



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Virtuelle Assistenzkompetenzen und Unternehmertum

Ein Curriculum für die berufliche **Bildung** zur **Stärkung**
arbeitsloser junger Menschen



CURRICULUM

Virtuelle Assistenzkompetenzen und Unternehmertum

Ein Curriculum für die berufliche Bildung zur Stärkung arbeitsloser junger Menschen

PROJEKT

FIGHTing Youth Unemployment through Digital Skills and Interactive Education

PROJEKTPARTNER

Youth Power Germany e.V. (Deutschland)
Pannonia Consulting doo (Kroatien)
Learning Library OÜ (Estland)

VERLAG

Youth Power Germany e.V.

AUTOR*INNEN

Amar Hamzic
Nedim Micijevic
Josip Brozovic
Franjo Brkan

GRAFIKDESIGN

Helio Lima

REDAKTION

Daniel Almeida

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Inhaltsverzeichnis

Projektzusammenfassung	4
-------------------------------	----------

Hintergrund des Curriculums und Hinweise zur Nutzung	6
-------------------------------------------------------------	----------

KAPITEL 1

Grundlagen der virtuellen Assistenz und des Unternehmertums	9
--------------------------------------------------------------------	----------

Verständnis von virtueller Assistenz und ihrer Relevanz für Lernende in der beruflichen Bildung	10
Förderung einer unternehmerischen Denkweise bei Lernenden in der beruflichen Bildung	13
Die Entwicklung virtueller Arbeit und Chancen in der Gig-Economy	17
Vermittlung von Kommunikation und Zusammenarbeit für das ortsunabhängige Arbeiten	20
Gestaltung von Gruppenarbeit und Simulationen für virtuelle Teamarbeit	23
Integration zentraler digitaler Tools in die berufliche Bildung (VET)	26

KAPITEL 2

Entwicklung und Betrieb eines virtuellen Assistenzunternehmens	29
-----------------------------------------------------------------------	-----------

Anleitung der Lernenden bei der Entwicklung und Verfeinerung digitaler Geschäftsideen	30
Einführung in Marktforschung und Bedarfsanalyse für Lernende in der beruflichen Bildung	34
Lernende beim Erstellen eines einfachen Geschäftsplans unterstützen	37
Entmystifizierung rechtlicher, finanzieller und formaler Themen	40
Lernende beim Aufbau ihrer persönlichen Marke und Vermarktungsstrategie unterstützen	43
Lernende in Kundengewinnung und Dienstleistungserbringung schulen	46

KAPITEL 3

Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit	49
------------------------------------------------	-----------

Lernenden vermitteln, wie man ein virtuelles Assistenzunternehmen skalieren kann	50
Mit Trends und digitaler Innovation in der beruflichen Bildung Schritt halten	56
Nachhaltigkeit und Ethik in die unternehmerische Bildung integrieren	59
Lerneinheiten zum digitalen Marketing zur Bewerbung von Dienstleistungen gestalten	62
Finanzplanung und langfristige Stabilität im Freelancing vermitteln	66
Lernende stärken: Resilienz aufbauen und lebenslanges Lernen fördern	70

KAPITEL 4

Einführung, Teambuilding und Abschluss des Präsenz- und/oder Langzeittrainings	73
---------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Einführung und Kennenlernen	74
Evaluation und Abschluss	78



Projektzusammenfassung

FIGHT-DIGIT: FIGHTing Youth Unemployment through Digital Skills and Interactive Education ist eine transnationale Initiative, die als Reaktion auf die zunehmende Diskrepanz zwischen den in traditionellen Berufsbildungsprogrammen vermittelten Kompetenzen und den Anforderungen der sich rasant entwickelnden digitalen Wirtschaft ins Leben gerufen wurde.

Finanziert im Rahmen des Erasmus+-Programms KA210-VET, verfolgt das Projekt das Ziel, die Jugendarbeitslosigkeit zu bekämpfen, indem Fachkräfte und Anbietende in der Berufsbildung mit Werkzeugen und Methoden ausgestattet werden, um arbeitslose junge Menschen für digitale Selbstständigkeit auszubilden – insbesondere im Bereich der virtuellen Assistenz.

Ziele und Hauptergebnisse



Das Projekt verfolgt mehrere zentrale Ziele:

- Stärkung der Kompetenzen der Projektpartner, um arbeitslose junge Menschen in ihrer Beschäftigungsfähigkeit und unternehmerischen Kompetenz zu fördern – durch aktive Beteiligung an der Entwicklung neuer Bildungsmaterialien sowie durch die Organisation von lokalen Schulungen für Berufsbildungspersonal der Partnerorganisationen.
- Entwicklung eines umfassenden Curriculums für Lehrende und Anbietende in der beruflichen Bildung, mit dem Ziel, unternehmerische Kompetenzen und Fähigkeiten zur Selbstständigkeit arbeitsloser junger Menschen zu stärken. Das Curriculum umfasst einen Lernplan für Lehrende sowie Workshop-Konzepte zur Durchführung von Schulungen.
- Steigerung von Wissen und Fähigkeiten von 45 Lehrkräften in der beruflichen Bildung, damit diese das entwickelte Curriculum nutzen können, um die Beschäftigungsfähigkeit und unternehmerischen Kompetenzen arbeitsloser junger Menschen zu fördern. Dies geschieht über drei lokale Schulungen in jedem der teilnehmenden Länder.
- Entwicklung von zwei interaktiven, spielerisch gestalteten Online-Lernkursen für arbeitslose junge Menschen. Diese stärken ihre Beschäftigungsfähigkeit, unternehmerischen Fähigkeiten sowie ihr Wissen und ihre Kompetenzen für Tätigkeiten als virtuelle Assistenzkräfte und helfen ihnen, Einstiegsjobs in diesem Bereich zu finden.
- Verbreitung der Projektergebnisse an eine breitere Zielgruppe von Lehrenden und Anbietenden in der beruflichen Bildung in den lokalen Gemeinschaften der Partner – durch drei lokale Multiplikator*innenkonferenzen, um die nachhaltige Nutzung der entwickelten Bildungsmaterialien sicherzustellen.



Wichtigste Projektergebnisse

1. Ein umfassendes Curriculum mit Schwerpunkt auf virtueller Assistenz und digitalen Tools wurde entwickelt und erweitert das Kompetenzspektrum der Fachkräfte in der beruflichen Bildung der Partnerorganisationen.
2. Mehr als 45 Fachkräfte in der beruflichen Bildung aus den teilnehmenden Ländern wurden geschult, um das neue Curriculum zur Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit junger Menschen einzusetzen.
3. Zwei interaktive, spielerisch gestaltete Online-Kurse zu virtueller Assistenz und digitalen Werkzeugen wurden erfolgreich umgesetzt und richten sich gezielt an arbeitslose junge Menschen.
4. Über 200 junge Menschen konnten durch ihre aktive Teilnahme an den entwickelten Kursen und Workshops ihre Beschäftigungsfähigkeit sowie unternehmerischen Kompetenzen deutlich verbessern.
5. Breite Verbreitung der Projektergebnisse durch drei lokale Multiplikator*innenkonferenzen, die ein weitreichendes Netzwerk von Fachkräften und Anbietenden in der beruflichen Bildung erreichten.

Das Projekt richtet sich an:

- Lehr- und Fachkräfte in der beruflichen Bildung, die direkt mit jungen Menschen arbeiten.
- Einrichtungen der beruflichen Bildung sowie lokale Akteur*innen im Bereich Beschäftigung.
- Arbeitslose junge Menschen und Jugendliche, die weder in Ausbildung noch in Beschäftigung sind (NEETs)– insbesondere jene, die nach flexiblen und zugänglichen digitalen Arbeitsmöglichkeiten suchen.

Strategischer Mehrwert

FIGHT-DIGIT bietet einen europäischen Mehrwert, indem digitale und unternehmerische Kompetenzen in der beruflichen Bildung gestärkt und Bildungsmaterialien geschaffen werden, die über nationale Grenzen hinweg wiederverwendet und angepasst werden können. Durch die Zusammenarbeit von Partnerorganisationen aus Deutschland (Youth Power Germany), Kroatien (Pannonia Consulting) und Estland (Learning Library) leistet das Projekt zudem einen Beitrag zu den übergeordneten Zielen der EU in den Bereichen Kompetenzen und Beschäftigungsfähigkeit im Rahmen des Europäischen Jahres der Kompetenzen 2023–2027. Alle Curriculum-Module und Projektergebnisse werden frei online zugänglich gemacht – in mehreren Sprachen für die wichtigsten Dokumente – um eine breite Zugänglichkeit und einen nachhaltigen langfristigen Wirkungskreis sicherzustellen.



Hintergrund des Curriculums und Hinweise zur Nutzung



Das Curriculum ist als zehntägiges intensives Bildungsprogramm für Fachkräfte in der beruflichen Bildung konzipiert. Ziel dieses Programms ist es, Lehrenden das notwendige Wissen und die erforderlichen Fähigkeiten zu vermitteln, um arbeitslose junge Menschen im Bereich der virtuellen Assistenz wirkungsvoll zu unterrichten und zu stärken – und gleichzeitig deren unternehmerische Kompetenzen sowie die Fähigkeit zur Selbstständigkeit zu fördern. Das Programm ist in Form vorbereiteter Lerneinheiten gestaltet, die theoretisches Wissen mit praktischen Übungen kombinieren. So wird sichergestellt, dass die Teilnehmenden das Gelernte direkt in realen Situationen anwenden können.

Die Struktur des Curriculums ist in drei Kapitel gegliedert:

KAPITEL 1

Grundlagen der virtuellen Assistenz und des Unternehmertums

In diesem Kapitel werden die Grundlagen des Unternehmertums vermittelt – mit besonderem Fokus auf die Branche der virtuellen Assistenz. Es umfasst das Verständnis der Rolle einer virtuellen Assistentin, grundlegende digitale Kompetenzen sowie die Denkweise, die für eine erfolgreiche Selbstständigkeit und unternehmerische Tätigkeit erforderlich ist.

KAPITEL 2

Entwicklung und Betrieb eines virtuellen Assistenzunternehmens

In diesem Kapitel werden die praktischen Aspekte der Gründung und Führung eines virtuellen Assistenzunternehmens behandelt. Dazu gehören die Entwicklung und Validierung von Geschäftsideen, Marktforschung und -analyse, Businessplanung und -strategie, Finanzmanagement, rechtliche und regulatorische Anforderungen sowie Marketingstrategien, die speziell auf die digitale Welt ausgerichtet sind.

KAPITEL 3

Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit

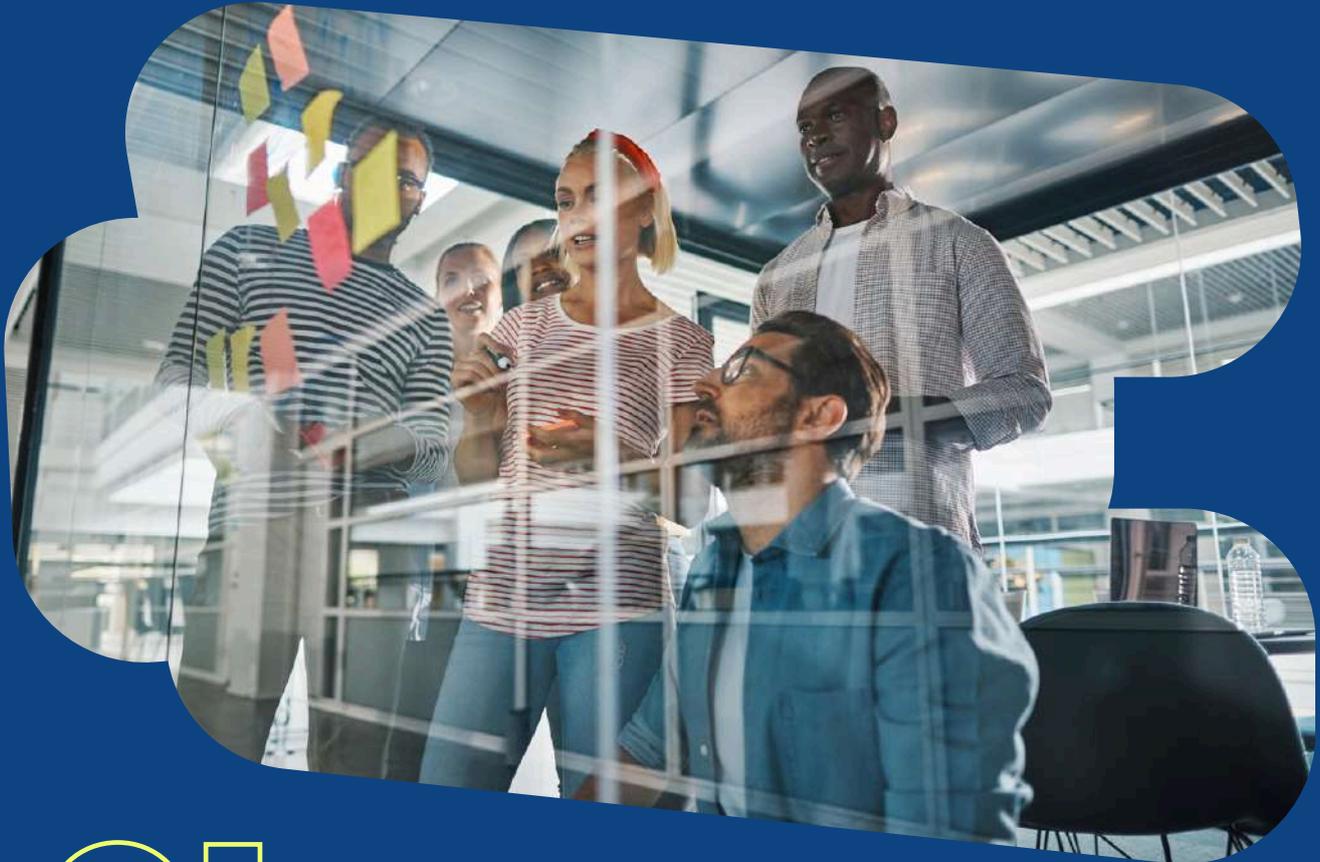
Kapitel 3 konzentriert sich auf Strategien für Unternehmenswachstum, Skalierung und Innovation im Bereich der virtuellen Assistenz. Behandelte Themen sind unter anderem die Anpassung an Markttrends und neue Technologien, ethisches und nachhaltiges Unternehmertum, soziales Unternehmertum sowie der Aufbau eines unterstützenden Netzwerks durch professionelle Beziehungen.

