

GROWTH – Toolkit für Jugendbetreuer

Einführung

GROWTH ist eine innovative Erasmus+-Initiative, die darauf abzielt, junge Menschen in ganz Europa zu stärken, indem sie positives Unternehmertum fördert. Durch spezialisierte Trainingsprogramme und fortschrittliche E-Learning-Tools bietet **GROWTH** Jugendlichen, insbesondere solchen aus finanziell benachteiligten Verhältnissen, die wesentlichen Fähigkeiten und Ressourcen, um im Bereich Unternehmertum erfolgreich zu sein.

GROWTH geht über reine Wirtschaftsschulungen hinaus und verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz zur Entwicklung von Selbstvertrauen, Förderung positiver Einstellungen, Stärkung der Resilienz und Unterstützung des Wohlbefindens junger Menschen in Europa. Die Mission ist es, Unternehmertum zugänglich, nachhaltig und durch Mentoring sowie Gemeinschaftsnetzwerke unterstützt zu machen. Durch den Einsatz modernster Kurse und spielbasierter Lernmethoden macht **GROWTH** den Weg zum Unternehmertum sowohl ansprechend als auch wirkungsvoll.

Ziele

Das **GROWTH**-Projekt konzentriert sich auf die Förderung von Jugendunternehmertum durch Stärkung von Selbstvertrauen, Resilienz und positiver Psychologie. Es möchte junge Menschen, insbesondere jene mit begrenzten Chancen, befähigen, Unternehmertum durch einen innovativen Trainingskurs, spielbasierte Werkzeuge und Mentoring zu verfolgen. Die Hauptziele sind:

1. Die Bedeutung von Jugendunternehmertum klären.
2. Methoden zur Umsetzung unternehmerischer Initiativen identifizieren.
3. Jugendlichen helfen, unternehmerische Fähigkeiten aufzubauen.
4. Jugendlichen durch Schulungen helfen, nachhaltige Projekte zu entwickeln.
5. Jugendlichen helfen, Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen und zu bewerten.
6. Austausch bewährter Praktiken und gegenseitiges Lernen im Bereich Unternehmertum unter Jugendlichen und Betreuern fördern.
7. Jugendbetreuer mit geeigneten Trainingsmöglichkeiten ausstatten.

Das Ziel des Projekts ist es, eine Grundlage für nachhaltige, innovative Geschäftsideen zu schaffen, die von Jugendlichen geleitet und von geschulten Jugendbetreuern unterstützt werden, um jungen Menschen unternehmerische Kompetenzen zu vermitteln, ihr Selbstwertgefühl zu stärken und positive Psychologie zu fördern.

Unsere Partnerschaft

Das **GROWTH**-Projekt vereint eine vielfältige und erfahrene Partnerschaft aus ganz Europa, die einzigartige Expertise in Jugendförderung, Bildung, sozialer Innovation und digitaler Transformation kombiniert, um unternehmerische Fähigkeiten junger Europäer zu fördern.



ProMETEUS

PRoMoting Mobility for Education & Training in EU society

Associazione Culturale Pro.m.e.t.eu.s (Italien): Eine Kulturvereinigung, die sich der Förderung europäischer Werte und dem kulturellen Austausch durch Bildungsprojekte und Trainingsprogramme widmet.



Innovation Hive

Innovation Hive (Griechenland): Eine private gemeinnützige Organisation, die sich auf Forschung und Entwicklung im Bereich sozialer Innovationen konzentriert und gesellschaftliche Herausforderungen mit innovativen Lösungen adressiert.

CONNECT BRUSSELS

Connect Your City – Brüssel (Belgien): Eine Organisation, die Jugendliche in kreative Aktivitäten, kulturelle Veranstaltungen und Bildungsprogramme einbindet, um aktive Bürgerschaft und soziale Inklusion zu fördern.



Eurospeak Limited (Irland): Eine Bildungseinrichtung, die Sprachkurse und berufliche Weiterbildung anbietet und dabei die Entwicklung persönlicher und beruflicher Fähigkeiten betont.



Innovation Bee (Griechenland): Ein Unternehmen, das sich auf technologische Lösungen und digitale Transformationsdienste spezialisiert hat und Unternehmen sowie Organisationen bei der Einführung innovativer Praktiken unterstützt.



Balkan Bridge EOOD (Bulgarien): Eine Organisation, die sich der Förderung von Kooperation und Entwicklung in der Balkanregion durch Bildungsinitiativen und grenzüberschreitende Projekte verschrieben hat.



Education und Social Innovation Centre of Austria (ESICA): Ein Zentrum, das sich der Förderung sozialer Innovation und Bildung widmet, mit Fokus auf inklusive Praktiken und Gemeinschaftsentwicklung.

Unsere Arbeitsweise

Im GROWTH-Projekt umfasst unser Ansatz mehrere Schlüsselaktivitäten:

- Erstellung eines Analyseberichts basierend auf vorhandener Literatur und Best Practices zur Unterstützung von unternehmerischen Jugendinitiativen.
- Entwicklung eines innovativen Blended-Trainingskurses und begleitender Materialien, um junge Menschen bei der Stärkung ihres Selbstkonzepts, ihrer Kompetenzen und spezifischer unternehmerischer Fähigkeiten zu unterstützen.
- Erstellung des „GROWTH“-Toolkits, speziell für Jugendbetreuer.
- Einführung einer E-Learning-Plattform mit einem interaktiven digitalen Brettspiel.
- Durchführung eines Mentoring-Programms, geleitet von Jugendbetreuern und Mentoren.

Durch diese Aktivitäten zielt GROWTH darauf ab, Jugendliche und ihre Mentoren mit umfassenden und ansprechenden Werkzeugen für unternehmerischen Erfolg auszustatten.

Kontext des GROWTH – Toolkits für Jugendbetreuer und Jugendorganisationen

Das GROWTH Toolkit für Jugendbetreuer fasst das Trainingscurriculum, digitale Tools und Methoden des Projekts zusammen, um Jugendbetreuer und Jugendorganisationen bei der Durchführung innovativer, digital-basierter Unternehmertumskurse zu unterstützen. Es enthält einen konsolidierten Bericht der aus den Pilotaktivitäten gesammelten Daten sowie praktische Richtlinien, theoretische Einblicke und Ressourcen zu Jugendunternehmertum, positiver Psychologie und der Entwicklung des Selbstkonzepts junger Unternehmer.

Das Toolkit, das in sechs Sprachen verfügbar ist, kann von der [Projektwebseite und der E-Learning-Plattform](#) heruntergeladen werden.

Inhaltsverzeichnis

LERNEINHEIT NR. 1 – UNTERNEHMERTUM UND BRANCHENTRENDS	7
MODUL 1: EINFÜHRUNG IN DAS UNTERNEHMERTUM	8
MODUL 2: IDENTIFIKATION BRANCHENSPEZIFISCHER CHANCEN	10
MODUL 3: VERSTEHEN UND ANALYSIEREN VON BRANCHENTRENDS	12
MODUL 4: AUF DEM LAUFENDEN BLEIBEN ÜBER BRANCHENTRENDS	14
MODUL 5: FALLSTUDIEN ERFOLGREICHER UNTERNEHMER:INNEN	16
MODULE 6: REFLEXION UND ANWENDUNG	18
LERNEINHEIT NR. 2 – ENTWICKLUNG UNTERNEHMERISCHER FÄHIGKEITEN	21
MODUL 1: EINFÜHRUNG IN GRUNDLEGENDE UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN	22
MODUL 2: GESCHÄFTSFÜHRUNG UND PLANUNGSKOMPETENZEN	24
MODUL 3: KOMMUNIKATIONS- UND VERHANDLUNGSKOMPETENZEN	25
MODUL 4: KRITISCHES UND KREATIVES DENKEN	27
MODUL 5: ZEITMANAGEMENT UND ORGANISATORISCHE FÄHIGKEITEN	29
MODUL 6: RESILIENZ UND STRESSBEWÄLTIGUNG	31
MODUL 7: VERTRIEBS- UND KUNDENBEZIEHUNGSFÄHIGKEITEN	33
LERNEINHEIT NR. 3 – WIE MAN GESCHÄFTSIDEEN UND -MÖGLICHKEITEN ERKENNT	36
MODUL 1: MARKTBEDÜRFNISSE UND -LÜCKEN VERSTEHEN	37
MODUL 2: BRAINSTORMING-TECHNIKEN ZUR IDEENFINDUNG	39
MODUL 3: BEWERTUNG DER MACHBARKEIT UND TRAGFÄHIGKEIT VON IDEEN	41
MODUL 4: DURCHFÜHRUNG VON MARKTFORSCHUNG	43
MODUL 5: CHANCEN ERKENNEN UND ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN	45
LERNEINHEIT NR. 4 – FÄHIGKEITEN FÜR GESCHÄFTSPLANUNG UND STRATEGIE	48
MODUL 1: EINFÜHRUNG IN DIE STRATEGISCHE GESCHÄFTSPLANUNG	49
MODUL 2: MARKTANALYSE UND SEGMENTIERUNG	51
MODUL 3: WETTBEWERBSANALYSE UND DIFFERENZIERUNGSSTRATEGIEN	53
MODUL 4: SWOT-ANALYSE UND GESCHÄFTSBEWERTUNGSTOOLS	55
MODUL 5: RISIKOBEWERTUNG UND RESILIENZ IN DER STRATEGIE	57
LERNEINHEIT NR. 5 – MARKETING- UND KUNDENBINDUNGSFÄHIGKEITEN	60
MODUL 1: EINFÜHRUNG IN GEMEINSCHAFTSZENTRIERTES MARKETING	61
MODUL 2: VERSTÄNDNIS VON KUNDENDEMOGRAFIEN	63
MODUL 3: KULTURELLES BEWUSSTSEIN IM MARKETING	65
MODUL 4: AUFBAU UND PFLEGE VON KUNDENBEZIEHUNGEN	67
MODUL 5: NUTZUNG VON KUNDENFEEDBACK ZUR VERBESSERUNG DES MARKETINGS	69
LERNEINHEIT NR. 6 – FINANZMANAGEMENT UND FINANZIERUNGSKOMPETENZEN	71

MODUL 1: EINFÜHRUNG IN DAS FINANZMANAGEMENT	72
MODUL 2: BUDGETIERUNG UND CASHFLOW-MANAGEMENT	74
MODUL 3: FINANZIERUNGSOPTIONEN UND -STRATEGIEN	76
MODUL 4: BEWERTUNG FINANZIELLER RISIKEN UND EINHALTUNG GESETZLICHER VORGABEN	78
MODUL 5: ENTSCHEIDUNGSFINDUNG MIT FINANZIELLEN DATEN	80
 <u>LERNEINHEIT NR. 7 – INTEGRATION VON TECHNOLOGIE UND DIGITALEN TOOLS</u>	 <u>83</u>
 MODUL 1: DIE ROLLE VON TECHNOLOGIE IM MODERNEN GESCHÄFTSLEBEN	 84
MODUL 2: AUSWAHL DER RICHTIGEN DIGITALEN WERKZEUGE	86
MODUL 3: E-LEARNING-TOOLS FÜR DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG	88
MODUL 4: ONLINE-ZUSAMMENARBEIT UND NETWORKING-TOOLS	90
MODUL 5: ANPASSUNG AN TECHNOLOGISCHE TRENDS UND INNOVATION	92
 <u>EVALUATIONSRASTER</u>	 <u>95</u>
 <u>SELBSTEINSCHÄTZUNGSFRAGEBÖGEN FÜR TEILNEHMENDE</u>	 <u>101</u>
 <u>FAZIT</u>	 <u>109</u>

Lerneinheit Nr. 1 – Unternehmertum und Branchentrends

Einheit Überblick

Diese Einheit bereitet Jugendbetreuer darauf vor, junge Teilnehmende mit den grundlegenden Konzepten des Unternehmertums und den aktuellen Trends, die verschiedene Branchen prägen, vertraut zu machen. Sie stattet Jugendbetreuer mit dem Wissen und den Werkzeugen aus, um junge Menschen darin zu unterstützen, eine unternehmerische Denkweise zu verstehen und Chancen in der heutigen Wirtschaftslandschaft zu erkennen. Durch diese Einheit lernen Jugendbetreuer, kritische unternehmerische Fähigkeiten bei Jugendlichen zu fördern, darunter Innovation, Resilienz und Anpassungsfähigkeit, und sie zu befähigen, Geschäftsideen in dynamischen Umgebungen selbstbewusst zu erkunden und zu verfolgen.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit sind Jugendbetreuer in der Lage:

- Den jungen Teilnehmenden die Grundprinzipien des Unternehmertums und seine Rolle im Wirtschaftswachstum zu erklären.
- Junge Teilnehmende bei der Identifikation und Analyse aktueller Branchentrends und Marktchancen zu begleiten.
- Innovation, Risikobereitschaft und Anpassungsfähigkeit als Kernaspekte der unternehmerischen Denkweise zu fördern.
- Die Bedeutung des lebenslangen Lernens und der Aktualität über Branchenentwicklungen hervorzuheben.
- Junge Teilnehmende in der Entwicklung von Resilienz und Ausdauer zu unterstützen, die wesentliche Eigenschaften für Unternehmertum sind.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit zielt darauf ab, folgende Fähigkeiten und Kompetenzen bei Jugendbetreuern zu entwickeln, damit sie junge Teilnehmende effektiv schulen können:

- **Analytische Fähigkeiten:** Fähigkeit zur Durchführung von Markt- und Trendanalysen, um Jugendlichen zu helfen, potenzielle Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen.
- **Geschäftssinn:** Kenntnis der Grundlagen des Unternehmertums und wirtschaftlicher Auswirkungen, um effektiv mit Jugendlichen zu kommunizieren.
- **Strategisches Denken:** Fähigkeit, Chancen und Risiken zu bewerten und Jugendlichen kritisches Denken bezüglich Geschäftsvorhaben zu vermitteln.

- **Anpassungsfähigkeit und Resilienz:** Techniken zur Förderung einer widerstandsfähigen Denkweise bei Jugendlichen, um Herausforderungen im Unternehmertum zu meistern.
- **Networking und Kommunikation:** Kompetenz, Verbindungen aufzubauen und Einblicke über Branchenressourcen und Trends mit Jugendlichen zu teilen.

Gesamtdauer der Einheit: 7 Stunden und 10 Minuten.

Modul 1: Einführung in das Unternehmertum

Lernziele

1. Das Konzept des Unternehmertums und seine verschiedenen Formen jungen Teilnehmenden zu erklären.
2. Die wichtigsten Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer zu beschreiben, wie Innovation, Risikobereitschaft, Anpassungsfähigkeit, Networking und Ausdauer.
3. Die Auswirkungen des Unternehmertums auf Wirtschaftswachstum und Arbeitsplatzschaffung darzustellen.
4. Ein Verständnis für die unternehmerische Denkweise als Grundlage für zukünftige Geschäftsvorhaben zu fördern.

Lernaktivitäten

1. Interaktive Präsentation (15 Minuten)

- a. Einführung in die Grundlagen des Unternehmertums, inklusive Definitionen, Formen des Unternehmertums (z. B. Kleinunternehmen, Start-ups, soziale Unternehmen) und Bedeutung des Unternehmertums für die Wirtschaft.
- b. Nutzung visueller Hilfsmittel oder Folien, um die wichtigsten unternehmerischen Eigenschaften hervorzuheben und deren praktische Anwendung zu verdeutlichen.

2. Gruppendiskussion: Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer (15 Minuten)

- a. Aufteilung der Teilnehmenden in kleine Gruppen, jede Gruppe erhält eine Eigenschaft erfolgreicher Unternehmer (z. B. Innovation, Risikobereitschaft, Networking).
- b. Diskussion darüber, warum diese Eigenschaft für Unternehmertum wesentlich ist, und Sammlung von Beispielen aus dem echten Leben (z. B. lokale Unternehmen oder bekannte Unternehmer).

- c. Gruppen teilen ihre Erkenntnisse mit der Gesamtgruppe, gefolgt von einer offenen Diskussion über verschiedene unternehmerische Qualitäten.

3. Aktivität: „Wie sieht ein Unternehmer aus?“ (20 Minuten)

- a. Bereitstellung eines Arbeitsblatts oder Flipcharts, auf dem die Teilnehmenden die Eigenschaften, Fähigkeiten und Qualitäten notieren, die ein Unternehmer zum Erfolg braucht (z. B. Führungsqualitäten, Teamfähigkeit, kritisches Denken, Zielorientierung).
- b. Erstellung eines „Profils“ eines idealen Unternehmers.
- c. Vorstellung der Profile vor der Gruppe und Diskussion darüber, wie diese Eigenschaften mit den zuvor behandelten Merkmalen übereinstimmen.

4. Reflexion und Fragen & Antworten (10 Minuten)

- a. Anregung zur Reflexion über die geteilten Informationen und zur Überlegung, wie diese Qualitäten entwickelt werden können.
- b. Gelegenheit für Fragen und Austausch, um Verständnis zu vertiefen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Visuelle Folien mit Schlüsselkonzepten und Definitionen zu Unternehmertum, Unternehmerarten und Beispielen erfolgreicher Unternehmer.
- **Arbeitsblatt/Flipchart:** Vorlage oder leere Blätter, damit Teilnehmende ein „Unternehmerprofil“ erstellen können.
- **Handouts:** Zusammenfassungen der wichtigsten Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer zur schnellen Referenz.
- **Marker und Sticky Notes:** Für Gruppendiskussionen und Brainstorming-Übungen.
- **Fallstudien (optional):** Kurzgedruckte Fallstudien bekannter Unternehmer zur Kontextualisierung und Inspiration während der Diskussionen.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://monday.com) - Planung und Projektmanagement-Tool.
- [Enloop](https://enloop.com) - Tools zum Setzen finanzieller Ziele und zur Szenario-Analyse.
- [PlanGuru](https://planguru.com) - Fortgeschrittene Plattform für Budgetierung und Planung.

Gesamtdauer der Einheit: 60 Minuten.

Modul 2: Identifikation branchenspezifischer Chancen

Lernziele

1. Junge Teilnehmende bei der Durchführung einer grundlegenden Marktanalyse zur Identifikation potenzieller Geschäftsmöglichkeiten anleiten.
2. Die Bedeutung des Verständnisses der Wettbewerbssituation und der Erkennung von Marktlücken erläutern.
3. Junge Teilnehmende darin schulen, Zielmärkte zu definieren und branchenspezifische Trends zu analysieren.
4. Praktische Tools zur Bewertung der Machbarkeit von Geschäftsideen anhand von Brancheninformationen vorstellen.

Lernaktivitäten

1. Präsentation und Grundlagen der Marktanalyse (15 Minuten)

- a. Einführung in Marktanalyse und deren Rolle bei der Chancenfindung.
- b. Wichtige Bestandteile wie Zielmarktverständnis, Wettbewerbsanalyse und Identifikation von Lücken erläutern.
- c. Beispiele einfacher Marktanalysen zur Veranschaulichung zeigen.

2. Aktivität: Mapping von Branchenchancen (20 Minuten)

- a. Teilnehmende in Kleingruppen aufteilen und jeder Gruppe eine hypothetische Geschäftsidee zuweisen (z. B. lokales Café, Mobile App, nachhaltige Modemarke).
- b. Gruppen analysieren potenzielle Marktchancen anhand von Kundenbedürfnissen, aktuellen Branchentrends und Wettbewerbsstärken/-schwächen.
- c. Ergebnisse in der Gesamtgruppe vorstellen und begründen, warum die Geschäftsidee Erfolg haben könnte.

3. Fallstudienanalyse: Erkennen von Marktlücken (20 Minuten)

- a. Präsentation einer Fallstudie eines bekannten Unternehmens, das durch das Erkennen einer Marktlücke erfolgreich wurde (z. B. Uber oder Spotify).
- b. Diskussion in Paaren oder Kleingruppen darüber, wie das Unternehmen die Lücke identifiziert hat, welches Problem gelöst wurde und wie die Marktanalyse zum Erfolg beitrug.

- c. Wichtige Lektionen herausarbeiten und Teilnehmende anregen, ähnliche Chancen in eigenen Branchen oder Gemeinschaften zu suchen.

4. Praktische Übung: Definition des Zielmarktes (15 Minuten)

- Arbeitsblatt zur Zielmarktdefinition verteilen (Demografie, Präferenzen, Kundenbedürfnisse).
- Ermutigung, auf bereits bekannte oder angenommene Daten zurückzugreifen.
- Abschließende Diskussion zur Bedeutung der Zielgruppenausrichtung für Geschäftserfolg.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Kernaussagen zur Marktanalyse, Marktlücken und Zielgruppendefinition
- **Branchenspezifische Fallstudien:** Gedruckt oder digital zur Analyse im Workshop
- **Arbeitsblätter:** Vorlagen zur Zielgruppendefinition und Chancen-Mapping
- **Marker und Flipcharts:** Für Gruppenarbeit und Präsentationen
- **Zugriff auf Recherche-Tools (wenn verfügbar):** Websites mit Branchendaten oder Markttrends

E-Ressourcen

- [Monday.com](#) - Planung und Projektmanagement-Tool.
- [Enloop](#) - Tools zum Setzen finanzieller Ziele und zur Szenario-Analyse.
- [Statista](#) - Zugang zu branchenspezifischen Marktdaten und Berichten.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 3: Verstehen und Analysieren von Branchentrends

Lernziele

1. Die Bedeutung der kontinuierlichen Information über Branchentrends erklären, um neue Chancen und Risiken zu erkennen.
2. Methoden und Werkzeuge vorstellen, um Branchentrends zu verfolgen, darunter technologische Entwicklungen, Veränderungen im Konsumentenverhalten und gesetzliche Neuerungen.
3. Junge Teilnehmende anleiten, wie sie Trendanalysen als strategisches Werkzeug zur fundierten Entscheidungsfindung nutzen können.
4. Die Teilnehmenden ermutigen, eine proaktive Haltung gegenüber Branchenveränderungen einzunehmen und lebenslanges Lernen zu fördern.

Lernaktivitäten

1. Einführung in Branchentrends (15 Minuten)

- a. Präsentation zu Branchentrends und ihrer Relevanz für Unternehmer:innen.
- b. Erläuterung verschiedener Trendarten (z. B. technologisch, Verhalten der Verbraucher:innen, gesetzliche Änderungen) und ihrer Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen.
- c. Beispiele realer Trends, die ganze Branchen beeinflusst haben (z. B. E-Commerce, Nachhaltigkeit, Wertewandel).

2. Trend-Spotting Workshop (20 Minuten)

- a. Aufteilung in Kleingruppen, jede Gruppe untersucht eine bestimmte Trendkategorie (z. B. technologische Trends, Konsumentenverhalten).
- b. Recherche und Identifikation eines aktuellen Trends mithilfe bereitgestellter Artikel, Materialien oder vorselektierter Online-Ressourcen.
- c. Diskussion über mögliche Auswirkungen des Trends auf kleine Unternehmen oder Start-ups.
- d. Präsentation der Ergebnisse im Plenum und Diskussion über die Bedeutung von Trendkenntnis für Wettbewerbsfähigkeit.

3. Aktivität: Trendanalyse und Geschäftsauswirkungen (25 Minuten)

- a. Vorstellung eines hypothetischen Geschäftsszenarios (z. B. eine lokale Bäckerei, eine Wellness-App).

- b. Ausfüllen eines Arbeitsblatts zur Identifikation relevanter Trends und deren Auswirkungen auf Kundenstamm, Marketing oder Betrieb.
- c. Gruppen präsentieren ihre Analysen und diskutieren mögliche Anpassungsstrategien zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit.

4. Reflexionsübung: Proaktiv bleiben (10 Minuten)

- a. Einzelreflexion: Wie kann man junge Unternehmer:innen dazu ermutigen, Trends aktiv zu verfolgen?
- b. Drei konkrete Strategien aufschreiben (z. B. Newsletter abonnieren, lokale Netzwerkveranstaltungen besuchen, Influencer folgen).
- c. Gemeinsame Diskussion über gesammelte Strategien und Förderung einer lernenden Haltung.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Überblick über Branchentrends, Trendarten und ihre geschäftliche Relevanz
- **Trendbeispiele oder Artikel:** Kurzbeschreibungen aktueller Trends als Handout
- **Hypothetisches Geschäftsszenario:** Gedruckt oder digital für die Analyse
- **Arbeitsblätter:** Vorlagen zur Trendanalyse und Bewertung geschäftlicher Auswirkungen
- **Zugriff auf Online-Trendtools (falls verfügbar):** z. B. Nachrichtenportale, Trendberichte, Marktforschungsdatenbanken

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://monday.com) - Tool für Planung und Projektmanagement
- [Google Trends](https://trends.google.com/trends) - Plattform zur Beobachtung von Verbraucher- und Marktentwicklungen
- [Statista](https://www.statista.com) - Branchenrelevante Daten und Trendberichte

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 4: Auf dem Laufenden bleiben über Branchentrends

Lernziele

1. Jungen Teilnehmenden die Bedeutung vermitteln, über Branchentrends informiert zu bleiben, um sich langfristig einen Wettbewerbsvorteil zu sichern.
2. Praktische Strategien zur Beobachtung von Branchenveränderungen und neuen Entwicklungen vorstellen.
3. Jungen Teilnehmenden helfen, verlässliche Informationsquellen und Netzwerke zu identifizieren, um kontinuierlich über relevante Branchenthemen informiert zu bleiben.
4. Die Teilnehmenden dazu anregen, eine Gewohnheit des kontinuierlichen Lernens und der aktiven Trendverfolgung zu entwickeln.

Lernaktivitäten

- 1. Einführung: Warum ist es wichtig, auf dem Laufenden zu bleiben? (10 Minuten)**
 - a. Diskussion zur Bedeutung aktueller Brancheninformationen für Unternehmer:innen.
 - b. Beispiele für Branchen im Wandel (z. B. Digitalisierung der Medien, Zunahme von Remote-Arbeit).
 - c. Vorteile der frühzeitigen Trendbeobachtung betonen: Wettbewerbsfähigkeit, Bedarfsprognosen, bessere Entscheidungen.
- 2. Aktivität: Vertrauenswürdige Quellen identifizieren (15 Minuten)**
 - a. Liste verschiedener Quellen bereitstellen (z. B. Branchenblogs, Newsletter, Social Media-Influencer:innen, Fachzeitschriften, Berufsnetzwerke).
 - b. Teilnehmende arbeiten in Paaren und diskutieren, welche Quellen für junge Unternehmer:innen in bestimmten Bereichen am relevantesten sind (z. B. Technologie, Einzelhandel, nachhaltige Produkte).
 - c. Präsentation der Gruppenergebnisse im Plenum. Die Teilnehmenden lernen, wie sie jungen Menschen passende Quellen empfehlen können.
- 3. Workshop: Persönliches System zur Trendbeobachtung aufbauen (25 Minuten)**
 - a. Einführung in Tools zur Trendverfolgung wie Google Alerts, RSS-Feeds, LinkedIn-Gruppen, Nachrichten-Apps.
 - b. Erklärung, wie diese Tools individuell an Branchen oder Interessen angepasst werden können.

- c. Teilnehmende richten Probe-Alerts ein oder suchen geeignete Quellen für ihre Branche.
- d. Diskussion über die Bedeutung, Trendverfolgung zur regelmäßigen Gewohnheit zu machen.

4. Praxisübung: Austausch in beruflichen Netzwerken (15 Minuten)

- a. Bedeutung von professionellen Netzwerken und Communities wie LinkedIn-Gruppen, Fachforen oder lokalen Unternehmer:innen-Netzwerken erläutern.
- b. Kurze Anleitung, wie man passende Gruppen findet, sich beteiligt und Informationen daraus gewinnt.
- c. Teilnehmende teilen Vorschläge, welche Netzwerke sie jungen Menschen in unterschiedlichen Branchen empfehlen würden.

