

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP FOR YOUTH

KA220- YOU - Cooperation Partnerships in Youth

WP3

DigEnYou-Lehrplan

Modul 1

**"Unternehmerische
Grundkompetenzen"**

V4 erstellt von
HAF, ISKUR, AKEP
Datum: 08/01/2024



DigEnYou Blended Training Kurs

Modul 1 - Unternehmerische Grundkompetenzen

Lerneinheit 1: Business Model Canvas

Lerneinheit 2: Marktforschung und
-analyse

Lerneinheit 3: Ideenfindung und
Innovation

INHALT

Ziel von Modul 1 – Vermittlung unternehmerischer Grundkompetenzen	4
Lerneinheit 1 - Business Model Canvas	5
Aufbau des Business Model Canvas (BMC)	5
Erkunden Sie die einzelnen Komponenten des Business Model Canvas	6
Erfahren Sie, wie Sie ein solides Geschäftsmodell erstellen	8
Glossar der Begriffe	13
Übung: Wie man das Business Model Canvas verwendet	15
Checkliste: Ihre Lernergebnisse	16
Ressourcen für M1-LU1	18
Links und Videos zu M1-LU1	18
Bibliographie - mehr erfahren	19
Lerneinheit 2 - Marktforschung und -analyse	20
Techniken zur Durchführung von Marktforschung	20
Durchführen einer Marktanalyse in 5 Schritten	22
Glossar der Begriffe	25
Übung: Verwenden Sie die SWOT-Methode	26
Checkliste: Ihre Lernergebnisse	27
Ressourcen für M1-LU2	27
Videos zu M1-LU2	28
Bibliographie - mehr erfahren	29
Lerneinheit 3 - Ideenfindung und Innovation	30
Tipps zur Förderung des Innovationsdenkens in Unternehmen	32
Entwickeln Sie Ihre eigenen Geschäftsideen: Beliebte Ideenfindungstechniken zum Ausprobieren!	34
Beispiele/Übungen aus der Praxis	37
Glossar der Begriffe	39
Übung: Quiz zu Ideenfindung und Innovation	40
Interaktive Übung - Bad Idea Brainstorming	41
Checkliste: Ihre Lernergebnisse	43
Ressourcen für M1-LU3	44
Links und Videos zu M1-LU3	44
Bibliographie - mehr erfahren	45

Ziel von Modul 1 – Vermittlung unternehmerischer Grundkompetenzen

Im ersten Modul des DigEnYou-Trainingsplans stellen wir Ihnen grundlegende unternehmerische Kompetenzen vor, die Sie benötigen, um als zukünftige digitale Unternehmer:in erfolgreich zu sein. Zu diesem Zweck haben wir die folgenden Lerneinheiten erstellt:

Lerneinheit 1 - "Business Model Canvas - BMC" zielt darauf ab:

- Durch die BMC-Methode lernen Sie, Ihre Geschäftsidee zu strukturieren und alle relevanten Aspekte in einem visuellen Rahmen darzustellen.
- Das BMC ermöglicht Ihnen, Ihre Annahmen und Ihre innovativen Strategien zu überprüfen und zeigt Ihnen, wie Sie diese flexibel an veränderte Marktbedürfnisse anpassen können.

Lerneinheit 2 - "Marktforschung und -analyse" zielt darauf ab:

- Wir möchten Sie als zukünftige Unternehmer:innen davon zu überzeugen, wie wichtig es ist, Techniken zur Durchführung von Marktforschung als solide Grundlage für Ihr Unternehmen zu entwickeln.
- Sie sollten die Bedeutung von Marktanalysen verstehen, um eine regelmäßige Anpassung und Gestaltung Ihrer Unternehmensstrategie vornehmen zu können.

Lerneinheit 3 - "Ideenfindung und Innovation" zielt darauf ab:

- Wir zeigen Ihnen, wie wichtig es für Ihr Unternehmen ist, Ideenfindungs- und Innovationstechniken zu verstehen und anzuwenden.
- Sie erhalten nützliche Tipps für die Anwendung von Techniken für innovatives Denken und Experimentieren.

Nach Abschluss von Modul 1 haben Sie einige grundlegende unternehmerische Fähigkeiten erworben, können Ihre Geschäftsidee mithilfe des Business Model Canvas strukturieren, und Sie wissen, wie eine effektive Marktforschung und -analyse durchzuführen ist. Sie können Ideenfindungs- und Innovationstechniken anwenden, die für Ihren zukünftigen Erfolg als digitale Unternehmer:in entscheidend ist.

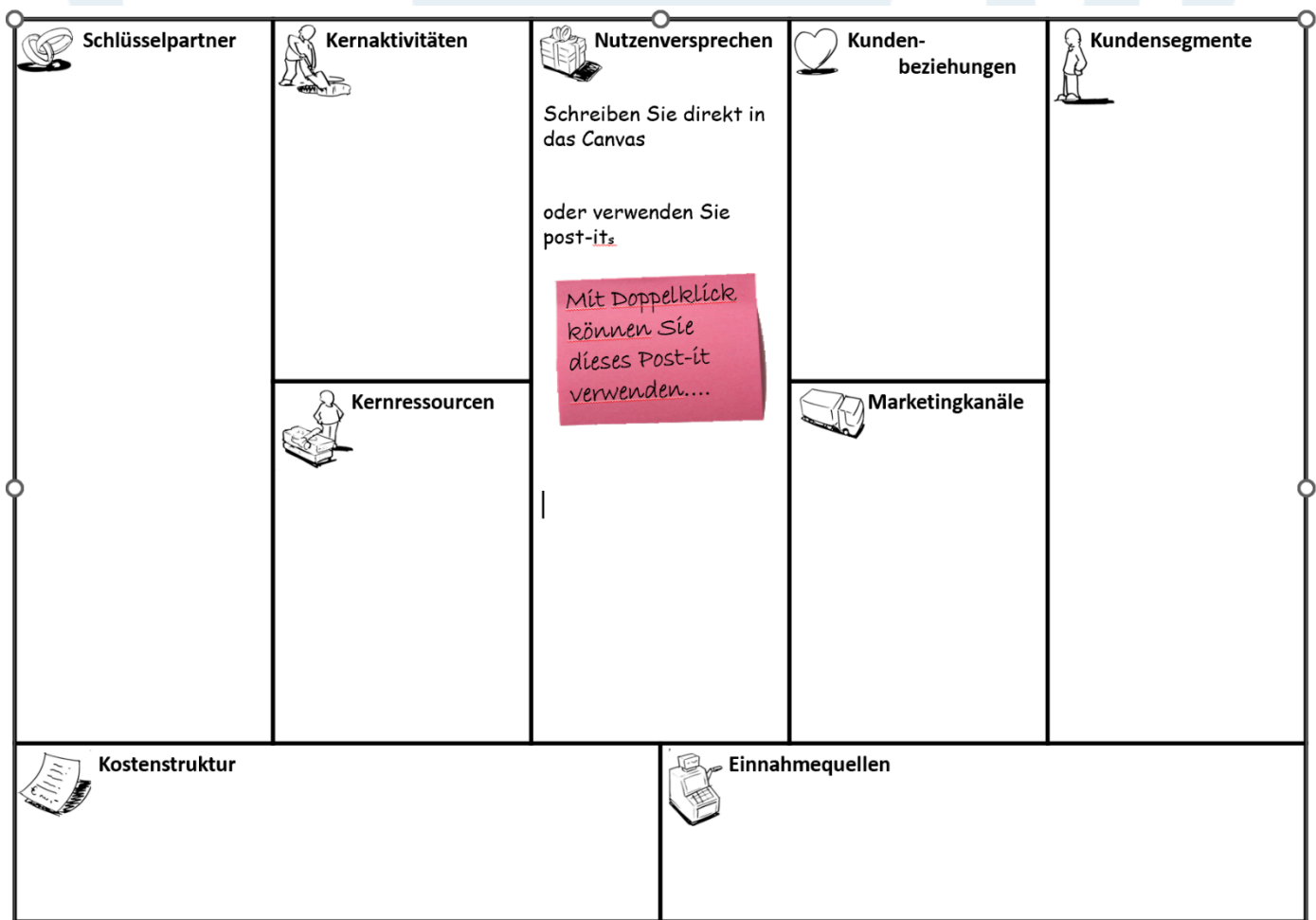
Lerneinheit 1 - Business Model Canvas

Das Business Model Canvas ist ein strategisches Managementinstrument, das einen visuellen Rahmen für die Entwicklung, Beschreibung und Analyse eines Geschäftsmodells bietet. Es wurde von Alexander Osterwalder und Yves Pigneur entwickelt und bietet einen prägnanten und umfassenden Überblick über die wichtigsten Komponenten eines Unternehmens und deren Zusammenspiel zur Wertschöpfung.

Siehe: <https://www.strategyzer.com/>

Aufbau des Business Model Canvas (BMC)

Diese "Leinwand" (Canvas) besteht aus neun Bausteinen, die jeweils einen grundlegenden Aspekt eines Unternehmens darstellen. Unternehmer:innen nutzen es als dynamisches Werkzeug, um ihre Geschäftskonzepte zu konzipieren, zu verfeinern und zu kommunizieren. Durch die ganzheitliche Sicht auf ein Unternehmen regt das BMC strategisches Denken und Innovation bei der Entwicklung erfolgreicher Geschäftsmodelle an.



Die Vorlage in EN finden Sie hier: <https://www.strategyzer.com/>

Die WKO stellt eine DE-Übersetzung zur Verfügung:
<https://www.wko.at/oe/epe/wko-business-model-canvas-deutsch.pdf>

Die neun Bausteine umfassen

- Kundensegmente
- Nutzenversprechen
- Marketingkanäle
- Kundenbeziehungen
- Einnahmequellen
- Kernressourcen
- Kernaktivitäten
- Schlüsselpartner
- Kostenstruktur

Zusammengenommen helfen diese Elemente Unternehmer:innen und Führungskräften, ihre Geschäftslogik zu formulieren, Annahmen zu überprüfen und ihre Strategien an die sich entwickelnden Bedürfnisse des Marktes anzupassen.

Wenn Sie ein Startup gründen, dient das Business Model Canvas als praktisches und visuelles Werkzeug, um Ihre Unternehmensplanung und -entwicklung zu begleiten.

Erkunden Sie die einzelnen Komponenten des Business Model Canvas

In der dynamischen Geschäftswelt ist es von entscheidender Bedeutung, ein klares Verständnis davon zu haben, wie Ihr Unternehmen Werte schafft, kommuniziert und erfasst. Das Business Model Canvas, ein strategisches Managementinstrument, bietet

einen systematischen Ansatz zur Visualisierung und Analyse Ihres Geschäftsmodells. Es besteht aus neun wesentlichen Bausteinen und bietet Jungunternehmer:innen einen ganzheitlichen Rahmen, um ihre Ideen effektiv zu entwerfen, zu verfeinern und zu kommunizieren.

Werfen wir einen Blick auf die Neun Bausteine:

1. Nutzenversprechen:

Welchen einzigartigen Wert oder Nutzen bietet Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Ihre Kund:innen? In diesem Block geht es darum, die Vorteile zu definieren, die Ihr Angebot so überzeugend machen und die spezifischen Kundenbedürfnisse ansprechen.

2. Kundensegmente:

Das Erkennen und Verstehen Ihrer Zielgruppe ist die Grundlage für ein erfolgreiches Unternehmen. Definieren Sie in diesem Block die verschiedenen Gruppen von Menschen oder Organisationen, die Sie bedienen wollen, und berücksichtigen Sie dabei deren Bedürfnisse, Vorlieben und Verhaltensweisen.