KAPITEL 4

Einführung, Teambuilding und Abschluss von Präsenz- und/oder Langzeittrainings

Das letzte Kapitel enthält zwei Einheiten, die wir für den Auftakt und den Abschluss eines Trainings empfehlen, das auf diesem Handbuch basiert.

- * Die Kapitel 1 bis 3 umfassen jeweils 6 Sitzungen/Workshops mit einer vorgeschlagenen Gesamtdauer von 180 Stunden pro Kapitel.
- * Kapitel 4 enthält 2 Sitzungen/Workshops mit derselben vorgeschlagenen Dauer.
- * Idealerweise ist das Curriculum für die Durchführung eines zehntägigen Trainingsprogramms konzipiert, wobei jeder Trainingstag 6 Stunden Workshopzeit umfasst.
- * Die einzelnen Curriculumeinheiten können jedoch auch unabhängig voneinander genutzt werden. Obwohl für jede Einheit empfohlene Zeitangaben vorliegen, ist das Curriculum flexibel und ermöglicht es zukünftigen Anwendenden, die Inhalte an ihre eigenen Bedürfnisse und Rahmenbedingungen anzupassen.
- * Das Curriculum richtet sich an alle interessierten Personen und Organisationen, die es in ihrer Arbeit mit jungen Menschen – insbesondere mit arbeitslosen jungen Menschen – einsetzen möchten.
- * Dieses Curriculum ist das Ergebnis einer kooperativen Zusammenarbeit der Projektpartner – Youth Power Germany, Pannonia Consulting und Learning Library – und wurde in den jeweiligen Ländern der Partner erprobt.
- * Es ist in vier Sprachen verfügbar: Englisch, Kroatisch, Deutsch und Estnisch. Das Curriculum steht auf den Webseiten der Partnerorganisationen zur Verfügung.



01

Grundlagen der virtuellen Assistenz und des Unternehmertums

Dieses Kapitel umfasst 6 Sitzungen, die Fachkräften in der beruflichen Bildung die zentralen Konzepte und praktischen Grundlagen der virtuellen Assistenz als wachsendem Bereich digitaler Beschäftigung näherbringen. In einer Reihe interaktiver Einheiten erkunden die Teilnehmenden die Bedeutung virtueller Arbeit in der heutigen Wirtschaft, erhalten Einblicke in die Entwicklung von projektbasierten und gig-orientierten Arbeitsmöglichkeiten und lernen, wie sie unternehmerisches Denken bei Lernenden in der Berufsbildung fördern können. Zudem legt das Kapitel einen Schwerpunkt auf den Aufbau zentraler Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten für das Arbeiten auf Distanz sowie auf die Einführung in digitale Werkzeuge, die Produktivität und Teamarbeit unterstützen. Die Workshops in diesem Kapitel richten sich an Fachkräfte mit vorhandener Lehrerfahrung in der beruflichen Bildung und zielen darauf ab, sie zu befähigen, digitale Karrierewege und unternehmerisches Denken in ihre eigene Lehrpraxis zu integrieren.

SITZUNG 1



Verständnis von virtueller Assistenz und ihrer Relevanz für Lernende in der beruflichen Bildung



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Einführung in das Konzept der virtuellen Assistenz und ihre Rolle in der digitalen Wirtschaft
- Erkundung verschiedener Arten von Dienstleistungen virtueller Assistenz und der dafür erforderlichen Kompetenzen
- Unterstützung von Lehrkräften bei der Vermittlung virtueller Assistenz als reale und attraktive Möglichkeit für arbeitslose junge Menschen
- Identifikation praxisnaher Beispiele und aktueller Arbeitsmarkttrends zur Verwendung im Unterricht
- Reflexion darüber, wie virtuelle Assistenz in bestehende Programme der beruflichen Bildung und in non-formale Lernwege integriert werden kann



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „DIGITALER-WELT-MIX“ (10 MINUTEN)

Die Trainer*in führt einen kurzen Energizer durch, bei dem sich die Teilnehmenden im Raum bewegen und Gruppen bilden, basierend auf Aussagen wie:

- Finde andere Personen, die schon einmal remote gearbeitet haben
- Finde jemanden, der bereits eine Freelance-Plattform genutzt hat
- Finde jemanden, der kürzlich einen Online-Kurs absolviert hat

Nachdem sich jede Gruppe gebildet hat, gibt die Trainer*in etwas Zeit, damit sich die Teilnehmenden über ihre Erfahrungen austauschen können.

Gleichzeitig dient dieser Energizer als Einstieg in das Thema der Sitzung.

EINSTIEG IN DIE SITZUNG – WER SIND VIRTUELLE ASSISTENZKRÄFTE? (15 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden gebeten, ein Wort auf ein Post-it zu schreiben, das ihnen in den Sinn kommt, wenn sie „virtuelle Assistenz“ hören, und es an einer Pinnwand oder Tafel zu befestigen.

Nachdem alle die Möglichkeit hatten, etwas beizutragen, ordnet die Trainer*in die Begriffe in thematische Cluster und reflektiert kurz über häufige Assoziationen, Mythen sowie mögliche Wissens- oder Verständnislücken, die in der Gruppe bestehen könnten.

Zum Abschluss dieses Schritts stellt die Trainer*in das Ziel der Sitzung vor und erläutert die Bedeutung virtueller Assistenz im heutigen Arbeitsmarkt.

INPUT ZU VIRTUELLEN ASSISTENZKRÄFTEN – PRÄSENTATION – 20 MINUTEN

Die Trainer*in hält eine interaktive Präsentation, die folgende Themen abdeckt:

- Definition und Aufgabenbereiche der virtuellen Assistenz
- Beispiele für angebotene Dienstleistungen (z. B. administrative Unterstützung, E-Mail-Management, Terminplanung, Social-Media-Betreuung, Dateneingabe usw.)
- Freelancer vs. virtuelle Assistenzkraft
- Teilzeit-/Vollzeitmodelle vs. Agenturmodell

Die Teilnehmenden werden ermutigt, Fragen zu stellen und eigene Beispiele aus ihrem Wissen oder ihren Erfahrungeneinzubringen.

ANALYSE DER ARBEITSMARKTCHANCEN FÜR VIRTUELLE ASSISTENZKRÄFTE – 90 MINUTEN

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen aufgeteilt und erhalten unterschiedliche Rechercheaufgaben:

- Gruppe 1: Recherchiert Freelance-Plattformen (z. B. Upwork, Fiverr, PeoplePerHour) Welche Arten von VA-Jobs werden angeboten? Wie sehen typische Honorare und Anforderungen aus?
- Gruppe 2: Sammelt aktuelle Trends und Statistiken zur digitalen Beschäftigung Fokus auf junge Menschen, Remote-Arbeit und virtuelle Dienstleistungen
- Gruppe 3: Sucht nach Fallbeispielen erfolgreicher virtueller Assistenzkräfte (z. B. über YouTube, Blogs, LinkedIn-Artikel) Welche Kompetenzen haben sie aufgebaut? Wie haben sie ihren Berufsweg begonnen?

Jede Gruppe erstellt eine kurze visuelle Zusammenfassung auf Flipcharts und präsentiert die wichtigsten Ergebnisse den anderen Teilnehmenden.

Für die Recherche stehen 60 Minuten zur Verfügung, anschließend hat jede Gruppe 10 Minuten Zeit für ihre Präsentation.

Zum Abschluss dieses Schritts gibt die Trainer*in – falls notwendig – ergänzende inhaltliche Impulse.

DISKUSSION: VERBINDUNG ZWISCHEN BERUFLICHER BILDUNG UND DER ARBEIT VON VIRTUELLEN ASSISTENZKRÄFTEN (30 MINUTEN)

Im Plenum reflektieren die Teilnehmenden über folgende Fragen:

- Was macht die virtuelle Assistenz zu einer guten Chance für arbeitslose junge Menschen?
- Welche Herausforderungen könnten Lernende in der beruflichen Bildung in diesem Bereich erleben?
- Wie können wir virtuelle Assistenz sowohl als Einkommensmöglichkeit als auch als Weg zur Kompetenzentwicklung darstellen?
- Welche Bildungsangebote können wir schaffen, um Lernende in der beruflichen Bildung gezielt auf den Beruf der virtuellen Assistenz vorzubereiten?

Die Trainer*in moderiert die Diskussion und ermutigt die Teilnehmenden, konkrete Ideen zur Integration des Themas in bestehende Ausbildungsrahmen und in die praktische Arbeit von Fachkräften der beruflichen Bildung zu entwickeln. Zum Abschluss der Diskussion – sofern es der Zeitrahmen erlaubt – erstellt jede teilnehmende Person einen kurzen Pitch (max. 150 Wörter), mit dem sie das Konzept der virtuellen Assistenz gegenüber ihren Lernenden vorstellen könnte. Der Pitch kann in schriftlicher oder visueller Form gestaltet werden (z. B. als Elevator Pitch, Mini-Poster oder Kurzrede). Freiwillige werden eingeladen, einige der erarbeiteten Beispiele im Plenum zu präsentieren.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Trainer*in lädt die Teilnehmenden zur Reflexion im Plenum ein und nutzt dabei folgende Struktur:

- Eine Erkenntnis, die ich über virtuelle Assistenz gewonnen habe ...
- Eine Möglichkeit, wie ich diese Sitzung mit meinen Lernenden nutzen kann ...
- Ein Thema, das ich weiter vertiefen möchte ...



MATERIALIEN

- Klebezettel, Marker, Flipcharts
- Internetzugang (Smartphones/Laptops für Gruppenrecherche)
- Beamer und Präsentationsfolien



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen das Konzept und die Vielfalt der Rollen virtueller Assistenzkräfte.
- Lehrende sind sich realer Trends und Plattformen im Bereich virtueller Assistenz bewusst.
- Die Teilnehmenden nehmen Ideen und konkrete Beispiele mit, die sie in ihren eigenen beruflichen Bildungskontexten nutzen können.
- Es wird eine Grundlage geschaffen, um unternehmerische und digitale Karrierewege weiter zu erforschen.

SITZUNG 2



Förderung einer unternehmerischen Denkweise bei Lernenden in der beruflichen Bildung



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Einführung in das Konzept der unternehmerischen Denkweise im Kontext des EntreComp-Rahmens
- Erkundung, wie unternehmerische Haltungen und Verhaltensweisen bei Lernenden in der beruflichen Bildung gefördert werden können
- Unterstützung von Lehrpersonen bei der Integration von EntreComp-Kompetenzen in ihre Lehrpraxis
- Reflexion darüber, wie Haltungen wie Neugier, Selbstwahrnehmung und Eigeninitiative Lernende in ihrer unternehmerischen Entwicklung voranbringen können
- Gestaltung von Lernaktivitäten zur Förderung von Ideenentwicklung, Eigeninitiative und Durchhaltevermögen



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „WENN ICH MEIN EIGENES DIGITALES UNTERNEHMEN HÄTTE“ (10 MINUTEN)

Die Teilnehmenden sitzen in Zweiergruppen oder kleinen Gruppen. Jede Person vervollständigt den Satz: „Wenn ich mein eigenes Unternehmen hätte, dann würde es ...“

Dabei sollen Ideen für die Art des Unternehmens, das Produkt oder die Dienstleistung sowie das zu lösende Problem geteilt werden.

Diese Aktivität dient als Einstimmung auf unternehmerisches Denken und Kreativität.

EINFÜHRUNG IN DIE UNTERNEHMERISCHE DENKWEISE UND DEN ENTRECOMP-RAHMEN (20 MINUTEN)

Die Trainer*in führt in das Konzept der „unternehmerischen Denkweise“ ein – verstanden nicht nur als Unternehmensgründung, sondern als eine Denk- und Handlungsweise, die in jedem Kontext angewendet werden kann.

Anschließend wird der EntreComp-Rahmen vorgestellt, mit Fokus auf die drei Kompetenzbereiche:

1. Ideen & Chancen
2. Ressourcen
3. In die Tat umsetzen

Nach der Einführung reflektieren die Teilnehmenden kurz in Zweiergruppen zu folgenden Fragen:

1. Was bedeutet „unternehmerisch sein“ für dich als Lehrperson?
2. Warum ist das relevant für Lernende in der beruflichen Bildung?

Die Trainer*in teilt anschließend 2–3 Beispiele, wie EntreComp im Jugendbereich und in der beruflichen Bildung angewendet wurde, mit Bezug auf reale Beispiele aus dem „Pocket Book“ und der Praxis der Jugendarbeit. Hinweis: Die Pocket Book-Ressource (ist nur auf Englisch verfügbar). <https://entrecampeurope.eu/wp-content/uploads/EntreComp-Europe-Pocket-Book-for-Aspiring-Entrepreneurs.pdf>

DISKUSSION ZU UNTERNEHMERISCHEN WERTEN – 30 MINUTEN

Die Trainer*in stellt fünf zentrale Haltungen und Verhaltensweisen vor, die mit der unternehmerischen Denkweise verbunden sind:

1. Neugier
2. Selbstwahrnehmung
3. Durchhaltevermögen
4. Eigeninitiative
5. Wertschätzung von Ideen

Anschließend arbeiten die Teilnehmenden in Kleingruppen. Jede Gruppe erhält Karten mit Mini-Fallbeispielen (kurze Situationen aus dem Alltag von Lernenden in der beruflichen Bildung oder Projekten). Die Aufgaben der Gruppen sind:

- Identifizieren, welche Haltung(en) die Person im Fallbeispiel zeigt oder vermissen lässt
- Vorschläge erarbeiten, wie die Person die entsprechende Kompetenz weiterentwickeln kann

Beispiele:

- Eine Lernende gibt nach der ersten gescheiterten Bewerbung sofort auf – welche Haltung fehlt hier?
- Eine Person startet einen Handmade-Account auf Instagram, postet aber nur unregelmäßig – was fehlt zur Umsetzung der Idee?

Zum Abschluss stellt jede Gruppe ein Fallbeispiel mit ihren Ergebnissen im Plenum vor.

Hinweis für die Trainer*in: Zur Vorbereitung dieser Einheit sollten realistische Fallbeispiele erstellt werden, die zum Erfahrungsstand und Fachwissen der Teilnehmenden passen.

ENTRECOMP-GALERIERUNDGANG – ZUORDNUNG DER KOMPETENZEN – 40 MINUTEN

Die 15 EntreComp-Kompetenzen werden auf A3-Blättern ausgedruckt und im Raum verteilt.