5. Reflexion und Aktionsplan (10 Minuten)

- a. Zwei konkrete Schritte notieren, die die Teilnehmenden selbst unternehmen wollen, um über Trends informiert zu bleiben.
- b. Zwei weitere Strategien aufschreiben, die sie jungen Menschen vermitteln möchten, um kontinuierliches Lernen zu fördern.
- c. Gemeinsames Teilen im Plenum, um das Bewusstsein für die eigene Rolle als Vorbild zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Handouts:** Liste mit verlässlichen Quellen und digitalen Tools zur Trendbeobachtung
- **Präsentationsfolien:** Übersicht zur Bedeutung der Trendverfolgung, Beispiele für Branchenwandel und Vorteile aktueller Information
- **Workshop-Anleitung:** Schritt-für-Schritt-Erklärung zum Einrichten von Google Alerts, RSS-Feeds oder zur Teilnahme an LinkedIn-Gruppen
- **Arbeitsblatt:** Vorlage zur Entwicklung eines persönlichen Systems zur Trendverfolgung und für den Aktionsplan

E-Ressourcen

- [Google Alerts](#) - Benachrichtigungssystem für branchenspezifische Themen
- [Feedly](#) - RSS-Reader zur Sammlung und Kuratierung von Inhalten
- [LinkedIn Gruppen](#) - Fachspezifische Netzwerke zur Informationsbeschaffung und zum Austausch

Gesamtdauer der Einheit: 75 Minuten.

Modul 5: Fallstudien erfolgreicher Unternehmer:innen

Lernziele

1. Fallstudien erfolgreicher Unternehmer:innen nutzen, um zu veranschaulichen, wie das Erkennen und Nutzen von Branchentrends zum Unternehmenserfolg führen kann.
2. Teilnehmende dazu anleiten, unternehmerische Fallstudien zu analysieren, um Erkenntnisse zu Innovation, Anpassungsfähigkeit und Durchhaltevermögen zu gewinnen.
3. Junge Teilnehmende ermutigen, Erkenntnisse aus realen Beispielen auf ihre eigenen unternehmerischen Ziele und Ideen anzuwenden.

Lernaktivitäten

1. Einführung in Fallstudien (10 Minuten)

- a. Kurze Einführung in den Nutzen von Fallstudien: Lernen aus echten Beispielen erfolgreicher Unternehmer:innen.
- b. Betonung der einzigartigen Lektionen, die jede Geschichte bietet – z. B. Innovationskraft, strategisches Risiko, Trendbewusstsein.

2. Fallstudienanalyse: Gruppenarbeit (30 Minuten)

- a. Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen aufgeteilt. Jede Gruppe erhält eine andere Fallstudie (z. B. Jeff Bezos & Amazon, Mark Zuckerberg & Facebook, Steve Jobs & Apple, Bill Gates & Microsoft).
- b. Jede Gruppe bekommt ein Handout mit einer Zusammenfassung der unternehmerischen Entwicklung, inklusive:
 - i. Welchen Trend oder Bedarf hat die Person erkannt?
 - ii. Welche Strategien wurden zur erfolgreichen Umsetzung gewählt?
 - iii. Welche Hürden wurden überwunden?
- c. Diskussion in den Gruppen und anschließende Präsentation im Plenum: Erkenntnisse und übertragbare Lehren für junge Gründer:innen.

3. Reflexionsaktivität: Lektionen für junge Unternehmer:innen (15 Minuten)

- a. Gemeinsame Diskussion über zentrale Themen aus allen Fallstudien: Was waren Gemeinsamkeiten?, Welche Eigenschaften oder Entscheidungen trugen besonders zum Erfolg bei?
- b. Die Teilnehmenden reflektieren, welche Erkenntnisse besonders relevant für heutige junge Unternehmer:innen sind und wie sie diese in ihrer eigenen Arbeit weitergeben können.

4. Anwendungsübung: Eigene Fallstudie erstellen (20 Minuten)

- a. Die Teilnehmenden denken an eine bekannte Unternehmerin oder einen bekannten Unternehmer (auch aus dem eigenen Umfeld) und erstellen eine kurze Fallstudien-Skizze:
 - i. Welches Problem oder welcher Bedarf wurde erkannt?
 - ii. Welche Strategie führte zum Erfolg?
 - iii. Welche Lehren können daraus gezogen werden?
- b. Vorstellung der eigenen Fallstudien in Paar- oder Kleingruppenarbeit. Ziel: Übung im Storytelling und in der Weitergabe unternehmerischer Erkenntnisse.

5. Abschluss und Q&A (10 Minuten)

- a. Offene Fragerunde zur Anwendung von Fallstudien in der Arbeit mit jungen Menschen.
- b. Ermutigung zur Integration von echten Geschichten als inspirierendes Lernmittel in der Jugendförderung.

Werkzeuge/Materialien

- **Handouts:** Fallstudien-Zusammenfassungen erfolgreicher Unternehmer:innen mit Fokus auf Trends, Strategien und Schlüsselentscheidungen.
- **Präsentationsfolien:** Übersicht zu jeder Fallstudie mit Kernbotschaften und Diskussionsanregungen.
- **Arbeitsblatt:** Vorlage zur Entwicklung einer eigenen Fallstudie, inkl. Problem, Lösung und Erkenntnissen.
- **Diskussionsleitfaden:** Impulsfragen zur Unterstützung von Gruppenreflexionen und Präsentationen.

E-Ressourcen

- [Harvard Business Review](#) - Zugriff auf vertiefende Fallstudien erfolgreicher Unternehmen
- [Entrepreneur.com](#) - Einblicke und Beispiele erfolgreicher Geschäftsmodelle
- [Enloop](#) - Tool zur Darstellung finanzieller Szenarien in Fallstudien

Gesamtdauer der Einheit: 85 Minuten.

Module 6: Reflexion und Anwendung

Lernziele

1. Die Teilnehmenden dazu anleiten, die wichtigsten Erkenntnisse der Einheit zu reflektieren – darunter Branchentrends, unternehmerische Eigenschaften und Erkenntnisse aus Fallstudien.
2. Die Teilnehmenden ermutigen, das erlernte Wissen und die Fähigkeiten in eigene Ideen oder Lösungen zu übertragen.
3. Selbstreflexion und Zielsetzungsübungen durchführen, um die nächsten Schritte auf dem eigenen unternehmerischen Weg zu planen.

Lernaktivitäten

1. Gruppenreflexion: Zentrale Erkenntnisse (15 Minuten)

- a. Einstieg mit einer offenen Gruppendiskussion: Was waren die wichtigsten Aha-Momente oder Erkenntnisse aus dem gesamten Training?
- b. Leitfragen:
 - i. Was war die überraschendste Einsicht über Unternehmertum?
 - ii. Welche Fähigkeiten erscheinen am wichtigsten für angehende junge Unternehmer:innen?
 - iii. Wie möchtest du das Gelernte in deiner Arbeit mit Jugendlichen einsetzen?

2. Selbstbewertung: Stärken und Entwicklungsfelder (15 Minuten)

- a. Verteilung eines Selbstreflexionsbogens zur Selbsteinschätzung:
 - i. In welchen Bereichen fühlst du dich sicher nach dieser Lerneinheit?
 - ii. Wo möchtest du dich weiter verbessern?
 - iii. Welche Unterstützung oder Ressourcen brauchst du, um deine Fähigkeiten zu stärken?
- b. Austausch der Antworten in Paaren oder Kleingruppen zur gegenseitigen Ermutigung und Reflexion.

3. Praxisanwendung: Geschäftsideen brainstormen (20 Minuten)

- a. Kleingruppenaktivität: Jede Gruppe erhält ein Thema oder eine Branche (z. B. Technologie, soziale Unternehmen, nachhaltige Produkte).
- b. Aufgabe: Gemeinsam Geschäftsideen entwickeln, die auf gelernten Trends, Marktlücken und unternehmerischen Einsichten basieren.

- c. Jede Gruppe wählt eine Idee aus und präsentiert sie dem Plenum: Warum ist die Idee aktuell relevant?, Welcher Trend oder welches Bedürfnis wird angesprochen?

4. Zielsetzungsübung: Nächste Schritte für Jugendbetreuer:innen (10 Minuten)

- a. Die Teilnehmenden formulieren konkrete Ziele zur Umsetzung des Gelernten in ihrer Arbeit mit Jugendlichen.
- b. Impulsfragen:
 - i. Welche neue Aktivität oder Diskussion möchtest du mit Jugendlichen einführen?
 - ii. Wie wirst du junge Menschen dabei unterstützen, branchenspezifische Trends zu erkennen und zu nutzen?
- c. Die Ziele können freiwillig in der Gruppe geteilt oder in einem persönlichen Aktionsplan notiert werden.

5. Abschluss und Q&A (10 Minuten)

- a. Offene Fragerunde: Was ist noch unklar? Wo wird weitere Unterstützung benötigt?
- b. Abschlussrunde mit Reflexion über die Rolle von Jugendbetreuer:innen in der Förderung von unternehmerischem Denken: Betonung der Bedeutung von kontinuierlichem Lernen, Anpassungsfähigkeit und praxisnahem Wissenstransfer.

Werkzeuge/Materialien

- **Selbstreflexionsbogen:** Fragen und Skalen zur Einschätzung der eigenen Lernfortschritte und Kompetenzentwicklung.
- **Brainstorming-Leitfaden:** Impulse zur Ideenfindung anhand von Trends und Marktlücken.
- **Zielsetzungs-Vorlage:** Ein einfaches Formular zur Formulierung konkreter Handlungsziele.
- **Präsentationsfolien:** Zusammenfassung der Hauptpunkte der Lerneinheit und letzte Denkanstöße zur Anwendung.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://monday.com) - Tool zur Dokumentation und Planung von Erkenntnissen und nächsten Schritten.
- [Enloop](https://enloop.com) - Plattform zur Definition finanzieller Ziele und Entwicklung von Geschäftsszenarien.

- [MindMeister](#) - Online-Tool für gemeinsames Mindmapping bei der Ideengenerierung.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Lerneinheit Nr. 2 – Entwicklung unternehmerischer Fähigkeiten

Überblick über die Einheit

Diese Einheit vermittelt Jugendbetreuer:innen grundlegende unternehmerische Fähigkeiten und Kompetenzen, die sie jungen Teilnehmenden weitervermitteln können. Sie bietet eine umfassende Grundlage für zentrale Kompetenzen wie Geschäftsführung, Kommunikation, kritisches Denken und Resilienz. Der Schwerpunkt liegt auf der Bedeutung dieser Fähigkeiten, um junge Menschen in die Lage zu versetzen, die Herausforderungen des Unternehmertums erfolgreich zu meistern. Dabei werden Selbstvertrauen, strategisches Denken sowie Innovations- und Anpassungsfähigkeit gefördert.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit sind Jugendbetreuer:innen in der Lage:

- Grundlegende unternehmerische Fähigkeiten zu verstehen und zu erklären, die für geschäftlichen Erfolg entscheidend sind.
- Junge Teilnehmende beim Erwerb von Kompetenzen wie Geschäftsführung, Kommunikation und strategischer Planung anzuleiten.
- Jugendlichen dabei zu helfen, kritisches Denken, Kreativität und Problemlösefähigkeiten im unternehmerischen Kontext zu verbessern.
- Resilienz und Anpassungsfähigkeit als zentrale Eigenschaften zur Überwindung unternehmerischer Herausforderungen zu fördern.
- Den Jugendlichen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie diese Fähigkeiten sowohl eigenständig als auch im Team trainieren können.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit konzentriert sich auf den Erwerb folgender Schlüsselkompetenzen durch die Jugendbetreuer:innen, damit sie junge Menschen wirksam unterstützen können:

- **Geschäftsführung (Business Management Skills):** Planung, Organisation, Führung und Budgetierung zur effektiven Ressourcennutzung.
- **Kommunikation und aktives Zuhören:** Ideen klar vermitteln, aktiv mit anderen interagieren und stabile Beziehungen aufbauen.
- **Kritisches und kreatives Denken:** Analytisches Denken, Brainstorming und die Fähigkeit, Lösungen aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten.

- **Strategisches Denken und Planung:** Daten auswerten, Ziele setzen und Strategien flexibel anpassen.
- **Zeitmanagement und Organisation:** Aufgaben priorisieren, Zeit effektiv nutzen und produktiv arbeiten.
- **Resilienz und Stressbewältigung:** Rückschläge aushalten, mit Stress umgehen und eine positive Grundhaltung beibehalten.
- **Verkauf und Verhandlung:** Ideen überzeugend präsentieren, effektiv pitchen und Stakeholder in gemeinsame Lösungsprozesse einbinden.

Gesamtdauer der Einheit: 7 Stunden und 45 Minuten.

Modul 1: Einführung in grundlegende unternehmerische Fähigkeiten

Lernziele

1. Die Bedeutung grundlegender unternehmerischer Kompetenzen für den geschäftlichen Erfolg erklären.
2. Junge Teilnehmende mit Basisfähigkeiten wie Geschäftsführung, Kommunikation und strategischem Denken vertraut machen.
3. Verständnis fördern, wie diese Fähigkeiten miteinander verknüpft sind und unternehmerisches Handeln unterstützen.
4. Jugendliche ermutigen, ihre eigenen Entwicklungsfelder in diesen Bereichen zu identifizieren.

Lernaktivitäten

1. Einführungspräsentation zu Kernkompetenzen (15 Minuten)

- a. Überblick über wesentliche unternehmerische Kompetenzen: Geschäftsführung, Kommunikation und strategisches Denken.
- b. Erklärung, warum diese Fähigkeiten für unternehmerischen Erfolg grundlegend sind – mit Beispielen.
- c. Kurze Geschichten von realen Unternehmer:innen, die durch gezielten Einsatz dieser Fähigkeiten erfolgreich wurden.

2. Gruppendiskussion: Was sind Kernkompetenzen? (10 Minuten)

- a. Kleingruppenarbeit: Jede Gruppe erhält eine Fähigkeit (z. B. Geschäftsführung, Kommunikation oder strategisches Denken).
- b. Aufgabe: Warum ist diese Fähigkeit wichtig im Unternehmertum? Welche Merkmale oder Verhaltensweisen zeigen Kompetenz in diesem Bereich?

- c. Präsentation der Ergebnisse im Plenum, um die Verknüpfung der einzelnen Fähigkeiten sichtbar zu machen.

3. Selbstreflexion: Selbsteinschätzung der Kernkompetenzen (15 Minuten)

- a. Ausfüllen eines Arbeitsblattes zur Selbsteinschätzung („Core Skills Inventory“): Wo stehen die Teilnehmenden aktuell in den Bereichen Geschäftsführung, Kommunikation und strategisches Denken?
- b. Einschätzung des eigenen Könnens und der Sicherheit im Umgang mit jeder Fähigkeit.
- c. Gemeinsamer Abschluss: Reflexion über persönliche Stärken und Entwicklungsfelder.

4. Praxisübung: Anwendung der Kernkompetenzen im Szenario (20 Minuten)

- a. Vorstellung eines einfachen, realitätsnahen Szenarios (z. B. ein kleines Unternehmen gründen oder ein Community-Projekt starten).
- b. Aufgabe in Kleingruppen: Wie würden sie Geschäftsführung, Kommunikation und strategisches Denken in diesem Szenario anwenden?
- c. Diskussion über mögliche Herausforderungen und Lösungsansätze mit diesen Kompetenzen.
- d. Ergebnispräsentation im Plenum zur Verdeutlichung der praktischen Relevanz.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Überblick über unternehmerische Kernkompetenzen, mit Beispielen.
- **Arbeitsblatt „Core Skills Inventory“:** Zur Selbsteinschätzung der eigenen Fähigkeiten.
- **Szenario-Handouts:** Beschreibung eines unternehmerischen Beispiels zur praktischen Anwendung.
- **Flipcharts und Marker:** Für Gruppenarbeit und Präsentation der Diskussionsergebnisse.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://www.monday.com) - Unterstützt bei der Entwicklung von Planungs- und Organisationsfähigkeiten.
- [Enloop](https://enloop.com) - Hilft jungen Unternehmer:innen beim Aufbau grundlegender Geschäftsplanung.
- [PlanGuru](https://www.planaguru.com) - Eignet sich zur Einführung in finanzielle Grundkenntnisse im Unternehmertum.

Gesamtdauer der Einheit: 60 Minuten.

Modul 2: Geschäftsführung und Planungskompetenzen

Lernziele

1. Die Bedeutung von Geschäftsführungskompetenzen für den erfolgreichen Betrieb eines Unternehmens erläutern.
2. Junge Teilnehmende mit den zentralen Elementen der Geschäftsführung vertraut machen, wie strategische Planung, Budgetierung und Ressourcenzuweisung.
3. Ein Verständnis dafür entwickeln, wie man ein Unternehmen oder Projekt organisiert und leitet.
4. Werkzeuge und Methoden zur Zielsetzung und zur Entwicklung umsetzbarer Geschäftspläne bereitstellen.

Lernaktivitäten

1. Präsentation: Grundlagen der Geschäftsführung (15 Minuten)

- a. Einführung in die wichtigsten Kompetenzen der Geschäftsführung: Planung, Budgetierung, Ressourcenzuweisung und Führung.
- b. Diskussion über die Relevanz dieser Fähigkeiten für nachhaltiges Unternehmenswachstum. Beispiele dafür, wie gute Geschäftsführung langfristigen Erfolg ermöglicht.

2. Gruppenaktivität: Aufbau eines Businessplan-Entwurfs (20 Minuten)

- a. Einteilung der Teilnehmenden in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält eine einfache Geschäftsidee (z. B. Café, Onlinehandel, Sozialunternehmen).
- b. Aufgabe: Erstellung eines einfachen Businessplan-Entwurfs mit Fokus auf Zielsetzung, Budget und Ressourcenbedarf.
- c. Vorstellung der Planentwürfe im Plenum mit Erläuterung des jeweiligen Planungsprozesses und der getroffenen Entscheidungen. Ziel: Die Bedeutung strukturierter Planung im Rahmen der Geschäftsführung begreifbar machen.

3. Interaktiver Workshop: Budgetierung und Ressourcenzuweisung (20 Minuten)

- a. Einführung in ein Budgetierungs-Template und zentrale Aspekte der Budgetierung: Kostenschätzung, Umsatzprognosen, Liquiditätsmanagement.
- b. In Paaren oder Kleingruppen erstellen die Teilnehmenden ein einfaches Budget für ihre Geschäftsidee mit Fokus auf effiziente Ressourcennutzung und Kostenkontrolle.

- c. Kurze Abschlussdiskussion über Herausforderungen der Budgetierung und die Bedeutung solider Finanzplanung.

4. Reflexion und Zielsetzungsübung (10 Minuten)

- a. Ausgabe eines Reflexionsbogens zur Selbsteinschätzung: Wie sicher fühlen sich die Teilnehmenden in den Bereichen der Geschäftsführung? Welche Bereiche möchten sie verbessern?
- b. Persönliche Zielsetzung: z. B. mehr über Budgetierung lernen oder die eigene Organisationsfähigkeit ausbauen.
- c. Freiwillige können ihre Ziele mit der Gruppe teilen, um ein unterstützendes Lernumfeld zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Überblick über Geschäftsführungskompetenzen mit Fokus auf Planung, Budgetierung und Ressourcenmanagement.
- **Businessplan-Vorlage:** Einfache Vorlage zur Erstellung eines Basis-Geschäftsplans.
- **Budgetierungs-Template:** Vorlage mit Feldern für Kostenschätzung, Umsatzprognose und Ressourcenaufteilung.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Zur Selbsteinschätzung und Festlegung persönlicher Lernziele im Bereich Geschäftsführung.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://www.monday.com) - Hilfreich zur Vermittlung von Aufgabenmanagement und Teamarbeit..
- [PlanGuru](https://www.plan-guru.com) - Unterstützt bei Budgetierung und Ressourcenzuweisung im Rahmen der Projektplanung.
- [Trello](https://trello.com) - Einfache Projektmanagement-Plattform zur Aufgaben- und Zielverfolgung.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 3: Kommunikations- und Verhandlungskompetenzen

Lernziele

1. Die Bedeutung effektiver Kommunikations- und Verhandlungskompetenzen im Unternehmertum erläutern.
2. Junge Teilnehmende mit grundlegenden Kommunikationstechniken vertraut machen, darunter aktives Zuhören, Klarheit und nonverbale Signale.

3. Grundlagen erfolgreicher Verhandlungen vermitteln, z. B. Beziehungsaufbau, Bedürfnisanalyse und das Erreichen beidseitig vorteilhafter Ergebnisse.
4. Den Teilnehmenden helfen, Vertrauen in ihre Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten im geschäftlichen Kontext zu entwickeln.

Lernaktivitäten

1. Einführungsvortrag: Kommunikation und Verhandlung im Geschäftsleben (10 Minuten)

- a. Überblick über Kommunikation als grundlegende unternehmerische Fähigkeit, mit Fokus auf verbale und nonverbale Kommunikation, Klarheit und aktives Zuhören.
- b. Einführung in Verhandlung als zentrale Kompetenz für Beziehungsmanagement, Kundeninteraktionen und Win-Win-Lösungen.
- c. Beispiele für Situationen, in denen Kommunikation und Verhandlung entscheidend für den Erfolg sind.

2. Aktivität: Aktives Zuhören üben (15 Minuten)

- a. Teilnehmende paarweise zusammenbringen und jedem Paar ein Diskussionsthema geben (z. B. eine Geschäftsidee oder ein Problem, das gelöst werden soll).
- b. Eine Person spricht, die andere hört aktiv zu, hält Blickkontakt und stellt klärende Fragen.
- c. Danach Rollenwechsel.
- d. Gemeinsame Auswertung im Plenum: Was wurde über effektives Zuhören gelernt? Wie beeinflusst es Verständnis und Vertrauensaufbau?

3. Rollenspielübung: Verhandlungsszenarien (25 Minuten)

- a. Einteilung in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält ein einfaches Verhandlungsszenario (z. B. Preisverhandlung mit einem Lieferanten, Diskussion über eine Geschäftspartnerschaft).
- b. Jede Rolle erhält ein Kurzbriefing mit Zielen und Prioritäten.
- c. Durchführung des Rollenspiels unter Anwendung von Verhandlungstechniken: gemeinsame Ziele erkennen, Lösungen vorschlagen, für beide Seiten vorteilhafte Einigungen finden.
- d. Nachbesprechung in den Gruppen und Austausch von Erkenntnissen im Plenum.

4. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Ausgabe eines Arbeitsblatts zur Selbsteinschätzung der aktuellen Kommunikations- und Verhandlungsfähigkeiten. Die Teilnehmenden notieren ihre Stärken und Entwicklungsfelder.
- b. Festlegung von ein oder zwei konkreten Zielen zur Verbesserung der eigenen Fähigkeiten – entweder zur persönlichen Weiterentwicklung oder zur Unterstützung junger Teilnehmender.
- c. Freiwillige können ihre Ziele im Plenum teilen, um gemeinsames Lernen zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Kernaussagen zur effektiven Kommunikation und Verhandlung mit Beispielen aus dem Geschäftsleben.
- **Szenario-Karten:** Kurzbeschreibungen von Verhandlungssituationen mit Rollenprofilen, Zielen und Prioritäten.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Zur Selbsteinschätzung und Zielsetzung im Bereich Kommunikation und Verhandlung.

E-Ressourcen

- [LinkedIn Learning](#) - Bietet Lernmaterialien zur Entwicklung von Kommunikations- und Verhandlungstechniken.
- [Google Meet](#) - Geeignet für Rollenspiele zu Verhandlungsszenarien in virtuellen Umgebungen.
- [Coursera - Effective Communication](#) - Spezialkurse zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten.

Gesamtdauer der Einheit: 60 Minuten.

Modul 4: Kritisches und kreatives Denken

Lernziele

1. Die Bedeutung von kritischem und kreativem Denken im Unternehmertum erklären.
2. Junge Teilnehmende beim Entwickeln analytischer Fähigkeiten zur Problemlösung und Entscheidungsfindung anleiten.
3. Brainstorming- und Ideentechniken vorstellen, um kreatives Denken zu fördern.
4. Den Teilnehmenden helfen, kritisches und kreatives Denken einzusetzen, um innovative Lösungen im unternehmerischen Kontext zu finden.

Lernaktivitäten

1. Presentation: Bedeutung von kritischem und kreativem Denken (10 Minuten)

- Einführung in die Relevanz dieser Denkweisen für unternehmerischen Erfolg.
- Erklärung, wie kritisches Denken hilft, Informationen zu analysieren, Risiken einzuschätzen und fundierte Entscheidungen zu treffen.
- Darstellung, wie kreatives Denken Innovationen ermöglicht, einzigartige Lösungen hervorbringt und neue Chancen erschließt.

2. Aktivität: Mind Mapping zur Ideenfindung (15 Minuten)

- Einführung in Mind Mapping als Technik zur Ideenentwicklung und zur Strukturierung von Themen.
- Die Teilnehmenden erhalten ein zentrales Thema (z. B. „Erweiterung eines lokalen Dienstleistungsangebots“).
- Aufgabe: Erstellung einer Mind Map mit Ideen und Lösungsmöglichkeiten rund um das Thema.
- Anschließend Austausch in Paaren oder Kleingruppen über die Mind Maps und Reflexion, wie die Technik kreatives Denken unterstützt hat.

3. Gruppenarbeit: Geschäftliche Herausforderung gemeinsam lösen (20 Minuten)

- Einteilung in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält eine unternehmerische Herausforderung (z. B. Kund*innenbindung erhöhen, Produktqualität verbessern).
- Anwendung von Brainstorming-Methoden wie freie Assoziation oder „Ja, und...“-Technik, um möglichst viele Ideen zu sammeln.
- Präsentation der besten Lösungen im Plenum und Diskussion über die Rolle von kreativem Denken im Lösungsprozess.

4. Fallstudienanalyse: Kritisches Denken anwenden (15 Minuten)

- Ausgabe einer kurzen Fallstudie zu einem realistischen Unternehmensproblem (z. B. Produktrückruf, Eintritt in einen neuen Markt).
- Aufgabe: Analyse des Problems, Identifikation der Ursachen, Bewertung von Risiken sowie Vor- und Nachteilen möglicher Lösungswege.
- Gemeinsame Diskussion im Plenum: Welche Denkstrategien wurden angewendet? Wie hilft kritisches Denken bei komplexen Entscheidungen?

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- Ausgabe eines Arbeitsblatts zur Selbsteinschätzung der aktuellen Fähigkeiten im kritischen und kreativen Denken.

- b. Teilnehmende setzen sich ein persönliches Ziel zur Weiterentwicklung – z. B. regelmäßig Mind Maps erstellen oder Entscheidungen gezielter hinterfragen.
- c. Freiwillige können ihre Ziele mit der Gruppe teilen, um eine unterstützende Lernatmosphäre zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Übersicht zu kritischem und kreativem Denken mit praxisnahen Beispielen aus dem Unternehmertum.
- **Mind Mapping Vorlage:** Leere Strukturvorlage zur Visualisierung von Ideen.
- **Szenariobeschreibungen:** Geschäftliche Herausforderungen für die Gruppenarbeit.
- **Fallstudien-Handout:** Realitätsnahe Fallbeispiele zur Anwendung kritischen Denkens.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbsteinschätzung und Zielsetzung im Bereich kritisches/kreatives Denken.