3. Marketingkanäle:

Wie werden Sie Ihre Kund:innen erreichen und ihnen einen Mehrwert bieten? Untersuchen Sie die verschiedenen Kanäle, über die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung vertrieben und vermarktet werden soll, und berücksichtigen Sie dabei sowohl Online- als auch Offline-Kanäle.

4. Kundenbeziehungen:

Der Aufbau und die Pflege enger Beziehungen zu Ihren Kund:innen ist von entscheidender Bedeutung. Bestimmen Sie die Art der Beziehung, die Sie mit jedem Kundensegment aufbauen wollen, sei es durch persönliche Unterstützung, Selbstbedienung oder automatisierten Service.

5. Einnahmequellen:

Jedes erfolgreiche Unternehmen braucht eine nachhaltige Einnahmequelle. Legen Sie fest, wie Ihr Unternehmen Einnahmen generieren wird, sei es durch Verkäufe, Abonnements, Lizenzierung oder andere Mittel.

6. Kernressourcen:

Ermitteln Sie die wesentlichen Vermögenswerte und Fähigkeiten, die Ihr

Unternehmen benötigt, um sein Nutzenversprechen zu erfüllen, z. B. Personalaufwand, Technologie oder strategische Partnerschaften.

7. Kernaktivitäten:

Was sind die entscheidenden Maßnahmen, die Ihr Unternehmen ergreifen muss, damit das Geschäftsmodell funktioniert? In diesem Block werden die wichtigsten betrieblichen Aktivitäten beschrieben, die den Erfolg Ihres Unternehmens ausmachen.

8. Schlüsselpartner:

In der heutigen vernetzten Geschäftswelt ist die Zusammenarbeit oft der Schlüssel zum Erfolg. Bestimmen Sie die externen Partner:innen und Allianzen, die die Fähigkeiten und die Reichweite Ihres Unternehmens verbessern können.

9. Kostenstruktur:

Alle geschäftlichen Aktivitäten sind mit Kosten verbunden. Skizzieren Sie in diesem Block die grundlegenden Ausgaben, die für den Betrieb Ihres Unternehmens und die Bereitstellung von Mehrwert für die Kund:innen erforderlich sind.

Erfahren Sie, wie Sie ein solides Geschäftsmodell erstellen

Das Nutzenversprechen und die Kundensegmente sind integrale Bestandteile des Business Model Canvas und spielen eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung des Erfolgs und der Nachhaltigkeit eines Unternehmens. Hier erfahren Sie, warum sie von höchster Relevanz sind:

1. Kundensegmente:

- *Das Zielpublikum verstehen:* Die Identifizierung und Definition von Kundensegmenten ist der grundlegende Schritt zur Schaffung eines erfolgreichen Geschäftsmodells. Es geht darum, die verschiedenen Gruppen von Menschen oder Organisationen zu erkennen, die das Unternehmen bedienen will.
- *Maßgeschneiderte Lösungen:* Verschiedene Kundensegmente haben oft unterschiedliche Bedürfnisse, Vorlieben und Verhaltensweisen. Wenn Unternehmen diese Unterschiede verstehen, können sie ihre Produkte

oder Dienstleistungen so anpassen, dass sie bestimmte Kundenbedürfnisse erfüllen.

- *Effektives Marketing:* Die Kenntnis Ihrer Kundensegmente ermöglicht präzisere und gezieltere Marketingmaßnahmen. Unternehmen können Strategien entwickeln, die auf die einzigartigen Merkmale jedes Segments abgestimmt sind, was zu einer effektiveren Kommunikation und einer stärkeren Kundenbindung führt.
- *Optimierung der Ressourcen:* Durch die Konzentration auf bestimmte Kundensegmente können Unternehmen die Ressourcenzuweisung optimieren. Dadurch wird sichergestellt, dass Marketing, Produktentwicklung und Kundenservice auf die Merkmale der identifizierten Segmente abgestimmt sind, was zu effizienteren Abläufen führt.
- *Bessere Kundenbeziehungen:* Das Verständnis für die unterschiedlichen Bedürfnisse der verschiedenen Kundensegmente ermöglicht es Unternehmen, sinnvolle und maßgeschneiderte Beziehungen aufzubauen. Dies kann zu mehr Kundentreue, Zufriedenheit und langfristigem Wert führen.

2. Nutzenversprechen:

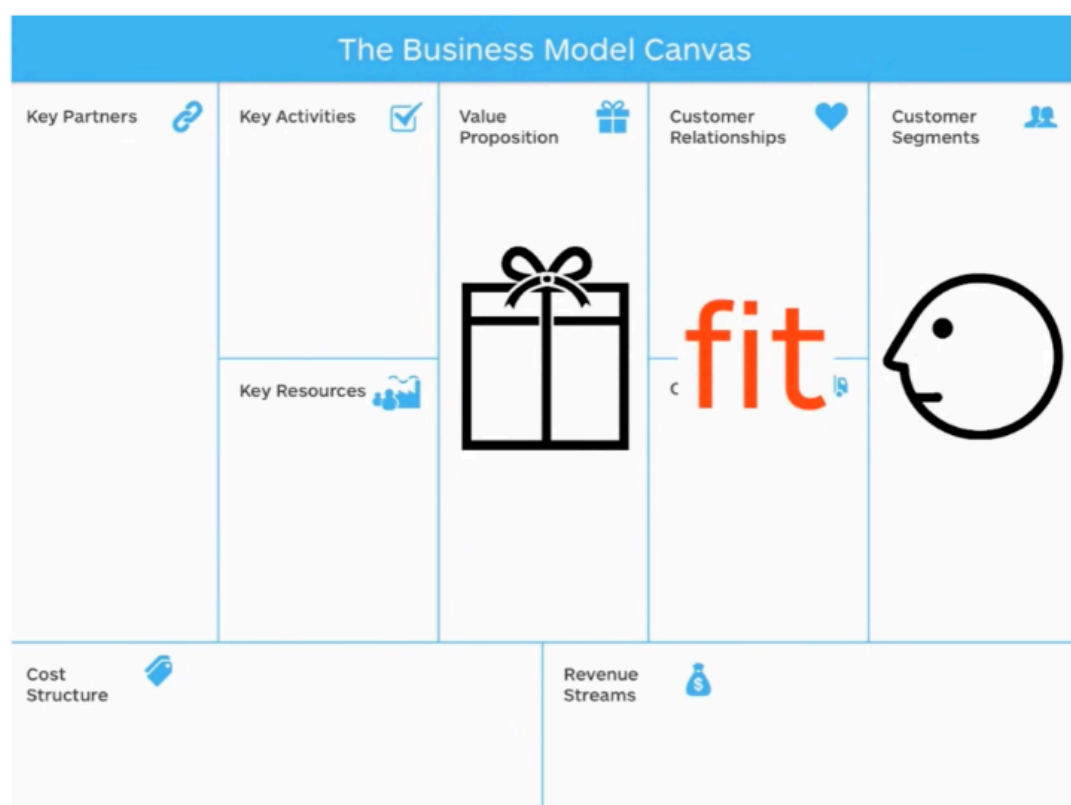
- *Einzigartigen Nutzen definieren:* Das Wertversprechen definiert den einzigartigen Nutzen (Wert), den ein Unternehmen seinen Kunden bietet. Es beschreibt, wie das Produkt oder die Dienstleistung Kundenbedürfnisse befriedigt, Probleme löst oder Wünsche erfüllt, und zwar in einer Weise, die es von der Konkurrenz unterscheidet.
- *Wettbewerbsvorteil:* Ein überzeugendes Nutzenversprechen schafft einen Wettbewerbsvorteil, indem es hervorhebt, was das Unternehmen von anderen unterscheidet. Es beantwortet die entscheidende Frage, warum Kunden sich für ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Dienstleistung gegenüber den auf dem Markt verfügbaren Alternativen entscheiden sollten.
- *Leitfaden für die Produktentwicklung:* Das Nutzenversprechen dient als Richtschnur für die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. Es stellt sicher, dass die Merkmale und Eigenschaften mit dem übereinstimmen, was die Kunden wirklich schätzen, und erhöht so die Chancen auf Marktakzeptanz und Erfolg.

- **Wirksame Kommunikation:** Eine klare Formulierung des Nutzen ist für eine wirksame Kommunikation mit Kunden und Interessengruppen unerlässlich. Es bildet die Grundlage für Marketingbotschaften und ermöglicht es Unternehmen, ihre Alleinstellungsmerkmale überzeugend zu vermitteln.
- **Kundenorientierter Ansatz:** Ein gut definiertes Wertangebot stellt die Kund:innen in den Mittelpunkt und betont, wie das Unternehmen ihre Bedürfnisse oder Wünsche erfüllen will. Dieser kundenorientierte Ansatz fördert die Kundentreue und eine positive Markenwahrnehmung.

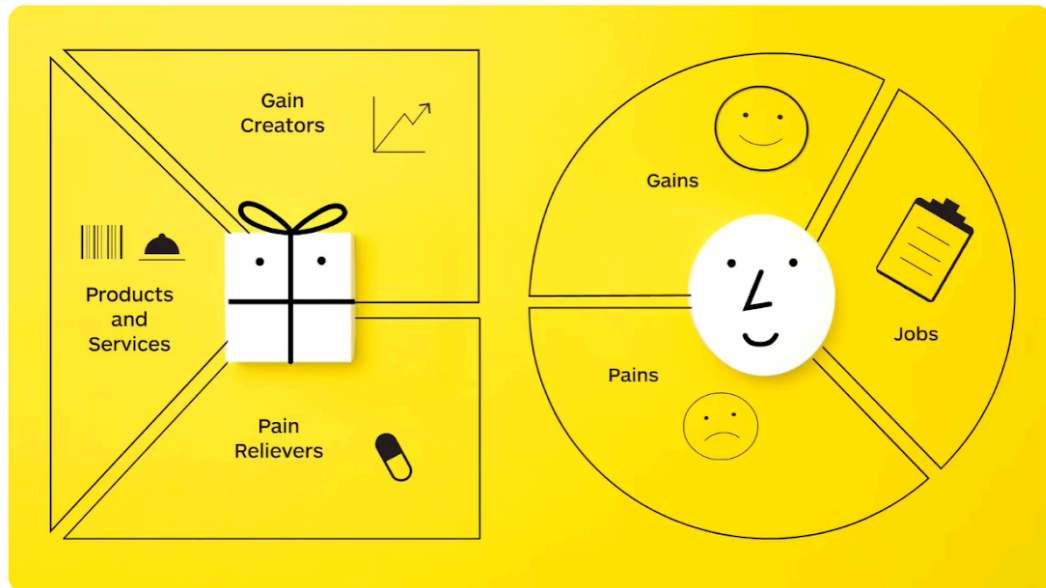
Im Wesentlichen handelt es sich bei den Kundensegmenten und dem Nutzenversprechen um miteinander verknüpfte Elemente, die, wenn sie sorgfältig berücksichtigt und aufeinander abgestimmt werden, die Grundlage für ein gutes Geschäftsmodell bilden, das bei der Zielgruppe Anklang findet.

