteln</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultur</li> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• Globale Marktrisiken</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://cultureplusconsulting.com/2015/06/23/top-ten-cultural-risks-global-business/">https://cultureplusconsulting.com/2015/06/23/top-ten-cultural-risks-global-business/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Es ist bekannt, dass das Ausmaß der unternehmerischen Tätigkeit, z. B. ausgedrückt als Prozentsatz der Eigentümer:innen/Geschäftsführer:innen von Unternehmen im Verhältnis zur Erwerbsbevölkerung, von Land zu Land stark variiert. Diese Unterschiede hängen mit dem unterschiedlichen Stand der wirtschaftlichen Entwicklung und auch mit unterschiedlichen demografischen, kulturellen und institutionellen Merkmalen zusammen. Es gibt keine allgemein akzeptierte Interpretation der Kultur als Determinante des Unternehmertums, aber es gibt verschiedene Faktoren, die alle einen großen Einfluss auf den unternehmerischen Prozess haben.</p> <p>Da Gesellschaften von Natur aus mit unterschiedlichen physischen Umgebungen ausgestattet sind, müssen die Mitglieder der Gesellschaft umweltrelevante Verhaltensmuster annehmen, um erfolgreich zu sein. Solche Verhaltensmuster führen zur Herausbildung unterschiedlicher kultureller Werte in verschiedenen Gesellschaften, von denen einige die Entscheidung zur Gründung neuer Unternehmen beeinflussen. Somit ist die Kultur - im Gegensatz zu politischen, sozialen, technologischen oder wirtschaftlichen Kontexten - für wirtschaftliches Verhalten und Unternehmertum von Bedeutung.</p> <p>Heutzutage sind auch kleine und mittlere Unternehmen in internationalen Märkten tätig. Es kann vorkommen, dass der kulturelle Hintergrund Schwierigkeiten bereitet.</p>

### Zu den wichtigsten kulturellen Risiken, denen globale Unternehmen ausgesetzt sind, gehören:

01

Das Versäumnis, globale Geschäftsmodelle an den lokalen Markt anzupassen: Die Einstellungen und Verhaltensweisen der Verbraucher:innen sind stark von der Kultur beeinflusst. Wenn ein Unternehmen in einen neuen Markt eintritt, sollten die Geschäftsmodelle so angepasst werden, dass sie die lokalen Präferenzen, Sitten und Gewohnheiten widerspiegeln.

02

Das Versäumnis, regionale und subkulturelle Unterschiede zu erkennen: Innerhalb der Schwellenländer gibt es erhebliche regionale Unterschiede bei den Verbraucherpräferenzen und Marktbedingungen

03

Mangelndes Verständnis der lokalen Geschäftspraktiken: Ohne ein umfassendes Verständnis der Geschäftspraktiken in einem fremden Markt - einschließlich wirtschaftlicher, politischer, gesetzlicher und kultureller Einflüsse - können neue Marktteilnehmer:innen bei den Interessengruppen schnell auf verlorenem Posten stehen.

04

Versagen der kulturübergreifenden Anpassung von Managementpraktiken: Die meisten, wenn nicht sogar alle Managementtheorien, -modelle und -praktiken sind mit kulturspezifischen Annahmen behaftet. Keine Organisationstheorie ist universell.

05

Versäumnis, neue Chancen zu erkennen: Kulturelle Barrieren können dazu führen, dass Chancen verpasst werden.

06

Mangelndes Verständnis für lokale rechtliche und ethische Fragen: Globale Unternehmen sind mit einem komplexen Netz rechtlicher und ethischer Fragen konfrontiert. Im Jahr 2012 verlor Hermès in China einen Markenrechtsfall nach einem fünfzehnjährigen Kampf mit einer lokalen Firma in Foshan.

07

Versäumnis, das Personalmanagement an die lokalen Märkte anzupassen: Kulturelle Ignoranz kann die Fähigkeit eines Unternehmens gefährden, globale Talente anzuziehen, zu halten und zu nutzen. Wenn ausländische Unternehmen lokale Mitarbeiter:innen beschäftigen, muss die Personalpolitik an das kulturelle Profil der lokalen Mitarbeiter:innen angepasst werden.

08

Unwirksames Diversitätsmanagement: Die Forschung zeigt, dass Vielfalt ein zweischneidiges Schwert ist. Unterschiedliche Teams können die Leistung entweder verbessern oder beeinträchtigen.

09

Konflikte zwischen den Interessengruppen: Die Vielfalt erhöht die Komplexität unseres Austauschs. Sie vergrößert das Potenzial für Sprach- und andere Kommunikationsbarrieren und erhöht das Risiko von Mehrdeutigkeit, Wertkonflikten und unterschiedlichen Argumenten und Entscheidungen.

10

Fehlschläge bei der Auslandsentsendung: Untersuchungen über Auslandsentsandte haben ergeben, dass die Misserfolgsquote zwischen 15 und 25 Prozent liegt, in manchen Regionen sogar bei bis zu 70 Prozent. Misserfolge von Auslandsentsandten können zu Beziehungs- oder Reputationsschäden im Gastland führen.

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	<b>Arbeiten an der Aufgabe</b>	<p>Die Teilnehmer:innen werden in 10 Gruppen eingeteilt. Jede Gruppe wählt eines der oben genannten kulturellen Risiken aus und sucht im Internet nach Vorfällen, bei denen ein reales internationales Unternehmen mit diesem Risiko konfrontiert war und infolgedessen negativ beeinflusst wurde.</p> <p>Die Gruppe untersucht auch die Strategie, die von diesem Unternehmen zur Bewältigung der Situation eingesetzt wurde.</p> <p>Die Teilnehmer:innen sollen anschließend eine 5-minütige Präsentation über ihre Ergebnisse halten.</p>
25 Minuten	<b>Präsentationen: Teil 1</b>	5 Teams präsentieren ihre Arbeit
5 Minuten	<b>Pause</b>	Pause
25 Minuten	<b>Präsentationen: Teil 2</b>	Die restlichen 5 Teams präsentieren ihre Arbeit
5 Minuten	<b>Pause</b>	Pause
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



## 2.3 MASH-UP-Innovation

FLITZER & MASH-UP		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Den Teilnehmer:innenn helfen, Ideen für neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln</li> <li>Sie sollen ermutigt werden, darüber nachzudenken, wie sie die bestehenden Angebote verbessern können</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.1 Erkennen von Chancen:</b> Nutzen der eigenen Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten zur Wertschöpfung zu erkennen</li> <li><b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideen generieren, über neue Perspektiven und Verbesserungen nachdenken</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausdrucke von MASH-UP Arbeitsblättern</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Methoden: SCAMPER &amp; MASH-UP</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppendiskussionen und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Bei einem MASH-UP ist die Quantität am wichtigsten. Je mehr Ideen Sie haben, desto größer ist die Chance, eine wirklich brillante Lösung zu finden. In wenigen Minuten von der verrückten zur radikalen Lösung!
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.ideou.com/pages/ideation-method-MASH-UP">https://www.ideou.com/pages/ideation-method-MASH-UP</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Einführung	<p>MASH-UP ist eine Methode der kollaborativen Ideenfindung, bei der die Teilnehmer:innen innovative Konzepte entwickeln, indem sie verschiedene Elemente miteinander kombinieren. In einem zweiten Schritt kombinieren sie schnell Elemente aus diesen Bereichen, um neue, lustige und innovative Konzepte zu erstellen.</p> <p>1. Die Nachahmungstechnik <b>SCAMPER</b> nutzt bestehende Unternehmen als Inspiration.</p> <p>Wenn man versucht, neue Ideen zu finden, kann es schwierig sein, sie von Null an zu entwickeln, deshalb ist SCAMPER eine gute Methode zur Lösung dieses Problems.</p> <p>SCAMPER ist eine Abkürzung der Einzelschritte im Englischen (siehe unten).</p>
35 Minuten	SCAMPER	<p><b>Aufgabe:</b></p> <p>Stellen Sie sich ein bestehendes Produkt oder eine Dienstleistung vor und erstellen Sie daraus einen SCAMPER, z. B. ein Mobiltelefon. Stellen Sie sich folgende Fragen zu diesem Produkt, um kreative Ideen für die Entwicklung neuer und die Verbesserung bestehender Produkte zu finden.</p> <p><b>SUPPORT (UNTERSTÜTZUNG)</b> Welche Ressourcen, Regeln, Produkte oder Prozesse können Sie ersetzen, um das Produkt zu verbessern? Können Sie dieses Produkt auch anderswo oder als Ersatz für etwas anderes verwenden?</p> <p><b>COMBINE (KOMBINIEREN)</b> Was würde passieren, wenn Sie dieses Produkt mit einem anderen kombinieren, um etwas Neues zu schaffen? Was könnten Sie kombinieren, um den Nutzen dieses Produkts zu maximieren?</p> <p><b>ADAPT (ADAPTIEREN)</b> Wie könnten Sie dieses Produkt für einen anderen Zweck oder eine andere Verwendung anpassen oder umgestalten? Wer oder was könnte Ihr Vorbild dabei sein, um dieses Produkt anzupassen? In welchem anderen Kontext könnten Sie Ihr Produkt einsetzen?</p> <p><b>MODIFY (ANPASSEN)</b> Wie könnten Sie die Form, das Aussehen oder die Haptik Ihres Produkts verändern? Welches Element dieses Produkts könnten Sie verstärken, um etwas Neues zu schaffen?</p> <p><b>PUT TO ANOTHER USE (ANDERWEITIG NUTZBAR MACHEN)</b> Können Sie dieses Produkt auch anderswo verwenden, vielleicht in einer anderen Branche? Könnten Sie die Abfälle dieses Produkts recyceln, um daraus etwas Neues herzustellen?</p> <p><b>ELIMINATE (ELIMINIEREN)</b> Welche Funktionen, Teile oder Regeln könnten Sie streichen? Wie könnte man es kleiner, schneller, leichter oder interessanter machen?</p> <p><b>REVERSE – REARRANGE (UMKEHREN - NEU ANORDNEN)</b> Was würde passieren, wenn Sie diesen Prozess umkehren oder die Dinge anders anordnen würden? Was wäre, wenn Sie versuchen würden, genau das Gegenteil von dem zu tun, was Sie jetzt versuchen? Welche Rollen könnten Sie umkehren oder tauschen?</p>
10 Minuten	Pause	Pause

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Mash - Up Intro	<p>Jede gute Ideensitzung beginnt mit einer passenden Gelegenheit. Sie verwendet etwas, das wir "Wie könnten wir"-Statements nennen - einen optimistischen, lösungsorientierten Ausgangspunkt. Es ist wichtig, dass eine "Wie könnten wir"-Aussage eine breite Palette von Lösungen zulässt, aber eng genug gefasst ist, damit wir wissen, wo wir anfangen müssen. Bei einer Challenge zur Verbesserung der Patientenerfahrung in einem Krankenhaus begann eine der Ideensitzungen beispielsweise mit der Frage: "Wie könnten wir die Familien der Patientinnen und Patienten im Krankenhaus besser unterstützen?"</p> <p>Das MASH-UP ist eine der schnellsten und unterhaltsamsten Methoden, um Ideen zu entwickeln. Ein MASH-UP bringt seltsame oder unerwartete Dinge zusammen, um neue Ideen zu generieren.</p>
35 Minuten	Von der Idee zur Aktion	<p>Aufgabe: Erstellung eines eigenen MASH-UPs unter Beachtung der folgenden Schritte.</p> <p>Die Teilnehmer:innen sollen ein gedrucktes, zweiseitiges Arbeitsblatt erhalten, das unter Link #1 heruntergeladen werden kann - alternativ kann ein Google Jamboard erstellt werden, an dem die Teilnehmer:innen zusammenarbeiten können, wenn diese Aktivität virtuell durchgeführt wird.</p> <p><b>SCHRITT 1 - RAHMEN</b> - Formulieren Sie die Herausforderung in Form einer "Wie könnten wir"-Aussage.</p> <p><b>SCHRITT 2 - EINGRENZEN</b> - Wählen Sie zwei breite, nicht miteinander verbundene Kategorien, wie Krankenhäuser und Hotels oder Warteräume und Schulen. Denken Sie über Ihre Branche hinaus.</p> <p><b>SCHRITT 3 - GENERIEREN</b> - Beginnen Sie jeweils mit einer Kategorie und listen Sie in zwei Minuten so viele Elemente dieser beiden Erfahrungen auf, wie Sie können.</p> <p><b>SCHRITT 4 - MASH-UP</b> - Kombinieren Sie Elemente aus den beiden Listen, um so viele neue Produkte, Dienstleistungen oder Erfahrungen wie möglich zu entwickeln.</p> <p>Stellen Sie bei Schritt 4 einen Timer für ca. 10 Minuten ein, um der Aktivität eine gewisse Grenze zu setzen und noch mehr Ideen anzuspornen!</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>



## 2.4 Future Mapping und Erkundung von Möglichkeiten

Future-Mapping		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Methoden lernen, die Sie zu Ihrer idealen Zukunft führen</li> <li>• Neue unternehmerische Ideen entwickeln</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.4 Wertschätzung von Ideen:</b> Das Beste aus Ideen und Chancen machen</li> <li>• <b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erforschung des Future Mapping-Konzepts</li> <li>• Vergleiche zwischen der persönlichen Zukunftsplanung und der strategischen Planung eines Unternehmens anstellen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Future Mapping</li> <li>• Strategische Planung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://blog.learningstrategies.com/index.php/archives/4139">https://blog.learningstrategies.com/index.php/archives/4139</a></li> <li>• <a href="https://www.lucidchart.com/blog/5-steps-of-the-strategic-planning-process">https://www.lucidchart.com/blog/5-steps-of-the-strategic-planning-process</a></li> </ul>

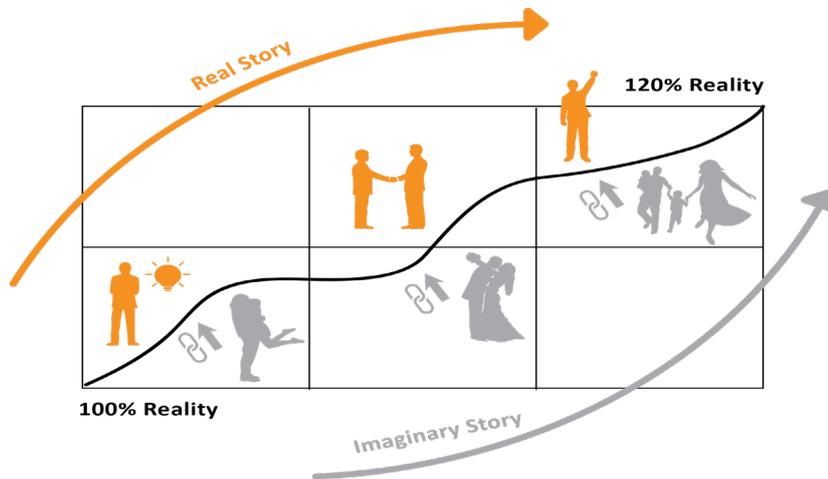
DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Future Mapping	Herangehensweise beim Future Mapping

Beim Future Mapping wird eine Karte mit sechs Bereichen (siehe unten) verwendet, um ein Handlungsszenario zur Erreichung Ihres Ziels zu erstellen. Auf der horizontalen Achse ist die Zeit in drei Perioden unterteilt. Auf der vertikalen Achse ist der Übergang von der negativen zur positiven Realität angegeben. Auf dieser Karte können Sie ein klares Handlungsszenario zeichnen, um Ihr Ziel zu erreichen.