E-Ressourcen

- [MindMeister](#) - Unterstützt visuelle Ideensammlungen per Mind Mapping.
- [Miro](#) - Fördert kollaboratives Problemlösen in Echtzeit.
- [Coursera - Creative Thinking](#) - Spezialisierte Kurse zur Förderung kritischen und kreativen Denkens.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 5: Zeitmanagement und organisatorische Fähigkeiten

Lernziele

- Die Bedeutung von effektivem Zeitmanagement und organisatorischen Fähigkeiten im Unternehmertum erklären.
- Junge Teilnehmende in praktische Techniken zur Priorisierung von Aufgaben und effektiven Zeitplanung einführen.
- Die Entwicklung organisatorischer Systeme zur Verbesserung von Produktivität und Konzentration unterstützen.
- Teilnehmende anleiten, realistische Ziele und Fristen zu setzen, um unternehmerische Aktivitäten besser zu strukturieren.

Lernaktivitäten

1. Einführungsvortrag: Grundlagen des Zeitmanagements (10 Minuten)

- a. Überblick über Zeitmanagement als eine zentrale Fähigkeit von Unternehmer*innen. Vorstellung von Schlüsseltechniken wie Priorisierung, Zeitplanung und Zielsetzung.
- b. Erklärung, wie gute Organisation zur Produktivität beiträgt, Stress reduziert und den Geschäftserfolg unterstützt.

2. Aktivität: Time-Tracking Übung (15 Minuten)

- a. Ausgabe eines einfachen Zeiterfassungs-Arbeitsblatts.
- b. Aufgabe: Die Teilnehmenden denken über einen typischen Tag nach und schätzen den Zeitaufwand für tägliche Aufgaben, insbesondere im Rahmen eines Projekts oder Unternehmens. Markierung von besonders wichtigen Aufgaben.
- c. Nachbesprechung im Plenum: Welche Aufgaben rauben Zeit? Welche bringen echten Fortschritt?

3. Workshop: Priorisierungstechniken anwenden (20 Minuten)

- a. Vorstellung von Methoden zur Priorisierung wie: Eisenhower-Matrix (dringend vs. wichtig), ABC-Analyse (Kategorisierung nach Wichtigkeit)
- b. Die Teilnehmenden üben die Anwendung dieser Methoden anhand einer vorbereiteten Aufgabenliste.
- c. Austausch in Paaren: Wie unterschiedlich wurden Aufgaben eingeordnet? Was fiel leicht, was schwer?
- d. Gruppendiskussion: Wie helfen diese Methoden, Überlastung zu vermeiden und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren?

4. Aktivität: Einen Aktionsplan erstellen (15 Minuten)

- a. Erstellung eines einfachen Aktionsplans für ein hypothetisches Geschäftsprojekt.
- b. Der Plan soll Aufgaben, Fristen, Prioritäten und ggf. Delegationsmöglichkeiten enthalten. Anwendung der im Modul erlernten Zeitmanagementstechniken.
- c. Austausch in Kleingruppen: Vorstellung der Pläne, Feedback geben, Verbesserungsideen diskutieren.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Ausgabe eines Reflexionsbogens zur Selbsteinschätzung aktueller Zeitmanagement-Fähigkeiten.

- b. Jede*r Teilnehmende formuliert ein konkretes persönliches Ziel, z. B. wöchentliche Planung einführen oder Priorisierung verbessern.
- c. Freiwillige können ihre Ziele mit der Gruppe teilen, um die gemeinsame Lernverantwortung zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Übersicht über Zeitmanagement und Organisation mit Beispielen zu Priorisierungsmethoden.
- **Zeiterfassungs-Arbeitsblatt:** Zur Selbstanalyse des Tagesablaufs.
- **Aufgabenliste zur Priorisierung:** Beispielaufgaben zur Anwendung von Priorisierungstechniken.
- **Aktionsplan-Vorlage:** Ein einfaches Template zur Planung von Schritten, Fristen und Prioritäten.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Zur Bewertung der eigenen Zeitmanagementfähigkeiten und Formulierung von Entwicklungszielen.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://monday.com) - Für Zeiterfassung und Projektzeitlinien-Management.
- [Trello](https://trello.com) - Ein einfaches Tool zur Organisation und Priorisierung von Aufgaben.
- [RescueTime](https://rescuetime.com) - Zur Analyse der Zeitnutzung und Verbesserung der persönlichen Produktivität.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 6: Resilienz und Stressbewältigung

Lernziele

1. Die Bedeutung von Resilienz und Stressbewältigung im Unternehmertum erklären.
2. Strategien zur Entwicklung von Resilienz und zum Umgang mit Stress in belastenden Situationen vermitteln.
3. Junge Teilnehmende darin unterstützen, Anzeichen von Stress zu erkennen und aktiv Maßnahmen zur Erhaltung ihres Wohlbefindens zu ergreifen.
4. Eine positive Denkweise und gesunde Bewältigungsstrategien fördern, um Rückschläge zu überwinden.

Lernaktivitäten

1. Einführungsvortrag: Resilienz und Stress im Unternehmertum (10 Minuten)

- a. Überblick über Resilienz als Fähigkeit, sich an Herausforderungen anzupassen und gestärkt daraus hervorzugehen.
- b. Diskussion über Stress als natürlichen Bestandteil unternehmerischen Handelns.
- c. Betonung der Vorteile von Resilienz, wie z. B. höhere Anpassungsfähigkeit, Motivation und langfristiger Erfolg.

2. Gruppendiskussion: Stressauslöser erkennen (10 Minuten)

- a. Offene Gesprächsrunde, in der Teilnehmende häufige Stressauslöser im Unternehmertum identifizieren (z. B. finanzieller Druck, Zeitdruck, Unsicherheit).
- b. Austausch über persönliche Erfahrungen und die Auswirkungen von Stress auf das geistige und körperliche Wohlbefinden.
- c. Erkenntnis: Das Erkennen von Stressauslösern ist der erste Schritt zur effektiven Bewältigung.

3. Workshop: Resilienzstrategien entwickeln (20 Minuten)

- a. Vorstellung bewährter Techniken zum Aufbau von Resilienz, z. B. realistische Zielsetzung, Wachstumsdenken (Growth Mindset), Selbstreflexion.
- b. Partnerarbeit: Erstellung eines persönlichen „Resilienz-Werkzeugsatzes“ – eine Liste mit hilfreichen Strategien und deren Nutzen.
- c. Jede Gruppe stellt ein oder zwei Techniken dem Plenum vor.

4. Aktivität: Stressbewältigungstechniken anwenden (20 Minuten)

- a. Einführung in praktische Methoden zur Stressreduktion, z. B. Atemübungen, Achtsamkeit, bewusste Pausen zur Selbstfürsorge.
- b. Gemeinsame Durchführung einer kurzen Atem- oder Achtsamkeitsübung.
- c. Reflexion: Wie hat sich die Übung angefühlt? Wie kann man junge Menschen motivieren, solche Techniken regelmäßig anzuwenden?

5. Reflexion und persönlicher Resilienzplan (10 Minuten)

- a. Arbeitsblatt zur Selbsteinschätzung: Wo stehe ich beim Thema Resilienz und Stressmanagement? Wo sehe ich Verbesserungspotenzial?
- b. Erstellung eines individuellen Resilienzplans: Welche Methoden werde ich zukünftig anwenden? Welche Ziele setze ich mir?
- c. Wer möchte, teilt seinen Plan im Plenum – so entsteht eine gemeinsame Verantwortung für das eigene Wohlbefinden.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Visuelle Folien mit Schlüsselkonzepten und Definitionen zum Unternehmertum, Unternehmerarten und Beispielen erfolgreicher Unternehmer.
- **Arbeitsblatt/Flipchart:** Vorlage oder leere Blätter für das „Unternehmerprofil“.
- **Handouts:** Zusammenfassungen der wichtigsten Eigenschaften erfolgreicher Unternehmer zur schnellen Nachschlagehilfe.
- **Marker und Haftnotizen:** Für Gruppendiskussionen und Brainstorming.
- **Fallstudien (optional):** Kurz gedruckte Fallstudien bekannter Unternehmer zur Kontextualisierung und Inspiration.

E-Ressourcen

- [Headspace](#) - Mindfulness- und Stressmanagement-App.
- [Calm](#) - Bietet Werkzeuge zur Stressbewältigung und zur Erhaltung des mentalen Wohlbefindens.
- [Resilience Alliance](#) - Bietet Ressourcen zum Aufbau von Resilienz in herausfordernden Situationen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 7: Vertriebs- und Kundenbeziehungsfähigkeiten

Lernziele

1. Die Bedeutung von Vertriebs- und Kundenbeziehungsfähigkeiten für den unternehmerischen Erfolg erklären.
2. Junge Teilnehmende bei der Vermittlung von wichtigen Verkaufstechniken und Strategien zur Kundenbindung begleiten.
3. Junge Teilnehmende darin unterstützen, Fähigkeiten im Aufbau von Beziehungen, im Umgang mit Kundenanfragen und in der Wertschöpfung bei Kundeninteraktionen zu entwickeln.
4. Junge Teilnehmende ermutigen, Kundenfeedback als Chance für Wachstum und Verbesserung zu sehen.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Vertrieb und Kundenbeziehungen (10 Minuten)**

- a. Überblick über wesentliche Vertriebs- und Kundenziehungsfähigkeiten, mit Erklärung, wie diese Fähigkeiten das Geschäftswachstum und die Kundenloyalität fördern.
- b. Diskussion über die Bedeutung von Vertrauensaufbau, aktivem Zuhören und Wertschöpfung in Kundenkontakten.

2. Rollenspiel: Kundenszenarien (20 Minuten)

- a. Teilnehmende werden in Paare aufgeteilt und erhalten verschiedene Kundenszenarien (z. B. Umgang mit Kundenbeschwerden, Erklärung einer Produkteigenschaft, Upselling eines Produkts).
- b. Durchführung von Rollenspielen mit wechselnden Rollen als Kunde und Verkäufer.
- c. Anschließend Diskussion, welche Techniken gut funktioniert haben und wo Verbesserungen bei Kommunikation und Beziehungsaufbau möglich sind.

3. Workshop: Kundenbedürfnisse verstehen und Wert schaffen (15 Minuten)

- a. Übung zur Identifikation von Kundenbedürfnissen für ein hypothetisches Produkt oder eine Dienstleistung.
- b. Nutzung einer Vorlage, um Ideen zu sammeln, wie durch exzellenten Service, Produktinformationen oder klare Kommunikation zusätzlicher Wert für Kunden geschaffen werden kann.
- c. Vorstellung von ein oder zwei Ideen im Plenum mit anschließender Diskussion, wie Unternehmer Kundenwünsche effektiv erfüllen und übertreffen können.

4. Aktivität: Kundenfeedback und Verbesserung (15 Minuten)

- a. Einführung in die Nutzung von Kundenfeedback zur Produkt- oder Serviceverbesserung.
- b. Erstellung eines einfachen Plans zum Sammeln und Beantworten von Feedback (z. B. Feedback-Umfrage, Überwachung von Online-Bewertungen).
- c. Diskussion darüber, wie Unternehmer Feedback als Chance zur kontinuierlichen Verbesserung nutzen können, und Anregung, dies auf die eigene Arbeit zu übertragen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilung eines Arbeitsblatts zur Reflexion über die eigenen Vertriebs- und Kundenziehungsfähigkeiten mit Fokus auf Verbesserungsbereiche.

- b. Festlegung eines persönlichen Ziels zur Verbesserung einer bestimmten Fähigkeit, z. B. mehr Selbstvertrauen im Kundenkontakt oder Verbesserung der Zuhörkompetenz.
- c. Abschluss mit der Einladung an einige Teilnehmende, ihre Ziele zu teilen, um das Engagement zur Verbesserung der Kundenbeziehungen zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Kernpunkte zu Vertrieb und Kundenbeziehungen, mit Beispielen für effektive Kommunikationstechniken.
- **Rollenspiel-Szenarien:** Kurzbeschreibungen von Kundensituationen für Rollenspiele.
- **Vorlage Kundenbedürfnisse:** Arbeitsblatt zur Identifikation von Kundenbedürfnissen und Wertschöpfungsideen.
- **Feedback-Plan Vorlage:** Einfaches Formular zur Planung des Sammelns und Beantwortens von Kundenfeedback.
- **Reflexions-Arbeitsblatt:** Selbstbewertung und Zielsetzung für Vertriebs- und Kundenbeziehungsfähigkeiten.

E-Ressourcen

- [HubSpot Academy](#) - Schulungen zu Vertrieb und Kundenbeziehungsmanagement.
- [Coursera - Sales Fundamentals](#) - Kurse zur Verbesserung von Verkaufstechniken und Strategien.
- [Zendesk](#) - Praktisches Tool zur Verwaltung von Kundeninteraktionen und Feedback.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Lerneinheit Nr. 3 – Wie man Geschäftsideen und -möglichkeiten erkennt

Überblick über die Einheit

Diese Einheit vermittelt Jugendbetreuerinnen die Fähigkeiten und Strategien, um jungen Teilnehmenden dabei zu helfen, tragfähige Geschäftsideen zu erkennen und zu entwickeln. Durch den Fokus auf Marktbedürfnisse, kreatives Denken und die Erkennung von Chancen lernen Jugendbetreuerinnen, junge Menschen darin zu unterrichten, ihre Umgebung kritisch zu beobachten, Lücken zu identifizieren und mithilfe von Recherche und Analyse die Machbarkeit ihrer Ideen zu beurteilen. Durch einen strukturierten Ansatz lernen Jugendbetreuer*innen, junge Teilnehmende dabei zu unterstützen, erste Konzepte in potenzielle Geschäftsmöglichkeiten zu verwandeln.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit sind die Jugendbetreuer*innen in der Lage:

- Das Konzept von Marktbedürfnissen zu erklären und wie deren Identifikation zu tragfähigen Geschäftsideen führen kann.
- Junge Teilnehmende beim Einsatz von Brainstorming-Techniken zur Entwicklung kreativer und innovativer Geschäftsideen anzuleiten.
- Methoden zur Bewertung der Machbarkeit und des Potenzials von Geschäftsideen auf Basis von Marktforschung und Analyse vorzustellen.
- Jungen Teilnehmenden beizubringen, wie sie einfache Marktforschung betreiben können, um ihre Ideen zu validieren und zu verfeinern.
- Junge Teilnehmende dabei zu unterstützen, neue Chancen zu erkennen und fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, welche Ideen sie weiterverfolgen wollen.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit konzentriert sich auf den Aufbau folgender Fähigkeiten und Kompetenzen bei Jugendbetreuer*innen, damit sie junge Teilnehmende effektiv bei der Erkennung und Bewertung von Geschäftsmöglichkeiten unterstützen können:

- Marktanalyse: Verständnis von Marktlücken, Kundenbedürfnissen und Trends zur Entwicklung relevanter Geschäftsideen.
- Kreatives Denken: Einsatz von Brainstorming- und Ideentechniken zur Förderung innovativer Ideen.

- **Recherchefähigkeiten:** Grundlegende Methoden zur Durchführung von Marktforschung, Datenerhebung und Interpretation zur Validierung von Ideen.
- **Machbarkeitsbewertung:** Anwendung von Kriterien zur Bewertung der Umsetzbarkeit und des Erfolgspotenzials von Geschäftsideen.
- **Entscheidungsfindung:** Junge Teilnehmende darin unterstützen, fundierte Entscheidungen zu treffen, indem Ideen mit Geschäftszielen und Marktbedingungen abgeglichen werden.

Gesamtdauer der Einheit: 5 Stunden und 40 Minuten.

Modul 1: Marktbedürfnisse und -lücken verstehen

Lernziele

1. Die Bedeutung der Identifikation von Marktbedürfnissen und -lücken als Grundlage zur Generierung von Geschäftsideen erklären.
2. Junge Teilnehmende darin unterrichten, Kundenbedürfnisse zu beobachten und zu analysieren sowie Lücken in bestehenden Produkten oder Dienstleistungen zu erkennen.
3. Junge Teilnehmende dabei anleiten, wie Marktbedürfnisse zur Entwicklung sinnvoller und relevanter Geschäftsideen genutzt werden können.

Lernaktivitäten

- 1. Einführende Präsentation: Bedeutung von Marktbedürfnissen und -lücken (10 Minuten)**
 - a. Beginnen Sie mit einer Präsentation zu den Begriffen „Marktbedürfnisse“ und „Marktlücken“.
 - b. Erklären Sie, wie das Erkennen unerfüllter Bedürfnisse in einem Markt zur Inspiration von Geschäftsideen und erfolgreichen Unternehmen führen kann.
 - c. Geben Sie Beispiele von Unternehmen, die auf Grundlage spezifischer Kundenbedürfnisse oder durch das Schließen von Marktlücken gegründet wurden.
- 2. Gruppenübung: Kundenprobleme („Pain Points“) identifizieren (15 Minuten)**
 - a. Teilen Sie die Teilnehmenden in Kleingruppen ein und geben Sie jeder Gruppe eine Branche (z. B. Lebensmittel, Technologie, Einzelhandel).
 - b. Jede Gruppe brainstormt potenzielle „Pain Points“ oder unerfüllte Bedürfnisse in ihrer jeweiligen Branche.

- c. Anschließend präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse und diskutieren gemeinsam, wie die Identifikation solcher Bedürfnisse als Ausgangspunkt für Geschäftsideen dienen kann.

3. Aktivität: Markt beobachten (20 Minuten)

- a. Geben Sie den Teilnehmenden ein Arbeitsblatt oder einen Beobachtungsleitfaden an die Hand, mit dem sie einen Markt oder eine Zielgruppe beobachten sollen – entweder real oder hypothetisch.
- b. Mögliche Leitfragen: Welche Bedürfnisse haben die Kunden? Welche Beschwerden treten häufig auf? Wo bestehen erkennbare Lücken?
- c. Anschließend tauschen sich die Teilnehmenden in Paaren über ihre Beobachtungen aus und diskutieren potenzielle Geschäftsideen, die sich daraus ergeben könnten.

4. Fallstudienanalyse: Unternehmen, die Marktlücken geschlossen haben (10 Minuten)

- a. Stellen Sie eine kurze Fallstudie eines bekannten Unternehmens vor, das gegründet wurde, um ein bisher nicht erfülltes Bedürfnis zu decken (z. B. Airbnb – günstige Übernachtungen; Zoom – Kommunikation auf Distanz).
- b. Die Teilnehmenden analysieren das Fallbeispiel, identifizieren das zugrundeliegende Marktbedürfnis und besprechen, wie das Unternehmen diese Lücke erfolgreich geschlossen hat.
- c. Führen Sie anschließend eine kurze Gruppendiskussion durch, um wichtige Erkenntnisse zusammenzufassen.

5. Reflexion und persönliche Anwendung (10 Minuten)

- a. Geben Sie ein Reflexionsarbeitsblatt aus, auf dem die Teilnehmenden einige der während des Moduls identifizierten Marktbedürfnisse oder Lücken notieren können.
- b. Fordern Sie die Teilnehmenden auf, einen Bereich auszuwählen, den sie weiter erforschen möchten, und ein persönliches Ziel in Bezug auf Marktbeobachtung in ihrem Umfeld zu formulieren.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Übersicht zu den wichtigsten Konzepten rund um Marktbedürfnisse und -lücken mit realen Unternehmensbeispielen.
- **Arbeitsblatt:** Branchenbezogene Pain Points – Ein Arbeitsblatt zur Identifizierung und Diskussion von Kundenproblemen in unterschiedlichen Branchen.
- **Marktbeobachtungs-Arbeitsblatt:** Leitfragen zur Analyse eines bestimmten Markts oder einer Zielgruppe.

- **Fallstudien-Handout:** Kurze Fallbeschreibung eines erfolgreichen Unternehmens, das eine Marktlücke erkannt und genutzt hat.
- **Reflexions-Arbeitsblatt:** Zur Festhaltung potenzieller Marktbedürfnisse oder -lücken und zur Zielformulierung im Bereich Marktbeobachtung.

E-Ressourcen

- [Statista](#) - Plattform für Markt- und Branchendaten zur Identifikation von Marktlücken.
- [Google Trends](#) - Hilfreich zur Untersuchung von Konsumenteninteressen und potenziellen unerfüllten Bedürfnissen.
- [SurveyMonkey](#) - Ermöglicht das Erstellen von Umfragen zur Datenerhebung über Kundenbedürfnisse.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 2: Brainstorming-Techniken zur Ideenfindung

Lernziele

1. Junge Teilnehmende in Brainstorming-Sitzungen anleiten, um kreatives Denken und Ideengenerierung zu fördern.
2. Praktische Brainstorming-Techniken zur Entwicklung innovativer Geschäftsideen vorstellen.
3. Eine Umgebung schaffen, in der junge Teilnehmende ermutigt werden, eine Vielzahl von Ideen zu entwickeln und zu erkunden.

Lernaktivitäten

1. Einführungsvortrag: Die Kraft des Brainstormings (10 Minuten)

- a. Präsentation über Zweck und Nutzen von Brainstorming bei der Entwicklung von Geschäftsideen.
- b. Vorstellung von Techniken wie Mindmapping, freie Assoziation und der „Ja, und...“-Methode, mit Betonung auf deren Rolle zur Förderung von Kreativität.
- c. Beispiele bekannter Unternehmen zeigen, die aus einfachen Brainstorming-Sitzungen entstanden sind, um den Weg von der Idee zur Innovation aufzuzeigen.

2. Gruppenaktivität: Mindmapping-Übung (20 Minuten)

- a. Bereitstellung von großem Papier oder digitalen Tools zur Erstellung von Mindmaps.
- b. Ausgangspunkt ist ein zentrales Thema wie „Eine Geschäftsidee zur Lösung eines Gemeinschaftsbedarfs“.
- c. Teilnehmende erstellen eine Mindmap mit verschiedenen Geschäftsideen, die vom zentralen Thema ausgehen.
- d. Anschließend Vorstellung und Diskussion der Mindmaps in der Gruppe zur Förderung des vernetzten Denkens.

3. Rollenspiel: „Ja, und...“-Technik (15 Minuten)

- a. In Kleingruppen wenden die Teilnehmenden die „Ja, und...“-Technik an: Jede Idee wird durch ein „Ja, und...“ ergänzt.
- b. Ausgangspunkt ist ein vorgegebenes Geschäftskonzept (z. B. eine App zur Förderung des Gemeinschaftslebens). Jede Person baut auf der vorherigen Idee auf.
- c. Danach präsentieren die Gruppen ihre erweiterten Ideen und reflektieren über den kreativen Prozess.

4. Reflexionsübung: Eigener Brainstorming-Stil (10 Minuten)

- a. Arbeitsblatt zur Selbstreflexion über den eigenen Stil beim Brainstorming.
- b. Teilnehmende identifizieren effektive Techniken und setzen sich ein persönliches Ziel zur Anwendung einer bestimmten Methode mit jungen Menschen.
- c. Freiwillige teilen ihre Erkenntnisse und Ziele, um eine unterstützende Lernatmosphäre zu fördern.

5. Abschlussdiskussion: Offenes und inklusives Brainstorming fördern (5 Minuten)

- a. Kurze Diskussion über die Bedeutung einer unterstützenden und wertschätzenden Atmosphäre beim Brainstorming.
- b. Betonung von Inklusivität und Offenheit, damit alle Teilnehmenden ihre Ideen frei äußern können.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Vorteile des Brainstormings und Überblick über Techniken wie Mindmapping und „Ja, und...“.
- **Materialien für Mindmapping:** Großes Papier oder digitale Tools.
- **Brainstorming-Karten:** Startimpulse für die „Ja, und...“-Übung.

- **Reflexionsarbeitsblatt:** Zur Einschätzung des eigenen Brainstorming-Stils und zur Zielsetzung.

E-Ressourcen

- [MindMeister](#) - Ermöglicht kollaboratives Mindmapping.
- [Miro](#) - Ideal für interaktive Brainstorming-Sitzungen.
- [Lucidchart](#) - Visualisierung von Ideen und Konzepten.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 3: Bewertung der Machbarkeit und Tragfähigkeit von Ideen

Lernziele

1. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie sie die Machbarkeit und Markttauglichkeit von Geschäftsideen bewerten können.
2. Praktische Werkzeuge und Kriterien zur Beurteilung von Ideen einführen, z. B. Marktnachfrage, Wettbewerb und Ressourcenbedarf.
3. Jungen Teilnehmenden helfen, Ideen nach ihrem Erfolgspotenzial und der Übereinstimmung mit Geschäftszielen zu priorisieren.

Lernaktivitäten

1. **Einführungsvortrag: Was bedeutet Machbarkeit und Tragfähigkeit? (10 Minuten)**
 - a. Präsentation über die Merkmale einer umsetzbaren und tragfähigen Geschäftsidee. Betrachtung von Aspekten wie Marktnachfrage, verfügbare Ressourcen, Wettbewerbsumfeld.
 - b. Vorstellung wichtiger Bewertungskriterien wie Einzigartigkeit, Gewinnpotenzial und Skalierbarkeit.
 - c. Beispiele erfolgreicher Unternehmen zeigen, wie sie neue Ideen vor dem Markteintritt analysieren.
2. **Gruppenaktivität: Kriterien zur Ideenbewertung brainstormen (10 Minuten)**
 - a. In Kleingruppen brainstormen die Teilnehmenden zusätzliche Kriterien zur Bewertung von Geschäftsideen.
 - b. Jede Gruppe erstellt eine Liste und stellt diese im Plenum vor.
 - c. Die Ergebnisse werden auf einem Flipchart oder Whiteboard gesammelt und diskutiert.

3. Workshop: Übung zur Machbarkeitsanalyse (20 Minuten)

- a. Teilnehmende erhalten eine hypothetische Geschäftsidee oder wählen eine eigene.
- b. Ein Vorlagenblatt zur Machbarkeitsanalyse wird verteilt mit Abschnitten zu: Marktnachfrage, Wettbewerb, Ressourcen, Gewinnpotenzial.
- c. Die Teilnehmenden füllen die Vorlage aus und analysieren Stärken und Schwächen der Idee.

4. Gruppendiskussion: Wettbewerbsanalyse und Marktnachfrage (15 Minuten)

- a. Diskussion zur Bedeutung der Markt- und Wettbewerbsanalyse.
- b. Leitfragen: Wer sind die Hauptkonkurrenten? Was sind deren Stärken und Schwächen? Wie groß ist die Nachfrage nach diesem Produkt oder dieser Dienstleistung?
- c. Tipps zur Informationsbeschaffung über Wettbewerber und Zielgruppen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Arbeitsblatt zur Selbsteinschätzung: Wie sicher fühlen sich die Teilnehmenden in der Bewertung von Geschäftsideen?
- b. Persönliche Zielsetzung, z. B.: Eine Machbarkeitsanalyse mit Jugendlichen üben, Wissen über Marktanalyse vertiefen.
- c. Einige Freiwillige dürfen ihre Ziele vorstellen, um die Gruppendynamik zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Definitionen, Bewertungskriterien, Beispiele aus der Praxis.
- **Arbeitsblatt:** Bewertungskriterien für Geschäftsideen – zur gemeinsamen Ideenfindung in Gruppen.
- **Vorlage:** Machbarkeitsanalyse – mit Abschnitten zu Nachfrage, Wettbewerb, Ressourcen und Rentabilität.
- **Reflexionsarbeitsblatt** – zur Selbsteinschätzung und Zielsetzung.

E-Ressourcen

- [Enloop](#) - Hilft bei der finanziellen Machbarkeitsanalyse.
- [PlanGuru](#) - Bietet Tools zur finanziellen Modellierung und Entscheidungsfindung.
- [SWOT Analysis Template](#) - Für eine strukturierte Bewertung von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 4: Durchführung von Marktforschung

Lernziele

1. Die Bedeutung von Marktforschung zur Validierung von Geschäftsideen und zum Verständnis von Kundenbedürfnissen vermitteln.
2. Jugendlichen grundlegende Methoden der Marktforschung wie Umfragen, Interviews und Wettbewerbsanalysen näherbringen.
3. Anleiten, wie Marktdaten gesammelt und interpretiert werden, um Geschäftsideen weiterzuentwickeln.