Wir empfehlen daher, Ihr Business Model Canvas mit diesen beiden Komponenten zu beginnen. Sehen Sie sich dieses Video von Strategyzer (in EN) an, um mehr zu erfahren:

<https://www.youtube.com/watch?v=aN36EcTE54Q&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=2>



Hier ist ein weiteres Video, das die Value Proposition, also das Nutzenversprechen, genauer erklärt (in EN), und das Kernstück Ihres Geschäftsmodells ist:
<https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=3>



Jetzt sind Sie bereit, die sieben anderen Bausteine zu erkunden. Sehen Sie sich dieses Video an, um einen Überblick über das gesamte Potenzial des Business Model Canvas zu erhalten (in EN).

Perfect Match Business bietet ein Video an, in dem alle neun Blöcke in Deutscher Sprache erklärt werden: <https://www.youtube.com/watch?v=1c12gS5CElo>



Business Modelling Canvas erklärt in 160 Sekunden (BMC in deutsch erklärt)

Wenn Sie mehr ins Detail gehen möchten, bietet Ihnen die Wirtschaftskammer Österreich (WKO) ein gutes Einführungsvideo, weitere Informationen und Workshops an:

<https://www.wko.at/noe/handel/erfolgsfaktor/basisvideos-zum-start>



Niederschick,
Wolfram &
Partner

ERFOLGSFAKTOR GESCHÄFTSMODELL



MUT ZU NEUEN WEGEN



Gestalter für Unternehmensentwicklung, Positionierung und Kommunikation

Glossar der Begriffe

Begriff	Definition ¹
Markenwahrnehmung	Die Art und Weise, wie Kunden eine Marke auf der Grundlage ihrer Werte, ihrer Botschaften und ihres Gesamtimages wahrnehmen.
Business Model Canvas (BMC)	Ein von Alexander Osterwalder und Yves Pigneur entwickeltes strategisches Management-Tool. Es bietet einen visuellen Rahmen für die Entwicklung, Beschreibung und Analyse eines Geschäftsmodells und umfasst neun Bausteine.
Kundenorientierter Ansatz	Eine Geschäftsstrategie, bei der die Erfüllung der Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden im Vordergrund steht.
Kundensegmente	Identifiziert und definiert die verschiedenen Gruppen von Menschen oder Organisationen, die das Unternehmen bedienen will.
Ganzheitliche Betrachtung	Eine umfassende Perspektive, die alle Aspekte und Elemente als miteinander verknüpft und voneinander abhängig betrachtet.
Kernaktivitäten	Umreißt kritische operative Maßnahmen, die den Erfolg des Geschäftsmodells bestimmen.
Ressourcen-Zuweisung	Der Prozess der effektiven Verteilung und Nutzung von Ressourcen zur Erreichung von Unternehmenszielen.
Einnahmequellen	Definiert die Art und Weise, wie ein Unternehmen Einnahmen erzielt, z. B. durch Verkäufe, Abonnements oder Lizenzen.
Stakeholder	Einzelpersonen oder Gruppen, die ein Interesse am Erfolg und an den Aktivitäten eines Unternehmens haben.
Instrument für strategisches Management	Ein Werkzeug, das Unternehmen dabei hilft, ihre Strategien systematisch und visuell zu planen, zu entwickeln und zu analysieren.

¹ Definitionen basierend auf Oxford Learner's Dictionaries:
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Zielpublikum	Die spezifische Gruppe von Menschen oder Organisationen, die ein Unternehmen erreichen und bedienen will.
USP Alleinstellungsmerkmal oder Unique Selling Point	Ein unverwechselbares Element oder Merkmal, das ein Produkt oder eine Dienstleistung von seinen Konkurrenten abhebt und einen einzigartigen Vorteil schafft.
Nutzenversprechen	Bringt den einzigartigen Nutzen (Wert) zum Ausdruck, den ein Produkt oder eine Dienstleistung den Kunden bietet, indem es auf spezifische Bedürfnisse oder Probleme eingeht.

Übung: Wie man das Business Model Canvas verwendet

1. **Beginnen Sie mit Post-Its:** Drucken Sie die Vorlage für das BMC aus, die Sie in den Ressourcen dieser Lerneinheit finden, und beginnen Sie damit, die einzelnen Blöcke zu befüllen. Verwenden Sie Post-Its (diese können Sie besser sortieren) und beginnen Sie mit den Bereichen "Nutzenversprechen" und "Kundensegmente".
2. **Teilen Sie Ihre Ideen mit Kolleg:innen und Freund: innen:** Beteiligen Sie andere an gemeinsamen Workshops zum Brainstorming und Ausfüllen der einzelnen Blöcke. Unterschiedliche Perspektiven können neue Erkenntnisse zutage fördern.
3. **Iteration ist der Schlüssel:** Der Plan ist ein lebendiges Dokument. Überprüfen und verfeinern Sie es regelmäßig, wenn sich Ihre Geschäftsidee weiterentwickelt, um sicherzustellen, dass es mit den Marktveränderungen Schritt hält.
4. **Visuelles Geschichtenerzählen:** Nutzen Sie die Leinwand, Ihr Canvas, um die Geschichte Ihres Unternehmens visuell zu erzählen. Es ist ein leistungsfähiges Werkzeug, um den Stakeholdern Ihre Strategie zu vermitteln.
5. **Testen und Validieren:** Formulieren Sie mithilfe des Canvas Hypothesen über Ihr Geschäftsmodell und testen und validieren Sie diese dann mit realen Daten.

Wenn Sie es vorziehen, online zu arbeiten, können Sie diesen Link zu einem online Business Model Canvas verwenden, der von Canvanizer bereitgestellt wird:

<https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

Das Business Model Canvas ist ein vielseitiges und dynamisches Instrument, das Unternehmen in die Lage versetzt, ihre Strategien effektiv zu entwickeln, anzupassen und zu kommunizieren. Durch die klare Definition der neun Bausteine können junge Unternehmer:innen ein umfassendes Verständnis ihres Geschäftsmodells erlangen und so Innovation und Widerstandsfähigkeit in einem sich ständig verändernden Markt fördern.

Nehmen Sie sich für diese Übung etwa 30 Minuten Zeit, um mit der Arbeit an Ihrem Business Model Canvas (BMC) zu beginnen. Diese Aufgabe sollte Sie für längere Zeit begleiten und kontinuierlich bearbeitet werden.

Checkliste: Ihre Lernergebnisse

Was ich zum Thema "Business Model Canvas" weiß		
#	Thema/Fragestellung	Ja / Nein
1	Nutzenversprechen: <ul style="list-style-type: none"> Sie wissen, welchen einzigartigen Nutzen/Wert Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Ihre Kund:innen hat? 	
2	Kundensegmente: <ul style="list-style-type: none"> Sie können Ihre Zielgruppe identifizieren und verstehen? 	
3	Kanäle: <ul style="list-style-type: none"> Sie wissen, wie Sie Ihre Kund:innen erreichen können? 	
4	Kundenbeziehungen: <ul style="list-style-type: none"> Sie wissen, welche Art von Beziehung Sie zu jedem Kundensegment aufbauen wollen? 	
5	Einnahmequellen: <ul style="list-style-type: none"> Sie haben definiert, wie Ihr Unternehmen Einnahmen erzielen wird? 	
6	Kernressourcen: <ul style="list-style-type: none"> Sie wissen, welche die wesentlichen Ressourcen und Fähigkeiten sind, die Ihr Unternehmen benötigt? 	

Hier fassen wir die wichtigsten Punkte noch einmal zusammen:

1. Nutzenversprechen:

Die Lernenden sollten verstehen, dass sich das Nutzenversprechen auf die Formulierung der einzigartigen Vorteile konzentriert, die ein Produkt oder eine Dienstleistung attraktiv machen. Es geht auf spezifische Kundenbedürfnisse ein und unterscheidet das Angebot von Mitbewerbern. Eine erfolgreiche Value Proposition schafft einen Wettbewerbsvorteil.

2. Kundensegmente:

Die Lernenden sollten wissen, dass die Identifizierung und das Verständnis der Zielgruppe die Grundlage für ein erfolgreiches Geschäftsmodell bilden. Dazu gehört die Definition verschiedener Gruppen von Menschen oder Organisationen, die das Unternehmen bedienen will, unter Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse, Präferenzen und Verhaltensweisen.

3. Marketingkanäle:

Die Lernenden sollten begreifen, dass die Erkundung verschiedener Kanäle wesentlich ist, um Kunden zu erreichen und ihnen einen Mehrwert zu bieten. Dazu gehört, dass sie sowohl Online- als auch Offline-Möglichkeiten für den Vertrieb und das Marketing von Produkten und Dienstleistungen in Betracht ziehen.

4. Kundenbeziehungen:

Die Lernenden sollten verstehen, dass der Aufbau und die Aufrechterhaltung enger Beziehungen zu den Kunden von entscheidender Bedeutung sind. Dazu gehört die Festlegung der Art der Beziehung zu jedem Kundensegment, sei es durch persönliche Betreuung, Selbstbedienung oder automatisierten Service.

5. Einnahmequellen:

Die Lernenden sollten sich darüber im Klaren sein, dass die Definition nachhaltiger Einnahmequellen ein wesentlicher Aspekt des Geschäftsmodells ist. Dazu gehört auch die Angabe, wie das Unternehmen Einnahmen generieren wird, sei es durch Verkäufe, Abonnements, Lizenzierung oder andere Mittel.

6. Kernressourcen:

Die Lernenden sollten verstehen, dass die Identifizierung wesentlicher Ressourcen und Fähigkeiten, wie z. B. Personal, Technologie oder strategische Partnerschaften, für die Umsetzung des Nutzenversprechens entscheidend ist. Diese Ressourcen sind notwendig, damit das Unternehmen effektiv arbeiten kann.

Schlussfolgerung: Das Business Model Canvas mit seinen neun Bausteinen bietet einen systematischen Ansatz für Unternehmer:innen zur Entwicklung, Verfeinerung und Kommunikation

ihrer Geschäftskonzepte. Das Nutzenversprechen und die Kundensegmente werden als integrale Bestandteile hervorgehoben, die das Fundament für ein erfolgreiches Geschäftsmodell bilden. Die Verflechtung dieser Elemente unterstreicht, wie wichtig es ist, sie zu verstehen und aufeinander abzustimmen, um bei der Zielgruppe Anklang zu finden. Der Canvas dient als vielseitiges Werkzeug, und zu den Lernergebnissen gehören die Entwicklung eines klaren Verständnisses der einzelnen Bausteine, die Förderung der kollaborativen Ideenfindung, die iterative Verfeinerung, das visuelle Storytelling und das Testen von Hypothesen zur Validierung in der Praxis.