**Future Mapping unterscheidet sich in zweierlei Hinsicht von anderen Methoden der Zielerreichung:**

- **Die erste** ist, dass Sie sowohl bewusste als auch unbewusste Gedanken auf einer Karte einzeichnen. Wie Sie sehen können, ist es eine kurvenreiche Linie mit Höhen und Tiefen, die die Karte in zwei Teile teilt. Unterhalb der geschwungenen Linie befindet sich der Bereich des Unterbewusstseins, in den Sie eine imaginäre "Geschichte" zeichnen. Oberhalb der geschwungenen Linie befindet sich der Bereich des Bewusstseins, wo Sie realistische "Handlungsszenarien" zeichnen.
- **Die zweite** Art und Weise, in der sich Future Mapping von anderen Methoden der Zielerreichung unterscheidet, ist der "Altruismus", d. h. die "selbstlose Rücksichtnahme oder Hingabe an das Wohlergehen anderer". Studien haben gezeigt, dass Altruismus die größte Ressource für Selbstveränderung ist.

Reale Geschichte, 120% Realität, Imaginäre Geschichte, 100% Realität



10 Minuten	<b>Future Mapping vs. Strategische Planung</b>	<p>Die moderierende Person stellt die 5 Schritte der persönlichen Zukunftsplanung und der strategischen Unternehmensplanung vor.</p> <p><b>Die Future Map besteht aus 5 Schritten:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Legen Sie den Umfang fest</li> <li>2. Kartieren Sie das Potenzial</li> <li>3. Identifizieren Sie die "dunkle" Seite</li> <li>4. Schaffen Sie eine fesselnde Erzählung</li> <li>5. Setzen Sie Worte in Taten um</li> </ol> <p><b>Schritte des strategischen Planungsprozesses:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bestimmen Sie Ihre strategische Position</li> <li>2. Setzen Sie Prioritäten bei Ihren Zielen</li> <li>3. Entwickeln Sie einen strategischen Plan</li> <li>4. Ausführen und Verwalten Ihres Plans</li> <li>5. Überprüfen und Überarbeiten Sie Ihren Plan</li> </ol>
40 Minuten	<b>Aufgabe</b>	<p>Die Teilnehmer:innen arbeiten in kleinen Gruppen.</p> <p><b>Aufgabe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen unter Link #1 und Link #2 prüfen</li> <li>• Einen Vergleich zwischen der persönlichen Zukunftsplanung und der organisatorischen Strategieplanung, den Schritten, Ähnlichkeiten und Unterschieden anstellen</li> <li>• Eigene Arbeit formulieren und 3-minütige Präsentationen vorbereiten</li> </ul>
30 Minuten	<b>Vorbereitungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Gruppen präsentieren ihre Arbeit, ihre Ansichten und Ergebnisse</li> </ul>
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>

# 03

## Produkt-/ Dienstleistungsentwicklung



### 3.1 Rapid Prototyping (wörtlich übersetzt: schneller Modellbau)

- Customer Journey Map
- Empathiekarte

### 3.2 Frugale Innovation

- Mit weniger mehr erreichen

### 3.3 Customer Journey

- Bedürfnisse und Wünsche der Kunden

## 3.1 Schnelles Prototyping

### Customer Journey Mapping

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schnelle Visualisierung von Stufen der Kundenreaktionen bei der Interaktion mit einem Produkt oder einer Dienstleistung</li> <li>Kosten- und zeiteffiziente Verbesserung des eigenen Unternehmens</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.1 Erkennen von Chancen</b> Nutzen der eigenen Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten der Wertschöpfung zu erkennen</li> <li><b>1.2 Kreativität</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>180 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Konzept einer Customer Journey Map kennenlernen</li> <li>Gruppenarbeit zur Erstellung der Customer Journey Map</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Journey Map</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://blog.hubspot.com/service/customer-journey-map">https://blog.hubspot.com/service/customer-journey-map</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=X7iXcP-wlkk">https://www.youtube.com/watch?v=X7iXcP-wlkk</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Einführung	<p>Eine Customer Journey Map ist eine visuelle Darstellung des Kundenerlebnisses. Sie hilft Ihnen, die Erfahrungen Ihrer Kund:innen mit Ihrer Marke über alle Berührungspunkte hinweg abzubilden.</p> <p>Die Kartierung der Customer Journey ist eine Voraussetzung für die Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses dessen, was Ihre Kund:innen denken, fühlen und welche Schwierigkeiten sich aus der Interaktion mit Ihrer Marke ergeben. Eine Customer Journey Map kann Ihren Teams helfen, sich auf die Lösung bekannter Probleme auszurichten, neue Hindernisse der Nutzer:innen zu identifizieren und Hindernisse für den Erfolg Ihrer Kund:innen (und damit Ihres Unternehmens) zu beseitigen. Diese Übung ermöglicht es Ihnen und Ihrem Team, ein Produkt/eine Dienstleistung/ein Unternehmen zu entwickeln, das die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe genau erfüllt, weil Sie besser verstehen, wie die Kund:innen reagieren.</p>
60 Minuten	Tieferes Verständnis des Themas	<p>Anschauen des Videos auf YouTube (Link #2) Die Teilnehmer:innen werden in 4 Gruppen aufgeteilt und lesen mehr über die Customer Journey unter Link #1.</p>
5 Minuten	Pause	Pause
60 Minuten	Erstellung einer Customer Journey Map	<p>Die Teilnehmer:innen werden gebeten, sich ein bekanntes internationales Unternehmen auszusuchen und dessen Customer Journey aus ihrer Sicht zu gestalten.</p> <p><b>Aufgabe: Erstellen Sie eine Customer Journey Map</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setzen Sie klare Ziele für die Map.</li> <li>2. Erstellen Sie ein Profil Ihrer Personas und definieren Sie deren Ziele.</li> <li>3. Stellen Sie Ihre Zielkunden-Personas heraus.</li> <li>4. Listen Sie alle Kontaktpunkte auf.</li> <li>5. Bestimmen Sie die Elemente, die Sie auf Ihrer Karte darstellen möchten.</li> <li>6. Bestimmen Sie, welche Ressourcen Sie haben und welche Sie benötigen.</li> <li>7. Probieren Sie die Customer Journey selbst aus.</li> <li>8. Nehmen Sie die erforderlichen Änderungen vor.</li> </ol>
5 Minuten	Pause	Pause
20 Minuten	Präsentationen	Jede Gruppe präsentiert ihre Arbeit
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

”

Eine Customer Journey Map ist eine visuelle Darstellung der Customer Journey (Kundenerfahrung).

## Empathiekarte

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visualisierung von Einstellungen und Verhaltensweisen in einer Empathiekarte</li> <li>• Teams dabei helfen, sich auf ein tiefes Verständnis der Endnutzer:innen auszurichten</li> <li>• Aufdeckung von Lücken in den vorhandenen Nutzerdaten.</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.1 Erkennen von Chancen:</b> Nutzen der eigenen Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten zur Wertschöpfung zu erkennen</li> <li>• <b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 90 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lernen Sie eine Empathiekarte kennen und arbeiten Sie an ihr</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon</li> <li>• Gedruckte Vorlagen für Empathiekarten</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empathiekarte</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://gamestorming.com/wp-content/uploads/2017/07/Empathy-Map-Canvas-006.pdf">https://gamestorming.com/wp-content/uploads/2017/07/Empathy-Map-Canvas-006.pdf</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Qz7EwkprvFE">https://www.youtube.com/watch?v=Qz7EwkprvFE</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	Einführung	<p>Empathiekarten ermöglichen es, intensiver über Geschäftsideen nachzudenken und die Kompetenzen beim Erkennen von Chancen zu verbessern.</p> <p>Empathiekarten können immer dann verwendet werden, wenn Sie sich in die Umgebung eines Nutzers bzw. einer Nutzerin hineinversetzen müssen. Sie können z. B. hilfreich sein, wenn Sie in die Kundensegmente eines Geschäftsmodells eintauchen, die Verhaltensweisen bei der Befragung eines Kunden bzw. einer Kundin erfassen, bei der Ausarbeitung von Benutzer-Personas, oder bei der Ausarbeitung des "Users" in einer User Story.</p> <p>Die Teilnehmer:innen sehen sich das Erklärvideo auf Link#2 an und werden über Link #1 in die Vorlage eingeführt.</p>
40 Minuten	Arbeitsprozess	<p>Die Teilnehmer:innen werden in mehrere Gruppen aufgeteilt. In jedem Team wird eine Person zur Leitung ernannt. Versammeln Sie Ihr Team und bitten Sie es, alle Personas, Daten oder Erkenntnisse über das Ziel Ihrer Empathiekarte mitzubringen.</p> <p>Die Teams erhalten gedruckte Vorlagen für Empathiekarten. Geben Sie jedem Teammitglied Klebezettel und einen Marker. Jede Person sollte ihre Gedanken auf den Zetteln notieren. Idealerweise sollte jeder mindestens einen Zettel zu jedem Abschnitt hinzufügen.</p> <p>Beginnen Sie mit dem Abschnitt ZIEL, indem Sie festlegen, WER das Thema der Empathiekarte sein wird und ein Ziel: etwas, das er oder sie tun muss. Dies sollte in Form eines beobachtbaren Verhaltens formuliert werden.</p> <p>Sobald sie das Ziel geklärt haben, arbeiten sie sich im Uhrzeigersinn durch die Karte auf der Seite unten, bis sie die Bereiche Sehen, Sagen, Tun und Hören abgedeckt haben.</p> <p>Nachdem die Teams die Karte von 1 bis 6 vollständig umrundet haben, konzentrieren sie sich darauf, was in ihrem Kopf bei Nummer 7 vor sich geht. Der große Kopf in der Mitte ist einer der wichtigsten Aspekte der Karte. Die ganze Idee ist, sich vorzustellen, wie es ist, im Kopf eines anderen zu sein. Dies ist das Hauptziel der Übung.</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>



## 3.2 Frugale Innovation

### Mit weniger mehr erreichen

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mehr über das Thema Frugale Innovation erfahren</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.4 Wertschätzung von Ideen:</b> Das Beste aus Ideen und Chancen machen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erforschung des Konzepts der Frugalen Innovation</li> <li>Ermitteln von realen Beispielen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frugale Innovation</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsta.2016.0372">https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsta.2016.0372</a></li> <li><a href="https://ideas.ted.com/the-genius-of-frugal-innovation/">https://ideas.ted.com/the-genius-of-frugal-innovation/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	Einführung	<p>Frugale Innovation kann als Versuch definiert werden, das Verhältnis von Wert zu Ressourcen zu maximieren. Der Wert kann für Kund:innen, Aktionäre oder die Gesellschaft im Allgemeinen sein. Ressourcen können Energie, Kapital oder Zeit sein. Frugale Innovation ist also die Fähigkeit, "mit weniger Ressourcen für mehr Menschen mehr zu erreichen", d. h. deutlich mehr Wert zu schaffen und gleichzeitig den Einsatz von Ressourcen zu minimieren.</p> <p>Der sparsame Ansatz ist bahnbrechend. Er verlangt von den Unternehmen, dass sie sich darauf konzentrieren, den Wert zu maximieren und gleichzeitig den Einsatz von Ressourcen zu minimieren. Es sei darauf hingewiesen, dass es in der Literatur verwandte Begriffe gibt, die sich mit ähnlichen Phänomenen befassen wie die, die der Begriff "frugale Innovation" abdeckt. Dazu gehören Jugaad-Innovation, gandhianische Innovation, Kosteninnovation, umgekehrte Innovation und integrative Innovation. Der Konsens scheint jedoch zu sein, dass der Begriff "frugale Innovation" die Bandbreite der Phänomene, die diese anderen Begriffe zu erfassen versuchen, am besten abbildet.</p> <p>Frugale Innovation weist eine wichtige allgemeine Ähnlichkeit mit den Definitionen von Effizienz in den Bereichen Technik und Wirtschaft auf: Alle drei befassen sich im Großen und Ganzen mit der Maximierung des Outputs (z. B. der produzierten Menge) bei gleichzeitiger Minimierung des Inputs (z. B. der materiellen Ressourcen).</p> <p>In den letzten Jahren hat die zunehmende Ressourcenknappheit und -volatilität den Druck auf die Unternehmen erhöht, sparsame Innovationen einzuführen. Mehrere Unternehmen haben inzwischen die ökologische Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt ihrer Geschäftsmodelle gestellt oder sind dabei, dies zu tun. Ein herausragendes Beispiel ist Unilever und sein Plan für nachhaltiges Leben von 2010.</p>

Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, mussten die Unternehmen den Ansatz der frugalen Innovation in einer Reihe von Tätigkeitsbereichen anwenden, z. B.:

01  
02  
03

- wie sie Rohstoffe **beziehen** und ihre Fabriken und Lieferketten verwalten,
- wie sie ihre Produkte **gestalten** und verpacken und
- wie sie die Verbraucher:innen **ansprechen**, um sie zu einem umweltbewussteren Konsumverhalten zu bewegen.