Lernaktivitäten

1. Einführungsvortrag: Die Bedeutung der Marktforschung (10 Minuten)

- a. Präsentation zur Rolle der Marktforschung im Unternehmertum: Ideen validieren, Kunden verstehen, Wettbewerb einschätzen.
- b. Vorstellung verschiedener Methoden: Umfragen, Interviews, Fokusgruppen, Wettbewerbsanalysen.
- c. Beispiele erfolgreicher Unternehmen, die durch Marktforschung ihr Angebot verbessern konnten.

2. Workshop: Erstellung eines Fragebogens oder Interviewleitfadens (20 Minuten)

- a. Teile die Teilnehmenden in Paare oder Kleingruppen ein und lasse jede Gruppe eine hypothetische Geschäftsidee auswählen.
- b. Gib eine Vorlage zur Erstellung eines einfachen Fragebogens oder Interviewleitfadens, mit Beispiel-Fragen zur Ermittlung von Kundenbedürfnissen, -vorlieben und -kaufgewohnheiten.
- c. Jede Gruppe entwirft einen kurzen Fragebogen oder Interviewleitfaden, der auf die Gewinnung relevanter Marktinformationen für ihre Idee ausgerichtet ist.
- d. Die Gruppen teilen anschließend ihre Fragen mit der Gesamtgruppe und erhalten Feedback zu Klarheit und Relevanz.

3. Aktivität: Wettbewerbsanalyse-Übung (15 Minuten)

- a. Erkläre das Konzept der Wettbewerbsanalyse und stelle ein Arbeitsblatt zur Verfügung, das Schlüsselfaktoren für die Beurteilung enthält, wie z. B. Stärken, Schwächen und Marktpositionierung von Wettbewerbern.

- b. Die Teilnehmenden wählen eine hypothetische oder reale Geschäftsidee und identifizieren mindestens einen Wettbewerber, zu dem sie das Analyse-Arbeitsblatt ausfüllen.
- c. Ergebnisse werden in der Gruppe diskutiert, wobei hervorgehoben wird, wie das Verständnis der Wettbewerber Möglichkeiten zur Differenzierung aufzeigen kann.

4. Dateninterpretation und Entscheidungsfindung (15 Minuten)

- a. Gib einen kurzen Überblick darüber, wie man die durch Marktforschung gesammelten Daten interpretiert – mit Fokus auf die Erkennung von Trends und verwertbaren Erkenntnissen.
- b. Verteile einen Beispieldatensatz aus einer (fiktiven) Umfrage zu einer hypothetischen Geschäftsidee und fordere die Teilnehmenden auf, die wichtigsten Erkenntnisse zu benennen und auf Grundlage der Daten Empfehlungen zu geben.
- c. Führe eine Gruppendiskussion darüber, wie man Forschungsergebnisse dazu nutzt, Geschäftsideen zu überarbeiten und an Kundenrückmeldungen anzupassen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, mit dem die Teilnehmenden ihre aktuellen Fähigkeiten zur Durchführung und Auswertung von Marktforschung einschätzen können.
- b. Fordere sie auf, ein persönliches Ziel zu formulieren – z. B. eine Wettbewerbsanalyse mit jungen Menschen durchzuführen oder das Erstellen wirksamer Umfragen zu üben –, um ihre Marktforschungskompetenzen zu verbessern.
- c. Ermutige einige Teilnehmende, ihre Ziele mit der Gruppe zu teilen, um ein kooperatives Lernumfeld zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Aussagen zur Bedeutung von Marktforschung, Überblick über Forschungsmethoden und Beispiele von Unternehmen, die durch effektive Marktforschung profitiert haben.
- **Vorlage für Umfrage und Interviewleitfaden:** Eine Vorlage zur Gestaltung von Fragen, mit denen Kundeninformationen gesammelt werden können.
- **Wettbewerbsanalyse-Arbeitsblatt:** Ein Arbeitsblatt zur strukturierten Analyse von Wettbewerbern anhand wesentlicher Geschäftskennzahlen.
- **Beispieldatensatz:** Ein fiktiver Umfragedatensatz zur Übung in der Interpretation von Marktforschungsergebnissen.

- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsformular für die Entwicklung von Marktforschungsfähigkeiten.

E-Ressourcen

- [SurveyMonkey](#) - Zum Erstellen von Umfragen und Sammeln von Marktdaten.
- [Google Forms](#) - Ein kostenloses Tool zum Erstellen und Verteilen von Marktforschungsumfragen.
- [Statista](#) - Bietet umfassenden Zugang zu Marktberichten und Datenanalysen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 5: Chancen erkennen und Entscheidungen treffen

Lernziele

1. Junge Teilnehmer*innen dabei unterstützen, neue Geschäftschancen anhand von Markttrends und Branchenentwicklungen zu erkennen.
2. Den Teilnehmer*innen ein Entscheidungsmodell vermitteln, mit dem sie Geschäftsideen bewerten und priorisieren können.
3. Junge Teilnehmer*innen dazu ermutigen, klare Ziele und konkrete Schritte zur Umsetzung ausgewählter Chancen zu formulieren.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Chancen in Markttrends erkennen (10 Minuten)

- a. Starte mit einer Präsentation über die Bedeutung der Identifikation von Geschäftschancen durch die Beobachtung von Markttrends, technologischen Entwicklungen und Veränderungen im Konsumentenverhalten.
- b. Zeige Beispiele von Unternehmen, die erfolgreich aufkommende Chancen genutzt haben – z. B. durch nachhaltige Produkte oder technologiegestützte Dienstleistungen.
- c. Stelle ein einfaches Modell zur Chancenbewertung vor, das Faktoren wie Marktpotenzial, persönliche Interessen/Fähigkeiten und mögliche Rentabilität berücksichtigt.

2. Aktivität: Chancen-Mapping-Übung (15 Minuten)

- a. Die Teilnehmer*innen wählen einen Trend oder eine Branche aus, die sie interessiert (z. B. umweltfreundliche Produkte, digitale Dienstleistungen).

- b. Gib ihnen eine Vorlage für ein „Chancen-Mapping“, mit der sie Geschäftsideen entwickeln können, die mit dem gewählten Trend im Zusammenhang stehen.
- c. Die Teilnehmer*innen bewerten jede Idee hinsichtlich potenzieller Wirkung, Rentabilität und Umsetzbarkeit.
- d. Anschließend teilen einige Teilnehmer*innen ihre Maps in der Gruppe und erläutern, welche Ideen besonders herausstechen – und warum.

3. Workshop: Entscheidungsfindung zur Bewertung von Ideen (20 Minuten)

- a. Stelle ein Entscheidungsmodell zur Auswahl und Bewertung der besten Geschäftsideen vor (z. B. SWOT-Analyse, Pro-und-Contra-Liste, Kosten-Nutzen-Analyse).
- b. Die Teilnehmer*innen wenden das Modell auf eine hypothetische oder eigene Geschäftsidee an, um Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zu identifizieren.
- c. Führe eine Gruppendiskussion über die Bedeutung strukturierter Entscheidungsprozesse zur Risikominimierung und zur Erhöhung der Erfolgschancen.

4. Zielsetzungsaktivität: Einen Aktionsplan erstellen (15 Minuten)

- a. Die Teilnehmer*innen entwickeln einen einfachen Aktionsplan zur Umsetzung einer der zuvor identifizierten Geschäftschancen.
- b. Unterstütze sie dabei, SMART-Ziele zu setzen (Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch und Terminiert) und konkrete Schritte für die nächsten 3–6 Monate zu definieren.
- c. Die Teilnehmer*innen sollen mögliche Herausforderungen sowie benötigte Ressourcen berücksichtigen und einen realistischen Fahrplan zur Umsetzung entwickeln.

5. Reflexion und Gruppenaustausch (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer*innen ihre Erkenntnisse aus dem Modul festhalten, die ausgewählte Chance beschreiben und ihre nächsten Schritte formulieren.
- b. Bitte einige Teilnehmer*innen, ihre Aktionspläne mit der Gruppe zu teilen – dies fördert Verantwortungsbewusstsein, Feedback und gegenseitige Motivation.
- c. Abschließend betonst du die Bedeutung von Chancenerkennung und Zielsetzung als grundlegende unternehmerische Fähigkeiten.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Kernaussagen zur Erkennung von Geschäftschancen, Beispiele erfolgreicher Unternehmen und Überblick über Entscheidungsmodelle.
- **Chancen-Mapping-Vorlage:** Ein Arbeitsblatt zur Ideensammlung auf Basis von Markttrends oder persönlichen Interessen.
- **Entscheidungsmodell-Arbeitsblatt:** Eine Vorlage zur Anwendung von z. B. SWOT-Analysen oder anderen Bewertungsmethoden.
- **Aktionsplan-Vorlage:** Ein Formular zur Formulierung von SMART-Zielen und der Planung konkreter Umsetzungsschritte.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstreflexions- und Zielsetzungsbogen zur Vertiefung der Erkenntnisse aus dem Modul.

E-Ressourcen

- [Harvard Business Review](#) - Artikel über Chancenerkennung und Entscheidungsfindung.
- [SWOT Analysis Template](#) - Unterstützen bei der strukturierten Bewertung von Geschäftsideen.
- [Monday.com](#) - Praktisch zur kollaborativen Planung, Bewertung und Umsetzung von Geschäftschancen

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Lerneinheit Nr. 4 – Fähigkeiten für Geschäftsplanung und Strategie

Überblick der Einheit

Diese Einheit bereitet Jugendbetreuerinnen darauf vor, junge Teilnehmerinnen bei der Erstellung effektiver Geschäftspläne und strategischer Ansätze zu unterstützen, die für nachhaltiges Wachstum unerlässlich sind. Sie behandelt Schlüsselbereiche wie Marktanalyse, Segmentierung, Risikobewertung und Differenzierungsstrategien. Jugendbetreuerinnen lernen, jungen Unternehmerinnen strategisches Denken zu vermitteln und Werkzeuge wie SWOT-Analysen anzuwenden, um eine solide Basis für ihre Unternehmen zu schaffen. Durch strukturierte Planung und Anpassungsfähigkeit soll diese Einheit Jugendbetreuer*innen Techniken vermitteln, die Resilienz, Weitblick und fundierte Entscheidungsfindung im Unternehmertum fördern.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit werden Jugendbetreuer*innen in der Lage sein:

- Die Bedeutung von strategischer Planung und Geschäftsplanung für Start-ups und etablierte Unternehmen zu erklären.
- Junge Teilnehmer*innen bei der Erstellung umfassender Geschäftspläne anzuleiten, die Marktgegebenheiten und Wettbewerbslandschaften berücksichtigen.
- Marktanalysetechniken zu lehren, einschließlich Segmentierung, Wettbewerbsanalyse und Trendanalyse.
- Methoden zur Formulierung von Differenzierungsstrategien vorzustellen, die mit den Geschäftszielen übereinstimmen.
- Die Anwendung von SWOT-Analysen und anderen Bewertungswerkzeugen zu erleichtern, um Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken eines Unternehmens zu bewerten.
- Junge Teilnehmer*innen zu ermutigen, potenzielle Risiken zu identifizieren und zu managen, um Resilienz in ihrem Geschäftsansatz zu fördern.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit zielt darauf ab, folgende Fähigkeiten und Kompetenzen bei Jugendbetreuerinnen zu entwickeln, um junge Unternehmerinnen effektiv zu unterstützen:

1. Community-orientiertes Marketing: Verstehen und Verbinden mit den Werten der Gemeinschaft, um dauerhafte Kundenbeziehungen aufzubauen.
2. Analyse der Kundendemografie: Fähigkeiten zur Analyse und Interpretation von Kundendemografien zur Verbesserung der Marketingeffektivität.
3. Kulturelles Bewusstsein und Sensibilität: Anpassung von Kommunikations- und Engagementstrategien, um kulturelle Werte zu respektieren und widerzuspiegeln.

4. Nutzung von Kundenfeedback: Integration von Kundenfeedback in Marketingstrategien zur Verbesserung der Markenloyalität.
5. Beziehungsaufbau: Techniken zur Förderung von Vertrauen und Loyalität, um nachhaltiges Kundenengagement sicherzustellen.

Gesamtdauer der Einheit: 5 Stunden und 45 Minuten.

Modul 1: Einführung in die strategische Geschäftsplanung

Lernziele

1. Die Bedeutung der strategischen Planung zur Festlegung einer Unternehmensvision und zur Erreichung langfristiger Ziele erklären.
2. Junge Teilnehmer*innen darin anleiten, die Elemente eines strategischen Geschäftsplans zu verstehen, einschließlich Mission, Vision und Ziele.
3. Junge Teilnehmer*innen unterstützen, zu erkennen, wie strategische Planung Geschäftsaktivitäten mit übergeordneten Zielen und Werten in Einklang bringt.

Lernaktivitäten

- 1. Einführende Präsentation: Bedeutung der strategischen Planung (10 Minuten)**
 - a. Definiere strategische Planung und ihre Rolle im Unternehmertum.
 - b. Erkläre, wie ein strategischer Plan als Fahrplan dient, der Unternehmen hilft, langfristige Ziele zu erreichen und eine klare Vision zu etablieren.
 - c. Zeige reale Beispiele von Unternehmen, die durch strategische Planung Wachstum und Resilienz unterstützt haben.
- 2. Diskussion: Mission, Vision, und Werte (10 Minuten)**
 - a. Führe eine Gruppendiskussion zur Bedeutung der Definition von Mission, Vision und Kernwerten eines Unternehmens.
 - b. Bitte die Teilnehmer*innen, Beispiele bekannter Unternehmen zu nennen und zu diskutieren, wie deren Mission und Vision ihre Ziele und Marken widerspiegeln.
 - c. Betone, wie diese Elemente die Grundlage eines strategischen Plans bilden und Richtung sowie Zweck geben.
- 3. Workshop: Entwurf eines Vision Statements (20 Minuten)**
 - a. Verteile ein Arbeitsblatt zum Entwurf eines Vision Statements und erkläre kurz, was ein effektives Vision Statement ausmacht: prägnant, aspirativ und mit den langfristigen Zielen des Unternehmens in Einklang stehend.

- b. Unterstütze die Teilnehmer*innen dabei, ein Vision Statement für ein hypothetisches oder eigenes Unternehmen zu erstellen.
- c. Anschließend teilen einige Freiwillige ihre Statements mit der Gruppe und diskutieren, wie diese langfristige Ziele ausdrücken.

4. Aktivität: Strategische Ziele setzen (15 Minuten)

- a. Erkläre die Bedeutung von SMART-Zielen (Spezifisch, Messbar, Erreichbar, Relevant, Terminiert) innerhalb eines strategischen Plans.
- b. Bitte die Teilnehmer*innen, drei strategische Ziele für ein hypothetisches Unternehmen zu formulieren, die im Einklang mit Mission und Vision stehen.
- c. Schließe mit einer Diskussion, wie strategische Ziele als Messlatten für Fortschritte dienen und Anpassungen ermöglichen.

5. Reflexionsübung: Vision und Handeln in Einklang bringen (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmerinnen überlegen, wie die Ausrichtung täglicher Aktivitäten an einer strategischen Vision langfristiges Wachstum unterstützt.
- b. Ermutige sie, ein persönliches Ziel zu setzen, um strategische Planungskonzepte in ihrer Arbeit mit jungen Unternehmerinnen umzusetzen.
- c. Lass einige Teilnehmer*innen ihre Reflexionen teilen, um Commitment zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte der strategischen Planung, Beispiele für Mission- und Vision-Statements, SMART-Zielsetzung.
- **Arbeitsblatt Vision Statement:** Unterstützung beim Entwurf prägnanter, aussagekräftiger Visionen.
- **Zielsetzungs-Vorlage:** Vorlage zur Formulierung von SMART-Zielen im Einklang mit Mission und Vision.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstbewertungs- und Zielsetzungsbogen für die Anwendung strategischer Konzepte.

E-Ressourcen

- [Monday.com](https://www.monday.com) - Nützlich zur gemeinsamen Planung und Bewertung von Geschäftsmöglichkeiten.
- [PlanGuru](https://www.planguru.com) - Unterstützt detaillierte Finanzplanung und Ausrichtung an strategischen Zielen.
- [SWOT Analysis Template](https://www.swotanalysis.com) - Hilft bei der Strukturierung strategischer Analysen.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 2: Marktanalyse und Segmentierung

Lernziele

1. Die Bedeutung von Marktanalyse und Segmentierung für das Verständnis von Zielgruppen und Positionierung eines Unternehmens erklären.
2. Junge Teilnehmer*innen Techniken zur Identifikation von Kundensegmenten lehren, einschließlich Demografie, Psychografie und Kaufverhalten.
3. Junge Teilnehmer*innen anleiten, eine grundlegende Marktanalyse durchzuführen, um Geschäftsentscheidungen und strategische Planung zu informieren.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Die Rolle der Marktanalyse (10 Minuten)

- a. Erläutere die Rolle der Marktanalyse beim Verständnis von Branchentrends, Kundenbedürfnissen und Wettbewerbslandschaften.
- b. Erkläre den Unterschied zwischen Primär- und Sekundärforschung und deren Beitrag zu einer umfassenden Marktanalyse.
- c. Zeige Beispiele von Unternehmen, die durch effektive Marktanalyse erfolgreiche Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt brachten.

2. Workshop: Kundensegmente identifizieren (15 Minuten)

- a. Stelle das Konzept der Kundensegmentierung vor, einschließlich demografischer (Alter, Geschlecht, Einkommen), psychografischer (Lebensstil, Werte) und verhaltensbezogener (Kaufgewohnheiten) Segmente.
- b. Verteile ein Segmentierungs-Arbeitsblatt und leite die Teilnehmer*innen an, potenzielle Kundensegmente für eine hypothetische Geschäftsidee zu identifizieren.
- c. Einige Freiwillige teilen anschließend ihre Segmente und erklären die Auswahl.

3. Gruppenaktivität: Analyse eines Marktsegments (20 Minuten)

- a. Teile die Teilnehmer*innen in kleine Gruppen auf und gib jeder Gruppe ein spezifisches Marktsegment (z. B. junge Berufstätige, Familien, umweltbewusste Konsumenten).
- b. Jede Gruppe brainstormt Bedürfnisse, Präferenzen und Kaufverhalten ihres Segments und dokumentiert diese auf einem Flipchart oder gemeinsamen Dokument.

- c. Anschließend präsentieren sie ihre Analyse der Gesamtgruppe, um die Vielfalt der Kundenbedürfnisse und die Bedeutung maßgeschneiderter Angebote zu verdeutlichen.

4. Fallstudie: Marktanalyse in der Praxis (15 Minuten)

- a. Stelle eine kurze Fallstudie eines Unternehmens vor, das Marktanalyse und Segmentierung erfolgreich zur Zielgruppenansprache einsetzte (z. B. eine nachhaltige Marke, die umweltbewusste Konsumenten anspricht).
- b. Leite eine Diskussion darüber, wie das Unternehmen seine Zielgruppe identifizierte, sein Angebot anpasste und sich im Wettbewerb positionierte.
- c. Ermutige Teilnehmer*innen, ähnliche Ansätze auf eigene Ideen anzuwenden.

5. Reflexion und persönliche Anwendung (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem Teilnehmerinnen Erkenntnisse festhalten und überlegen, wie sie Marktanalyse- und Segmentierungstechniken in ihrer Arbeit mit jungen Teilnehmerinnen nutzen.
- b. Bitte sie, ein persönliches Ziel zu formulieren, z. B. eine simulierte Marktanalyse mit jungen Unternehmerinnen durchzuführen.
- c. Einige Teilnehmerinnen teilen ihre Ziele, um Engagement zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte der Marktanalyse und Segmentierung, Beispiele für Primär- und Sekundärforschung, Fallstudien.
- **Segmentierungs-Arbeitsblatt:** Hilfe zur Identifikation von Kundensegmenten basierend auf demografischen, psychografischen und verhaltensbezogenen Merkmalen.
- **Fallstudien-Handout:** Kurze Fallstudie zur erfolgreichen Anwendung von Marktanalyse und Segmentierung.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstbewertungs- und Zielsetzungsbogen für Marktanalyse.

E-Ressourcen

- [Statista](#) - Bietet detaillierte Branchenberichte und Marktdaten.
- [Google Trends](#) - Hilft, Marktnachfrage und Trends zu verfolgen und zu analysieren.
- [Canva](#) - Visuelle Werkzeuge zur Präsentation von Segmentierungsdaten.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 3: Wettbewerbsanalyse und Differenzierungsstrategien

Lernziele

1. Die Bedeutung der Wettbewerbsanalyse zur Bestimmung der Marktposition eines Unternehmens erklären.
2. Junge Teilnehmer:innen anleiten, Hauptkonkurrenten zu identifizieren und deren Stärken und Schwächen zu analysieren.
3. Junge Teilnehmer:innen bei der Entwicklung von Differenzierungsstrategien unterstützen, um sich im Markt hervorzuheben.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Wettbewerbsanalyse (10 Minuten)

- a. Definition der Wettbewerbsanalyse und deren Rolle im Unternehmertum.
- b. Vorstellung der Schritte zur Durchführung einer Wettbewerbsanalyse, einschließlich der Identifizierung von Konkurrenten und der Bewertung ihrer Stärken und Schwächen.
- c. Beispiele erfolgreicher Unternehmen, die durch Wettbewerbsanalyse Wettbewerbsvorteile erzielt haben.

2. Workshop: Identifikation von Hauptkonkurrenten (15 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Arbeitsblatt, mit dem die Teilnehmer Hauptkonkurrenten für eine hypothetische Geschäftsidee oder Branche identifizieren können (z. B. lokale Cafés vs. große Kaffeehausketten).
- b. Bitten Sie die Teilnehmer, zwei oder drei Hauptkonkurrenten aufzulisten und zu diskutieren, was jeden Wettbewerber erfolgreich macht.
- c. Ermutigen Sie die Teilnehmer, Faktoren wie Marke, Preis, Qualität, Kundenservice oder Marktanteil zu identifizieren und diese mit einem Partner oder in kleinen Gruppen zu besprechen.

3. Gruppenaktivität: SWOT-Analyse eines Konkurrenten (20 Minuten)

- a. Führen Sie die Teilnehmer in die Verwendung einer vereinfachten SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Bedrohungen) zur Bewertung von Wettbewerbern ein.
- b. In kleinen Gruppen wählen die Teilnehmer einen Wettbewerber aus ihrer Liste aus und führen eine SWOT-Analyse durch, um dessen Wettbewerbsposition zu bewerten.

- c. Die Gruppen präsentieren ihre SWOT-Ergebnisse der größeren Gruppe, um eine Diskussion darüber zu fördern, wie diese Erkenntnisse dem Unternehmen helfen können, sich einzigartig zu positionieren.

4. Entwicklung von Differenzierungsstrategien (15 Minuten)

- a. Geben Sie einen Überblick über Differenzierungsstrategien, einschließlich Produktqualität, einzigartiger Dienstleistungen, Markenidentität und Preisgestaltung.
- b. Verteilen Sie eine Vorlage, mit der die Teilnehmer Differenzierungsstrategien für ein hypothetisches Unternehmen entwickeln können, und ermutigen Sie sie, einzigartige Aspekte zu berücksichtigen, um Kunden anzuziehen.
- c. Die Teilnehmer arbeiten einzeln oder in Paaren an der Vorlage und teilen anschließend eine Differenzierungsstrategie mit der größeren Gruppe.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer ihre Erkenntnisse zur Wettbewerbsanalyse und Differenzierung festhalten können.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmer, ein persönliches Ziel in Bezug auf die Anwendung von Wettbewerbsanalysetools oder die Entwicklung von Differenzierungsstrategien mit Jugendlichen zu setzen.
- c. Schließen Sie mit einigen Freiwilligen ab, die ihre Reflexionen teilen, um das Engagement für das Verständnis von Wettbewerb und Differenzierung zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte der Wettbewerbsanalyse, Schritte zur Bewertung von Wettbewerbern und Beispiele für Differenzierungsstrategien.
- **Arbeitsblatt zur Identifizierung von Wettbewerbern:** Ein Arbeitsblatt, das den Teilnehmern hilft, Wettbewerber innerhalb eines gewählten Branchen- oder Geschäftskontexts zu identifizieren und zu analysieren.
- **SWOT-Analyse-Vorlage für Wettbewerber:** Eine vereinfachte SWOT-Analyse-Vorlage zur Bewertung der Position und Markteinwirkung eines Wettbewerbers.
- **Differenzierungsstrategie-Vorlage:** Eine Vorlage, die die Teilnehmer bei der Entwicklung einzigartiger Positionierungsstrategien für hypothetische Unternehmen unterstützt.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsarbeitsblatt, mit dem die Teilnehmer Erkenntnisse festhalten und ein Ziel in Bezug auf die Wettbewerbsanalyse setzen können.

E-Ressourcen

- [SWOT Analysis Template](#) - Zur Bewertung der Stärken und Schwächen von Wettbewerbern.
- [LinkedIn Learning](#) - Kurse zur Wettbewerbspositionierung und Strategieentwicklung.
- [Monday.com](#) - Nützlich für kollaborative Analysen und Brainstorming von Differenzierungsstrategien.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 4: SWOT-Analyse und Geschäftsbewertungstools

Lernziele

1. Den Zweck der SWOT-Analyse als Werkzeug zur Bewertung des internen und externen Umfelds eines Unternehmens erklären.
2. Jugendlichen beibringen, eine SWOT-Analyse durchzuführen, um Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen im Zusammenhang mit ihren Geschäftsideen zu bewerten.
3. Weitere Geschäftsbewertungstools vorstellen, die bei der Erstellung einer umfassenden Geschäftsstrategie helfen.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Überblick über die SWOT-Analyse (10 Minuten)

- a. Beginnen Sie mit einer Präsentation, die den SWOT-Analyse-Rahmen vorstellt und seine Bedeutung in der strategischen Geschäftsplanung erläutert.
- b. Erklären Sie jede Komponente von SWOT – Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen – und geben Sie Beispiele dafür, wie Unternehmen dieses Tool nutzen, um ihre Positionierung zu bewerten und Strategien zu entwickeln.
- c. Heben Sie hervor, wie SWOT sowohl auf neue als auch auf bestehende Unternehmen angewendet werden kann, um Verbesserungsbereiche und potenzielles Wachstum zu identifizieren.

2. Gruppenaktivität: SWOT-Analyse üben (20 Minuten)

- a. Teilen Sie die Teilnehmer in kleine Gruppen auf und geben Sie jeder Gruppe ein hypothetisches Geschäftsszenario (z. B. ein kleiner Online-Bekleidungsladen oder ein lokales Fitnessstudio).

- b. Verteilen Sie eine SWOT-Analyse-Vorlage und leiten Sie jede Gruppe an, Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen für ihr zugewiesenes Unternehmen zu identifizieren.
- c. Jede Gruppe präsentiert ihre SWOT-Analyse der größeren Gruppe, was eine Diskussion darüber ermöglicht, wie jedes Element die Geschäftsstrategie beeinflussen kann.