Die Teilnehmenden gehen paarweise durch den Raum, lesen die Kompetenzen und diskutieren folgende Fragen:

- Welche Kompetenzen sind für meine Lernenden besonders relevant?
- Welche Kompetenzen lassen sich am schwierigsten entwickeln?
- Welche Kompetenzen fördern wir bereits in unserer Bildungsarbeit?

Jedes Paar erhält drei Farben von Klebezetteln:

Grün → *Diese Kompetenz vermittele ich bereits*

Orange → *Diese Kompetenz möchte ich künftig integrieren*

Rot → *Bei dieser Kompetenz benötige ich Unterstützung*

Für den Rundgang und die Diskussion stehen 30 Minuten zur Verfügung.

Anschließend moderiert die Trainer*in eine kurze Auswertung anhand der erkennbaren Muster und Rückmeldungen aus der Galerie.

IDEEN FÜR AKTIVITÄTEN MIT LERNENDEN IN DER BERUFLICHEN BILDUNG ZU SPEZIFISCHEN UNTERNEHMERISCHEN KOMPETENZEN (45 MINUTEN)

Die Teilnehmenden arbeiten in Kleingruppen und entwickeln gemeinsam eine Lernaktivität für Lernende in der beruflichen Bildung, die sich auf die Förderung einer spezifischen unternehmerischen Kompetenz konzentriert (z.B. Eigeninitiative, Umgang mit Unsicherheit, Zusammenarbeit mit anderen).

Die Gruppen werden basierend auf ähnlichen Interessen an bestimmten EntreComp-Kompetenzen gebildet.

Arbeitsstruktur für die Gruppen:

- Wählt eine EntreComp-Kompetenz
- Definiert ein Zielprofil der Lernenden (Alter, Hintergrund)
- Entwickelt eine kurze Lernaktivität (30–45 Minuten) zur Förderung dieser Kompetenz
- Bereitet einen kurzen Pitch der Aktivität für die Gesamtgruppe vor

Die Gruppen präsentieren ihre Ideen kurz im Plenum. Die Trainer*in gibt Feedback und regt gegenseitigen Austausch unter den Teilnehmenden an.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Trainer*in lädt die Teilnehmenden zur Reflexion im Plenum ein, mit den folgenden Leitfragen:

- Bei welcher EntreComp-Kompetenz fühlst du dich am sichersten, sie bei deinen Lernenden zu fördern – und warum?
- Welche Herausforderungen siehst du bei dem Versuch, unternehmerisches Denken in deinen Bildungsaktivitäten zu fördern?

- Wie können wir Lernende dabei unterstützen, Misserfolge und Unsicherheit als Teil ihres Lern- und Entwicklungsprozesses anzunehmen?
- Welchen konkreten Schritt wirst du nach diesem Training unternehmen, um deine Bildungsaktivitäten unternehmerischer zu gestalten?
- Wie kann dir der EntreComp-Rahmen helfen, bedeutungsvollere Lernerfahrungen für deine Zielgruppe zu gestalten?



MATERIALIEN

- Flipcharts, Marker
- A3-Ausdrucke der EntreComp-Kompetenzen
- Klebezettel in drei Farben (Grün, Orange, Rot)
- Mini-Fallbeispiel-Karten, im Voraus vorbereitet
- Vorlage zur Entwicklung von Lernaktivitäten (ausgedruckt oder projiziert)
- Beamer und Folien zur Einführung in den EntreComp-Rahmen



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen, was eine unternehmerische Denkweise ist und warum sie für Lernende in der beruflichen Bildung wichtig ist.
- Lehrende können zentrale Haltungen aus dem EntreComp-Rahmen erkennen und reflektieren.
- Die Teilnehmenden erhalten Werkzeuge und Ideen, um unternehmerisches Verhalten in ihrer Bildungsarbeit zu fördern.

SITZUNG 3



Die Entwicklung virtueller Arbeit und Chancen in der Gig-Economy



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Erkundung der historischen Entwicklung und aktueller Trends virtueller Arbeit und der Gig-Economy
- Vertrautmachen von Lehrpersonen in der beruflichen Bildung mit gängigen Freelance-Plattformen und Möglichkeiten ortsunabhängiger Arbeit
- Unterstützung von Lehrpersonen bei der ansprechenden und verständlichen Vermittlung der Realitäten der Gig-Economy für Lernende
- Reflexion über Chancen und Herausforderungen von Gig-Arbeit für Lernende in der beruflichen Bildung



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „DIES ODER DAS“ (10 MINUTEN)

Die Trainer*in liest Auswahlpaare zum Thema virtuelle Arbeit vor. Die Teilnehmenden bewegen sich auf die jeweilige Seite des Raumes, je nach ihrer persönlichen Präferenz.

Auswahlmöglichkeiten:

1. Remote-Arbeit oder Büroarbeit?
2. Freelance oder Festanstellung?
3. Zoom oder E-Mail?
4. Digitaler Nomade oder Arbeit von zu Hause?

Dieser locker gestaltete Energizer leitet thematisch in die Sitzung ein und regt zur Reflexion über persönliche Arbeitspräferenzen an. Nach jeder Entscheidung stellt die Trainer*in kurze Reflexionsfragen an die Gruppe.

VIRTUELLE ARBEIT UND GIG-ECONOMY – INPUT (25 MINUTEN)

Die Trainer*in gibt einen kurzen interaktiven Input zu folgenden Themen:

- Entwicklung von traditioneller Arbeit hin zur Remote-Arbeit
- Definition von virtueller Arbeit und der Gig-Economy
- Arten virtueller Jobs (projektbasiert, auf Abruf, aufgabenbasiert)
- Zentrale Treiber: Technologie, Flexibilität, digitale Plattformen
- Herausforderungen und Kritikpunkte (z.B. Unsicherheit, soziale Isolation, fehlende soziale Absicherung)

Nach dem Input werden die Teilnehmenden in Zweiergruppen aufgeteilt und bearbeiten folgende Reflexionsfragen:

1. Was hat dich an der Präsentation überrascht?
2. Was sind aus deiner Sicht die Vor- und Nachteile virtueller Arbeit für die Lernenden in der beruflichen Bildung, mit denen wir arbeiten?

Anschließend folgt eine kurze Auswertung im Plenum.

ERKUNDUNG DER GIG-ECONOMY AUF VERSCHIEDENEN PLATTFORMEN – 100 MINUTEN

Die Teilnehmenden werden in vier Kleingruppen aufgeteilt und erhalten jeweils zwei Plattformen zur Erkundung, unter Verwendung von Laptops oder Smartphones.

Plattformen zur gemeinsamen Recherche in den Gruppen:

1. Upwork
2. Fiverr
3. Freelancer.com
4. PeoplePerHour
5. Toptal
6. Remote OK
7. TaskRabbit
8. Guru

Jede Gruppe erhält folgende Leitfragen, die sie während der Recherche beantworten soll:

1. Welche Arten von Jobs werden angeboten?
2. Welche Kompetenzen sind besonders gefragt?
3. Wie sehen typische Verdienstmöglichkeiten und Erwartungen aus?
4. Gibt es ein Bewertungssystem oder Feedback von Auftraggeber*innen?
5. Wie läuft der Registrierungsprozess ab?

Die Gruppen erstellen zu jeder Plattform eine visuelle Präsentation in Form eines Posters. Für die Recherche und Postererstellung stehen 60 Minuten zur Verfügung. Anschließend präsentiert jede Gruppe ihre Ergebnisse in 10 Minuten. Zum Abschluss dieses Abschnitts gibt die Trainer*in – bei Bedarf – ergänzende Inputs oder Hinweise.

CHANCEN UND RISIKEN DER GIG-ECONOMY FÜR LERNENDE IN DER BERUFLICHEN BILDUNG – 30 MINUTEN

Die Teilnehmenden bleiben in den Gruppen aus der vorherigen Aufgabe und erhalten nun ein Fallbeispiel einer jungen, arbeitslosen Person (z.B. eine frisch abgeschlossener Absolvent*in der Berufsbildung, alleinerziehende Person, jemand aus dem ländlichen Raum, migrierte Person usw.).

Die Trainer*in kann entscheiden, ob die Fallbeispiele im Voraus vorbereitet werden oder ob die Gruppen selbst ein Profil definieren, das zu den Lernenden passt, mit denen sie im Alltag arbeiten.

Leitfragen zur Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken der Gig-Economy für VET-Lernende:

- Welche Arten von virtuellen oder Gig-Jobs wären für dieses Profil geeignet?
- Was sind die wichtigsten Vorteile und Risiken für diese Person?
- Wie würdet ihr diese Möglichkeiten realistisch und zugleich motivierend vermitteln?
- Wie können wir diese Person unterstützen und passende Bildungsaktivitäten anbieten?

Die Gruppen präsentieren ihre Ergebnisse im Plenum (max. 5 Minuten pro Gruppe). Die Trainer*in begleitet den Prozess mit Fragen und einer abschließenden Reflexion.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Trainer*in moderiert eine abschließende Diskussionsrunde im Plenum anhand der folgenden Leitfragen:

- Was war heute für dich die überraschendste oder aufschlussreichste Erkenntnis über die Gig-Economy?
- Wie können wir Lernende auf die Flexibilität – aber auch Unsicherheit – dieser Arbeitsform vorbereiten?
- Was können wir tun, um sicherzustellen, dass Lernende in der beruflichen Bildung gut informiert, geschützt und gestärkt in diesen Bereich einsteigen?
- Welche Gig-Plattform würdest du nach dieser Einheit mit deinen Lernenden selbstbewusst erklären können?
- Was nimmst du mit, um dieses Thema wirkungsvoll in der beruflichen Bildung zu vermitteln?



MATERIALIEN

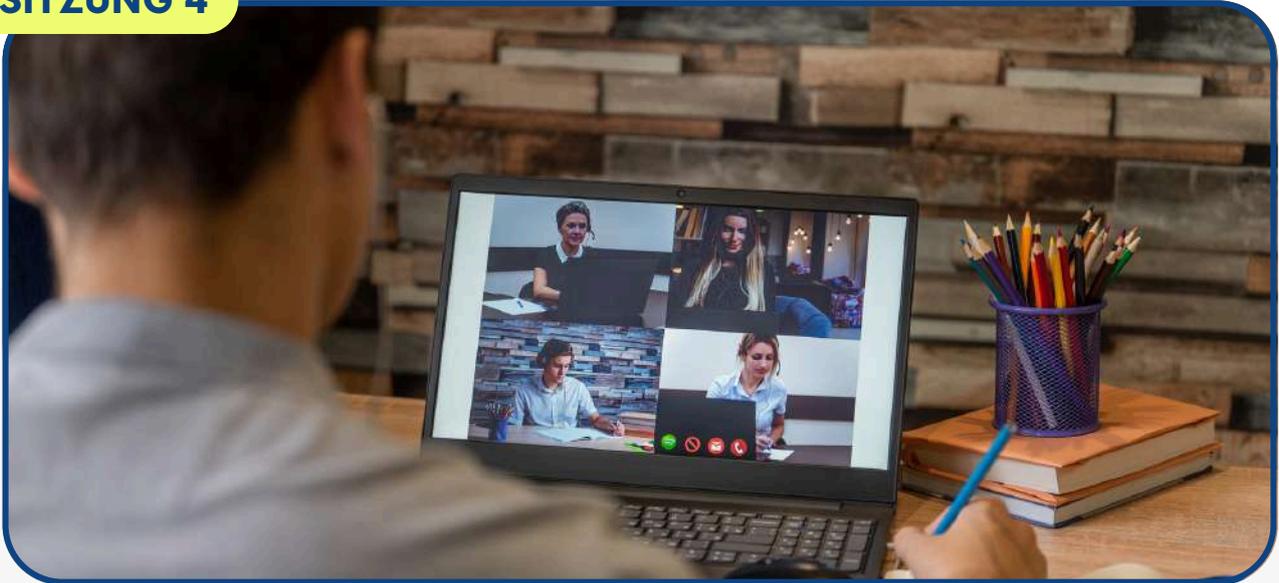
- Flipcharts, Marker
- Internetzugang (Laptops oder Smartphones)
- Fallbeispiel-Profil für die Gruppenarbeit
- Ausgedruckte oder projizierte Folie mit den Namen der Gig-Plattformen



ERGEBNISSE

- Lehrpersonen verstehen die Entwicklung und Struktur virtueller Arbeit und der Gig-Economy
- Die Teilnehmenden machen sich mit gängigen Gig-Plattformen und deren Funktionen vertraut
- Das kritische Bewusstsein für Chancen und Risiken gig-basierter Beschäftigung wird gestärkt – insbesondere im Hinblick auf unterschiedliche Profile von Lernenden in der beruflichen Bildung

SITZUNG 4



Vermittlung von Kommunikation und Zusammenarbeit für das ortsunabhängige Arbeiten



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Die Bedeutung von Kommunikation in der ortsunabhängigen Arbeit und deren Herausforderungen verstehen
- Strategien für effektive schriftliche und mündliche Kommunikation in der Online-Zusammenarbeit entwickeln
- Problemlösungskompetenzen in digitalen Arbeitsumgebungen anhand praxisnaher Remote-Szenarien trainieren
- Digitale Tools für effektive Kommunikation und Teamarbeit erkunden und ausprobieren



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „LOST IN TRANSLATION“ (10 MINUTEN)

Die Trainer*in teilt die Teilnehmenden in Zweiergruppen ein. Eine Person beschreibt ein Bild oder ein Konzept im Textchat (z. B. in einer vorher erstellten WhatsApp-Gruppe mit allen Teilnehmenden), während die andere Person versucht, es durch Zeichnen oder schriftliches Wiedergeben nachzubilden.

Nach dem Energizer stellt die Trainer*in eine kurze Reflexionsfrage: Wie hat sich das Fehlen von Tonfall oder Gestik auf das Verständnis ausgewirkt?

Dieser Energizer wurde gezielt ausgewählt, da er typische Herausforderungen der Online-Kommunikation aufzeigt – und damit bereits einen Einstieg ins Thema der Sitzung bietet.

WARUM KOMMUNIKATION BEI ORTSUNABHÄNGIGER ARBEIT WICHTIG IST – GRUPPENDISKUSSION (15 MINUTEN)

Die Trainerin eröffnet die Diskussion mit der Frage: „Was unterscheidet Online-Kommunikation von der Kommunikation im persönlichen Kontakt?“ Die Teilnehmenden sind eingeladen, ihre bisherigen Erfahrungen mit Kommunikation im Rahmen ortsunabhängiger Arbeit zu teilen und zu betonen, warum Kommunikation entscheidend für erfolgreiche Zusammenarbeit in virtuellen Arbeitsumgebungen ist. Sie schreiben ihre Antworten in Form von Stichwörtern auf Klebezettel und platzieren diese auf einer Pinnwand. Die Trainerin clustert die Beiträge und hebt zentrale Themen hervor (z. B. Klarheit, Ton, Zeitverzögerungen, kulturelle Unterschiede). Teilnehmende, die möchten, sind eingeladen, ihre Erfahrungen vor der Gruppe zu teilen.