Im November 2010 startete Unilever den Sustainable Living Plan. Der Plan war von Natur aus frugal. Er zielte darauf ab, den Umsatz zu verdoppeln (d. h. den Wert zu steigern) und gleichzeitig die Umweltauswirkungen des Unternehmens zu halbieren (d. h. den Ressourcenverbrauch zu verringern) und zwar bis 2020.

Der Plan bestand aus drei Säulen:

01  
02  
03

- mehr Menschen einen Mehrwert **bieten** (z. B. Verbesserung von Gesundheit und Hygiene für über eine Milliarde neuer Verbraucher:innen, insbesondere in den Schwellenländern);
- Halbierung des ökologischen Fußabdrucks;
- **Verbesserung des Lebensunterhalts** von 500 000 Kleinbauer:innen und Händler:innen, mit denen das Unternehmen weltweit zusammenarbeitet.

Um ein:e sparsame:r Innovator:in zu werden, müssen einige Grundsätze beachtet werden:

01  
02  
03

- **Halten Sie es einfach.** Schaffen Sie keine Lösungen, um Kund:innen zu beeindrucken, sondern sorgen Sie dafür, dass sie einfach zu benutzen und allgemein zugänglich sind.
- **Erfinden Sie das Rad nicht neu.** Nutzen Sie vorhandene Ressourcen und Mittel, die weithin verfügbar sind
- **Horizontal denken und handeln.** Unternehmen neigen dazu, vertikal zu skalieren, indem sie den Betrieb in großen Fabriken und Lagern zentralisieren. Wenn Sie jedoch agil sein wollen, müssen Sie horizontal skalieren und eine Lieferkette mit kleineren Produktions- und Vertriebsseinheiten nutzen.

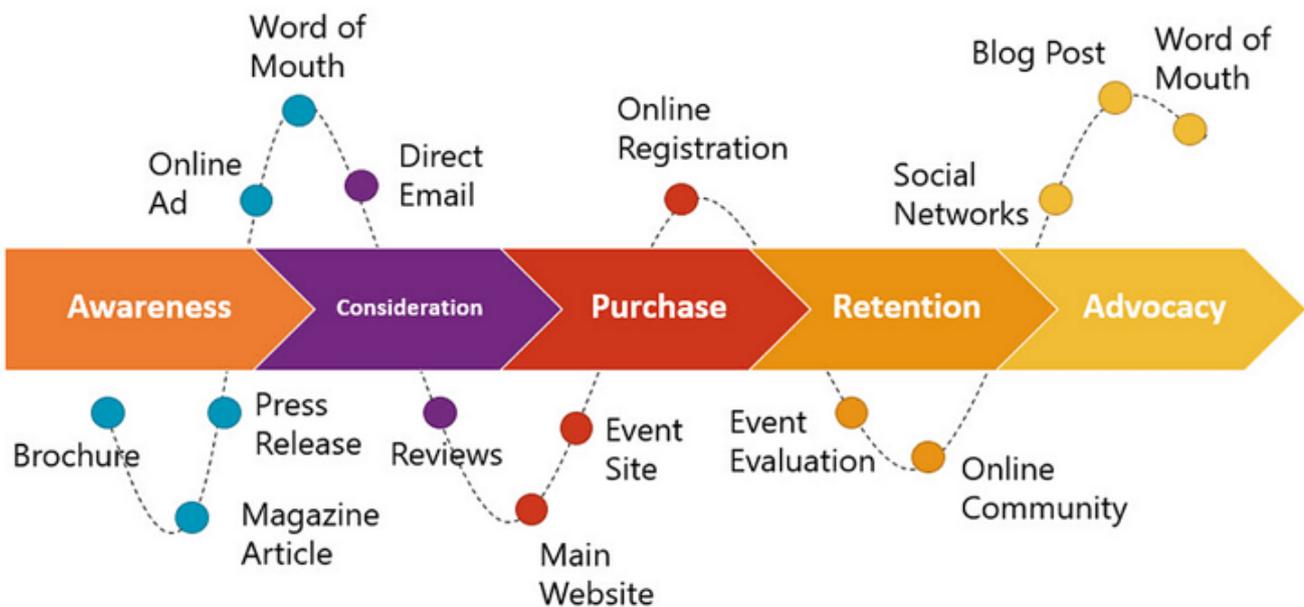
40 Minuten	Aufgabe	Die Teilnehmer:innen werden in kleine Gruppen eingeteilt und suchen im Internet nach realen Beispielen für frugale Innovationsansätze in Unternehmen. Sie bereiten diese Informationen in Form einer kurzen Präsentation vor und stellen sie den anderen Gruppen vor.
30 Minuten	Präsentationen	Die Teilnehmer:innen präsentieren die Ergebnisse der Aufgabe.
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

## 3.3 Customer Journey

### Bedürfnisse und Wünsche der Kund:innen

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Bedürfnisse und Wünsche der Kund:innen erkennen</li> <li>Verstehen der Customer's Journey und warum sie wichtig ist</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> <li><b>3.2 Planung und Management Prioritäten setzen,</b> organisieren und verfolgen</li> <li><b>3.4 Mit anderen zusammenarbeiten:</b> Teamwork, Zusammenarbeit und Vernetzung</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>90 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Reise der Kund:innen erkennen, Marktsegmente, Bedürfnisse und Wünsche finden</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> <li>Papiere, Stifte</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunde / Kundin</li> <li>Markt</li> <li>Bedürfnisse und Wünsche</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.simplypsychology.org/maslow.html">https://www.simplypsychology.org/maslow.html</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	<b>Einleitung: Eine Customer Journey Map</b>	<p>Eine Customer Journey Map ist eine visuelle Darstellung aller Erfahrungen, die Kund:innen mit einer Marke machen. Sie erzählt eine Geschichte, die mit dem ersten Kontakt beginnt und hoffentlich mit einer langfristigen, loyalen Beziehung endet.</p> <p>Um einem Kunden bzw. einer Kundin zu helfen, die verschiedenen Phasen der Customer Journey erfolgreich zu durchlaufen, müssen wir herausfinden, wer sie sind, was sie wollen und brauchen. So können wir ein Produkt oder eine Dienstleistung so anpassen, dass sie diese Bedürfnisse vollständig erfüllen.</p>



20 Minuten	<b>Aufgabe 1 - Wer sind die Kunden?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wählen Sie ein Unternehmen aus Instagram</li> <li>Identifizieren Sie potenzielle Marktsegmente oder Kundengruppen für dieses Unternehmen</li> </ul>
30 Minuten	<b>Aufgabe 2 - Bedürfnisse und Wünsche der Kund:innen</b>	<p>Ein Kundenbedürfnis ist ein Motiv, das einen Kunden bzw. eine Kundin dazu veranlasst, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen. Letztlich ist das Bedürfnis die Triebkraft für die Kaufentscheidung des Kunden bzw. der Kundin.</p> <p>Wir können die Maslowsche Bedürfnishierarchie in Bezug auf die Interaktion von Kund:innen mit Unternehmen betrachten (Link #1).</p> <p><b>Aufgabe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ermitteln Sie die Bedürfnisse und Wünsche der Kund:innen für das Unternehmen aus Aufgabe 1.</li> <li>Notieren Sie auf die linke Seite des Arbeitspapiers das entsprechende Marktsegment und auf die rechte Seite die Bedürfnisse und Wünsche.</li> </ul> <p><b>Ein Beispiel:</b></p> <p>Marktsegment: Besucher:innen/Tourist:innen            Marktsegment: Bedienung im Sitzen, Qualitätsessen, Ganztägiger Service, günstige Einkaufsmöglichkeiten, niedrige Preise, Touristeninformation, günstige Lage zu touristischen Orten</p>
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

# 04

## Entwicklung von Geschäftsmodellen



---

### 4.1 Was ist ein Unternehmen?

- Was ist ein Unternehmen?

---

### 4.2 Entwickeln eines Geschäftsmodells

- Business Model Canvas

---

### 4.3 Unternehmen im anderen Kontext

- Rechtsformen von Unternehmen
- Soziales Unternehmertum

## 4.1 Was ist ein Unternehmen?

### Was ist ein Unternehmen?

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen der verschiedenen Möglichkeiten der Unternehmensstrukturierung</li> <li>• Erkundung von Unternehmen in ihrem lokalen Kontext</li> <li>• Verstehen von Vor- und Nachteilen der einzelnen Rechtsformen</li> <li>• Verstehen der Bedeutung von unternehmerischen Schlüsselqualifikationen in einer Reihe von Kontexten</li> <li>• Logisches und strategisches Ergründen der Art des Geschäftsmodells, welches verfolgt werden soll</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Glaube an sich selbst und Weiterentwicklung</li> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überlegungen zu Unternehmenstypen in einem lokalen Kontext</li> <li>• Auswahl einer Unternehmensstruktur und Untersuchung der persönlichen Vor- und Nachteile</li> <li>• Erkundung der wichtigsten unternehmerischen Fähigkeiten in verschiedenen Bereichen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Geschäftsmodell</li> <li>• Rechtliche Struktur</li> <li>• Einzelunternehmen</li> <li>• Partnerschaft</li> <li>• Franchise</li> <li>• Gesellschaft mit beschränkter Haftung</li> <li>• Soziales Unternehmen</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	<p>Fördern Sie Gruppendiskussionen und die Verwendung lokaler Beispiele.</p> <p>Alle Aktivitäten können als Gruppensitzung oder als Einzelaktivitäten mit den Teilnehmer:innen durchgeführt werden.</p>
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.bbc.co.uk/teach/class-clips-video/business-ks4-gcse-music-mud-and-making-money-different-types-companies-ltds-plcs/zrk8qp3">https://www.bbc.co.uk/teach/class-clips-video/business-ks4-gcse-music-mud-and-making-money-different-types-companies-ltds-plcs/zrk8qp3</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Ein 'Unternehmen' kann definiert werden als eine Organisation, eine Firma oder ein großes Vorhaben, insbesondere eines welches Gewinn erzielen soll.</p> <p>Es gibt eine Reihe von Arten von Unternehmen, darunter Einzelunternehmen, Personengesellschaften und Gesellschaften mit beschränkter Haftung. Alternative Unternehmen können Sozialunternehmen und Franchiseunternehmen sein.</p> <p>Es ist wichtig zu bedenken, dass Projekte auch als Unternehmen bezeichnet werden können.</p> <p>In der nachstehenden Tabelle sind die Unternehmenstypen mit entsprechenden Beispielen aufgeführt.</p>
Typ des Unternehmens	Beispiele	Lokale Beispiele
<p><b>EINZELHÄNDLER:IN</b> Eine Person, die ein Unternehmen allein besitzt und betreibt. Dieses Unternehmen wird von einer einzelnen Person geführt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosmetiker:in</li> <li>• Taxifahrer:in</li> <li>• Gärtner:in</li> </ul>	
<p><b>PARTNERSCHAFT</b> Zwei oder mehr Personen leiten diese Art von Unternehmen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zahnärzt:innen</li> <li>• Anwalt:innen</li> <li>• Buchhalter:innen</li> </ul>	
<p><b>GESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER HAFTUNG</b> Eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung ist eine Unternehmensform, die rechtlich von ihren Eigentümer:innen (in der Regel Aktionär:innen) getrennt ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pharmazeutische Unternehmen</li> <li>• Bauunternehmen</li> <li>• Große Einzelhändler</li> </ul>	
<p><b>FRANCHISE</b> Ein Franchise-Unternehmen ist ein Betrieb, für den der/die Inhaber:in gegen eine Franchise-Gebühr eine Lizenz vergibt.</p>		
<p><b>SOZIALUNTERNEHMEN</b> Wie herkömmliche Unternehmen streben sie nach Gewinn, allerdings reinvestieren oder spenden sie ihre Gewinne, um einen positiven sozialen Wandel zu bewirken.</p>	<p><a href="https://www.nowgroup.org/">https://www.nowgroup.org/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozialer Wohnungsbau</li> <li>• Café</li> <li>• Kinderbetreuungseinrichtung</li> </ul>	

DAUER	TITEL	DETAILS	
10 Minuten	Aufgabe	Nutzen Sie die obige Tabelle und überlegen Sie sich für jeden Unternehmenstyp lokale Beispiele.	
10 Minuten	Erklärung der Geschäftsarten		
Typ des Unternehmens		Vorteile	Benachteiligungen
EINZELHÄNDLER:IN		<ul style="list-style-type: none"> <li>eigener Gewinn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>eigene Verantwortung</li> </ul>
PARTNERSCHAFT		<ul style="list-style-type: none"> <li>Geteiltes Risiko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meinungsverschiedenheiten</li> </ul>
GESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER HAFTUNG		<ul style="list-style-type: none"> <li>Beschränkte Haftung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzielle Informationen sind öffentlich</li> </ul>
FRANCHISE		<ul style="list-style-type: none"> <li>Anerkannte Marke und Ruf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laufende Gebühren</li> </ul>
SOZIALUNTERNEHMEN		<ul style="list-style-type: none"> <li>Einen Beitrag zur Gesellschaft leisten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Begrenzter persönlicher finanzieller Gewinn</li> </ul>
20 Minuten	Aufgabe	<ol style="list-style-type: none"> <li>Denken Sie über die Tabelle nach und überlegen Sie sich weitere Vor- und Nachteile für jede Struktur.</li> <li>Wenn Sie Ihr eigenes Unternehmen gründen würden, welche Rechtsform würden Sie bevorzugen und warum?</li> </ol>	
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.	



