



LEHRPLAN

für den Trainingskurs

**Befähigung der Jugendarbeiter zur
Förderung von Start-ups für digitales
Unternehmertum bei Jugendlichen**



TITEL:

Lehrplan für den Schulungskurs “Befähigung der Jugendarbeiter, zur Förderung von Start-ups für digitales Unternehmertum bei Jugendlichen”

PROJEKT:

“Digitales Unternehmertum Start-up für Jugendliche”, finanziert vom British Council, National Agency im Vereinigten Königreich, im Rahmen des Erasmus+ Programms.

Projektpartner sind:

- Silver Fox North east CIC, Großbritannien (Antragsteller)
 - PIN-Beratung, Serbien
- Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen “Realisierung”, Kroatien
 - Youth Power Germany e.V., Deutschland
 - Ung Kraft / Youth Power, Schweden

VERÖFFENTLICHUNG

Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen “Realisierung”, Kroatien

EDITORIN:

Danijela Matorčević

AUTHOREN:

Danijela Matorčević
Domagoj Morić
Milica Milović Kinoli
Armin Cerkez
Franjo Brkan
Patrick Nzuzi

ÜBERSETZUNG AUS DEM ENGLISCHEN:

Jasmina Venhari

GRAPHIC DESIGN:

Vedran Raić



CONTENTS

ZUSAMMENFASSUNG DES PROJEKTS:	4
HINTERGRUND DES LEHRPLANS:	6
EMFEHLUNGEN FÜR DIE NUTZUNG DIESES LEHRPLANS UND DIE ORGANISATION ÄHNLICHER BILDUNGSKURSE	10
Einführung und Gruppenbildung	14
NFE und Jugendarbeit zur Verbesserung der Jugendkompetenzen (einschließlich Jugendpass)	18
Unternehmerisches Lernen als Mittel zur Bereicherung der Jugendarbeit.....	22
Unternehmertum der neuen Ära und was es für Erzieher / Jugendarbeiter bedeutet.....	25
IT-Sektor und Digitales Unternehmertum	28
Digitale Revolution – Eine neue Art, Geschäfte zu machen	30
Digitales Unternehmen – Definition, Hauptmerkmale und erfolgreiche Fallstudien.....	33
Wie gründet man ein digitales Unternehmen? (Lean Start-up-Methode und digitale Strategie).....	36
Digitaler Arbeitsplatz – Vorteile und Risiken	38
Digitales Marketing – Wesentliche Konzepte und Vorteile	44
Wettbewerbsvorteile mit digitalem Marketing.....	47
Inhaltsmarketing.....	49
Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Werbeformen im digitalen Marketing.....	52
Online / Digital-Kampagnen.....	55
Soziale Netzwerke/Medienwerkzeuge – Wie maximieren Sie Ihre Social Media-Ergebnisse.....	57
Internet-Werbung.....	59
Visuelle Präsentation im Digitalen Marketing	61
Fotografie im Digitalen Unternehmertum – “die ‘beste Seite’ der Waren präsentieren”	63
Nutzung der Fotografie als Werkzeug für Online-Kampagnen.....	66
Fotografie-Werkzeuge und neue Medien zur Förderung und Entwicklung eines Unternehmens.....	68
Wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für den Umgang mit Vorteilen und Risiken des digitalen Arbeitsplatzes und des Unternehmertums aufzubauen.....	70
Abschlusssitzung des Kurses	72



ZUSAMMENFASSUNG DES PROJEKTS:

In letzter Zeit sind hohe Arbeitslosenquoten zu verzeichnen, besonders für junge Menschen, die Schwierigkeiten haben, überhaupt ihren ersten Job zu finden und Erfahrungen für ihre (zukünftige) Karriere zu sammeln. Selbständigkeit und Unternehmertum haben sich als wertvolle Option für die Karriereentwicklung erwiesen. Mit der Entwicklung des IT-Sektors bringen klassische "Offline"-Unternehmen aber nicht ausreichend Kunden und Gewinne und überleben daher nicht lange. Wir glauben, dass die Selbständigkeit von Jugendlichen im digitalen Unternehmertum die Jugendarbeitslosigkeit verringern kann.

Um in das digitale Unternehmertum einzusteigen, müssen alle interessierten Jugendlichen / Einzelpersonen ein hoh(er)es Niveau an IKT / digitalen Kompetenzen haben- Weil die meisten unserer arbeitslosen Jugendlichen in unserer kurzen Umfrage zugeben, dass ihnen digitale Geschäftskompetenzen fehlen, tragen wir mit diesem Projekt zur Entwicklung ihrer IKT / digitalen Kompetenzen bei, das heißt der relevanten und qualitativ hochwertigen Fähigkeiten und Kompetenzen für digitales Unternehmertum von ihnen.

Mit diesem Projekt gehen wir auf die Bedürfnisse der Institutionen sowie auf die Bedürfnisse unserer eigenen Jugendarbeiter und Jugendlichen ein. Wir fördern das digitale Unternehmertum der Jugendliche und produzieren intellektuelle Ergebnisse, die als hochwertiges Wissensmanagementmaterial für die Bildung aktueller und zukünftiger Jugendarbeiter dienen, um Jugendliche erfolgreich für digitales Unternehmertum zu befähigen und zu betreuen.

Projektziele:

- Ermöglichen der arbeitslosen Jugendlichen die Gründung eines digitalen Unternehmertums durch die Entwicklung eines inspirierenden, innovativen und aktuellen Handbuchs sowie des Online-Kurses.
- Stärkung unserer Jugendarbeiter und Verbesserung des Wissensmanagements von Jugendarbeitsorganisationen in Theorie und Praxis zum Aufbau der Kompetenzen von Jugendarbeitern im Bereich des digitalen Unternehmertums für Jugendliche durch LTTA und eines innovativen Lehrplans für die Bildung der Jugendarbeiter sowie ein nützliches Werkzeug mit Workshops für Jugendliche.
- Austausch der Praktiken und Weiterentwicklung einer hochwertigen strategischen Partnerschaft zwischen Partnern aus fünf europäischen Ländern mit verschiedenen Realitäten in Bezug auf Jugendbeschäftigung und digitales Unternehmertum.

Projektaktivitäten sind:

- A1 – Projektmanagement
- M1 – Treffen
- O1 – Handbuch "Start-up für digitales Unternehmertum"
- M2 – Zweites Treffen
- O2 – Lehrplan "Befähigung der Jugendarbeiter zur Förderung von Start-ups für digitales Unternehmertum bei Jugendlichen"
- M3 – Drittes Treffen
- O3 – Werkzeug "Betreuung und Unterstützung der Jugendliche bei der Gründung eines digitalen Unternehmertums "
- M4 – Viertes Treffen

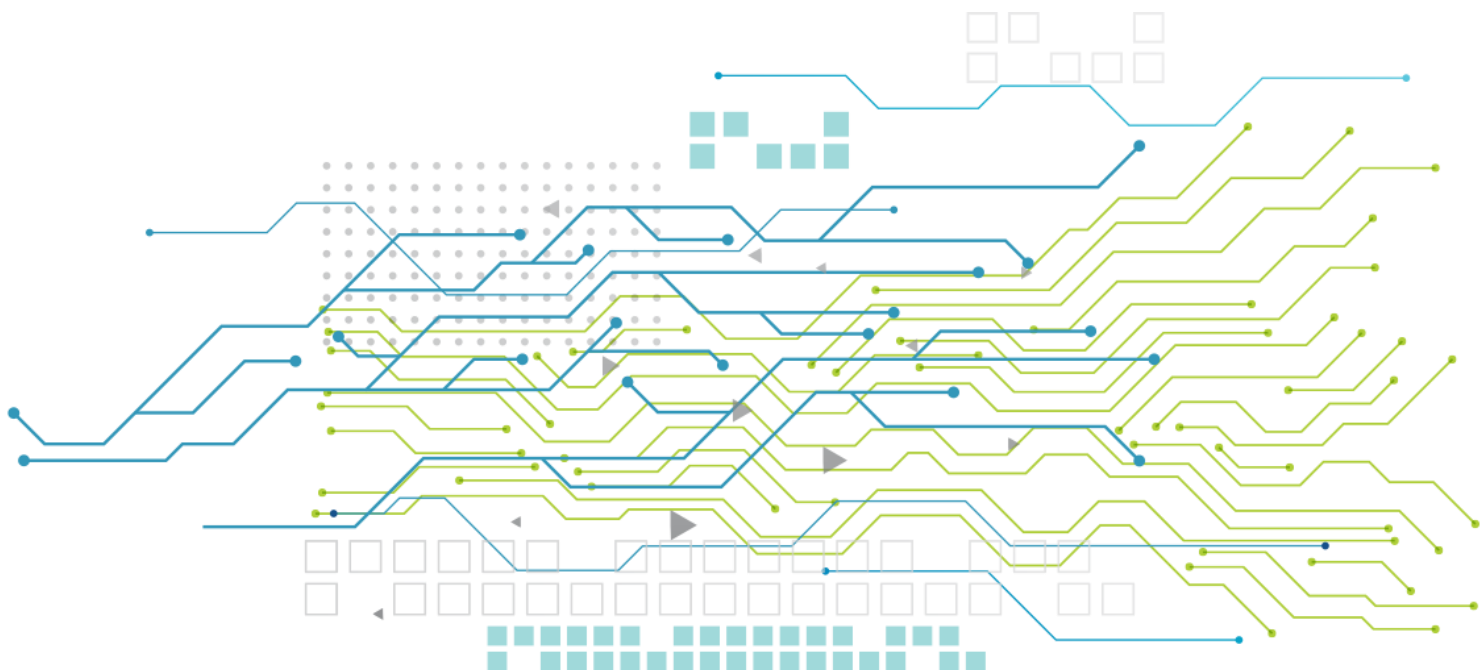
- O4 – E-learning-Kurs “Start-up-Kurs für digitales Unternehmertum für Jugendliche”
- C1 – Die Lern-, Lehr- und Bildungsaktivität (LTTA) – “Training von Trainern für Start-ups im Bereich digitales Unternehmertum für Jugendliche”
- E1, E2, E3, E4, E5 – Offene Konferenzen in Serbien, Kroatien, Schweden, Deutschland, Großbritannien
- M5 – Abschlussbesprechung des Projekttreffens

Die an dem Projekt beteiligten und von ihren Jugendarbeitern vertretenen Jugendorganisationen werden ihre Praktiken, Unterstützungssysteme und ihr Wissensmanagement verbessern, wenn es um die aktuelle und zukünftige Befähigung ihrer neuen Jugendarbeiter geht, Jugendliche für die Gründung eines digitalen Unternehmen zu betreuen.

Arbeitslose Jugendliche werden von den erweiterten Unterstützungsinstrumenten und -mechanismen in ihren Gemeinden für die Gründung von digitalem Unternehmertum für Jugendliche profitieren. Arbeitslose Jugendliche bekommen (durch erweiterte Jugendarbeitsaktivitäten) mehr Qualitätsmöglichkeiten, um ihre Innovations- und Kreativitätskompetenzen im Bereich / für digitales Unternehmertum zu entwickeln. Somit haben mehr Jugendliche in Gemeinden (auch diejenigen, die nicht das Privileg hatten, die formale Bildungsschule für IKT / digitale Kompetenzen zu besuchen) die Gelegenheit, die Kompetenzen und die Praxis beim Einsatz von IKT-Werkzeugen für die Geschäftsentwicklung zu verbessern. Das wird diese Jugendlichen weiter beeinflussen, indem sie mehr Möglichkeiten haben, Erfahrungen zu sammeln und ihre geplante Karriere aufzubauen, indem sie etwas machen, was sie sich für ihre Arbeit wünschen.

Projektpartner sind:

- Silver Fox North east CIC, Großbritannien (Antragsteller)
- PIN-Beratung, Serbien
- Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen “Realisierung”, Kroatien
- Youth Power Germany e.V., Deutschland
- Ung Kraft / Youth Power, Schweden





HINTERGRUND DES LEHRPLANS:

Dieser Lehrplan kann als Instrument für alle interessierten Jugendtrainer angesehen werden und dient als Qualitätsverbesserung des Wissensmanagements in Jugend- (Arbeits-) Organisationen, weil er eine leichte und qualitativ hochwertige Multiplikation der beschriebenen Kenntnisse und Praktiken sowie eine künftige Bildung und Befähigung von Jugendarbeitern, die daran interessiert sind, die Bildung zum digitalen Unternehmertum (Mainstream und mit weniger Möglichkeiten) in unseren Gemeinden zu organisieren / durchzuführen.

Spezifische Ziele des Kurses sind:

- Einführung in die Grundprinzipien der nicht formalen Bildung (einschließlich der Unterschiede zwischen formalem, nicht formalem und informellem Lernen, Lernstilen und deren Auswirkungen auf die NFE);
- Über den theoretischen Rahmen des unternehmerischen Lernens (EL) nachzudenken – was es ist, wieso es benutzt wird und welche Modelle es gibt – und sich gegenseitig zu inspirieren, wie verschiedene Modelle der EL-Modelle in der Jugendarbeit verwendet werden können, um die Kompetenzen zu verbessern;
- Das Konzept des neuen Unternehmertums zu verstehen und über eigene und organisatorische Kompetenzen und Fähigkeiten nachzudenken, die zur Unterstützung einer qualitativ hochwertigen Bildung / Jugendarbeit nötig sind, um junge Menschen für das Unternehmertum der neuen Ära auszubilden;
- Einführung von ICT und digitalem Unternehmertum bei den Teilnehmern;
- Die Gelegenheiten zu visualisieren, die die digitale Revolution für Unternehmen in der Zukunft schafft;
- Vorstellung des Konzepts eines digitalen Unternehmens;
- Bereitstellung der Werkzeuge für die Teilnehmer für die Gründung eines digitalen Unternehmens;
- Herausforderungen und Vorteile des digitalen Arbeitsplatzes erleben und daraus lernen;
- Zu verstehen, welche Kompetenzen digitaler Unternehmer im Rahmen eines SKA-Modells haben muss (Fähigkeiten, Kenntnisse, Einstellungen) und wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für die Arbeit an einem digitalen Arbeitsplatz und für das Unternehmertum aufzubauen;
- Einführung des Konzepts des digitalen Marketings und seiner Vorteile;
- Ermittlung der Wettbewerbsvorteile eines digitalen Unternehmens;
- Über Content Marketing lernen und verstehen, wie wichtig es ist, Inhalte für digitale Unternehmen zu machen;
- Einführung verschiedener Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Formen der Werbung im digitalen Marketing;
- Untersuchung des Online- / Digital-Marketings und seiner Bedeutung für digitale Start-ups;
- Sich mit unterschiedlichen sozialen Netzwerken / Medienwerkzeugen für digitale Start-ups vertraut zu machen, um deren Social-Media-Ergebnisse zu maximieren;
- Mehr über visuelle Präsentation im digitalen Marketing zu erfahren und zu verstehen, wie wichtig es ist, visuelle Inhalte vorsichtig auszuwählen und Fotografie als Werkzeug für Online-Kampagnen zu nutzen;
- Entwicklung der NFE- / Jugendarbeitsworkshops zum Thema, die in der lokalen Jugendarbeit stattfinden können.



Der Kurs basiert auf dem Ansatz, den Prinzipien und Methoden der nicht formalen Bildung. Es hat interaktive und partizipative Methoden, die auf das Profil und die Bedürfnisse der Teilnehmer angepasst sind. Einige davon sind: theoretische Themen und Vorträge; Einzel- / Gruppenaktivitäten; Gruppenspiele und Übungen, Simulationen und Rollenspiele; in einer kleinen Gruppe an Beispielen arbeiten; Diskussionen; und so weiter. Die Sprache des Kurses ist Englisch.




Das Programm des Trainingskurses:

Tag 1	
Nachmittag	Ankunft der Teilnehmer
Abend	Willkommensabend
Tag 2	
Vormittag	Einführung und Gruppenbildung
Nachmittag	NFE und Jugendarbeit zur Verbesserung der Jugendkompetenzen (einschließlich Jugendpass)
Abend	Interkultureller Abend
Tag 3	
Vormittag	Unternehmerisches Lernen als Bereicherung der Jugendarbeit
Nachmittag	Unternehmertum der Neuen Ära und was es für Erzieher / Jugendarbeiter bedeutet
Nachmittag	IT-Sektor und digitales Unternehmertum
Nachmittag	Tägliche Reflexionszeit und Bewertungsrunde
Abend	NGO-Messe
Tag 4	
Vormittag	Digitale Revolution – eine neue Art, Geschäfte zu machen
Vormittag	Digitales Unternehmen – Definition, Hauptmerkmale und erfolgreiche Fallstudien
Nachmittag	Wie man ein digitales Unternehmertum gründet (Lean-Start-up-Methode und digitale Strategie)
Nachmittag	Digitaler Arbeitsplatz – Vorteile und Risiken
Nachmittag	Tägliche Reflexionszeit und Bewertungsrunde
Tag 5	
Vormittag	Wer ist ein digitaler Unternehmer (Definition der SKA-Kompetenzen, die eine Person haben muss, um ein digitaler Unternehmer zu werden)
Vormittag	Digitales Marketing – wesentliche Konzepte und Vorteile
Nachmittag	Digitales Marketing – wesentliche Konzepte und Vorteile (Fortsetzung)
Nachmittag	Wettbewerbsvorteile durch digitales Marketing
Nachmittag	Content Marketing
Nachmittag	Tägliche Reflexionszeit und Bewertungsrunde
Tag 6	
Vormittag	Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Werbeformen im digitalen Marketing
Nachmittag	FREIER NACHMITTAG
Tag 7	
Vormittag	Online / digitale Kampagnen
Vormittag	Soziale Netzwerke / Medienwerkzeuge – wie man seine Social-Media-Ergebnisse maximiert
Nachmittag	Internet-Werbung
Nachmittag	Visuelle Präsentation im digitalen Marketing
Nachmittag	Tägliche Reflexionszeit und Bewertungsrunde
Tag 8	
Vormittag	Fotografie im digitalen Unternehmertum – Präsentation der “besten” Seite der Ware
Nachmittag	Nutzung der Fotografie als Werkzeug für Online-Kampagne
Nachmittag	Fotografie-Werkzeuge und neue Methoden zur Förderung und Entwicklung des Unternehmens
Abend	Tägliche Reflexionszeit und Bewertungsrunde
Tag 9	
Vormittag	Wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für den Umgang mit Vorteilen und Risiken des digitalen Arbeitsplatzes und des Unternehmertums aufzubauen
Nachmittag	Abschlussitzung des Trainingskurses
Abend	Abschiedsfeier
Tag 10	
Vormittag	Abreise der Teilnehmer



Die Teilnehmer müssen folgende Kriterien erfüllen:

- Aktive Jugendarbeiter oder Jugendleiter, die daran interessiert sind, Jugendarbeiter in Partnerorganisationen zu werden;
 - Bereitschaft, das bekommene Wissen anzuwenden und leichter zu machen;
 - Bereitschaft, Maßnahmen im Bereich der Stärkung der Jugend bei der Gründung digitaler Unternehmen zu ergreifen;
 - Bereitschaft, Partnerschaften mit Teilnehmern aus verschiedenen Organisationen / Ländern einzugehen;
 - Während der ganzen Dauer des Kurses teilnehmen und aktiv sein und nach der Teilnahme am Kurs einen lokalen Workshop mit jungen Menschen durchzuführen;
 - Alter über 18 Jahre und in der Lage, das Programm in englischer Sprache zu schaffen.
- 




EMFEHLUNGEN FÜR DIE NUTZUNG DIESES LEHRPLANS UND DIE ORGANISATION ÄHNLICHER BILDUNGSKURSE

Dieser Lehrplan “Befähigung der Jugendarbeiter zur Förderung von Start-ups für digitales Unternehmertum bei Jugendlichen” wurde zum Zweck der Verbreitung und damit zur Ausweitung der Auswirkungen unseres Projekts auf andere Partnerorganisationen und andere Jugend- und ähnliche Organisationen sowie deren Koordinatoren, Jugendarbeiter, Jugendliche und Erzieher erstellt – um das Wissensmanagement und den Kapazitätsaufbau ihrer Jugendarbeiter weiter zu verbessern und damit die systematische Unterstützung der Jugend in den lokalen Gemeinschaften zu erhöhen.

Dieser Lehrplan ist ein Ressourcenmaterial für alle, die sich für das Thema Start-ups im Bereich des digitalen Unternehmertums interessieren. Es ist vor allem nützlich für Jugendarbeiter, die in einer Organisation arbeiten, sowie für Freiwillige, die Workshops durchführen möchten. Dieser Lehrplan ist ebenso eine Inspiration für Auszubildende in diesem Bereich, weil sie die Multiplikatoren des Wissens sein können, besonders wenn ähnliche Schulungskurse auf lokaler und europäischer Ebene organisiert werden.

Wenn Sie diesen Lehrplan zur Organisation eines Kurses benutzen, möchten wir, dass die Teilnehmer ihre Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen im Bereich des digitalen Unternehmertums und anderer relevanter Fähigkeiten entwickeln. Besonders sind Kompetenzen, die wir entwickeln möchten, folgende:

- Kompetenzen in Bezug auf die Hauptprinzipien der nicht formalen Bildung (einschließlich der Unterschiede zwischen formalem, nicht formalem und informellem Lernen, Lernstillen und deren Auswirkungen auf NFE).
- Kenntnis des theoretischen Rahmens des unternehmerischen Lernens (EL) – was es ist, wieso er benutzt wird
- Verständnis des Konzepts des neuen Unternehmertums und Reflexion über individuelle und organisatorische Kompetenzen und Fähigkeiten, die zur Unterstützung einer qualitativen hochwertigen Bildung / Jugendarbeit nötig sind, um junge Menschen für das Unternehmertum der neuen Ära auszubilden.
- Kenntnisse und Bewusstsein für ICT, digitales Unternehmertum, digitale Unternehmen und digitale Arbeitsplätze.
- Verständnis der Kompetenzen, die ein digitaler Unternehmer im Rahmen eines SKA-Modells (Fähigkeiten, Kenntnisse, Einstellungen) haben muss, und wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für die Arbeit an einem digitalen Arbeitsplatz und für das Unternehmertum aufzubauen.
- Kenntnis und Verständnis über das digitale Marketing, die Wettbewerbsvorteile eines digitalen Marketings und Content-Marketing.
- Kenntnis und Verständnis verschiedener Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Werbeformen im digitalen Marketing sowie im Online- / Digital-Kampagnenbereich.
- Kenntnis und Verständnis verschiedener sozialer Netzwerke / Medienwerkzeuge für digitale Start-ups zur Maximierung ihrer Social-Media-Ergebnisse.
- Kenntnis und Verständnis der visuellen Präsentation im digitalen Marketing, der Fotografie im Bereich des digitalen Unternehmertums und der Online-Kampagnen sowie der Gebühren für die Fotografie und der Gelegenheiten für neue Medien für digitale Unternehmen.
- Kenntnis und Verständnis darüber, wie die Schulungen und Workshops mit lokalen Jugendlichen angewendet werden können, um sie bei der Gründung digitaler Unternehmen zu helfen.




Die Liste der Kompetenzen, die die Teilnehmer entwickeln werden, wird in jeder Sitzung getrennt notiert. Das heißt, dass man beim Lesen des Aktivitätsvorschlags am Anfang sehen kann, welcher Kompetenzbereich von diesem Programm entwickelt wird.

Im Allgemeinen entspricht dieser Kurs der Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten, Führungsqualitäten, Teamfähigkeit, digitalen Fähigkeiten und anderen Fähigkeiten, die für Start-ups im Bereich des digitalen Unternehmertums relevant sind. Das wird den Teilnehmern schließlich helfen, sich selbst und andere zu verstehen und Jugendliche bei der Gründung digitaler Unternehmen zu unterstützen.

Um einen qualitativ hochwertigen Kurs auf der Grundlage dieses Lehrplans zu organisieren und die gewünschten Lernziele zu schaffen, die in jeder der in diesem Lehrplan beschriebenen Sitzung dargestellt wurden, empfehlen wir Ihnen, eine qualitativ hochwertige Lernumgebung für die Teilnehmer sicherzustellen. Das muss in mehreren Schritten erfolgen.