KOMMUNIKATION IM VIRTUELLEN ARBEITSUMFELD MEISTERN – 110 MINUTEN

Die Trainer*in stellt die Aufgabe im Plenum vor und postet die Anweisungen in einem gemeinsam genutzten Online-Raum (z. B. WhatsApp-Gruppe, Google Drive etc.).

An die Teilnehmenden wird folgende Anweisung weitergegeben:

„Euer Unternehmen arbeitet seit sechs Monaten vollständig remote. Alles läuft gut und nun wurdet ihr zu einem wichtigen Online-Business-Forum eingeladen: ‚Future of Work: Digital Teams in Action‘.

Eure Aufgabe ist es, eine überzeugende digitale 5-Minuten-Präsentation über euer Produkt oder eure Dienstleistung vorzubereiten.“ Allerdings arbeitet euer Team ausschließlich digital und von verschiedenen Standorten aus – ihr könnt nur online kommunizieren.

Die Teilnehmenden erhalten folgende Aufgaben:

1. Erstellt eine digitale Präsentation (max. 5 Minuten), in der ihr euer Unternehmen, dessen Produkt/Dienstleistung und eure Art der Zusammenarbeit im Remote-Team vorstellt.
2. Die Zusammenarbeit muss zu 100% virtuell erfolgen – keine persönliche Interaktion ist erlaubt.
3. Zeitrahmen: 100 Minuten (anschließend findet ein Live-Forum statt, in dem ihr präsentiert).

Die Teilnehmenden sollen gemeinsam:

- das Ziel ihrer Präsentation festlegen,
- entscheiden, welche Plattformen/Apps sie zur Kommunikation und Erstellung der Präsentation nutzen wollen,
- und ihre Rollen innerhalb des Teams organisieren.

Um reale Herausforderungen aus der Arbeitswelt zu simulieren, kann die Trainer*in während der Arbeitsphase unerwartete Hürden einführen, z. B.:

- Eine plötzliche Fristverkürzung (weniger Arbeitszeit)
- Ein Missverständnis, bei dem eine wichtige Information verändert wird
- Ein Teammitglied wird „offline“, also ist vorübergehend nicht erreichbar

PRÄSENTATIONEN UND FEEDBACK – 25 MINUTEN

Nach der Kollaborationsphase kehren die Teams ins Plenum zurück und präsentieren ihre 5-minütigen digitalen Präsentationen vor der Gruppe. Nach jeder Präsentation gibt es eine kurze Fragerunde mit den anderen Teilnehmenden.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG – 20 MINUTEN

Die Trainer*in leitet die abschließende Reflexion mit folgenden Fragen:

- Welche Kommunikationsstrategien haben am besten funktioniert?
- Gab es Missverständnisse oder Herausforderungen? Wie seid ihr damit umgegangen?
- Welche digitalen Tools waren für die Zusammenarbeit am effektivsten?
- Was würdet ihr verbessern, wenn ihr erneut remote an einem ähnlichen Projekt arbeiten würdet?



MATERIALIEN

- Klebezettel und Marker (zum Clustern von Ideen während der Diskussionen)
- WhatsApp-Gruppe oder ein anderes digitales Kommunikationstool (für textbasierte Aktivitäten)
- Laptops/Tablets mit Internetzugang (für Übungen zur virtuellen Zusammenarbeit)



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden können zentrale Unterschiede zwischen Online- und Präsenzkommunikation erkennen.
- Die Teilnehmenden verbessern ihre Fähigkeit, in virtuellen Umgebungen klar und wirkungsvoll zu kommunizieren.
- Die Teilnehmenden erfahren die Herausforderungen digitaler Teamarbeit und entwickeln Strategien zu deren Bewältigung.
- Die Teilnehmenden sammeln praktische Erfahrungen im Umgang mit digitalen Tools zur Zusammenarbeit auf Distanz.
- Die Teilnehmenden reflektieren ihr Lernen und identifizieren bewährte Methoden für professionelle Online-Kommunikation.

SITZUNG 5



Gestaltung von Gruppenarbeit und Simulationen für virtuelle Teamarbeit



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Einführung in das Konzept virtueller Teamarbeit und ihre Bedeutung in der modernen Bildung und Arbeitswelt
- Verständnis zentraler Prinzipien effektiver virtueller Zusammenarbeit, einschließlich Kommunikationstools, Aufgabenmanagement und klarer Zielsetzung
- Vermittlung praxisnaher Strategien und Tipps zur Förderung von Teamarbeitskompetenzen im virtuellen Raum, die in der eigenen beruflichen Bildungspraxis angewendet werden können
- Förderung von Peer-Learning und Austausch bewährter Methoden im Zusammenhang mit virtueller Teamarbeit



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

Energizer – Menschliche Maschine (15 Minuten)

Die Lehrperson beginnt mit der Erklärung des Ziels: Die Teilnehmenden werden eine menschliche „Maschine“ gestalten, bei der jede Person ein anderes Teil darstellt, und die Gruppe synchronisiert ihre Bewegungen und Geräusche, um sie zum Leben zu erwecken. Die Lehrperson teilt die Teilnehmenden in Kleingruppen ein, damit sie Rollen zuweisen und ihre Maschine entwickeln können. Nach 10 Minuten Zeit zum Entwerfen und Üben präsentiert jede Gruppe ihre Kreation, und die übrigen Teilnehmenden raten, was die Maschine darstellen soll. Dieser Abschnitt soll unterhaltsam und dynamisch sein, wobei jede Gruppe zusammenarbeitet, um sicherzustellen, dass ihre Maschine reibungslos funktioniert. Zum Abschluss findet eine kurze Auswertungsrunde statt, in der die Teilnehmenden über die Herausforderungen der Koordination, die Bedeutung von Kommunikation und die kreativen Elemente ihrer Maschinen reflektieren.

BEDEUTUNG VIRTUELLER TEAMARBEIT IN DER BILDUNG (20 MINUTEN)

Die Lehrperson leitet eine Plenumsdiskussion über die Bedeutung virtueller Teamarbeit in der heutigen Bildungs- und Berufswelt, damit Lehrpersonen die Rolle der virtuellen Teamarbeit bei der Verbesserung von Zusammenarbeits- und Kommunikationsfähigkeiten im digitalen Kontext verstehen. Die Lehrperson kann folgende Schlüsselthemen zur Diskussion verwenden:

- Was unterscheidet virtuelle Teamarbeit von persönlicher Teamarbeit?
- Welche Fähigkeiten sind für eine erfolgreiche virtuelle Zusammenarbeit unerlässlich?
- Warum ist es für Lernende in der beruflichen Bildung wichtig, diese Fähigkeiten zu entwickeln?

Input: Prinzipien effektiver virtueller Teamarbeit (25 Minuten)

Die Lehrperson stellt zentrale Prinzipien für die Gestaltung effektiver Gruppenarbeit und Simulationen in virtuellen Teams vor, darunter:

- Klare Ziele und Rollen: Aufgaben und Zuständigkeiten definieren
- Kommunikationstools: Sicherstellen, dass geeignete Werkzeuge für virtuelle Kommunikation verwendet werden (z. B. Slack, Trello, Zoom usw.)
- Aufgabenmanagement: Wie Aufgaben aufgeteilt und der Fortschritt aus der Ferne verfolgt werden kann
- Unterstützungsstrukturen: Bereitstellung von Unterstützung für Teams, insbesondere in virtuellen Umgebungen

Anschließend bittet die Lehrperson die Teilnehmenden, darüber zu reflektieren, wie sich diese Prinzipien in ihrer beruflichen Bildungspraxis anwenden lassen und wie sie in **Gruppenprojekte oder Simulationen integriert werden können**.

WALK-AND-TALK-ÜBUNG (60 MINUTEN)

Die Lehrperson lädt die Teilnehmenden zu einer „Walk-and-Talk“-Übung ein, bei der sie sich alle 10 Minuten mit einer neuen Person austauschen. In jeder Runde teilen die Teilnehmenden praktische Tipps zur virtuellen Teamarbeit. Jede Zweiergruppe konzentriert sich dabei auf eine spezifische Frage zur virtuellen Zusammenarbeit.

Die Teilnehmenden bilden zunächst Paare mit Personen, mit denen sie bisher noch nicht zusammengearbeitet haben. In jeder 10-minütigen Runde gilt:

1. Austausch von Praxistipps zur virtuellen Teamarbeit: Jede Person hat 5 Minuten Zeit, um einen Tipp oder eine Strategie zu teilen, die sie zur Verbesserung der virtuellen Zusammenarbeit genutzt hat (z. B. Kommunikations-Tools, Umgang mit Herausforderungen, Teamdynamik).
2. Reflexion zur Umsetzung: Nach dem Austausch reflektieren beide kurz darüber, wie sie die genannten Tipps in ihre Lehre oder zukünftige virtuelle Projekte integrieren könnten, damit beide voneinander lernen.

Rotation und neue Fragestellung (jeweils 10 Minuten pro Paar):

Nach jeder Runde rotieren die Teilnehmenden und bilden ein neues Paar. Für jede neue Runde gibt es eine andere Frage, die von der Lehrperson gestellt wird:

Runde 1: Welche Tools nutzt du für virtuelle Zusammenarbeit – und warum?

Runde 2: Welche Strategien haben sich bei der Rollenverteilung in virtuellen Teams bewährt?

Runde 3: Wie bleibt ein virtuelles Team motiviert und engagiert?

Runde 4: Wie gehst du mit Konflikten oder Missverständnissen in virtuellen Umgebungen um?

Die Übung besteht aus insgesamt 4 Runden à 10 Minuten. Nach den Rotationen kommen alle Teilnehmenden wieder im Plenum zusammen. Jede Person teilt einen besonders hilfreichen Tipp oder Gedanken, der ihr in der Übung aufgefallen ist. Die Lehrperson moderiert die Reflexion und bittet die Teilnehmenden, einen Tipp zu benennen, den sie künftig in ihrer virtuellen Teamarbeit umsetzen möchten.

ERKUNDUNG DIGITALER TOOLS (45 MINUTEN)

Die Lehrperson bereitet eine Liste digitaler Tools vor, die jeweils einem bestimmten Aspekt virtueller Teamarbeit zugeordnet sind (Kommunikation, Aufgabenmanagement, Dokumentenfreigabe). Die Teilnehmenden werden in Gruppen eingeteilt. Jede Gruppe erhält die Aufgabe, auf „Tool-Suche“ zu gehen und jene digitalen Werkzeuge zu identifizieren, die sie für die angegebenen Aufgaben am geeignetsten halten. Dabei recherchieren sie online und erkunden verfügbare Tools oder Plattformen, die den jeweiligen Anforderungen entsprechen (z.B. Zoom für Meetings, Google Docs für Zusammenarbeit). Sobald ein geeignetes Tool gefunden ist, erklärt die Gruppe, warum dieses Tool zur Aufgabe passt, und stellt es anschließend der Gesamtgruppe vor. Nach 30 Minuten Recherche und Vorbereitung präsentieren die Gruppen ihre Ergebnisse im Plenum. Die Lehrperson moderiert eine kurze Auswertung, bei der die Stärken der verschiedenen Tools für virtuelle Teamarbeit reflektiert werden.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Lehrperson leitet die abschließende Reflexion anhand der folgenden Fragen:

- Was hast du über die Gestaltung von Gruppenarbeit in virtuellen Umgebungen gelernt, das dir vorher nicht bewusst war?
- Welche Aktivität oder welches Tool wirst du in deiner beruflichen Bildungspraxis am nützlichsten finden?
- Wie planst du, Strategien virtueller Teamarbeit in deinem eigenen Unterricht umzusetzen?



MATERIALIEN

- Flipcharts/Whiteboard und Marker
- Timer oder Stoppuhr
- Klebezettel
- Internetfähige Geräte (für die Tool-Suche)
- Handouts oder Folien mit den zentralen Prinzipien effektiver virtueller Teamarbeit



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen die zentralen Prinzipien für die Gestaltung effektiver virtueller Teamarbeit und Zusammenarbeit – und wissen, wie sie diese in Bildungskontexten anwenden können.
- Die Teilnehmenden können digitale Tools identifizieren und nutzen, die Kommunikation, Aufgabenmanagement und Dokumentenfreigabe in virtuellen Teams unterstützen.
- Die Teilnehmenden haben praxisnahe Strategien kennengelernt, um virtuelle Teamdynamiken zu verbessern – einschließlich des Umgangs mit typischen Herausforderungen, der Rollenverteilung und der Motivation von Teams.
- Die Teilnehmenden haben sich mit anderen ausgetauscht, Tipps und Erfahrungen zur virtuellen Teamarbeit geteilt und Ideen gesammelt, wie sie diese in ihre eigene Lehrpraxis integrieren können.

SITZUNG 6



Integration zentraler digitaler Tools in die berufliche Bildung (VET)



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Einführung in zentrale digitale Tools, die häufig von virtuellen Assistenzkräften und Remote-Fachkräften genutzt werden
- Praktische Anwendungserfahrung mit verschiedenen digitalen Tools durch interaktive, peer-geleitete Diskussionen
- Erkundung von Möglichkeiten, wie digitale Tools in die berufliche Bildung integriert werden können, um die digitalen Kompetenzen von Lernenden zu fördern
- Förderung kritischen Denkens bei der Auswahl von Tools – angepasst an unterschiedliche Arbeitsszenarien und Bedürfnisse



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „SCHERE, STEIN, PAPIER“ (10 MINUTEN)

Die Gruppe wird in Paare aufgeteilt, und jedes Paar spielt das klassische Spiel „Schere, Stein, Papier“ (die Regeln sind bekannt: Papier schlägt Stein, Stein schlägt Schere, Schere schlägt Papier). Der Twist: Jedes Paar spielt so lange, bis eine Person gewinnt oder verliert. Die Gewinner*innen bleiben an ihrem Platz, während die Verlierer*innen weiterziehen und sich mit einer neuen Person zusammenschließen. Das Spiel läuft weiter – Ziel ist es, in Bewegung zu bleiben, aktiv zu sein und mit möglichst vielen Personen zu interagieren.