## 4.2 Entwickeln Sie Ihr Geschäftsmodell

Business Model Canvas		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erlernen eines neuen strategischen Management-Tools: Business Model Canvas (BMC)</li> <li>BMC praktizieren, Arbeitsergebnisse überprüfen und schätzen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> <li><b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>130 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erforschung des Konzepts des Business Model Canvas</li> <li>Üben der Arbeit am BMC</li> <li>Überprüfen der Ergebnisse</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon, Laptop</li> <li>Ausdruck einer Business Model Canvas Vorlage</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BMC</li> <li>Strategisches Management</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=AdpGgWHraXU">https://www.youtube.com/watch?v=AdpGgWHraXU</a></li> <li><a href="https://neoschronos.com/download/business-model-canvas/pdf/">https://neoschronos.com/download/business-model-canvas/pdf/</a></li> <li><a href="https://canvanizer.com/new/business-model-canvas">https://canvanizer.com/new/business-model-canvas</a></li> <li><a href="https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/">https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	Einführung	<p>Das Business Model Canvas ist eine strategische Managementvorlage für die Entwicklung neuer und die Dokumentation bestehender Geschäftsmodelle. Es bietet ein visuelles Diagramm mit Elementen, die das Wertversprechen eines Unternehmens oder Produkts, die Infrastruktur, die Kund:innen und die Finanzen beschreiben und Unternehmen bei der Ausrichtung ihrer Aktivitäten unterstützen, indem sie mögliche Kompromisse aufzeigen.</p> <p>Das Business Model Canvas reflektiert systematisch das Geschäftsmodell, sodass sich Segment für Segment auf das Geschäftsmodell konzentriert werden kann. Das bedeutet auch, dass Sie mit einem "Brain Dump" beginnen und die Segmente ausfüllen können, die Ihnen zuerst in den Sinn kommen und dann an den leeren Segmenten arbeiten, um die Lücken zu schließen. Die folgende Liste mit Fragen hilft Ihnen beim Brainstorming und beim Vergleich verschiedener Varianten und Ideen für Ihre nächste Geschäftsmodellinnovation.</p> <p>Bitte sehen Sie sich Link #4 und das Video unter Link #1 an, um das Konzept besser zu verstehen.</p>
50 Minuten	BMC erstellen	<p>Die Teilnehmer:innen werden in kleine Gruppen aufgeteilt. Sie erhalten gedruckte BMC-Vorlagen (heruntergeladen unter Link #2) oder sie nutzen das kostenlose Online-Tool zum Ausfüllen der BMC unter Link #3.</p> <p><b>Aufgabe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brainstorming von Geschäftsideen in Ihrem Team</li> <li>• Wählen Sie davon eine aus und wenden Sie BMC auf diese Idee an</li> </ul>
10 Minuten	Pause	Pause
20 Minuten	Überprüfung	<p>Gehen Sie einen Schritt zurück und prüfen Sie, ob jedes Kundensegment mit einem Wertversprechen und einer Einnahmequelle verbunden ist. Vergewissern Sie sich, dass alles, was sich auf der linken Seite der Leinwand befindet, zur Unterstützung der rechten Seite der Leinwand benötigt wird. Alles andere kann weg.</p> <p><b>Bewerten Sie die Leistung Ihres Geschäftsmodells (0: schlecht, 10: ausgezeichnet) für jede der folgenden Fragen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inwieweit verhindern Wechselkosten, dass Ihre Kund:innen abwandern?</li> <li>• Wie skalierbar ist Ihr Geschäftsmodell?</li> <li>• Erzielt Ihr Geschäftsmodell wiederkehrende Einnahmen?</li> <li>• Verdienen Sie, bevor Sie ausgeben?</li> <li>• Wie viel der Arbeit kann von anderen erledigt werden?</li> <li>• Bietet Ihr Geschäftsmodell einen integrierten Schutz vor Wettbewerb?</li> <li>• Auf welcher Kostenstruktur basiert Ihr Geschäftsmodell?</li> </ul>
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

## 4.3 Unternehmen im anderen Kontext

Rechtsformen von Unternehmen		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informationen über gängige Rechtsformen von Unternehmen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>80 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechtsformen von Unternehmen kennenlernen</li> <li>lokale Beispiele erforschen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon, Laptop</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formen der Unternehmensstruktur</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.gruenderkueche.de/unternehmen-gruenden/unternehmensformen-im-ueberblick/">https://www.gruenderkueche.de/unternehmen-gruenden/unternehmensformen-im-ueberblick/</a></li> <li><a href="https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/business-structure/">https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/business-structure/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Die Unternehmensrechtsform bezieht sich auf die rechtliche Struktur einer Organisation, die in einer bestimmten Rechtsordnung anerkannt ist. Diese ist ein entscheidender Faktor für die Durchführbarkeit bestimmter Aktivitäten, wie z. B. die Kapitalbeschaffung, die Verantwortung für die Verpflichtungen des Unternehmens sowie die Höhe der Steuern, die die Organisation den Steuerbehörden zahlen muss.</p> <p>Bevor Unternehmer:innen sich für eine Rechtsform entscheiden, sollten sie zunächst ihre Bedürfnisse und Ziele berücksichtigen und die Merkmale der einzelnen Unternehmensstrukturen kennen.</p> <p><b>Von Land zu Land kann es unterschiedliche Formen geben, aber es gibt im Allgemeinen vier gängige Unternehmensstrukturen:</b></p>

## Einzelunternehmung

Ein Einzelunternehmen ist die einfachste Unternehmensstruktur und umfasst eine Einzelperson, die für das Tagesgeschäft des Unternehmens verantwortlich ist. Auch aus steuerlicher Sicht werden die Einnahmen und Ausgaben des Unternehmens in der Steuererklärung des Eigentümers oder der Eigentümerin aufgeführt.

## Personengesellschaft

Eine Personengesellschaft ist eine Unternehmensform, die zwei oder mehr Eigentümer:innen umfasst. Sie ist die einfachste Rechtsform für ein Unternehmen mit zwei oder mehr Eigentümer:innen. Eine Personengesellschaft weist viele Ähnlichkeiten mit einem Einzelunternehmen auf.

## Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) ist eine hybride Unternehmensstruktur, die das Beste aus beiden Welten vereint, d.h. sie besitzt die Eigenschaften von Personen- und Kapitalgesellschaften. Sie bietet den Geschäftsinhaber:innen Schutz vor persönlicher Haftung und reduziert gleichzeitig die Steuer- und Geschäftsanforderungen. Die Gewinne und Verluste des Unternehmens werden an die Eigentümer:innen weitergegeben und jede:r Geschäftsinhaber:in ist verpflichtet, einen Teil der Gewinne/Verluste in seine/ihre persönliche Steuererklärung aufzunehmen.

## Kapitalgesellschaften

Eine Kapitalgesellschaft ist eine Unternehmensstruktur, die dem Unternehmen eine von den Eigentümer:innen getrennte Rechtspersönlichkeit verleiht. Ihre Gründung ist komplex, kostenintensiv und die Eigentümer:innen müssen mehr steuerliche Anforderungen und Vorschriften einhalten.

Ein Einzelunternehmen und eine Personengesellschaft sind einfach zu gründen, da sie keine laufenden Anforderungen wie Gesellschafterversammlungen und Abstimmungen erfüllen müssen. Eine Aktiengesellschaft und eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung bieten ihren Eigentümer:innen einen begrenzten Haftungsschutz.

40 Minuten	Aufgabe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informieren Sie sich im Internet und finden Sie heraus, ob es in Ihrem Land verschiedene Unternehmensrechtsformen gibt.</li> <li>• Diskutieren Sie die Vor- und Nachteile der in Ihrem Land existierenden Formen.</li> </ul>
20 Minuten	Nachbesprechung	Die Nachbesprechung wird von der moderierende Person geleitet und die Teilnehmer:innen tauschen ihre Ergebnisse und Meinungen über ihre Arbeitserfahrungen aus.

## Soziales Unternehmertum

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definieren, was ein Unternehmenskontext ist</li> <li>Untersuchung des Konzepts des sozialen Unternehmertums</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1.4 Wertschätzung von Ideen:</b> Das Beste aus Ideen und Chancen machen</li> <li><b>1.5 Ethisches und nachhaltiges Denken:</b> Abschätzung der Folgen und Auswirkungen von Ideen, Möglichkeiten und Handlungen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erkundung des Unternehmenskontextes und der Idee des sozialen Unternehmertums</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon, Laptop</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geschäftsmodell</li> <li>Unternehmenskontext</li> <li>Soziales Unternehmertum</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition">https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Der Unternehmenskontext wird auch als "Artefakt der Geschäftsarchitektur" bezeichnet, da er Daten über das Unternehmen und seine Ziele offenbart. Ein Unternehmenskontextmodell ist häufig eine visuelle Darstellung der an einem kollaborativen Prozess beteiligten Akteure und Parteien, wobei Teile eines Geschäftsprozesses gut miteinander integriert sind. Andere Aspekte des Unternehmenskontextes können die Definition einer Geschäftsstrategie und die Betrachtung von konzeptionellen Modellen für Wachstum und Expansion oder die Berücksichtigung von Anforderungen für geschäftliche Veränderungen beinhalten.</p> <p>Zusammen mit einer Reihe anderer Schritte kann die Auseinandersetzung mit dem Unternehmenskontext bei der Erneuerung der Unternehmensarchitektur helfen, die nicht nur für den täglichen Betrieb, sondern auch für langfristige Ziele von entscheidender Bedeutung ist.</p> <p>Soziales Unternehmertum ist der Prozess des Erkennens und der Verfolgung von Möglichkeiten zur Schaffung von sozialem Wert. Sozialunternehmer:innen sind innovativ, einfallsreich und ergebnisorientiert. Sie stützen sich auf die besten Ideen aus der Geschäftswelt und der Welt der gemeinnützigen Organisationen, um Strategien zu entwickeln, die ihre soziale Wirkung maximieren. Diese unternehmerischen Führungskräfte sind in allen Arten von Organisationen tätig: großen und kleinen, neuen und alten, religiösen und säkularen, gemeinnützigen, gewinnorientierten und gemischten. Diese Organisationen machen den "sozialen Sektor" aus.</p>
50 Minuten	Aufgabe	<p><b>Die Teilnehmer:innen arbeiten in kleinen Gruppen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suchen Sie im Internet nach erfolgreichen sozialen Unternehmer:innen und Unternehmen.</li> <li>• Erkunden Sie deren Geschäfts- und Sozialmodells.</li> <li>• Untersuchen Sie die Unterschiede zwischen diesem Sozialunternehmen und anderen Unternehmen, die in demselben Bereich tätig sind.</li> <li>• Schreiben Sie 5 Eigenschaften auf, die gute Unternehmer:innen haben müssen.</li> <li>• Schreiben Sie 5 Eigenschaften auf, die gute Sozialunternehmer:innen haben müssen.</li> <li>• Erstellen Sie eine kurze Präsentation über Ihre Arbeit .</li> </ul>
30 Minuten	Präsentationen	Gruppen präsentieren ihre Erkenntnisse und Arbeitsergebnisse.
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