Stufe 1: Vor dem Trainingskurs

- Stellen Sie sicher, dass die Teilnehmer alle relevanten Informationen zu ihrer Teilnahme bekommen (Infopakete, Anmelde-/Antragsformulare). Im Bewerbungsformular empfehlen wir den Teilnehmern, ihre Motivation und die Gründe für die Teilnahme am Kurs ausführlich zu beschreiben. Fragen Sie sie auch, ob sie irgendwie zum Programm beitragen können und ob es einige Themen gibt, die ihrer Meinung nach behandelt werden sollten. Das sollte auch während des Trainings mehrmals sein, wenn die Teilnehmer ein klares Bild von den Aktivitäten haben. Auf diese Weise stellen Sie sicher, dass die Teilnehmer zufrieden sind und auf ihre Bedürfnisse eingegangen sind. Wenn ein Thema nicht mit dem Schulungskurs selbst verknüpft ist, können Sie die Teilnehmer anweisen, verfügbare Literatur zu diesem Thema zu suchen und sie zu unterstützen.
- Projektmanager und Organisationen sollten sich häufig mit den Teilnehmern treffen. Sie sollten mit dem Ziel des Trainings präsentieren, wie es aussehen wird, und sie bei Bedarf auf verschiedenen Ebenen vorbereiten – sprachlich, kulturell und emotional. Für einige Menschen kann es sein, dass sie zum ersten Mal an solchen Schulungen teilnehmen. Es wäre demnach gut, ihnen einen kurzen Hintergrund zum Kontext von NFE zu geben. Die Teilnehmer sollten bei Bedarf auch technische Unterstützung bekommen (zum Beispiel Hilfe bei der Buchung der Tickets). Ein wichtiger Teil ist auch die Inhaltsvorbereitung. Die Teilnehmer müssen ein Verständnis für die Situation der Jugendlichen in ihren lokalen Gemeinschaften und Ländern haben, um Workshops zu diesem Thema für sie entwickeln zu können. Dazu gehört auch das Verständnis der Herausforderungen, denen sich Jugendarbeiter bei der Behandlung dieser Themen gegenübersehen. Die Teilnehmer müssen also ihre lokalen Realitäten untersuchen. Es wird empfohlen, dass Projektmanager bei dieser Aufgabe Hilfe geben, damit die Hintergrundinformationen und die Situation in Bezug auf die neuesten Entwicklungen korrekt und aktuell sind.
- Organisationen sollten die Teilnehmer auf die Arbeit und Funktion in einem interkulturellen Feld vorbereiten, weil sie Informationen über die anderen sendenden Organisationen und ihre Länder sowie das Profil der Teilnehmer haben.

- 
- Teilnehmer sollten einige Materialien zum Kurs für die Sitzung zur NGO-Messe mitbringen. Materialien können alles sein, was die sendende Organisation den Teilnehmern geben möchte. Die sendende Organisation sollte aber darauf achten, dass die Teilnehmer alle benötigten Broschüren, aktualisierte Informationen zu lokalen und internationalen Projekten, Links zu Webseiten und Kontaktinformationen der Organisationen haben. Wenn die Teilnehmer es wünschen, ist es gut, lokale Speisen und Getränke mitzubringen, um sie mit anderen zu teilen.

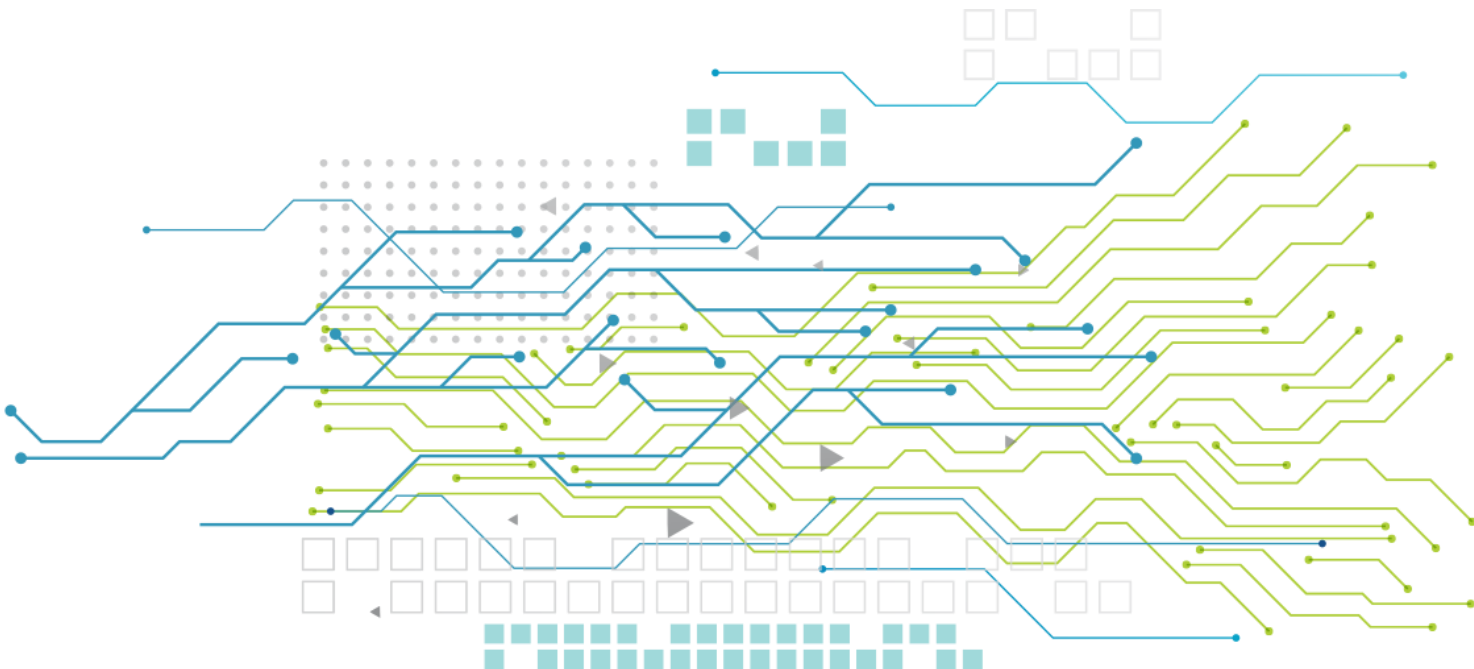
Stufe 2: Während des Trainingskurses

- Die geplanten Aktivitäten in diesem Lehrplan wurden von Trainern in diesem Bereich entwickelt und eignen sich für junge Menschen, aber auch für ältere Altersgruppen, die mehr über die Kompetenzen des digitalen Unternehmertums erfahren möchten. Abhängig von der Zahl der Teilnehmer in der Gruppe können Aktivitäten länger oder kürzer dauern. Man soll nur den Wissensstand der Gruppe beachten, der sich auch auf die Dynamik auswirken kann. Man kann also die Sitzungen bei Bedarf nach Wünschen anpassen.
- In jeder der entwickelten Sitzungen sehen Sie Empfehlungen für die Implementierung. Bitte lesen Sie sie und implementieren sie, wenn es Ihrer Zielgruppe entspricht.
- Evaluation und Lernen sind ein wichtiger Teil jeder Trainingsaktivität. Das wird auch durch diesen Lehrplan verstärkt. Am Anfang des Trainings sollten die Teilnehmer mit dem Jugendpass oder einer anderen Form der Reflexion vertraut gemacht werden. Es ist wichtig, dass die Teilnehmer verstehen, dass es sich um einen wichtigen Prozess geht und nicht um das Gesamtziel. Es wird also empfohlen, dass die Teilnehmer ein Lerntagebuch oder ein anderes Werkzeug bekommen, damit sie ihre Lernaspekte während der Woche aufschreiben können. Ermutigen Sie sie, ihre Lernziele festzulegen und die ganze Woche darüber nachzudenken.
- Stellen Sie sicher, dass täglich ausreichend Zeit zum Nachdenken verfügbar ist. Es kann paarweise durchgeführt werden, um verschiedene Fragen zu beantworten (zum Beispiel wie war dieser Tag für Sie? Was haben Sie über sich selbst gelernt? Welche Kompetenzen haben Sie verbessert? Wie kann ich proaktiver sein, um noch mehr zu lernen?) Oder in Buzz-Gruppen von drei oder vier Personen. Die Umsetzung der täglichen Reflexion hängt von Trainern oder Moderatoren ab, die diesen Lehrplan umsetzen. Das ist aber eine notwendige Voraussetzung für eine qualitativ hochwertige Durchführung der Sitzungen.
- Um eine qualitative hochwertige Lernerfahrung zu bekommen, empfehlen wir Ihnen, tägliche Bewertungsrunden oder Buzz-Gruppen durchzuführen. Die Teilnehmer sollten in der Lage sein, Bewertungen zu Methoden, Inhalten und anderen Details im Zusammenhang mit Kursen abzugeben. Wirst du es anonym machen oder wirst du die Teilnehmer bitten, offen zu sagen, wie der Tag für sie war – es hängt von dir ab. Auf diese Weise kann man auf die Bedürfnisse der Teilnehmer eingehen und den Kurs zum Erfolg bringen.



Stufe 3: Nach dem Trainingskurs

- Wenn der Kurs beendet ist, ist es nicht das Ende der Reise. Um den Erfolg der Aktivitäten für die Teilnehmer zu sehen, empfehlen wir Ihnen, einige Monaten nach dem Trainingskurs eine kurze Nachbesprechung vorzunehmen. Mit diesem Ansatz bekommen Sie echte und aktuelle Daten über die langfristigen Auswirkungen des Trainingskurses auf die Teilnehmer. Bitten Sie sie auch offen um Vorschläge und mögliche Verbesserungen der geleisteten Arbeit.





Einführung und Gruppenbildung

Sitzungstitel: Einführung und Gruppenbildung

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Einführungssitzungen bilden die Grundlage für Gruppenarbeit und für die Schaffung einer hochwertigen Lernumgebung für alle Teilnehmer. Die Teilnehmer bekommen die einführenden Informationen über den Trainingskurs sowie die benötigten logistischen Informationen über den Veranstaltungsort, die Unterkunft, den Zeitplan und so weiter. Die Teilnehmer kommen aus verschiedenen Partnerorganisationen, verschiedenen Ländern und mit verschiedenem Hintergrund und haben sehr unterschiedliche Erfahrungen in der nicht formalen Bildung und Umsetzung der Jugendarbeitsaktivitäten. Die Einführungssitzung gibt ihnen die Chance, sich vorzustellen, woher sie kommen und welche Arbeit sie leisten, sowie etwas über die anderen Teilnehmer zu erfahren und was sie mit sich bringen.

Ziel der Sitzung: Schaffung der Grundlage für den Lernprozess des Trainingskurses durch Bereitstellung der wichtigsten Informationen zur Durchführung des Trainingskurses und zur Organisation des Prozesses.

Ziele:

- Einführung in den Hintergrund des Kurses, das behandelte Thema und die Tagesordnung;
- Vorstellung der Trainer, Organisatoren und Teilnehmer;
- Um sich besser kennenzulernen;
- Die Motivation der Trainer für die Teilnahme am Trainingskurs zu hören;
- Ermittlung der Erwartungen der Teilnehmer an den Trainingskurs und mögliche Beiträge, die sie für den hochwertigen Trainingskurs leisten können;
- Festlegung der Regeln für die Zusammenarbeit während des Trainings.

Adressierte Kompetenzen:

- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Staatsbürgerschaftskompetenz;
- Kulturelles Bewusstsein und Ausdruckskompetenz.

Methodik und Methoden:

- Plenarrunden;
- Input (Präsentationen);
- Teambuilding-Übung mit Nachbesprechung;
- Diskussion.

Sitzungsablauf:

I. Offizielle Einführung und Begrüßung (10 Minuten)

Der Vertreter der koordinierenden Organisation / des Projektkoordinators eröffnet den Trainingskurs offiziell, indem er Informationen über den Hintergrund des Kurses gibt. Er stellt das Team vor, das für die Durchführung des Schulungsprogramms und der Aktivitäten verantwortlich ist. Jedes Teammitglied stellt sich und seine Rollen in Kürze im Schulungskurs vor.

II. Runde des Kennenlernens (10 Minuten)

Teilnehmer sind eingeladen, sich einzeln vorzustellen – ihre Namen, woher sie kommen, welche Organisation sie vertreten und ihren beruflichen Hintergrund.

III. Namensspiele (10 Minuten)

Die ganze Gruppe der Teilnehmer, Trainer und Teams steht in einem Kreis, um mehrere Namensspiele (Ballnamensspiel, Namenbewegungsassoziation und so weiter) zu spielen, bis jeder alle Namen der Gruppe kennt.

IV. Sich kennenlernen – Speed Dating (30 Minuten)

Der Trainer gibt den Teilnehmern Anweisungen, sich in zwei kleinere Gruppen aufzuteilen, die in zwei Reihen gegenüber stehen. Jede Person arbeitet mit einer anderen Person, die ihnen gegenüber steht. Die Trainer präsentieren ein Konzept ähnlich dem "Speed Dating" mit der Idee, nur drei bis vier Minuten zu haben, um sich kennenzulernen, je nach Themen, die der Trainer in jeder Runde lesen wird. Nach drei bis vier Minuten bewegen sich die Teilnehmer 1 und 2 nach rechts oder links (je nach Anleitung) und treffen eine neue Person, mit der sie sprechen und die sie kennenlernen können. Mögliche Themen sind:

- Mein persönlicher Hintergrund
- Meine Arbeit oder mein Studium
- Meine Hobbys / was ich in meiner Freizeit mache
- Meine Erfahrung im Jugendbereich
- Meine reise zu diesem Training / wie ich hierher gekommen bin
- Eine Sache, ohne die ich nicht leben kann
- Meine Rolle in der Organisation
- Meine Motivation, an diesem Training teilzunehmen
- Teilen Sie Ihre Erfahrungen mit Start-ups für digitales Untetnehmertum.

V. Präsentation der Tagesordnung des Trainingskurses (10 Minuten)

Die Trainer präsentieren das Programm des Kurses an der Wand, indem sie eine visuelle Handlung des Projekts an der Wand erstellen.

VI. Erwartungen, Beiträge und Ängste (30 Minuten)

Die Teilnehmer sind in Trios aufgeteilt. Sie sollten untereinander folgende Informationen besprechen:


- a) **HOFFNUNGEN:** Was sie hoffen, aus dem Kurs herauszukommen.
- b) **ÄNGSTE:** Was sie hoffen, wird nicht passieren, oder sie befürchten, dass es passieren kann.
- c) **BEITRÄGE:** Jede Person bringt besondere Erfahrungen, bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten mit und identifiziert ihren eigenen Beitrag zum Lernprozess.

Sie sollten auf Post-its aufschreiben (alles sammeln) und auf den Tafelschreibblock-Papier schreiben.

Dann werden drei Gruppen geformt. Jede Gruppe bekommt einen Tafelschreibblock und sollte die Post-its gruppieren und die Ergebnisse zusammenfassen. Letztlich sollten sie die Ergebnisse präsentieren und nach jeder Präsentation werden die Ergebnisse diskutiert (zum Beispiel auf die spezifische Ressource hinweisen, wenn es nötig ist, um die Erwartung zu erfüllen, Ängste zu diskutieren und die Beiträge noch weiter zu verbessern – indem Fragen gestellt und Kommentare abgegeben werden).

VII. "Mission unmöglich"-Übung (60 Minuten)

Die Gruppe muss 12-15 Missionen erfüllen, die sie dazu beitragen, durch die Unterkunft/das Dorf zu gehen und zusammenzuarbeiten. Die Gruppe muss sich selbst organisieren, um alle Missionen erfüllen zu können. Unter den Missionen fordern die Trainer fünf Regeln für das Zusammenleben. Die Gruppe



präsentiert den Trainern alle erreichten Missionen, um die Genehmigung der Erfolge zu bekommen. Der Trainer leitet die Nachbesprechung und stellt den Teilnehmern Fragen zu:

- Wie war es, in der Gruppe zu arbeiten;
- Wie sie die Aufgaben im Team aufgeteilt haben;
- War es leicht zuzustimmen;
- Haben sie es geschafft, alle Aufgaben zu erledigen;
- Was war wichtiger – um die Aufgabe oder etwas anderes zu erfüllen.

Der Trainer führt die Diskussion mit den Teilnehmern bis zu dem Moment, in dem sie gemeinsame Regeln für die Einhaltung der Woche finden.

VIII. Arbeitsvereinbarung (25 Minuten)

Die Teilnehmer werden gebeten, die Gruppenvereinbarung in mehreren Schritten zu erstellen, um ihre vollständige Teilnahme sicherzustellen.

- Schritt 1: Zwei Dinge einzeln aufzuschreiben, die vorhanden sein müssen, damit man sich sicher fühlt oder das Gefühl hat, während dieses Trainingskurses arbeiten oder lernen zu können. Dazu soll man sich zwei Minuten Zeit nehmen.
- Schritt 2: Teile mit der Person, die neben dir sitzt, das, was ihr beide habt, und schränkt es zusammen ein oder kombiniert es zu zweit. Nimm dafür fünf Minuten Zeit.
- Schritt 3: Teile im Plenum mit, was du dir ausgedacht hast.

Der Trainer schreibt die vorgeschlagenen Arbeitsvereinbarungen auf einen Tafelschreibblock. Diskussion mit den Teilnehmern: Stimmen wir alle dem zu, was aufgeschrieben wurde? Müssen wir etwas umformulieren? Der Trainer sagt, dass die Arbeitsvereinbarung an die Wand gehängt werde und jederzeit überprüft werden könne.

Erforderliche Materialien: A4-Papiere, A3-Papiere, Tafelschreibblock-Papiere, Post-it-Papiere, Marker, Farben, Laptop, Projektor; Plakat und Geschichte. Plakat mit 12-15 Missionen.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung, werden die Teilnehmer:

- Sich über den Hintergrund des Projekts und des Organisationsteams informieren;
- Die Namen der anderen lernen und üben;
- Sich mit der Agenda des Kurses vertraut machen;
- Die Motivationen, Erwartungen und Beiträge zum Training mitteilen und Feedback von Organisatoren, Trainern und Kollegen bekommen;
- Ein Gefühl der Zugehörigkeit entwickeln.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Energizer, Namensspiele und Aufwärmeaktivitäten:
<https://www.sessionlab.com/library/energiser>
- Mission unmöglich Video-Tutorial: https://www.youtube.com/watch?v=jTo_4D9Ghlw



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Speed-Dating-Übung ist meistens laut, wenn die Teilnehmer ihre eigenen persönlichen Geschichten teilen. Es ist also zu empfehlen, dass die Trainer die Teilnehmer freundlich daran erinnern, dass nach Gelegenheit alle so leise wie möglich sprechen sollten.
- Geschichtenerzählen und Nutzung der Grafikinhalte ist eine kreative Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Teilnehmer auf sich zu ziehen und sie in das Thema einzuführen. Erstellen



Sie sichtbare Grafikinhalte, die größer als das A4-Papierformat sind. Nutzen Sie leichtere Wörter für das Geschichtenerzählen, um sich an verschiedene Englischniveaus in der Gruppe anzupassen, und wiederholen Sie Abschnitte der Geschichte einige Male mit verschiedenen Vokabeln, damit jeder in die Geschichte einsteigen und ihr folgen kann.

- Für die "Mission Impossible": Stellen Sie klar, dass die Teilnehmer ihr Handy/Laptops nicht benutzen können, um sie zu motivieren, den Raum wirklich zu verlassen und die Umgebung zu erkunden.





NFE und Jugendarbeit zur Verbesserung der Jugendkompetenzen (einschließlich Jugendpass)

Sitzungstitel: NFE und Jugendarbeit zur Verbesserung der Jugendkompetenzen (einschließlich Jugendpass)

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Nicht formale Bildung wurde lange Zeit als Lernen angesehen, das unabhängig von formaler Bildung stattfindet, und es war eine Frage der Präferenz und Bereitschaft eines Einzelnen, Ressourcen in zusätzliches Lernen und Entwicklung zu investieren. In den letzten zehn Jahren hat es sich von einem privaten zu einem öffentlichen Interesse gewandelt, weil es als wichtig für die Verbesserung der persönlichen, sozialen oder beruflichen Entwicklung unter Jugendlichen anerkannt wurde. Mit der Unterstützung öffentlicher Mittel ist es vielen zugänglich geworden und hat eine neue Perspektive auf das Lernen als lebenslangen Prozess eröffnet, der nach der formalen Bildung durch die Teilnahme an nicht formalen Lernmöglichkeiten auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene fortgesetzt wird. Es spielt auch eine bedeutende Rolle bei der Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit von Jugendlichen, indem es Möglichkeiten zur Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen bietet, die ihre formale Bildung ergänzen, oder Möglichkeiten für einen vollständigen Richtungswechsel im Leben eines jungen Menschen bietet. Unternehmertum wurde ähnlich wahrgenommen – als etwas, das nicht zur formalen und nicht formalen Bildung gehört, besonders nicht in der Jugendarbeit.

Ziel der Sitzung: Einführung in die Grundprinzipien der nicht formalen Bildung (einschließlich der Unterschiede zwischen formalem, nicht formalem und informellem Lernen, Lernstilen und deren Auswirkungen auf NFE).

Ziele:

- Nicht formale Bildung verstehen;
- Unterscheidung zwischen formaler, nicht formaler und informeller Bildung;
- Diskussion darüber, wie nicht formale Bildung mit Beschäftigungsfähigkeit verknüpft ist;
- Den eigenen Stil verstehen;
- Die Rolle der Jugendarbeit und ihren Zusammenhang mit den Bedürfnissen in der Gesellschaft verstehen;
- Jugendpass mit Beschäftigungsfähigkeit verbinden.

Adressierte Kompetenzen:

- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Unternehmerische Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Bewegende Debatte;
- Fragebogen zur Selbstreflexion;
- Theoretischer input;
- Komplexe Übung;
- Diskussion in kleinen Gruppen;
- Präsentation im Plenum.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in das Thema (20 Minuten)

Die Teilnehmer sind eingeladen, sich Gedanken über das Wort "Lernen" zu machen und eine visuelle Darstellung davon zu machen. Ihre Aufgabe ist es, in vier Gruppen ein gemeinsames Verständnis des Lernkonzepts zu schaffen. Nach Abschluss sind die Teilnehmer zu kurzen Präsentationen eingeladen. Der Trainer gibt einige wesentliche Informationen zum Lernen.

II. Bewegende Debatte über das Lernen (45 Minuten)

Die Teilnehmer werden dann aufgefordert, in einer Linie zu stehen, in der sie sich auf einer Skala von 1 bis 10 bewegen müssen, je nachdem, ob sie den Aussagen zustimmen oder nicht. Nach jeder der Aussagen werden die Teilnehmer aufgefordert, die Person, die ihre Meinung besprochen hat, zu diskutieren und sich näher oder weiter von ihr zu entfernen.

Aussagen sind folgenden:

- Die Jugendarbeit (YX) entwickelt Kompetenzen junger Menschen, die in anderen Bildungsbereichen nicht vorhanden sind. (8 Schlüsselkompetenzen)
- YW kann jungen Menschen beibringen, wie sie ihre Fähigkeiten durch freiwillige Arbeit vermarkten können.
- YW bietet eine bessere Anerkennung und Aufzeichnung von Kompetenzen und Fähigkeiten (Jugendpass)
- Die Jugendarbeit zielt auf die Sozialisierung junger Menschen ab, um Kompetenzen zu entwickeln, die sie bei der Erforschung ihrer Talente, Wünsche und Träume unterstützen.
- Junge Menschen, die durch Jugendarbeit etwas über digitales Unternehmertum lernen, Geschäftskennntnisse und wesentliche Fähigkeiten und Einstellungen wie Kreativität, Initiative, Teamarbeit, Risikoverständnis und Verantwortungsbewusstsein entwickeln, zeigen täglich mehr Aktivismus.
- YW entwickelt ein Gefühl der Zugehörigkeit, der Akzeptanz als gleichberechtigte und wertvolle Mitglieder der Gemeinschaft bei jungen Menschen
- YW und NFE-Aktivitäten sollten jeder Mensch in seinem Leben erleben.

Der Trainer fasst dann die Ergebnisse der Teilnehmer zusammen und sagt, dass sie einige Elemente der Jugendarbeit und der nicht formalen Bildung besprochen haben.

III. Unterschied zwischen formal / nicht formal / informell (30 Minuten)

Der Trainer gibt einen kurzen Beitrag zum formalen, nicht formalen und informellen Lernen, seinen Hauptmerkmalen, Unterschieden und wann jedes benutzt wird. Den Teilnehmern werden Prinzipien und Methoden der NFE sowie die Art der Aktivitäten vorgestellt.


IV. Meine Perspektive an NFE? (30 Minuten)

Der Trainer gibt den Teilnehmern die nächste Aufgabe. Sie sollten eine Zeichnung, Skulptur oder irgendeine Art von Kunst machen, die ihre Sicht auf NFE in kleinen Gruppen darstellt. Sie müssen versuchen zu reflektieren, worüber sie im vorherigen Teil gesprochen haben. Die Hauptfrage lautet: Wie sehe ich die nicht formale Bildung? Was unterscheidet es von anderen Bildungsformen? Sie müssen eine Darstellung des gemeinsamen Verständnisses der Gruppe erstellen.

