

## Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Projekt

### 03- Entwicklung des Curriculums

**Einheit/Modul:**      **Bewusstsein für nachhaltige Unternehmen schaffen**

**Art des Dokuments:** **Workshop Tagungsplan**

#### Einheit 1: Was ist es?

<b>Datum:</b>		<b>Zeit:</b>	
<b>Ort:</b>		<b>Durchgeführt von:</b>	
<b>Titel</b>			

<b>Ziel:</b>	Ziel dieses Workshops ist es, zu verdeutlichen, was es bedeutet, ein umweltbewusstes Unternehmen bekanntzumachen. Der Workshop ermöglicht Ihnen: (i) darüber nachzudenken, wie die Bekanntmachung des Unternehmens zur Bereitstellung des Wertversprechens des Unternehmens beiträgt und (ii) die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Kunden zu verstehen.
<b>Lernergebnisse:</b>	LE1: Verstehen, was die Bekanntmachung im Zusammenhang mit der Gründung und Entwicklung eines nachhaltigen Unternehmens bedeutet LE2: Verstehen der Auswirkungen des Geschäftsumfelds bei der Entwicklung eines Wertversprechens für ein umweltfreundliches Unternehmen LE3: In der Lage sein, Märkte und Kundenbedürfnisse zu analysieren

Zeit	Lernergebnisse	Input	Folien	Lern- und Bewertungsaktivitäten
09.30-09.45	-	<b>Überblick zum Workshop</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Sitzung, des Workshop-Themas, der Agenda und Diskussion der Erwartungen</li> <li>• Denken Sie anhand des Eisbrechers darüber nach, was wir meinen, wenn wir darüber reden, die Bekanntheit eines nachhaltigen Unternehmens zu stärken und wie wichtig Ihr Werteverprechen bei der Entwicklung und Verwaltung eines nachhaltigen Unternehmens ist</li> </ul>		Einführung von den Teilnehmern  Eisbrecher – Was bedeutet Bekanntmachung für Sie, wenn Sie Ihr eigenes Unternehmen gründen und leiten?
09.45-10.00	LE1	<b>Was ist es?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führen Sie das Konzept des Marketings als eine Linse ein und entpacken Sie, was wir unter Marketing verstehen</li> <li>• Besprechen Sie die am häufigsten verwendeten Definitionen von Marketing</li> <li>• Nutzen Sie die Definitionen, um die Unterschiede zwischen Marketing und Verkaufen darzustellen</li> <li>• Stellen Sie die Bedeutung, Kunden zu verstehen, bei der Entscheidungsfindung, wie ein nachhaltiges Unternehmen vermarktet werden kann, heraus</li> </ul>		Schließen Sie Aktivität 1 ab ⇒ Mithilfe von Materialien zu den Aktivitäten von kleinen und großen Unternehmen in der nachhaltigen Wirtschaft, stellen die Teilnehmer Ähnlichkeiten und Unterschiede bei den Marketing-Aktivitäten von kleinen und großen Unternehmen heraus. Denken Sie über die Ergebnisse im Kontext des Zitats von Craven

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untersuchen Sie anhand des Zitats von Robert Craven den Wert von Marketing als Geschäftsaktivität</li> </ul>		nach
10.00-10.50	LE2	<p><b>Das Geschäftsumfeld nachhaltiger Unternehmen verstehen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besprechung der wichtigsten Interessengruppen bei der Gründung und Entwicklung eines nachhaltigen Unternehmens und deren Einfluss auf die Geschäftsentwicklung</li> <li>• Stellen Sie den Kunden als Stakeholder dar und die Verwaltung der Beziehung zum ihm als Quelle von Daten und Erkenntnissen</li> <li>• Führen Sie das PESTLE-Framework ein, um die Auswirkungen des Geschäftsumfelds zu verstehen</li> </ul>		Schließen Sie Aktivität 2 ab ⇒ Führen Sie in Dreier- oder Vierergruppen eine detaillierte PESTLE-Analyse des Geschäftsumfelds für grüne Unternehmen [in einem Land - z. das Vereinigte Königreich] durch. Die Analyse sollte auf Flipcharts vervollständigt werden, damit der Inhalt in anderen Teilen des Workshops verwendet werden kann
10.50-11.00		<b>Tee und Kaffee</b>		
11.00-11.30	LE2	<p><b>Was ist Ihr Werteverprechen?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung des Business Model Canvas und dessen verschiedene Bausteine</li> <li>• Einführung des Konzepts des Werteverprechens und seiner zentralen Bedeutung für das Geschäftsmodell eines nachhaltigen Unternehmens</li> <li>• Stellen Sie dar, wie Sie ein Werteverprechen</li> </ul>		Schließen Sie Aktivität 3 ab ⇒ Die Teilnehmer sollen ein Werteverprechen entwickeln und dieses den anderen vorstellen. Ermöglichen Sie anderen Teilnehmern die Präsentation des Werteverprechens zu testen.

		für ein nachhaltiges Unternehmen entwickeln - z.B. durch ein Wettbewerbsverständnis und die Auseinandersetzung mit den Stakeholdern des Geschäfts darüber, warum sie sich mit dem Geschäft auseinandersetzen		
11.30-12.15	LE3	<p><b>Die Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkunden Sie die Unterschiede zwischen Bedürfnissen und Wünschen</li> <li>• Stellen Sie dar, wie wichtig es ist, den Kundenstamm eines nachhaltigen Unternehmens zu segmentieren</li> <li>• Skizzieren Sie die verschiedenen Kriterien, die zur Segmentierung von Kunden eines nachhaltigen Unternehmens verwendet werden können</li> <li>• Führen Sie verschiedene Frameworks ein, mit denen die Kunden eines nachhaltigen Unternehmens segmentiert werden können</li> </ul>		Schließen Sie Aktivität 4 ab ⇒ Teilnehmer ordnen die Kunden ihres Unternehmens ein und führen eine informelle Segmentierung durch. Ermöglichen Sie eine Gruppendiskussion über Schlüsselthemen aus der Zuordnung. Die Ergebnisse können dann verwendet werden, um die Hausaufgaben zu untermauern
12.15-12.30	-	<p><b>Zusammenfassung und Hausaufgaben</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geben Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Fragen, die aus dem Workshop hervorgehen, einschließlich: Was wir unter der Bekanntmachung eines Unternehmens verstehen, wie wichtig es ist, ein wirksames Wertversprechen zu entwickeln, die</li> </ul>		

		<p>Unterschiede zwischen Bedürfnissen und Wünschen</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Stellen Sie die Hausaufgaben dar - eine Analyse der Bedürfnisse der verschiedenen Kundensegmente vervollständigen</li></ul>		
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--