Ressourcen für M1-LU1

Das folgende Lernmaterial wird zur Verfügung gestellt:

Deutsch:

- Vorlage für Business Model Canvas (BMC): Druckfassung Deutsch (Anhang 1)
- WKO – Einführungsvideo zum Business Model Canvas (BMC):
<https://www.wko.at/noe/handel/erfolgsfaktor/basisvideos-zum-start>
- Perfect Match Business: Video zur Erklärung der neun Blöcke
<https://www.youtube.com/watch?v=1c12gS5CElo>

Englisch:

- Video on Customer Segments and Value Proposition:
<https://www.youtube.com/watch?v=aN36EcTE54Q&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=2>
- Video on Value Proposition in more detail:
<https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=3>
- Video to get an overview on the full potential of the BMC:
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&list=PLopjukaVXiR8LDiiOE6EPvlsUEvKsPxoZ&index=1>

Links und Videos zu M1-LU1

Deutsch:

- Digitale Neuordnung: Lunch & Learn. Business Model Canvas
<https://digitaleneuordnung.de/blog/business-model-canvas-erklaerung/>
- FG – Für Gründer: Das Business Model Canvas erstellen: Vorlage, Beispiele und Tools
<https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-findet/how-to-startup/business-model-canvas/>
- Asana: Business Model Canvas: Definition, Aufbau und Vorteile!
<https://asana.com/de/resources/business-model-canvas>

Englisch:

- Digital Leadership Guide for the Business Model Canvas:
<https://digitalleadership.com/unite-articles/extended-business-model-canvas/>
- The Business Model Canvas by A. Osterwalder: <https://www.strategyzer.com/>
- Online Business Model Canvas template by Canvanizer:
<https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>
- Altexsoft provides Real Life Examples of BMC:
<https://www.altexsoft.com/blog/using-business-model-canvas-to-launch-a-technology-startup-or-improve-established-operating-model/#business-model-canvas-in-real-life-examples>

Bibliographie - mehr erfahren

Deutsch:

- Das Canvas-Businessmodell: Mit neun Bausteinen zum neuen Geschäftsmodell (Management und Marketing), 50MINUTEN, 2018
- 9 Schritte zum besseren Business Model: Anleitung zum Business Model Canvas, Rudolf T. A. Greger, dtt, 2021
- Der große Canvas-Abreißblock: Die perfekte Ergänzung zu Business Model Generation und Value Proposition Design. Alexander Osterwalder, Campus, 2017

Englisch:

- The Business Model Canvas: Let your business thrive with this simple model (Management & Marketing), AA 50MINUTES, 2017
- Business Model Canvas Summary - JR (docx) - Course Sidekick" - (n.d.). Retrieved December 11, 2023, from <https://www.coursesidekick.com/business/148441>

Business Model Canvas As An Analytical Tool For The Evaluation Of Companies: Case Study For
The Audiovisual Industry In Bogota, Colombia - (Bertolini, 2019)



Lerneinheit 2 - Marktforschung und -analyse

Techniken zur Durchführung von Marktforschung

Marktforschung bedeutet, Daten über einen bestimmten Sektor, Markt oder eine bestimmte Zielgruppe zu sammeln und zu analysieren, um strategische Entscheidungen treffen zu können. Marktforschung verschafft den Verantwortlichen **nützliche Einblicke** in die Branche, Markttrends, Verbraucherpräferenzen, den Wettbewerb und ermöglicht es Unternehmen, ihre Strategie effektiv zu verfeinern.

Unternehmen können durch Marktforschung **Kundenbedürfnisse ermitteln**, die Produktnachfrage analysieren, Wertangebote verbessern und Marketingkampagnen entwickeln, die ihre Zielgruppe ansprechen.

Diese Praxis **fungiert als Kompass**, der Unternehmen dabei hilft, datengestützte Entscheidungen für eine bessere Produkteinführung, mehr Kundeninteraktion und eine stärkere Positionierung in der Unternehmenslandschaft zu treffen.

Marktforschung ist ein unverzichtbares Instrument für Marketingexperten und Insider. Sie ermöglicht es ihnen, bessere Entscheidungen zu treffen, den Markt zu entwickeln und Produkte und Dienstleistungen erfolgreich zu platzieren. Für Unternehmer:innen ist es von entscheidender Bedeutung, umfangreiche Marktforschung zu betreiben, um ihre Zielgruppe, Branchentrends und die Wettbewerbslandschaft zu verstehen.

Video zu Marktforschung, Marktanalyse, Marktbeobachtung und Marktprognose

<https://www.youtube.com/watch?v=JATAeDzNU8U>



Verstehen Sie die Bedeutung der Marktanalyse für die Gestaltung Ihrer Unternehmensstrategie:

Marktforschung ist ein **wesentlicher Bestandteil der** Entwicklung **eines erfolgreichen Geschäftsplans**. Sie umfasst die Bewertung vieler Elemente, die Ihr Unternehmen, Ihre Branche und Ihren Zielmarkt beeinflussen. Sie ist die systematische Untersuchung der zahlreichen Dynamiken, Trends und Variablen, die eine bestimmte Branche oder ein Marktsegment beeinflussen. Im Kern zielt sie darauf ab, das Wesen eines Marktes zu verstehen, was Folgendes umfasst:

- Was wünschen sich die Verbraucher:innen in Bezug auf die Dynamik von Angebot und Nachfrage?
- Was sind diese bereit dafür zu bezahlen?
- Wie sieht es mit der Anzahl und der Art der bereits am Markt verfügbaren Produkte oder Dienstleistungen aus?
- Wer sind die wichtigsten Kund:innen? Was sind deren Kaufgewohnheiten, Verhaltensweisen und Vorlieben?
- Wer sind die wichtigsten Teilnehmer:innen in der Wettbewerbslandschaft? Welche Strategien verfolgen sie, und wie hoch ist ihr Marktanteil?
- Welche Auswirkungen haben die wirtschaftlichen, politischen, sozialen und technologischen Kräfte auf den Markt?

Video über Marketingkonzepte: <https://www.youtube.com/watch?v=ejhP88OvR5k>

MARKETINGKONZEPT

Einleitung

Marketingkonzept

schrittweise erarbeiten



Durchführen einer Marktanalyse in 5 Schritten

1. Recherche zu Ihrer Branche

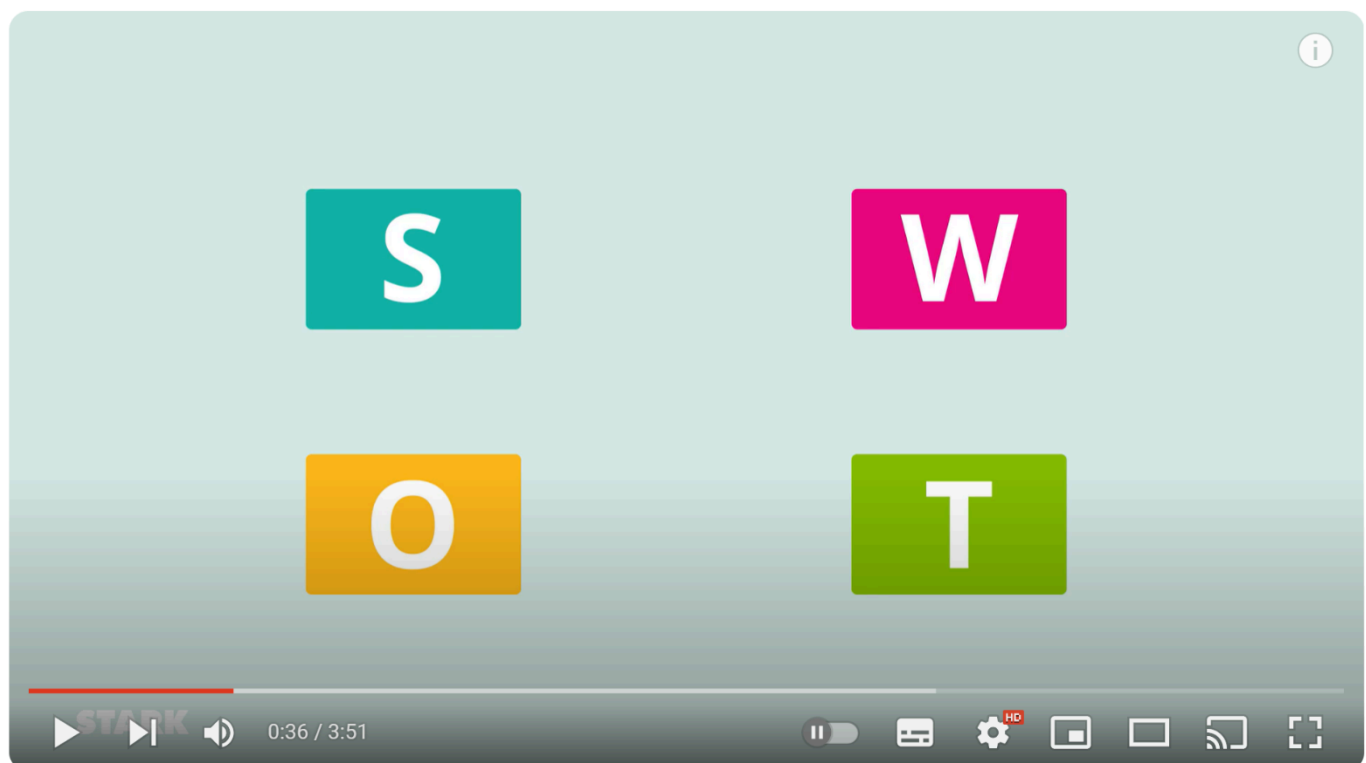
Der Zweck dieses Schrittes ist es, ein Verständnis für Ihre Branche als Ganzes zu erlangen, damit Sie wissen, wie Sie in die Branche einsteigen, Trends erkennen und mit Mitbewerber:innen umgehen können.

Hier sind einige Fragen, die Ihnen den Einstieg erleichtern:

- Wie viele Unternehmen gibt es in dieser Branche?
- Wie groß ist der Markt in Bezug auf die potenziellen Kunden?
- Nach welchen Branchenstandards arbeiten Unternehmen und Verbraucher?

Mit Hilfe der **SWOT-Analyse** kann ein Markt in verschiedene Verbrauchergruppen unterteilt werden, die gemeinsame Bedürfnisse oder Vorlieben haben. Unternehmen können die SWOT-Methode nutzen, um ihre Marketinganstrengungen besser auf die Bedürfnisse ihrer derzeitigen Kund:innen auszurichten. Sobald Sie Ihre Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken ermittelt haben, können Sie dieses Wissen nutzen, um eine Marketingstrategie zu entwickeln.

Video des STARK Verlags zur SWOT-Analyse: <https://www.youtube.com/watch?v=w1ewm9FbSwM>





2. Untersuchen Sie die Wettbewerbslandschaft

Dieser nächste Schritt führt Sie von allgemeinen Branchenkenntnissen zu einer spezifischen Betrachtung der Mitbewerber: innen, mit denen Sie konkurrieren werden, um potenzielle Kund:innen in Ihrem Zielmarkt zu gewinnen. Hier sind einige Fragen, an denen Sie sich orientieren können:

- Welches sind die bekanntesten Mitbewerber:innen in Ihrer Branche? Wer setzt die Trends und erregt die Aufmerksamkeit der Kund:innen?
- Welches sind die Angebote, Preise und Nutzenversprechen dieser Firmen?
- Welche Verkaufstaktiken, Technologien und Plattformen nutzen diese Firmen, um eine Customer Journey zu gestalten?

3. Identifizierung von Marktlücken

Wenn Sie wissen, was Mitbewerber: innen anbieten, können Sie Marktlücken erkennen, Ihre Produkte und Dienstleistungen differenzieren und sich vom Angebot in Ihrer Branche abheben.

Marktlücken sind Bedürfnisse, die derzeit von bestehenden Firmen nicht abgedeckt werden. In der Online-Bildungsbranche könnten die Lernenden beispielsweise an Themen interessiert sein, die in bestehenden Kursen nicht behandelt werden; in diesem Fall könnten Sie einen Kurs entwickeln, der diesen Bedarf deckt.

Hier sind einige Fragen, die Ihnen helfen, Marktlücken zu erkennen:

- Wie wirken sich externe Faktoren, wie z.B. der gesellschaftliche Wandel oder neue Gesetze auf die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen aus?
- Fragen Sie die Verbraucher:innen direkt: "Was wollen oder brauchen Sie, das Sie derzeit nicht finden können?"
- Wie können Sie Produkte und Dienstleistungen gestalten, damit Sie sich von jenen der Mitbewerber:innen abheben?