Wenn sie fertig sind, präsentieren die Teilnehmer die Ergebnisse.

V. Selbstreflexion beim Lernen (25 Minuten)

Die Teilnehmer werden daran erinnert, dass die Grundlage jeder Form der Bildung darin besteht, neue Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen zu bekommen. In dieser Übung bekommt jeder Teilnehmer ein Handout zu acht Arten von Lernstilen. Sie sollten es lesen und versuchen, ihre präferierten Lernstile



zu ermitteln. Sie sollten anderen mehr Details zu Verfügung stellen (Warum habe ich diesen Stil ausgewählt? Wann habe ich festgestellt, dass ich ihn gern benutze? Habe ich vorher einen anderen Lernstil bevorzugt?)

Der Trainer beendet die Übung mit der Aussage, dass sich Stile im Laufe des Lebens ändern können und dass wir in einem Moment einen Stil präferieren und ihn dann entsprechend den Umständen der bestimmten Periode oder Rolle im Leben ändern können.

VI. Verbindung zwischen NFE, Anerkennung und Beschäftigungsfähigkeit (30 Minuten)

Die Teilnehmer bilden vier Gruppen, zwei müssen die Kompetenzen aufschreiben, die junge Menschen brauchen, um einen Arbeitsplatz zu finden und zu behalten, und die anderen zwei Gruppen müssen die Kompetenzen aufschreiben, die junge Menschen durch NFE erwerben können. Legen Sie die Papiere mit den Kompetenzen auf den Boden und verbinden Sie sie in der Mitte gemeinsam.

Es wird diskutiert: *Wie sind Sie zu diesen Kompetenzen gekommen? Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten von allen genannten? Was halten Sie von gemeinsamen Kompetenzen in der Mitte – sollte sich NFE mehr auf diese konzentrieren?*

Danach gibt der Trainer einen Beitrag zu einer Studie über die Auswirkungen nicht formaler Bildung in Jugendorganisationen auf die Beschäftigungsfähigkeit von Jugendlichen. Außerdem verbindet der Trainer die Beschäftigungsfähigkeit mit Jugendpass und präsentiert auch die Wirkungsstudie.

Erforderliche Materialien: A4-Papiere, Stifte, Marker, Buntstifte, Klebeband, Post-it-Papiere.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Die Methode und Ansätze der nicht formalen Bildung verstehen und die Unterschiede zwischen formalem, nicht formalem und informellem Lernen verstehen;
- Ein neues Wissen über das Lernen und verschiedene Arten der Bildung bekommen;
- Die Rolle der Jugendarbeit und ihren Zusammenhang mit den Bedürfnissen in der Gesellschaft verstehen;
- Ihren bevorzugten Lernstil kennen und wie er sich im Laufe der Zeit ändert;
- Sich den Zusammenhang zwischen NFE und Beschäftigungsfähigkeit machen, sowie die in diesem Bereich benötigten Kompetenzen bewusster machen.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Inspiration für Sätze für die bewegende Debatte über das Lernen stammt aus dem Kapitel "Hindernisbereich und Schlüsselösungen, die Jugendarbeit bieten kann" als Ergebnisse des Seminars <https://www.salto-youth.net/rc/inclusion/archive/archive-publications/youthworkenhancingemployability/>, S. 8
- Bericht einer Expertengruppe über die Entwicklung des kreativen und innovativen Potenzials junger Menschen durch nicht formales Lernen in Richtungen, die relevant sind (2014); Europäische Kommission (http://ec.europa.eu/assets/eac/youth/news/2014/documents/report-creative-potential_en.pdf)
- Publikation über Jugendarbeit und nicht formales Lernen in der europäischen Bildungslandschaft (2015); Europäische Kommission: https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/youth-work-nonformal-learning_en.pdf
- Unterschiede zwischen formaler, nicht formaler und informeller Bildung (Webseite des Europarates): <https://www.coe.int/en/web/lang-migrants/formal-non-formal-and-informal-learning>





Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Bewegende Debatte kann angepasst werden, wenn Sie Teilnehmer mit Behinderungen haben, indem Sie Stühle benutzen oder sie in der Form eines Karussells anpassen.
- Es ist immer eine gute Idee, eine Kombination aus Theorie und Praxis zu haben. Wenn wir über NFE-Aktivitäten sprechen, sollten Sie den Teilnehmern mehr Zeit geben, um die Methodik als solche zu erkunden, zu sehen und zu fühlen, und nicht nur Input zu geben.





Unternehmerisches Lernen als Mittel zur Bereicherung der Jugendarbeit

Sitzungstitel: Unternehmerisches Lernen als Mittel zur Bereicherung der Jugendarbeit

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Unternehmerisches Lernen ist zu einem wichtigen Bestandteil der formalen und nicht formalen Bildung geworden. Es wird als sein Weg angesehen, eine unternehmerische Haltung zu entwickeln, die Umsetzung von Ideen in die Praxis durch Eigeninitiative in ihrer Arbeit zu fördern und die Selbstständigkeit junger Menschen zu fördern, die sich in dieser Rolle sehen. Um unternehmerisches Lernen in die Jugendarbeit umzusetzen, müssen Sie sich der Bedürfnisse lokaler Jugendliche bewusst sein, welche Kompetenzen sie noch entwickeln müssen und welche einbezogen werden müssen. Die Teilnehmer sollten wesentliche Kenntnisse über das Unternehmertum und die Situation mit (arbeitslosen) Jugendlichen in ihren lokalen Gemeinschaften oder Ländern haben, um Jugendliche bei der Gründung digitaler Unternehmen unterstützen zu können.

Ziel der Sitzung: Über den theoretischen Rahmen des Unternehmerischen Lernen (EL) nachdenken – was es ist, warum es benutzt wird und die vorhandenen Modelle davon – sowie sich gegenseitig zu inspirieren, wie verschiedene Modelle von EL implementiert werden können.

Ziele:

- Den theoretischen Rahmen des unternehmerischen Lernens (EL) verstehen – was es ist, warum es benutzt wird und welche Modelle es gibt;
- Ein Bewusstsein für die Bedeutung der EL in der Jugendarbeit zu entwickeln;
- Erörterung der möglichen Wege zur Umsetzung der EL in der Jugendarbeit zur Erhöhung der Kompetenzen von Jugendlichen;
- Erörterung der an der EL beteiligten Akteure;
- Definition der Rolle des Jugendarbeitssektors und des Unternehmertumssektor in der EL.

Competencies addressed:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Bürgerschaftliche Kompetenz;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenz.


Methodology and methods:

- Interaktiver Input;
- Gruppenarbeit;
- Interaktive Diskussionen;
- Arbeit in kleinen Gruppen;
- Reflexion.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in das Thema (15 Minuten)

Die Teilnehmer sind eingeladen, zwei Post-its verschiedener Farbe zu machen. Auf einem Post-it schreiben sie auf, was sie schon über unternehmerisches Lernen kennen, und auf dem zweiten schreiben sie, was sie wissen wollen. Sie teilen ihre Punkte und kleben Post-it-Papiere auf den



Tafelschreibblock. Der Trainer fasst alle gesammelten Antworten in einer kurzen Definition des unternehmerischen Lernens zusammen und führt sie in den nächsten Teil der Sitzung ein.

II. Unternehmerisches Lernen – Schritt 1: Sammlung der Ideen (40 Minuten)

Die Gruppe ist in Vierergruppen aufgeteilt. Der Trainer stellt die Fragen vor, die jede Gruppe diskutieren und beantworten muss:

- Welche Kompetenzen (Fähigkeiten, Einstellungen, Kenntnisse, Werte) sollte eine unternehmerische Person haben? (
- Welche Stakeholder sollten in den EL-Prozess einbezogen werden und welche sind ihre Rollen?
- Wie kann ein Lernkontext für junge Menschen geschaffen werden, um unternehmerische Kompetenzen und Denkweisen zu entwickeln?
- Welche Aktivitäten / Programme gibt es in Ihrer Wirklichkeit schon, die das unternehmerische Lernen unter Jugendlichen fördern?

Die Gruppen haben 30 Minuten Zeit, um zu diskutieren. Der Trainer gibt Gruppen weitere zehn Minuten Zeit, um ihre Antworten auf einen Tafelschreibblock visuell zu organisieren.

III. Unternehmerisches Lernen – Schritt 2: Präsentationen und Verbindung in Theorie (40 Minuten)

Die Teilnehmer sind eingeladen, die Antworten auf die Fragen zu präsentieren. Zusätzliche Fragen und Kommentare sind willkommen. Nach jeder Präsentation fügt der Trainer Informationen hinzu und gibt mehr Input zu den Daten, die aus verschiedenen Publikationen und Forschungsarbeiten zu diesem Thema gesammelt wurden. Der Trainer stellt auch das bestehende Modell des unternehmerischen Lernens vor, das bisher entwickelt wurde.

IV. Unternehmerisches Lernen und Jugendarbeit (20 Minuten)

In Verbindung mit den vorherigen Erkenntnissen verbindet der Trainer das nächste Thema mit dem vorherigen Teil und präsentiert die Verbindungspunkte zwischen unternehmerischem Lernen und Jugendarbeit sowie die wichtigsten Herausforderungen. Die Daten stammen aus Forschungsarbeiten (zum Beispiel „Die Zukunft selbst in die Hand nehmen“) und Broschüren (zum Beispiel „Junge Menschen, Unternehmertum und nicht formales Lernen: eine laufende Arbeit“).


V. Wie kann ich EL in meiner Arbeit mit Jugendlichen implementieren? (35 Minuten)

Die Teilnehmer bekommen die Aufgabe, über die Umgebung und verschiedene Interessengruppen nachzudenken: Gesellschaft, Jugendliche, Schulen, Regierung, Unternehmen, Jugendzentren... Sie sind eingeladen, Gruppen mit anderen Teilnehmern aus demselben Land zu bilden, basierend auf den Beiträgen zum unternehmerischen Lernen und / oder lokalen Gemeinschaften schreiben Folgendes auf:

- Welche Aktivitäten können Sie mit jungen Menschen in Ihrem Land organisieren, um das unternehmerische Lernen umzusetzen und junge Menschen zu ermutigen, digitale Unternehmen zu gründen?
- Welche Auswirkungen hätte es auf junge Menschen?
- Welche Stakeholder würden Sie einbeziehen?
- Welchen Hindernissen / Herausforderungen könnten Sie auf dem Weg begegnen?
- Welche Ressourcen/Hilfe brauchen Sie?

VI. Sharing in plenary and summing up the activity (30 minutes)

Die Teilnehmer sind eingeladen, ihre Ideen im Plenum zu teilen. Andere können Fragen stellen und die präsentierten Informationen kommentieren. Der Trainer schreibt alle Aktivitäten auf Post-it-Papiere und bringt sie an die Wand, um sie künftig zu inspirieren und möglicherweise zwischen Partnerorganisationen zusammenzuarbeiten.



Erforderliche Materialien: A4-Papiere, A3-Papiere, Tafelschreibblock-Papiere, Post-it-Papiere, Marker, Farben, Laptop und Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Das Konzept des unternehmerischen Lernens und der Jugendarbeit verstehen;
- Verschiedene Modelle von EL kennen;
- Verstehen, welche Kompetenzen durch EL entwickelt werden sollten;
- Aktivitätspläne erstellen, die in ihren Heimatländern umgesetzt werden können;
- Analyse der Beziehung zwischen Jugendarbeit und Unternehmertum.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Weitere Informationen zum unternehmerischen Lernen finden Sie im Leitfaden: Qualität des unternehmerischen Lernens durch die Jugendarbeit, der hier heruntergeladen werden kann: <https://www.youth-power.org/blog/publications/quality-entrepreneurial-learning-through-youth-work/>
- Frøhlich Hougaard, Karsten, et. al, 2017. Die Zukunft selbst in die Hand nehmen: Jugendarbeit und unternehmerisches Lernen. Europäische Kommission; verfügbar auf <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8f5910d8-6b64-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en>
- Martin Lackéus, 2015. Unternehmertum in der Bildung. OECD und Europäische Kommission; verfügbar auf https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Maria-Carmen Pantea (Ed.) 2014. Junge Menschen, Unternehmertum und nicht formales Lernen: Ein Work in Progress. SALTO-Youth Participation Resource Centre, available at <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.hr/&httpsredir=1&article=1440&context=intl>



Empfehlungen für die zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Der Leitfaden für qualitative hochwertiges unternehmerisches Lernen durch Jugendarbeit ist eine gute Quelle für die Vorbereitung des theoretischen Inputs der Sitzung. Es beinhaltet alle relevanten Informationen zu diesem Thema, um die Sitzung vorzubereiten. Sie können die Punkte oder Themen auswählen, die für die Gruppe am relevantesten sind.
- Es ist gut, so viele Teilnehmer wie möglich in Präsentationen der Gruppenarbeit einzubeziehen.
- Die Trainer sollten den Austausch von Ideen und Kommentare fördern, indem sie den Gruppen während der Präsentation zusätzliche Fragen stellen.
- Die optimale Zahl der Personen bei der Arbeit in Gruppen beträgt 4.



Unternehmertum der neuen Ära und was es für Erzieher / Jugendarbeiter bedeutet

Sitzungstitel: Unternehmertum der neuen Ära und was es für Erzieher / Jugendarbeiter bedeutet

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Das Unternehmertum hat sich in den letzten 20 Jahren stark geändert. Es gab viele Veränderungen in Gesellschaften und Volkswirtschaften auf der ganzen Welt – technologische Entwicklungen, Zugang zu Ressourcen und Kunden aus aller Welt, Kommunikationskanäle, die Verlagerung der kurzfristigen Denkweise, die auf Profit ausgerichtet war, auf langfristige Denkweise mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und sozialen Auswirkungen des Unternehmertums. Wir sind in der „neuen Ära“ des Unternehmertums angekommen, die verschiedenen Kompetenzen und eine lösungsorientierte Haltung der Unternehmer erfordert. Die jüngsten globalen Veränderungen haben den Bedarf an Digitalisierung erhöht, und es gibt immer mehr Möglichkeiten für digitale Unternehmen, weltweit üblichere Geschäftsmethoden zu entwickeln.

Ziel der Sitzung: Das Konzept des neuen Unternehmertums verstehen und über individuelle und organisatorische Kompetenzen und Fähigkeiten nachdenken, die zur Unterstützung einer qualitativen hochwertigen Bildung / Jugendarbeit nötig sind, um junge Menschen für das Unternehmertum der neuen Ära zu bilden.

Ziele:

- Perspektiven über die sich ändernde Situation in der Welt auszutauschen;
- Diskussion darüber, was nicht mehr existiert und was in der Welt neu auftaucht;
- Den Unterschied zwischen „altem“ und „neuem“ Unternehmertum verstehen;
- Sich über die unternehmerischen Kompetenzen informieren, die für die Gründung digitaler Unternehmen nötig sind;
- Über Kompetenzen nachdenken, die Jugendarbeiter brauchen, um die Entwicklung von Kompetenzen junger Menschen zu unterstützen, um digitale Unternehmen durch Jugendarbeit zu gründen.

Adressierte Kompetenzen:


- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Theoretischer Input mit interaktiven Diskussionen;
- Fragen und Antworten;
- Fragebogen;
- Individuelle Reflexion und Einzel-/ Gruppenberatung.

Sitzungsablauf:

I. Globale Transformationszeit (20 Minuten)



Die Teilnehmer werden gebeten, über verschiedene Aspekte des Lebens der Menschen nachzudenken, die in den letzten zehn Jahren die größten Veränderungen erfahren haben (zum Beispiel Technologien, Bildung, Gesundheit, Kommunikation, Beschäftigungsfähigkeit usw.). Die Teilnehmer erarbeiten gemeinsam ein Brainstorming in der großen Gruppe, und der Trainer schreibt die wichtigsten Punkte auf einen Tafelschreibblock.

Danach bilden die Teilnehmer 4er-Gruppen und werden gebeten, diese Änderungen detaillierter zu diskutieren und anhand der folgenden Fragen zu spezifizieren:

- Was hat aufgehört auf der Welt zu existieren oder stirbt langsam aus?
- Was ist stattdessen entstanden? Was wurde entwickelt?

Die Teilnehmer präsentieren ihre Ergebnisse, Ideen und Schlussfolgerungen. Der Trainer leitet die Diskussion ein, indem er fragt, *wie sich diese Änderungen auf das digitale Unternehmertum auswirken?*

II. Unternehmertum der neuen Ära – Input zum Konzept (30 Minuten)

Der Trainer präsentiert das Konzept des “neuen” Unternehmertums, seine Merkmale im Vergleich zum “alten” Unternehmertum und wieso dieses Thema relevant ist.

Danach präsentiert er das EntreComp-Kompetenzrahmen zur Förderung der Entwicklung von acht Schlüsselkompetenzen, die für die Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise unter Jugendlichen nötig sind, indem unterschiedliche Interessengruppen einbezogen werden, um eine Brücke zwischen Bildung und Arbeit zu schlagen.

Der Trainer bringt alle Kompetenzen aus dem EntreComp-Rahmen mit allen Unterkompetenzen auf den Boden. Die Teilnehmer sind eingeladen, herumzugehen und Punkte mit Markierungen auf die Kompetenzen oder Unterkompetenzen zu setzen, die sie als wichtig finden, damit sich ein junger Unternehmer bei der Gründung und Verwaltung eines digitalen Unternehmens entwickeln kann.

III. Die Mappe meiner unternehmerischen Kompetenzen und was ich sonst noch entwickeln muss (30 Minuten)

Die Teilnehmer arbeiten individuell an der Erstellung einer Mappe ihrer Kompetenzen – aller Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen, die sie durch ihre formale, nicht formale und informelle Bildung entwickelt haben und die für die Gründung und Verwaltung digitaler Unternehmen wichtig sein könnten. Sie schreiben alle auf und bewerten neben jedem von denen auf einer Skala von 1 bis 10, inwieweit sie jeden von denen entwickelt haben.

Danach nehmen die Teilnehmer Post-its und Brainstorming vor:

- Welche Kompetenzen muss ich noch entwickeln?
- Wo finde ich das was ich brauche?

Schließlich sind die Teilnehmer eingeladen, die Perspektive zu ändern und in die Fußstapeln von Jugendarbeiters zu treten, die mit Jugendlichen zusammenarbeiten, die daran interessiert sind, digitale Unternehmen zu gründen. Sie bilden mit ihren Nachbarn Paare und diskutieren die folgende Frage – *Wie kann ich junge Menschen bei der Entwicklung der Kompetenzen für die Gründung digitaler Unternehmen unterstützen?*

IV. Teilnahme an einem Plenum und Kartierung der potenziellen Chancen (10 Minuten)

Schließlich kommen die Teilnehmer zusammen und teilen mit, wie die Aktivität für sie war. Sie sind eingeladen, ihre Erkenntnisse zu teilen – Kompetenzen, die sie wichtig für die Entwicklung der Jugendlichen erkannt haben, um digitale Unternehmen gründen zu können.

Erforderliche Materialien: A4-Papiere, A3-Papiere, Farben, Marker, Tafelschreibblock-Papier, Laptop, Projektor, Post-its, EntreComp-Kompetenzen ausgedruckt oder niedergeschrieben.



Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer: After the session, participants will:

- Das Konzept des neuen Unternehmertums und seine Merkmale verstehen;
- Kenntnisse über unternehmerische Kompetenzen, die für die Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise in der neuen Ära des Unternehmertums nötig sind;
- Eigene Kompetenzen überlegen und ermitteln, woran man noch arbeiten muss, um die Entwicklung der Kompetenzen junger Menschen zur Gründung digitaler Unternehmen durch Jugendarbeit unterstützen zu können.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Lesen Sie mehr über Unternehmertum der neuen Ära im Leitfaden: Qualitativ hochwertiges unternehmerisches Lernen durch Jugendarbeit, der hier heruntergeladen werden kann: <https://www.youth-power.org/blog/publications/quality-entrepreneurial-learning-through-youth-work/>
- EntreComp: Der Kompetenzrahmen für unternehmerische Initiative: <https://ec.europa.eu/jrc/en/entrecomp>
- Mehr über das Unternehmertum der neuen Ära von David Rae: <https://www.slideshare.net/ZoneGlyndwr/entrepreneurial-learning-david-rae>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Spielen Sie Hintergrundmusik, wenn die Teilnehmer die Mappen ihrer unternehmerischen Kompetenzen erstellen. Geben Sie ihnen ausreichend Zeit, um die Aufgabe zu erledigen. Geben Sie beim Teilen im Plenum Anweisungen, um die wichtigsten Punkte zu teilen und die Basis zu sprechen.





IT-Sektor und Digitales Unternehmertum

Sitzungstitel: IT-Sektor und Digitales Unternehmertum

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Der IT-Sektor nimmt heutzutage schnell zu. Viele Probleme wurden wegen der intelligenten Technologien und ICT-Lösungen gelöst. In der letzten Zeit sind ICT-Technologien für die Menschen noch bedeutender geworden, um sich in der digitalen Welt zu vernetzen und im Geschäft zu bleiben. Noch mehr denn je gibt es eine große Nachfrage nach der Digitalisierung vieler Prozesse in Unternehmen, und gleichzeitig werden die ICT-Lösungen entwickelt, um den aktuellen Anforderungen digitaler Unternehmen gerecht zu werden. In dieser Sitzung diskutieren die Teilnehmer, wieso der IT-Sektor wichtig ist und welche Merkmale das digitale Unternehmertum allgemein aufweist.

Ziel der Sitzung: Den Teilnehmern ICT und digitales Unternehmertum vorstellen.

Ziele:

- Definition der ICT und ihrer Dienstleistungen, Arbeitsarten und Bereiche des ICT-Sektors;
- Diskussion der Vor- und Nachteile des digitalen Unternehmertums;
- Einführung von Teilnehmern mit Merkmalen des digitalen Unternehmertums;
- Diskussion über den Kontext der Umsetzung des digitalen Unternehmertums.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Input (Präsentationen);
- Kleine Gruppen;
- Individuelle Reflexion;
- Diskussion.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in das Thema (20 Minuten)


Der Trainer fängt die Sitzung mit der Präsentation des theoretischen Rahmens des IT-Sektors an – was ICT sind, ihre Dienstleistungen, Arbeitsarten und Bereiche im IT-Sektor.

II. Digitales Unternehmertum (30 Minuten)

Die Teilnehmer teilen sich in Vierergruppen auf. Sie diskutieren die folgenden Fragen in den kleinen Gruppen:

- Was sind die Merkmale des digitalen Unternehmertums?
- Was sind die Vorteile des digitalen Unternehmertums?
- Was sind die Nachteile des digitalen Unternehmertums?

III. Sammlung der Ergebnisse und Ranking (40 Minuten)



Die Teilnehmer sind eingeladen, die Papiere an die Wand zu kleben, um einen Überblick über alle Merkmale zu bekommen. Sie sollen die Eigenschaften in Stille überprüfen. Jeder nimmt drei Aufkleber, wählt drei wichtige Merkmale aus und bringt neben jedem einen Aufkleber an.

Danach gibt der Trainer einen Überblick über die wichtigsten Merkmale des digitalen Unternehmertums:

- Teilen der Ökonomie,
- Digitale Technologien, die die Internalisierung fördern,
- Leichtere Kommunikation und günstigere und schnellere Servicebereitstellung,
- Digitale Strategien,
- Globale Märkte und Wettbewerb,
- Arbeit mit unterschiedlichen Kulturen und Hintergründen,
- Vertriebskanäle,
- Neue Medien,
- Online-Geschäft und Zahlungen,
- Digitales Marketing,
- Digitaler Arbeitsplatz,
- Risikobewertung und -management,
- Finanzplanung, und
- Geschäftsplan.

Der Trainer fügt hinzu, dass die oben erwähnten Themen in den kommenden Tagen des Trainings weiter entdeckt und diskutiert werden

Erforderliche Materialien: A4-Papiere in verschiedenen Farben, Marker, kleine Stifte, Projektor, Laptop.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Ein allgemeines Verständnis des IT-Sektors, der Art und des Arbeitsbereichs sowie der Dienstleistungen haben;
- In der Lage sein, das wichtigste Merkmal des digitalen Unternehmertums aufzulisten;
- Verstehen der Faktoren, die bei der Gründung und Verwaltung eines digitalen Unternehmens berücksichtigt werden müssen.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- <https://www.journals.elsevier.com/technological-forecasting-and-social-change/call-for-papers/digital-entrepreneurship-creating-and-doing-business-in-the>
- <https://blog.hotmart.com/en/digital-entrepreneurship/>
- https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Teilen Sie die Teilnehmer gleichmäßig in Gruppen ein und lassen Sie sie alle Fragen beantworten. Sagen Sie ihnen, dass die Antworten auf jede Frage auf Papieren in verschiedenen Farben niedergeschrieben werden müssen (zum Beispiel Merkmale in Grün, Vorteile in Blau und Nachteile in Gelb). Alle zusammen gruppieren.
- Wenn Sie über die Merkmale diskutieren, stellen Sie Fragen zu ihren wichtigsten Merkmalen im digitalen Unternehmertum.



