

Green Entrepreneurship Training (GET-UP) - Projekt

03- Entwicklung des Curriculums

Einheit/Modul: Identifizieren und Pitchen einer neuen Geschäftsmöglichkeit

Dokumenttyp: Workshop-Session Plan

Sitzung 3: Eine neue Geschäftsmöglichkeit pitchen

Datum:		Zeit:	
Ort:		Moderiert von:	
Titel			

Gesamtziel:	Das Ziel dieses Workshops ist es, zu besprechen, wie man eine Möglichkeit für ein neues nachhaltiges Unternehmen oder für ein Projekt in einem existierenden nachhaltigen Unternehmen pitcht. Hierbei ermöglicht der Workshop: (i) zu reflektieren, wie wichtig effektive Kommunikation auf dem Weg von der Idee zur Handlung ist, (ii) verschiedene Wege zu identifizieren, wie man eine neue Geschäftsmöglichkeit pitchen kann und (iii) die wesentlichen "how to's" im Zusammenhang mit einem effektiven Pitch zu erfassen.
Lernergebnisse:	LE1: Die "how to's" im Zusammenhang mit einem effektiven Pitch für eine neue Geschäftsmöglichkeit verstehen LE2: Fähig sein, einen Plan für eine neue Geschäftsmöglichkeit zu entwickeln LE3: Fähig sein, einen Pitch für eine neue Geschäftsmöglichkeit zu entwickeln

Uhrzeit	Lern- ergebnis	Input	Folien	Lern- und Bewertungs- maßnahmen
09.30-09.45	-	Rückblick und Vorschau <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sitzung, das Workshop-Thema und die Agenda, Besprechung der Erwartungen • Zum Aufwärmen: Reflektion der Faktoren für einen effektiven Pitch einer Geschäftsidee 		Einführung durch die Teilnehmer Aufwärmispiel ⇒ In Partnerarbeit sollen die Teilnehmer sich an einen misslungenen Pitch oder eine misslungene Präsentation erinnern und herausfinden, wieso diese nicht gut war. Feedback durch die anderen Paare ermöglichen.
09.45-10.00	LE1	Ein effektiver Pitch ist wichtig <ul style="list-style-type: none"> • In einer Gruppendiskussion wird hervorgehoben, wie wichtig ein wirkungsvoller Pitch ist, um von der Idee zur Handlung zu gelangen • Hervorheben, wie wichtig der Pitch, als eine Art, anderen das Geschäftsmodell zu kommunizieren, ist. Der Fokus liegt darauf, wie wichtig es ist, das Wertversprechen gut zu kommunizieren • Hervorheben, dass es nicht nur eine Art zu pitchen gibt, und dass es wichtig ist, den Pitch anzupassen und zu üben 		Aktivität 1 vervollständigen ⇒ Gruppendiskussion über die Notwendigkeit, neue Geschäftsmöglichkeiten zu pitchen und wie sich ein Pitch für verschiedenes Publikum verändert. Erstellen einer Karte mit den Bedürfnissen verschiedener Publika.

10.00-10.20	LE2	<p>Den Plan vorbereiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Unterschiede zwischen einem Geschäftsmodell und einem Geschäftsplan besprechen • Das Business Model Canvas und die neun Bausteine eines Geschäftsmodells besprechen • Den Unterschied zwischen dem Plan und dem Planungsprozess ermitteln und die Vor- und Nachteile von beidem besprechen • Hervorheben, dass ein Plan recht einfach zu entwickeln ist, wenn das zugrundeliegende Geschäftsmodell verstanden wurde 		<p>Aktivität 2 vervollständigen ⇨ In Partnerarbeit sollen die Teilnehmer ermitteln, was sie mit einem Geschäftsmodell und einem Geschäftsplan assoziieren. Ermöglichen einer Gruppendiskussion über die Unterschiede zwischen einem Geschäftsmodell und einem Geschäftsplan.</p>
10.20-10.50	LE2	<p>Den Plan vorbereiten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die wesentlichen Ergebnisse der Hausaufgaben zur Entwicklung des Business Model Canvas prüfen • ‚Lernen‘ in Bezug auf die verschiedenen Bausteine eines Geschäftsmodells hervorheben • Wege eruieren, wie für andere Bedeutung und Wert innerhalb des Geschäftsplans geschaffen werden kann 		<p>Die wesentlichen Ergebnisse der Gruppendiskussion als Mind Map auf einem Flipchart festhalten</p> <p>Aktivität 3 vervollständigen ⇨ Auf Grundlage des entwickelten Geschäftsmodells eine Skizze für den Plan erstellen</p>
10.50-11.00		Kaffeepause		
11.00-11.20	LE3	<p>Den Pitch entwickeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Wege, eine Idee zu pitchten, 		

		<p>darstellen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vor- und Nachteile der verschiedenen Wege, eine Idee zu pitchen, besprechen • Die Mythen und Irrtümer in Bezug auf das Pitchen einer Idee überprüfen – z. B. es ist nicht das Ende des Prozesses, sondern oftmals der Anfang, es ist eine Übung zum Lernen und keine Prüfung oder Persönlichkeitstest, im Gegensatz zu einer einmaligen Präsentation handelt es sich um einen kontinuierlichen Prozess, um Feedback zu erhalten 		
11.20-12.20	LE3	<p>Den Pitch entwickeln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Faktoren, die mit einem wirksamen Pitch assoziiert werden, prüfen • Das ‘Power of Three’-Konzept einführen • Den Teilnehmern Raum geben, um einen Pitch zu entwickeln und zu präsentieren • Nutzen dieser Pitches, um die Charakteristika eines wirkungsvollen Pitches zu untermauern; inhaltlich (z. B. Verständnis für die Bedürfnisse und Erfahrungen des Kunden zeigen) und formal (z. B. ein klarer Start, Mittelteil und Schluss) 		<p>Aktivität 4 vervollständigen ⇨ Die Teilnehmer sollen einen drei-minütigen Pitch über eine Idee für ein neues nachhaltiges Unternehmen oder ein Projekt in einem existierenden nachhaltigen Unternehmen entwickeln. Bei einer kleinen Gruppe: alle Teilnehmer sollen ihren Pitch vorstellen. Bei einer großen Gruppe: Freiwillige sollen ihre Ideen pitchten. Die Teilnehmer mit Geldscheinen ausstatten, sodass sie das Geld so auf die verschiedenen Präsentationen verteilen können, wie sie in die</p>

				Geschäfte investieren würden. Ermöglichen einer Gruppendiskussion über die Wirksamkeit der Pitches unter Berücksichtigung der Geldverteilung.
12.20-12.30		<p>Zusammenfassung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eine Zusammenfassung der Schlüsselthematiken aus dem Workshop bereitstellen. Diese beinhaltet: den Unterschied zwischen einem Plan und Planung, die Schlüsselfaktoren für einen wirksamen Pitch, und dass Pitchen ein kontinuierlicher Lernprozess ist, der eine Möglichkeit darstellt, Feedback zu erhalten 		Links zu Quellen zu wirkungsvollen Präsentationen und Beispielen verschiedener Geschäfts- und Unternehmenspitches zur Verfügung stellen