4. Definieren Sie Ihren Zielmarkt

Nachdem Sie nun Ihre Branche, die Wettbewerbslandschaft und die Marktlücken, die Sie füllen können, kennen, müssen Sie als Nächstes die Kundensegmente (die Arten von Kunden) bestimmen, die Sie bedienen wollen. Definieren Sie Ihren Zielmarkt nach den Merkmalen, die einzelne Verbraucher:innen eher dazu bringen, Ihre Produkte und Dienstleistungen zu kaufen:

- Welches spezifische Segment von potenziellen Kund:innen in Ihrer Branche können Sie effektiv ansprechen?
- Wie können Sie dieses Segment in Bezug auf seine demografischen (Alter, ethnische Zugehörigkeit, Einkommen, Standort usw.) und psychografischen (Überzeugungen, Werte, Wünsche, Lebensstil usw.) Merkmale beschreiben?
- Wie sieht das tägliche Leben ihrer potenziellen Kund:innen aus?

5. Ermittlung von Marktzutrittsschranken

Während Sie Ihren Zielmarkt kennenlernen und Ihre Angebote und Botschaften auf die Verbraucher:innen zuschneiden, ist es wichtig, ein klares Gespür für jene Faktoren zu erlangen, die Sie daran hindern könnten, Ihren gewünschten Markt erfolgreich zu erschließen. Dies wird Ihnen helfen, eine Strategie zu entwickeln, um die Herausforderungen zu überwinden.

Im Folgenden finden Sie einige Fragen, die Ihnen dabei helfen sollen, Eintrittsbarrieren zu ermitteln:

- Wie hoch sind die Anlaufkosten für den Aufbau Ihres Unternehmens, einschließlich Produktentwicklung, Technologie, Patente und Zertifizierungen?
- Welche rechtlichen Anforderungen müssen Sie erfüllen, bevor Sie starten können?
- Welche politischen, wirtschaftlichen und sozialen Faktoren könnten das Verhalten der Kund:innen und die Wahrscheinlichkeit, dass sie Ihr Angebot annehmen, beeinflussen?

Abschließend stellen wir Ihnen eine umfassende Videoreihe zum Thema Markt-forschung vor, die vom Deutschen Institut für Marketing zur Verfügung gestellt wird.

https://www.youtube.com/watch?v=XxQq9oXzFJg&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp

Glossar der Begriffe

Begriff	Definition ²
Marktforschung	Der systematische Prozess des Sammelns und Analysierens von Daten, die sich auf einen bestimmten Sektor, Markt oder eine bestimmte Zielgruppe beziehen, um strategische Entscheidungen zu treffen.
Strategische Entscheidungsfindung	Der Prozess des Treffens von Entscheidungen, die mit den allgemeinen Zielen einer Organisation übereinstimmen, um einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen.
Nutzerversprechen	Der einzigartige Nutzen und Wert, den ein Produkt oder eine Dienstleistung seiner Zielgruppe bietet und der es von der Konkurrenz unterscheidet.
Kompass	Im Zusammenhang mit der Marktforschung bezieht sich der Begriff darauf, wie Markterkenntnisse als Leitfaden für Organisationen dienen, um datengestützte Entscheidungen zu treffen.
Datengestützte Entscheidungen	Entscheidungsfindung auf der Grundlage der Analyse und Interpretation relevanter Daten mit dem Ziel, fundiertere und effizientere Entscheidungen zu treffen.
Risikominderung	Der Prozess der Identifizierung und Reduzierung potenzieller Risiken oder Gefahren auf dem Markt durch proaktive Planung und Strategien.
SWOT-Analyse	Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen), ein Rahmen für die Bewertung interner und externer Faktoren, die ein Unternehmen beeinflussen.

² Definitionen basierend auf Oxford Learner's Dictionaries:
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Übung: Verwenden Sie die SWOT-Methode

Vorgabe: Sie möchten ein Unternehmen gründen, das sich mit Maßschuhen für junge und modebewusste Verbraucher:innen befasst. Dieses hypothetische Unternehmen soll den Kund:innen ein einzigartiges und persönliches Einkaufserlebnis durch individuell gefertigte Schuhe in limitierter Auflage bieten.

- Produktpalette: Die Produktpalette umfasst Sportschuhe, Freizeitschuhe und exklusive Kollektionen, die sich durch besondere Designdetails und hochwertige Materialien auszeichnen.
- Zielmarkt: Der Schwerpunkt liegt auf Personen im Alter von 18 bis 35 Jahren und zielt auf junge und modebewusste Verbraucher:innen ab. Diese demografische Gruppe stellt einen Kundenstamm dar, der dazu neigt, online einzukaufen, Trends zu verfolgen und an maßgeschneiderten Produkten interessiert ist.
- Nachhaltige Produktion: Ihre Produkte entsprechen den Grundsätzen der Nachhaltigkeit, da sie während des gesamten Produktionsprozesses die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Die Verwendung wiederverwertbarer Materialien und ein reduziertes Abfallmanagement spiegeln das Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit wider.

Verwenden Sie die SWOT-Methode zur Analyse von Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats).

SWOT Vorlage zum Download: https://vorla.ch/swot-analyse-vorlage/#SWOT-Analyse_Vorlage

SWOT-Analyse		Unternehmensanalyse	
		Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)
Unternehmen: Mustermann AG Durchgeführt durch: Vertriebsteam Datum: 10. Juli 2020		S1: Musterstärke S2: Musterstärke S3: Musterstärke	W1: Musterschwäche W2: Musterschwäche W3: Musterschwäche
Umweltanalyse	Chancen (Opportunities) O1: Musterchance O2: Musterchance O3: Musterchance	Aus welchen Stärken ergeben sich neue Chancen? SO1: Mustertext SO2: Mustertext SO3: Mustertext	Schwächen eliminieren, um neue Chancen zu nutzen WO1: Mustertext WO2: Mustertext WO3: Mustertext
	Risiken (Threats) T1: Musterrisiko T2: Musterrisiko	Welche Stärken minimieren Risiken?	Strategien, damit Schwächen nicht zu Risiken werden?

Checkliste: Ihre Lernergebnisse

Was ich zum Thema "Marktforschung & Analyse" weiß		
#	Thema/Fragestellung	JA / NEIN
1	Ich weiß, wie wichtig Marktforschung für die Gestaltung meiner Unternehmensstrategie ist.	
2	Ich kenne Techniken zur Durchführung von Marktforschung – und Marktanalyse.	
3	Ich bin in der Lage, die Technik der SWOT-Analyse anzuwenden.	

Ressourcen für M1-LU2

Das folgende Lernmaterial wird zur Verfügung gestellt:

Deutsch:

- Video von Gerold: Marktforschung, Marktanalyse, Marktbeobachtung, Marktprognose
<https://www.youtube.com/watch?v=JATAeDzNU8U>
- Video des STARK Verlags zur SWOT-Analyse:
<https://www.youtube.com/watch?v=w1ewm9FbSwM>
- SWOT Vorlage zum Download:
https://vorla.ch/swot-analyse-vorlage/#SWOT-Analyse_Vorlage
- Deutsches Institut für Marketing: Videoreihe zum Thema Marktforschung
https://www.youtube.com/watch?v=XxQq9oXzFJg&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp

Englisch:

- Brandwatch: Essential Methods for Effective Consumer and Market Research
<https://www.brandwatch.com/blog/market-research-methods/>
- Improvado: How Do I Conduct a Market Analysis?
<https://improvado.io/blog/how-to-perform-market-analysis#:~:text=Market%20analysis%20of%20numerous%20benefits,resources%2C%20and%20enhancing%20product%20development.>
- Wordstream: Videos and templates for SWOT analysis
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>

Videos zu M1-LU2

Deutsch: aus der Reihe Marktforschung vom Deutschen Institut für Marketing

- Aufgaben der Marktforschung:
https://www.youtube.com/watch?v=XxQq9oXzFJg&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp
- Was ist eine Marktanalyse?
https://www.youtube.com/watch?v=-bvZIbsEL8I&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=2
- Was ist der NET PROMOTER SCORE?
https://www.youtube.com/watch?v=zhUYf4krc1c&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=3
- Was ist eine Kundenzufriedenheitsanalyse
https://www.youtube.com/watch?v=t3HuPCLQz-A&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=4
- Methoden der Marktforschung
https://www.youtube.com/watch?v=ZwQjZBv0kxE&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=7
- Was ist NEUROMARKETING?
https://www.youtube.com/watch?v=eUVYME5oGD8&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=8
- Was ist CUSTOMER CENTRICITY?
https://www.youtube.com/watch?v=rvqOdmS5xvc&list=PL7q80u_tcXPcwRK1NUzoG2z-Uk7LI8bDp&index=11

Englisch:

- Be Productive: 7 Powerful Market Research Tools You Should Use Right Now!
<https://www.youtube.com/watch?v=JcIgJwgSnNA>
- [Market Research | The Secret Ingredient for Business Success](#)
- [Business strategy - SWOT analysis](#)
- [The role of strategy in business](#)

Bibliographie - mehr erfahren

Deutsch:

- [Gabler Wirtschaftslexikon: Was ist Marktforschung?](#)
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marktforschung-39843>
- [WKO: Marktforschung](#)
<https://www.wko.at/gruendung/marktforschung-betreiben>

Englisch:

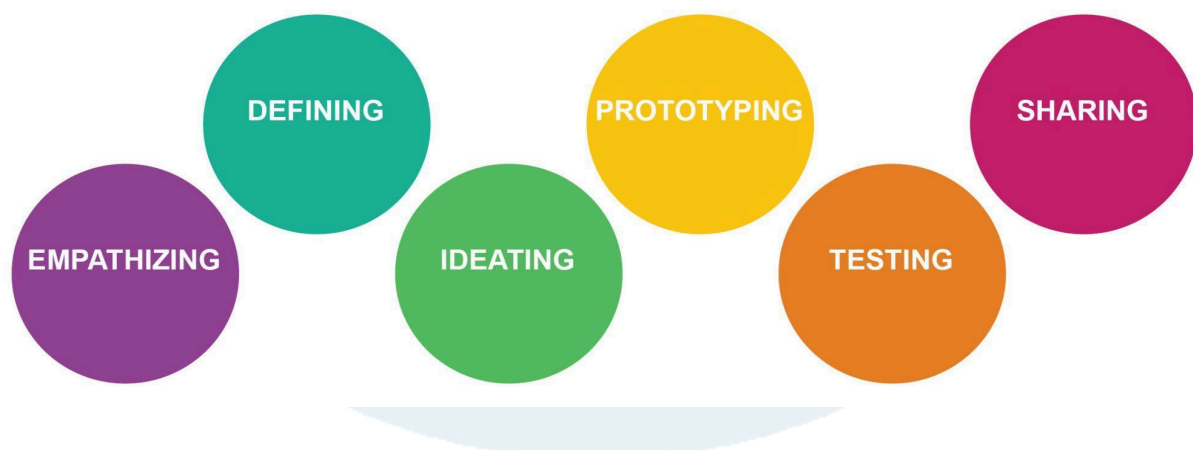
- [Planview: 4 Keys Of A Strategic Plan - Download Our Whitepaper Now](#)
<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Understand+the+importance+of+market+analysis+in+shaping+your+business+strategy&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
- [Improvado: What Are the Benefits of Conducting Market Analysis?](#)
<https://improvado.io/blog/how-to-perform-market-analysis#:~:text=Market%20analysis%20of%20numerous%20benefits,resources%2C%20and%20enhancing%20product%20development>

Lerneinheit 3 - Ideenfindung und Innovation

Ideenfindung ist der Prozess der Entwicklung neuer Ideen, der auf den Eigenschaften Neugier und Kreativität beruht. Bei der Entwicklung von Ideen ist die Ideenfindungsphase entscheidend, um sicherzustellen, dass wir von Anfang an ein starkes Konzept haben. Diese Phase umfasst das Erkennen von Problemen und Aussichten, die Entwicklung von Ideen in Bezug auf die ermittelten Probleme und die Durchführung von Analysen, um die Annahmen in Bezug auf den Markt, die Kunden und das Konzept selbst zu überprüfen. Die Ideenfindung ist Teil eines umfassenderen Designprozesses, der damit beginnt, das Zielpublikum zu verstehen, Einfühlungsvermögen zu zeigen, die Anforderungen dieses Publikums zu verstehen und zu definieren und anschließend ein Brainstorming über das Notwendige durchzuführen.