Digitale Revolution – Eine neue Art, Geschäfte zu machen

Sitzungstitel: Digitale Revolution – Eine neue Art, Geschäfte zu machen

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Die digitale Revolution ist eine Explosion der Informationstechnologien, die in den 1980er Jahren anfang und immer noch dauert, schneller als je zuvor. Durch die Verbreitung der Telekommunikations- und Computertechnologien hat sich das auf das Leben der meisten Menschen auf der ganzen Welt ausgewirkt. Diese haben eine ganz neue Arbeitsweise geschaffen, weil sie es den Menschen ermöglicht hat, von lokal oder national zu global zu expandieren. Die digitale Welt ist für die Funktion der Gesellschaft von wichtiger Bedeutung geworden. Einige Punkte davon werden als gut und nützlich empfunden, während andere als negativ und sogar schädlich empfunden werden. Dennoch ist es für die Mehrheit der Unternehmen und alle, die Teil der Erwerbsbevölkerung sind, Realität geworden. Es hat eine Art und Weise der Geschäftstätigkeit revolutioniert, weil schnell Internetdienste und -anbieter vorhanden sind, verschiedene Applikationen und Programme entwickelt werden, verschiedene intelligente Geräte entwickelt werden, Informationen in Clouds gespeichert werden können und verschiedene Kommunikationskanäle erweitert werden. Die Fähigkeit, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden, ist unerlässlich geworden, um auf den Markt zu kommen und dort zu bleiben. Mit allen diesen verfügbaren Möglichkeiten sind die Möglichkeiten, Geschäfte zu machen, endlos.

Ziel der Sitzung: Um die Chancen zu visualisieren, die die digitale Revolution für Unternehmen in der Zukunft schafft.

Ziele:

- Sich der Veränderungen der digitalen Revolution im Alltag bewusst zu werden;
- Die Geschwindigkeit verstehen, mit der die digitale Revolution stattfindet;
- Die Zukunft visualisieren, die noch bevorsteht, um unternehmerische Möglichkeiten erkennen zu können.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.


Methodik und Methoden:

- Arbeit in Paaren;
- Inputs (Präsentationen);
- Arbeiten in kleinen Gruppen;
- Performance;
- Diskussion.

Sitzungsablauf:

I. Digitale Revolution – sind wir bereit? (20 Minuten)

Der Trainer stellt das Thema vor und bittet die Teilnehmer, Paare zu bilden. Die Aufgabe eines jeden Paares ist es, über alle Punkte seines Lebens nachzudenken und aufzuschreiben, was in ihrem Leben



anders wäre, wenn es keine digitale Revolution gäbe. Sie schreiben alle Dinge auf, die sie ohne die digitale Revolution nicht machen könnten.

Nach zehn Minuten teilen sich die Paare und der Trainer fasst die wichtigsten Punkte und alle Bereiche zusammen, die von der digitalen Revolution betroffen waren.

II. Digitale Revolution – Zukunftsvision (40 Minuten)

Die Teilnehmer sehen sich das Video zur digitalen Transformation und den damit verbundenen Veränderungen hier an: <https://www.youtube.com/watch?v=ystdF6jN7hc>

Die Teilnehmer sind eingeladen, ihre Erkenntnisse über das Video und die bevorstehenden Veränderungen in der Welt wegen der digitalen Transformation zu teilen.

Der Trainer sagt ihnen, dass es für einen erfolgreichen digitalen Unternehmer nicht nur erforderlich ist, mit den aktuellen Trends im Bereich des digitalen Unternehmertums vertraut zu sein, sondern auch eine Vision davon zu haben, wo sich der Markt bewegt und wie die Zukunft aussehen wird. Die folgende Aufgabe ist es, zu visualisieren, was in Zukunft kommen wird, um ein digitales Unternehmen zu gründen, das auf zukünftige Trends ausgerichtet ist, anstatt alte Ideen und digitale Lösungen wegzuworfen.

Die Teilnehmer bilden fünf kleine Gruppen, wobei jede Gruppe eines der folgenden Zitate zur Inspiration bekommt:

- “Man ändert nie Dinge, indem man gegen die bestehende Wirklichkeit kämpft. Um etwas zu ändern, erstellen Sie ein neues Modell, das das vorhandene Modell überflüssig macht.“ (Buckminster Fuller)
- “Die digitale Revolution ist für das traditionelle Mediengeschäft fast genauso störend wie Strom für das Kerzengeschäft.” (Ken Auletta)
- “Wegen des Ansturms menschlichen Wissens, wegen der digitalen Revolution haben ich eine Stimme und ich muss nicht schreien.” (Roger Ebert)
- “Die digitale Revolution hat unsere Arbeitsweise verändert, da Sie nicht unter dem Druck stehen, dass Film kostbar und Film teuer ist.” (Colm Meaney)
- “Du weißt, es ist lustig, was mi tuns passiert. Unser Leben ist digitale geworden. Unsere Freunde, jetzt virtuell. Und alles, was du jemals wissen wolltest, ist nur einen Klick entfernt. Das Erleben der Welt durch Informationen aus zweiter Hand reicht nicht aus. Wenn wir Authentizität wollen, müssen sie initiieren. Wir werden niemals unser volles Potenzial erkennen, wenn wir uns nicht dazu drängen, es zu finden. Es ist diese Selbstfindung, die uns unweigerlich zu den wildesten Orten der Erde führt.“ (Travis Rice).

Ihre Aufgabe ist es, eine kurze Skizze oder ein Stück zu erstellen, das maximal fünf Minuten dauert und ihre Vision der digitalen Revolution in der Zukunft zeigt und was sie für die Welt bringen wird – wie das Leben aussehen wird, wie die Menschen sich verhalten werden. Sie können alle vorhandenen Ressourcen verwenden, um ihre Skizze / ihr Spiel so genau wie möglich zu gestalten.

III. Digitale Revolution – Performanzzeit (20 Minuten)


Gruppen treten auf, ohne das Hauptthema oder die Idee zu sagen. Die anderen Gruppen versuchen zu erraten, worum es bei der Performanz handelt.

IV. Zusammenfassen und schließen (10 Minuten)

Erforderliche Materialien: Laptop, Projektor, bunte Papiere, Scheren, verschiedene Materialien, die für die Skizzen nützlich sind, Zitate gedruckt und ausgeschnitten.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- 
- Der Veränderungen bewusst sein, die die digitale Revolution in die Welt gebracht hat;
 - In der Lage sein, die Zukunft der digitalen Revolution zu visualisieren;
 - Ihre Vision und Kreativität ausdrücken.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Die Infografiken der digitalen Revolution:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjhv_a49aHrAhUNGuwKHWHvD1IQFjAMegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fstfc.ukri.org%2Ffiles%2Fdigital-revolution-infographic%2F&usg=AOvVaw1b-2crdW31e4ks6ZbSZ6cJ



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die mit dem Thema verbundenen Zitate können einfach angepasst und bei Bedarf in die Gruppe geändert werden.
- Bieten Sie eine Vielzahl der Materialien an, die Ihnen für die Gruppenperformanz zur Verfügung stehen. Ermutigen Sie sie, verschiedene Orte in und um den Veranstaltungsort zu nutzen, um aufzutreten, oder sie als Inspiration zu nutzen.





Digitales Unternehmen – Definition, Hauptmerkmale und erfolgreiche Fallstudien

Sitzungstitel: Digitales Unternehmen – Definition, Hauptmerkmale und erfolgreiche Fallstudien

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Digitale Unternehmen bieten jungen Menschen die Gelegenheit, ihre Ideen zu entwickeln und kostengünstig zu testen. Sie benutzen normalerweise eine Reihe digitaler Technologien, um einen neuen Wert in ihrem Geschäft zu schaffen. Der Einsatz solcher Technologien treibt Wachstum und Entwicklung voran. In dieser Sitzung werden Prinzipien des digitalen Unternehmens sowie Fallstudien vorgestellt.

Ziel der Sitzung: Den Teilnehmern das Konzept eines digitalen Unternehmens vorstellen.

Ziele:

- Was ein digitales Unternehmen ist, zu verstehen;
- Diskussion der Fallstudien;
- Analyse der eigenen Umgebung in Bezug auf digitale Unternehmen;
- Ein echtes Beispiel für einen digitalen Unternehmer zu hören, um eine Geschichte zu teilen.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodology and methods:

- Inputs (Präsentationen);
- Arbeit in kleinen Gruppen;
- Fallstudien;
- Von einem Gastredner lernen;
- Diskussion.

Sitzungsablauf:

I. Digitales Unternehmen – Definition (20 Minuten)

Der Trainer stellt die Sitzung vor und lädt die Teilnehmer zum Brainstorming zum Thema des digitalen Unternehmens – um eine gemeinsame Definition zu finden. Der Trainer fasst alle Punkte in einer Definition eines digitalen Unternehmens zusammen und präsentiert die wichtigsten Punkte eines digitalen Unternehmens (in gemischter Reihenfolge) – Unternehmer, Ideen, Fragen, Geschäftsplan, Testen der Strategie, Starten des Unternehmens, Finanzen, Produkt, Marketing, Vertrieb, Unterstützer, Management, Führung. Anschließend teilen sich die Teilnehmer in Gruppen von drei oder vier Personen auf. Ihre Aufgabe ist es, die Phasen der Gründung eines digitalen Unternehmens in einer Reihenfolge zu organisieren, beginnend mit dem ersten benötigten Schritt. Jede Gruppe präsentiert ihre Ergebnisse und die Phasen werden diskutiert.

II. Fallstudien und Merkmale digitaler Unternehmen (30 Minuten)

Der Trainer stellt die vier Hauptmerkmale eines digitalen Unternehmens vor und sagt die Beispiele digitaler Unternehmen. Er präsentiert mehrere Fallstudien digitaler Geschäftsmodelle (Amazon, Netflix, eBay, Uber, Airbnb). Die Teilnehmer teilen sich in fünf Gruppen ein, um Beispiele dieser digitalen Unternehmen zu analysieren und sie anhand der Hauptmerkmale digitaler Unternehmen zu analysieren. Jede Gruppe präsentiert ihre Ergebnisse im Plenum.

III. Ein Skype-Anruf mit erfolgreichem Start-up eines digitalen Unternehmens (40 Minuten)

Die Gruppe verbindet sich über Skype mit einem digitalen Unternehmer. Er/ sie stellt das Unternehmen anhand der folgenden Fragen vor:

- *Wie habe ich meine Firma gegründet?*
- *Wieso habe ich mich entschieden, es in einer digitalen Umgebung zu machen?*
- *Was macht mein Unternehmen?*
- *Was sind die Hauptvorteile für mich?*
- *Was sind die Hauptherausforderungen?*
- *Was sind die drei wichtigsten Sachen, die für Unternehmen wichtig sind?*

Außerdem haben die Teilnehmer die Gelegenheit, während der Präsentation Fragen zu stellen.

Erforderliche Materialien: A4-Papiere, Tafelschreibblock-Papiere, Post-it-Papiere, Marker, Farben, Fallstudien, Laptop und ein Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Verstehen, was ein digitales Unternehmen ist;
- In der Lage sein, die Merkmale eines digitalen Unternehmens aufzulisten zu können;
- Kenntnisse über erfolgreiche Fallstudien im Bereich des digitalen Unternehmens;
- Mehr über digitales Unternehmertum von einem erfolgreichen digitalen Unternehmer erfahren.


Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

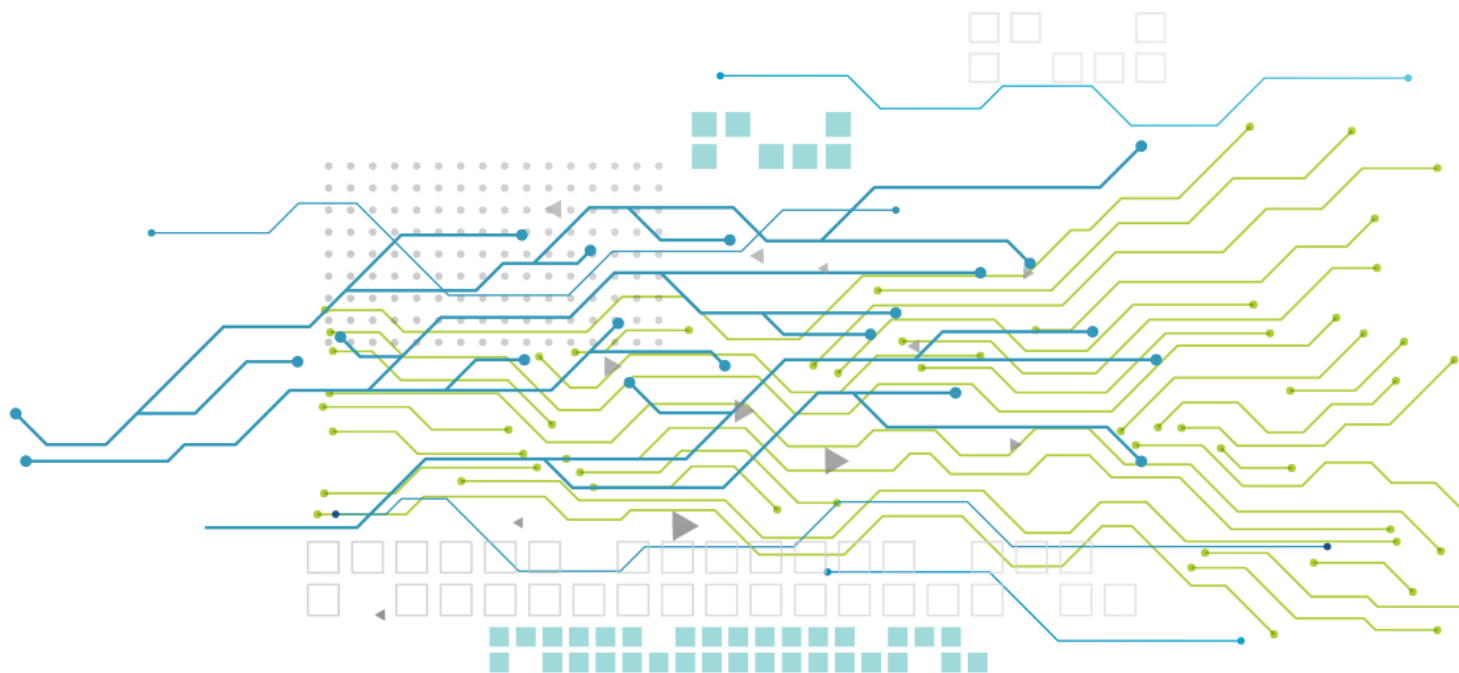
Weitere Details finden Sie in:

- Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie im Projekthandbuch „Start-up für digitales Unternehmertum“.
- Merkmale digitaler Unternehmen: <https://www.institutefordigitaltransformation.org/four-characteristics-digital-transformation/>
- <https://www.brandwatch.com/blog/expert-advice-how-to-become-a-digital-company/>
- Zusätzliche Workshops zum Thema Unternehmertum: <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/training-module-on-entrepreneurship-education.2129/>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Kontaktaufnahme mit einer Person, die ein digitaler Unternehmer ist und ein eigenes Unternehmen gegründet hat, wäre für die Teilnehmer sehr sinnvoll, um die Erfahrung aus erster Hand zu bekommen. Suchen Sie eine Person in der lokalen Gemeinschaft, die über Skype eine Verbindung herstellen würde, um mit den Teilnehmern zu kommunizieren. Vereinbaren Sie die Details des Meetings mit der Person im Voraus und geben Sie ihr die Informationen über die Gruppe und welche Informationen für die Teilnehmer wertvoll wären.
- Ermöglichen Sie den Teilnehmern, Fragen zu stellen und teilen Sie ihnen im Voraus mit, dass Sie Gastvorträge mit Fragen und Antworten halten werden, damit sie die für sie wichtigen Fragen stellen können. Geben Sie bei Bedarf etwas Zeit zum Nachdenken.

- 
- Fallstudien sollten im Voraus erstellt werden und können Studien verschiedener Unternehmen sein, die Sie für die Teilnehmer relevant und interessant finden.





Wie gründet man ein digitales Unternehmen? (Lean Start-up-Methode und digitale Strategie)

Sitzungstitel: Wie gründet man ein digitales Unternehmen? (Lean Start-up-Methode und digitale Strategie)

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund: Start-ups sind heutzutage immer mehr verbreitet. Obwohl viele von ihnen am Ende (aus verschiedenen Gründen) erfolglos sind, ist es für Menschen aufregend, ein eigenes Unternehmen zu gründen und zu wachsen und gleichzeitig ein digitales Produkt anzubieten, das hilft, Hindernisse oder Probleme in der EU zu lösen. Die Teilnehmer werden also in die Lean Start-up-Methode und die digitale Strategie sowie in das Geschäftsmodell Canvas-Werkzeug eingeführt, das ihnen bei der Planung ihres eigenen Start-ups in der Zukunft helfen kann.

Ziel der Sitzung: Bereitstellung der Werkzeuge der Teilnehmer zur Gründung eines digitalen Unternehmens.

Ziele:

- Informationen zur Start-up-Kultur bereitzustellen;
- Einführung der Start-up-Methode;
- Einführung der digitalen Strategie;
- Erläuterung des Geschäftsmodells Canvas-Werkzeug und Ermutigen der Teilnehmer, es an ihren eigenen Beispielen zu benutzen.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen.

Methodik und Methoden:

- Inputs (Präsentationen);
- Video;
- Arbeit in kleinen Gruppen;
- Business Canvas-Methode;
- Diskussion.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in Start-ups und LEAN-Methode (25 Minuten)

Die Teilnehmer werden in die Start-up-Theorie eingeführt: Was ist ein Start-up, seine Eigenschaften und wie funktioniert der gesamte Kontext? Darüber hinaus wird die LEAN-Methode als Möglichkeit zur zukünftigen Unternehmensgründung vorgestellt.

Nach der Einführung sehen sich die Teilnehmer das Video an und erklären, was Start-ups erfolgreich macht. Video ist hier verfügbar:

https://www.ted.com/talks/bill_gross_the_single_biggest_reason_why_startups_succeed#t-123634.

II. **Brainstorming – Probleme, die durch ein digitales Unternehmen gelöst werden müssen (15 Minuten)**

Der Trainer lädt die Teilnehmer ein, Trios zu bilden und ein Problem zu finden, das es wert ist, in ihren Gemeinden gelöst zu werden. Basierend auf dem aufkommenden Problem einigen sie sich auf eine Lösung, die sie bei der Gemeinde durch die Gründung eines digitalen Unternehmens anbieten würden.

III. **Einführung in die digitale Strategie und das Geschäftsmodell Canvas (20 Minuten)**

Danach stellt der Trainer die digitale Strategie und den Geschäftsbereich vor – die Hauptelemente und die Fragen, die beantwortet werden müssen. Geschäftsmodell Canvas lässt sich am Beispiel des Lego Unternehmens erklären, weil jeder weiß, welches Produkt er verkauft. Das Video finden Sie hier: <https://www.youtube.com/watch?v=g4E3fhybhGM>.

IV. **Geschäft-Canvas in digitalen Unternehmen (40 Minuten)**

Die Teilnehmer arbeiten weiterhin in denselben Gruppen, um an der Geschäftsfläche des digitalen Unternehmens zu arbeiten, das sie gründen möchten. Der Trainer präsentiert die wichtigsten Aspekte auf der Leinwand, die er diskutieren und aufschreiben muss: Schlüsselaktivitäten, Schlüsselpartner, Partnernetzwerk, Wertversprechen, Kunden, Kundenbeziehungen, Kanäle, Finanzen und Einnahmequellen.

V. **Präsentation von Geschäftsbildern (20 Minuten)**

Die Teilnehmer präsentieren dann ihre Leinwände und sollten jeden Teil ihrer digitalen Unternehmen erklären. Der Trainer und andere Teilnehmer geben ihnen das Feedback.

Erforderliche Materialien: A4-Papiere, A3-Papiere, Tafelschreibblock-Papiere, Post-it-Papiere, Marker, Farben, Laptop, Projektor, Kopien von Geschäftsmodell-Canvas.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Die Definition eines Start-ups kennen;
- Grundsätze der LEAN Start-up-Methode verstehen und auflisten können;
- Die Grundelemente des Geschäftsmodells Canvas und der digitalen Strategie kennen.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

Weitere Details finden Sie in:

- Über Start-ups: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/start-up>
- Über Start-ups: <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
- Über LEAN-Methode: <http://theleanstartup.com/principles>
- Über Geschäftsmodell Canvas: <https://designabetterbusiness.com/2017/11/02/how-to-use-the-business-model-canvas-for-innovation/>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Ermutigen Sie die Teilnehmer beim Brainstorming von Ideen, über die Gründung eines digitalen Unternehmens nachzudenken, das Lösungen für ein Problem oder mehrere Probleme in der lokalen Gemeinschaft (oder auf globaler Ebene) anbietet.
- Drucken Sie für jeden Teilnehmer ein Beispiel des Geschäftsmodells Canvas mit einer ausführlichen Beschreibung aus. Geben Sie den Gruppen ausreichend Zeit, um ihre Geschäftsfläche zu planen und sie anderen mit Fragen und Antworten zu präsentieren.





Digitaler Arbeitsplatz – Vorteile und Risiken

Sitzungstitel: Digitaler Arbeitsplatz – Vorteile und Risiken

Dauer: 120 Minuten

Hintergrund: Wenn Sie in einer digitalen Umgebung arbeiten, müssen Sie jede Ressource/ jedes Gerät benutzen, um Menschen zu organisieren, und einen Prozess, um die Arbeit mit einem Mehrwert zu erledigen und gleichzeitig die digitale Transformation voranzutreiben. Es bedeutet, dass wir leicht miteinander interagieren können, aber das kann leicht über Bord gehen. Online-Werkzeuge für die Zusammenarbeit bieten die Möglichkeit, jederzeit zu kommunizieren. Für viele digitale Unternehmer ist die Wirklichkeit, dass sie keine Freizeit haben, was sie leicht zum Burnout bringen kann. Obwohl die Arbeit an einem digitalen Arbeitsplatz zu einer höheren Produktivität, höheren Einnahmen und einer höheren Arbeitszufriedenheit führen kann, ist es wichtig, Fähigkeiten und Kenntnisse zu entwickeln, um die Arbeit in der digitalen Welt mit anderen Arten der Arbeit oder des Privatlebens im Einklang zu bringen.

Ziel der Sitzung: Herausforderungen und Vorteile des digitalen Arbeitsplatzes erleben und daraus lernen.

Ziele:

- Sensibilisierung für die Vorteile und Risiken eines digitalen Arbeitsplatzes durch Erfahrungslernen und Präsentation einer Forschung;
- Analyse der Risiken und Strategien und Vorschlag der Empfehlungen, wie diese verhindert/überwunden werden können;
- Einwicklung eines Verständnisses und Kompetenzen für das Verhalten in einem Kontext mit begrenzter Zeit und begrenzten Ressourcen und dennoch strategisch zu denken, Probleme vor Ort zu lösen, Herausforderungen anzunehmen, proaktiv zu sein, Kommunikation, Verhandlungs- und Führungsfähigkeiten sowie digitale Kompetenz zu üben.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen.