3. Workshop: Anwendung der SWOT-Analyse auf eine persönliche Geschäftsidee (15 Minuten)

- a. Bitten Sie die Teilnehmer, eine eigene Geschäftsidee oder ein Konzept auszuwählen, das für ihre Arbeit mit Jugendlichen relevant ist.
- b. Stellen Sie individuelle SWOT-Analyse-Arbeitsblätter zur Verfügung, damit die Teilnehmer eine Analyse ihrer ausgewählten Idee durchführen können.
- c. Ermutigen Sie die Teilnehmer, sich auf realistische Faktoren zu konzentrieren, die den Erfolg ihres Unternehmens beeinflussen könnten, und fördern Sie so kritisches Denken über potenzielle Herausforderungen und Stärken.

4. Einführung zusätzlicher Geschäftsbewertungstools (10 Minuten)

- a. Präsentieren Sie einen Überblick über zusätzliche Geschäftsbewertungstools, die die SWOT-Analyse ergänzen, wie z. B. PEST-Analyse (Politisch, Wirtschaftlich, Sozial, Technologisch) oder Porters Fünf-Kräfte-Modell.
- b. Erklären Sie kurz jedes Tool und seine Anwendung, wobei Sie betonen, wie diese Tools ein umfassenderes Verständnis des Marktumfelds bieten.
- c. Diskutieren Sie Szenarien, in denen die Verwendung mehrerer Bewertungstools die strategische Planung durch tiefere Einblicke verbessern kann.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer ihre Erkenntnisse aus dem Modul festhalten und darlegen können, wie sie planen, SWOT und andere Tools mit Jugendlichen einzusetzen.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmer, ein persönliches Ziel in Bezug auf die Implementierung der SWOT-Analyse oder die Integration zusätzlicher Bewertungstools in ihre Mentoring-Aktivitäten zu setzen.
- c. Schließen Sie, indem Sie einige Teilnehmer einladen, ihre Reflexionen und Ziele mit der Gruppe zu teilen, um den Wert einer gründlichen Geschäftsbeurteilung zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte der SWOT-Analyse, Beispiele für SWOT-Anwendungen und eine Einführung in zusätzliche Bewertungstools.
- **SWOT-Analyse-Vorlage:** Ein Arbeitsblatt für Gruppen- und individuelle SWOT-Analyseübungen.
- **Geschäftsszenario-Handouts:** Hypothetische Geschäftsbeschreibungen für die Gruppenübungen zur SWOT-Analyse.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Arbeitsblatt zur Selbstbewertung und Zielsetzung im Zusammenhang mit der Verwendung von SWOT und Geschäftsbewertungstools.

E-Ressourcen

- [SWOT Analysis Template](#) - Einfach zu verwendende Tools für strukturierte Analysen.
- [PlanGuru](#) - Ergänzt SWOT mit finanzieller Szenarioplanung.
- [Miro](#) - Eine kollaborative Plattform zur Visualisierung von SWOT und anderen Bewertungen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 5: Risikobewertung und Resilienz in der Strategie

Lernziele

1. Die Bedeutung von Risikobewertung und Resilienz in der Geschäftsstrategie erklären.
2. Jugendlichen beibringen, potenzielle Risiken im Zusammenhang mit ihren Geschäftsideen zu identifizieren, zu bewerten und zu managen.
3. Jugendliche anleiten, Resilienzstrategien zu entwickeln, um sich an unerwartete Herausforderungen anzupassen und die Geschäftskontinuität aufrechtzuerhalten.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Bedeutung von Risikobewertung und Resilienz (10 Minuten)**
 - a. Beginnen Sie mit einer Präsentation, die Risikobewertung und Resilienz im Kontext der Geschäftsstrategie definiert.

- b. Erklären Sie, wie die Identifizierung und das Management von Risiken zu einem proaktiven Ansatz in der Geschäftsplanung und Nachhaltigkeit beitragen.
- c. Teilen Sie Beispiele von Unternehmen, die Resilienz und Anpassungsfähigkeit genutzt haben, um unerwartete Herausforderungen zu überwinden, und heben Sie die Bedeutung der Vorbereitung auf Unsicherheiten hervor.

2. Workshop: Identifizierung potenzieller Risiken (15 Minuten)

- a. Stellen Sie den Teilnehmern ein Arbeitsblatt zur Risikobewertung zur Verfügung, das sie dazu anregt, potenzielle Risiken in Kategorien wie finanzielle, operative, marktbezogene und regulatorische Risiken zu betrachten.
- b. Bitten Sie die Teilnehmer, eine hypothetische oder persönliche Geschäftsidee auszuwählen und mindestens drei potenzielle Risiken zu identifizieren.
- c. In Paaren diskutieren die Teilnehmer die identifizierten Risiken und tauschen Ideen über deren mögliche Auswirkungen auf das Unternehmen aus.

3. Aktivität: Risikobewertung und Minderungsstrategien (20 Minuten)

- a. Führen Sie einen einfachen Rahmen zur Risikobewertung ein (z. B. Kategorisierung von Risiken nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Auswirkung), um den Teilnehmern zu helfen, die Schwere jedes identifizierten Risikos einzuschätzen.
- b. Bitten Sie die Teilnehmer, die von ihnen identifizierten Risiken anhand des Rahmens zu bewerten und dabei Prioritäten für besonders kritische Risiken zu setzen.
- c. Geben Sie ein Arbeitsblatt aus, auf dem mögliche Strategien zur Risikominderung (z. B. Absicherungen, Prozessanpassungen, Notfallpläne) skizziert werden können – mit Fokus auf praktische Maßnahmen zur Reduzierung der Eintrittswahrscheinlichkeit oder zur Minimierung der Auswirkungen.
- d. Die Gruppen stellen der größeren Gruppe jeweils ein identifiziertes Hochrisiko-Szenario und ihre geplante Minderungsstrategie vor, um vielfältige Lösungsansätze zu diskutieren.

4. Resilienz entwickeln: Aufbau eines Notfallplans (15 Minuten)

- a. Erklären Sie den Begriff des Notfallplans (Contingency Plan) und wie er Unternehmen dabei hilft, sich bei Krisen oder unerwarteten Herausforderungen schnell anzupassen.

- b. Leiten Sie die Teilnehmer dazu an, einen einfachen Notfallplan für ihre Geschäftsidee zu entwerfen. Dieser soll enthalten: Mögliche Risikoszenarien, Maßnahmen zur Reaktion, Verantwortlichkeiten, Ressourcen, die schnell mobilisiert werden können.
- c. Führen Sie eine Abschlussdiskussion, wie Resilienz und vorausschauende Planung zur langfristigen Stabilität eines Unternehmens beitragen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Geben Sie ein Reflexionsarbeitsblatt aus, auf dem die Teilnehmer ihre wichtigsten Erkenntnisse zu Risikobewertung und Resilienz festhalten.
- b. Die Teilnehmer setzen sich ein persönliches Ziel – z. B. ein Risikomanagement-Tool mit Jugendlichen auszuprobieren oder Resilienzstrategien in ihre Business-Workshops einzubauen.
- c. Zum Abschluss teilen einige Freiwillige ihre Reflexionen und Ziele mit der Gruppe, um das Bewusstsein für die Bedeutung dieser Themen zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Konzepte der Risikobewertung und Resilienz, Beispiele für Risikokategorien und Einführung in Strategien zur Risikominderung.
- **Arbeitsblatt zur Risikoidentifikation:** Zur Strukturierung der Überlegungen zu potenziellen Risiken in verschiedenen Risikokategorien.
- **Risikobewertungs-Raster:** Einfaches Raster zur Einschätzung von Eintrittswahrscheinlichkeit und Auswirkung (z. B. Ampelsystem oder Matrix).
- **Notfallplan-Vorlage:** Hilft beim strukturierten Aufbau eines Krisenreaktionsplans.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Für die persönliche Verarbeitung der Inhalte und Zielsetzung in Bezug auf Risiko- und Resilienzstrategien.

E-Ressourcen

- [PlanGuru](#) - Unterstützt die Bewertung finanzieller Risiken und die Szenarioplanung.
- [Resilience Alliance](#) - Informationsquelle zu Resilienzstrategien in Unternehmenskontexten.
- [Trello](#) - Tool zur Visualisierung und Organisation von Notfallplänen sowie zur Verfolgung von Risikominderungsmaßnahmen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Lerneinheit Nr. 5 – Marketing- und Kundenbindungsfähigkeiten

Einheitsübersicht

Diese Einheit konzentriert sich auf die Entwicklung grundlegender Fähigkeiten, die für effektives Marketing und Kundenbindung erforderlich sind. Sie unterstützt Jugendbetreuer dabei, junge Unternehmerinnen und Unternehmer zu begleiten, Marketingstrategien zu erstellen und umzusetzen, die bei ihrer Zielgruppe ankommen. Der Inhalt behandelt gemeinschaftsorientiertes Marketing, das Verständnis von Kundendemografien und den Aufbau langfristiger Beziehungen zu Kundinnen und Kunden. Dabei wird Wert darauf gelegt, bedeutungsvolle Verbindungen herzustellen, kulturelle Kontexte zu verstehen und maßgeschneiderte Kommunikationsmethoden zu nutzen, um Vertrauen und Loyalität innerhalb einer Gemeinschaft aufzubauen.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit werden Jugendbetreuer in der Lage sein:

- Die Prinzipien des gemeinschaftszentrierten Marketings und deren Bedeutung für die Verbindung mit lokalen Zielgruppen zu erklären.
- Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer darin zu schulen, Kundendemografien zu identifizieren und zu verstehen, um eine effektivere Ansprache zu ermöglichen.
- Junge Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Gestaltung von Kundenbindungsstrategien anzuleiten, die Vertrauen aufbauen und langfristige Beziehungen fördern.
- Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Fähigkeiten auszustatten, ihre Botschaften an kulturelle Werte und Nuancen ihrer Zielgruppen anzupassen.
- Junge Unternehmerinnen und Unternehmer darin zu unterstützen, Kundenfeedback zu nutzen, um Marketingmaßnahmen zu verfeinern und zu verbessern.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit zielt darauf ab, folgende Fähigkeiten und Kompetenzen bei Jugendbetreuern zu entwickeln, um junge Unternehmerinnen und Unternehmer effektiv zu unterstützen:

- Gemeinschaftszentriertes Marketing: Verständnis und Verbindung mit Gemeinschaftswerten zum Aufbau nachhaltiger Kundenbeziehungen.
- Analyse von Kundendemografien: Fähigkeiten zur Analyse und Interpretation von Kundendemografien zur Steigerung der Marketingeffektivität.

- Kulturelles Bewusstsein und Sensibilität: Anpassung von Kommunikations- und Engagementstrategien, die kulturelle Werte respektieren und widerspiegeln.
- Nutzung von Kundenfeedback: Integration von Kundenfeedback in Marketingstrategien zur Verbesserung der Markenloyalität.
- Beziehungsaufbau: Techniken zur Förderung von Vertrauen und Loyalität, um eine dauerhafte Kundenbindung sicherzustellen.

Gesamtdauer der Einheit: 5 Stunden und 25 Minuten.

Modul 1: Einführung in gemeinschaftszentriertes Marketing

Lernziele

1. Das Konzept des gemeinschaftszentrierten Marketings und seine Rolle bei der Schaffung authentischer Verbindungen mit lokalen Zielgruppen erklären.
2. Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer anleiten, Unternehmenswerte und -ziele mit den Bedürfnissen ihrer Zielgemeinschaft in Einklang zu bringen.
3. Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei der Identifikation wichtiger Gemeinschaftsaspekte unterstützen, die in Marketingstrategien integriert werden können, um Vertrauen und Engagement zu fördern.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Was ist gemeinschaftszentriertes Marketing? (10 Minuten)

- a. Starten Sie mit einer Präsentation, die gemeinschaftszentriertes Marketing definiert und den Fokus auf den Aufbau von Beziehungen innerhalb einer lokalen oder Zielgemeinschaft legt.
- b. Erklären Sie, wie sich gemeinschaftszentriertes Marketing vom traditionellen Marketing unterscheidet, indem es Verbindung, Engagement und die Unterstützung lokaler Werte priorisiert.
- c. Teilen Sie Beispiele von Unternehmen, die gemeinschaftszentriertes Marketing erfolgreich umgesetzt haben, um bedeutungsvolle Verbindungen zu schaffen.

2. Gruppenaktivität: Identifikation von Gemeinschaftswerten (15 Minuten)

- a. Teilen Sie die Teilnehmer in kleine Gruppen auf und geben Sie jeder Gruppe ein hypothetisches Geschäftsszenario oder ein reales Beispiel (z. B. ein lokales Café, ein handgefertigtes Kunsthandwerksgeschäft).

- b. Bitten Sie jede Gruppe, zentrale Werte und Prioritäten der Gemeinschaft zu identifizieren, mit denen das Unternehmen sich in Einklang bringen könnte (z. B. Nachhaltigkeit, kulturelles Erbe, familienorientierte Dienstleistungen).
- c. Jede Gruppe präsentiert die identifizierten Gemeinschaftswerte der Gesamtgruppe, um eine Diskussion über die Vorteile der Angleichung von Unternehmenszielen an diese Werte anzuregen.

3. Workshop: Erstellung eines Community Engagement Plans (20 Minuten)

- a. Stellen Sie den Teilnehmern eine Vorlage zur Verfügung, mit der sie einen grundlegenden Plan zur Einbindung der Gemeinschaft erstellen können, der Möglichkeiten zur Beteiligung und Verbindung mit der Gemeinschaft aufzeigt.
- b. Leiten Sie die Teilnehmer bei der Ideensammlung zu lokalen Veranstaltungen, Partnerschaften oder sozialen Initiativen an, die Gemeinschaftswerte widerspiegeln und die Präsenz des Unternehmens stärken könnten.
- c. Die Teilnehmer füllen die Vorlage aus, danach laden Sie einige Freiwillige ein, ihre Engagement-Pläne vorzustellen, um Feedback und Ideenaustausch anzuregen.

4. Diskussion: Vorteile des gemeinschaftszentrierten Marketings (10 Minuten)

- a. Moderieren Sie eine Diskussion über die Vorteile gemeinschaftszentrierten Marketings, darunter gesteigerte Kundenloyalität, verbessertes Markenimage und eine stärkere Präsenz in der Gemeinschaft.
- b. Fordern Sie die Teilnehmer auf, darüber nachzudenken, wie Gemeinschaftsengagement Unternehmen hilft, sich abzuheben und authentische Verbindungen herzustellen, die das Kundenvertrauen stärken.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer ihre wichtigsten Erkenntnisse aus dem Modul festhalten und überlegen können, wie sie gemeinschaftszentriertes Marketing mit jungen Teilnehmern umsetzen können.
- b. Bitten Sie die Teilnehmer, ein persönliches Ziel zu formulieren, z. B. junge Unternehmerinnen und Unternehmer darin zu unterstützen, Gemeinschaftsengagement in ihre Geschäftspläne zu integrieren.
- c. Lassen Sie einige Freiwillige ihre Ziele mit der Gruppe teilen, um die Bedeutung von Verbindung und Unterstützung der Gemeinschaft durch unternehmerisches Handeln zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte des gemeinschaftszentrierten Marketings, Beispiele gemeinschaftsorientierter Unternehmen und Vorteile dieses Marketingansatzes.
- Vorlage für Community Engagement Plan: Arbeitsblatt zur Planung von Aktivitäten zur Einbindung der Gemeinschaft.
- Reflexionsarbeitsblatt: Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen in Bezug auf gemeinschaftszentriertes Marketing.

E-Ressourcen

- [HubSpot Academy](#) - Kurse zu gemeinschaftsorientierten Marketingstrategien.
- [Canva](#) - Tools zur Gestaltung marketingbezogener Materialien mit Gemeinschaftsfokus.
- [Google My Business](#) - Unterstützt kleine Unternehmen bei der Verbindung mit lokalen Gemeinschaften.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 2: Verständnis von Kundendemografien

Lernziele

1. Die Bedeutung des Verständnisses von Kundendemografien für die Entwicklung effektiver Marketingstrategien erläutern.
2. Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer darin schulen, demografische Faktoren wie Alter, Einkommen, Lebensstil und Präferenzen zu identifizieren und zu analysieren.
3. Junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer anleiten, demografische Erkenntnisse zu nutzen, um Marketingstrategien passgenau auf Zielgruppen abzustimmen.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Kundendemografien und Marketing (10 Minuten)**
 - a. Starten Sie mit einer Präsentation, die Kundendemografien vorstellt und deren Bedeutung für die Gestaltung von Marketingstrategien erklärt.
 - b. Erläutern Sie zentrale demografische Faktoren wie Alter, Einkommen, Beruf, Bildungsniveau und Lebensstil.
 - c. Zeigen Sie Beispiele von Unternehmen, die demografische Erkenntnisse genutzt haben, um spezifische Zielgruppen effektiv anzusprechen.
2. **Gruppenaktivität: Definition einer Zielgruppe (15 Minuten)**

- a. Teilen Sie die Teilnehmer in kleine Gruppen auf und weisen Sie jeder Gruppe einen anderen hypothetischen Geschäftstyp zu (z. B. Bio-Lebensmittelgeschäft, Fitnessstudio, Tech-Startup).
- b. Bitten Sie jede Gruppe, die ideale Demografie für ihr Unternehmen zu skizzieren, unter Berücksichtigung von Alter, Einkommensniveau, Interessen und Kaufverhalten.
- c. Die Gruppen teilen ihre definierten Zielgruppen mit der Gesamtgruppe und diskutieren, wie diese demografischen Entscheidungen die Marketingstrategie beeinflussen.

3. Workshop: Erstellung eines Kundenprofils (20 Minuten)

- a. Geben Sie den Teilnehmern eine Vorlage für Kundenprofile, die Bereiche wie demografische Faktoren, Präferenzen und Kaufverhalten umfasst.
- b. Jeder Teilnehmer oder jedes Paar wählt ein hypothetisches Geschäft oder ein Beispiel, das für ihre Arbeit mit jungen Teilnehmern relevant ist.
- c. Begleiten Sie sie bei der Erstellung eines detaillierten Kundenprofils und laden Sie anschließend einige Freiwillige ein, ihre Profile vorzustellen.

4. Diskussion: Nutzung demografischer Erkenntnisse im Marketing (10 Minuten)

- a. Moderieren Sie eine Diskussion darüber, wie demografische Daten verschiedene Marketingaspekte beeinflussen können, z. B. Produktgestaltung, Preisgestaltung und Werbung.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmer, darüber nachzudenken, wie sie demografische Daten nutzen können, um Marketingbotschaften gezielt anzupassen und die richtige Zielgruppe effektiv zu erreichen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer Erkenntnisse zum Thema Kundendemografien dokumentieren und ein Ziel zur Anwendung dieser Konzepte mit jungen Teilnehmern setzen können.
- b. Bitten Sie die Teilnehmer, ein konkretes Ziel zu formulieren, z. B. Kundenprofilierung mit jungen Unternehmerinnen und Unternehmern zu üben oder Demografieanalysen in der Praxis durchzuführen.
- c. Lassen Sie einige Freiwillige ihre Ziele teilen, um die Bedeutung des Verständnisses von Zielgruppen für erfolgreiches Marketing zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Wichtige Punkte zu Kundendemografien, Beispiele für demografiegestütztes Marketing und Schritte zur Erstellung von Kundenprofilen.

- **Kundenprofilvorlage:** Arbeitsblatt zur Definition demografischer Präferenzen und Verhaltensmuster einer Zielkundschaft.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen in Bezug auf Kundendemografien.

E-Ressourcen

- [Statista](#) - Einblicke in demografische Trends und Kundenverhalten.
- [Google Analytics](#) - Tools zur Analyse von Kundendemografien und Präferenzen.
- [SurveyMonkey](#) - Werkzeug zur Durchführung von Umfragen für demografische Forschung.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 3: Kulturelles Bewusstsein im Marketing

Lernziele

1. Die Bedeutung kulturellen Bewusstseins für die Entwicklung effektiver und respektvoller Marketingstrategien erklären.
2. Junge Teilnehmende anleiten, Marketingbotschaften und -ansätze so anzupassen, dass sie kulturelle Werte und Präferenzen der Zielgruppe widerspiegeln.
3. Junge Teilnehmende bei der Entwicklung kulturell relevanter Inhalte unterstützen, die Vertrauen und Verbindung zu vielfältigen Gemeinschaften fördern.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Die Rolle kulturellen Bewusstseins im Marketing (10 Minuten)**
 - a. Präsentation zur Definition von kulturellem Bewusstsein und dessen Relevanz im Marketing.
 - b. Diskussion darüber, wie kulturelle Werte, Traditionen und Normen das Kundenverhalten und Erwartungen beeinflussen.
 - c. Beispiele für erfolgreiche und misslungene Marketingkampagnen, die die Auswirkungen kultureller Übereinstimmung verdeutlichen (z. B. kulturell passende vs. kulturell unsensible Werbung).
2. **Workshop: Anpassung von Marketingbotschaften an kulturelle Kontexte (20 Minuten)**

- a. Präsentation eines fiktiven Geschäftsszenarios, das sich an eine bestimmte kulturelle Gruppe richtet (z. B. Bewerbung eines gesunden Lebensmittels in einer ländlichen Gemeinschaft mit traditionellen Ernährungsgewohnheiten).
- b. Vorlage zur Analyse kultureller Faktoren wie Sprache, Traditionen und Werte.
- c. Anleitung zur Anpassung der Marketingbotschaft an den kulturellen Kontext; ausgewählte Teilnehmer präsentieren ihre Ergebnisse zur Gruppendiskussion.

3. Gruppenarbeit: Erstellung kulturell relevanter Inhalte (15 Minuten)

- a. Kleine Gruppen erhalten jeweils einen kulturellen Kontext für eine Marketingherausforderung (z. B. ein familienorientiertes Publikum oder umweltbewusste Konsumenten).
- b. Entwicklung kulturell relevanter Inhalte wie Bildmaterial, Slogans oder Kampagnenthemen.
- c. Vorstellung der Gruppenideen und Diskussion darüber, wie kulturelle Aspekte die Inhalte beeinflusst haben.

4. Diskussion: Vorteile kultureller Sensibilität im Marketing (10 Minuten)

- a. Gruppenreflexion über die Vorteile kultureller Sensibilität für den Aufbau von Vertrauen, Loyalität und positiver Markenwahrnehmung.
- b. Austausch eigener Erfahrungen oder Beobachtungen über die Wirkung kulturellen Bewusstseins auf die Kundenbindung.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Reflexionsbogen zur Dokumentation persönlicher Erkenntnisse und zur Planung der Anwendung kultureller Sensibilität in der Arbeit mit jungen Unternehmer*innen.
- b. Zielsetzung durch die Teilnehmenden (z. B. Einsatz kulturell sensibler Botschaften oder Recherche kultureller Aspekte ihrer Zielgruppe).
- c. Freiwillige stellen ihre Ziele vor; Betonung der Bedeutung kulturellen Bewusstseins im Marketing.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Konzepte des kulturellen Bewusstseins, Beispiele für kulturell sensibles Marketing, Fallstudien erfolgreicher Kampagnen.
- **Vorlage zur Kulturanalyse:** Arbeitsblatt zur Analyse kultureller Faktoren und Anpassung von Marketingbotschaften.
- **Reflexionsbogen:** Selbstreflexion und Zielsetzung im Zusammenhang mit kulturellem Marketingbewusstsein.

E-Ressourcen

- [LinkedIn Learning](#) - Kurse zum Thema kulturelles Bewusstsein und Sensibilität im Marketing.
- [Hootsuite](#) - Tools zur Anpassung von Social-Media-Marketing an unterschiedliche Zielgruppen.
- [Google Trends](#) - Einblicke in kulturelle Trends für das Marketing.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 4: Aufbau und Pflege von Kundenbeziehungen

Lernziele

1. Die Bedeutung von Vertrauen und Kundenloyalität in Geschäftsbeziehungen erläutern.
2. Junge Teilnehmende in Strategien zur offenen und effektiven Kommunikation mit Kunden unterweisen.
3. Junge Teilnehmende bei der Entwicklung von Initiativen zur Kundenbindung unterstützen, um langfristige Beziehungen zu fördern.

Lernaktivitäten

- 1. Einführende Präsentation: Bedeutung von Kundenbeziehungen (10 Minuten)**
 - a. Präsentation zur Rolle stabiler Kundenbeziehungen für den Geschäftserfolg.
 - b. Diskussion zentraler Elemente eines effektiven Customer Relationship Management (CRM), wie Kommunikation, Vertrauen und Verlässlichkeit.
 - c. Beispiele erfolgreicher Unternehmen mit hoher Kundenloyalität durch personalisierten Service und Engagement.
- 2. Workshop: Entwicklung einer Kundenbindungsstrategie (20 Minuten)**
 - a. Vorlage zur Erstellung einer Kundenbindungsstrategie, mit Fokus auf Vertrauensaufbau und Kommunikation.
 - b. Anwendung auf ein hypothetisches Geschäftsmodell (z. B. durch personalisierte E-Mails, Kunden-Events, Treueprogramme).
 - c. Präsentation einiger Strategien durch Freiwillige und Feedback der Gruppe.
- 3. Gruppenarbeit: Entwicklung einer Loyalitätsinitiative (15 Minuten)**

- a. Gruppen erhalten spezifische Herausforderungen zur Kundenbindung (z. B. Wiederholungskäufe fördern, neue Kunden aktivieren).
- b. Entwicklung kreativer Lösungen: Treueprogramme, Sonderaktionen, Empfehlungsanreize.
- c. Präsentation der Ideen und Diskussion über Merkmale effektiver Kundenbindungsmaßnahmen.

4. Diskussion: Kundenfeedback und Beziehungsmanagement (10 Minuten)

- a. Gespräch über die Rolle von Kundenfeedback zur Pflege stabiler Beziehungen.
- b. Reflexion, wie das Einholen und Umsetzen von Feedback Vertrauen stärkt.
- c. Tipps zur professionellen und konstruktiven Verarbeitung von positivem und negativem Feedback.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Reflexionsbogen zur Zusammenfassung der Erkenntnisse und zur Planung der Anwendung von Kundenbindungsstrategien.
- b. Zieldefinition durch Teilnehmende (z. B. Übung zur Feedbackverarbeitung oder Planung eines Treueprogramms).
- c. Präsentation ausgewählter Ziele zur Stärkung des Bewusstseins für nachhaltige Kundenbindung.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Grundlagen des Beziehungsmanagements, Strategien zur Kundenbindung, Beispiele.
- **Vorlage zur Kundenbindungsstrategie:** Arbeitsblatt zur Planung von Maßnahmen.
- **Loyalitäts-Challenge-Handout:** Fallbeispiele für Gruppenarbeit zu Loyalitätsförderung.
- **Reflexionsbogen:** Selbstreflexion und Zieldefinition.

E-Ressourcen

- [Zendesk](#) - Tool zur professionellen Bearbeitung von Kundenfeedback.
- [HubSpot CRM](#) - Werkzeuge zum Verfolgen und Pflegen von Kundenbeziehungen.
- [Coursera - Customer Relationship Management](#) - CRM-Kurse zur Entwicklung langfristiger Kundenbeziehungen.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 5: Nutzung von Kundenfeedback zur Verbesserung des Marketings

Lernziele

1. Den Wert von Kundenfeedback zur Optimierung von Marketingstrategien und zur Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen verdeutlichen.
2. Junge Teilnehmende darin schulen, Kundenfeedback systematisch zu erfassen, zu analysieren und umzusetzen.
3. Junge Teilnehmende unterstützen, mithilfe von Feedback stärkere Kundenbeziehungen aufzubauen und die Geschäftsentwicklung zu fördern.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Die Rolle von Kundenfeedback (10 Minuten)

- a. Vorstellung der Bedeutung von Kundenfeedback für Geschäftswachstum und Marketingoptimierung.
- b. Unterscheidung verschiedener Feedback-Arten (z. B. Umfragen, Bewertungen, direkte Rückmeldungen) und deren Nutzen zur Bedürfnisanalyse.
- c. Beispiele von Unternehmen, die durch effektive Nutzung von Feedback innovativer wurden.