WORLD CAFÉ: ERKUNDUNG DIGITALER TOOLS (140 MINUTEN – 4 RUNDEN, JE 30 MINUTEN PRO TOOL, 20 MINUTEN PAUSE DAZWISCHEN)

Participants rotate through four different tables, each focusing on a key digital tool used by virtual assistants. Each table is facilitated by either the trainer or a participant with prior knowledge of the tool.

Regeln des World Café:

Die Teilnehmenden bewegen sich in Kleingruppen von Tisch zu Tisch.

Jede Runde dauert 30 Minuten:

- 10 Minuten: Einführung in das Tool (Demonstration, Beispiele, zentrale Funktionen)
- 10 Minuten: Praktische Übung (Teilnehmende erkunden das Tool auf ihren eigenen Geräten)
- 10 Minuten: Gruppendiskussion (Wie kann das Tool in der beruflichen Bildung eingesetzt werden? Welche Herausforderungen und bewährten Methoden gibt es?)

Nach jeder Runde wechseln die Teilnehmenden den Tisch und lernen ein neues Tool kennen.

Tisch 1: Trello (oder ein anderes Projektmanagement-Tool)

- Diese Tools helfen virtuellen Teams dabei, Aufgaben, Projekte und Fristen visuell zu verwalten.
- Praktische Übung: Die Teilnehmenden erstellen ein Beispiel-Planungsboard für einen VET-Kurs mit Aufgaben für Lehrpersonen und Lernende.
- Diskussionsfokus: Wie kann Trello zur Organisation von VET-Projekten und Aufgaben von Lernenden eingesetzt werden?

Tisch 2: Canva (oder ein anderes Tool zur Erstellung ansprechender visueller Inhalte)

- Diese Tools ermöglichen eine schnelle und professionelle Erstellung von Inhalten für Social Media, Präsentationen und Dokumente.
- Praktische Übung: Die Teilnehmenden erstellen mit Canva einen Werbeflyer für einen VET-Kurs.
- Diskussionsfokus: Wie kann Canva Lernenden in der beruflichen Bildung helfen, digitale Inhalte zu gestalten und entsprechende Kompetenzen zu entwickeln?

Tisch 3: Zoom (oder ein anderes Tool für effektive Online-Meetings und -Trainings)

- Diese Tools ermöglichen nahtlose Videokonferenzen, Bildschirmfreigabe, Breakout-Räume und Aufzeichnungen.
- Praktische Übung: Die Teilnehmenden üben, eine kurze Trainingssession mit Breakout-Räumen zu hosten.
- Diskussionsfokus: Wie kann Zoom für virtuelle Schulungen und zur Aktivierung von Lernenden eingesetzt werden?

Tisch 4: Miro (oder ein anderes Tool für visuelle Zusammenarbeit und Brainstorming)

- Diese Tools ermöglichen es virtuellen Teams, in Echtzeit visuell zu brainstormen, zu planen und zusammenzuarbeiten.
- Praktische Übung: Die Teilnehmenden nutzen Miro, um eine Mindmap für einen Unterrichtsplan oder ein interaktives Brainstorming-Board zu erstellen.
- Diskussionsfokus: Wie kann Miro in die berufliche Bildung integriert werden, um interaktives Lernen und Teamarbeit zu fördern?

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (30 MINUTEN)

Die Lehrperson bringt die Teilnehmenden ins Plenum zurück und moderiert eine strukturierte Reflexion anhand der folgenden Fragen:

- Welches Tool erscheint dir am nützlichsten für deine Lernenden in der beruflichen Bildung – und warum?
- Welche Herausforderungen könnten bei der Integration digitaler Tools in den Unterricht auftreten?
- Wie können wir sicherstellen, dass digitale Tools das Lernen fördern und nicht zur Ablenkung werden?
- Welche nächsten Schritte kannst du unternehmen, um diese Tools in deiner Arbeit einzusetzen?



MATERIALIEN

- Laptops, Tablets oder Smartphones (für die praktische Tool-Erkundung)
- Gedruckte Anleitungen oder digitale Handouts zu jedem Tool
- Internetzugang



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden sammeln praktische Erfahrungen mit zentralen digitalen Tools für ortsunabhängiges Arbeiten.
- Sie entwickeln Strategien zur Integration digitaler Tools in ihre Lehrpraxis.
- Sie verstehen die Stärken und Grenzen verschiedener Tools.
- Sie gehen mit einem konkreten Handlungsplan zur Nutzung digitaler Tools in der beruflichen Bildung aus der Sitzung.



02

Entwicklung und Betrieb eines virtuellen Assistenzunternehmens

Kapitel 2 bietet Berufsbildner:innen praxisnahe Werkzeuge und Methoden, um Lernende auf dem Weg zur Gründung und Führung eines virtuellen Assistenzunternehmens zu begleiten. Aufbauend auf Kapitel 1 geht es vom „Verstehen“ ins „Tun“: Geschäftsideen entwickeln, Marktforschung betreiben und daraus tragfähige Modelle ableiten.

Auch komplexe Themen wie Recht, Finanzen und Compliance werden in zugängliche Lernformate übersetzt. Weitere Schwerpunkte sind Personal Branding, Online-Marketing, Kundengewinnung und Leistungserbringung.

Das Kapitel richtet sich an angehende Freelancer:innen sowie Lehrpersonen ohne wirtschaftliches Vorwissen und unterstützt sie dabei, abstrakte Ideen in konkrete Selbstständigkeitswege zu überführen.

SITZUNG 1



Anleitung der Lernenden bei der Entwicklung und Verfeinerung digitaler Geschäftsideen

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Einführung kreativer und inklusiver Methoden zur Entwicklung von Geschäftsideen, speziell zugeschnitten auf den Bereich der virtuellen Assistenz
- Unterstützung von Lehrpersonen dabei, Lernende bei der Identifikation ihrer Stärken, Interessen und Chancen im VA-Sektor zu begleiten
- Erkundung wirksamer Moderationstools zur Auswahl und Weiterentwicklung von Ideen – in Gruppen- und Einzelsettings
- Schaffung eines sicheren Rahmens, in dem Lernende brainstormen, testen und realistische sowie relevante Geschäftskonzepte gestalten können
- Förderung von Peer-Feedback und iterativem Denken im unternehmerischen Lernprozess

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****ENERGIZER (15 MINUTEN)**

Die Teilnehmenden stehen im Kreis. Eine Person beginnt mit einem Geräusch (z. B. Klatschen, Pfeifen, ein Wort), und die nächste Person ergänzt es mit einem neuen Geräusch. Ziel ist es, gemeinsam eine einzigartige Klangsequenz zu „entwickeln“. Zweck dieses Energizers zu Beginn der Sitzung ist es, Kreativität zu wecken.

MEINE DIGITALEN KOMPETENZEN – ERKENNEN UND TEILEN (45 MINUTEN)

Die Lehrperson legt Karten auf den Boden, die verschiedene Rollen, Kompetenzen, Tools, Interessen, Werte und virtuelle Dienstleistungen darstellen (z. B. „Organisationsprofi“, „Problemlöserin“, „Designerin“, „Social Media“, „Effizienz“, „Kreativität“, „Videoschnitt“ usw.). Die Teilnehmenden erhalten die Aufgabe, herumzugehen und fünf Karten auszuwählen, die am besten ihre digitalen Kompetenzen, genutzten Tools und persönlichen Stärken widerspiegeln.

Nachdem alle ihre 5 Karten ausgewählt haben, bilden die Teilnehmenden Kleingruppen oder Paare und tauschen sich über folgende Fragen aus:

- Was davon macht mir am meisten Spaß?
- Was möchte ich noch weiterentwickeln?
- Welche Art von Dienstleistungen oder Projekten könnten sich aus diesen Eigenschaften entwickeln?

Die Lehrperson moderiert anschließend eine kurze Plenumsreflexion und notiert wiederkehrende Themen nach dem Gruppenaustausch. Vorbereitung: Sie entwirft und druckt vorab Karten zu fünf Themenbereichen, die als Auswahlkarten dienen. (Soll ich die Themenfelder und Beispielkarten für dich formulieren?)

Virtuelle Dienstleistungen (10 Karten) Ideen: Planung von Social-Media-Inhalten, Unterstützung bei Online-Kursen, Verfassen von Blogbeiträgen, Erstellung von Infografiken, Einrichtung von Chatbots für den Kundenservice, Reise- und Terminbuchungen, Unterstützung bei Etsy- oder Onlineshops, Unterstützung bei YouTube-Inhalten, Moderation von Online-Communities, Bearbeitung und Formatierung von Lebensläufen/CVs. **Rollen (10 Karten) Ideen:** Organisationstalent, kreativer *Denkerin*, technikaffiner *Umsetzerin*, Problemlöserin, *Kommunikatorin*, detailorientierter *Planerin*, visueller *Geschichtenerzählerin*, empathischer *ZuhörerIn*, eigenständiger *Starterin*, *Netzwerkbildner*in*. **Kompetenzen (10 Karten) Ideen:** Schreiben und Redigieren, Grafikdesign, Social-Media-Management, Dateneingabe, E-Mail- und Kalenderverwaltung, Recherche und Analyse, Übersetzung, Kundensupport, Tabellenkalkulation, Audio-/Video-Bearbeitung. **Tools (10 Karten) Ideen:** Canva, Trello, Google Workspace, Zoom, WordPress, Slack, Notion, ChatGPT, Mailchimp, Miro. **Interessen (10 Karten) Ideen:** Gesundheit und Wohlbefinden, Mode und Stil, Gaming, Umwelt und Nachhaltigkeit, Persönlichkeitsentwicklung, Reisen, Kunst und Design, Technologie, Bildung und Nachhilfe, gesellschaftliches Engagement. **Werte (10 Karten) Ideen:** Freiheit und Flexibilität, lebenslanges Lernen, Kreativität, anderen helfen, Nachhaltigkeit, Integrität, Inklusion, Neugier, Präzision, Innovation.

BUSINESS-BINGO ZUR ENTWICKLUNG VON GESCHÄFTSIDEEN (45 MINUTEN)

Jede teilnehmende Person erhält ein Bingo-Karten-Handout mit Aufforderungen in jedem Feld. Die Aufgabe besteht darin, das gesamte Blatt auszufüllen – mit maximal zwei Antworten von derselben Person aus der Gruppe. Die Teilnehmenden erhalten diese Anweisung, danach lässt die Lehrperson die Gruppe frei umhergehen, um passende Ideen für jedes Feld auf der Bingo-Karte zu sammeln. Die erste Person, die die Karte vollständig ausfüllt, gewinnt einen kleinen Preis. Anschließend kann die Lehrperson – je nach verbleibender Zeit – weiterspielen lassen, bis eine *Zweit- oder Drittplatzierter* gefunden wurde oder bis alle ihre Bingo-Karte fertiggestellt haben. Nach der Aktivität wählt jede Person 2–3 Ideen aus, um sie im Plenum zu teilen. Die Lehrperson notiert wiederkehrende Ideen auf einem Flipchart.

ANALYSE DER IDEEN UND BEREITS BESTEHENDEN LÖSUNGEN (25 MINUTEN)

Die Lehrperson bittet jede teilnehmende Person, eine der beim Bingo gesammelten Ideen auszuwählen und 3–5 Minuten zu nutzen, um einen ähnlichen Dienst oder einen *Mitbewerberin* online zu recherchieren.

Die Teilnehmenden sollen folgende Fragen schriftlich beantworten:

- Was gefällt mir daran?
- Was könnte ich anders oder besser machen?
- Gibt es Raum für meine Idee auf dem Markt?

Anschließend folgt eine kurze Austauschrunde im Plenum, nachdem alle mindestens eine ihrer Ideen recherchiert haben.

IDEEN-SPEED-DATING (35 MINUTEN)

Die Teilnehmenden bilden zwei gegenüberstehende Reihen. Eine Reihe teilt jeweils eine ausgewählte Geschäftsidee, während die gegenüberstehende Person zuhört und direktes Feedback gibt:

- „Mir gefällt besonders der Teil, wo du ...“
- „Du könntest es verbessern, indem ...“
- „Hast du schon daran gedacht, ... als Zielgruppe zu wählen?“

Nach 3 Minuten rotiert eine Reihe, sodass neue Paare entstehen. Die Übung wird für mindestens 3–4 Runden wiederholt, damit jede Idee mehrfach getestet wird.

Anschließend leitet die Lehrperson eine Auswertung im Plenum mit folgenden Fragen:

- Welche Art von Feedback war für dich am hilfreichsten?
- Hat sich deine Idee verändert oder weiterentwickelt?

Je nach verfügbarem Zeitrahmen und Energie in der Gruppe können für diese Übung entweder neue Ideen genutzt werden oder jene, die bereits beim Bingo gesammelt oder entwickelt wurden.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Lehrperson moderiert eine abschließende Diskussion anhand der folgenden Fragen:

- Welche Erkenntnis hattest du über deine eigenen potenziellen Geschäftsideen?
- Was war für dich herausfordernd während des Ideenfindungsprozesses?
- Welche dieser Übungen findest du für die Arbeit mit deinen Lernenden in der beruflichen Bildung anwendbar?
- Was kann Lernenden helfen, selbstbewusst ihre eigenen Ideen zu erkunden? Wie können wir sie dabei zusätzlich unterstützen?



MATERIALIEN

- Vorbereitete und ausgedruckte Karten für die Aktivität „Meine digitalen Kompetenzen“
- Ausgedruckte Bingo-Handouts
- Klebezettel, Marker, Flipcharts
- Ausreichend Stifte für die gesamte Gruppe
- Internetzugang (Handy/Laptop für kurze Recherchen)
- Timer oder Glocke für die Speed-Dating-Runden – optional



ERGEBNISSE

- Lehrende erhalten kreative Methoden zur Unterstützung der Ideenentwicklung bei Lernenden in der beruflichen Bildung.
- Die Teilnehmenden erleben Peer-Feedback und einfache Ansätze zur Idevalidierung.
- Die Sitzung vermittelt inklusive und spielerische Methoden zur Ideenfindung, die sich besonders für arbeitslose junge Menschen eignen.