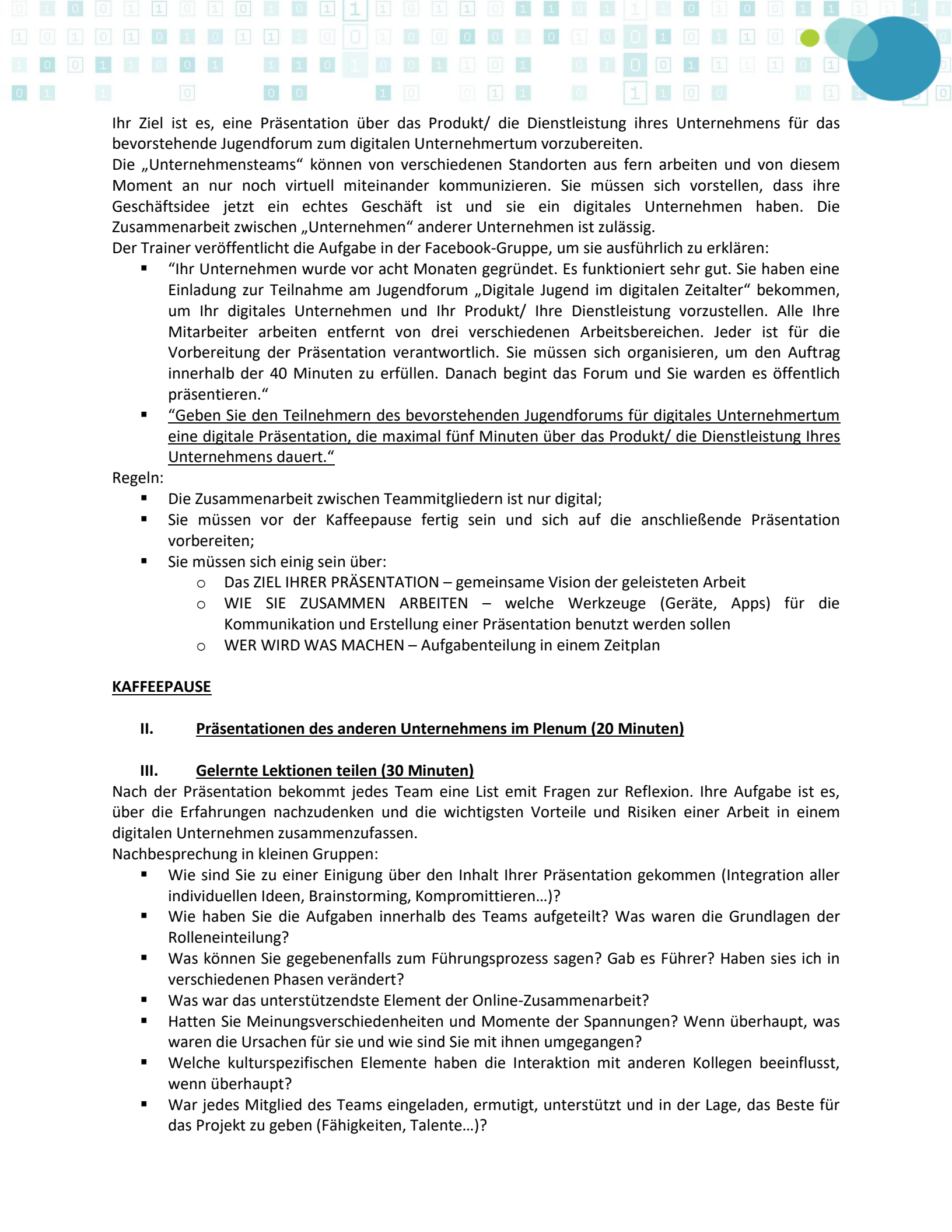
Methodik und Methoden:

- Komplexe Übung der Simulation;
- Präsentationen;
- Teilen und Nachbesprechen.

Sitzungsablauf:

I. Simulationsübung: Was ist ein digitaler Arbeitsplatz? (50 Minuten)

Der Trainer stellt die Sitzung über die Vorteile und Risiken eines digitalen Arbeitsplatzes vor und erklärt die Simulationsübungen, an denen die Teilnehmer in den Gruppen mit den Personen arbeiten, mit denen sie am Vortag an der Schaffung eines gemeinsamen digitalen Unternehmens gearbeitet haben. Jede Person aus der Gruppe aktiviert individuell von einem anderen Ort aus und braucht eine Art digitales Gerät.



Ihr Ziel ist es, eine Präsentation über das Produkt/ die Dienstleistung ihres Unternehmens für das bevorstehende Jugendforum zum digitalen Unternehmertum vorzubereiten.

Die „Unternehmensteams“ können von verschiedenen Standorten aus fern arbeiten und von diesem Moment an nur noch virtuell miteinander kommunizieren. Sie müssen sich vorstellen, dass ihre Geschäftsidee jetzt ein echtes Geschäft ist und sie ein digitales Unternehmen haben. Die Zusammenarbeit zwischen „Unternehmen“ anderer Unternehmen ist zulässig.

Der Trainer veröffentlicht die Aufgabe in der Facebook-Gruppe, um sie ausführlich zu erklären:

- “Ihr Unternehmen wurde vor acht Monaten gegründet. Es funktioniert sehr gut. Sie haben eine Einladung zur Teilnahme am Jugendforum „Digitale Jugend im digitalen Zeitalter“ bekommen, um Ihr digitales Unternehmen und Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung vorzustellen. Alle Ihre Mitarbeiter arbeiten entfernt von drei verschiedenen Arbeitsbereichen. Jeder ist für die Vorbereitung der Präsentation verantwortlich. Sie müssen sich organisieren, um den Auftrag innerhalb der 40 Minuten zu erfüllen. Danach beginnt das Forum und Sie werden es öffentlich präsentieren.“
- “Geben Sie den Teilnehmern des bevorstehenden Jugendforums für digitales Unternehmertum eine digitale Präsentation, die maximal fünf Minuten über das Produkt/ die Dienstleistung Ihres Unternehmens dauert.“

Regeln:

- Die Zusammenarbeit zwischen Teammitgliedern ist nur digital;
- Sie müssen vor der Kaffeepause fertig sein und sich auf die anschließende Präsentation vorbereiten;
- Sie müssen sich einig sein über:
 - Das ZIEL IHRER PRÄSENTATION – gemeinsame Vision der geleisteten Arbeit
 - WIE SIE ZUSAMMEN ARBEITEN – welche Werkzeuge (Geräte, Apps) für die Kommunikation und Erstellung einer Präsentation benutzt werden sollen
 - WER WIRD WAS MACHEN – Aufgabenteilung in einem Zeitplan

KAFFEPAUSE

II. Präsentationen des anderen Unternehmens im Plenum (20 Minuten)

III. Gelernte Lektionen teilen (30 Minuten)

Nach der Präsentation bekommt jedes Team eine Liste mit Fragen zur Reflexion. Ihre Aufgabe ist es, über die Erfahrungen nachzudenken und die wichtigsten Vorteile und Risiken einer Arbeit in einem digitalen Unternehmen zusammenzufassen.

Nachbesprechung in kleinen Gruppen:

- Wie sind Sie zu einer Einigung über den Inhalt Ihrer Präsentation gekommen (Integration aller individuellen Ideen, Brainstorming, Kompromittieren...)?
- Wie haben Sie die Aufgaben innerhalb des Teams aufgeteilt? Was waren die Grundlagen der Rolleneinteilung?
- Was können Sie gegebenenfalls zum Führungsprozess sagen? Gab es Führer? Haben sie sich in verschiedenen Phasen verändert?
- Was war das unterstützendste Element der Online-Zusammenarbeit?
- Hatten Sie Meinungsverschiedenheiten und Momente der Spannungen? Wenn überhaupt, was waren die Ursachen für sie und wie sind Sie mit ihnen umgegangen?
- Welche kulturspezifischen Elemente haben die Interaktion mit anderen Kollegen beeinflusst, wenn überhaupt?
- War jedes Mitglied des Teams eingeladen, ermutigt, unterstützt und in der Lage, das Beste für das Projekt zu geben (Fähigkeiten, Talente...)?

- Gab es einen Raum zum Lernen/Mentoring und wie haben Sie damit umgegangen?

IV. Plenarpräsentation der Vorteile und Risiken an digitalen Arbeitsplätzen (20 Minuten)

Die Teilnehmer präsentieren ihre Erkenntnisse über Vorteile und Risiken an digitalen Arbeitsplätzen. Der Trainer fasst alle Punkte zusammen und schlägt Strategien zur Prävention/ Überwindung von Risiken am digitalen Arbeitsplatz vor.

Schließung der Sitzung.

Erforderliche Materialien: 3 Arbeitsbereiche mit Internetverbindung, Computer/Laptops/digitale Geräte, Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Den Arbeitsprozess an einem digitalen Arbeitsplatz und der Zusammenarbeit mit anderen Teammitgliedern, die sich an entfernten Standorten befinden verstehen;
- Sich der Vorteile und Risiken digitaler Arbeitsplätze bewusst sein;
- Wissen, wie einige Risiken, die an digitalen Arbeitsplätzen auftreten können, überwunden oder verhindert werden können.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:


Weitere Details finden Sie in:

- Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie im Projekthandbuch "Start-up für digitales Unternehmertum"
- Deloitte-Forschung zu den Vorteilen des digitalen Arbeitsplatzes
https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/The_digital_workplace.pdf



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Dieser Teil des Programms wurde als komplexe Simulation entwickelt, die den Teilnehmern ausreichend Hinweise auf positive und negative Seiten der digitalen Zusammenarbeit geben kann. Geben Sie ihnen nach Gelegenheit mehr Zeit für die Simulation sowie einige praktische Empfehlungen zur Überwindung der Nachteile, mit denen sie während der Simulation konfrontiert sind.
- Die Aufgabe kann bei Bedarf neu definiert werden, um sie an den Programmablauf anzupassen.
- Abhängig von der Zahl der Unternehmensteams (kleine Gruppen) müssen mindestens drei Arbeitsplätze mit Internet vorhanden sein.



Wer ist ein digitaler Unternehmer? (Definieren der Kompetenzen SKA, dass eine Person ein digitaler Unternehmer sein muss)

Sitzungstitel: Wer ist ein digitaler Unternehmer? (Definieren der Kompetenzen SKA, dass eine Person ein digitaler Unternehmer sein muss)

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Unternehmer zu sein benötigt eine Vielzahl der Kompetenzen, die jeder Einzelne haben oder entwickeln muss. Es gibt viele verschiedene Modelle unternehmerischer Kompetenzen, die sich in einigen Punkten unterscheiden. Die zugrunde liegenden Prinzipien sind aber ähnlich.

Basierend auf dem SKA-Modell werden die unternehmerischen Kompetenzen im Handbuch „Digitales Unternehmertum Start-up“ in drei Arten der Kompetenzen klassifiziert:

1. Kognitive Kompetenzen – beziehen sich auf eine bestimmte Denkweise, die ein Unternehmer haben/ entwickeln muss, um Chancen identifizieren und neue Ideen basierend auf diesen Möglichkeiten entwickeln zu können. Diese Kompetenzen setzen die Fähigkeit voraus, Probleme zu erkennen, zu bewerten, abzuschätzen, zu lösen und Entscheidungen zu treffen.
2. Soziale Fähigkeiten – beziehen sich auf die Fähigkeit, sich mit anderen zu verbinden und zu vernetzen, um ein soziales Kapital des Unternehmens zu schaffen.
3. Handlungsorientierte Haltung – bezieht sich auf die Haltung, die sich auf das Handeln konzentriert, um Chancen durch den Prozess der bewussten Planung, Festlegung von Zielen, Überwachung, Umsetzung und Anpassung an die aktuelle Situation zu manifestieren und zu nutzen.

Jugendarbeit kann dazu beitragen, Kompetenzen (Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen) zu entwickeln, die nötig sind, um ein digitaler Unternehmer zu werden. Wie und auf welche Weise Jugendarbeit es machen kann, hängt von einem bestimmten Kontext ab.

Ziel der Sitzung: Zu verstehen, welche Kompetenzen digitaler Unternehmer im Rahmen eines SKA-Modells haben muss (Fähigkeiten, Kenntnisse, Einstellungen) und wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für die Arbeit an einem digitalen Arbeitsplatz und für das Unternehmertum aufzubauen.

Ziele:


- Das Bild eines idealen digitalen Unternehmers und seiner Kompetenzen zu erkunden;
- Zu erkennen, ob es in den lokalen Gemeinschaften Gelegenheiten gibt, diese und die fehlenden Kompetenzen zu erwerben;
- Einführung wesentlicher Kompetenzen für die Gründung eines digitalen Unternehmens;
- Nachdenken, welche Kompetenzen für junge Menschen geeignet sind und im Rahmen der Jugendarbeit entwickelt werden können.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Diskussion in kleinen Gruppen;

- 
- Bewertung der Bewegungskompetenz;
 - Gruppenübung.

Sitzungsablauf:

I. Stellen wir uns einen idealen digitalen Unternehmer vor (20 Minuten)

Ein Freiwilliger sitzt auf dem Stuhl in der Mitte des Kreises und andere überlegen, welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Einstellungen wir bisher untersucht haben, die ein IDEALER Digitalunternehmer haben sollte (so spezifisch wie möglich). Alle Ideen sind auf den Post-it-Papieren geschrieben und bleiben beim Freiwilligen.

Danach fragt der Trainer den Freiwilligen: „Wie fühlen Sie sich mit allen diesen Erwartungen?“

Alle Post-it-Papiere werden dann auf den gezeichneten Umriss einer Person gelegt. Post-it-Papiere mit Wissen werden auf die Ebene des Kopfes gelegt, diejenigen mit Einstellungen am ganzen Körper und diejenigen mit Fähigkeiten an Armen und Beinen.

II. Wo stehen wir? (20 Minuten)

Der Trainer erklärt die drei Lernzonen: Komfort-, Dehnungs- und Panikzonen.

Die Teilnehmer positionieren sich entsprechend ihrem Niveau der zuvor genannten Kompetenzen (indem sie in der Mitte des Raumes stehen (um mit der Kompetenz in der Panikzone zu sein). Der Trainer liest die oben genannten Fähigkeiten, Einstellungen und Kenntnisse, die gesammelt wurden. Wenn sie jemand in der Panikzone befindet, bittet der Trainer Personen in anderen Zonen um eine Empfehlung, die es tun würde, helfen, einen Schritt nach vorne zu machen – welche Gelegenheiten haben Sie/ junge Menschen, diese Fähigkeit und Kompetenz zu erlangen?

III. Kompetenzen für einen erfolgreichen digitalen Unternehmer (20 Minuten)

Der Trainer stellt die sechs wesentlichen Fähigkeiten vor, die jeder Einzelne / Jugendliche haben muss, um ein Unternehmen zu gründen: Verkauf; digitales Marketing; Buchhaltung und Budgetierung; Einstellung und Verwaltung von Mitarbeitern; Zeiteinteilung; Elastizität. Mehr dazu finden Sie im Handbuch „Digitales Unternehmertum Start-up“.

Der Trainer fügt weitere wichtige Kompetenzen für einen digitalen Unternehmer hinzu: Social Media, Suchmaschinenmarketing, Analyse, Content-Marketing, E-Mail, Mobil, Strategie und Planung, Verkauf, Pay-per-Click-Marketing und Video.

IV. Möglichkeiten zur Kompetenzentwicklung in lokalen Gemeinschaften (30 Minuten)


Nach der Präsentation bilden die Teilnehmer Gruppen mit anderen Personen aus der Organisation oder demselben Land. Ihre Aufgabe ist es, Kompetenzen abzubilden, die junge Menschen durch Jugendarbeit entwickeln können, um erfolgreiche digitale Unternehmer zu werden. Ihre Aufgabe ist es, die Aktivitäten, Programme oder Projekte der Jugendarbeit, die solche Möglichkeiten bieten, sowie die Aktivitäten anderer Interessengruppen in einer bestimmten Gemeinschaft einzubeziehen.

Jede Gruppe erstellt einen Tafelschreibblock mit Ideen und präsentiert sie vor den anderen Teilnehmern.

Erforderliche Materialien: Menschliche Umriss auf einem Tafelschreibblockpapier, Tafelschreibblock-Papiere, Marker, Laptop, Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- 
- Ein gemeinsames Verständnis eines idealen digitalen Unternehmers und seiner wünschenswerten SKA-Kompetenzen erlangen;
 - Diskussion und Teilen der SKA-Kompetenzen, die in unseren Gemeinden leicht aufgebaut werden können;
 - Verstehen, wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, Möglichkeiten zum Erwerb der definierten Kompetenzen anzubieten.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zu den wichtigen Kompetenzen für digitale Unternehmer finden Sie im Projekthandbuch „Start-up für digitales Unternehmertum“
- Material zum Lesen von Lernzonen <http://www.thempra.org.uk/social-pedagogy/key-concepts-in-social-pedagogy/the-learning-zone-model/>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Auch wenn einige Teilnehmer das Konzept der Kompetenzen und Wissen, Fähigkeiten und Einstellungen kennen, wird empfohlen, dass der Trainer die Gruppe daran erinnert, dass Einstellungen Leistungsmotivatoren sind (Initiative ergreifen, andere mobilisieren, Zielorientierung, Problemlösung). Dazu gehören Werte und Bestrebungen. Fähigkeiten können sowohl kognitiv (Kommunikation, Führung, Umgang mit Unsicherheit, Planung, Software-Codierung, kreatives Denken) als auch praktisch (Zeichnen) sein. Wissen bezieht sich sowohl auf Fähigkeiten als auch auf Einstellungen wie – Wissen über aktives Zuhören, Bewusstsein für Rollenteilung in der Teamarbeit, Rolle eines Leiters...





Digitales Marketing – Wesentliche Konzepte und Vorteile

Sitzungstitel: Digitales Marketing – Wesentliche Konzepte und Vorteile

Dauer: 90 Minuten + 45 Minuten

Hintergrund: In Zeiten, in denen der Großteil der Welt online ist, ist digitales Marketing zu einer der wichtigen Kompetenzen geworden, die digitale Unternehmen lernen und beherrschen müssen, um die Welt über ihre Produkte oder Dienstleistungen zu verbreiten. Kanäle, die digitales Marketing beinhalten, sind Webseiten, soziale Netzwerke, Banner, E-Mail-Marketing, mobiles Marketing, SEO, Pay-per-Click-Kampagnen, TV, Radio, SMS und alle anderen digitalen Kommunikationsarten. Alle diese Kanäle bieten Zugang zu einem globalen Markt mit dem Potenzial, unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen, mit ihren Kunden oder potenziellen Kunden zu interagieren, ein loyales Publikum zu bekommen und Produkte oder Dienstleistungen zu geringeren Kosten als beim herkömmlichen Marketing zu verkaufen.

Ziel der Sitzung: Einführung in das Konzept des digitalen Marketings und seine Vorteile

Ziele:

- Zu verstehen, was digitales Marketing ist und wie es im alltäglichen Leben der Teilnehmer präsent ist;
- Die verschiedenen Arten des digitalen Marketings kennen;
- Entwicklung einer digitalen Strategie eines digitalen Unternehmens;
- Um die Vorteile des digitalen Marketings zusammenzufassen;
- Entdecken der Online-Lernmöglichkeiten im Zusammenhang mit dem Thema Digitales Marketing.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenz;
- Digitale Kompetenz.


Methodik und Methoden:

- Durchsuchen des Internets;
- Input;
- Interaktive Präsentation;
- Brainstorming;
- Gruppenarbeit;
- Präsentationen;
- Feedback.

Sitzungsablauf:

I. Digitales Marketing im Alltag (20 Minuten)

Der Trainer stellt der Gruppe das Konzept des digitalen Marketings vor und lädt sie ein, mit ihren Handys oder Laptops über das Internet nach Beispielen für digitales Marketing zu suchen, denen sie ausgesetzt sind. Sie scannen ihre Social-Media-Profile, E-Mails, Blogs, Nachrichten und so weiter, und schreiben die



Form und den Inhalt der Produkte/ Dienstleistungen auf, die über digitale Plattformen an sie vermarktet werden. Sie schreiben jedes Beispiel auf ein Post-it.

Die Teilnehmer teilen ihre Ergebnisse nach zehn Minuten mit und kleben sie auf einen Tafelschreibblock.

II. Arten des digitalen Marketings (20 Minuten)

Der Trainer führt die Arten des digitalen Marketings durch eine interaktive Präsentation ein – Search Engine Optimization (SEO); Inhaltsvermarktung; Social Media Marketing; Pay Per Click (PPC); Affiliate-Marketing; Natives Marketing, Automatisiertes Marketing; E-Mail-Marketing; Online PR; Inbound Marketing; Gesponserte Inhalte.

Einige der oben erwähnten Marketingarten werden später in der Schulung behandelt und weiter ausgebaut.

III. Die digitale Strategie für ein digitales Unternehmen (50 Minuten)

Die Teilnehmer sind eingeladen, sich in Gruppen zu sammeln, in denen sie an einem Entwurf der digitalen Strategie ihres digitalen Unternehmens arbeiteten, um online präsent zu sein.

Der Trainer führt die zehn Schritte zum Aufbau einer guten digitalen Strategie mit einer kurzen Erklärung ein:

- Definieren Sie Ihr “Warum”?;
- Machen Sie Ihre Markengeschichte;
- Definieren Sie Ihre Ziele;
- Entwickeln Sie die Publikumpersonen;
- Erstellen Sie eine Reisekarte;
- Schlüsselkanäle identifizieren;
- Entwicklung einer Inhaltsstrategie;
- Entwurf eines Inhaltskalenders;
- Planen der eigenen Ressourcen;
- Messen Sie Ihre Arbeit.

IV. Präsentation digitaler Strategien (30 Minuten)

Nach der Pause präsentieren die Teilnehmer ihre Strategien in Gruppen, um Ideen auszutauschen. Der Trainer unterstützt sie bei Fragen, über die sie in Zukunft bezüglich der digitalen Strategie nachdenken müssen.

Der Trainer lädt zwei bis drei Personen ein, zu jeder Präsentation ein Feedback zu geben, um die Vorteile der vorgeschlagenen digitalen Strategie zu benennen. Der Trainer fasst alle Vorteile während der Präsentationen zusammen.

V. Wo lernt man über digitales Marketing? (15 Minuten)


Der Trainer fasst die Aktivitäten zusammen und präsentiert einige der Ideen von Online-Plattformen, auf denen es möglich ist, sich für Kurse zu digitalem Marketing und digitaler Strategie anzumelden, um mehr darüber zu erfahren, und junge Menschen beim Erlernen dieses Punktes des digitalen Unternehmens zu unterstützen.

Erforderliche Materialien: Tafelschreibblock, Marker, A3-Papiere, Laptop, Projektor, Handy oder andere digitale Geräte.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Das Konzept des digitalen Marketings verstehen;

- 
- Kenntnisse über die Arten des digitalen Marketings;
 - Entwicklung einer digitalen Strategie;
 - Geben und Erhalten des Feedbacks zu ihren digitalen Strategien;
 - Die Vorteile des digitalen Marketings verstehen;
 - Wissen, wo Sie mehr über digitales Marketing online erfahren können.



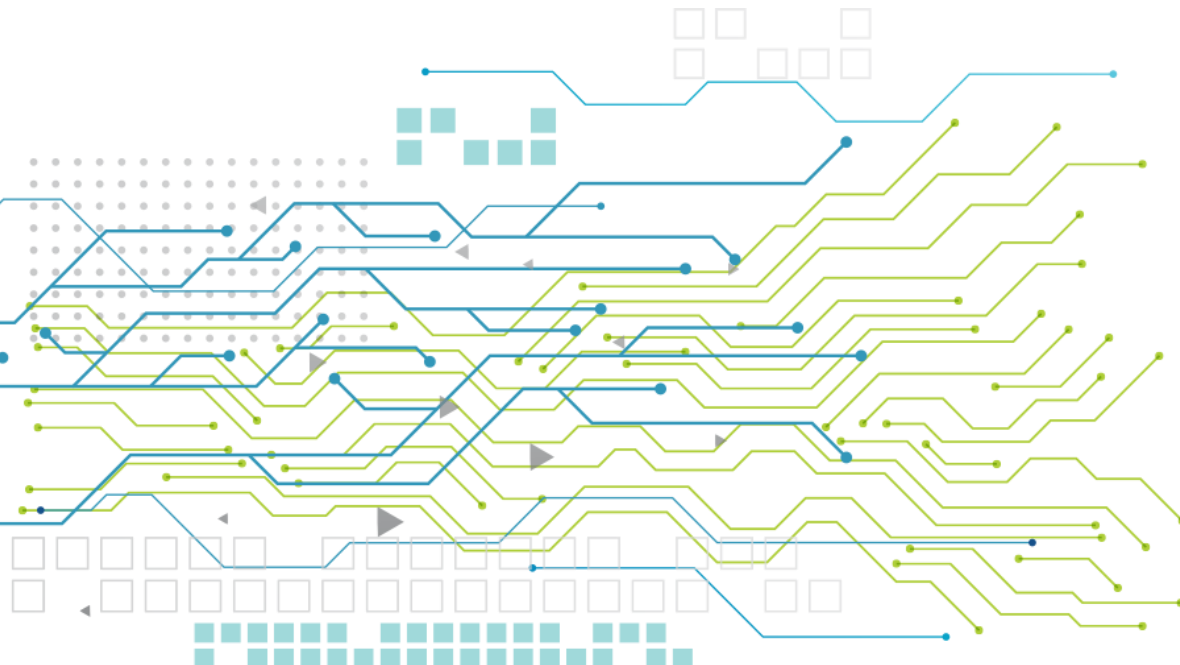
Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zu digitalem Marketing und Strategie finden Sie im Projekthandbuch “Start-up für digitales Unternehmertum”
- Weitere Informationen zu “Zehn Schritte zum Aufbau einer erfolgreichen digitalen Strategie”:
<https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>
- Weitere Informationen zu Online-Kurse auf digitales Marketing:
<https://www.reliablesoft.net/best-digital-marketing-courses/>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Drucken Sie den Artikel “Zehn Schritte zum Aufbau einer erfolgreichen digitalen Strategie” aus und geben Sie jeder Gruppe eine Kopie, damit sie während der Erstellung ihrer digitalen Strategie darauf zurückgreifen können.
- Organisieren Sie die Sitzung neu, wenn Gruppen mehr Zeit brauchen, um ihre digitalen Strategien zu entwickeln. Stellen Sie aber sicher, dass sie alle Punkte, zumindest an der Oberfläche, innerhalb der vorgegebenen Zeit durchlaufen.