2. Workshop: Entwicklung von Feedback-Erhebungsmethoden (20 Minuten)

- a. Vorlage zur Erstellung von Feedbacktools: Fragebögen, Online-Formulare, Interviewleitfäden.
- b. Anwendung auf ein fiktives oder reales Geschäftsmodell mit Fokus auf umsetzbare Erkenntnisse.
- c. Integration von Fragen zur Produkt-/Servicequalität und Kundenzufriedenheit.
- d. Präsentation ausgewählter Methoden durch Teilnehmende und Feedback der Gruppe.

3. Gruppenarbeit: Analyse von Feedback zur Erkenntnisgewinnung (15 Minuten)

- a. Verteilung eines fiktiven Datensatzes mit Kundenfeedback (z. B. Umfrageergebnisse, Online-Bewertungen).
- b. Analyse durch Kleingruppen: Identifikation von Trends, wiederkehrenden Themen und Verbesserungsansätzen.

- c. Vorstellung der Gruppenanalysen und Diskussion über mögliche Maßnahmen zur Anpassung von Marketingstrategien.

4. Diskussion: Umsetzung von Feedback in konkrete Maßnahmen (10 Minuten)

- a. Diskussion über die Umsetzung von Kundenfeedback, inklusive „Feedback-Loop“: Dank, Änderungen, Kommunikation zurück an die Kunden.
- b. Reflexion über den Einfluss von Feedbackverarbeitung auf Vertrauen und Kundenbindung.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Reflexionsbogen zur Dokumentation persönlicher Erkenntnisse und Zielsetzungen zur Anwendung von Kundenfeedback.
- b. Konkrete Zielsetzung, z. B. Durchführung einer Feedback-Erhebung mit jungen Gründer*innen oder Analyse realer Feedbackdaten.
- c. Vorstellung ausgewählter Ziele zur Betonung der Bedeutung kontinuierlicher Verbesserung durch Feedback.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Konzepte zu Kundenfeedback, Beispiele für Feedbacktools, Fallstudien erfolgreicher Anwendungen.
- **Vorlage zur Feedbacksammlung:** Arbeitsblatt zur Entwicklung von Umfragen und Interviewleitfäden.
- **Beispiel-Datensatz:** Fiktive Kundenrückmeldungen zur Analyse.
- **Reflexionsbogen:** Selbstreflexion und Zieldefinition zur Anwendung von Kundenfeedback.

E-Ressourcen

- [SurveyMonkey](#) - Tool zur Erhebung und Auswertung von Kundenfeedback.
- [Google Forms](#) - Kostenloses Tool zur Erstellung von Kundenbefragungen.
- [HubSpot Academy](#) - Schulungsmaterialien zur Nutzung von Feedback im Marketing.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Lerneinheit Nr. 6 – Finanzmanagement und Finanzierungskompetenzen

Einheitsübersicht

Diese Bildungseinheit stattet Jugendsozialarbeiterinnen mit grundlegenden Kenntnissen und praktischen Werkzeugen aus, um junge Unternehmerinnen bei der Entwicklung finanzieller Bildung und effektiver Finanzierungsstrategien zu unterstützen. Der Fokus liegt auf Schlüsselthemen wie Budgetierung, Liquiditätsmanagement und Finanzierungsoptionen. Es werden praxisnahe Einblicke in die Finanzplanung und das Risikomanagement gegeben. Durch den Erwerb dieser Kompetenzen sind Jugendsozialarbeiterinnen in der Lage, junge Teilnehmerinnen beim Aufbau finanziell nachhaltiger Unternehmen zu begleiten und ihnen zu helfen, fundierte finanzielle Entscheidungen zu treffen.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit werden Jugendsozialarbeiter*innen in der Lage sein:

- Die Bedeutung finanzieller Bildung und eines fundierten Finanzmanagements für den Erfolg eines Unternehmens zu erklären.
- Junge Teilnehmer*innen anzuleiten, wie man Budgets erstellt, den Cashflow verwaltet und Umsätze realistisch prognostiziert.
- Unterschiedliche Finanzierungsoptionen, sowohl traditionelle als auch innovative, zur Unterstützung von Unternehmen zu identifizieren und zu vermitteln.
- Junge Unternehmer*innen bei der Identifizierung und Minderung finanzieller Risiken zu unterstützen.
- Junge Teilnehmer*innen bei der Entwicklung von Strategien zur Einhaltung von Steuer- und Finanzvorschriften zu begleiten.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Diese Einheit zielt darauf ab, folgende Fähigkeiten und Kompetenzen bei Jugendsozialarbeiterinnen zu entwickeln, um ihre Rolle als Mentorinnen im Bereich Finanzmanagement zu stärken:

- **Finanzplanung:** Fähigkeit zur Budgetierung, Prognose und zum Cashflow-Management, um finanzielle Stabilität sicherzustellen.
- **Finanzierungsstrategien:** Verständnis verschiedener Finanzierungsquellen wie Zuschüsse, Risikokapital, Crowdfunding usw.
- **Risikomanagement:** Fähigkeit zur Identifizierung, Bewertung und Minderung finanzieller Risiken zur Förderung langfristiger Unternehmensstabilität.

- **Steuerliche Compliance:** Grundkenntnisse in den Bereichen Besteuerung und gesetzliche Anforderungen an Unternehmen.
- **Entscheidungsfindung:** Fähigkeit zur Analyse finanzieller Daten, um fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen.

Gesamtdauer der Einheit: 5 Stunden und 45 Minuten.

Modul 1: Einführung in das Finanzmanagement

Lernziele

1. Die Grundlagen des Finanzmanagements und seine Bedeutung für den Unternehmenserfolg verstehen.
2. Einführung in grundlegende finanzielle Begriffe und Konzepte, die für die Führung eines Unternehmens entscheidend sind.
3. Verstehen, wie ein gutes Finanzmanagement zur Stabilität und zum Wachstum eines Unternehmens beiträgt.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Was ist Finanzmanagement? (10 Minuten)

- a. Beginne mit einer Präsentation, die Finanzmanagement definiert und seine Rolle für den Geschäftserfolg erläutert.
- b. Führe wichtige finanzielle Begriffe ein, wie Einnahmen, Ausgaben, Gewinn, Cashflow und Vermögenswerte, mit einfachen und anschaulichen Beispielen.
- c. Erkläre, wie effektives Finanzmanagement Unternehmen dabei hilft, langfristige Ziele zu erreichen und häufige finanzielle Fallstricke zu vermeiden.

2. Gruppenaktivität: Finanzmanagement in der Praxis (15 Minuten)

- a. Gib den Teilnehmern ein kurzes hypothetisches Szenario (z. B. ein kleines Café, das seine Finanzen für einen Monat verwaltet).
- b. Lasse die Teilnehmer in kleinen Gruppen die wichtigsten finanziellen Aspekte des Szenarios identifizieren, wie das Verfolgen von Ausgaben, das Management von Einnahmen oder das Sicherstellen eines positiven Cashflows.
- c. Die Gruppen teilen ihre Erkenntnisse mit der gesamten Gruppe und fördern so eine Diskussion über die Bedeutung der Finanzplanung im Geschäftsalltag.

3. Workshop: Identifizierung finanzieller Stärken und Schwächen (20 Minuten)

- Verteile eine Finanz-Checkliste, mit der die Teilnehmer ein einfaches hypothetisches Unternehmen analysieren können (z. B. Einnahmequellen, Kostenstruktur, Rücklagen).
- Leite die Teilnehmer dabei an, die finanziellen Stärken (z. B. konstante Einnahmen) und Schwächen (z. B. hohe Ausgaben, keine Rücklagen) des Unternehmens zu erkennen.
- Die Teilnehmer diskutieren anschließend Möglichkeiten, Schwächen zu beheben und Stärken zu nutzen, um die finanzielle Gesundheit zu verbessern.

4. Diskussion: Die Vorteile finanzieller Bildung (10 Minuten)

- Fördere eine Diskussion darüber, warum finanzielle Bildung für junge Unternehmer essenziell ist.
- Ermutige die Teilnehmer, ihre Gedanken darüber zu teilen, wie das Verständnis von Finanzen Geschäftsinhaber befähigt, fundierte Entscheidungen zu treffen.
- Schließe mit Tipps ab, wie man finanzielle Bildung verbessern kann, etwa durch Online-Ressourcen, Workshops oder professionelle Beratung.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer ihre Erkenntnisse aus dem Modul festhalten und darlegen, wie sie Finanzmanagementkonzepte an junge Teilnehmer vermitteln möchten.
- Bitte die Teilnehmer, ein persönliches Ziel zu setzen, z. B. ihr Verständnis von Finanzmanagement zu verbessern oder junge Unternehmer bei der Finanzplanung zu unterstützen.
- Schließe ab, indem einige Teilnehmer ihre Reflexionen teilen, um die Bedeutung von Finanzmanagement im Unternehmertum zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- Präsentationsfolien:** Wichtige finanzielle Begriffe und Konzepte, Beispiele für Finanzmanagement in der Praxis, Vorteile finanzieller Bildung.
- Finanz-Checkliste:** Arbeitsblatt zur Analyse der finanziellen Stärken und Schwächen eines hypothetischen Unternehmens.
- Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstbewertung und Zielsetzungsformular zur Dokumentation persönlicher Erkenntnisse und Ziele im Bereich Finanzmanagement.

E-Ressourcen

- [PlanGuru](#) - Umfassende Tools zur detaillierten Budgetierung und Prognose.
- [QuickBooks](#) - Zur Verfolgung von Einnahmen, Ausgaben und der allgemeinen finanziellen Lage.
- [LinkedIn Learning - Financial Management Basics](#) - Online-Kurse zu den Grundlagen des Finanzmanagements.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 2: Budgetierung und Cashflow-Management

Lernziele

1. Die Bedeutung von Budgetierung und Cashflow-Management für die finanzielle Gesundheit eines Unternehmens erklären.
2. Jungen Teilnehmer*innen vermitteln, wie man realistische Budgets erstellt, die Unternehmensziele und -beschränkungen berücksichtigen.
3. Anleitung zur Überwachung und Steuerung des Cashflows, um Liquidität und betriebliche Stabilität sicherzustellen.

Lernaktivitäten

- 1. Einführende Präsentation: Grundlagen von Budgetierung und Cashflow (10 Minuten)**
 - a. Starte mit einer Präsentation zur Rolle der Budgetierung in der Planung und Steuerung finanzieller Ressourcen.
 - b. Erkläre, was Cashflow-Management bedeutet und warum es wichtig ist, um einen reibungslosen Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten.
 - c. Führe zentrale Begriffe ein, wie fixe vs. variable Kosten, Umsatzprognosen und Liquidität.
- 2. Workshop: Ein einfaches Budget erstellen (20 Minuten)**
 - a. Stelle eine einfache Budgetvorlage zur Verfügung mit Bereichen für Einnahmen, fixe und variable Ausgaben sowie Rücklagen.
 - b. Lass die Teilnehmer paarweise ein Budget für ein hypothetisches Unternehmen erstellen (z. B. ein Foodtruck oder ein Nachhilfe-Service), basierend auf bereitgestellten Daten (monatliche Einnahmen und Ausgaben).

- c. Lade einige Paare ein, ihre Budgets zu präsentieren und zu diskutieren, wie sie Ressourcen verteilt und Rücklagen eingeplant haben.

3. Aktivität: Cashflow-Prognose (20 Minuten)

- a. Verteile ein Arbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer den Cashflow eines kleinen Unternehmens über drei Monate prognostizieren.
- b. Leite sie an, erwartete Einnahmen (z. B. Verkaufserlöse) und Ausgaben (z. B. Miete, Nebenkosten, Lagerkosten) zu identifizieren.
- c. Führe eine Diskussion über Strategien zur Aufrechterhaltung eines positiven Cashflows – z. B. durch Kostensenkung oder Umsatzsteigerung.

4. Diskussion: Häufige Herausforderungen bei Budget und Cashflow (10 Minuten)

- a. Leite eine Gruppendiskussion zu typischen finanziellen Herausforderungen für Gründer*innen: unerwartete Kosten, verspätete Zahlungen, schwankende Umsätze.
- b. Lasse die Gruppe Lösungsideen sammeln – etwa Notfallrücklagen, verhandelte Zahlungsziele mit Lieferanten etc.
- c. Teile Tipps zum proaktiven Umgang mit Budgets und Cashflow.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmer ihre wichtigsten Erkenntnisse festhalten und festlegen, wie sie Budgetierung und Cashflow-Management jungen Unternehmer*innen vermitteln möchten.
- b. Bitte um persönliche Zielsetzungen – z. B. Cashflow-Prognosen üben oder gemeinsam mit einem jungen Gründer ein Budget erstellen.
- c. Lade abschließend einige Teilnehmer ein, ihre Ziele zu teilen, um die Bedeutung proaktiver Finanzplanung zu betonen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Konzepte zu Budgetierung, Cashflow und Strategien für finanzielle Stabilität.
- **Budgetvorlage:** Arbeitsblatt zum Erstellen eines einfachen Budgets (Einnahmen, Ausgaben, Rücklagen).
- **Cashflow-Prognose-Arbeitsblatt:** Tool zur Planung von Ein- und Ausgaben über einen bestimmten Zeitraum.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstbewertung und Zielsetzung zur Dokumentation von Erkenntnissen zu Budget und Cashflow.

E-Ressourcen

- [PlanGuru](#) - Detaillierte Planung und Prognosewerkzeuge.
- [Excel-Vorlagen für Finanzplanung](#) - Kostenlose Vorlagen für Budget- und Finanzpläne.
- [Wave Financial](#) - Kostenlose Plattform für Buchhaltung und Budgetierung kleiner Unternehmen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 3: Finanzierungsoptionen und -strategien

Lernziele

1. Einen Überblick über verschiedene Finanzierungsoptionen für kleine und mittlere Unternehmen geben.
2. Den Teilnehmern helfen, die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Finanzierungsquellen zu verstehen.
3. Junge Unternehmer*innen bei der Entwicklung geeigneter Finanzierungsstrategien für ihr Geschäftsvorhaben unterstützen.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Überblick über Finanzierungsquellen (10 Minuten)**
 - a. Beginne mit einer Präsentation zu den häufigsten Finanzierungsquellen für Gründer*innen:
 - i. Eigenkapital (z. B. persönliche Ersparnisse, Familie/Freunde)
 - ii. Fremdkapital (z. B. Bankkredite, Mikrokredite)
 - iii. Förderprogramme und Subventionen
 - iv. Investoren (z. B. Business Angels, Venture Capital)
 - b. Erkläre jeden Typ mit einfachen Beispielen und betone, wann er am sinnvollsten ist.
2. **Gruppenaktivität: Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungsquellen (15 Minuten)**
 - a. Gib den Teilnehmenden hypothetische Geschäftsszenarien (z. B. Gründung eines Tech-Startups, Eröffnung eines Einzelhandelsgeschäfts).

- b. Bitte die Gruppen, auf Grundlage von Faktoren wie Startkapitalbedarf, Wachstumsplänen und Marktbedingungen die am besten geeigneten Finanzierungsquellen für das jeweilige Geschäft zu identifizieren.
- c. Die Gruppen präsentieren ihre Empfehlungen im Plenum und begründen ihre Wahl der Finanzierungsmethoden.

3. Workshop: Entwicklung einer Finanzierungsstrategie (20 Minuten)

- a. Verteile eine Vorlage zur Erstellung einer einfachen Finanzierungsstrategie. Diese enthält Abschnitte zu Finanzierungszielen, bevorzugten Finanzierungsquellen und Schritten zur Kapitalbeschaffung.
- b. Unterstütze die Teilnehmenden bei der Entwicklung einer Finanzierungsstrategie für eine reale oder hypothetische Geschäftsidee. Ermutige sie, die Finanzierungsquellen auf ihre spezifischen Bedürfnisse abzustimmen.
- c. Lade einige Teilnehmende ein, ihre Strategien vorzustellen, und fördere Feedback und Diskussionen über effektive Herangehensweisen.

4. Aktivität: Erstellung eines Funding-Pitches (15 Minuten)

- a. Gib einen kurzen Überblick über die Elemente eines erfolgreichen Finanzierungspitches, z. B.:
 - i. Die Geschäftsidee klar und überzeugend darstellen.
 - ii. Marktpotenzial und Finanzprognosen hervorheben.
 - iii. Selbstbewusstsein und Professionalität ausstrahlen.
- b. Bitte die Teilnehmenden, einen einminütigen Elevator Pitch vorzubereiten und zu präsentieren, um eine Finanzierung für eine Geschäftsidee zu sichern.
- c. Ermögliche Gruppendiskussion und Feedback, mit Fokus auf Klarheit, Überzeugungskraft und Übereinstimmung mit den Finanzierungszielen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteile ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre wichtigsten Erkenntnisse festhalten und notieren, wie sie Finanzierungsstrategien an junge Gründer*innen weitergeben möchten.
- b. Ermutige die Teilnehmenden, ein persönliches Ziel zu formulieren – z. B. das Üben von Pitches oder das Recherchieren lokaler Finanzierungsmöglichkeiten für junge Unternehmer*innen.
- c. Lade einige Teilnehmende ein, ihre Reflexionen und Ziele mit der Gruppe zu teilen, um die Bedeutung von Planung und strategischem Denken bei der Kapitalbeschaffung zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Finanzierungsquellen, Vor- und Nachteile jeder Option sowie Beispiele innovativer Finanzierungsmethoden.
- **Finanzierungsstrategie-Vorlage:** Arbeitsblatt zur Unterstützung bei der Planung der Finanzierung für bestimmte Geschäftsideen.
- **Pitch-Vorbereitungshilfe:** Tipps und Leitfragen zur Erstellung eines prägnanten und überzeugenden Pitches.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Selbstreflexion und Zielsetzung im Kontext von Finanzierungsstrategien.

E-Ressourcen

- [Kickstarter](#) - Crowdfunding-Plattform zur Erkundung von Finanzierungsmöglichkeiten.
- [Indiegogo](#) - Weitere Crowdfunding-Plattform für unternehmerische Projekte.
- [LinkedIn Learning - Raising Capital](#) - Onlinekurse zu Finanzierungsstrategien und Kapitalbeschaffung.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 4: Bewertung finanzieller Risiken und Einhaltung gesetzlicher Vorgaben

Lernziele

1. Die Bedeutung der Identifikation und Steuerung finanzieller Risiken für die Stabilität eines Unternehmens erklären.
2. Jungen Teilnehmenden Strategien zur Risikominderung und zum Aufbau finanzieller Resilienz vermitteln.
3. Teilnehmende bei der grundlegenden steuerlichen und regulatorischen Orientierung für Unternehmen unterstützen.
4. Werkzeuge vermitteln, um korrekte Finanzunterlagen zu führen und die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zu gewährleisten.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Finanzielle Risiken verstehen (10 Minuten)**
 - a. Definition finanzieller Risiken in Unternehmen und deren potenziellen Auswirkungen (z. B. Liquiditätsengpässe, unerwartete Ausgaben, Marktschwankungen).

- b. Erläuterung der Bedeutung einer proaktiven Risikobewertung und von Strategien zur Risikominderung.
- c. Einführung in das Thema „Compliance“ – die Einhaltung von Steuergesetzen, Vorschriften und Rechnungslegungsstandards.

2. Workshop: Finanzielle Risiken identifizieren und bewerten (20 Minuten)

- a. Verteile ein Arbeitsblatt mit einem hypothetischen Unternehmensszenario zur Analyse potenzieller Risiken (z. B. in Bezug auf Cashflow, Investitionen, externe Marktbedingungen).
- b. Führe die Teilnehmenden durch die Kategorisierung der Risiken nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Auswirkung.
- c. Leite eine Gruppendiskussion über Gegenmaßnahmen wie Notfallfonds, Diversifizierung von Einkommensquellen oder Versicherungsschutz.

3. Aktivität: Steuerliche und regulatorische Anforderungen verstehen (15 Minuten)

- a. Überblick über grundlegende steuerliche und regulatorische Verpflichtungen kleiner Unternehmen:
 - i. Steuererklärungen einreichen.
 - ii. Finanzunterlagen führen.
 - iii. Einhaltung lokaler Geschäftsvorschriften.
- b. Verteile eine Checkliste häufiger Aufgaben zur Einhaltung steuerlicher und regulatorischer Anforderungen. Die Teilnehmenden ordnen diese einem fiktiven Unternehmen zu.

4. Gruppendiskussion: Vorteile ordentlicher Finanzdokumentation (10 Minuten)

- a. Diskutiere, wie korrekte Finanzunterlagen Unternehmen helfen, rechtliche Probleme zu vermeiden, Finanzierung zu erhalten und fundierte Entscheidungen zu treffen.
- b. Teile praktische Tipps, z. B. Buchhaltungssoftware verwenden oder professionelle Buchhalter*innen beauftragen.

5. Reflexion und Zielsetzung (15 Minuten)

- a. Verteile einen Reflexionsbogen zur Dokumentation der Erkenntnisse im Bereich Risikobewertung und Compliance.
- b. Ermutige die Teilnehmenden, ein persönliches Ziel zu setzen – z. B. Durchführung einer Risikoanalyse mit jungen Gründer*innen oder Recherche lokaler Steuervorschriften.

- c. Einige Teilnehmende teilen ihre Ziele mit der Gruppe, um Engagement und Verantwortungsbewusstsein zu fördern.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Kernkonzepte zur finanziellen Risikobewertung, Risikominderungsstrategien und regulatorischen Anforderungen.
- **Risikobewertungs-Arbeitsblatt:** Vorlage zur Identifikation und Kategorisierung finanzieller Risiken.
- **Steuer- und Compliance-Checkliste:** Übersicht häufiger steuerlicher und rechtlicher Pflichten kleiner Unternehmen.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Dokumentation persönlicher Erkenntnisse und Zielsetzungen.

E-Ressourcen

- [PlanGuru](#) - Unterstützt bei der Bewertung finanzieller Risiken und der Simulation von Szenarien.
- [Xero](#) - Buchhaltungssoftware zur Überwachung finanzieller Risiken und zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften.
- [EU Regulations](#) - Informationsquellen zu finanziellen und rechtlichen Unternehmensanforderungen in Europa.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 5: Entscheidungsfindung mit finanziellen Daten

Lernziele

1. Die Bedeutung finanzieller Daten für fundierte geschäftliche Entscheidungen erklären.
2. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie man Finanzberichte wie Gewinn- und Verlustrechnungen oder Cashflow-Rechnungen analysiert.
3. Teilnehmende anleiten, mithilfe finanzieller Erkenntnisse die Unternehmensleistung zu bewerten und strategisch zu planen.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Die Rolle finanzieller Daten bei Entscheidungen (10 Minuten)**

- a. Definition finanzieller Daten und deren Bedeutung für die Bewertung der finanziellen Gesundheit eines Unternehmens.
- b. Vorstellung zentraler Finanzberichte (GuV, Bilanz, Cashflow) anhand einfacher Beispiele.
- c. Erläuterung, wie Daten zur strategischen Planung genutzt werden können (z. B. Ressourcenzuweisung, Wachstumsprognosen).

2. Workshop: Finanzberichte analysieren (20 Minuten)

- a. Verteile vereinfachte Finanzberichte eines fiktiven Unternehmens (z. B. Umsatz, Ausgaben, Gewinn).
- b. Teilnehmende analysieren die Berichte, erkennen Trends (z. B. steigende Kosten, rückläufige Umsätze).
- c. Gruppendiskussion über daraus ableitbare Maßnahmen, z. B. Kostensenkungen oder neue Finanzierungsansätze.

3. Aktivität: Nutzung finanzieller Daten für Szenarioplanung (20 Minuten)

- a. Lege ein Szenario vor (z. B. Investition in neue Ausrüstung oder Expansion).
- b. Stelle relevante Finanzdaten zur Verfügung (Kosten, Umsatzprognosen, Risiken).
- c. Die Teilnehmenden diskutieren in Gruppen und entscheiden auf Datenbasis über das weitere Vorgehen.
- d. Gruppen präsentieren ihre Entscheidungen im Plenum.

4. Diskussion: Häufige Fehler bei finanziellen Entscheidungen (10 Minuten)

- a. Diskussion über typische Fehler wie das Ignorieren von Trends, überhöhte Umsatzerwartungen oder unterschätzte Kosten.
- b. Tipps zur Vermeidung dieser Fehler, z. B. regelmäßige Datenüberprüfung und externe Beratung.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteile Reflexionsbögen zur Dokumentation der wichtigsten Erkenntnisse.
- b. Die Teilnehmenden setzen sich ein Ziel – z. B. Finanzanalysen üben oder junge Gründer*innen bei datenbasierten Entscheidungen unterstützen.
- c. Abschließend stellen einige Teilnehmende ihre Ziele vor, um das Prinzip der datengestützten Entscheidungsfindung zu stärken.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Wichtige Finanzberichte, Beispiele zur Datenanalyse, Rolle von Finanzdaten in Entscheidungen.

- **Finanzbericht-Handout:** Vereinfachte GuV- und Cashflow-Beispiele zur Analyse.
- **Szenarioplanungs-Arbeitsblatt:** Vorlage zur Anwendung von Finanzdaten auf Entscheidungssituationen.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Vorlage zur Selbsteinschätzung und Zielsetzung im Bereich Finanzdaten.

E-Ressourcen

- [PlanGuru](#) - Tools zur datenbasierten Finanzplanung.
- [QuickBooks](#) - Software mit Echtzeitdaten für Analysen und Entscheidungen.
- [Coursera - Financial Data Analysis](#) - Onlinekurse zur Analyse finanzieller Daten für Geschäftsstrategien.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Lerneinheit Nr. 7 – Integration von Technologie und digitalen Tools

Einheitsübersicht

Diese Bildungseinheit konzentriert sich auf die transformative Rolle von Technologie und digitalen Tools in modernen Geschäftsprozessen. Sie vermittelt Jugendbetreuerinnen das Wissen und die Fähigkeiten, um junge Unternehmerinnen dabei zu unterstützen, Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) sowie E-Learning-Tools zur Optimierung von Geschäftsprozessen, zur Förderung von Innovationen und zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit einzusetzen. Diese Einheit betont die Bedeutung, in einer technologiegetriebenen Landschaft durch branchenspezifische digitale Plattformen und Online-Zusammenarbeit wettbewerbsfähig zu bleiben.

Lernziele

Am Ende dieser Einheit werden die Jugendbetreuer*innen in der Lage sein:

- Die Bedeutung der Integration von IKT- und E-Learning-Tools in verschiedenen Geschäftsbereichen zu erklären.
- Jungen Teilnehmer*innen beizubringen, wie man Technologie-Lösungen identifiziert und implementiert, die auf branchenspezifische Anforderungen zugeschnitten sind.
- Junge Unternehmer*innen beim Einsatz von Online-Kollaborationstools zur effizienten Teamarbeit und Vernetzung anzuleiten.
- Die Nutzung digitaler Plattformen zur Steigerung von Produktivität, Skalierbarkeit und Kundenbindung zu fördern.
- Die Rolle von Innovation und kontinuierlichem Lernen bei der Anpassung an technologische Entwicklungen hervorzuheben.

Anvisierte Fähigkeiten und Kompetenzen

Die Jugendbetreuer*innen entwickeln folgende Kompetenzen, um junge Menschen wirksam zu begleiten:

- Digitale Kompetenz: Verständnis und Anwendung von IKT-Tools und E-Learning-Plattformen für das Unternehmenswachstum.
- Technologische Anpassungsfähigkeit: Aktuell bleiben hinsichtlich neuer Technologien und deren Integration in Geschäftsstrategien.
- Kollaboration und Vernetzung: Online-Tools für effektive Teamarbeit, Projektmanagement und berufliche Vernetzung nutzen.