Darüber hinaus zielt die **Ideenfindungsphase** darauf ab, die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns zu verringern, indem Konzepte entwickelt werden, die einen klar definierten Bedarf erfüllen. Erfolgreiche Start-ups beginnen mit einer hochkarätigen Idee, die innovativ ist, eine grundlegende Wahrheit erfasst und wesentliche Wettbewerbsvorteile aufweist.

Im Design Thinking-Prozess der Stanford School gibt es 6 Phasen des Designs:



EN: <https://dschool.stanford.edu/resources/getting-started-with-design-thinking>

DE: <https://www.storytellingmasterclass.de/design-thinking-prozess/>

Ziel des **Design Thinking** ist es, das Einfühlungsvermögen für die Kund:innen zu fördern, die nicht offensichtlichen Herausforderungen zu entdecken, denen sie sich

gegenübersehen, und ein tieferes Verständnis dafür zu erlangen, wie bestehende Marktlösungen ihre Anforderungen nicht angemessen erfüllen.

Innovation ist der Prozess der Entwicklung neuer Ideen, Produkte oder Verfahren. Innovationsdenken ermöglicht es einem Unternehmen, zu wachsen und seine Zielgruppe besser zu bedienen. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, müssen Unternehmen innovative Lösungen in der Führung oder in ihrem strategischen Ansatz vornehmen.

Was ist bzw. fördert Kreativität? Sascha Friesike, ein Experte der Kreativitäts-forschung, erklärt uns in diesem Video wie Neues entsteht. Er hat mit dieser Präsentation den 60. Science Slam Berlin gewonnen:

<https://www.youtube.com/watch?v=UkbwiJmbSVk>

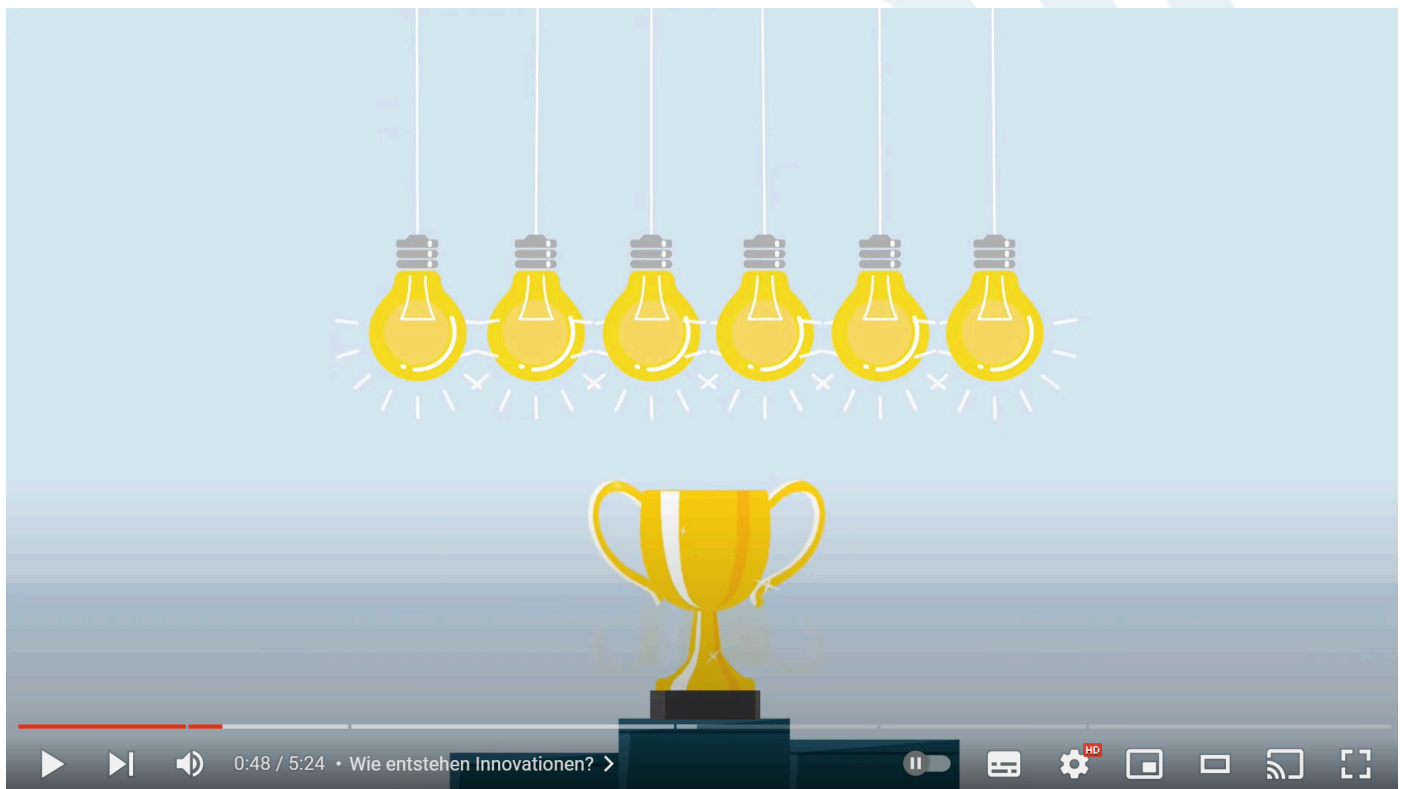


'Wie funktioniert Kreativität?' - Prof. Sascha Friesike beim #60 Science Slam Berlin

Viele Start-ups beginnen ihre Tätigkeit mit der Einführung innovativer Produkte oder Dienstleistungen, was die **zentrale Rolle der Innovation für ihren Erfolg** unterstreicht. Im Grunde genommen ist kontinuierliche Innovation für alle Unternehmen unverzichtbar. Der Schlüsselfaktor liegt in der spezifischen Ausrichtung ihrer Innovationsstrategien, die von Unternehmen zu Unternehmen sehr unterschiedlich sein können.

Swissmem stellt in diesem Video „Wege zu einer innovativen Idee“ vor:

https://www.youtube.com/watch?v=ye13kn_Czlc



Tipps zur Förderung des Innovationsdenkens in Unternehmen

- Erstellen Sie einen Finanzplan

Ein Finanzplan für Ihr digitales Unternehmen kann Sie auf viele potenzielle Probleme und finanzielle Hindernisse bei der Gründung Ihres eigenen Unternehmens vorbereiten. Ganz gleich, ob Ihr Unternehmen ein neues Produkt entwickeln oder eine innovative Dienstleistung anbieten möchte, ein Finanzplan kann Ihnen helfen, Ihre Bedürfnisse besser zu erkennen und Ihr Unternehmen erfolgreicher zu machen.

- Netzwerk

Networking ist einer der wichtigsten Bestandteile eines jeden digitalen Unternehmens. Unternehmer nutzen das Networking häufig, um neue Leute kennenzulernen, die ihnen helfen können, ihr Unternehmen voranzubringen, z. B. Lieferanten, Investoren oder andere persönliche Verbindungen in der Branche. Die Teilnahme an Networking-Veranstaltungen kann Unternehmer:innen helfen, relevant zu bleiben, ihr Wissen zu erweitern und von Fachleuten etwas über neue Technologien zu lernen, um ein wirklich innovatives Produkt zu entwickeln.

- Akzeptieren Sie konstruktives Feedback

Auch die Fähigkeit, konstruktives Feedback anzunehmen, ist ein Muss, um in der Geschäftswelt zu wachsen. Unternehmer:innen sollten offen und bereit sein, Feedback von anderen Führungskräften der Branche und von Kund:innen anzunehmen und es auf der Grundlage ihrer Erfahrungen zu nutzen, um ihr Unternehmen erfolgreich zu machen. Feedback ist der Weg, um einen besseren Einblick in die Bedürfnisse des Marktes und der Kund:innen zu gewinnen, und es ist notwendig, ein Produkt oder eine Dienstleistung entsprechend zu gestalten.

Warum sind Ideenfindung und Innovation für digitale Unternehmer wichtig?

Ideenfindung und Innovation sind für die Gründung eines digitalen Unternehmens von großer Bedeutung. Wie oben beschrieben, haben beide Ansätze für ein aufstrebendes Unternehmen im digitalen Sektor viel zu bieten, vor allem weil sie Denkprozesse anstoßen, die später viele grundlegende Fragen zum Unternehmen beantworten können. Die Ideenfindung ist wichtig, da sie dazu führt, dass Sie potenzielle Probleme, die in der Entwicklungsphase Ihres Unternehmens auftreten können, entdecken und lösen können. Gleichzeitig lernen Sie mehr über Geschäftsmodelle und darüber, was in Ihrem Fall am besten geeignet ist. Aber Sie analysieren auch Ihre Zielgruppe gründlich und entdecken neue Wege, wie Sie Kundenbedürfnisse besser erfüllen können.

An dieser Stelle kommt die Innovation ins Spiel und unterstützt Sie als Unternehmer:in mit Techniken, die sowohl Ihre persönliche als auch die Teamproduktivität steigern und dem Geschäftsprozess Einzigartigkeit und Neuartigkeit verleihen. Innovation kann Ihrem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und dazu beitragen, die Kosten zu senken und die Einnahmen zu steigern, was wiederum zum Erfolg führt.

Entwickeln Sie Ihre eigenen Geschäftsideen: Beliebte Ideenfindungstechniken zum Ausprobieren!

- Brainstorming-Sitzung

Ziel: Nutzen Sie die Kraft der Gruppe und bauen Sie auf den Ideen der anderen auf!

Team: Kleines, aber vielfältiges Team wird bevorzugt.

Dauer: Etwa 20-minütige Sitzung.

Anweisungen: Sie können ein Flip-Chart verwenden, um Ideen aufzuschreiben und diese dann in einer Diskussion zu vertiefen. Sie sollten so viele Ideen wie möglich sammeln.

- Methode 6-3-5

Ziel: Auf den Ideen der anderen aufbauen!

Mannschaft: 6 Personen

Dauer: 30 Minuten

Anweisungen: 6 Personen schreiben 3 Ideen in 5 Minuten auf. Nachdem die 5 Minuten vorbei sind, tauschen sie ihre Zettel aus und haben weitere 5 Minuten Zeit,

um auf den erhaltenen Ideen aufzubauen. Der Vorgang wird so lange wiederholt, bis alle Ideen einmal im Kreis gingen.

- Prototyping

Ziel: Erstellen Sie eine physische Darstellung Ihrer Idee!