Wettbewerbsvorteile mit digitalem Marketing

Sitzungstitel: Wettbewerbsvorteile mit digitalem Marketing

Dauer: 45 Minuten

Hintergrund: Die digitale Welt ermöglicht es Unternehmen auf der ganzen Welt, ihre Online-Präsenz aufzubauen. Nur in der digitalen Welt präsent zu sein, garantiert nicht, dass ein Unternehmen erfolgreich sein wird. Es ist also wichtig, dass das Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil hat. Das ermöglicht einem Unternehmen, Kunden zu bekommen und die bestehenden Kunden an das Unternehmen zu binden. Zu den Wettbewerbsvorteilen, die digitale Unternehmen gegenüber ihrer Konkurrenz erzielen können, gehören: Bargeldvorteil, Wertvorteil und Fokusvorteil.

Ziel der Sitzung: Ermittlung der Wettbewerbsvorteile eines digitalen Unternehmens.

Ziele:

- Erkennen des Wettbewerbs, der ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbietet;
- Ermittlung der Wettbewerbsvorteile eines digitalen Unternehmens.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Online-Suche;
- Analyse;
- Gruppenarbeit;
- Präsentation.

Sitzungsablauf:

I. Eine Karte unseres Wettbewerbs (15 Minuten)

Die Teilnehmer arbeiten weiter in denselben Gruppen. Nachdem sie ihre digitalen Strategien erstellt und vorgestellt haben, gehen die Teilnehmer online, um das Internet nach potenziellem Wettbewerb durchzusuchen. Ihre Aufgabe ist es, ihre Webseiten oder sozialen Medien durchzusuchen und ähnliche Produkte oder Dienstleistungen zu erkennen, die sie anbieten.

II. Was ist unser Wettbewerbsvorteil? (20 Minuten)

Ihre nächste Aufgabe ist es, den Wettbewerbsvorteil ihres digitalen Unternehmens zu ermitteln. Einige der Leitfaden, die sie benutzen können, sind:

- Wie ist unser Produkt / unsere Dienstleistung besser als die Konkurrenz?
- Wie bietet unser Produkt / unsere Dienstleistung ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis?
- Welche Vorteile und Werte bekommen unsere Kunden von uns, die sie von unseren Mitbewerbern nicht bekommen können?
- Was sind unsere strategischen Vermögenswerte?

- Welche Botschaft kommuniziert unsere Marke?

III. **Sammlung der Ideen (10 Minuten)**

Die Teilnehmer teilen die Zusammenfassung der Wettbewerbsvorteile ihrer digitalen Unternehmen.

Erforderliche Materialien: Papiere, Marker, Internetverbindung, Laptop, und Handys.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Eine Karte der Wettbewerber erstellen können;
- In der Lage sein, Wettbewerbsvorteile eines digitalen Unternehmens erkennen können.



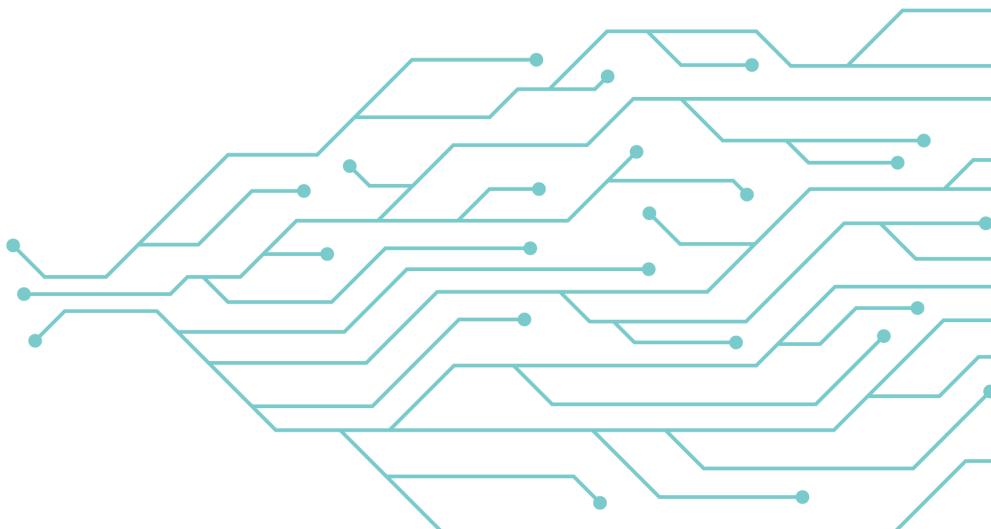
Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- <https://searchengineland.com/sustainable-competitive-advantages-digital-marketing-258100>
- <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-digital-skills-can-give-you-the-competitive-advantage>
- <https://www.canzmarketing.com/sustainable-competitive-advantage-and-the-role-of-digital-marketing/>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Bieten Sie den Teilnehmern eine Vielzahl von Materialien an, um ihre Karten der Wettbewerber zu erstellen. Es muss nicht nur eine 2D-Darstellung sein, sie kann sie mit verschiedenen Objekten, Materialien, Post-ist, usw. erstellen.





Inhaltsmarketing

Sitzungstitel: Inhaltsmarketing

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Der Inhalt ist der zentrale Bestandteil der ganzen Strategie für digitales Marketing. Der Schwerpunkt liegt auf der Erstellung verschiedener Arten von Ausgaben – Bilder, Texte, Videos, Podcasts, Blogs, Kurse, Webinare usw. Diese werden später über verschiedene Online-Kommunikationskanäle beworben.

Ziel der Sitzung: Informieren Sie sich über Inhaltsmarketing und verstehen Sie, wie wichtig es ist, Inhalte für digitale Unternehmen zu erstellen.

Ziele:

- Die Grundlagen des Inhaltsmarketing kennenlernen;
- Zu verstehen, wer das Publikum eines digitalen Unternehmens ist und welche Bedürfnisse es hat;
- Erstellen eines Profils der Zielgruppe des Unternehmens;
- Definition des Mehrwerts des digitalen Unternehmens;
- Ermittlung des geeigneten Inhalts, der erstellt werden soll, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Videoinhalt;
- Feedback;
- Zeichnen;
- Gruppenarbeit.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in das Inhaltsmarketing (20 Minuten)


Der Trainer bittet die Teilnehmer, ein Brainstorming zu ihrer präferierten Art / Format von Inhalten durchzuführen, die sie online sehen, lesen oder anhören möchten. Anschließend stellt der Trainer das Konzept des Inhaltsmarketing vor und spielt ein Video ab, das die Teilnehmer ansehen können:

<https://www.youtube.com/watch?v=InG3YTE5DSQ>

Nach dem Video teilen die Teilnehmer mit, was sie über Inhaltsmarketing Neues gelernt haben.

II. Wer ist unser Publikum? (30 Minuten)

Der Trainer sagt, dass es wichtig ist, relevante Inhalte zu erstellen, die auf ihre Bedürfnisse eingehen, um neue Kunden zu halten und zu gewinnen. Um es machen zu können, muss man verstehen, wer das Publikum ist.



Ihre nächste Aufgabe wird es sein, weiterhin in denselben Gruppen zu arbeiten, in denen sie ihre digitalen Unternehmen entwickelt haben. Sie sollten analysieren, wer ihre Kunden wären, und ein Profil einer Person erstellen, die ein Prototyp ihrer Zielgruppe / Kunden wäre. Sie müssen sich mit dem Aussehen, dem Alter, dem Beruf, den Interessen, dem Standort, der Kaufkraft und den Gewohnheiten beschäftigen. Wenn ihre Kunden andere Unternehmen wären, machen sie dasselbe für sie.

Jede Gruppe muss eine visuelle Darstellung (eine Zeichnung) ihrer Kunden mit allen relevanten Informationen haben.

Jede Gruppe präsentiert ihre Profile und bekommt ein Feedback von anderen.

III. Der Mehrwert (15 Minuten)

Basierend auf den von ihnen erstellten Profilen arbeiten die Gruppen weiter zusammen und müssen nur einen Satz aufschreiben – den Mehrwert, den sie durch ihr digitales Unternehmen für ihr Publikum schaffen.

Gruppen teilen sich nach zehn Minuten.

IV. Erstellung der Inhalte (25 Minuten)

Der Trainer erklärt den letzten Teil der Sitzung. Gruppen müssen für ihre digitalen Unternehmen die Art von Inhalten definieren, die sie ihrem Publikum anbieten möchten, um für ihre digitalen Unternehmen und ihre Produkte oder Dienstleistungen zu werben.

Gruppen ändern sich ein bisschen, um eine andere Perspektive zu ermöglichen und sich gegenseitig bei der Erstellung zu unterstützen. Zwei Personen bleiben in der ursprünglichen Gruppe / im ursprünglichen Team, und die anderen Personen suchen nur für diese Übung andere Gruppen. Sie drehen sich, um Erfahrungen auszutauschen, die Dynamik in anderen Teams zu sehen und sich gegenseitig mit neuen Ideen zu unterstützen.

Die Aufgabe ist es, die von ihnen erstellten Inhaltstypen zu erarbeiten und zwei Arten von Inhalten auszuwählen, die im Mittelpunkt ihrer Inhaltsmarketing-Strategie stehen.

Erforderliche Materialien: Papiere, Farben, Marker, Tafelschreibblock-Papier, Post-its, Projektor und Laptop.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Verstehen, was Inhaltsmarketing ist;
- In der Lage sein, ihre Zielgruppe zu identifizieren;
- Das Profil des Publikums des Unternehmens erstellt haben;
- Definieren des Mehrwerts des digitalen Unternehmens;
- Auswahl der Art von Inhalten, die von ihrem digitalen Unternehmen erstellt werden sollen.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zum Inhaltsmarketing finden Sie im Projekthandbuch “Digitales Unternehmertum Start-up”
- Weitere Informationen zum Inhaltsmarketing: <https://www.inc.com/aj-agrawal/6-content-marketing-lessons-for-beginners.html>
- Weitere Informationen zum Inhaltsmarketing: <https://www.kunocreative.com/blog/content-marketing-plans>





Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Zum Thema digitales Marketing gibt es viele unterschiedlich lange Videos und Tutorials. Wählen Sie ein anderes Video, wenn Sie es für die Gruppe relevanter oder nützlicher finden.
- Wenn Teams einige ihrer Mitglieder wechseln, ermutigen Sie sie, sich gegenseitig beim Erstellungsprozess zu unterstützen und eine Lösung vorzuschlagen, anstatt kritisch zu sein. Die Idee, die Teammitglieder zu wechseln, ist es, anderen Gruppen eine neue Perspektive zu geben und Einblicke von der Gruppe zu bekommen, in der die Person zur Unterstützung kommt.





Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Werbeformen im digitalen Marketing

Sitzungstitel: Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Werbeformen im digitalen Marketing

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Wenn es um Werbung durch digitales Marketing handelt, gibt es viele Optionen, dass es ab und zu sehr schwer ist, zu entscheiden, was und wo Werbung geschaltet werden soll, besonders für Anfänger in diesem Bereich. Bei der Auswahl der Werkzeuge, Methoden, Diensten oder Werbeformen ist es bedeutend, die Art des Produkts oder der Dienstleistung zu berücksichtigen, für die das Unternehmen werben möchte, die Zielgruppe und potenzielle Kunden sowie Standort, Alter und andere Informationen. Digitales Marketing beinhaltet alle Formen digitaler Kanäle – TV, Radio, Internet, SMS, und so weiter.

Ziel der Sitzung: Einführung verschiedener Werkzeuge, Methoden, Dienstleistungen und Formen der Werbung im digitalen Marketing

Ziele:

- Verschiedene Werkzeuge im digitalen Marketing;
- Den Prozess der Erstellung der Inhalte für das digitale Marketing und die benötigten Werkzeuge für deren Veröffentlichung zu verstehen;
- Untersuchung verschiedener Formen, Methoden und Dienstleistungen für Werbung im digitalen Marketing;
- Die Rolle der Jugendarbeit bei der Unterstützung junger digitaler Start-up-Unternehmer in diesem Prozess verstehen.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

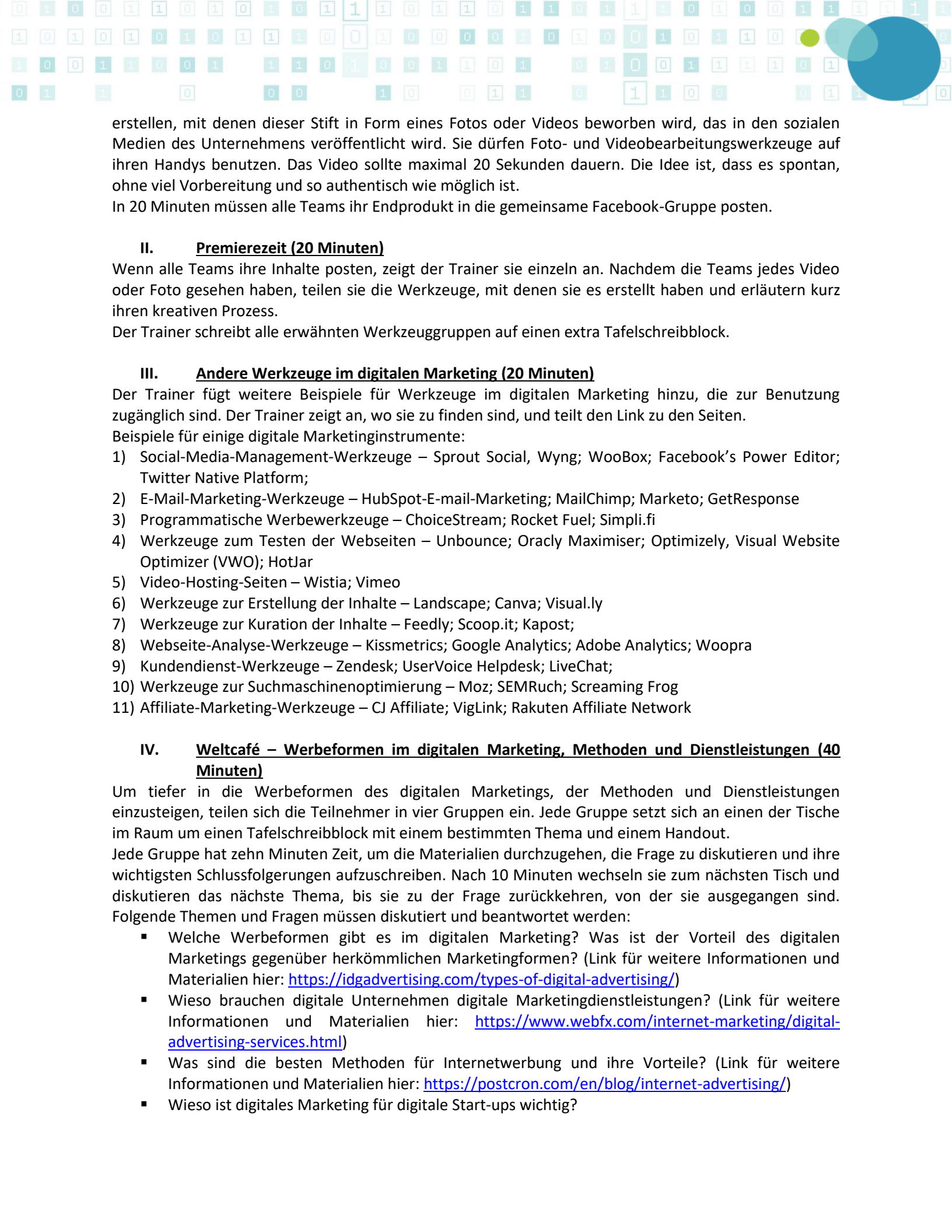
Methodik und Methoden:

- Gruppenherausforderung;
- Video machen;
- Präsentationen;
- Feedback;
- Input;
- Weltcafé.

Sitzungsablauf:

I. Verkauf eines Stifts über digitale Kanäle (30 Minuten)

Der Trainer stellt die Sitzung vor und teilt den Teilnehmern mit, dass es mit einer Herausforderung anfangen wird. Die Teilnehmer teilen sich in Teams von drei Personen auf, die zuvor nicht zusammengearbeitet haben. Jedes Team bekommt einen Stift. Ihre Aufgabe ist es, digitale Inhalte zu



erstellen, mit denen dieser Stift in Form eines Fotos oder Videos beworben wird, das in den sozialen Medien des Unternehmens veröffentlicht wird. Sie dürfen Foto- und Videobearbeitungswerkzeuge auf ihren Handys benutzen. Das Video sollte maximal 20 Sekunden dauern. Die Idee ist, dass es spontan, ohne viel Vorbereitung und so authentisch wie möglich ist.

In 20 Minuten müssen alle Teams ihr Endprodukt in die gemeinsame Facebook-Gruppe posten.

II. Premierezeit (20 Minuten)

Wenn alle Teams ihre Inhalte posten, zeigt der Trainer sie einzeln an. Nachdem die Teams jedes Video oder Foto gesehen haben, teilen sie die Werkzeuge, mit denen sie es erstellt haben und erläutern kurz ihren kreativen Prozess.

Der Trainer schreibt alle erwähnten Werkzeuggruppen auf einen extra Tafelschreibblock.

III. Andere Werkzeuge im digitalen Marketing (20 Minuten)

Der Trainer fügt weitere Beispiele für Werkzeuge im digitalen Marketing hinzu, die zur Benutzung zugänglich sind. Der Trainer zeigt an, wo sie zu finden sind, und teilt den Link zu den Seiten.

Beispiele für einige digitale Marketinginstrumente:


- 1) Social-Media-Management-Werkzeuge – Sprout Social, Wyng; WooBox; Facebook's Power Editor; Twitter Native Platform;
- 2) E-Mail-Marketing-Werkzeuge – HubSpot-E-mail-Marketing; MailChimp; Marketo; GetResponse
- 3) Programmatische Werbewerkzeuge – ChoiceStream; Rocket Fuel; Simpli.fi
- 4) Werkzeuge zum Testen der Webseiten – Unbounce; Oracyl Maximiser; Optimizely, Visual Website Optimizer (VWO); HotJar
- 5) Video-Hosting-Seiten – Wistia; Vimeo
- 6) Werkzeuge zur Erstellung der Inhalte – Landscape; Canva; Visual.ly
- 7) Werkzeuge zur Kuration der Inhalte – Feedly; Scoop.it; Kapost;
- 8) Webseite-Analyse-Werkzeuge – Kissmetrics; Google Analytics; Adobe Analytics; Woopra
- 9) Kundendienst-Werkzeuge – Zendesk; UserVoice Helpdesk; LiveChat;
- 10) Werkzeuge zur Suchmaschinenoptimierung – Moz; SEMRuch; Screaming Frog
- 11) Affiliate-Marketing-Werkzeuge – CJ Affiliate; VigLink; Rakuten Affiliate Network

IV. Weltcafé – Werbeformen im digitalen Marketing, Methoden und Dienstleistungen (40 Minuten)

Um tiefer in die Werbeformen des digitalen Marketings, der Methoden und Dienstleistungen einzusteigen, teilen sich die Teilnehmer in vier Gruppen ein. Jede Gruppe setzt sich an einen der Tische im Raum um einen Tafelschreibblock mit einem bestimmten Thema und einem Handout.

Jede Gruppe hat zehn Minuten Zeit, um die Materialien durchzugehen, die Frage zu diskutieren und ihre wichtigsten Schlussfolgerungen aufzuschreiben. Nach 10 Minuten wechseln sie zum nächsten Tisch und diskutieren das nächste Thema, bis sie zu der Frage zurückkehren, von der sie ausgegangen sind. Folgende Themen und Fragen müssen diskutiert und beantwortet werden:

- Welche Werbeformen gibt es im digitalen Marketing? Was ist der Vorteil des digitalen Marketings gegenüber herkömmlichen Marketingformen? (Link für weitere Informationen und Materialien hier: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>)
- Wieso brauchen digitale Unternehmen digitale Marketingdienstleistungen? (Link für weitere Informationen und Materialien hier: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>)
- Was sind die besten Methoden für Internetwerbung und ihre Vorteile? (Link für weitere Informationen und Materialien hier: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>)
- Wieso ist digitales Marketing für digitale Start-ups wichtig?



Wenn anschließend jede Gruppe zu ihrem Ausgangspunkt zurückkehrt, müssen sie alles durchgehen, was andere Gruppen aufgeschrieben haben, und eine kurze Präsentation vorbereiten.

V. Weltcafé – Präsentationen (30 Minuten)

Gruppen stellen ihre Fragen und der Trainer fügt weitere Informationen zu Formularen, Methoden und Diensten in digitalen Unternehmen hinzu.

VI. Die Rolle der Jugendarbeit (40 Minuten)

Die Teilnehmer organisieren sich in Ländergruppen, um die Rolle der Jugendarbeit bei der Erziehung der Jugend zu erörtern und sich über Werbeformen im digitalen Marketing, die verfügbaren Methoden und Dienstleistungen zu informieren.

Unter Berücksichtigung ihrer lokalen Jugend, die potenzielle digitale Start-up-Unternehmer sind, diskutieren die Gruppen Folgendes:

- Wie können Jugendarbeiter junge digitale Start-up-Unternehmer unterstützen?
- Welche Ressourcen gibt es?
- Welche Stakeholder sollten einbezogen werden?

Nach einer 20-minütigen Diskussion innerhalb der Gruppen teilt jede Gruppe ihre Ergebnisse. Der Trainer fasst zusammen und schließt die Sitzung.

Erforderliche Materialien: Mindestens zehn Stifte, digitale Geräte, Internetverbindung, Tafelschreibblock-Papiere, Marker, Projektor, Handouts mit Materialien für das Weltcafé.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Mit verschiedenen Werbemitteln im digitalen Marketing vertraut sein;
- Den Prozess der Erstellung der Inhalte für das digitale Marketing und die benötigten Werkzeuge für deren Veröffentlichung verstehen;
- Mehr über verschiedene Formen, Methoden und Dienstleistungen für Werbung im digitalen Marketing erfahren;
- Die Rolle der Jugendarbeit bei der Unterstützung junger digitaler Start-up-Unternehmer in diesem Prozess verstehen.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zum digitalen Marketing für digitale Unternehmer finden Sie im Projekthandbuch „Start-up für digitales Unternehmertum“
- Formen des digitalen Marketings: <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>)
- Digitale Marketingsdienste: <https://www.webfx.com/internet-marketing/digital-advertising-services.html>)
- Methoden für Internetwerbung: <https://postcron.com/en/blog/internet-advertising/>)
- Wieso ist digitales Marketing für digitale Start-ups wichtig: <https://hafizmuhammadali.com/blog/digital-marketing-for-startups/>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Diese Sitzung beinhaltet viele Informationen zum Thema. Vielleicht sind nicht alle gleichermaßen für Ihre Gruppe relevant. Passen Sie also den Inhalt und den Ablauf der Sitzung an die Anforderungen der Gruppe an.
- Teilen Sie den Teilnehmern im Voraus mit, dass sie ihr Handy mit einer App für Fotos oder Videos brauchen.



Online / Digital-Kampagnen

Sitzungstitel: Online / Digital-Kampagnen

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Online/digitale-Kampagnen werden in digitalen Unternehmen aus mehreren Gründen eingesetzt. Es gibt drei Haupttypen der Kampagnen: 1) Kundenakquisitionskampagnen – um Kunden für den Kauf der Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens zu gewinnen; 2) Kommunikationskampagnen – um Follower in Kunden umzuwandeln; 3) Kundenbindungs- und Vertrauenskampagnen – um Vertrauen zu den aktuellen Kunden aufzubauen und sie zu motivieren, die Dienstleistungen des Unternehmens weiterhin zu nutzen oder die Produkte zu kaufen.