- Innovation und Kreativität: Innovative Herangehensweisen an Geschäftsprobleme durch digitale Tools fördern.
- Strategischer Technologieeinsatz: Digitale Lösungen zur Optimierung von Geschäftsprozessen und zur Verbesserung der Kundenerfahrung identifizieren und einsetzen.

Gesamtdauer der Einheit: 5 Stunden und 45 Minuten.

Modul 1: Die Rolle von Technologie im modernen Geschäftsleben

Lernziele

1. Die Bedeutung der Integration von Technologie in Geschäftsprozesse zur Effizienzsteigerung und Wettbewerbsfähigkeit erklären.
2. Wichtige IKT-Tools und deren Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen Geschäftsbereichen aufzeigen.
3. Praxisbeispiele erfolgreicher Unternehmen vorstellen, die durch Technologie Innovation und Wachstum fördern.

Lernaktivitäten

- 1. Einführende Präsentation: Technologie als Geschäftstreiber (10 Minuten)**
 - a. Definition von Technologieintegration und ihrer transformativen Wirkung auf Unternehmen.
 - b. Bereiche aufzeigen, in denen Technologie Geschäftsprozesse verbessert (z. B. Produktivität, Kommunikation, Kundenbindung).
 - c. Beispiele von kleinen und großen Unternehmen, die Technologie erfolgreich einsetzen.
- 2. Diskussion: Vorteile von IKT im Geschäftsleben (10 Minuten)**
 - a. Gruppendiskussion über Vorteile von Technologie in verschiedenen Geschäftsbereichen:
 - i. Betrieb: Automatisierung, Effizienz.
 - ii. Marketing: Soziale Medien, Analytik.
 - iii. Kundendienst: CRM-Tools, Chatbots.
 - b. Austausch von Erfahrungen oder Beobachtungen aus der Praxis.
- 3. Workshop: Technologiebedarfe identifizieren (20 Minuten)**

- a. Bereitstellung eines Arbeitsblatts zur Identifikation technologischer Anforderungen für ein hypothetisches Unternehmen.
- b. In Kleingruppen: Auswahl eines Geschäftstyps (z. B. Einzelhandel, Online-Service) und Brainstorming zu passenden digitalen Lösungen.
- c. Präsentation der Ergebnisse im Plenum mit Diskussion über Zielorientierung der Tools.

4. Aktivität: Erkundung realer IKT-Tools (15 Minuten)

- a. Überblick über gängige IKT-Tools, kategorisiert nach Funktion (z. B. Projektmanagement-Tools wie Trello, Kommunikationstools wie Slack und Analysetools wie Google Analytics)
- b. Fordern Sie die Teilnehmenden auf, ein ausgewähltes Tool zu erkunden (über eine Demo oder Beschreibung) und dessen Anwendung in einem bestimmten Geschäftskontext zu betrachten.
- c. Führen Sie eine kurze Diskussion darüber, wie diese Tools die Effizienz und Entscheidungsfindung verbessern können.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre Erkenntnisse aus dem Modul dokumentieren und darlegen, wie sie junge Teilnehmende bei der Erkundung und Einführung von Technologielösungen unterstützen wollen.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmenden, ein konkretes Ziel zu setzen, z. B. die Recherche von Tools für eine bestimmte Branche oder das Üben der Integration eines gewählten Tools in ihren Mentoring-Sitzungen.
- c. Schließen Sie mit einigen freiwilligen Beiträgen zur Vorstellung ihrer Reflexionen und Ziele ab, um den Wert von Technologie im modernen Geschäftsleben zu unterstreichen.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Zentrale Punkte zur Rolle von Technologie im Geschäftsleben, Beispiele für IKT-Anwendungen und Vorteile der Integration.
- Checkliste „Technologiebedarfe“: Ein Arbeitsblatt zur Ermittlung technologischer Anforderungen für unterschiedliche Geschäftstypen.
- Übersichtsblatt IKT-Tools: Eine Zusammenfassung gängiger Tools mit kurzen Beschreibungen ihrer Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten.
- Reflexionsarbeitsblatt: Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen in Bezug auf die Integration von Technologie.

E-Ressourcen

- [LinkedIn Learning - Technology in Business](#) - Kurse zur Integration von Technologie in Geschäftsprozesse.
- [Monday.com](#) - Zeigt, wie Technologie Geschäftsabläufe effizienter macht.
- [Google Workspace](#) - Tools zur Verbesserung von Zusammenarbeit und Produktivität.

Gesamtdauer der Einheit: 65 Minuten.

Modul 2: Auswahl der richtigen digitalen Werkzeuge

Lernziele

1. Die Bedeutung der Auswahl digitaler Werkzeuge erklären, die mit den Geschäftszielen und betrieblichen Anforderungen übereinstimmen.
2. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie sie die effektivsten Werkzeuge für Produktivität, Projektmanagement und Kundenbindung bewerten und auswählen.
3. Junge Teilnehmende anleiten, digitale Lösungen in ihren täglichen Betrieb zu integrieren, um Effizienz und Skalierbarkeit zu verbessern.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Arten digitaler Werkzeuge für Unternehmen (10 Minuten)

- a. Beginnen Sie mit einer Präsentation, die gängige digitale Werkzeuge nach ihren Funktionen kategorisiert:
 - i. Produktivitätstools: Microsoft Office, Google Workspace.
 - ii. Projektmanagement-Tools: Trello, Asana.
 - iii. Customer Relationship Management (CRM)-Tools: Salesforce, HubSpot.
 - iv. Analysetools: Google Analytics, Tableau.

- b. Heben Sie die Bedeutung hervor, Werkzeuge auszuwählen, die auf spezifische Branchenbedürfnisse und Unternehmensgrößen zugeschnitten sind.

2. Aktivität: Bedarfsermittlung digitaler Werkzeuge (15 Minuten)

- a. Stellen Sie ein Arbeitsblatt zur Verfügung, das die Teilnehmenden anleitet, digitale Werkzeuganforderungen für ein hypothetisches Unternehmen (z. B. eine Bäckerei, eine Grafikdesign-Agentur) zu identifizieren.

- b. Die Teilnehmenden arbeiten paarweise, listen Aufgaben oder Herausforderungen auf (z. B. Lagerverwaltung, Projektverfolgung) und ordnen potenzielle digitale Lösungen zu.
- c. Führen Sie eine Gruppendiskussion darüber, wie verschiedene Werkzeuge spezifische Geschäftsbedürfnisse abdecken.

3. Workshop: Vergleich und Bewertung digitaler Werkzeuge (20 Minuten)

- a. Stellen Sie eine kurze Übersicht über wichtige Bewertungskriterien digitaler Werkzeuge vor, wie z. B.:
 - i. Benutzerfreundlichkeit.
 - ii. Kosten-Effizienz.
 - iii. Skalierbarkeit.
 - iv. Integration in bestehende Systeme.
- b. Verteilen Sie eine Vergleichsvorlage, mit der Teilnehmende zwei oder drei digitale Werkzeuge anhand dieser Kriterien bewerten können.
- c. Teilnehmende teilen ihre Bewertungen mit der Gruppe und erläutern, welches Werkzeug sie empfehlen und warum.

4. Gruppenaktivität: Planung einer Strategie zur Integration digitaler Werkzeuge (15 Minuten)

- a. In kleinen Gruppen skizzieren die Teilnehmenden einen Integrationsplan zur Einbindung ausgewählter Werkzeuge in den Geschäftsbetrieb.
- b. Jede Gruppe präsentiert ihren Plan und diskutiert potenzielle Herausforderungen (z. B. Mitarbeiterschulung, Anfangskosten) und Lösungen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre wichtigsten Erkenntnisse dokumentieren und darlegen, wie sie die Auswahl digitaler Werkzeuge jungen Teilnehmenden vermitteln werden.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmenden, ein Ziel zu setzen, z. B. die Recherche von Werkzeugen in einer bestimmten Kategorie oder die Unterstützung eines jungen Unternehmers bei der Auswahl passender digitaler Werkzeuge.
- c. Schließen Sie mit der Einladung an einige Teilnehmende, ihre Reflexionen und Ziele zu teilen, und betonen Sie die Bedeutung der Auswahl geeigneter digitaler Werkzeuge für den Geschäftserfolg.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Überblick über Kategorien digitaler Werkzeuge, Beispiele und Bewertungskriterien.
- **Arbeitsblatt zur Bedarfsermittlung digitaler Werkzeuge:** Ein Arbeitsblatt zur Identifizierung von Werkzeuganforderungen für spezifische Geschäftsprozesse.
- **Vergleichsvorlage:** Ein Leitfaden zur Bewertung und zum Vergleich digitaler Werkzeuge anhand wichtiger Kriterien.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen im Zusammenhang mit der Auswahl digitaler Werkzeuge.

E-Ressourcen

- [Capterra](#) - Bewertungen und Vergleiche zur Software- und Werkzeugauswahl.
- [G2](#) - Peer-Bewertungen zur Bewertung digitaler Werkzeuge basierend auf Geschäftsanforderungen.
- [Zapier](#) - Für die Integration und Automatisierung von Workflows über mehrere Werkzeuge hinweg.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 3: E-Learning-Tools für die Geschäftsentwicklung

Lernziele

1. Die Rolle von E-Learning-Tools bei der Förderung kontinuierlichen Lernens und der Kompetenzentwicklung für Unternehmer erklären.
2. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie sie E-Learning-Plattformen zur Selbstverbesserung und Team-Schulung nutzen.
3. Junge Unternehmer anleiten, E-Learning-Ressourcen in ihre Geschäftsstrategien zu integrieren, um Teamfähigkeiten und Innovation zu fördern.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Die Bedeutung von E-Learning im Geschäftsleben (10 Minuten)**
 - a. Definieren Sie E-Learning und seine Bedeutung in modernen Geschäftsumgebungen für Selbstverbesserung und Kompetenzentwicklung.
 - b. Heben Sie populäre E-Learning-Plattformen hervor (z. B. Coursera, Udemy, LinkedIn Learning) und deren Anwendungen in verschiedenen Geschäftssektoren.

- c. Teilen Sie Beispiele von Unternehmen, die E-Learning erfolgreich zur Weiterbildung ihrer Teams und zur Förderung von Innovation nutzen.

2. Workshop: Erkundung von E-Learning-Plattformen (20 Minuten)

- Stellen Sie den Teilnehmenden eine Liste empfohlener E-Learning-Plattformen bereit, kategorisiert nach Schwerpunkt (z. B. technische Fähigkeiten, Führungstraining, branchenspezifische Kurse).
- In kleinen Gruppen erkunden die Teilnehmenden eine Plattform, prüfen deren Angebote und identifizieren für Unternehmertum relevante Kurse oder Ressourcen.
- Die Gruppen präsentieren ihre Ergebnisse der Gesamtgruppe und diskutieren Nutzbarkeit, Relevanz und potenzielle Anwendungen für junge Unternehmer.

3. Aktivität: Erstellung eines Lernplans (20 Minuten)

- Verteilen Sie eine Vorlage für einen Lernplan, mit der Teilnehmende junge Unternehmer bei der Identifikation ihrer Kompetenzlücken und der Auswahl geeigneter E-Learning-Kurse unterstützen.
- Teilnehmende erstellen einen Beispiel-Lernplan für einen hypothetischen Unternehmer, in dem sie empfohlene Kurse oder Trainingsprogramme und deren angestrebte Ergebnisse darstellen.
- Laden Sie einige Teilnehmende ein, ihre Pläne vorzustellen, und moderieren Sie eine Diskussion über die Vorteile eines strukturierten Lernprozesses.

4. Diskussion: Herausforderungen und Vorteile von E-Learning (10 Minuten)

- Führen Sie eine Gruppendiskussion zu häufigen Herausforderungen bei der Einführung von E-Learning-Tools, z. B. Zeitmanagement, Motivation und Kursqualität.
- Ermutigen Sie die Teilnehmenden, Lösungen für diese Herausforderungen zu erarbeiten, und betonen Sie die Bedeutung klarer Ziele und Verantwortlichkeit.
- Heben Sie die Vorteile von E-Learning hervor, darunter Flexibilität, Zugänglichkeit und Kosteneffizienz.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre wichtigsten Erkenntnisse dokumentieren und darlegen, wie sie E-Learning-Tools jungen Teilnehmenden vorstellen werden.
- Ermutigen Sie die Teilnehmenden, ein Ziel zu setzen, z. B. eine neue E-Learning-Plattform zu erkunden oder einen jungen Unternehmer bei der Erstellung eines personalisierten Lernplans zu unterstützen.

- c. Schließen Sie mit der Einladung an einige Teilnehmende, ihre Reflexionen und Ziele zu teilen, und unterstreichen Sie die Rolle von E-Learning für Wachstum und Entwicklung im Geschäftsleben.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte von E-Learning, Beispiele von Plattformen und Vorteile für die Geschäftsentwicklung.
- **Liste der E-Learning-Plattformen:** Ein Übersichtsblatt mit empfohlenen Plattformen, kategorisiert nach Schwerpunktbereichen.
- **Vorlage Lernplan:** Ein Arbeitsblatt zur Gestaltung eines personalisierten Lernplans, zugeschnitten auf individuelle oder geschäftliche Bedürfnisse.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen zur Integration von E-Learning.

E-Ressourcen

- [Coursera](#) - Bietet Kurse zur Geschäfts- und Unternehmerentwicklung.
- [Khan Academy](#) - Bietet Kurse zur Geschäfts- und Unternehmerentwicklung.
- [Udemy](#) - Eine Plattform mit vielfältigen Kursen zu Unternehmertum und digitalen Werkzeugen.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 4: Online-Zusammenarbeit und Networking-Tools

Lernziele

1. Die Bedeutung von Online-Zusammenarbeitstools zur Förderung effizienter Teamarbeit und Projektmanagement erläutern.
2. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie sie professionelle Networking-Plattformen nutzen, um Kontakte zu knüpfen und Geschäftsmöglichkeiten zu erweitern.
3. Junge Unternehmer anleiten, digitale Werkzeuge für effektive Kommunikation und Zusammenarbeit auszuwählen und zu nutzen.

Lernaktivitäten

1. **Einführende Präsentation: Bedeutung von Online-Zusammenarbeit und Networking (10 Minuten)**
 - a. Definieren Sie Online-Zusammenarbeitstools und deren Rolle zur Verbesserung von Teamarbeit und Produktivität.

- b. Heben Sie populäre Kollaborationsplattformen hervor (z. B. Slack, Microsoft Teams, Google Workspace) und deren Funktionen.
- c. Stellen Sie Networking-Plattformen vor (z. B. LinkedIn) und diskutieren Sie deren Bedeutung für den Aufbau professioneller Kontakte und die Präsentation von Expertise.

2. Workshop: Auswahl des richtigen Kollaborationstools (20 Minuten)

- a. Stellen Sie eine Checkliste zur Bewertung von Kollaborationstools basierend auf Faktoren wie Teamgröße, Projektkomplexität und Benutzerfreundlichkeit bereit.
- b. In kleinen Gruppen analysieren die Teilnehmenden ein Geschäftsszenario (z. B. Leitung eines Remote-Teams oder Organisation eines Projekts) und wählen ein passendes Kollaborationstool aus.
- c. Die Gruppen teilen ihre Auswahl mit der Gesamtgruppe und erläutern, warum sie sich dafür entschieden haben und welchen Nutzen das Tool für das Geschäft hätte.

3. Aktivität: Aufbau eines professionellen LinkedIn-Profiles (20 Minuten)

- a. Führen Sie die Teilnehmenden durch die Schritte zur Erstellung eines überzeugenden LinkedIn-Profiles, mit Fokus auf wichtige Abschnitte wie Überschrift, Zusammenfassung und Erfahrung.
- b. Geben Sie Tipps zur Networking-Etikette, z. B. wie man sich mit Fachleuten aus relevanten Bereichen verbindet und wertvolle Inhalte teilt.
- c. Bitten Sie die Teilnehmenden, eine LinkedIn-Strategie für einen hypothetischen Unternehmer zu skizzieren, mit Betonung darauf, wie die Plattform genutzt werden kann, um Kunden, Partner oder Investoren zu finden.

4. Diskussion: Herausforderungen und Best Practices in der Online-Zusammenarbeit (10 Minuten)

- a. Führen Sie eine Gruppendiskussion über häufige Herausforderungen bei der Nutzung von Kollaborationstools, z. B. Missverständnisse oder technische Schwierigkeiten.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmenden, ihre Erfahrungen zu teilen und Best Practices zu erarbeiten, um die Effektivität der Werkzeuge zu maximieren, z. B. durch klare Richtlinien und Nutzung von Tool-Integrationen.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre Erkenntnisse dokumentieren und ein Ziel im Zusammenhang mit der

Vermittlung von Online-Zusammenarbeit oder Networking
Unternehmer setzen.

- b. Ermutigen Sie die Teilnehmenden, sich vorzunehmen, ein neues Kollaborationstool zu erkunden oder einen jungen Teilnehmenden beim Aufbau eines LinkedIn-Profiles zu unterstützen.
- c. Schließen Sie mit der Einladung an einige Teilnehmende, ihre Ziele zu teilen, und unterstreichen Sie die Bedeutung von Zusammenarbeit und Networking im modernen Geschäftsleben.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Schlüsselkonzepte zu Zusammenarbeit und Networking, Tool-Übersichten und Tipps zum Aufbau eines LinkedIn-Profiles.
- Checkliste zur Bewertung von Kollaborationstools: Ein Leitfaden zur Auswahl der richtigen Werkzeuge basierend auf spezifischen Geschäftsbedürfnissen.
- LinkedIn-Profilleitfaden: Ein Übersichtsblatt mit Tipps und Best Practices zur Erstellung eines professionellen LinkedIn-Profiles.
- Reflexionsarbeitsblatt: Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen im Bereich Zusammenarbeit und Networking.

E-Ressourcen

- [Slack](#) - Ermöglicht nahtlose Online-Kommunikation und Zusammenarbeit.
- [Zoom](#) - Für virtuelle Meetings und Networking-Events.
- [Google Workspace](#) - Kollaborative Werkzeuge wie Google Drive und Google Meet.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Modul 5: Anpassung an technologische Trends und Innovation

Lernziele

1. Die Bedeutung der Aktualität hinsichtlich aufkommender technologischer Trends für Geschäftsinnovation erklären.
2. Jungen Teilnehmenden beibringen, wie sie relevante Technologien bewerten und annehmen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.
3. Junge Unternehmer ermutigen, eine Haltung der Anpassungsfähigkeit und des kontinuierlichen Lernens als Reaktion auf technologische Fortschritte zu fördern.

Lernaktivitäten

1. Einführende Präsentation: Überblick über aufkommende technologische Trends (10 Minuten)

- Definieren Sie technologische Trends und deren Rolle bei der Gestaltung von Geschäftsprozessen und Kundenerwartungen.
- Heben Sie aufkommende Technologien hervor, wie Künstliche Intelligenz (KI), Blockchain und das Internet der Dinge (IoT).
- Teilen Sie Beispiele, wie Unternehmen diese Trends nutzen, um Innovationen zu fördern und neue Chancen zu schaffen.

2. Aktivität: Identifikation relevanter technologischer Trends (20 Minuten)

- Stellen Sie Fallstudien von Unternehmen in verschiedenen Branchen (z. B. Einzelhandel, Gesundheitswesen, Bildung) bereit.
- In kleinen Gruppen analysieren die Teilnehmenden ihre Fallstudie und identifizieren, welche technologischen Trends dem Unternehmen zugutekommen könnten.
- Die Gruppen teilen ihre Ergebnisse und diskutieren, wie diese Trends Effizienz, Kundenbindung oder Wettbewerbsvorteile steigern könnten.

3. Workshop: Entwicklung einer Anpassungsstrategie (20 Minuten)

- Verteilen Sie eine Strategievorlage mit Abschnitten zur Identifikation von Trends, Bewertung der Geschäftsauswirkungen und Planung von Umsetzungsschritten.
- Teilnehmende wählen ein hypothetisches oder reales Unternehmen und skizzieren eine Strategie zur Integration einer neuen Technologie.
- Laden Sie Teilnehmende ein, ihre Strategien vorzustellen, und moderieren Sie eine Diskussion über potenzielle Herausforderungen und Lösungen.

4. Diskussion: Förderung von Innovation und kontinuierlichem Lernen (10 Minuten)

- Führen Sie eine Diskussion über die Rolle von Innovation für den Geschäftserfolg und betonen Sie die Notwendigkeit von Kreativität und Risikobereitschaft.
- Ermutigen Sie Teilnehmende, Ideen zu teilen, wie Unternehmen eine Kultur des kontinuierlichen Lernens schaffen können, z. B. durch Workshops, Konferenzbesuche oder Nutzung von E-Learning-Tools.

5. Reflexion und Zielsetzung (10 Minuten)

- a. Verteilen Sie ein Reflexionsarbeitsblatt, auf dem die Teilnehmenden ihre Erkenntnisse dokumentieren und darlegen, wie sie Anpassungsfähigkeit und Innovation jungen Teilnehmenden vermitteln werden.
- b. Ermutigen Sie die Teilnehmenden, ein Ziel zu setzen, z. B. einen spezifischen Technologietrend zu erforschen oder einen jungen Unternehmer bei der Einführung neuer Werkzeuge zu begleiten.
- c. Schließen Sie mit der Einladung an einige Teilnehmende, ihre Reflexionen und Ziele zu teilen, und betonen Sie den Wert von Anpassungsfähigkeit und Innovation zur Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit.

Werkzeuge/Materialien

- **Präsentationsfolien:** Wichtige technologische Trends, deren Anwendungen und Beispiele für Geschäftsinnovationen.
- **Fallstudien-Übersichtsblätter:** Branchenspezifische Fallstudien zur Analyse technologischer Trends.
- **Vorlage Anpassungsstrategie:** Ein Arbeitsblatt zur Planung der technologischen Integration.
- **Reflexionsarbeitsblatt:** Ein Selbstbewertungs- und Zielsetzungsblatt zur Dokumentation von Erkenntnissen und Zielen bezüglich Innovation und Anpassungsfähigkeit.

E-Ressourcen

- [Google Trends](#) - Zum Verfolgen technologischer Trends.
- [TechCrunch](#) - Nachrichten und Einblicke zu Innovation und Technologie.
- [LinkedIn Learning - Adapting to Technology](#) - Kurse zur Einführung und Nutzung aufkommender Technologien.

Gesamtdauer der Einheit: 70 Minuten.

Evaluationsraster

Zweck

Das **Universelle Evaluationsraster** wurde entwickelt, um die ganzheitliche Entwicklung junger Teilnehmender über alle Lerneinheiten hinweg zu bewerten und zu unterstützen. Es erfüllt mehrere Zwecke:

1. **Messung von Fortschritt und Leistung:** Das Raster bietet einen strukturierten Rahmen zur Bewertung zentraler Kompetenzen und Fähigkeiten, die die Teilnehmenden im Verlauf des Trainingsprogramms entwickeln. Es macht Stärken, Verbesserungsbereiche und die Gesamtleistung sichtbar.
2. **Sicherstellung von Konsistenz:** Durch den Einsatz eines universellen Bewertungssystems können Jugendarbeiter*innen eine einheitliche Beurteilung über alle Lerneinheiten hinweg gewährleisten. Alle Teilnehmenden werden anhand derselben Kriterien bewertet.
3. **Förderung von Reflexion und persönlichem Wachstum:** Die Einbeziehung von Kriterien wie „Reflexion und Selbsteinschätzung“ hilft den Teilnehmenden, ein Bewusstsein für ihren eigenen Lernweg zu entwickeln. Sie werden ermutigt, Verantwortung für ihr Wachstum zu übernehmen, indem sie erkennen, wo sie gut abschneiden und wo Verbesserungsbedarf besteht.
4. **Unterstützung von Feedback und Kommunikation:** Das Raster erleichtert konstruktives Feedback von Jugendarbeiterinnen an Teilnehmende. Durch Kommentare und Beobachtungen in den vorgesehenen Feldern können Jugendarbeiterinnen gezielt zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung der Teilnehmenden beitragen.
5. **Förderung zielorientierter Entwicklung:** Das Evaluationsraster hilft sowohl Teilnehmenden als auch Jugendarbeiter*innen, konkrete Entwicklungsziele zu setzen – sei es im Hinblick auf spezifische Fähigkeiten, Einstellungen oder Verhaltensweisen. Dieser zielorientierte Ansatz unterstützt kontinuierliches Lernen und Anpassungsfähigkeit.
6. **Steigerung der Programmergebnisse:** Das Raster dient als Instrument zur Überprüfung der Wirksamkeit der Lerneinheiten und ihrer Zielerreichung. Es kann auch zur Verbesserung von Trainingsmethoden und -materialien genutzt werden, basierend auf den beobachteten Leistungen der Teilnehmenden.
7. **Anpassung an unterschiedliche Bedürfnisse:** Das Raster ist flexibel genug, um bei Bedarf einheitsspezifische Bewertungskriterien einzubeziehen. So kann eine maßgeschneiderte Bewertung spezieller Kompetenzen oder Lernziele erfolgen, die in einzelnen Einheiten vermittelt werden.

Methodik

Die **Evaluationsraster** sind praktische Werkzeuge, die entwickelt wurden, um den Lernprozess junger Teilnehmender im gesamten Programm zu bewerten und zu verbessern. Ihre Anwendung beruht auf Prinzipien wie Fairness, Konsistenz und wachstumsorientiertem Lernen. Durch den Einsatz dieser Methodik stellen Jugendarbeiter*innen sicher, dass Bewertungen nicht nur der Leistungsbeurteilung dienen, sondern auch als Katalysator für bedeutungsvolles Lernen und persönliche Entwicklung fungieren.

Die Raster sind eng an die Lernziele des Programms angelehnt, sodass die Bewertungskriterien genau die Kompetenzen und Fähigkeiten abbilden, die von den Teilnehmenden erwartet werden. Es handelt sich nicht um ein generisches Instrument, sondern um ein Bewertungssystem, das in seinem Kern universell ist und zugleich flexibel genug, um auf die spezifischen Anforderungen einzelner Lerneinheiten einzugehen. Diese Anpassungsfähigkeit sorgt dafür, dass die Bewertungen relevant und wirkungsvoll bleiben.

Die Evaluierungen erfolgen hauptsächlich durch direkte Beobachtungen und Interaktionen während **Aktivitäten, Diskussionen und Aufgaben**. Jugendarbeiter*innen beurteilen Aspekte wie Engagement, Teamarbeit, Kommunikationsfähigkeit, Problemlösungskompetenz sowie die Fähigkeit, Wissen in praktischen Situationen anzuwenden. Diese Beobachtungen werden durch detaillierte Notizen im Kommentarfeld des Rasters ergänzt, wodurch ein kontextreiches, narratives Feedback entsteht, das über bloße Zahlenwerte hinausgeht. Dieser qualitative Ansatz stellt sicher, dass die Bewertungen persönlich, konstruktiv und umsetzbar sind.

Ein wesentlicher Bestandteil der Methodik ist der Fokus auf Feedback. Die Bewertungen stellen kein abschließendes Urteil dar, sondern eröffnen einen Dialog zwischen Jugendarbeiterin und Teilnehmendem. Nach der Auswertung geben die Jugendarbeiterinnen konstruktives Feedback, das Stärken aufzeigt, auf Verbesserungsmöglichkeiten hinweist und konkrete Handlungsempfehlungen enthält. Dieses Feedback wird in einer unterstützenden und kooperativen Atmosphäre vermittelt, um ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die Teilnehmenden ermutigt fühlen, zu wachsen und Verantwortung für ihren Lernprozess zu übernehmen.