Team: 1-4 Personen, der Rest des Teams ist für Feedback zuständig.

Dauer: Bis zu 30 Minuten.

Anweisungen: Verwenden Sie verfügbare Werkzeuge, um Ihr Produkt schnell als Prototyp zu erstellen, damit Sie es präsentieren und Feedback zu seiner Verbesserung erhalten können.

- Five Whys-Analysetechnik

Ziel: Das Problem an der Wurzel packen!

Mannschaft: Nicht angegeben

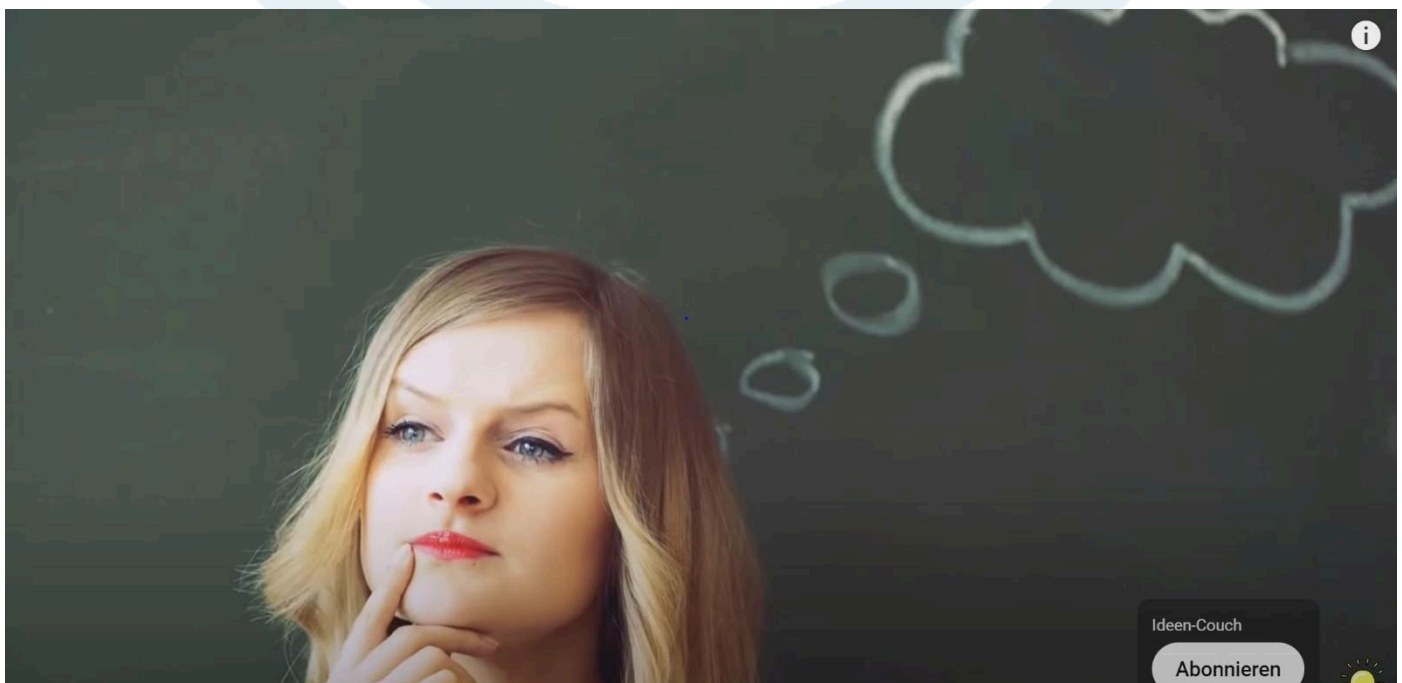
Dauer: Nicht festgelegt

Anweisungen: Beginnen Sie mit einer Problemstellung und fragen Sie dann nach dem "Warum" des Problems. Wiederholen Sie diesen Schritt, bis Sie keine aufschlussreichen Antworten mehr erhalten und die Ursache des Problems herausfinden.

Abgesehen von diesen Aktivitäten, die meist im Team stattfinden, sollten Sie als Unternehmer:in auch für sich persönlich darauf achten, innovativ zu agieren!

Video von Ideen-Couch: Out of the Box 💎 7 geniale Tipps für neues Denken

<https://www.youtube.com/watch?v=hQ7oSnxl-4A>





Es ist sehr wichtig, über den Tellerrand hinauszuschauen!

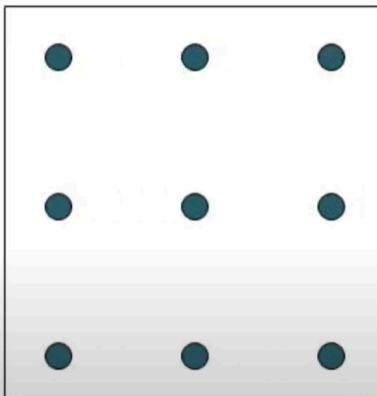
Querdenken ist ein Ausdruck, der verwendet wird, um andere, unkonventionelle oder kreative Denkweisen zu beschreiben. Querdenken bedeutet, den Status quo vollständig zu verstehen und ihn dann in Frage zu stellen.

Denken Sie, dass Sie über den Tellerrand hinausschauen können?

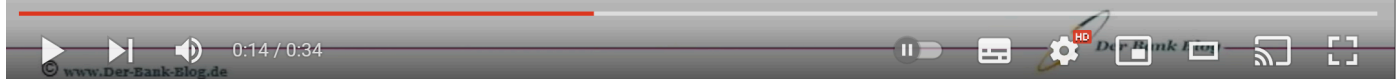
Machen Sie diese Übung, um es herauszufinden:

<https://www.youtube.com/watch?v=q1txr6CCnB0>

Das 9-Punkte-Problem



Verbinden Sie die neun Punkte mit einem Stift durch vier oder weniger gerade Linien, ohne den Stift abzusetzen.



„Outside-the-box“-Denken zur Lösung des 9-Punkte-Problems

Wie kann Ihre unternehmerische Initiative von einem Blick über den Tellerrand profitieren?

- **Förderung von Vielfalt und Integration.**

Der erste Schritt zu einem erfolgreicherem Unternehmen besteht darin, Vielfalt und Integration in Ihrem Team zu fördern. Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen, Ethnien und Kulturen können frische Ideen und neue,

innovative Kombinationen einbringen und gleichzeitig Ihr Kundensegment erweitern. Die Schaffung eines diversifizierten und integrativen Teams ist ein wichtiger Faktor im digitalen Unternehmertum.

- Annahmen hinterfragen
Über den Tellerrand zu schauen bedeutet oft, die Annahme in Frage zu stellen, dass eine bestimmte Methode zu bestimmten Ergebnissen führen kann. Manchmal muss man seinen Horizont erweitern und andere Ansätze für das Wachstum erkunden.
- Ermutigen Sie zu kreativen Problemlösungen
Befolgen Sie die verschiedenen genannten Techniken, um Herausforderungen mit einer kreativen Denkweise anzugehen und Ihre Branche zu revolutionieren.
- Fördern Sie eine Kultur der Neugierde
Sie können dies tun, indem Sie Fragen stellen, neue Themen entdecken und versuchen, sich in verschiedenen Bereichen inspirieren zu lassen. Wenn Sie neugierig bleiben, können Sie Ihr Unternehmen voranbringen und ihm helfen, wirklich innovative Lösungen anzubieten.
- Seien Sie risikofreudig
Ermutigen Sie sich selbst und Ihr Team, aus Ihrer Komfortzone herauszutreten und mit neuen Strategien zu experimentieren. Risikobereitschaft ist ein wichtiger Bestandteil des Querdenkens, das zu bedeutenden Durchbrüchen führen kann.
- Aus Misserfolgen lernen
Der vielleicht wichtigste Aspekt bei der Gründung eines Unternehmens ist die Fähigkeit, Misserfolge zu überwinden und sie als Lernmöglichkeit zu akzeptieren.

Kreative Techniken zur Problemlösung

Tipps zur Förderung der Kreativität bei der Problemlösung:

- Machen Sie einen Brain Dump
Beim Brain Dumping schreiben Sie Ihre Gedanken auf, ohne sich Gedanken darüber zu machen, ob sie tatsächlich realisierbar sind. Es geht darum, den Denkprozess in Gang zu setzen und all Ihren Ideen eine Chance zu geben!

- Erweitern Sie Ihren Geltungsbereich
Versuchen Sie, aufgeschlossen zu sein und neue Ideen und Perspektiven anzunehmen, damit Sie ein Problem lösen können!
- Arbeiten Sie sich mit einer Stoppuhr
Manchmal ist es besser, unter Zeitdruck zu arbeiten, um Stillstand zu vermeiden. Setzen Sie sich eine Frist, um sicher zu sein, dass Sie sich nicht in Gedanken verlieren!
- Vom Ziel aus rückwärts arbeiten
Diese Technik ermöglicht es Ihnen, das Ergebnis aufzuschlüsseln und in realisierbare Schritte auf dem Weg zum Ziel zu unterteilen. Schreiben Sie das Ergebnis auf und arbeiten Sie dann rückwärts, indem Sie kleine Meilensteine schaffen, die Sie dann in kleinere Aufgaben aufteilen!
- Fragen Sie jemanden außerhalb Ihres Fachgebiets
Ein sehr interessanter Weg, um Probleme zu lösen, besteht darin, Einblicke in ganz neue Perspektiven zu erhalten, indem man die Meinung von Menschen einholt, die aus anderen Fachbereichen kommen.
- Fragen Sie ein Kind
Es bestätigt sich oft, dass Kinder die innovativsten Ideen und Lösungen entwickeln können. Der Versuch lohnt sich.
- Problemlösung für jemand anderen
Bei dem Versuch, das Problem eines anderen zu lösen, kann manchmal eine Idee auftauchen, die eine andere Perspektive auf unser eigenes Problem eröffnet.

Wie man mit lateralem Denken eine innovative Denkweise kultiviert

Laterales Denken ist ein Denkprozess, der es uns abverlangt, Annahmen zu hinterfragen und die Dinge aus einer völlig neuen Perspektive zu betrachten. Außerdem ermöglicht es unseren Gedanken, das anfängliche Problem in einen Ausgangspunkt zu verwandeln, anstatt „vor einer unüberwindbaren Mauer“ zu stehen.

Schritte, die wir unternehmen können, um die Fähigkeit zum Querdenken zu entwickeln:

- Setzen Sie sich mit Ihre Annahmen auseinander: Warum „müssen“ Sie auf eine bestimmte Weise handeln und denken? Versuchen Sie, den Grund dafür zu verstehen.
- Stellen Sie Ihre Lösungen in Frage: Versuchen Sie, Ihre Lösungen neu zu formulieren, um Ihren kreativen Denkprozess zu entwickeln. Unsere Festgefahrenheit blockiert oft unser kreatives Denken und macht es uns schwer, die Realität zu sehen. Wenn Sie beginnen, diese Annahmen zu hinterfragen, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass neue Lösungswege (Ideen) entstehen!
- Stützen Sie sich auf Ihre Phantasie: Vertrauen Sie Ihrer Vorstellungskraft und geben Sie Ihren Ideen Raum zum Wachsen, bevor Sie sie verwerfen!
- Überschreiten Sie Ihre Grenzen: Versuchen Sie, unterschiedlichsten Ideen nachzugehen, bevor Sie sich (wieder!) auf die sichere Seite begeben. Es ist nichts falsch daran, sich anderen Denkweisen zu öffnen und neue Möglichkeiten auszulosten!