Ziel der Sitzung: Untersuchung des Online / Digital-Marketings und seiner Wichtigkeit für digitale Start-ups.

Ziele:

- Zu lernen, was digitale Kampagnen sind und wieso sie wichtig sind;
- Beispiele für erfolgreiche Fallstudien analysieren;
- Zu verstehen, was eine erfolgreiche Online / Digital-Kampagne ausmacht.

Adressierte Kompetenzen;

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Fallstudien;
- Input;
- Gruppenarbeit.

Sitzungsablauf:


I. Was ist eine digitale Kampagne und wieso sie wichtig ist? (15 Minuten)

Der Trainer führt die Sitzung ein, indem er jeden Teilnehmer auffordert, zwei Stück Post-it-Papiere in verschiedenen Farben zu nehmen. Zum einen schreiben sie, was digitale Kampagnen für sie sind, und zum anderen schreiben sie, wieso es für digitale Start-ups wichtig ist. Die Teilnehmer teilen ihre Gedanken mit und der Trainer füllt die wichtigsten Punkte zu digitalen Kampagnen aus.

II. Merkmale einer erfolgreichen digitalen Kampagne? (15 Minuten)

Der Trainer spielt ein Beispiel für eine erfolgreiche digitale Kampagne, zum Beispiel Internationaler Frauentag mit PayPal: *Gespräch über Vielfalt, Kultur und Geschäft* (<https://www.youtube.com/watch?v=57KV-1PT4mA>)

Die Teilnehmer schauen und notieren, wieso sie das Beispiel für eine gute digitale Kampagne halten und was es für das Unternehmen bringt, das es veröffentlicht hat.



Die Teilnehmer teilen und diskutieren die wichtigsten Merkmale einer erfolgreichen digitalen Kampagne.

III. Fallstudien – Beispiele digitaler Kampagnen (40 Minuten)

Die Teilnehmer teilen sich in sechs Gruppen. Jede Gruppe bekommt ein Beispiel für eine erfolgreiche digitale Kampagne. Der Trainer gibt jeder Gruppe ein kurzes Handout mit den folgenden Fällen:

1. Erzählen Sie eine Geschichte mit emotionalen Auslösern - Heineken
2. Schaffen Sie einen sicheren Raum für weniger glamouröse Marken - Tena
3. Mehrkanalstrategie – Single Grain und Eric Siu
4. Benutzergenerierte & Influencer-Inhalte - ASOS
5. Nutzen Sie die Interessen Ihrer Kunden – gesunde Kultur
6. Fügen Sie einen Hauch des Erlebnismarketings hinzu - Uniqlo

Beschreibungen finden Sie hier: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/6-of-the-best-digital-marketing-campaigns-you-can-learn-from>

Gruppen müssen zusätzliche Online-Suchen zu jedem Fall durchführen, die folgenden Punkte in Gruppen diskutieren und aufschreiben:

- Welche Strategie wurde benutzt und welche Kanäle?
- Was macht die Kampagne erfolgreich?
- Wieso sind digitale Kampagnen für digitale Start-ups wichtig?

IV. Teilen und Schließen (20 Minuten)

Gruppen teilen ihre Ergebnisse und der Trainer schreibt alle wichtigen Punkte auf einen Tafelschreibblock.

In der Endrunde sind die Teilnehmer eingeladen, eine Sache zu teilen, die sie über digitale Kampagnen gelernt haben und die sie vorher nicht kannten.

Erforderliche Materialien: Post-its, Tafelschreibblock-Papiere, Marker, Laptop, Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Wissen, was digitale Kampagnen sind und wieso sie wichtig sind;
- Analysieren der Beispiele für erfolgreiche Fallstudien;
- Verstehen, was eine erfolgreiche Online-/ Digital-Kampagne ausmacht.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zu Online-/ Digital-Kampagnen finden Sie im Projekthandbuch “Start-up für digitales Unternehmertum”
- Arten der digitalen Marketingkampagnen: <https://artdivision.co.uk/marketing-campaign-types/>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Fallstudien können je nach Gruppe und Zeitpunkt des Trainings angepasst werden und unterschiedlich sein, sodass sie ein neues Beispiel sind, weil die Welt der digitalen Kampagnen dynamisch ist und sich ständig ändert.





Soziale Netzwerke/Medienwerkzeuge – Wie maximieren Sie Ihre Social Media-Ergebnisse

Sitzungstitel: Soziale Netzwerke / Medienwerkzeuge – Wie maximieren Sie Ihre Social Media-Ergebnisse

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Social Media Netzwerke gibt es seit mehr als 20 Jahren in verschiedenen Formaten. Die Geschwindigkeit ihrer Entwicklung war sehr schnell und sie ändern sich immer noch selbst und ändern das Leben der Menschen auf globaler Ebene. Zu den gängigsten Social-Media-Netzwerken, die für digitale Start-ups relevant sind, gehören Facebook, Instagram, LinkedIn und Twitter. Diese vier gibt es seit langem und haben im Vergleich zu anderen Social-Media-Netzwerken die meisten Benutzer. Andere soziale Netzwerke wie TikTok, Snapchat und Pinterest sind auch bekannt geworden. Es entstehen aber jedes Jahr neue soziale Netzwerke, deren Beliebtheit sich ständig ändert.

Ziel der Sitzung: Sich mit verschiedenen sozialen Netzwerken / Medienwerkzeugen für digitale Start-ups vertraut machen, um deren Social-Media-Ergebnisse zu maximieren.

Ziele:

- Die Entwicklung der Social-Media-Netzwerke verstehen;
- Zuordnung der beliebtesten sozialen Netzwerke;
- Untersuchung der Werkzeuge, mit denen die Ergebnisse der sozialen Medien maximiert werden können.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methods:

- Mind-Mapping;
- Gruppenarbeit;
- Präsentationen;
- Video;
- Input.


Sitzungsablauf:

I. Die Entwicklung der sozialen Medien (30 Minuten)

Der Trainer stellt die Sitzung über die Entwicklung der Social-Media-Plattformen von 1997 bis heute vor:

https://www.youtube.com/watch?v=ihnUg0_eS8Q

Die Teilnehmer bilden Sieben Gruppen. Jede Gruppe bekommt ein soziales Netzwerk auf einem Blatt Papier (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, Snapchat, Pinterest) und muss mehr darüber erforschen: Art des Inhalts, Profil der Mitglieder, Art der Kommunikation und so weiter. Sie erstellen eine Mind Map über die sozialen Medien, die sie bekommen haben, um sie später anderen Gruppen zu präsentieren.



Gruppen präsentieren nach 15 Minuten ihre Mind Maps und kleben sie an die Wand.

II. Sozial Netzwerke / Medienwerkzeuge verfügbar (30 Minuten)

Die Teilnehmer arbeiten in verschiedenen Gruppen weiter am Thema Social Media. Sie kehren zu den Gruppen zurück, in denen sie zuvor an ihrem digitalen Start-up gearbeitet haben. Gruppen wählen zufällig eine der Mind Maps über die sozialen Netzwerke an der Wand aus, sodass jede Gruppe mit einem anderen sozialen Netzwerk arbeitet.

Gruppen haben 30 Minuten Zeit, um nach den Werkzeugen zu suchen, die digitalen Unternehmen zur Verfügung stehen, um ihre Social-Media-Ergebnisse über dieses bestimmte Netzwerk zu maximieren. Jede Gruppe erstellt einen Tafelschreibblock-Poster über das soziale Netzwerk, an dem sie arbeiten. Sie müssen Folgendes aufschreiben:

- Die wesentlichen Merkmale / das Format des sozialen Netzwerks;
- Für dieses bestimmte soziale Netzwerk vorhandene Werkzeuge – um die Ergebnisse zu maximieren;
- Wie würden sie das jeweilige soziale Netzwerk für ihr digitales Start-up nutzen?

III. Werkzeug-Präsentationen (20 Minuten)

Gruppen präsentieren ihre Ergebnisse. Der Trainer fügt am Ende bei Bedarf weitere Informationen zu den Werkzeugen hinzu.

IV. Schließen (10 Minuten)

Die Teilnehmer sitzen im Kreis und teilen in wenigen Worten mit, wie die Sitzung für sie war.

Erforderliche Materialien: A3-Papiere, Marker, Internetverbindung, Laptop, Projektor, Tafelschreibblock-Papier.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Verstehen, wie sich Social Media-Netzwerke von ihrem ersten Auftritt an entwickelten;
- Einen Überblick über die beliebtesten sozialen Netzwerke haben;
- Sich mit einer Vielzahl von Werkzeugen vertraut machen, mit denen man die Social-Media-Ergebnisse eines digitalen Unternehmens maximieren kann.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zu neuen Medien im Projekthandbuch “Start-up für digitales Unternehmertum”
- Weitere Informationen zu den Social-Media-Werkzeugen:
<https://contentmarketinginstitute.com/2018/08/best-social-media-tools/>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Sozial Netzwerke, die den Gruppen im ersten Teil der Sitzung zur Verfügung standen, können unterschiedlich sein. Sie sollten zum Zeitpunkt des Trainings an die beliebtesten sozialen Netzwerke angepasst werden.
- Ermutigen Sie die Teilnehmer, in sozialen Netzwerken zu arbeiten, die sie meistens nicht verwenden oder die sie nicht mögen, damit sie sich vom Vertrauten entfernen.



Internet-Werbung

Sitzungstitel: Internet-Werbung

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Internet-Werbung ist ein Teil des digitalen Marketings, das sich ausschließlich auf Internetkommunikationskanäle konzentriert. Es beinhaltet Content-Marketing, soziale Netzwerke, bezahlte Werbung, SEO, E-Mail-Werbung, mobile Werbung, Banner, Affiliate-Marketing und so weiter.

Ziel der Sitzung: Zu verstehen, welche Formen des Internet-Marketings für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen von digitalen Start-ups am vorteilhaftesten sind.

Ziele:

- Informationen über Internet-Werbung und die gängigsten Kommunikationskanäle bekommen;
- Entwicklung einer Werbestrategie;
- Feedback und Ideen zu den Endprodukten der Gruppenarbeit auszutauschen.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Input;
- Gruppenarbeit;
- Entwicklung der Strategie;
- Teilen;
- Galeriepräsentation;
- Feedback.

Sitzungsablauf:

I. Einführung in die Internetwerbung (10 Minuten)

Der Trainer stellt das Konzept der Internetwerbung und die meisten Kommunikationskanäle sowie deren Vor- und Nachteile vor.


II. Welchen digitalen Kanal soll ich auswählen? (10 Minuten)

Die Teilnehmer kommen zu den Gruppen zurück, die an der Entwicklung eines gemeinsamen digitalen Start-up-Unternehmens arbeiten. Ihre Aufgabe ist es, eine Internet-Werbestrategie für die Werbung für ihre Produkte / Dienstleistungen über Internet-Kommunikationskanäle zu entwickeln. Sobald sie sich auf die Wahl der Kanäle geeinigt haben, arbeiten sie weiter an der Entwicklung der Werbestrategie.

III. Internet-Werbestrategie (30 Minuten)

Gruppen arbeiten an ihren Internet-Werbestrategien. Sie müssen die folgenden Informationen bekommen:

- Die Dienstleistung / das Produkt, für die bzw. das das Unternehmen werben möchte oder muss;

- 
- Der gewünschte Kommunikationskanal, um dafür zu werben;
 - Den Inhalt, für den sie werben möchten (Form davon);
 - Die erforderlichen Ressourcen;
 - Die Person, die für die Umsetzung der Werbestrategie verantwortlich ist;
 - Die Erfolgsindikatoren (woher sie wissen, dass sie ihre Ergebnisse erzielt haben);
 - Mögliche Risiken und Vorteile der Nutzung des gewählten Kommunikationskanals.

IV. Galeriepräsentation (20 Minuten)

Jede Gruppe stellt ihre Werbepläne neben die restlichen Materialien, die sie während des Kurses bis zu diesem Zeitpunkt für ihre digitalen Start-up-Unternehmen entwickelt haben. Andere Gruppen haben die Gelegenheit, sich umzutauschen und alles zu sehen, was andere Gruppen entwickelten. Jede Person nimmt mehrere Post-it-Papiere entgegen und schreibt dabei Feedback, Vorschläge oder Fragen zu den Materialien und Inhalten auf, die andere Gruppen entwickelt haben.

V. Zusammenfassung und Abschlussrunde (10 Minuten)

Gruppen überprüfen die Post-its, die anderen Teilnehmer auf ihre Materialien gelegt haben. Die Teilnehmer sitzen in einem großen Kreis und haben die Gelegenheit, den Trainern die verbreibenden Fragen zu stellen, sich gegenseitig Feedback zu geben und die wichtigsten Lektionen zu allen bis zu diesem Zeitpunkt behandelten Themen auszutauschen.

Der Trainer fasst die wichtigsten Punkte der Sitzung zusammen.

Erforderliche Materialien: Eine gedruckte Übersicht über die Internet-Werbestrategie für jede Gruppe, Papiere, Marker, Post-its, Projektoren, Laptops und Internetverbindungen.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Kenntnisse der Internetwerbung und der gängigsten Kommunikationskanäle haben;
- (In der Lage sein) eine Werbestrategie zu entwickeln;
- Austausch der Feedbacks und Ideen zu den Endprodukten der Gruppenarbeit.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Weitere Informationen zur Internet-Werbung und verschiedene Kommunikationskanäle finden Sie im Projekthandbuch "Start-up für digitales Unternehmertum"
- Weitere Informationen zur Internet-Werbung finden Sie hier:

<https://sendpulse.com/support/glossary/advertising>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Trainer sollten den Gruppen ausreichend Zeit geben, um die Galeriepräsentation durchzuführen, damit sie Zeit haben, zu überprüfen, was andere Gruppen bis zu diesem Zeitpunkt gemacht haben. Ermutigen Sie sie, ehrliches Feedback zu geben und Fragen zu stellen, die für die Gruppen sehr nützlich wären, um sie zu hören, oder darüber nachzudenken.



Visuelle Präsentation im Digitalen Marketing

Sitzungstitel: Visuelle Präsentation im Digitalen Marketing

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Wenn jemand sein eigenes Unternehmen fördern will, muss er genau wissen, was das Online-Wachstum und Engagement fördert. Der textbasierte Inhalt wird immer ein wichtiger Teil des Marketings sein, aber um sich im digitalen Zeitalter wirklich von anderen abzuheben, muss der visuelle Inhalt bei allen unseren Bemühungen eine Hauptrolle spielen.

Wenn wir bedenken, dass 65% der Menschen visuelle Lernende sind, 90% der Informationen, die ins Gehirn kommen, visuell sind und Präsentationen mit visuellen Hilfsmitteln 43% überzeugender sind, ist es sinnvoll, visuelle Inhaltstypen zu benutzen, die Menschen auf natürliche Weise haben.

Ziel der Sitzung: Mehr über visuelle Präsentation im digitalen Marketing zu erfahren und verstehen, wie wichtig es ist, visuelle Inhalte sorgfältig auszuwählen.

Ziele:

- Die Wichtigkeit der visuellen Präsentation im digitalen Marketing verstehen;
- Analyse der Beispiele für gute visuelle Präsentation.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Brainstorming;
- Feedback;
- Gruppenarbeit.

Sitzungsablauf:

I. Was sind visuelle Inhalte im digitalen Marketing? (15 Minuten)


Der Trainer führt die Sitzung ein, indem er die Teilnehmer auffordert, sich Gedanken über den visuellen Inhalt zu machen und die Beispiele aufzulisten. Die Teilnehmer teilen ihre Gedanken mit, und der Trainer schreibt sie auf den Tafelschreibblock und füllt die wichtigsten Punkte zum visuellen Inhalt aus.

II. Werbung für ein T-Shirt durch Meme (30 Minuten)

Der Trainer stellt die Sitzung vor. Die Teilnehmer teilen sich in Paaren. Jedes Paar bekommt ein Bild eines T-Shirts, das auf ein Stück Papier gedruckt ist. Jedes Paar sollte einen anderen Typ eines T-Shirts bekommen. Ihre Aufgabe ist es, dieses T-Shirt in Form eines Memes zu präsentieren. Sie dürfen ihre Handys zum Bearbeiten benutzen.

III. Präsentation (20 Minuten)

Jedes Paar sollte sein Meme in die Facebook-Gruppe posten. Wenn alle Paare ihr Meme posten, zeigen die Teilnehmer das Bild eines T-Shirts und erklären das Meme. Nachdem die einzelnen Meme angezeigt



wurden, teilen die Teams die Werkzeuge und Quellen mit, mit denen sie erstellt wurden und erklären kurz, wieso sie ein bestimmtes Foto für Meme ausgewählt haben.

IV. 6 Arten der visuellen Inhalte im digitalen Marketing (25 Minuten)

Der Trainer präsentiert sechs Arten der visuellen Inhalte im digitalen Marketing und erklärt jeden Inhalt einzeln.

- Bilder
- Videos
- Infografiken
- Memes
- Präsentationen (zum Beispiel SlideShare)
- Screenshot

Die Teilnehmer haben die Gelegenheit, Fragen hinzuzufügen oder zu stellen.
Der Trainer fasst zusammen und schließt die Sitzung.

Erforderliche Materialien: Papiere, Farben, Marker, Tafelschreibblock-Papier und Laptop.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Die Wichtigkeit visueller Inhalte im digitalen Marketing verstehen;
- Verschaffen eines Überblicks über die wichtigsten visuellen Inhalte, die für die digitale Präsentation benutzt werden können.



Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Gründe, wieso Sie Bilder in Ihr Marketing aufnehmen sollten: <https://www.jeffbullas.com/6-powerful-reasons-why-you-should-include-images-in-your-marketing-infographic/>
- Erstellen Sie Ihr eigenes Design: <https://www.canva.com/>
- Kostenlose Fotos: <https://morguefile.com/photos/morguefile/1/pop>
- 9 Insider-Tipps zum Erstellen eines Killer-Explainer-Videos: <https://neilpatel.com/blog/creating-a-explainer-video/>
- Erstellen der atemberaubende Videos: <https://invideo.io/>
- Auswahl der richtigen Farbe: <https://www.dtelepathy.com/blog/inspiration/beautiful-color-palettes-for-your-next-web-project>
- Meme Generator: <https://imgflip.com/memegenerator>
- Richard Dawkins, Meme: <https://www.wired.co.uk/article/richard-dawkins-memes>
- SlideShare: <https://www.slideshare.net/>
- Skitch: <https://evernote.com/products/skitch>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Ermutigen Sie die Teilnehmer, beim Erstellen der Memes so kreativ wie möglich zu sein, um nicht nur das zu benutzen, was schon beliebt und vertraut ist, sondern auch ihre eigenen zu erstellen. Sie können sogar Fotos benutzen, die während des Trainings aufgenommen wurden, und daraus Memes erstellen.



Fotografie im Digitalen Unternehmertum – “die ‘beste Seite’ der Waren präsentieren”

Sitzungstitel: Fotografie im Digitalen Unternehmertum – “die ‘beste Seite’ der Waren präsentieren”

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Menschen bekommen ihre Nachrichten, Unterhaltung und Freunde nicht nur über soziale Medien. Im digitalen Zeitalter gibt es ganze Universen, in denen man lernen, einkaufen, erforschen, senden, Geschmäcker entwickeln und kreativ sein kann – beeinflussen und beeinflusst werden. Es gibt nicht nur großen Raum für das Wachstum von Einzelpersonen und Unternehmen, sondern auch für ganz neue Unternehmensformen.

Die Geburt des digitalen Marketings vor genau 30 Jahren hat dazu geführt, dass wir mehr denn je online beeinflusst werden. Wenn Sie Zeitungen und Broschüren beiseiteschieben, werden Social-Media-Plattformen wie Instagram immer effektiver, um Ihr Markenprofil zu verbessern.

Hier kommt Ihre Fotografie ins Spiel. Ein präzises, klares Bild gibt dem Kunden eine schnelle Lieferung des von Ihnen verkauften Produkts. Menschen möchten nicht mit Text bombardiert werden, nachdem sie gerade auf Ihrer Seite gekommen sind. Denken Sie daran, dass Sie nur etwa drei Sekunden Zeit haben, um diesen erstmaligen Benutzer einzuschalten. Wir möchten die Aufmerksamkeit des Benutzers auf sich ziehen. Wir möchten ihnen genau zeigen, an welchem Produkt sie interessiert sind und wie es im Alltag eingesetzt werden kann. Das wird als visueller Kontext bezeichnet. Sobald wir die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf uns gezogen haben, können weitere Details bereitgestellt werden.

Ziel der Sitzung: To Verbesserung des Wissenstands pber Fotografie allgemein und Sensibilisierung für Fotografie als entscheidenen Teil des visuellen Zeitalters.

Ziele:


- Einführung in eine wesentliche Geschichte der Fotografie;
- Die Teilnehmer zum visuellen Denken zu motivieren und zu inspirieren;
- Erstellen einer Fotopräsentation eines Produkts / einer Dienstleistung.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Lernen zu lernen;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Input;
- Video;
- Gruppenarbeit;
- Online-Suche;
- Analyse;
- Suchen im Internet;
- Interaktive Präsentation;
- Collage machen;

- 
- Fair;
 - Feedback.

Sitzungsablauf:

I. Kurze Geschichte über Fotografie (15 Minuten)

Der Trainer zeigt zwei Kurzfilme über die Geschichte der Fotografie und die Kraft der Fotografie. Nach dem Screening gibt der Trainer mehr Inputs und beantwortet Fragen, wenn es welche gibt.

II. Welche Fotografie hat Ihre Aufmerksamkeit erregt? (15 Minuten)

Die Teilnehmer werden gebeten, eine Wertefotografie einer berühmten Marke auszuwählen, die ihre Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat. Ihre Aufgabe ist es, das Foto individuell zu analysieren und folgende Fragen zu beantworten:

- Wieso hat dieses spezielle Foto Ihre Aufmerksamkeit erregt?
- Worum geht es in der Fotografie?
- Können Sie die Geschichte erzählen, während Sie nur die Fotografie betrachten?
- Achten Sie auf Licht und Komposition. Was sehen Sie?

III. Präsentation des ausgewählten Fotos (30 Minuten)

Jeder Teilnehmer präsentiert das ausgewählte Werbefoto den anderen. Andere werden auch aufgefordert, Kommentare abzugeben und Fragen zu stellen.

IV. Auswahl eines Produkts oder einer Dienstleistung, die beworben werden soll (30 Minuten)

Der Trainer teilt die Teilnehmer in fünf Gruppen ein. Jede Gruppe muss sich über das Produkt oder die Dienstleistung einigen, für die sie werben wird. Die Aufgaben sind:

- Wählen Sie die Dienstleistung / das Produkt aus, für das Sie werben möchten;
- Machen Sie eine kurze Geschichte Ihrer Dienstleistung / Ihres Produkts;
- Finden Sie etwas Besonderes an Ihrer Dienstleistung / Ihrem Produkt, das Sie einzigartig macht.

KAFFEPAUSE

V. Erstellung eines Posters, das für die Dienstleistung / das Produkt wirbt (50 Minuten)

Die Teilnehmer sind in Gruppen aufgeteilt und haben die Aufgabe, ein Werbeplakat für eine Dienstleistung / ein Produkt zu erstellen, das sie in der vorherigen Sitzung ausgewählt haben. Ihre Aufgabe ist es, eine Fotocollage mit alten Zeitungen, Zeitschriften, alten Postern, und so weiter, zu erstellen.

VI. Collage fair (30 Minuten)

Jede Gruppe wählt einen Ort im Raum aus, an dem sie ihre Collage präsentieren. Die Teilnehmer gehen herum und besuchen jeden Ort. Die Teilnehmer sind eingeladen, Feedback zu geben und Fragen zu stellen.

VII. Zusammenfassen und Schließen (10 Minuten)

Erforderliche Materialien: Flipchart Tafelschreibblock-Papiere, Stifte, Laptop, Projektionswand, Projektor, Schere, Zeitungen, bunte Papiere, Kleber.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Das Konzept der Fotografie im digitalen Marketing verstehen;
- Eine Idee, wie sie das Produkt / die Dienstleistung werben kann, zu erstellen;
- Feedback zur Idee geben und bekommen;
- Die Vorteile der Fotografie im digitalen Marketing verstehen.