HANDOUT: BUSINESS-IDEEN-BINGO-KARTE

Ein Produkt für Freiberufler*innen	Etwas, das du online verkaufen würdest	Eine Idee, die du nur mit deinem Smartphone umsetzen kannst	Ein Service, den du automatisieren könntest	Inspiziert von einer persönlichen Frustration
Etwas Umweltfreundliches	Ein Nischenservice für Eltern	Ein Tool für digitale Nomad*innen	Eine Idee, bei der Canva zum Einsatz kommt	Inspiziert von deiner Lieblings-App
Ein Unternehmen für deine Region	Etwas, das du unterrichten könntest	Hilft bei der Lösung von Zeitmanagement-Problemen	Ein Service, den NGOs brauchen könnten	Basierend auf einer typischen Social-Media-Aufgabe
Ein Produkt für Content-Creator	Eine abonnementbasierte Idee	Ein Ein-Personen-Dienstleistungsunternehmen	Etwas, das Künstliche Intelligenz nutzt	Ein Service für ältere Nutzer*innen
Eine virtuelle Assistenzaufgabe, die dir Spaß macht	Eine Idee basierend auf deinem Hobby	Eine Lösung für digitales Chaos	Ein Service für Sprachlernende	Etwas, das du weltweit anbieten könntest

ANLEITUNG FÜR TEILNEHMENDE:

- In jedes Feld trägst du den Namen der Idee und den Namen der Person, von der du sie erhalten hast, ein.
- Versuche, so viele Felder wie möglich mit passenden Ideen von anderen Teilnehmenden der Gruppe zu füllen.
- Eine Person darf dir maximal 2 Ideen geben.
- Arbeite in Zweier- oder Dreiergruppen, um gemeinsam zu brainstormen.
- Die erste Person, die alle Felder ausgefüllt hat, gewinnt einen Preis.
- Wähle am Ende 2–3 Lieblingsideen aus, um sie mit der Gruppe zu teilen.

SITZUNG 2



Einführung in Marktforschung und Bedarfsanalyse für Lernende in der beruflichen Bildung



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- **Einführung der Konzepte Marktforschung und Bedarfsanalyse auf zugängliche und praxisorientierte Weise**
- **Vermittlung partizipativer Methoden für Lehrpersonen**, um Lernende in der beruflichen Bildung beim Verstehen ihrer Zielgruppen zu unterstützen
- **Erkundung einfacher Werkzeuge zur Datenerhebung und -auswertung**
- **Stärkung des Selbstvertrauens im Umgang mit Marktinformationen**, um Geschäftsideen und Dienstleistungen im Bereich virtuelle Assistenz gezielt weiterzuentwickeln
- **Förderung kreativer, inklusiver und ethischer Ansätze** zur Erfassung von Kund*innenbedürfnissen



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER: DIE IDEALE KUNDSCHAFT ANVISIEREN (15 MINUTEN)

Die Lehrperson bittet die Teilnehmenden, einen fiktiven Service, den sie als virtuelle Assistenz anbieten könnten, kurz auf ein Post-it zu schreiben (z. B. „Ich erstelle Canva-Designs für kleine Unternehmen“). Anschließend bewegen sich die Teilnehmenden im Raum und versuchen, eine Person zu finden, die ihre „ideale Kundschaft“ wäre. Wenn sie jemanden gefunden haben, präsentieren sie ihr Angebot in einem 1-minütigen Pitch, um zu testen, ob ihr Gegenüber darin einen Nutzen sieht.

Zum Abschluss moderiert die Lehrperson eine kurze Reflexion: Wie schwierig war es, eine passende Person zu finden? Welche Fragen wurden gestellt? Wie hingen die angebotenen Services mit den „erhaltenen“ Services zusammen?

INPUTS ZU MARKTFORSCHUNG UND WARUM SIE WICHTIG IST (15 MINUTEN)

Die Lehrperson gibt einen kurzen, visuellen Input mithilfe eines Flipcharts und behandelt dabei folgende Themen:

- Was ist Marktforschung?
- Was ist eine Bedarfsanalyse?
- Primär- vs. Sekundärforschung
- Wie Markteinblicke dabei helfen, unsere Dienstleistungen gezielt zu gestalten
- Praxisbeispiele aus der Welt der virtuellen Assistenz (2–3 konkrete Fälle)

MYSTERY-CLIENT-SIMULATION (45 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen (3–4 Personen pro Gruppe) eingeteilt. Jede Gruppe erhält einen verschlossenen Umschlag oder ein ausgedrucktes Anweisungsblatt, das eine*n „Mystery Client“ beschreibt, einschließlich:

- Art des Unternehmens oder der NGO
- Alter, Ziele, Frustrationen
- Was sie von einer virtuellen Assistenz erwarten
- Beispielzitat oder E-Mail

Die Gruppen müssen die Bedürfnisse des/der Kund*in „untersuchen“, indem sie:

- überlegen, welche zusätzlichen Informationen sie benötigen würden
- Interviewfragen formulieren, um diese Informationen zu gewinnen
- die zentralen Bedürfnisse in Kategorien einordnen (z. B. administrativ, kreativ, kund*innenbezogen usw.)

Für die Gruppenarbeit stehen 30 Minuten zur Verfügung, die letzten 15 Minuten dienen der Präsentation der Gruppenergebnisse. Die Lehrperson schließt mit einer Verbindung zur Bedarfsanalyse im Unternehmertum.

Hinweis: Zur Vorbereitung der Sitzung muss die Lehrperson Mystery-Client-Arbeitsblätter erstellen, die zur Lebensrealität der VET-Lehrkräfte passen, mit denen gearbeitet wird.

KURZÜBUNG ZUR MARKTFORSCHUNG (45 MINUTEN)

Die Lehrperson bereitet eine einfache Umfrage mit drei Fragen vor – digital oder auf Papier –, die sich auf typische Dienstleistungen von virtuellen Assistenzen konzentriert (z. B. „Was würden Sie als Solo-Unternehmer*in auslagern?“).

Die Teilnehmenden werden in Zweier- oder Dreiergruppen aufgeteilt und erhalten den Auftrag, jeweils 5–10 Antworten zu sammeln – entweder:

von Passant*innen (wenn der Workshop an einem öffentlichen Ort stattfindet) von anderen Teilnehmenden, die als „fiktive Zielkund*innen“ auftreten, oder über kurze Umfragen in einer gemeinsamen WhatsApp-/Telegram-Gruppe oder via Google Form.

Anschließend kehren die Gruppen mit realen oder simulierten Daten zurück und präsentieren:

Eine überraschende Erkenntnis

Etwas, das sie beim nächsten Mal anders machen würden

Eine Möglichkeit, wie sie die Infos zur Entwicklung einer Dienstleistungsidee nutzen würden

Zum Abschluss gibt die Lehrperson Tipps zur Interpretation der Ergebnisse und zur Visualisierung einfacher Auswertungen (z. B. Tortendiagramm oder eine Liste der Top 3 Bedürfnisse von Kund*innen).

EMPATHIE-KARTEN POTENZIELLER KUND*INNEN (45 MINUTEN)

Die Lehrperson teilt die Teilnehmenden in 3–4 Kleingruppen ein. Jede Gruppe wählt eine Zielkund*innen-Persona für ihre Idee im Bereich virtuelle Assistenz (z. B. eine *Coach*, *NGO*, *Etsy-Verkäuferin*, vielbeschäftigte*r Elternteil).

Sie zeichnen eine große Empathiekarte auf ein Flipchart, aufgeteilt in vier Quadranten:

- Was sehen sie?
- Was sagen und tun sie?
- Was hören sie?
- Was denken und fühlen sie?

Wenn genügend Zeit vorhanden ist, kann die Lehrperson zusätzlich die folgenden Fragen stellen: „Was frustriert sie?“ und „Wobei brauchen sie Unterstützung?“

Die Teilnehmenden füllen ihre Karten aus und leiten daraus Erkenntnisse darüber ab, was ihre Zielkund*innen konkret von einer virtuellen Assistenz benötigen.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Lehrperson schließt die Sitzung mit einer Diskussion im Plenum ab und leitet sie mit folgenden Fragen:

- Was hat dich überrascht im Hinblick darauf, wie Menschen denken vs. was sie sagen, dass sie brauchen?
- Wie kannst du Lernende in der beruflichen Bildung dabei unterstützen, einfühlsamere „Forschende“ zu werden?
- Welche kostengünstigen Tools oder Methoden können Lernende in der beruflichen Bildung nutzen, um mit Marktforschung zu beginnen?
- Was nimmst du aus dieser Sitzung für deine Bildungsarbeit mit?



MATERIALIEN

- Vorbereitete und ausgedruckte Mystery-Client-Karten/Beschreibungen
- Flipcharts, Marker, Klebezettel
- Internetzugang (optional für Umfrage-/Abstimmungstools)



ERGEBNISSE

- Lehrende verstehen und können grundlegende Konzepte der Marktforschung und Bedarfsanalyse erklären.
- Die Teilnehmenden lernen neue, erfahrungsorientierte Methoden kennen, um Forschung für Lernende spannend zu gestalten.
- Die Teilnehmenden gewinnen Sicherheit darin, empathiebasierte Erkundungsprozesse mit jungen Menschen zu begleiten.

SITZUNG 3



Lernende beim Erstellen eines einfachen Geschäftsplans unterstützen



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Lehrpersonen dabei unterstützen, Lernende in der beruflichen Bildung anzuleiten, Geschäftsideen in strukturierte Geschäftsmodelle zu überführen.
- Einführung des Business Model Canvas als praxisnahes Werkzeug zur Planung digitaler Dienstleistungsunternehmen.
- Förderung kollaborativer Ideenentwicklung und Peer-Feedback mithilfe non-formaler Bildungsmethoden.
- Stärkung des Selbstvertrauens von Lehrpersonen bei der Begleitung junger Menschen durch grundlegende unternehmerische Planungsprozesse.



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER: BANANEN-PITCH (15 MINUTEN)

Die Lehrperson lädt die Teilnehmenden zu einer Marketing-Challenge ein. In Zweiergruppen erhält jede Person einen Alltagsgegenstand (real oder ausgedacht – z. B. eine Banane, Büroklammer, Regenschirm, Schnürsenkel). Die Aufgabe: Verkaufe deinem Gegenüber den Gegenstand in 1 Minute, als wäre es das beste Produkt der Welt.

Nach ein paar Runden folgt eine kurze Auswertung durch die Lehrperson:

- Welche Strategien habt ihr genutzt, um etwas Alltägliches attraktiv wirken zu lassen?
- Wie können wir Kreativität beim Präsentieren von Ideen fördern?

Dieser Energizer vermittelt spielerisch die Bedeutung von Klarheit, Kreativität und dem Verständnis von Wert – zentrale Elemente der Geschäftsplanung.

BRAINSTORMING VON GESCHÄFTSIDEEN IM BEREICH VIRTUELLE ASSISTENZ (20 MINUTEN)

Die Teilnehmenden erhalten einige Minuten Zeit, um individuell 1–3 digitale Geschäftsideen zu brainstormen, die sie sich vorstellen könnten, von Lernenden in der beruflichen Bildung als virtuelle Assistenzen entwickelt zu werden. Sie werden dazu ermutigt, über Folgendes nachzudenken:

- Dienstleistungen auf Basis vorhandener Kompetenzen
- Reale Bedürfnisse von Kund*innen (z.B. NGOs, Solo-Selbstständige, Online-Creator)
- Trends im digitalen Freelancing

Nach 10 Minuten tauschen sich die Teilnehmenden in Kleingruppen über ihre Ideen aus und notieren wiederkehrende Themen oder Dienstleistungsbereiche (z.B. Content-Erstellung, administrative Unterstützung, technische Hilfe usw.).

GRUPPENBILDUNG NACH ÄHNLICHEN IDEEN (10 MINUTEN)

Die Lehrperson lädt die Teilnehmenden ein, sich nach Ähnlichkeit ihrer Geschäftsideen oder Dienstleistungsbereichen Gruppen zusammenzufinden.

Mögliche thematische Cluster sind:

- Social Media / Content-Unterstützung
- Administrative & organisatorische Dienstleistungen
- Kreative & designbasierte Angebote
- Technische Unterstützung / Automatisierung
- Training / Bildung / Community-Support

Die Teilnehmenden bleiben bis zum Ende der Sitzung in diesen Gruppen. Bei einzigartigen Ideen kann den Teilnehmenden die Möglichkeit gegeben werden, einzeln weiterzuarbeiten.

ENTWICKLUNG EINES BUSINESSPLANS MIT DEM BUSINESS MODEL CANVAS (85 MINUTEN)

Die Lehrperson führt das Business Model Canvas mit einer kurzen 10-minütigen Erklärung oder einem ausgedruckten Beispiel ein und stellt Links oder Vorlagen wie diese zur Verfügung: <https://www.canva.com/graphs/business-model-canvas/>

Das Canvas kann den Teilnehmenden entweder in digitalem Format oder ausgedruckt zur Verfügung gestellt werden – je nach den verfügbaren Geräten oder den Präferenzen der Teilnehmenden.

Jede Gruppe arbeitet daran, ein vollständiges Business Model Canvas für ihre Idee auszufüllen.

Die Lehrpersonen bewegen sich zwischen den Gruppen, um Unterstützung zu bieten, Begriffe zu klären und Reflexionsprozesse anzuleiten.

PRÄSENTATION DER CANVAS-MODELLE UND GEGENSEITIGES FEEDBACK GEBEN (35 MINUTEN)

Jede Gruppe präsentiert ihr Business Model Canvas den übrigen Teilnehmenden (max. 3–4 Minuten pro Team). Anschließend wird die Gruppe gebeten, dem präsentierenden Team Feedback zu geben.

Das Feedback erfolgt nach der Sandwich-Methode:

- Etwas Positives
- Ein konstruktiver Verbesserungsvorschlag
- Ein weiterer positiver Kommentar

Die Lehrperson moderiert den Austausch und stellt sicher, dass alle Teams Feedback von mindestens zwei anderen Teilnehmenden erhalten.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Lehrperson schließt die Sitzung mit einer kurzen moderierten Diskussion ab:

- Welcher Teil des Geschäftsplanungsprozesses war am einfachsten/schwierigsten zu erklären oder anzuleiten?
- Wie können wir das Business Model Canvas für Lernende auf Einstiegsniveau vereinfachen?
- Wie könnte dieses Tool für Lernende mit unterschiedlichen Hintergründen, Fähigkeiten oder Zielen angepasst werden?
- Welche Tools oder Unterstützungsangebote würden die Umsetzung in unserem lokalen Kontext erleichtern?
- Wie wirst du es mit deinen Lernenden in der beruflichen Bildung einsetzen?



MATERIALIEN

- Gedruckte oder digitale Vorlagen des Business Model Canvas: <https://www.canva.com/graphs/business-model-canvas/>
- Flipcharts, Klebezettel, Marker
- Laptops/Tablets für Canva oder Online-Zusammenarbeit (optional)



ERGEBNISSE

- Lehrpersonen gewinnen Sicherheit in der Einführung und Anwendung des Business Model Canvas.
- Die Teilnehmenden erarbeiten gemeinsam konkrete und realistische Geschäftsmodelle.
- Lehrpersonen erhalten praxisnahe Strategien zur Strukturierung von geschäftsplanungsorientierten Lerneinheiten mit Lernenden.