Reflexion ist ein weiterer Grundpfeiler dieses Ansatzes. Die Teilnehmenden sind aktiv in die Bewertung ihres eigenen Fortschritts eingebunden, was ihr Selbstbewusstsein stärkt und ihnen ermöglicht, ihren individuellen Lernbedarf zu erkennen und persönliche Ziele zu setzen. Reflexionsbögen oder geleitete Gespräche können in den Evaluationsprozess integriert werden, um das Feedback zu verinnerlichen und sich zu kontinuierlicher Verbesserung zu verpflichten.

Die Raster spielen auch eine zentrale Rolle bei der **Verfolgung von Fortschritten über längere Zeiträume**. Durch regelmäßige Bewertungen können Jugendarbeiter*innen die

Entwicklung einzelner Personen und Gruppen nachverfolgen, Trends erkennen und wiederkehrende Herausforderungen identifizieren. Dieser langfristige Ansatz ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung des Lernfortschritts anstelle punktueller Momentaufnahmen. Die gewonnenen Erkenntnisse sind wertvoll für die gezielte Anpassung zukünftiger Betreuungsstrategien und die Optimierung der Programmdurchführung.

Abschließend trägt die durch die Evaluationsraster gesammelte Datenbasis zur **Weiterentwicklung des Trainingsprogramms** bei. Durch die Analyse aggregierter Ergebnisse können Programmverantwortliche Stärken und Lücken im Curriculum erkennen und sicherstellen, dass die Schulungen wirksam und bedarfsgerecht bleiben. Dieser Rückkopplungsmechanismus kommt auch den Jugendarbeiter*innen zugute, die ihre Lehr- und Betreuungskompetenzen auf Grundlage der Ergebnisse weiterentwickeln können.

Bewertungssystem

1 = Verbesserungsbedürftig: Der/die Teilnehmer*in zeigt nur ein minimales Verständnis oder Engagement.

2 = In Entwicklung: Teilweise Erreichung der Kompetenzen mit etwas Engagement.

3 = Kompetent: Angemessene Leistung, entspricht den Erwartungen.

4 = Fortgeschritten: Überdurchschnittliche Leistung, zeigt Eigeninitiative und Fähigkeiten.

5 = Exzellent: Außergewöhnliche Leistung, zeigt Meisterschaft und Kreativität.

Universal Evaluation Grid

Teilnehmer*in: [Name und Nachname]		Datum:	
Bewertungskriterien	Beschreibung	Bewertung (1-5)	Bemerkungen/Notizen
1. Engagement und Teilnahme	Nimmt aktiv an Diskussionen, Aktivitäten und Gruppenaufgaben teil.		

2. Kommunikationsfähigkeiten	Drückt Ideen klar aus, hört aktiv zu und arbeitet kooperativ mit anderen zusammen.		
3. Problemlösungs- und Kritisches Denken	Zeigt die Fähigkeit, Probleme zu analysieren und kreative sowie praktikable Lösungen vorzuschlagen.		
4. Anwendung von Wissen	Wendet erlernte Konzepte und Fähigkeiten auf reale Situationen oder Fallstudien an.		
5. Teamarbeit und Zusammenarbeit	Arbeitet effektiv im Team, bringt Ideen ein und unterstützt andere beim Erreichen gemeinsamer Ziele.		
6. Anpassungsfähigkeit und Innovation	Zeigt Offenheit für neue Ideen, Technologien und Strategien, die in den Lerneinheiten vorgestellt wurden.		
7. Eigeninitiative und Selbstständigkeit	Ergreift Initiative bei Aufgaben, zeigt Eigenmotivation und sucht bei Bedarf zusätzliche Ressourcen.		

8. Abschluss von Aktivitäten	Erledigt zugewiesene Aufgaben fristgerecht und mit Aufmerksamkeit für Details.		
9. Reflexion und Selbsteinschätzung	Reflektiert über das eigene Lernen und erkennt Verbesserungsmöglichkeiten.		
10. Gesamtleistung	Verbindet das Gelernte aus verschiedenen Modulen und zeigt ein umfassendes Verständnis der wichtigsten Konzepte.		
Beobachtete Stärken			
Verbesserungsbereiche			

Nächste Schritte oder Empfehlungen	
Jugendbetreuer*in:	

Optionale Einheitsspezifische Abschnittsvorlage

Dieser Abschnitt ermöglicht es Jugendbetreuern, zusätzliche Kriterien in Bezug auf spezifische Lernziele der Lerneinheit aufzunehmen:

Einheitsspezifische Kriterien	Beschreibung	Bewertung (1–5)	Bemerkungen/Notizen
[Beispiel: Finanzmanagement-Fähigkeiten]	[Beispiel: Zeigt die Fähigkeit, Budgets zu erstellen und Finanzberichte zu analysieren.]		

Dieser Abschnitt kann auf jede Lerneinheit und jedes spezifische Modul angewendet werden.

Selbsteinschätzungsfragebögen für Teilnehmende

Zweck

Die Selbsteinschätzungsfragebögen für Teilnehmende sind zentrale Instrumente, die darauf abzielen, Selbstwahrnehmung zu fördern, Fortschritte zu verfolgen und die Wirksamkeit des Programms aus Sicht der Teilnehmenden zu bewerten. Gemeinsam bieten sie ein umfassendes Rahmenwerk zur Erfassung individueller Entwicklungen und zur Bewertung des Lernerlebnisses.

1. Festlegung eines Ausgangsniveaus (Erste Selbsteinschätzung)

- **Reflexion des Ausgangspunktes:** Die erste Selbsteinschätzung hilft den Teilnehmenden, über ihre bestehenden Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen vor Beginn des Programms nachzudenken.
- **Stärken und Lücken identifizieren:** Sie ermöglicht es sowohl den Teilnehmenden als auch den Jugendbetreuer*innen, Stärken, Verbesserungsbereiche und Lernbedarfe zu erkennen, die im Verlauf des Programms behandelt werden können.
- **Lernerfahrungen anpassen:** Die Ergebnisse unterstützen Jugendbetreuer*innen dabei, ihre Mentoring-Strategien und Aktivitäten besser auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmenden zuzuschneiden.
- **Persönliche Ziele setzen:** Teilnehmende werden ermutigt, realistische und spezifische Ziele auf Basis ihrer Selbsteinschätzung zu formulieren und damit eine klare Richtung für ihren Lernweg vorzugeben.

2. Messung von Wachstum und Ergebnissen (Abschließende Selbsteinschätzung)

- **Reflexion über den Fortschritt:** Die abschließende Selbsteinschätzung ermöglicht es den Teilnehmenden, ihre Entwicklung zu bewerten, indem sie ihre anfänglichen Fähigkeiten mit den aktuellen Leistungen vergleichen.
- **Anerkennung von Erfolgen:** Sie hebt die entwickelten Kompetenzen, Kenntnisse und Einstellungen hervor und stärkt das Gefühl von Leistung und Motivation.
- **Bewertung der Programmwirkung:** Jugendbetreuer*innen können die aggregierten Ergebnisse nutzen, um den Erfolg des Programms hinsichtlich Zielerreichung und Bedarfsdeckung zu beurteilen.
- **Zukunftsplanung:** Durch die Reflexion über verbleibende Lücken und Entwicklungsmöglichkeiten können Teilnehmende Ziele für ihre weitere persönliche und berufliche Entwicklung setzen.

3. Förderung von Selbstwahrnehmung und Eigenverantwortung

- **Kritisches Denken fördern:** Die Selbsteinschätzung regt die Teilnehmenden zur kritischen Auseinandersetzung mit ihrem Lernprozess an und fördert so Selbstreflexion und eigenständiges Denken.
- **Teilnehmende stärken:** Durch die aktive Beteiligung an der Bewertung übernehmen Teilnehmende Verantwortung für ihre Entwicklung, was Motivation und Verbindlichkeit erhöht.
- **Selbstvertrauen stärken:** Die Anerkennung persönlicher Fortschritte stärkt das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und bereitet auf die Anwendung in realen Situationen vor.

4. Verbesserung der Kommunikation zwischen Teilnehmenden und Jugendbetreuer*innen

- **Dialog fördern:** Die Fragebögen schaffen Raum für bedeutungsvolle Gespräche über Fortschritte, Herausforderungen und zukünftige Ziele.
- **Feedback ermöglichen:** Die Erkenntnisse aus den Selbsteinschätzungen ergänzen die Evaluationsraster der Jugendbetreuer*innen und ermöglichen eine ganzheitliche Betrachtung der Entwicklung.

5. Unterstützung der Programmverbesserung

- **Trends erkennen:** Muster in den Antworten können Bereiche aufzeigen, in denen das Programm besonders wirksam ist oder in denen Anpassungen erforderlich sind.
- **Rückmeldungen der Teilnehmenden nutzen:** Offene Fragen bieten qualitative Einblicke in die Stärken und Verbesserungsbereiche des Programms und helfen, zukünftige Versionen gezielt weiterzuentwickeln.

Die Selbsteinschätzungsfragebögen sind somit integraler Bestandteil des Lernprozesses. Sie fördern die aktive Auseinandersetzung der Teilnehmenden mit ihrer Entwicklung, unterstützen Jugendbetreuer*innen bei der gezielten Begleitung und stellen sicher, dass das Programm den Bedürfnissen zukünftiger Lernender gerecht wird.

Methodik

Die Methodik der **Selbsteinschätzungsfragebögen für Teilnehmende** basiert auf den Prinzipien der Reflexion, Beteiligung und persönlichen Entwicklung. Diese Instrumente sind so konzipiert, dass sie sicherstellen, dass die Teilnehmenden sich aktiv mit dem Lernprozess auseinandersetzen und gleichzeitig Verantwortung für ihre persönliche Entwicklung übernehmen – wodurch ein kontinuierlicher Kreislauf von **Selbstwahrnehmung und Verbesserung** entsteht.

Der **Fragebogen zur ersten Selbsteinschätzung** wird zu **Beginn** des Programms ausgegeben, um ein **Ausgangsniveau** des Verständnisses der Teilnehmenden hinsichtlich ihrer Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen zu erfassen. Diese Phase ist entscheidend, da sie die Teilnehmenden dazu anregt, über ihre aktuellen Kompetenzen

nachzudenken und sowohl Bereiche zu erkennen, in denen sie sich sicher fühlen, als auch solche, in denen sie Verbesserungsbedarf sehen. Die Fragen sind so gestaltet, dass sie sowohl technische Fähigkeiten als auch persönliche Eigenschaften wie Problemlösungskompetenz, Kommunikationsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit erfassen, da diese wesentliche Bestandteile unternehmerischen Erfolgs sind.

Die Antworten der Teilnehmenden auf den ersten Fragebogen liefern auch Jugendbetreuenden **wertvolle Einblicke**, um das Programm an individuelle und kollektive Bedürfnisse anzupassen. Wenn zum Beispiel eine bedeutende Anzahl von Teilnehmenden ein geringes Selbstvertrauen im Finanzmanagement äußert, können Jugendbetreuende diesem Thema mehr Zeit oder Ressourcen widmen. Ebenso können bei vorhandenen Stärken in bestimmten Bereichen diese genutzt werden, um die Gruppendynamik zu fördern oder kollaborative Aktivitäten zu stärken.

Der **Fragebogen zur abschließenden Selbsteinschätzung**, der **am Ende** des Programms ausgegeben wird, verlagert den Fokus auf Reflexion und Bewertung. Die Teilnehmenden werden eingeladen, die zu Beginn bewerteten Bereiche erneut zu betrachten und darüber **nachzudenken**, wie sich ihr Verständnis und ihre Fähigkeiten **entwickelt haben**. Der abschließende Fragebogen ist **umfassender** und fordert die Teilnehmenden auf, sowohl den Erwerb technischer Fähigkeiten als auch ihr persönliches Wachstum und ihre Bereitschaft zur Anwendung des **Gelernten** in realen Situationen zu bewerten. Dieser doppelte Fokus stellt sicher, dass sowohl greifbare Ergebnisse, wie zum Beispiel der sichere Umgang mit Budgetierung oder digitalen Tools, als auch **immaterielle Fortschritte**, wie verbessertes Selbstvertrauen oder Anpassungsfähigkeit, erfasst werden.

Die **Gestaltung** der Fragebögen betont die Selbstreflexion als zentrales Element. Während numerische Skalen eine **quantitative Erfassung des Fortschritts** ermöglichen, bieten offene Fragen Raum für tiefere Selbstbetrachtung. Die Teilnehmenden können persönliche Erfahrungen schildern, Aspekte des Programms hervorheben, die sie besonders angesprochen haben, und **Einblicke in Herausforderungen** geben, die sie bewältigt haben. Diese **qualitativen Rückmeldungen** bereichern das Verständnis individueller Entwicklung und liefern **wertvolles Feedback zur Verbesserung des Programms**.

Beide Bewertungen werden durch strukturierte **Gespräche** zwischen Teilnehmenden und Jugendbetreuenden ergänzt. Nach der **ersten Einschätzung** helfen diese Gespräche dabei, Ziele der Teilnehmenden zu klären und einen individuellen Schwerpunkt für das Programm festzulegen. Nach der abschließenden Bewertung bieten sie eine Gelegenheit, die Fortschritte der Teilnehmenden zu bestätigen, Erfolge zu feiern und Orientierung für weiteres Wachstum zu geben. Diese Gespräche stellen sicher, dass die Selbsteinschätzungen **integraler Bestandteil eines kooperativen Lernprozesses** sind.

Die Methodik berücksichtigt außerdem die Bedeutung von **Konsistenz und Vergleichbarkeit**. Durch die Verwendung einer ähnlichen Struktur für **beide Einschätzungen** können die Teilnehmenden ihre Antworten direkt vergleichen und so ihre

Fortschritte sichtbar und greifbar machen. Dieser Vergleichsansatz stärkt das Gefühl der Leistung und fördert eine **wachstumsorientierte Denkweise**, da die Teilnehmenden erkennen können, wie sich **ihre Anstrengungen in konkreten Veränderungen** widerspiegeln.

Schließlich erfüllen die aggregierten Daten aus den Einschätzungen einen **doppelten Zweck**. Für die Teilnehmenden stellen sie eine **klare Erzählung** ihrer Reise durch das Programm dar. Für die **Jugendbetreuenden** liefern sie **Einblicke** in Trends, Erfolge und Bereiche mit Verbesserungsbedarf. Durch die Analyse dieser Daten können Organisator*innen zukünftige Durchläufe des Programms gezielt **weiterentwickeln und sicherstellen**, dass es weiterhin den sich wandelnden Bedürfnissen seiner Zielgruppe gerecht wird.

Fragebogen zur Ersten Selbsteinschätzung

Der **Fragebogen zur ersten Selbsteinschätzung** dient dazu, das Ausgangsniveau der Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen der Teilnehmenden vor Beginn des Programms zu erfassen. Dies hilft Jugendbetreuenden dabei, die Ausgangspunkte der Teilnehmenden zu verstehen, Schwerpunkte zu identifizieren und das Programm gezielt an ihre Bedürfnisse anzupassen. Gleichzeitig ermöglicht es den Teilnehmenden, über ihre aktuellen Fähigkeiten und Ziele zu reflektieren und damit die Grundlage für ihre Lernreise zu schaffen.

Die Teilnehmenden antworten auf einer **Skala von 1 bis 5** (1 = Stimme überhaupt nicht zu, 5 = Stimme voll und ganz zu), ergänzt durch offene Fragen für weitere Einblicke.

Name und Nachname des Teilnehmers / der Teilnehmerin:					
Datum:					
Abschnitt Nr. 1: Wissen und Fähigkeiten					
Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Ich habe ein grundlegendes Verständnis von Unternehmertum und seinen zentralen Prinzipien.					
Ich fühle mich sicher darin, ein einfaches Budget zu erstellen und zu verwalten.					
Ich verstehe, wie man potenzielle Geschäftsmöglichkeiten identifiziert.					
Ich kenne grundlegende Marketingstrategien und Strategien zur Kundenbindung.					



Ich habe Erfahrung im Einsatz digitaler Werkzeuge zur Verwaltung oder Bewerbung eines Projekts oder Geschäfts.

Abschnitt Nr. 2: Persönliche Eigenschaften

Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Ich bin zuversichtlich in meiner Fähigkeit, Probleme zu lösen und kritisch zu denken.					
Ich fühle mich wohl dabei, meine Ideen zu kommunizieren und im Team zu arbeiten.					
Ich bin offen dafür, neue Konzepte und Fähigkeiten zu erlernen.					
Ich kann mich leicht an neue Werkzeuge, Methoden oder Technologien anpassen					
Ich fühle mich motiviert, neue Möglichkeiten zu erkunden und Initiative zu ergreifen.					

Abschnitt Nr. 3: Erwartungen und Ziele

Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Ich habe klare Ziele, was ich in diesem Programm erreichen möchte.					
Ich kenne die Bereiche, in denen ich mich verbessern muss, um mich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln.					
Ich bin mir der Herausforderungen bewusst, die beim Start oder der Führung eines Unternehmens auftreten können.					
Ich bin zuversichtlich, dass mir dieses Programm dabei helfen kann, meine Ziele zu erreichen.					
Ich verstehe, wie dieses Programm mit meinen persönlichen oder beruflichen Zielen zusammenhängt.					

Fragebogen zur Abschließenden Selbsteinschätzung

Der **Fragebogen zur abschließenden Selbsteinschätzung** wurde entwickelt, um den Teilnehmenden die Möglichkeit zu geben, über ihre Fortschritte und Erfolge nach Abschluss des Programms zu reflektieren. Dieses Instrument hilft dabei, Lernergebnisse zu festigen, persönliches Wachstum zu erkennen und Bereiche für zukünftige Verbesserungen zu identifizieren.

Die Teilnehmenden antworten auf einer **Skala von 1 bis 5** (1 = Stimme überhaupt nicht zu, 5 = Stimme voll und ganz zu), ergänzt durch offene Fragen für weitere Einblicke.

Name und Nachname des Teilnehmers / der Teilnehmerin:					
Datum:					
Abschnitt Nr. 1: Entwicklung von Wissen und Fähigkeiten					
Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Ich habe ein fundiertes Verständnis von Unternehmertum und seinen zentralen Prinzipien.					
Ich kann selbstbewusst ein Budget für ein Projekt oder Unternehmen erstellen und verwalten.					
Ich kann Geschäftsmöglichkeiten effektiv identifizieren und bewerten.					
Ich verstehe, wie man Marketingstrategien entwickelt und auf bestimmte Zielgruppen abstimmt.					
Ich bin versiert im Einsatz digitaler Werkzeuge und Plattformen für Geschäftsabläufe, Zusammenarbeit und Kommunikation.					
Ich kann finanzielle Risiken einschätzen und Strategien zu deren Bewältigung entwickeln.					
Ich bin zuversichtlich im Einsatz von Kundenbindungsstrategien, um dauerhafte Beziehungen aufzubauen.					
Ich kann Problemlösungs- und kritisches Denkvermögen anwenden, um Herausforderungen in realen Szenarien zu bewältigen.					
Abschnitt Nr. 2: Persönliches Wachstum					
Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.

Ich fühle mich sicherer in meinen Fähigkeiten, unternehmerische oder führende Rollen zu übernehmen.					
Ich habe meine Fähigkeit verbessert, effektiv mit anderen zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten.					
Ich bin anpassungsfähiger geworden und offener für neue Werkzeuge, Methoden oder Technologien.					
Ich fühle mich motiviert, neue Chancen zu nutzen und Initiative zu ergreifen.					
Ich habe ein klareres Verständnis meiner Stärken und Verbesserungsbereiche.					
Ich bin widerstandsfähiger und in der Lage, Herausforderungen effektiv zu bewältigen.					

Abschnitt Nr. 3: Anwendung und zukünftige Ziele

Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Ich sehe, wie ich die erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse in persönlichen oder beruflichen Projekten anwenden kann.					
Ich habe konkrete Ziele für meine persönliche und berufliche Weiterentwicklung identifiziert.					
Ich fühle mich vorbereitet, praktische Schritte zur Umsetzung meiner Geschäftsideen oder beruflichen Ziele zu unternehmen.					
Ich verfüge über Strategien, um ein erfolgreiches Projekt oder Unternehmen aufzubauen und aufrechtzuerhalten.					

Abschnitt Nr. 4: Reflexion über das Programm

Beschreibung	1.	2.	3.	4.	5.
Das Programm hat mir geholfen, meine Lernziele und beruflichen Entwicklungsziele zu erreichen.					
Die Lernaktivitäten und bereitgestellten Ressourcen waren wirkungsvoll zur Verbesserung meiner Fähigkeiten und meines Verständnisses.					
Ich fühlte mich während des gesamten Programms unterstützt und motiviert.					

Ich würde dieses Programm anderen empfehlen, die unternehmerische Kompetenzen entwickeln möchten.

Abschnitt Nr. 5: Offene Fragen

Frage	Kurze Beschreibung
Was sind die wertvollsten Fähigkeiten oder Erkenntnisse, die Sie aus diesem Programm mitgenommen haben?	
Welche Aspekte des Programms waren für Ihr Wachstum und Ihre Entwicklung am hilfreichsten?	
In welchen Bereichen sehen Sie noch Verbesserungsbedarf oder wünschen sich weitere Schulungen?	
Wie planen Sie, das Gelernte in Ihrem persönlichen oder beruflichen Leben anzuwenden?	
Welches Feedback oder welche Vorschläge haben Sie zur Verbesserung des Programms in der Zukunft?	

Fazit

Das **Toolkit für Jugendarbeiter*innen** stellt eine umfassende Ressource dar, die darauf ausgerichtet ist, Jugendarbeiterinnen dabei zu unterstützen, junge Teilnehmende auf ihrem unternehmerischen Weg zu begleiten. Durch die Bereitstellung eines strukturierten Rahmens aus Lerneinheiten, Evaluationsinstrumenten und Selbstbewertungsmethoden schlägt das Toolkit eine Brücke zwischen Theorie und Praxis. Es stattet sowohl Jugendarbeiterinnen als auch Teilnehmende mit den notwendigen Fähigkeiten und dem Wissen aus, um in einem sich stetig wandelnden sozioökonomischen Umfeld erfolgreich zu sein.

Der Inhalt des Toolkits wurde sorgfältig entwickelt, um der facettenreichen Natur des Unternehmertums gerecht zu werden. Es umfasst wesentliche Kompetenzen wie Finanzmanagement, die Integration digitaler Werkzeuge, Marketingstrategien sowie Anpassungsfähigkeit an technologische Trends. Jede Lerneinheit baut auf der vorherigen auf und bietet eine Lernprogression, die sicherstellt, dass Teilnehmende ein ganzheitliches Verständnis des unternehmerischen Prozesses entwickeln. Gleichzeitig erlaubt die modulare Struktur den Jugendarbeiter*innen, das Material an die spezifischen Bedürfnisse und Kontexte ihrer Zielgruppe anzupassen – und fördert so Inklusion und Relevanz.

Eine zentrale Stärke dieses Toolkits liegt in seinem Fokus auf **aktive Beteiligung und Reflexion**. Durch dynamische Lernformate wie Workshops, Gruppendiskussionen und praxisnahe Fallstudien werden die Teilnehmenden dazu ermutigt, über passives Lernen hinauszugehen und sich aktiv mit realitätsnahen Szenarien auseinanderzusetzen. Dieser erfahrungsbasierte Ansatz stärkt nicht nur das Verständnis der vermittelten Inhalte, sondern fördert auch Selbstvertrauen und Resilienz – zwei entscheidende Eigenschaften für angehende Unternehmer*innen.

Die **Integration von Evaluationsrastern und Selbstbewertungsinstrumenten** steigert die Wirksamkeit des Toolkits zusätzlich. Diese Elemente dienen nicht nur der Leistungsmessung, sondern fördern eine wachstumsorientierte Haltung. Die Evaluationsraster bieten Jugendarbeiter*innen einen konsistenten Rahmen, um Fortschritte der Teilnehmenden zu beobachten und konstruktives, umsetzbares Feedback zu geben. Gleichzeitig ermöglichen die Selbstbewertungsfragebögen den Teilnehmenden, Verantwortung für ihren Lernprozess zu übernehmen – und regen zur Reflexion und Zielsetzung über das Programm hinaus an.

Ein besonderes Merkmal des Toolkits ist seine Anpassungsfähigkeit an unterschiedliche Kontexte. Die Flexibilität der Lerneinheiten in Kombination mit universellen und einheitsspezifischen Evaluationsinstrumenten stellt sicher, dass das Material an verschiedene kulturelle, wirtschaftliche und individuelle Gegebenheiten angepasst werden kann. Diese Anpassungsfähigkeit ist besonders wichtig, um auf die besonderen

Herausforderungen junger Menschen aus benachteiligten oder unterrepräsentierten Gruppen einzugehen.

Das Toolkit spiegelt auch die zentrale Rolle der Technologie im modernen Unternehmertum wider. Durch die Einbindung digitaler Werkzeuge, E-Learning-Plattformen und Online-Kollaborationsstrategien werden die Teilnehmenden darauf vorbereitet, sich sicher in der digitalen Wirtschaft zu bewegen. Dieser zukunftsorientierte Ansatz sorgt dafür, dass sie nicht nur für die gegenwärtige unternehmerische Landschaft gerüstet sind, sondern auch für kommende Innovationen und Trends.

Ein weiterer wichtiger Aspekt des Toolkits ist sein doppelter Fokus auf **fachliche Kompetenzen und persönliche Entwicklung**. Während das Programm die Teilnehmenden mit den nötigen Hard Skills für den Unternehmenserfolg ausstattet – wie Budgetierung, Marketing und Risikomanagement – wird gleichzeitig großer Wert auf Soft Skills wie Problemlösungsfähigkeit, Teamarbeit und Durchhaltevermögen gelegt. Dieser ausgewogene Ansatz erkennt an, dass unternehmerischer Erfolg sowohl technisches Know-how als auch kreative und entschlossene Problemlösung erfordert.

Für Jugendarbeiterinnen ist das Toolkit mehr als nur ein Leitfaden – es ist eine Ressource zur eigenen beruflichen Weiterentwicklung. Durch die Auseinandersetzung mit dem Material erweitern sie ihr eigenes Wissen und verbessern ihre didaktischen Fähigkeiten, was sie befähigt, Teilnehmende effektiver zu begleiten. Die Struktur und der Inhalt des Toolkits fördern zudem die Zusammenarbeit unter Jugendarbeiterinnen, was ein Gemeinschaftsgefühl und einen Austausch von Erfahrungen schafft, der über einzelne Programme hinausreicht.

Das **Toolkit für Jugendarbeiterinnen** ist eine robuste und vielseitige Ressource, die die Werte von Empowerment, Inklusion und Innovation verkörpert. Es stattet Jugendarbeiterinnen mit den Werkzeugen aus, um junge Teilnehmende bei der Entfaltung ihres Potenzials zu begleiten, unternehmerisches Denken zu fördern und persönliche wie berufliche Entwicklung zu unterstützen. Indem es sowohl die technischen als auch die menschlichen Aspekte des Unternehmertums adressiert, legt das Toolkit den Grundstein für eine Generation widerstandsfähiger, anpassungsfähiger und kreativer Unternehmer*innen, die bereit sind, einen positiven Beitrag für ihre Gemeinschaften und darüber hinaus zu leisten.

*Das **Toolkit für Jugendarbeiterinnen** ist ein Katalysator für Wandel – es inspiriert sowohl Jugendarbeiterinnen als auch Teilnehmende, sich eine unternehmerisch geprägte, bessere Zukunft vorzustellen und aktiv zu gestalten.*