# 05

## Bewältigung von Herausforderungen



---

### 5.1 Umgang mit Risiken

- Grundlagen des Risikomanagements

---

### 5.2 Aus Misserfolgen lernen

- Entscheidungsbaum

---

### 5.3 Interne und externe Herausforderungen

- VRIO-Analyse

---

### 5.4 Empowerment

- Vom Feedback zum Fokus

# 5.1 Umgang mit Risiken

## Grundlagen des Risikomanagements

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkundung der Grundlagen des Risikomanagements</li> <li>• Vorstellung der Arten von Risiken</li> <li>• Lernen, wie man eine Risikobewertungsmatrix erstellt</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.4 Finanzielle und wirtschaftliche Kompetenz:</b> Entwicklung finanzieller und wirtschaftlicher Kenntnisse</li> <li>• <b>3.3 Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko:</b> Entscheidungen im Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko treffen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 180 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition der Risikotypen</li> <li>• Praktiken der Risikobewertung</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Laptop, Tablet, Mobiltelefon</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risikomanagement</li> <li>• Risikobewertung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input checked="" type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/manage-risk/">https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/manage-risk/</a></li> <li>• <a href="https://www.ntaskmanager.com/blog/risk-assessment-matrix/">https://www.ntaskmanager.com/blog/risk-assessment-matrix/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten		<p>Jedes Unternehmen ist mit Risiken konfrontiert, die seinen Erfolg bedrohen könnten. Risiko ist definiert als die Wahrscheinlichkeit des Eintritts eines negativen Ereignisses und seiner Folgen. Unter Risikomanagement versteht man die Anwendung von Verfahren, Methoden und Instrumenten zur Bewältigung dieser Risiken.</p> <p>Beim Risikomanagement geht es darum, zu ermitteln, was schief gehen könnte, welche Risiken bewältigt werden sollten und Strategien zur Bewältigung umzusetzen. Unternehmen, die Risiken schnell erkennen, sind besser vorbereitet und können kostengünstiger mit ihnen umgehen.</p> <p>In diesem Leitfaden wird dargelegt, wie Sie die Risiken, denen Ihr Unternehmen ausgesetzt ist, ermitteln können. Außerdem wird erläutert, wie Sie eine wirksame Risikomanagementpolitik und ein wirksames Risikomanagementprogramm einführen können, um die Erfolgchancen Ihres Unternehmens zu erhöhen und die Wahrscheinlichkeit eines Misserfolgs zu verringern.</p> <p><b>Ein Risikomanagementprozess beinhaltet:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• methodische Identifizierung der Risiken im Zusammenhang mit Ihren Geschäftsaktivitäten</li> <li>• Bewertung der Wahrscheinlichkeit des Eintretens eines Ereignisses</li> <li>• Kennenlernen von Strategien, wie man auf diese Ereignisse reagieren kann</li> <li>• Einrichtung von Systemen zur Bewältigung der Folgen</li> <li>• Überwachung der Wirksamkeit Ihrer Risikomanagementansätze und -kontrollen</li> </ul> <p><b>Dies hat zur Folge, dass der Prozess des Risikomanagements:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entscheidungsfindung, Planung und Prioritätensetzung verbessert.</li> <li>• Ihnen hilft, Kapital und Ressourcen effizienter einzusetzen.</li> <li>• es Ihnen ermöglicht, vorzusehen, was schief gehen könnte und so den Aufwand für die Krisenbekämpfung zu minimieren oder im schlimmsten Fall eine Katastrophe oder schwere finanzielle Verluste zu verhindern.</li> <li>• die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihren Geschäftsplan pünktlich und im Rahmen des Budgets vorlegen können, deutlich erhöht</li> </ul> <p><b>Die Arten von Risiken, denen Unternehmen ausgesetzt sind:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>strategisch</b>, z.B. wenn ein:e neue:r Wettbewerber:in auf den Markt kommt</li> <li>• <b>Einhaltung von Vorschriften</b>, z. B. die Einführung neuer Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften</li> <li>• <b>finanzieller Art</b>, z. B. Nichtzahlung durch einen Kunden bzw. eine Kundin oder erhöhte Zinskosten für einen Geschäftskredit</li> <li>• <b>operativ</b>, z. B. Ausfall oder Diebstahl von wichtigen Geräten</li> </ul>
60 Minuten	Aufgabe: Teil 1	<p><b>Die Teilnehmer:innen arbeiten in kleinen Gruppen an einer Aufgabe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führen Sie in Ihrer Gruppe ein Brainstorming über die Geschäftsideen durch und wählen Sie eine aus</li> <li>• Diskutieren Sie und stellen Sie sicher, dass alle Gruppenmitglieder das Konzept dieses Unternehmens gut verstehen</li> <li>• Nutzen Sie die im vorherigen Teil der Sitzung erläuterten Informationen und ermitteln Sie alle Arten von Risiken für Ihre Geschäftsidee: Strategisch, Einhaltung der Vorschriften, Finanziell, Operativ (Für ein besseres Verständnis der Risikoarten können Sie Link #1 aufrufen)</li> </ul>
10 Minuten	Pause	Pause
60 Minuten	Aufgabe: Teil 2	Untersuchen Sie die Informationen auf Link #2 und erstellen Sie die Risikobewertungsmatrix.
10 Minuten	Pause	Pause
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

## 5.2 Aus Misserfolgen lernen

Entscheidungsbaum		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lernen, gut zwischen mehreren Handlungsoptionen zu wählen</li> <li>Aufzeigen von Optionen und Untersuchung der möglichen Folgen der Wahl dieser Optionen</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>3.1 Ergreifen der Initiative:</b> Ergreifen Sie die Initiative</li> <li><b>3.3 Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko:</b> Entscheidungen im Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko treffen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>80 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuelle Arbeit zur Entscheidungsfindung mithilfe des Entscheidungsbaums</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> <li>Papiere, Stifte</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entscheidungsbaum</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.mindtools.com/dectree.html">https://www.mindtools.com/dectree.html</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=4D_tyoJUIqo">https://www.youtube.com/watch?v=4D_tyoJUIqo</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Entscheidungsfindung ist eine notwendige Fähigkeit beim Umgang mit Herausforderungen. Sie bringt Sie voran und dieses Vorwärtskommen, das Handeln, ist der Schlüssel zur Bewältigung von Herausforderungen.</p> <p>Entscheidungsbaume sind ein praktisches Hilfsmittel, um zwischen verschiedenen Handlungsoptionen zu wählen.</p> <p>Teilnehmer:innen lesen weitere Informationen unter Link #1 und sehen sich das Video unter Link #2 an.</p>
30 Minuten	Zeichnen eines Entscheidungsbaums	<p><b>Die Teilnehmer:innen werden gebeten, über eine wichtige Entscheidung nachzudenken, die sie demnächst treffen werden und folgenden Anweisungen zu folgen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeichnen Sie ein kleines Quadrat zur Visualisierung der Entscheidung links auf ein großes Blatt Papier.</li> <li>• Zeichnen Sie von diesem Kästchen aus Linien nach rechts für jede mögliche Lösung und schreiben Sie die entsprechende Lösung entlang der Linie.</li> <li>• Betrachten Sie die Ergebnisse am Ende jeder Zeile. Wenn das Ergebnis der Entscheidung ungewiss ist, zeichnen Sie einen kleinen Kreis. Wenn das Ergebnis eine weitere Entscheidung ist, die Sie treffen müssen, zeichnen Sie ein weiteres Quadrat. Die Quadrate stehen für Entscheidungen, die Kreise für ungewisse Ergebnisse. Schreiben Sie die Entscheidung oder den Faktor über das Quadrat oder den Kreis. Wenn Sie die Lösung am Ende der Zeile fertiggestellt haben, lassen Sie sie einfach leer.</li> <li>• Zeichnen Sie, ausgehend von den neuen Entscheidungsquadraten in Ihrem Diagramm, Linien, die die wählbaren Optionen darstellen. Zeichnen Sie von den Kreisen aus Linien, die mögliche Ergebnisse darstellen. Notieren Sie wiederum kurz, was die Linie bedeutet.</li> <li>• Machen Sie so lange weiter, bis Sie so viele mögliche Ergebnisse und Entscheidungen herausgearbeitet haben, wie Sie aus den ursprünglichen Entscheidungen ableiten können.</li> </ul> <p>Ein Beispiel finden Sie unter Link #1.</p>
10 Minuten	Entscheidungsbaum auswerten	<p>Um den Entscheidungsbaum zu bewerten, können Sie herausfinden, welche Option für Sie den größten Wert hat. Beginnen Sie damit, jedem möglichen Ergebnis einen Geldwert oder eine Punktzahl zuzuweisen. Schätzen Sie, wie viel es Ihnen wert wäre, wenn dieses Ergebnis eintreten würde.</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>



## 5.3 Interne und externe Herausforderungen

### VRIO-Analyse

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen, wie man Komplexität angeht, Hindernisse überwindet und praktikable Lösungen findet</li> <li>• Erlangung der notwendigen Fähigkeiten für jede:n erfolgreiche:n Manager:in</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.4 Finanzielle und wirtschaftliche Kompetenz:</b> Entwicklung finanzieller und wirtschaftlicher Kenntnisse</li> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherchieren, Schreiben, Denken, Skizzieren, Planen, Videos ansehen, Zuhören</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stift</li> <li>• Papier</li> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Ruhiger Raum</li> <li>• Ausdruck einer VRIO-Analysevorlage</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VRIO</li> <li>• Wettbewerbsvorteil</li> <li>• Entscheidungsbaum</li> <li>• Entscheidung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input checked="" type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://managementmania.com/en/vrio-analysis">https://managementmania.com/en/vrio-analysis</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RMIbCpcpSt8">https://www.youtube.com/watch?v=RMIbCpcpSt8</a></li> <li>• <a href="https://praxie.com/vrio-analysis-model-online-tools-templates/">https://praxie.com/vrio-analysis-model-online-tools-templates/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Die VRIO-Analyse ist eine Analysetechnik zur Bewertung der Unternehmensressourcen und damit des Wettbewerbsvorteils. Der Wettbewerbsvorteil bezieht sich auf Faktoren, die es einem Unternehmen ermöglichen, Waren oder Dienstleistungen besser oder billiger zu produzieren als seine Konkurrenz.</p> <p>VRIO ist ein Akronym aus den Anfangsbuchstaben der Namen der Bewertungsdimensionen: Value (Wert), Rarity (Seltenheit), Imitability (Nachahmungsfähigkeit) und Organisation.</p> <p>Die VRIO-Analyse wurde entwickelt, um die Ressourcen einer Organisation wie folgt zu bewerten: Finanzielle Ressourcen, Humanressourcen, materielle Ressourcen, nicht-materielle Ressourcen (Informationen, Wissen).</p> <p>Sie eignet sich für die Bewertung der Unternehmensressourcen. Wenn Sie Ihre Ressourcen kennen, können Sie Ihre Wettbewerbsvorteile oder Schwächen besser verstehen. VRIO berücksichtigt für jeden Ressourcentyp die folgenden Fragen (die sogenannten Bewertungsdimensionen) sowohl für Ihr Unternehmen als auch für Ihre Wettbewerber:innen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Wert</b> - Wie teuer ist die Ressource und wie leicht ist sie auf dem Markt zu bekommen (Kauf, Leasing, Miete)?</li> <li>• <b>Seltenheit</b> - Wie selten oder begrenzt ist die Ressource?</li> <li>• <b>Nachahmungsfähigkeit</b> - Wie schwierig ist es, die Ressource zu imitieren?</li> <li>• <b>Organisation - bzw. Vereinbarung</b> - Wird die Ressource durch bestehende Vereinbarungen unterstützt und kann die Organisation sie angemessen nutzen?</li> </ul>
40 Minuten	Durchführen der Analyse	<p>Die Teilnehmer:innen werden in mehrere Gruppen aufgeteilt, wählen ein erfolgreiches Unternehmen ihrer Wahl aus und führen eine VRIO-Analyse durch, indem sie vier Fragen zu den Ressourcen oder Strategien stellen, über die das Unternehmen verfügt:</p> <p> <b>Frage 1:</b> Die Frage nach dem Wert: "Verfügt die Organisation über wertvolle Ressourcen?" Eine wertvolle Ressource oder Strategie ist jene, die Vorteile auf dem Markt bietet, wie z. B. höhere Gewinne oder geringere Kosten. Wenn die Antwort auf diese Frage "Nein" lautet: Nehmen Sie sich mehr Zeit, um kritisch darüber nachzudenken, welchen Wert Ihre Ressourcen haben.</p> <p> <b>Frage 2:</b> Die Frage der Seltenheit: "Verfügen relativ wenige Organisationen über die Strategien oder Ressourcen, die Ihre Organisation besitzt?" Diese Frage zwingt Sie im Allgemeinen dazu, sich zu überlegen, ob Ihre Ressourcen nur in Ihrer Organisation vorhanden sind oder ob sie von allen Ihren Konkurrent:innen genutzt werden. Wenn die Antwort auf diese Frage "Nein" lautet, wird es für Ihr Unternehmen schwieriger sein, einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen und aufrechtzuerhalten, da die Aspekte, die Ihre Ressourcen wertvoll machen, von jedem beschafft werden können.</p> <p> <b>Frage 3:</b> Die Frage der Nachahmung: "Gibt es kostspielige Konsequenzen für die Organisationen, die nicht im Besitz der Ressourcen oder Strategien Ihrer Organisation sind?" Diese Nachteile entstehen insbesondere dadurch, dass die Ressource oder Strategie, über die ein Unternehmen verfügt und die einen Wettbewerbsvorteil bietet, von keinem anderen Unternehmen nachgeahmt, gekauft oder ersetzt werden kann. Wenn die Antwort auf diese Frage "Nein" lautet, kann jeder Wettbewerbsvorteil, den Ihr Unternehmen hat, leicht verloren gehen.</p>

DAUER	TITEL	DETAILS
40 Minuten	Durchführen der Analyse  	<b>Frage 4: Die Frage der Organisation: "Ist das Unternehmen in der Lage, diese Ressourcen so zu nutzen, dass es den größtmöglichen Nutzen aus ihnen zieht?"</b> <b>Ob ein Unternehmen in der Lage ist, seine Ressourcen in vollem Umfang zu nutzen, lässt sich u. a. anhand der Vergütungspolitik (d. h. des Budgets, der Gehälter oder der Aktienkurse), des Managements (d. h. der Frage, inwieweit die Entscheidungen des Managements mit den Zielen des Unternehmens übereinstimmen) und der Befehlskette (d. h. der Frage, wer wem unterstellt ist) beurteilen.</b> <b>Wenn die Antwort auf diese Frage "Nein" lautet, wird das Unternehmen nur einen kurzlebigen Wettbewerbsvorteil haben.</b>
20 Minuten	Reflexion	<b>Fragebogen zum Nachdenken:</b>  Haben Sie Ihre Meinung über einige Aspekte Ihres Unternehmens geändert? Warum ja/nein? Gibt es Entscheidungen, die Sie sofort treffen müssen? Wie lange dauert Ihre Entscheidung - eine Woche, einen Monat, ein Jahr?
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.