Anschließend wählt jede Gruppe 3–4 Karten aus dem Stapel „unsicher/keine Ahnung“ aus und erstellt einfache, lernendenfreundliche Definitionen. Zum Schluss stellen sie ihre Begriffe der Gesamtgruppe vor, und die Lehrperson leitet die Diskussion.

Liste der verwendbaren Begriffe:

Rechtliche Begriffe: DSGVO, Einwilligung, personenbezogene Daten, verantwortliche Stelle, betroffene Person, Datenschutzerklärung, geistiges Eigentum, Urheberrecht, Vertragsbedingungen, Haftung, Geheimhaltungsvereinbarung.

Finanzielle Begriffe: Budget, Einnahmen, Ausgaben, Fixkosten, variable Kosten, Cashflow, Rechnung, Finanzprognose, Gewinnschwelle, Finanzierung, Steuer, Mehrwertsteuer (MwSt), Rückerstattung.

Compliance- und Arbeitsplatzbegriffe: Compliance, Risikobewertung, Verhaltenskodex, Transparenz, Hinweisgebung (Whistleblowing), Interessenkonflikt, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Chancengleichheit, Diskriminierung, Belästigung, Arbeitsvertrag, Probezeit, Rechte von Arbeitnehmenden.

DREI ECKEN IM RAUM (45 MINUTEN)

Die Lehrperson richtet drei „Themenstationen“ im Raum ein:

Station 1: DSGVO im Alltag
Station 2: Budgetplanung für Schulprojekte
Station 3: Jugendverträge verstehen

An jeder Station lesen die Teilnehmenden eine kurze Einführung, die von der Lehrperson vorbereitet wurde. Gemeinsam brainstormen sie, wie das Thema in eine Lerneinheit umgesetzt werden könnte, und notieren eine zentrale Herausforderung sowie eine Unterrichtsidee auf dem Flipchart.

Nach 10 Minuten rotieren die Gruppen zur nächsten Station (insgesamt 3 Runden). Eine freiwillige Person bleibt jeweils an der Station, um der neuen Gruppe kurz zu erklären, was die vorherige Gruppe besprochen hat.

Am Ende der Rotationen bereitet jede Gruppe eine kurze Präsentation zu der Station vor, an der sie gestartet ist, und fasst alle dort notierten Ergebnisse zusammen.

VON DER THEORIE ZUR PRAXIS (70 MINUTEN)

Dieser abschließende Teil der Sitzung vereint Elemente von Kreativität, Zusammenarbeit und angewandter Didaktik. Ziel ist es, die Teilnehmenden nicht nur mit rechtlichen, finanziellen und formalen Themen vertraut zu machen, sondern ihnen auch das Selbstvertrauen zu geben, diese oft komplexen Bereiche in zugängliche und motivierende Lernaktivitäten für ihre Zielgruppen zu übersetzen.

Zu Beginn teilt die Lehrperson die Gruppe in Kleingruppen von 3 bis 4 Personen auf. Jede Gruppe wählt ein zentrales Thema aus einer vorbereiteten Liste aus – z. B. DSGVO, Budgetplanung, Verträge verstehen oder Arbeitsrechte. Diese Themen stehen stellvertretend für Inhalte, die von Lernenden in der beruflichen Bildung oft als abschreckend oder zu technisch empfunden werden. Die Herausforderung für die Teilnehmenden besteht darin, diese Inhalte in einer lernendenfreundlichen Weise neu zu denken.

Die Gruppen werden anschließend gebeten, eine kurze interaktive Aktivität zu entwerfen – nicht länger als 10–15 Minuten – die Lernenden helfen soll, das gewählte Thema zu verstehen. Dabei sind kreative Formate ausdrücklich erwünscht, z.B. Spiele, Peer-Learning-Übungen, Storytelling, Visualisierungen oder einfache Analogien.

Die Lehrperson unterstützt den Brainstorming-Prozess, indem sie sich zwischen den Gruppen bewegt, Impulse gibt, Beispiele für partizipative Methoden nennt und didaktische Leitfragen bzw. Modelle (wie „Erklären – Erkunden – Reflektieren“) bereitstellt.

Sobald jede Gruppe ihre Aktivität konzipiert hat, folgt eine Peer-Exchange-Phase: Die Gruppen werden jeweils mit einer anderen Gruppe zusammengeführt und präsentieren sich gegenseitig ihre Mini-Unterrichtsidee oder führen eine kurze Demonstration durch. Dadurch erhalten die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre Ansätze in einem geschützten Raum zu testen und konstruktives Feedback zu sammeln.

Abschließend reflektieren die Gruppen über die Aspekte Verständlichkeit, Lernendenaktivierung und Anpassungsfähigkeit der vorgestellten Methoden.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (20 MINUTEN)

Die Lehrperson leitet eine kurze Reflexion im Plenum anhand folgender Fragen:

- Welches Konzept kannst du jetzt mit mehr Selbstvertrauen erklären?
- Welche Methode möchtest du in deinem nächsten Unterricht ausprobieren?
- Was macht diese Themen für Lernende zugänglicher und interessanter?



MATERIALIEN

- Flipchartpapier, Marker
- Vorgefertigte Karten mit Begriffen (DSGVO, Finanzbegriffe, Compliance-bezogene Konzepte)
- Klebezettel in drei Farben
- Timer, Beamer, Lautsprecher
- Beschilderung für die drei Ecken und ausgedruckte Anleitungen



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden können zentrale rechtliche, finanzielle und Compliance-Begriffe in einfacher Sprache erklären.
- Die Teilnehmenden können häufige Herausforderungen identifizieren, denen Lernende bei diesen Themen begegnen.
- Die Teilnehmenden sind in der Lage, lernendenfreundliche Ansätze zur Vermittlung von DSGVO, Verträgen und Budgetplanung einzusetzen.
- Die Teilnehmenden sind bereit, kreative und zugängliche Strategien in ihre Unterrichtsplanung zu integrieren.

SITZUNG 5



Lernende beim Aufbau ihrer persönlichen Marke und Vermarktungsstrategie unterstützen

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Die zentralen Bestandteile der persönlichen Markenbildung für Lernende verstehen
- Kreative und lernendenzentrierte Ansätze erkunden, um Schüler:innen bei der Entwicklung ihrer Markenidentität zu begleiten
- Erlernen, wie Lernende beim Erstellen einfacher, authentischer Marketingmaterialien unterstützt werden können (z. B. Biografien, Social-Media-Profile, Lebensläufe)
- Praktische Werkzeuge anwenden, um Lernenden zu helfen, ihre Stimme, Werte und einzigartigen Merkmale zu definieren

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****ENERGIZER – „TANZEN AUF PAPIER“ (15 MINUTEN)**

Die Lehrperson bereitet gleich große Blätter Zeitungspapier oder Stoffstücke vor. Die Teilnehmenden bilden Paare. Jedes Paar erhält ein Blatt Zeitungspapier oder ein Stoffstück. Während die Lehrperson Musik abspielt oder im Takt klatscht, tanzen die Paare. Wenn die Musik oder das Klatschen stoppt, müssen die Paare auf ihrem Papier oder Stoffstück stehen bleiben. Beim nächsten Stopp muss das Papier oder der Stoff einmal in der Mitte gefaltet werden, bevor das Paar erneut darauf steht. Nach mehreren Runden wird das Papier oder Tuch durch das wiederholte Falten immer kleiner. Es wird zunehmend schwieriger, dass zwei Personen darauf Platz finden. Paare, bei denen ein Körperteil den Boden berührt, scheiden aus dem Spiel aus. Das Spiel geht weiter, bis ein Gewinner:innen-Paar übrig bleibt.

WAS IST EINE PERSÖNLICHE MARKE? (20 MINUTEN)

Die Lehrperson beginnt mit der Frage an die Gruppe: „Woran denkst du, wenn du das Wort ‚Marke‘ hörst?“ Diese Frage regt zur freien Assoziation an und führt dazu, dass Teilnehmende bekannte Marken wie Nike oder Apple sowie Begriffe wie Ruf, Logo oder Identität nennen. Die Antworten werden auf einem Flipchart gesammelt, um deutlich zu machen, dass eine Marke nicht nur aus Logos besteht, sondern auch mit Reputation und Wahrnehmung zu tun hat.

Dies bildet die Grundlage dafür, über den Bezug zur eigenen Person nachzudenken. Anschließend stellt die Lehrperson die Frage: „Was macht eine persönliche Marke aus?“ Damit wird das Gespräch auf das Thema Personal Branding gelenkt. Die Teilnehmenden überlegen, wie sich Personen – ob Schüler:innen, Fachkräfte oder Unternehmer:innen – selbst darstellen. Genannte Aspekte können z.B. sein: Persönlichkeit, Online-Präsenz, Kommunikationsstil, Werte oder persönliche Leistungen. Diese Begriffe werden separat notiert, um persönliche Markenbildung klar von allgemeinen Markenbegriffen abzugrenzen. Die Lehrperson schließt mit einem kurzen Input, in dem erklärt wird, dass Personal Branding bedeutet, wie andere einen wahrnehmen – insbesondere im beruflichen Kontext. Eine persönliche Marke ist die Geschichte, die andere über dich erzählen, wenn du nicht im Raum bist, geprägt durch deinen Auftritt – online, im Lebenslauf und im direkten Kontakt.

WEN UNTERRICHTEN WIR? – ERSTELLUNG VON PERSONAS (50 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in Gruppen aufgeteilt und erhalten eine Lernenden-Persona-Karte (zum Beispiel: eine 17-jährige Kunstschülerin, ein 22-jähriger Arbeitssuchender im IT-Bereich, eine 19-jährige Person in einer beruflichen Ausbildung im Gastgewerbe).

Mithilfe von Leitfragen auf Flipcharts definieren die Gruppen das potenzielle persönliche Markenprofil dieser Lernperson:

- Was sind ihre wichtigsten Stärken?
- Welche Werte und Leidenschaften treiben sie an?
- Wer ist ihr Zielpublikum? (z.B. Arbeitgeber:innen, Kund:innen, Kooperationspartner:innen)
- Welcher Ton oder Stil passt zu ihrer Persönlichkeit?

Jede Gruppe erstellt ein einfaches Markenprofil für ihre Persona und stellt dieses anschließend kurz im Plenum vor. Die Lernenden-Persona-Karten sollten im Vorfeld so angepasst werden, dass sie zu den Hintergründen der teilnehmenden Berufsbildner:innen und den Lernendengruppen, mit denen sie arbeiten, passen – für mehr Praxisnähe und Relevanz.

PERSONAL BRANDING UND VERMARKTUNG – ROTATIONSPLAKATE (70 MINUTEN)

Die Lehrperson richtet vier Stationen ein, die sich jeweils auf einen bestimmten Aspekt des Personal Branding und der Vermarktung konzentrieren. Diese Stationen sollen den Teilnehmenden ermöglichen, praktische Erfahrungen mit der Gestaltung verschiedener Elemente einer persönlichen Marke zu sammeln.

Die vier Stationen sind:

- **Elevator Pitch:** Eine kurze mündliche Vorstellung (ca. 30 Sekunden bis 1 Minute), die vermittelt, wer die Person ist und was sie tut.
- **CV-/Portfolio-Bio:** Eine schriftliche Zusammenfassung der beruflichen Identität, die zentrale Kompetenzen, Erfahrungen und Erfolge hervorhebt.
- **Instagram-/TikTok-Bio:** Eine sehr kurze und kreative Selbstbeschreibung für Social-Media-Plattformen – mit dem Fokus, sich auf engem Raum ansprechend und aufmerksamkeitsstark zu präsentieren.
- **Logo oder visuelles Moodboard:** Eine visuelle Darstellung der persönlichen Marke – mit Stilrichtungen, Schriften, Farben und Designelementen, die zur Persönlichkeit oder beruflichen Identität passen.

Die Aktivität ist in mehrere Runden unterteilt. Die Teilnehmenden arbeiten in Kleingruppen und rotieren zwischen den einzelnen Stationen. An jeder Station wählt die Gruppe ein Lernendenprofil aus einer früheren Aktivität, zum Beispiel eine hypothetische Schüler:in oder berufstätige Person, und versucht, das entsprechende Branding-Element zu erstellen oder zu entwerfen. Beispielsweise würde die Gruppe an der Station „Elevator Pitch“ eine kurze mündliche Vorstellung für die Person basierend auf deren Profil schreiben, während sie an der Station „Logo oder visuelles Moodboard“ einen visuellen Stil entwerfen würde, der zur Identität der Person passt. Sobald die Gruppe eine Station abgeschlossen hat, lässt sie ihren Entwurf an der Wand zurück, damit die nächste Gruppe ihn überprüfen kann. Nachdem alle Runden abgeschlossen sind, nehmen die Teilnehmenden an einem Gallery Walk teil, bei dem sie durch den Raum gehen und die von den anderen Gruppen erstellten Entwürfe betrachten. Die Teilnehmenden hinterlassen anschließend Feedback zu den Entwürfen mit Stickern oder Klebezetteln und geben konstruktive Kommentare dazu, was ihnen aufgefallen ist, was sie gut fanden und was verbessert werden könnte.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (25 MINUTEN)

Die Teilnehmenden reflektieren zunächst individuell zur Frage: „Wie kann ich Lernende dabei unterstützen, sich selbst zu positionieren und zu vermarkten?“ Sie notieren drei Ideen oder Schritte, die sie in ihrer eigenen Praxis ausprobieren möchten. Anschließend tauschen sie sich in Kleingruppen aus und diskutieren Tipps zur Umsetzung.

Die Lehrperson leitet die abschließende Reflexion mit folgenden Fragen:

- Welche neuen Ideen oder Tools nimmst du aus der Sitzung mit?
- Wie kann Branding Lernenden auch über die Jobsuche hinaus helfen?
- Welche kleine Branding-Aktivität könntest du in deinem nächsten Kurs integrieren?