Beispiele/Übungen aus der Praxis

- Übung 1: Ordnen Sie Wörter alphabetisch in 5 Minuten
So geht's: Erstens: Denken Sie an ein beliebiges Wort oder sehen Sie auf ein Wort auf einem Zeitschriftencover oder einer Plakatwand (vorzugsweise mit sechs oder mehr Buchstaben). Zweitens: Hören Sie auf, das Wort anzuschauen, und stellen Sie es sich einfach in Ihrem Kopf vor. Dann ordnen Sie alle Buchstaben in Ihrem Kopf so an, dass sie in alphabetischer Reihenfolge stehen. Das Besondere an dieser Denkgymnastik ist, dass Sie gezwungen sind, alle Informationen - alle Buchstaben - zu verwenden und sie in Ihrem Kopf völlig neu zu ordnen. Versuchen Sie dies an drei Tagen in der Woche für fünf Minuten pro Tag. Erhöhen Sie die Anzahl der Buchstaben in den Wörtern, die Sie neu ordnen, je besser Sie darin werden. Nach einer Weile werden Sie feststellen, dass sich Ihr Geist daran gewöhnt hat, die Dinge auf eine andere Art und Weise zu betrachten, und Sie werden auf Ideen kommen, an die Sie vorher nicht gedacht haben.
- Übung 2: Führen Sie ein Gespräch, OHNE den Buchstaben E zu verwenden.
Wie man es macht: Dies ist ein lustiges Spiel, das Sie mit Kolleg:innen und im Freundeskreis spielen können und das automatisch die "Muskeln" Ihres Gehirns trainiert. Ziel ist es, dass Sie und Ihre Freund:in ein normales Gespräch führen, ohne ein Wort zu benutzen, das den Buchstaben E enthält. Sie müssen jedoch versuchen, das Gespräch so normal wie möglich zu gestalten, ohne lange Pausen zwischen den Sätzen.

- Übung 3: Addieren Sie eine Reihe von einstelligen Zahlen möglichst SCHNELL
Das schnelle Addieren kleiner Zahlen im Kopf ($4+7+9+3+2+2+8+5+8...$) zwingt Sie dazu, die Informationen, mit denen Sie arbeiten und die Sie sich merken müssen, ständig zu ändern. Während Sie die Zahlen zusammenzählen, ändert sich Ihre Gesamtsumme ständig, und um zur nächsten Summe zu gelangen, müssen Sie sich ausschließlich auf Ihre aktuelle Summe und die nächste Zahl konzentrieren, die Sie hinzufügen. Es gibt nur wenige mentale Übungen, bei denen die Konzentration und die sich ständig verändernden Informationen eine so wichtige Rolle spielen.

Glossar der Begriffe

Begriff	Definition ³
Ideenfindung	der Prozess des Entstehens von Ideen oder Gedanken
Innovation	die Einführung neuer Dinge, Ideen oder Methoden
Brainstorming	eine Möglichkeit, eine Gruppe von Menschen dazu zu bringen, gleichzeitig über etwas nachzudenken, oft um ein Problem zu lösen oder gute Ideen zu entwickeln
Laterales Denken	eine Möglichkeit, ein Problem zu lösen, indem man seine Vorstellungskraft einsetzt, um neue Sichtweisen zu finden

³ Definitionen basierend auf Oxford Learner's Dictionaries:
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Übung: Quiz zu Ideenfindung und Innovation

1. Bei der Ideenfindung geht es in erster Linie darum, Probleme zu erkennen und Ideen zu deren Lösung zu entwickeln.

A)WAHR oder B)FALSCH?
2. Was ist das Hauptziel von Design Thinking?
 - a) Mehr Marktlösungen
 - b) Einfühlungsvermögen für Kunden fördern
 - c) Kundenanforderungen ignorieren
3. Warum ist Feedback für ein Unternehmen so wichtig?
 - a) Um Risiken zu vermeiden
 - b) Bessere Einsicht in die Bedürfnisse des Marktes und der Verbraucher:innen
 - c) Begrenzung der Produkt-/Dienstleistungsverbesserung
4. Warum ist Innovation für Unternehmen wichtig?
 - a) Vereinfachung der Finanzplanung
 - b) Verringerung der Wettbewerbsfähigkeit
 - c) Wachstum und bessere Betreuung der Zielgruppen
5. Wie kann Innovation einen Wettbewerbsvorteil verschaffen?
 - a) Durch steigende Kosten
 - b) Durch Verringerung der Einnahmen
 - c) Durch Einzigartigkeit und Neuartigkeit
6. Beim Prototyping wird eine Idee physisch dargestellt.

A)WAHR oder B)FALSCH?
7. Wie kann Ihre unternehmerische Initiative von einem Blick über den Tellerrand profitieren?
 - a) Begrenzung der Vielfalt
 - b) Annahmen in Frage stellen
 - c) Vermeidung von Risikobereitschaft
8. Brain Dumping ist der Prozess der sorgfältigen Planung von Ideen.

A)WAHR oder B)FALSCH?

9. Laterales Denken führt zur Verstärkung eigener Annahmen.

A)WAHR oder B)FALSCH?

Lösungsschlüssel: 1- a, 2- b, 3- b, 4- c, 5- c, 6- a, 7- b, 8- b, 9- b

Interaktive Übung - Bad Idea Brainstorming

Format	Alleine oder in einer Gruppe
Lernen Zielsetzungen	Lassen Sie Ihre Phantasie spielen, denken Sie über ihre schlechten Ideen nach, und denken Sie dabei über den Tellerrand hinaus.
Benötigtes Material/ Ausrüstung	Computer/Papier für Notizen
Beschreibung der Übung	<p>Teilen Sie die Teilnehmer:innen in kleine Gruppen ein (2-3 Personen)*.</p> <p>Geben Sie den Teams 10-15 Minuten Zeit und bitten Sie sie, sich die schlimmsten Ideen auszudenken, die sie sich für ihre Geschäftsidee vorstellen können. Besprechen Sie die Ergebnisse mit allen Teams.</p> <p>*Die Aktivität kann auch individuell durchgeführt werden</p>
Fragen zur Nachbesprechung	Was haben Sie aus dieser Übung mitgenommen? Hat sie Ihnen geholfen, auf innovativere Weise zu denken?
Zugewiesene Zeit	Ungefähr 25 Minuten
Hinweise für den Trainer/Moderator	Nehmen Sie sich Zeit für das Gespräch.
Quelle	<p>https://www.invitejapan.com/en/lateral-thinking/</p> <p>Siehe auch (in DE): https://www.ideenfindung.de/Laterales-Denken-neue-Blickwinkel-Edward-de-Bono-Ideenfindung.html </p>

Checkliste: Ihre Lernergebnisse

Was ich zum Thema "Ideenfindung und Innovation" weiß		
#	Thema/Fragestellung	JA / NEIN
1	Haben Sie ein besseres Verständnis für den Ideenfindungsprozess gewonnen?	
2	Konnten Sie die wichtigsten Grundsätze der Innovation erkennen?	
3	Haben Sie gelernt, wie Sie kreative Ideen besser umsetzen können?	
4	Wurden Sie in verschiedene Ideenfindungstechniken eingeführt?	
5	Hat Ihnen die Schulung geholfen, die Bedeutung von Experimenten im Innovationsprozess zu erkennen?	
6	Waren Sie in der Lage, die Konzepte der Ideenfindung und Innovation als Ergebnis dieser Schulung auf reale Szenarien anzuwenden?	
7	Wurde in der Schulung die Bedeutung der Zusammenarbeit bei der Förderung von Innovationen hervorgehoben?	

Ressourcen für M1-LU3

Das folgende Lernmaterial wird zur Verfügung gestellt:

Deutsch:

- Design Thinking Workshop an der Stanford Universität
<https://www.storytellingmasterclass.de/design-thinking-prozess/>
- Sascha Friesike, Wie Neues entsteht. 60. Science Slam Berlin
<https://www.youtube.com/watch?v=UkbwiJmbSVk>
- Swissmem stellt in diesem Video „Wege zu einer innovativen Idee“ vor:
https://www.youtube.com/watch?v=ye13kn_Czlc
- Der Bank Blog: „Outside-the-box“-Denken zur Lösung des 9-Punkte-Problems
<https://www.youtube.com/watch?v=q1txr6CCnB0>
- Atelier für Ideen: Laterales Denken
<https://www.ideenfindung.de/Laterales-Denken-neue-Blickwinkel-Edward-de-Bono-Ideenfindung.html>

Englisch:

- Quiz - <https://qrizly.com/quizzes/brain-teasers>
- Article on Ideation - <https://press.rebus.community/media-innovation-and-entrepreneurship/chapter/ideation-2/>
- Article on the importance of ideation - <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681317300265>
- How to come up with innovative business ideas - https://www.youtube.com/watch?v=Y_j1hsIyd0
- How to develop good ideas - <https://www.youtube.com/watch?v=mtn31hh6kU4>
- Creative thinking - <https://www.youtube.com/watch?v=cYhgITy4yY>
- How to think outside the box - https://www.youtube.com/watch?v=r--6fv_V0aY
- TED Talk: 'Why innovation is all about people rather than bright ideas' : <https://www.youtube.com/watch?v=Q7chxarBJ98>

- TED Talk: 'Creative thinking - how to get out of the box and generate ideas: Giovanni Corazza at TEDxRoma' : <https://www.youtube.com/watch?v=bEusrD8g-dM>

Bibliographie - mehr erfahren

- Ferrier, M. (2017, August 23). *Ideation*. Rebus.community; Pressbooks.
<https://press.rebus.community/media-innovation-and-entrepreneurship/chapter/ideation-2/>
- *Innovative Entrepreneurship: Definition, Tips and FAQs*. (n.d.). Indeed Career Guide.
<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovative-entrepreneurship>
- *Why Is Ideation Important?* (2021, February 19). Koombea.
<https://www.koombea.com/blog/why-is-ideation-important/#:~:text=By%20challenging%20companies%20to%20explore>
- Key, S. (2013, April 26). *3 Games To Help You Generate Business Ideas*. Entrepreneur.
<https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/3-games-to-help-you-generate-business-ideas/226501>
- *Thinking outside the box: 8 ways to become a creative problem solver*. (n.d.).
www.betterup.com. <https://www.betterup.com/blog/thinking-outside-the-box>
- *Unleashing Creativity: The Art of Thinking Outside the Box in Business*. (n.d.).
www.linkedin.com. Retrieved October 19, 2023, from
<https://www.linkedin.com/pulse/unleashing-creativity-art-thinking-outside-box-business-victor-marin/>
- *Lateral Thinking: How to Actually Think Outside the Box and Ignite Your Team's Innovation* | Invite Japan. (2022, June 16). Invite Japan.
<https://www.invitejapan.com/en/lateral-thinking/>
- *Surprising Exercises to Get You Thinking outside the Box* | Psychology Today. (n.d.).
Www.psychologytoday.com. Retrieved October 19, 2023,
<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-power-of-forgetting/201404/surprising-exercises-to-get-you-thinking-outside-the-box>
- Meyer, D. J.-U. (n.d.). What is Innovation? Introduction and Definition for Practitioners.
<https://innolytics.net/what-is-innovation/#definition>
- Jaiswal, S. (2022, July 21). *4 Important Benefits of Innovation in Business* | Emeritus India.
Emeritus - Online Certificate Courses | Diploma Programs.
<https://emeritus.org/in/learn/important-benefits-of-innovation-in-business/>