## 5.4 Empowerment

### Vom Feedback zum Fokus

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkunden der Fähigkeiten und Eigenschaften, die zum persönlichen Empowerment beitragen</li> <li>• Trainieren von Methoden, die zur persönlichen Selbstbestimmung führen</li> <li>• Erörtern, welche Möglichkeiten man hat und wie man andere stärken kann</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Denken Sie über Ihre kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnisse, Bestrebungen und Wünsche nach.</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelarbeit/Diskussionen</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gedruckte Arbeitsblätter</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empowerment</li> <li>• Stärken</li> <li>• Schwächen</li> <li>• Entwicklungsziele</li> <li>• Leistungsanalyse</li> <li>• Selbsterfahrung</li> <li>• Motivation</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragebogen zur Selbstreflexion</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Alle Aktivitäten können als Gruppensitzung oder als individuelle Aktivitäten mit den Teilnehmer:innenn durchgeführt werden.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.2020insight.net/40/PowerUser/traintoingrain/Self-DevelopmentToolkit.pdf">https://www.2020insight.net/40/PowerUser/traintoingrain/Self-DevelopmentToolkit.pdf</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS												
10 Minuten	Einführung	<p>Durch das Geben und Erhalten von Feedback können wir verstehen, wie andere uns sehen und gleichzeitig andere wissen lassen, wie wir sie sehen. Seit vielen Jahren wird das Johari-Fenster bei Einzelpersonen und Gruppen eingesetzt, um zu beschreiben, wie wir sowohl Feedback einholen als auch mehr über uns selbst preisgeben können und welche Vorteile dies mit sich bringt.</p> <p>Einführung in das Toolkit zur Selbstentwicklung (Link #1)</p>												
10 Minuten	Anweisungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denken Sie darüber nach, was die Leute Ihnen erzählen</li> <li>• Sortieren Sie Kommentare und Bewertungen</li> <li>• Ermitteln Sie Stärken und Schwächen</li> <li>• Bereiten Sie sich darauf vor, Folgefragen zum Feedback zu stellen</li> <li>• Halten Sie zusätzliches Feedback fest, sobald Sie es erhalten</li> <li>• Setzen Sie sich Entwicklungsziele. Die Festlegung eines SMART-Ziels ist ein guter und effektiver Weg, um Veränderungen in Ihrem eigenen Leben oder in Ihrer Gemeinde zu bewirken.</li> </ul> <p><b>SMART-Ziele sind:</b></p> <p><b>S</b> – Specific (spezifisch) <b>M</b> – Measurable (messbar) <b>A</b> – Achievable (erreichbar) <b>R</b> – Relevant (relevant) <b>T</b> – Time bound (-zeitlich begrenzt)</p>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>BEKANNT</th> <th>UNBEKANNT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>STÄRKEN</b></td> <td>                     Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass Sie darin stark sind:  <hr/><hr/><hr/> </td> <td>                     Neue Informationen über starke Bereiche:  <hr/><hr/><hr/> </td> </tr> <tr> <td><b>SCHWÄCHEN</b></td> <td>                     Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass sie verbessert werden müssen:  <hr/><hr/><hr/> </td> <td>                     Neue Informationen über Bereiche, die verbessert werden müssen:  <hr/><hr/><hr/> </td> </tr> <tr> <td><b>ENTWICKLUNGSZIELE</b></td> <td colspan="2"> <hr/><hr/><hr/> </td> </tr> </tbody> </table>				BEKANNT	UNBEKANNT	<b>STÄRKEN</b>	Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass Sie darin stark sind: <hr/> <hr/> <hr/>	Neue Informationen über starke Bereiche: <hr/> <hr/> <hr/>	<b>SCHWÄCHEN</b>	Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass sie verbessert werden müssen: <hr/> <hr/> <hr/>	Neue Informationen über Bereiche, die verbessert werden müssen: <hr/> <hr/> <hr/>	<b>ENTWICKLUNGSZIELE</b>	<hr/> <hr/> <hr/>	
	BEKANNT	UNBEKANNT												
<b>STÄRKEN</b>	Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass Sie darin stark sind: <hr/> <hr/> <hr/>	Neue Informationen über starke Bereiche: <hr/> <hr/> <hr/>												
<b>SCHWÄCHEN</b>	Bereiche, von denen Sie bereits wissen, dass sie verbessert werden müssen: <hr/> <hr/> <hr/>	Neue Informationen über Bereiche, die verbessert werden müssen: <hr/> <hr/> <hr/>												
<b>ENTWICKLUNGSZIELE</b>	<hr/> <hr/> <hr/>													
30 Minuten	Arbeitsprozess	Die Teilnehmer:innen arbeiten am Fragebogen.												
5 Minuten	Pause	Pause												

DAUER	TITEL	DETAILS
45 Minuten	Plan zur Selbstentfaltung	Die Teilnehmer:innen erstellen einen Aktionsplan für die weitere Entwicklung und verwenden die in der vorherigen Aufgabe formulierten Entwicklungsziele.
<b>TOOL NR. 4 - SELBSTENTWICKLUNGSPLAN</b>		
Beschreiben Sie das Problemverhalten:		
Verbesserungsziel (SMART):		
<b>AKTION #1</b> (was, wann, wo, mit wem)		
Ressourcen		
<b>AKTION #2</b> (was, wann, wo, mit wem)		
Ressourcen		
<b>AKTION #3</b> (was, wann, wo, mit wem)		
Ressourcen		
<b>AKTION #4</b> (was, wann, wo, mit wem)		
Ressourcen		
10 Minuten	Reflexion	<b>Fragebogen zum Nachdenken:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was können Sie wirklich sehr gut?</li> <li>• Was würden Sie gerne lernen, um wirklich gut zu sein?</li> <li>• Was begeistert Sie wirklich am Leben?</li> <li>• Wie definieren Sie Ihren Lebenszweck?</li> <li>• Wann haben Sie das letzte Mal etwas zum allerersten Mal getan?</li> </ul>
20 Minuten	Nachbesprechung	Die Nachbesprechung wird von der moderierende Person geleitet und die Teilnehmer:innen tauschen sich über ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Selbstreflexion und neue Erkenntnisse über die Akzeptanz von Feedback, ihre Schwächen und Stärken aus.

# 06

## Markteintritt



### 6.1 Marketing mit wenig Geld

- Die 4 P's der Marketingstrategie

### 6.2 Verkauf als Motor

- Entwurf für den Aufbau eines "Vertriebsmotors"

### 6.3 Aufbau von Marke, Glaubwürdigkeit und Vertrauens im Internet

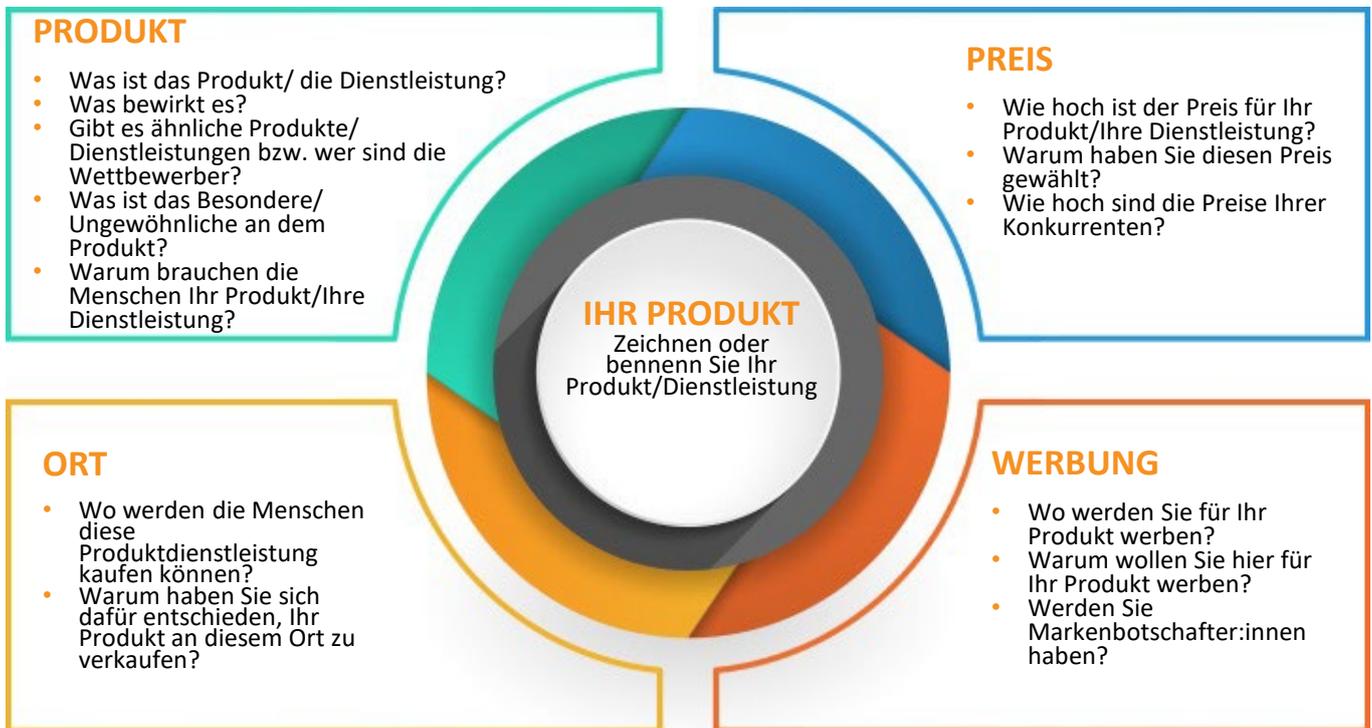
- Glaubwürdigkeit und Vertrauen der Marke im Internet

## 6.1 Marketing mit wenig Geld

### Die 4 P's des Marketingmix

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen der Möglichkeiten für Marketing mit kleinem Budget, ermöglicht den Nutzer:innen sich zu überlegen, wie, wo und wann das Unternehmen vermarktet werden soll</li> <li>• Lernen, wie man Zeit und Geld für geeignete Marketingmaßnahmen sparen kann</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.3. Vision:</b> Arbeiten Sie auf Ihre Vision der Zukunft hin</li> <li>• <b>2.1 Selbstwahrnehmung und Selbstwirksamkeit:</b> Glaube an sich selbst und Weiterentwicklung</li> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen der 4 Ps des Marketingmix</li> <li>• individuelle Aufgabe</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein leeres Blatt Papier, vorzugsweise A4/A3 oder ein leeres Word-Dokument auf dem Computer</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die 4 P's des Marketingmix</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Bei der Bearbeitung der Aufgabe sind möglichst viele Details erwünscht, um das Konzept und die Ergebnisse besser zu verstehen.
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Einführung	<p>Marketing ist alles, was Sie tun, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung in die Hände potenzieller Kund:innen zu geben. Es ist ein Prozess, der bei potenziellen Kund:innen Interesse an Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen weckt. Ein gutes Marketing erleichtert den Verkauf Ihrer Produkte/Dienstleistungen.</p> <p>Es ist wichtig, dass Sie eine klare Vorstellung von den Einzelheiten Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung haben, denn so können Sie leichter herausfinden, wo und wie Sie Ihr Unternehmen vermarkten sollten. Das nachstehende Arbeitsblatt ist eine interaktive Methode, um Ihre ersten Gedanken über die 4 wesentlichen Elemente des Marketings für Ihr Start-up zu verstehen!</p>
40 Minuten	Aufgabe	<p>Zeichnen Sie einen großen Kreis in der Mitte und 4 Rechtecke um den Kreis herum (achten Sie darauf, dass die Rechtecke groß genug sind, um die Antworten hineinzuschreiben).</p> <p>Beschriften Sie jedes Rechteck mit PRODUKT (Product), ORT (Place), PREIS (Price) UND WERBUNG (Promotion). (Ein Beispiel ist unten abgebildet)</p> <p>Diese Übung soll Ihnen ermöglichen, frei darüber nachzudenken, wie Sie Ihre Marketingreise beginnen werden und sich über das Produkt/die Dienstleistung Gedanken zu machen.</p>



20 Minuten	Nachbesprechung	Die Nachbesprechung wird von der moderierende Person geleitet und die Teilnehmer:innen tauschen ihre Ergebnisse und Meinungen über ihre Arbeitserfahrungen aus.
------------	-----------------	---

## 6.2 Verkauf als Motor

### Entwurf für den Aufbau eines "Vertriebsmotors"

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen über das Konzept des "Vertriebsmotors"</li> <li>• Erschaffung eines Vertriebsmotors am Beispiel üben</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1.2 Kreativität:</b> Kreative und zielgerichtete Ideen entwickeln</li> <li>• <b>1.3. Vision:</b> Arbeiten Sie auf Ihre Vision der Zukunft hin</li> <li>• <b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkundung des Konzepts</li> <li>• praktische Arbeit</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon, Laptop</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkaufsmotor</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	Einführung	Unternehmen leben und sterben durch ihr Verkaufsmodell: Das richtige Produkt zum optimalen Preis zum richtigen Zeitpunkt an die richtigen Kund:innen zu liefern und diesen Prozess so schnell und effizient wie möglich zu wiederholen.

Bauen Sie einen wiederholbaren "Vertriebsmotor" auf, der vier wichtige Säulen umfasst:

## 1. Entwurf einer klar definierten Markteintrittsstrategie

Die Markteintrittsstrategie ist ein Aktionsplan, der festlegt, wie Sie am effektivsten um Kund:innen in Ihren verschiedenen Marktsegmenten konkurrieren und die Ausrichtung des Unternehmens vorantreiben können. **Stellen Sie sich die folgenden Fragen:**

- Wissen Ihre Vertriebsteams, was Ihr Zielmarkt ist?
- Findet Ihre aktuelle Botschaft beim Zielmarkt Anklang?
- Haben Sie die richtigen Vertriebsrollen und -modelle, um diesen Markt zu erobern?
- Ist Ihre Organisation auf ein gemeinsames Ziel ausgerichtet?

Eine effektive Markteintrittsstrategie beginnt mit einem klaren Verständnis Ihres "Sweet Spots", wie sich Ihr Produkt/Dienstleistung mit einer eindeutigen Botschaft und einem Wertversprechen von anderen Produkten/Dienstleistungen unterscheidet und wo Sie die besten Chancen haben, den gesamten adressierbaren Markt zu erobern.

## 2. Aufbau eines leistungsfähigen Verkaufsteams

Erfolg im Vertrieb erfordert erstklassige Talente. Wie bei jedem anderen Team beginnt dies mit einer starken Führung, die in der Lage ist, ehrgeizige und erreichbare Ziele zu setzen und ihr Team zu motivieren, sich selbst zu fordern.