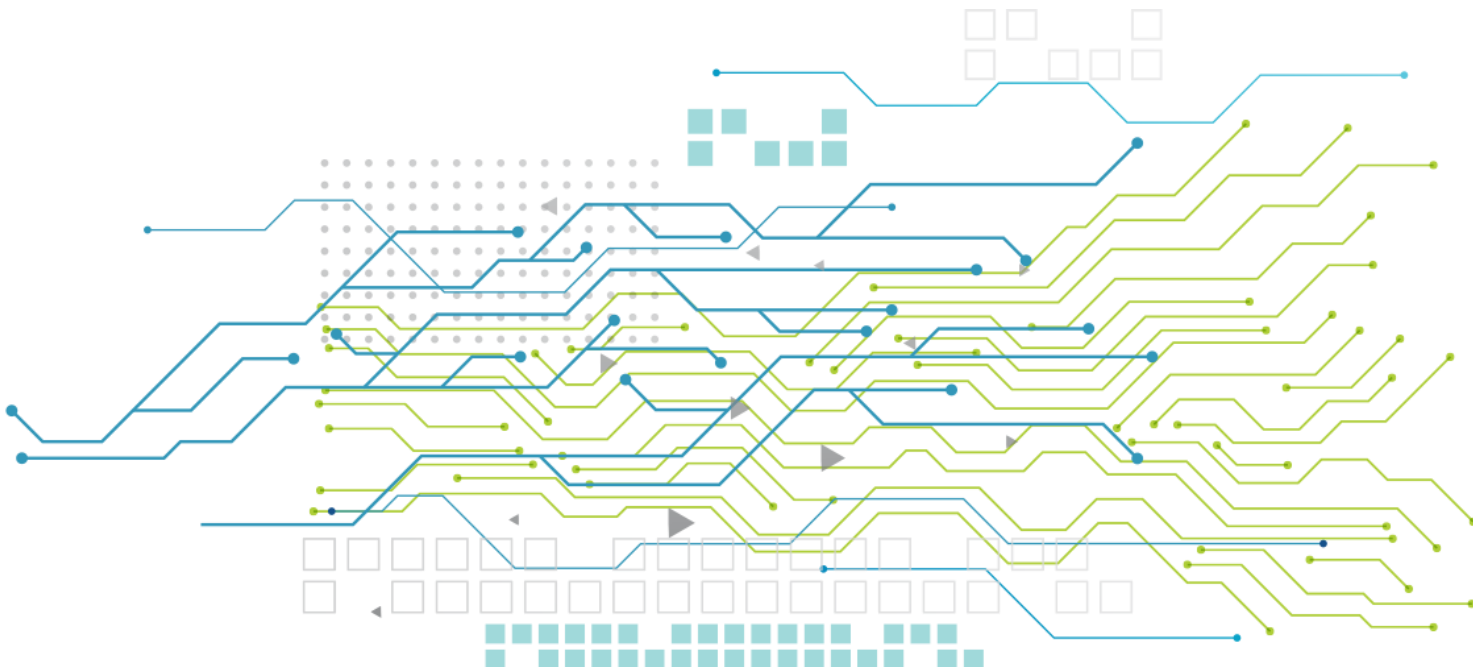
Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Geschichte der Fotografie: <https://www.youtube.com/watch?v=JoxGEymA8ro>
- Die Kraft der Fotografie: <https://www.youtube.com/watch?v=jNApH8nGj1U>



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Ermutigen Sie die Teilnehmer, bei der Erstellung der Collagen den gesamten Platz des Papiers zu nutzen, nicht nur kleine Teile zu kleben, sondern den ganzen Raum wirklich abzudecken, wie er in jeder Art von Bearbeitungs-App erstellt wird.





Nutzung der Fotografie als Werkzeug für Online-Kampagnen

Sitzungstitel: Nutzung der Fotografie als Werkzeug für Online-Kampagnen

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Fotografie im Marketing sollte dem Betrachter Gedanken, Ideen, Botschaften und Emotionen vermitteln, um ihn zu bestimmten Informationen zu überreden, zum Nachdenken anzuregen und ihn schließlich zu einer Handlung zu führen. Wenn Sie sich für die Nutzung der Fotografie für Ihre Online-Kampagne entscheiden, müssen Sie als nächstes folgende Regeln beachten: Achten Sie auf das Foto! Sei sein Schöpfer, aber auch Kritiker und Beobachter. In der Fülle konkurrierender Inhalte werden die Benutzer den gespanntesten bemerken, der auffällt und der gut gemacht ist. Ein schlechtes Foto erweckt den Eindruck, dass Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auch schlecht ist. Für ein gutes Foto ist es selbstverständlich immer wünschenswert, einen guten und professionellen Fotografen zu engagieren. Wenn Sie aber am Anfang Ihres Geschäfts stehen und nicht ausreichend Geld für professionellen Service haben, widmen Sie Ihre Zeit ernsthaft der Erstellung eines guten Fotos. Ein gutes Foto muss nicht in einem Studio mit teuren Geräten aufgenommen werden, es reicht aus, um Ihr Handy zu benutzen.

Ziel der Sitzung: Online-Kampagne mit Fotografie als Werkzeug erstellen und die Vorteile der Fotografie in Online-Kampagnen verstehen.

Ziele:

- Lernen, wie man Fotografie in Online-Kampagnen einsetzt;
- Verstehen, was eine erfolgreiche Online-Kampagne ausmacht.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- Input;
- Gruppenarbeit;
- Online-Suche;
- Analyse;
- Suchen im Internet;
- Interaktive Präsentation;
- Feedback.

Sitzungsablauf:

I. Social Media Kampagne (20 Minuten)

Teilnehmer arbeiten in denselben Gruppen. Ihre Aufgabe ist es, auf Instagram zu suchen und eine inspirierende Online-Kampagne zu finden, bei der Fotografie als Hauptwerkzeug benutzt wurde. Wenn möglich aber die Kampagne zu finden, die für ähnliche Produkte oder Dienstleistungen wirbt, die sie anbieten.

II. Erstellen Sie Ihre eigene Online-Kampagne mit Fotografie (60 Minuten)

Der Trainer führt die Grundregeln für die Erstellung der Online-Kampagne ein:

- Benutzen Sie eine Social-Media-Gruppe;
- Binden Sie Ihr Publikum ein;
- Ermutigen Sie Ihr Publikum, etwas zu erstellen und zu teilen;
- Halten Sie die Sachen einfach;
- Partner mit anderen Produkten / Dienstleistungen.

Die Teilnehmer können während dieser Sitzung ihre Handys benutzen. Ihre Aufgabe ist es, eine Online-Kampagne für ihr Produkt / ihre Dienstleistung mit Fotos zu erstellen, die sie mit ihren Handys erstellen. Sie können den Drehort selber auswählen.

III. Präsentation der Online-Kampagne (20 Minuten)

Jede Gruppe vertritt ihre Kampagne gegenüber den anderen. Andere werden auch aufgefordert, Kommentare abzugeben, Fragen zu stellen und sich online an der Kampagne zu beteiligen. Der Trainer unterstützt sie bei Fragen, über die sie in zukünftigen Online-Kampagnen nachdenken sollten.

Erforderliche Materialien: Tafelschreibblock-Papiere, Stifte, Laptop, Aufgeladene Handys, Projektionswand, Projektor.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Eine Online-Kampagne erstellen, indem die die Fotografie als Werkzeug benutzen;
- Eine gute Online-Kampagne verstehen und erkennen können.

Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Modernes Marketing und Fotografie: <https://medium.com/@Depositphotos/the-heart-of-modern-marketing-is-photography-and-heres-why-2d4d4d93a7c8>
- Nutzung der Kunst, um die Welt auf den Kopf zu stellen: https://www.ted.com/talks/jr_s_ted_prize_wish_use_art_to_turn_the_world_inside_out?language=en
- 12 Tipps für bessere Marketingwerkzeuge für Ihre Social Media-Kampagnen: <https://www.quicksprout.com/2018/12/01/12-tips-for-taking-better-marketing-photos-for-your-social-media-campaigns/>
- So schießt man Fotos für eine Merkanal-Kampagne über Print, Web und soziale Medien: <https://www.digitalartsonline.co.uk/features/photography/how-shoot-photos-for-multi-channel-campaign-across-print-web-social/#2>
- So nutzt man Fotografie in der Werbung, um Ihr Publikum zu motivieren und zu inspirieren: <https://instapage.com/blog/advertising-photography>
- So startet man eine erfolgreiche Social-Media-Kampagne mit Produktfotografie: <https://www.sevenatoms.com/blog/social-media-campaign-using-product-photography>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Wenn Sie die Online-Kampagnen am Ende der Sitzung präsentieren und wenn die Teilnehmer daran sehr interessiert sind und viel Zeit für die Präsentation und das Kennenlernen der Details aller präsentierten Online-Kampagnen brauchen, sollten die Trainer bereit sein. Schlagen Sie einen zusätzlichen Zeitpunkt für die Fortsetzung der Ausstellung nach der Sitzung vor. Gleichzeitig sollten die Trainer bereit sein, die Aufmerksamkeit der Teilnehmer auf die benötigten Diskussionspunkte innerhalb unserer Sitzung zu lenken und die zusätzliche Zeit nach der Sitzung zu belassen.



Fotografie-Werkzeuge und neue Medien zur Förderung und Entwicklung eines Unternehmens

Sitzungstitel: Fotografie-Werkzeuge und neue Medien zur Förderung und Entwicklung eines Unternehmens

Dauer: 90 Minuten

Hintergrund: Das Internet ist Teil des Alltags. Es ist Ort der Unterhaltung, Bildung, des Kaufs von Dienstleistungen und Produkten. So wie Sie über das Internet finden, was Sie benötigen, finden Sie auch Ihre Kunden.

Um Ihr Unternehmen erfolgreich zu fördern, müssen Sie in sozialen Medien present und aktiv sein. Obwohl unterschiedliche Plattformen auf demselben Prinzip basieren (Aufbau einer Gemeinschaft zum Teilen der Inhalte), benutzt jede ein anderes Medium: Fotografie, Text oder Teilen der Inhalte, Text in Form einer längeren Geschichte.

Fotografie ist eine komplizierte Kunstform. Die Elemente Belichtung, Komposition, Licht, Gegenstand, Moment und viele andere bilden zusammen ein einziges zweidimensionales Bild, das dem Betrachter präsentiert wird. Das alles zu lernen ist zeitaufwändig und schwierig. Schritt für Schritt kann aber jedes der Elemente methodisch erlernt und zu eigenen Fotos kombiniert werden. Der erste Schritt zum Verständnis der Fotografie ist die Kenntnis der Komposition.

Komposition ist die Anordnung der Elemente innerhalb des Rahmens einer Fotografie. Trotz der vielen Artikel oder Videos geht es weniger darum, Regeln zu befolgen, als vielmehr darum anhand einer Reihe von Richtlinien eine geeignete Beschreibung für die Szene zu finden, die Sie mit der Kamera in der Hand vor sich haben. Jede Szene ist anders. Einige werden leicht sein; einige werden viel komplexer sein. Wenn Sie anfangen, über Elemente der Komposition zu überlegen, können Sie darauf zurückgreifen, damit Ihr Betrachter sieht, was er auf Ihren Fotos sehen soll.

Ziel der Sitzung: Wesentliche Fotowerkzeuge und einige allgemeine ungeschriebene Richtlinien, die Sie bei der Verwendung neuer Medien für Werbezwecke beachten sollten.

Ziele:

- Einführung in die Grundelemente der Fotografie;
- Den Teilnehmern Fotobearbeitungsprogramme vorstellen, die kostenlos benutzt werden können;
- Den Teilnehmern die wichtigste Plattform für neue Medien sowie einige Tipps und Tricks vorstellen.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen;
- Digitale Kompetenz.

Methodik und Methoden:

- (Interaktive) Präsentation;
- Brainstorming;
- Diskussion in kleinen Gruppen;
- Gruppenübung;

- Video.

Sitzungsablauf:

I. Tipps zur Fotografiekomposition (10 Minuten)

Der Trainer stellt das Video vor, das neun Tipps zur Fotokomposition zeigt, die auf der Arbeit von Steve McCurry basieren: https://www.youtube.com/watch?v=7ZVyNjKSr0M&feature=emb_title

Während der Präsentation des Videos erklärt der Trainer auch jedes Kompositions-konzept und die vorgestellten Tipps.

II. Informieren Sie sich über Fotobearbeitungsprogramme und neue Medien (40 Minuten)

Die Teilnehmer arbeiten weiter in drei Gruppen. Jede Gruppe hat eine andere Aufgabe:

- 1) Gruppe 1: Suchen Sie über das Internet und finden Sie Fotobearbeitungsprogramme, die kostenlos benutzt werden können. Bereiten Sie eine kurze Beschreibung der Programme vor, die Sie finden, und erläutern Sie was genau sie anbieten.
- 2) Gruppe 2: Unabhängig davon, welchen Social-Media-Kanal Sie für Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung bewerben, gibt es einige allgemeine Richtlinien, die Sie beachten sollten. Finden Sie heraus, was sie sind und listen Sie sie auf.
- 3) Gruppe 3: Was sind die wichtigsten und innovativsten neuen Medienplattformen? Listen Sie sie auf und machen Sie eine kurze Beschreibung.

Jede Gruppe sollte ihre Forschung visuell präsentieren. Sie können auch für ihre Präsentationen collagieren.

III. Präsentationen (20 Minuten)

Gruppen präsentieren ihre Ergebnisse. Der Trainer fügt bei Bedarf weitere Eingaben hinzu.

IV. Schließen (10 Minuten)

Die Teilnehmer sitzen in einem Kreis und teilen in wenigen Worten mit, wie die Sitzung für sie war.

Erforderliche Materialie: Tafelschreibblock-Papiere, Stifte, Laptop, Projektionswand, Projektor, Zeitungen, Schere, bunte Papiere, Kleber.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Ein allgemeines Verständnis des Kompositions-konzepts in der Fotografie haben;
- In der Lage sein, die wichtigsten Tipps und Tricks aufzulisten, wenn Sie neue Medien für Ihr Unternehmertum benutzen;
- Die wichtigsten neuen Medien und ihre Nutzung auflisten können.


Hintergrunddokumente und weitere Literatur:

- Rahmen- und Kompositionsregeln: <https://www.youtube.com/watch?v=fM64ycm7tz4>
- Tipps zur Fotokomposition: <https://petapixel.com/2015/03/16/9-photo-composition-tips-as-seen-in-photographs-by-steve-mccurry/>
- Neue Medien: <https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/2020/02/what-is-new-media>

Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Für die Untersuchung der Fotobearbeitungsprogramme und der neuen Medien sollten die Organisatoren und Trainer sicherstellen, dass das Internet für die Sitzung gut funktioniert.





Wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für den Umgang mit Vorteilen und Risiken des digitalen Arbeitsplatzes und des Unternehmertums aufzubauen

Sitzungstitel: Wie Jugendarbeit dazu beitragen kann, relevante (weiche) Fähigkeiten für den Umgang mit Vorteilen und Risiken des digitalen Arbeitsplatzes und des Unternehmertums aufzubauen

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: Eine unternehmerische Denkweise ist eines der wichtigsten Merkmale eines umfassenderen Verständnisses des Unternehmertums. Ein erfolgreicher Unternehmer muss in der Lage sein, Probleme in der Gemeinde zu erkennen und kreative und innovative Lösungen zu finden. Nach mehreren Tagen des Lernens über Start-ups im Bereich digitales Unternehmertum tauchen die Teilnehmer in die Rolle der Jugendarbeit ein, um junge Menschen bei der Gründung und dem Wachstum ihres digitalen Unternehmens zu unterstützen sowie die Beschäftigungsfähigkeit zu verbessern, eine neue Ära des Unternehmertums einzuleiten und darüber nachzudenken. Die Teilnehmer können nur darüber nachdenken, wie diese Ideen durch nicht formale Bildung in das Leben umgesetzt werden können, und Workshops entwickeln, um das digitale Unternehmertum in ihren Arbeitsplätzen weiter zu fördern.

Ziel der Sitzung: Entwicklung von NFE-/ Jugendarbeitsworkshops zum Thema, die in der lokalen Jugendarbeit umgesetzt werden können.

Ziele:

- Grundlagen eines nicht formalen Bildungsworkshops mit Jugendlichen in lokalen Gemeinschaften verstehen;
- Entwicklung von NFE-Workshops, die nach dem Kurs in den lokalen Gemeinschaften vervielfacht werden sollen;
- Ständige Unterstützung und Betreuung der Teilnehmerteams bei der Entwicklung ihrer Workshops.

Adressierte Kompetenzen:

- Unternehmerische Kompetenz;
- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen.

Methodik und Methoden:

- Theoretischer Input;
- Arbeit in kleinen Gruppen;
- Beratungen.

Sitzungsablauf:

I. Grundlagen eines Workshops (20 Minuten)

Der Trainer stellt die Struktur und die Hauptelemente eines Workshops, Fragen zum Erfahrungslernen und "Fangmethoden" (Gruppe, Lernzonen) vor.



II. Definition der spezifischen Workshops (40 Minuten)

Teilnehmer bilden Gruppen und einigen sich auf das Thema ihres Workshops. Sie definieren das Ziel und die Lernziele der Sitzung/des Programms und legen die Zeit fest, die nötig ist, um diese Lernziele abzudecken.

III. Entwurf eines Sitzungsübersichtsmodells (10 Minuten)

Der Trainer erklärt die Elemente des Entwurfs des Sitzungsskizzenmodells, die zur weiteren Definition und Planung der spezifischen Workshops durch die Teilnehmer benutzt werden sollen:

- Titel;
- Dauer;
- Zeit;
- Hintergrund;
- Ziele;
- Adressierte Kompetenzen;
- Sitzungsablauf;
- Erforderliche Materialien;
- Sitzungsergebnisse;
- Empfehlungen zur Multiplikation des Workshops.

IV. Weitere Definition und Planen der spezifischen Workshops der Teilnehmer (80 Minuten)

Teilnehmer arbeiten daran, die ausführlichen Sitzungspläne für ihre vorgeschlagenen Workshops auszufüllen. Die Trainer sind an einem bestimmten Ort anwesend und stehen den Gruppen mit Fragen zur Anleitung und Unterstützung zur Verfügung, um ihre Pläne im Detail zu entwickeln.

V. Präsentation der Workshop-Umriss und des Feedbacks (30 Minuten)

Die Gruppen präsentieren am Ende ihre Workshop-Umriss. Andere Teilnehmer geben ihnen das Feedback zu ihrem Plan, indem sie Vorschläge machen, wo mehr Zeit oder Mühe investiert werden soll, um ihn für die Jugend vor Ort vorteilhafter zu gestalten.

Erforderliche Materialien: Projektor und Laptop, gedruckte Sitzungsumrissmodelle, elektronische Versionen von Sitzungsumrissen, Laptops/Computer, die von Teammitgliedern benutzt werden sollen.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Grundlagen eines nicht formalen Bildungsworkshops mit Jugendlichen in lokalen Gemeinschaften verstehen;
- NFE-Workshops entwickeln, um sich nach dem Schulungskurs in den lokalen Gemeinschaften zu vermehren;
- Zusammen lernen und sich gegenseitig unterstützen, indem man Feedback gibt und Unterstützung und Mentoring bekommt, während man die Workshops entwickelt;
- Inspirieren sich gegenseitig mit Workshop-Plänen, um motiviert zu bleiben, solche Aktivitäten zu definieren, zu planen, zu organisieren und zu leiten.



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Trainer sollten die Teams der Teilnehmer während der ganzen Prozesse und in jedem Schritt der Entwicklung der Workshops unterstützen.



Abschlusssitzung des Kurses

Sitzungstitel: Abschluss Sitzung des Kurses

Dauer: 180 Minuten

Hintergrund: In dieser Sitzung haben die Teilnehmer die Gelegenheit, die Lernergebnisse des Kurses vollständig zu reflektieren, ihre Eindrücke auszutauschen und den ganzen Kurs und seine spezifischen Teile zu bewerten. Diese Sitzung ist auch für die Trainer und die Organisatoren von einer großen Bedeutung, weil zu diesem Zeitpunkt ihre Bemühungen bewertet werden. Sie bekommen von ihrer Hauptzielgruppe Feedback zum Programm und zur Organisation des Kurses, um es zu überprüfen und verbessern ihre Leistung für eine mögliche Multiplikation solcher/ ähnlicher zukünftiger Schulungsprogramme.

Ziel der Sitzung: Über die Lernergebnisse nachdenken und den Kurs bewerten.

Ziele:

- Abschluss der Auswirkungen des Kurses auf die Teilnehmer und deren Lernen während des Kurses;
- Den Kurs visuell, mündlich und schriftlich bewerten.

Adressierte Kompetenzen:

- Mehrsprachigkeit;
- Persönlich, sozial und Lernen der Kompetenzen.

Methodik und Methoden:

- Selbstreflexion;
- Zielbewertung;
- Schriftliches Bewertungsformular;
- Plenumsteilung.

Sitzungsablauf:

I. Selbstreflexion über das eigene Lernen (30 Minuten)


Die Trainer erinnern die Teilnehmer an alle Elemente des Kurses, die wir vom ersten Tag an durchlaufen haben und an denen wir uns kennengelernt haben. Die Teilnehmer reflektieren sich selbst über ihr Lernen und erstellen eine Liste ihrer Lernpunkte für diesen Kurs. Die Trainer stehen für Fragen der Klärung zur Verfügung.

II. Jugendpass und gewonnene Kompetenzformulierung (60 Minuten)

Die Trainer erinnern die Teilnehmer an die acht Schlüsselkompetenzen und wie sie mit verschiedenen Beispielen in Worten ausgedrückt werden. Die Teilnehmer gehen die Jugendpass-Kompetenzen durch und formulieren, welche Kompetenzen sie durch welche Aktivitäten im Kurs entwickelt haben. Sie füllen den Kompetenzteil direkt in dem vorgeschlagenen Formular aus.

III. Visuelle Bewertungsmethode – “Ziel” (20 Minuten)

Die Trainer bereiten die visuelle Bewertungsmethode vor – das “Ziel”. Der Kreis ist in sechs Teilen geteilt. Jeder Frieden repräsentiert einen Aspekt des Kurses:

- 
- Gruppenatmosphäre/Interaktion;
 - Die Arbeit der Trainer;
 - Das erworbene Wissen auf persönlicher Ebene;
 - Die Methodik ist gemäß den Schulungsthemen angemessen;
 - Eigene Teilnahme;
 - Logistische Organisation.

Die Teilnehmer sind eingeladen, ihre Gedanken über den Kurs über diese Bewertungsmethode mitzuteilen. Jeder Teilnehmer sollte das Zeichen auswählen, das ihn repräsentiert- in jedem Abschnitt des Kreises sollten sie ihre Zufriedenheit beurteilen. Je näher die Marke an der Mitte liegt, desto zufriedener sind die Teilnehmer.

IV. Schriftliche Bewertungsmethode – Bewertungsformular (40 Minuten)

Die Trainer haben das schriftliche Bewertungsformular schon vorbereitet und sollten es schon online hochgeladen haben, bevor sie es den Teilnehmern der Sitzung präsentieren. Die Teilnehmer werden gebeten, das Online-Bewertungsformular auszufüllen, das aus geschlossenen Fragen (Likhert-Skala) und offenen Fragen besteht, die sich auf die verschiedenen Schulungselemente, die Lernpunkte, die möglichen Verbesserungen und den Nutzen der Themen/Sitzungen beziehen.

V. Gruppenbewertung und Endrunde (30 Minuten)

Weil diese Aktivität die letzte Aktivität in einer solchen Gruppenzusammensetzung darstellt, ist es die letzte Möglichkeit für alle Teilnehmer, ihre Abschiedsgedanken miteinander auszudrücken und ihre (Un-) Zufriedenheit mit dem Schulungskurs laut mitzuteilen. In der Runde sagt jeder nacheinander seine Kommentare/Rückmeldungen/Wünsche. Die Runde wird von den Organisatoren beendet, die sich bei allen für den Erfolg des Trainings bedanken.

Erforderliche Materialien: Hilfe bei Fragen zur Selbstreflexion der Teilnehmer, Tafelschreibblock-Papier mit dem gezeichneten „Ziel“, Bewertungsformular und gedruckten (Jugendpass-) Zertifikaten.

Sitzungsergebnisse:

Nach der Sitzung werden die Teilnehmer:

- Während des Trainings über den Lernprozess nachdenken;
- Teilen der Erkenntnisse mit dem Rest der Gruppe;
- Jugendpass-Zertifikate bekommen.



Empfehlungen für zukünftige Trainer, die diese Sitzung leichter machen können:

- Die Trainer sollten sicherstellen, dass ausreichend Zeit für die ordnungsgemäße Bewertung und den Abschluss der Gruppenarbeit verfügbar ist.



VERÖFFENTLICHUNG

Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen "Realisierung", Kroatien



With the support of the Erasmus+ programme of the European Union



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.