Leistungsstarke Vertriebsunternehmen sorgen für eine einheitliche Leistung ihrer Vertriebsteams, anstatt sich auf einige wenige Spitzenkräfte zu verlassen. Unternehmen sollten leistungsstarke Vertriebsmitarbeiter:innen, die die strategischen Ziele vorantreiben, mit einem einfachen und leicht verständlichen Vergütungsmodell entlohnen und belohnen.

## 3. Optimierung des Prozesses

Die Mitarbeiter:innen sollten ihre Ziele kennen und wissen, was von ihnen erwartet wird. Zielkundenlisten für die Vertriebsmitarbeiter:innen stellen sicher, dass sie ihre Bemühungen auf die richtigen Kund:innen konzentrieren, um die Ziele zu erreichen.

**Die Unternehmen streben damit zwei Dinge an:**

- Konsequentes Erreichen des Plans
- Mehr Vorhersehbarkeit und weniger Überraschungen

## 4. Verwendung robuster Metriken zur Verfolgung der Fortschritte

Man kann nur verwalten, was man auch messen kann. Die meisten Unternehmen tun sich schwer damit, wie viele Kennzahlen sie messen sollen, wie häufig und wer welche Kennzahlen kontrollieren muss. Ein Mangel an konsistenten Dashboards und einer unregelmäßigen Überprüfung des Unternehmens führt dazu, dass Alarm und Unruhe ausgelöst werden.

**Die Beantwortung dieser Fragen ist sehr wichtig, um eine klare Vorstellung von Ihren Fortschritten zu bekommen:**

Wie viel Zeit pro Tag verbringt ein:e durchschnittliche:r Verkäufer:in mit dem Verkaufen und wie viel mit allen anderen Tätigkeiten?

Wie schnell reagieren Sie auf eingehendes Kundeninteresse?

Wie hoch ist die Quote der gewonnenen Verkaufschancen? Welche Vertriebsmitarbeiter:innen sind in der Lage, die meisten Verkaufschancen abzuschließen und warum? Welche Vertriebsmitarbeiter:innen haben Schwierigkeiten, Abschlüsse zu erzielen?

Wie lange dauert es im Durchschnitt, bis das Team ein Geschäft abschließt? Kann diese Zeitspanne verkürzt werden?

Wie produktiv ist Ihr Vertriebsteam?

Wie viel Prozent der Einnahmen stammen von neuen Kund:innen im Vergleich zu bestehenden Kund:innen?

DAUER	TITEL	DETAILS
70 Minuten	<b>Aufgabe</b>	Die Teilnehmer:innen arbeiten in kleinen Gruppen.  <b>Aufgabe:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Führen Sie ein Brainstorming über die Geschäftsideen in Ihrer Gruppe durch und wählen Sie eine aus. Die Geschäftsidee kann erfundensein oder Sie wählen einfach ein erfolgreiches Unternehmen aus.</li> <li>Verwenden Sie das oben beschriebene Schema und erstellen Sie einen Vertriebsmotor für das gewählte Unternehmen.</li> </ul>
20 Minuten	<b>Nachbesprechung</b>	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

Entwurf für den Aufbau eines "Vertriebsmotors"



**GUT DEFINIERTE MARKTEINTRITTSSTRATEGIE**

- Identifizierung von "Sweet-Spot"-Segmenten
- Adressieren Sie die Bedürfnisse mit dem richtigen **Wertangebot / Preisgestaltung / Messaging / Wettbewerbsvorteile**
- Erstellung des optimalen **Deckungsmodells (Rollen, ROE, Quoten usw.)**
- **Abgestimmter Vertriebs- und Marketingplan**

**HOCHLEISTUNGSTEAM/TALENTE**

- Aufbau eines starken **Führungsteams** sowie Anwerbung und **Einstellung von Talenten**
- Effektives **einarbeiten**
- Wirksames **Enablement** und **Werbematerial**
- Erfolg **kompensieren/für** Erfolg belohnen

**ZIELORIENTIERTER PROZESS VOM ANFANG BIS ENDE**

- **Planung**
- Entwicklung eines leistungsfähigen Vertriebs
- Konsistenter **Abschluss** (Prozesse und Tools)
- Robustes **Onboarding** und **Kundenerfolg**

**KENNZAHLENBASIERTES MANAGEMENT**

- Verbesserung der Vorhersagbarkeit durch **robuste Messgrößen**
- Klarheit über die verschiedenen **Ebenen der Organisation** hinweg gewährleisten
- Planung zur **Ausrichtung auf Ziele, Möglichkeiten und Ressourcen**

## 6.3 Aufbau von Marke, Glaubwürdigkeit und Vertrauen im Internet

### Glaubwürdigkeit und Vertrauen der Marke im Internet

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untersuchung der Bedeutung der Glaubwürdigkeit von Marken und des Vertrauens im Internet</li> <li>• Herausfinden der besten Beispiele für Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die Marke verschiedener internationaler Organisationen im Internet</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>3.2 Planung und Management:</b> Prioritäten setzen, organisieren und verfolgen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erforschung der Notwendigkeit von Glaubwürdigkeit und Vertrauen in Marken im Internet</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum Internet</li> <li>• Tablet, Mobiltelefon, Laptop</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Glaubwürdigkeit und Vertrauen der Marke im Internet</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://lojomarketing.com/learning-center/how-do-i-build-trust-online-for-my-brand/">https://lojomarketing.com/learning-center/how-do-i-build-trust-online-for-my-brand/</a></li> <li>• <a href="https://www.izestmarketing.com/12-ways-to-build-trust-and-credibility-online/">https://www.izestmarketing.com/12-ways-to-build-trust-and-credibility-online/</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Bei der Entwicklung einer Marke müssen Sie Ihre Geschäftsstrategie, Ihre Zielkund:innen und deren Bedürfnisse, Ihre Wettbewerber:innen sowie Ihre Markenpositionierung und Ihr Messaging ermitteln. Sobald Sie Ihre zentrale Markenidentität kennen, können Sie ein Logo und einen Slogan entwerfen und parallel dazu eine Marken- und Marketingstrategie entwickeln. Danach können Sie Ihre Marke über Ihre Website verbreiten.</p> <p>Die Markenidentität ist der Kern Ihrer Marke und das, wofür sie steht. Zur Markenidentität gehören Ihre Werte, Ihre Markenpersönlichkeit und Ihre visuelle Ästhetik. Ihre Markenidentität wird durch jeden einzelnen Teil Ihres Unternehmens vermittelt - von Ihrem Logo über Ihre Farben und Ihre Texte bis hin zu den Erfahrungen in Ihren Geschäften.</p> <p>Heutzutage lernen die meisten Kund:innen das Produkt und die Organisationen über ihre Online-Einrichtungen kennen: Website und Social-Media-Accounts. In diesem Prozess wird es immer wichtiger, die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Marke online zu etablieren.</p> <p>Wenn Sie online Vertrauen aufbauen, schaffen Sie auch neue Möglichkeiten für Ihre Marke, mit Leuten in Kontakt zu treten, die gerne mit Ihnen Geschäfte machen möchten. Sicherlich diejenigen, die Ihre Produkte und Dienstleistungen kaufen möchten, aber vergessen Sie nicht diejenigen, die sich in Ihre E-Mail-Liste eintragen, Ihnen in den sozialen Medien folgen oder in ihrem Freundeskreis über Sie berichten möchten.</p> <p>Es ist wichtig, dass Sie Ihren Ruf als ehrliche und vertrauenswürdige Marke aufrechterhalten. Sie benötigen eine Strategie, die auf diesen 10 Schritten basiert, um das Vertrauen in Ihre Marken online zu stärken und Ihre Marke zu schützen:</p>

## 01 Kennen Sie Ihr Zielgruppe und treten Sie mit ihr in Kontakt!

Bauen Sie Vertrauen zu Ihrer Zielgruppe auf. Nutzen Sie Ihre entworfene Content-Strategie, um deren Bedürfnisse zu ermitteln, damit Sie diese auf einer emotionalen Ebene ansprechen. Indem Sie auf ihre Probleme eingehen und Wege zu ihrer Lösung aufzeigen, können Sie eine Liste von treuen Markenanhänger:innen aufbauen.

## 02 Prüfen Sie, ob Ihre Website sicher vor Cyberangriffen ist.

Erstellen Sie einen Plan für die regelmäßige Überprüfung der Sicherheit Ihrer Website, um sicherzustellen, dass alle Software-Plugins, Website-Themen und alle andere Software frei von Viren und Malware sind.

## 03 Machen Sie Ihr Unternehmen mit Brand Storytelling transparent.

Eine weitere Möglichkeit, Vertrauen in Ihre Marke zu schaffen, besteht darin, Einblicke in die Herstellung Ihrer Produkte zu geben. Die Verbraucher:innen haben heutzutage ein größeres Bewusstsein für und Interesse an der Nachhaltigkeit von Rohstoffen und umweltfreundlichen Herstellungsmethoden für Produkte und Dienstleistungen.

## 04 Haben Sie bei der Erstellen Ihrer Website einen nutzerzentrierten Fokus im Hinterkopf.

Jüngste Studien haben gezeigt, dass Nutzer:innen eine Website oft verlassen, wenn das Design und das Aussehen der Website unintuitiv und umständlich zu durchsuchen sind.

## 05 Schaffen Sie ein Gefühl der Vertrauenswürdigkeit, indem Sie ein Profil des Teams erstellen, das mit Ihnen zusammenarbeitet.

Marken-Storytelling in Form von Teamprofilen ist allgegenwärtig. Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Unternehmen zu personalisieren, indem Sie Ihr Team auf den Seiten "Über uns" oder "Treffen Sie das Team" vorstellen.

## 06 Nutzen Sie Ihre Social Media-Kanäle.

Angesichts der zunehmenden Zahl von Fake News und Berichten über Cyberkriminalität war Transparenz von Unternehmen noch nie so wichtig wie heute. Die Nutzung sozialer Medien zur Förderung der Markenauthentizität und des Markenbewusstseins sollte mehr als nur eine Marketingmaßnahme sein, sondern auch in die allgemeine Unternehmensstrategie integriert werden.

**DAUER**      **TITEL**      **DETAILS**

**07**    **Aufbau einer Gemeinschaft von Befürworter:innen.**

Eine Online-Community ist ein Ort, an dem Gleichgesinnte Gedanken und Anliegen oder sogar Leidenschaften und Interessen austauschen. Sich dies zunutze zu machen und eine Basis für Ihre eigene Community zu schaffen, kann ein entscheidender Weg sein, um Vertrauen bei Ihren Kund:innen aufzubauen.

**08**    **Erstellen Sie ein Online-Reputationsmanagement-System.**

Beim Online-Reputationsmanagement geht es vor allem um Transparenz. Das ist riskant, aber nicht transparent zu sein, ist noch riskanter, vor allem, wenn die Kund:innen sich der Macht der sozialen Medien bewusst sind!  
 Gutes Online-Reputationsmanagement beginnt mit Social Listening: Wie oft überprüfen Sie Ihre Social-Media-Kanäle, Google Reviews & Alerts?

**09**    **Werden Sie ein Experte bzw. eine Expertin! Sprechen Sie über Themen, die mit Ihrer Marke oder Ihrem Wirtschaftszweig zu tun haben.**

Informieren Sie über Ihre Marke und darüber, wie Ihre Kund:innen davon profitieren können. Bieten Sie Tipps und Ratschläge an, wie sie das Beste aus Ihrer Marke und ihren Funktionen herausholen können. So erhalten Sie aussagekräftige Inhalte, die Ihre Kund:innen bei der Stange halten und sie davon abhalten, sich für eine alternative Lösung an Mitbewerber:innen zu wenden.

**10**    **Bitten Sie Ihre Kund:innen um Feedback und Bewertungen zu Ihrer Marke.**

Kundenrezensionen sind Gold wert. Sie sind eine gute Möglichkeit für Kund:innen, Feedback zu geben und ihre Erfahrungen mit Ihrer Marke zu schildern. Richten Sie eine private, verlinkte Seite auf Ihrer Website ein, auf der Kund:innen Kommentare zu Ihrem Produkt hinterlassen können und bieten Sie sogar einen kleinen Anreiz für das Hinterlassen eines Kommentars oder einer Bewertung. Wenn Sie genug gesammelt haben, wählen Sie die wichtigsten aus, um sie auf Ihrer Website zu veröffentlichen.

<b>80 Minuten</b>	<b>Aufgabe</b>	Die Teilnehmer:innen arbeiten in kleinen Gruppen.  <b>Aufgabe:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wählen Sie eine internationale Organisation, die auf dem Markt Ihres Landes tätig ist.</li> <li>• Untersuchen Sie ihre Website und Social-Media-Profil und schätzen Sie sie nach jedem Schritt der oben genannten 10-Schritte-Strategie ein.</li> <li>• Geben Sie für jeden Schritt die Noten von 0 bis 10 an, wobei 0 = "ungenügend" und 10 = "sehr gut" ist.</li> </ul>
<b>20 Minuten</b>	<b>Nachbesprechung</b>	Die Nachbesprechung wird von der moderierenden Person geleitet und die Teilnehmer:innen tauschen ihre Ergebnisse und Meinungen über ihre Arbeitserfahrungen aus.



# 07

## Finanzen



---

### 7.1 Finanzielle Grundlagen

- Persönliches Budget für den Lebensunterhalt

---

### 7.2 Verwaltung von liquiden Mitteln

- Cashflow-Prognosen

---

### 7.3 Quellen für finanzielle Unterstützung

- PITCH DECK

# 7.1 Finanzielle Grundlagen

## Persönliches Budget für den Lebensunterhalt

	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammeln praktischer Erfahrungen bei der Erstellung eines persönlichen Budgets oder Haushaltsbudgets</li> <li>• Bestimmung der Höhe des Einkommens, das für den Lebensunterhalt aus einem Unternehmen erforderlich ist</li> <li>• Vorbereitung der Teilnehmer:innen auf etwaige Änderungen und unvorhergesehene Ausgaben</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>2.4 Finanzielle und wirtschaftliche Kompetenz:</b> Entwicklung finanzieller und wirtschaftlicher Kenntnisse</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung eines persönlichen Budgets oder Haushaltsbudgets</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausdruck einer Tabelle für Haushaltsausgaben</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgaben</li> <li>• Haushalt</li> <li>• Planung</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input type="checkbox"/> Digital <input checked="" type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Einsteiger <input type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	

DAUER	TITEL	DETAILS
20 Minuten	Einführung	<p>Ein persönliches Budget oder ein Haushaltsbudget ist eine aufgeschlüsselte Liste der zu erwartenden Ausgaben, die Ihnen hilft, zu planen, wie Sie Ihr Geld ausgeben oder sparen werden, inklusive der Verfolgung Ihrer tatsächlichen Ausgabengewohnheiten. Ein Budget ist aber eigentlich nur ein Instrument, um einen besseren und genaueren Einblick in Ihre Ausgabengewohnheiten zu bekommen. Indem Sie alle Ihre Ausgaben auflisten (von den obligatorischen Ausgaben wie Hypotheken- oder Mietzahlungen bis hin zu freiwilligen Ausgaben wie Restaurant- oder Kinobesuchen), erhalten Sie ein genaues Bild Ihres persönlichen Geldflusses, was Ihnen ermöglicht, bessere und fundiertere finanzielle Entscheidungen zu treffen.</p> <p>Es kann hilfreich sein, diese Ausgaben in monatliche Kosten aufzuschlüsseln. Möglicherweise haben Sie auch bestimmte erwartete oder sogar wiederkehrende Ausgaben, die mehr oder weniger häufig als monatlich anfallen. Um diese Ausgaben (wie z. B. die Kfz-Versicherung) in einem monatlichen Budget zu berücksichtigen, berechnen Sie einfach die Gesamtausgaben für das Kalenderjahr und teilen Sie diese durch 12, um die "monatlichen" Ausgaben zu ermitteln.</p>
30 Minuten	Aufgabenbearbeitung	<p>Da die finanzielle Situation jedes Einzelnen anders ist, kann es sein, dass nicht alle Kategorien der nachstehenden Tabelle auf Ihre Ausgaben zutrifft. Sie können einige Ausgaben hinzufügen oder ausschließen.</p> <p><b>Aufgabe: Benutzen Sie die Tabelle auf der nächsten Seite und füllen Sie sie aus.</b></p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>



PERSÖNLICHE ODER HAUSHALTS-AUSGABEN	£/€	WANN/WIE OFT	INSGESAMT £/€
Miete/Hypothek			
Strom			
Telefon			
Heizung			
Rundfunkbeitrag			
Hausratversicherung			
Autoversicherung			
Lebens-/Krankheitskostenversicherung			
Lebensmittel			
Kleidung			
Reinigung			
Kfz-Steuer			
Wartung und Reparatur von Fahrzeugen			
Friseur:in			
Kosmetikartikel			
Brille/Sehhilfe			
Bücher			
Kinderbetreuung			
Ausgehen			
Geschenke			
Hobbys			
Fitness			
Haushaltsgegenstände			
Dekoration			
<b>GESAMT</b>			

Persönliches Budget für den Lebensunterhalt

## 7.2 Verwaltung von liquiden Mitteln

Cashflow-Prognose		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung eines besseren Verständnisses für die Bedeutung des Cashflow-Managements in einem Unternehmen</li> <li>Durchführung einer Cashflow-Prognose</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>2.4 Finanzielle und wirtschaftliche Kompetenz:</b> Entwicklung finanzieller und wirtschaftlicher Kenntnisse</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>120 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung in den Cashflow</li> <li>Verwaltung des Geldflusses üben</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Tablet, Mobiltelefon</li> <li>Ausdrucke der Cashflow-Arbeitsblätter</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzen</li> <li>Cash Flow</li> </ul>
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=hefAHWvrFDQ">https://www.youtube.com/watch?v=hefAHWvrFDQ</a></li> <li><a href="https://templates.office.com/en-us/small-business-cash-flow-projection-tm16410107">https://templates.office.com/en-us/small-business-cash-flow-projection-tm16410107</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
30 Minuten	Einführung	<p>Die Verwaltung Ihres Cashflows ist für das Überleben und das Wachstum Ihres Unternehmens von entscheidender Bedeutung. Um Ihr Unternehmen effizient zu führen, müssen Sie den Zeitpunkt und die Höhe Ihrer Kosten mit denen Ihrer Einnahmen in Einklang bringen.</p> <p>Eine Cashflow-Prognose ist eine Projektion der Einnahmen und Ausgaben für einen bestimmten Zeitraum, in der Regel für 12 Monate.</p> <p>Unabhängig davon, wie erfolgreich Ihre Verhandlungen mit Kund:innen und Lieferant:innen verlaufen, können unpassende Geschäftspraktiken Ihren Cashflow gefährden.</p> <p>Es gibt jedoch einige Praktiken, die Sie in Ihrem Unternehmen einführen können, um das Risiko von Cashflow-Problemen zu verringern. Zum Beispiel sollten Sie über folgende Punkte nachdenken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung von Bonitätsprüfungen bei Ihren Kund:innen</li> <li>• Prüfen der Erfüllbarkeit des Auftrages</li> <li>• Wirksamkeit Ihrer Marketingstrategie</li> <li>• Hürden der Kund:innen, Geschäfte mit Ihnen abzuschließen</li> <li>• Führen aktueller Buchhaltungsunterlagen</li> <li>• Zusammenarbeit mit und Beziehungen zu Lieferant:innen</li> <li>• Kontrolle Ihrer Gemeinkosten</li> </ul> <p>Anschauen des Erklärungsvideos (Link #1)</p>
20 Minuten	Cashflow-Prognose	<p>Die Cashflow-Prognose ermöglicht es Ihnen, Höhen und Tiefen in Ihrem Kassenbestand vorherzusagen. Sie hilft Ihnen bei der Planung, wie viel und wann Sie einen Kredit aufnehmen und wie viel Bargeld Sie zu einem bestimmten Zeitpunkt voraussichtlich zur Verfügung haben werden. Viele Banken verlangen Cashflow-Prognosen, bevor sie einen Kredit in Betracht ziehen.</p> <p>Eine Cashflow-Prognose ist in der Regel in 4 Teile gegliedert: Eingänge, Zahlungen, Netto-Cashflow sowie Eröffnungs- und Abschlussalden. Hier sind die 4 wichtigsten Schritte bei der Erstellung einer Cashflow-Prognose:</p> <p><b>Schritt 1:</b> Schätzen Sie die monatlichen Einnahmen, z. B. Finanzierung und Verkäufe, und addieren Sie diese.</p> <p><b>Schritt 2:</b> Schätzen Sie die monatlichen Ausgaben, z. B. für Material, Gemeinkosten und Investitionen, und addieren Sie diese.</p> <p><b>Schritt 3:</b> Berechnen Sie den monatlichen Netto-Cashflow, indem Sie die monatlichen Gesamtausgaben von den monatlichen Gesamteinnahmen abziehen.</p> <p><b>Schritt 4:</b> Berechnen Sie den Anfangs- und Endsaldo. Der monatliche Anfangssaldo ist der Endsaldo des Vormonats. Der monatliche Abschlussaldo wird durch Addition des Anfangssaldos und des Netto-Cashflows jedes Monats berechnet.</p>
50 Minuten	Virtueller Business Cash Flow	<p>Die Teilnehmer:innen erhalten Cashflow-Tabellen. Sie erfinden ein Unternehmen und erstellen einen Cashflow, den sie bei der Bank "einreichen", um einen Kredit für ihre Geschäftsentwicklung zu beantragen.</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	<p>Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.</p>

## 7.3 Quellen der finanziellen Unterstützung

PITCH DECK		
	<b>Ziel der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sie lernen, wie Sie Ihrem Publikum einen schnellen Überblick über Ihren Geschäftsplan geben können</li> <li>Sie lernen, wie Sie Ihr Pitch Deck bei persönlichen oder Online-Meetings mit potenziellen Investor:innen, Kund:innen, Partner:innen und Mitgründer:innen einsetzen können</li> </ul>
	<b>Angesprochene Kompetenzen in Bezug auf das EntreComp Framework</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>2.3 Mobilisierung von Ressourcen:</b> Beschaffung und Verwaltung der benötigten Ressourcen</li> </ul>
	<b>Durchschnittliche Dauer der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>190 Minuten</li> </ul>
	<b>Aktivitäten der Unterrichtsstunde (*)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lesen, Nachdenken, Planen, Schreiben</li> <li>Verwendung von Folien und Vorlagen</li> <li>Visualisierung, Branding</li> <li>Ansehen des Videos</li> <li>Verwendung von Canva</li> </ul>
	<b>Notwendige Ressourcen für die Durchführung der Unterrichtsstunde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zugang zum Internet</li> <li>Laptop, Tablet, Mobiltelefon</li> <li>Ein kostenloses Canva-Konto</li> <li>Ein Projektor</li> </ul>
	<b>Schlüsselwörter</b>	
	<b>Reflexionsmethode</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gruppenreflexion und Nachbesprechung</li> </ul>
	<b>TOOL-Format</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Digital <input type="checkbox"/> Nicht-digital
	<b>Schwierigkeitsgrad</b>	<input type="checkbox"/> Einsteiger <input checked="" type="checkbox"/> Mittelstufe <input type="checkbox"/> Fortgeschritten
	<b>Hinweis für Moderator:innen und Anwender:innen</b>	Die Lernenden dazu anregen, eine Liste potenzieller Unterstützer:innen/Geldgeber:innen für ihre Geschäftsidee zu erstellen, welche die entsprechenden Kontaktdaten enthält, und damit beginnen, diese anzusprechen
	<b>LINKS zu Materialien, Erklärvideos, Bildern und Beispielen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="http://www.shorturl.at/bdftJ">www.shorturl.at/bdftJ</a></li> <li><a href="https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck">https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=P2LwuF7zn9c">https://www.youtube.com/watch?v=P2LwuF7zn9c</a></li> </ul>

DAUER	TITEL	DETAILS
10 Minuten	Einführung	<p>Wenn ein Pitch Deck richtig eingesetzt wird, kann es die Mobilisierung von Ressourcen, Finanzmitteln und die Gewinnung von Unterstützer:innen sicherstellen.</p> <p>Ein Pitch Deck ist eine kurze Präsentation, die häufig mit PowerPoint, Keynote oder Prezi erstellt wird, um Ihrem Publikum einen schnellen Überblick über Ihren Geschäftsplan zu geben. Sie werden Ihr Pitch Deck in der Regel bei persönlichen oder digitalen Treffen mit potenziellen Investor:innen, Kund:innen, Partner:innen und Mitgründer:innen verwenden.</p> <p>Entrepreneur:innen nutzen das Pitch Deck, um zu präsentieren, wer sie sind, worum es bei ihrer Idee geht, warum diese relevant ist und wem sie hilft, sowie um zu erklären, wie ihr Unternehmen vorgeht, warum es nachhaltig ist und warum es sich lohnt zu investieren.</p> <p>Storytelling empfiehlt sich zum Einstieg des Gesprächs.</p>
30 Minuten		<p>Die Teilnehmer:innen werden gebeten, sich eine Idee zu überlegen und diese an die Investor:innen zu "verkaufen". Die Investor:innen sind alle anderen Teilnehmer:innen.</p> <p><b>Aufgabe:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eröffnen Sie ein kostenloses Canva-Konto</li> <li>2. Prüfen und nutzen Sie alle unter Link #2 und Link #3 gegebenen Ratschläge</li> <li>3. Verwenden Sie die Canva-Vorlage Link #1, um Ihre maximal 5 Minuten lange Präsentation zu erstellen.</li> <li>4. Erklären Sie Ihre Idee in Ihrer Präsentation, um die Menschen emotional zu fesseln: Jeder liebt es, Geschichten zu hören, auch die Investor:innen, also erzählen Sie eine spannende Geschichte über Ihr Start-up.</li> <li>5. Bereiten Sie sich darauf vor, einen guten ersten Eindruck zu hinterlassen: Der erste Eindruck ist entscheidend.</li> <li>6. Zeigen Sie die Menschen hinter Ihrer Idee: Konzentrieren Sie sich auf eine bedeutende, relevante Leistung jeder Person im Team, die diese Person als Gewinner:in ausweist.</li> </ol>
50 Minuten	Präsentationen: Teil 1	Teilnehmer:innen stellen ihre Präsentationen vor
10 Minuten	Pause	Pause
50 Minuten	Präsentationen: Teil 2	Teilnehmer:innen stellen ihre Präsentationen vor
10 Minuten	Pause	Pause
10 Minuten	Selbstreflexion	<p><b>Fragen zum Reflektieren:</b></p> <p>Denken Sie, dass Ihre Idee gut präsentiert wird?  Wie fühlen Sie sich, wenn Sie es in Form des Pitches sehen?  Können Sie Schwachstellen erkennen?  Können Sie diese beheben?  Nicht vergessen: Die Neubewertung Ihrer Idee ist ein ständiger Prozess.</p>
20 Minuten	Nachbesprechung	Unter Leitung der moderierenden Person tauschen die Teilnehmer:innen ihre Ergebnisse und Meinungen aus ihrer Arbeitserfahrung aus.

Folgen Sie uns!



[www.enterprisecafe.eu](http://www.enterprisecafe.eu)



 Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union



EUROPEAN  
ENTREPRENEURSHIP  
CAFÉS