MATERIALIEN

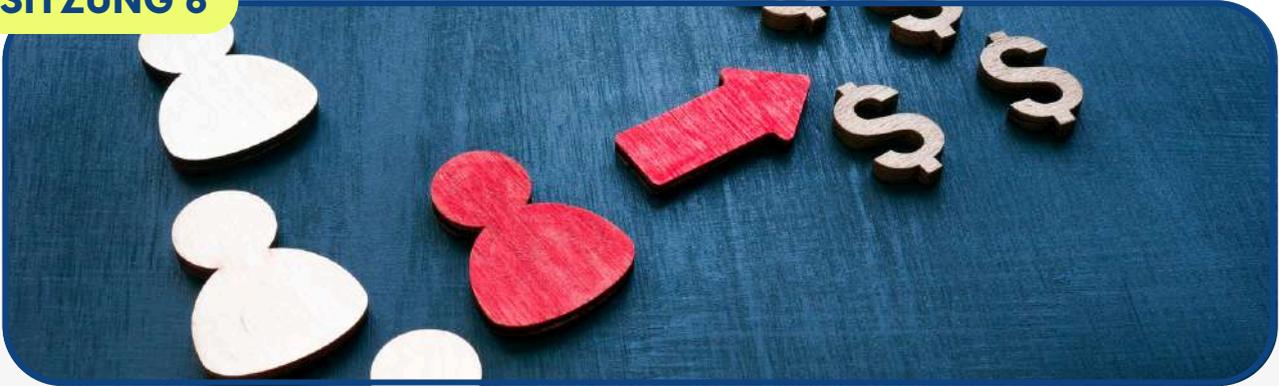
- A4-Papier, Stifte, Marker
- Ausgedruckte Persona-Karten mit Leitfragen
- Flipcharts und Klebezettel
- Timer oder Stoppuhr für die Rotationen
- Zugang zu digitalen Geräten (**optional für die letzte Aufgabe**)
- Kleine ausgedruckte Karten mit Beispielen für Social-Media-Bios, CV-Abschnitte, Überschriften usw.



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden können Lernende dabei unterstützen, Elemente ihrer persönlichen Marke zu erkennen und auszudrücken.
- Die Teilnehmenden können kreative Übungen anleiten, die dabei helfen, Stärken, Werte und Zielgruppen der Lernenden zu definieren.
- Die Teilnehmenden sind in der Lage, Lernenden praktische Hinweise zur Erstellung einfacher Marketinginhalte wie Biografien, Elevator Pitches oder Social-Media-Präsenzen zu geben.
- Die Teilnehmenden können den Branding-Prozess an unterschiedliche Lernendenprofile und berufliche Kontexte anpassen.

SITZUNG 6



Lernende in Kundengewinnung und Dienstleistungserbringung schulen



DAUER

180 Minuten



ZIELE DER SITZUNG

- Grundprinzipien der Kundengewinnung und Dienstleistungserbringung verstehen
- Gespräche darüber anregen, wie Kund:innen gewonnen und Leistungen effektiv erbracht werden können
- Die Erstellung von Angeboten und den Onboarding-Prozess für Einsteiger:innen verständlich vermitteln
- Kommunikationsfähigkeiten für den Umgang mit Kund:innen fördern



SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)

ENERGIZER – „PANTOMIMIERE EINE LÜGE“ (15 MINUTEN)

Alle stellen sich im Kreis auf. Die Lehrperson beginnt mit einer pantomimischen Darstellung einer Handlung. Die Person rechts neben der Lehrperson sagt ihren Namen und fragt: „Was machst du da?“ Die Lehrperson antwortet mit etwas völlig anderem als der dargestellten Handlung – zum Beispiel mimt sie das Schwimmen und sagt: „Ich wasche mir die Haare.“ Die nächste Person (rechts von der Lehrperson) mimt nun das, was gesagt wurde (also Haarewaschen), während sie etwas völlig anderes behauptet. So geht es reihum, bis jede Person einmal an der Reihe war.

VERSTÄNDNIS VON KUNDENGEWINNUNG UND DIENSTLEISTUNGSERBRINGUNG (20 MINUTEN)

Die Lehrperson leitet eine Gruppendiskussion und bittet die Teilnehmenden, über ihre Erfahrungen mit Kundengewinnung und Dienstleistungserbringung nachzudenken und diese zu teilen. Die folgenden Leitfragen strukturieren das Gespräch:

- Wie gewinnst du aktuell Kund:innen in deinem beruflichen Umfeld?
- Welche Herausforderungen begegnen dir beim Onboarding neuer Kund:innen?
- Wie stellst du eine effektive Leistungserbringung und langfristige Zusammenarbeit sicher?

Im Anschluss an die Diskussion gibt die Lehrperson einen kurzen Input zu Strategien der Kundengewinnung, darunter:

- Zielgruppenidentifikation
- Vertrauensaufbau und Beziehungspflege
- Effektive Kommunikationskanäle
- Leistungserbringung und Kundenzufriedenheit

ERSTELLUNG VON ANGEBOTEN (40 MINUTEN)

Die Teilnehmenden erhalten eine einfache Angebotsvorlage, die grundlegende Bestandteile wie eine Einführung, Projektumfang, Leistungen, Preisgestaltung und Zeitrahmen enthält. Die Aufgabe besteht darin, dass jede Person in Zweiergruppen ein Angebot für eine fiktive Kund:in erstellt – unter Verwendung der bereitgestellten Vorlage. Nach 20 Minuten Schreibzeit tauschen die Paare ihre Angebote mit einem anderen Paar aus, um Feedback zu geben.

Die Teilnehmenden sollen sich dabei besonders auf folgende Aspekte konzentrieren:

- Klarheit in Sprache und Struktur
- Angemessenheit der vorgeschlagenen Leistungen und Preise
- Professioneller Ton und Präsentation

Nach dem Feedback überarbeiten die Paare ihre Angebote anhand der Rückmeldungen. Die Lehrperson begleitet den Prozess, indem sie herumgeht, Fragen beantwortet und Hinweise zu Best Practices gibt.

SIMULATION ZUR KUND:INNENAUFNAHME (50 MINUTEN)

Die Lehrperson führt in das Konzept des Client Onboardings ein und erklärt, dass dieser Prozess entscheidend ist, um von Anfang an eine stabile Beziehung zu Kund:innen aufzubauen. Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen aufgeteilt und erhalten eine Kund:innen-Persona (eine neue Kund:in mit einem spezifischen Servicebedarf).

In dieser Simulation:

Eine Person übernimmt die Rolle der Kund:in, eine andere die Rolle der Dienstleister:in (z.B. Pädagog:in oder Lernende:r). Die übrigen Gruppenmitglieder beobachten und machen sich Notizen.

Die Dienstleister:in führt die Kund:in durch den Onboarding-Prozess, der Folgendes umfasst:

- Erklärung des Dienstleistungsangebots
- Klärung von Erwartungen
- Fragen zur Bedarfsermittlung
- Besprechung von Zeitrahmen und Ergebnissen

Nach jeder Simulation gibt die Gruppe Feedback, wie gut der Onboarding-Prozess gestaltet wurde – inklusive Stärken und Verbesserungspotenzial. Die Lehrperson ergänzt bei Bedarf mit weiterführenden Hinweisen zu effektiven Onboarding-Techniken.

AKTIVES ZUHÖREN UND EFFEKTIVES FEEDBACK (40 MINUTEN)

Für diese Aktivität wird die Methode der Fishbowl-Diskussion verwendet. Die Gruppe diskutiert verschiedene Kommunikationskompetenzen, darunter:

Aktives Zuhören: Wie stellst du sicher, dass du die Bedürfnisse und Anliegen der Kund:innen vollständig verstehst?

Offene Fragen stellen: Welche Arten von Fragen kannst du stellen, um ausführlichere Antworten von Kund:innen zu erhalten?

Konstruktives Feedback geben und annehmen: Wie kannst du Feedback auf eine klare, hilfreiche und respektvolle Weise übermitteln? Wie nimmst du selbst Feedback von Kund:innen wirksam an?

Während die Gruppe diese Themen bespricht, moderiert die Lehrperson das Gespräch und achtet darauf, dass alle zentralen Aspekte der Kommunikation abgedeckt werden. Die Teilnehmenden reflektieren eigene Erfahrungen und teilen Erkenntnisse darüber, wie sie Professionalität und Empathie in der Zusammenarbeit mit Kund:innen aufrechterhalten.

Nach der Diskussion reflektiert die Gruppe gemeinsam über folgende Punkte:

- Welche Kommunikationsstrategien eignen sich besonders gut, um Vertrauen und Beziehung zu Kund:innen aufzubauen?
- Wie kannst du diese Strategien nutzen, um Lernende dabei zu unterstützen, sich aktiv und sinnvoll auf Kund:innen einzulassen?

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Im letzten Teil der Sitzung reflektieren die Teilnehmenden über die wichtigsten Erkenntnisse des Tages. Sie werden gebeten, die folgenden Fragen schriftlich zu beantworten:

- Welche Strategien zur Kundengewinnung möchtest du deinen Lernenden vermitteln?
- Welche Methoden zur Kund:innenaufnahme hältst du für besonders nützlich für deine Lernenden?
- Wie wirst du Kommunikationskompetenzen (z.B. aktives Zuhören, Feedback) in deine Lehrpraxis integrieren?

Nach der individuellen Reflexion sind die Teilnehmenden eingeladen, ihre Gedanken mit einer Partnerperson oder in einer Kleingruppe zu teilen.



MATERIALIEN

- Flipchart oder Whiteboard und Marker
- Ausgedruckte Vorlagen für die Angebotserstellung
- Klebezettel und Stifte



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen zentrale Techniken der Kundengewinnung, einschließlich Networking und Angebotserstellung.
- Lehrende erhalten Strategien zur Vermittlung von Kundenkommunikation und Onboarding im Kontext der beruflichen Bildung.
- Die Teilnehmenden verbessern ihre Fähigkeiten im aktiven Zuhören, im Geben von Feedback und in der professionellen Kommunikation mit Kund:innen.
- Lehrende sind in der Lage, Einsteiger:innen wirkungsvolle Methoden zur Kommunikation und Dienstleistungserbringung zu vermitteln.



03

Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit

In diesem abschließenden Kapitel liegt der Fokus darauf, Lernende zu befähigen, über die Gründungsphase hinauszudenken – hin zu Wachstum, Anpassungsfähigkeit und langfristiger Nachhaltigkeit ihrer virtuellen Assistenzvorhaben. Die Sitzungen bieten Berufsbildner:innen Werkzeuge, um fortgeschrittene Lernende durch zentrale Themen wie Skalierung von Unternehmen, Innovationsverfolgung, ethisches Unternehmertum, Marketingstrategien, Finanzplanung und persönliche Weiterentwicklung zu begleiten. Durch praxisnahe und zukunftsorientierte Aktivitäten erkunden die Lehrpersonen, wie sie Lernende darin unterstützen können, auf neue Trends wie KI und Automatisierung zu reagieren, fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen und eine ethische sowie widerstandsfähige freiberufliche Laufbahn aufzubauen. Dieses Kapitel unterstützt sie dabei, sowohl Hard Skills (wie digitales Marketing und Budgetierung) als auch Soft Skills (wie lebenslanges Lernen und Selbstreflexion) zu vermitteln – und stellt damit sicher, dass die unternehmerische Bildung relevant, nachhaltig und werteorientiert bleibt.

SITZUNG 1



Lernenden vermitteln, wie man ein virtuelles Assistenzunternehmen skalieren kann

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Berufsbildner:innen in das Konzept der Skalierung von Unternehmen im Bereich der virtuellen Assistenz einführen.
- Realisierbare und vielfältige Wachstumspfade für Solo-Virtual Assistants erkunden – einschließlich Outsourcing, Delegation und Agenturmodellen.
- Lehrpersonen darin unterstützen, fortgeschrittene Lernende bei der Entwicklung nachhaltiger und skalierbarer Dienstleistungsmodelle zu begleiten.
- Lehrpersonen Werkzeuge an die Hand geben, um Reflexion zu persönlichen Wachstumszielen, Teamaufbau sowie Zeit- und Wertemanagement anzuleiten.

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****ENERGIZER – VON DER GRUPPE VORGESCHLAGEN (10 MINUTEN)**

Zum Einstieg in die Sitzung bietet die Lehrperson der Gruppe an, ein oder zwei Energizer vorzuschlagen, die zu Beginn der Sitzung durchgeführt werden können.

VOM SOLO-UNTERNEHMEN ZUM WACHSTUM – (40 MINUTEN)

Die Lehrperson gestaltet eine große Zeitleiste im Raum mit dem Titel „Wachstumsreise einer virtuellen Assistenz“.

An markierten Punkten (Start → Kompetenzerwerb → Erste Kund:innen → Vollständig ausgebucht → Delegation → Agenturmodell) rotieren die Teilnehmenden und brainstormen zu folgenden Fragen:

- Was passiert in dieser Phase?
- Welche neuen Herausforderungen treten auf?
- Welche Unterstützung braucht die virtuelle Assistenz an diesem Punkt?

Für jeden der 6 Schritte erhält jede Gruppe 5 Minuten Zeit, um sich mit dem jeweiligen Abschnitt auseinanderzusetzen. Die Gruppen notieren Stichwörter auf Flipchart-Blätter, die an den jeweiligen Stationen angebracht sind. Sobald alle Gruppen jede Station besucht haben, führt die Lehrperson eine Auswertung im Plenum durch – mit einem Überblick über typische Entwicklungsphasen und Übergänge im Werdegang von virtuellen Assistenzen, untermauert durch reale Beispiele oder Fallstudien.

THEMENTISCHE ZU SKALIERUNGSWEGEN (90 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in drei Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe rotiert durch drei „Expert:innentische“, an denen jeweils ein fiktiver Mini-Fall behandelt wird:

1. Aufgaben outsourcen – Wann und wie Aufgaben an Freelancer:innen delegiert werden können (z. B. Beauftragung für Grafikdesign oder Textarbeit).
2. Ein VA-Team aufbauen – Übergang von der Einzelarbeit zur Koordination eines kleinen Teams.
3. Ein Agenturmodell entwickeln – Mehrere Kund:innen mit einem strukturierten Serviceteam betreuen.

Jeder Tisch enthält:

- Eine kurze Fallbeschreibung (Szenario, Ziel, Herausforderungen) – siehe Handout
- Leitfragen zur Diskussion (z.B. Was sind Vor- und Nachteile? Was könnte schiefgehen? Wie würdest du das Lernenden erklären?)
- Flipchart-Fläche für die wichtigsten Erkenntnisse der Gruppe

Nach der Rotation durch alle drei Tische kehren die Teilnehmenden ins Plenum zurück. Die Lehrperson moderiert eine gemeinsame Auswertung und Diskussion zu diesem Teil der Sitzung. Dabei werden die unterschiedlichen Herangehensweisen und Antworten auf die drei Szenarien vorgestellt und gemeinsam reflektiert. Für jede Rotation stehen 25 Minuten zur Verfügung, 15 Minuten bleiben für die abschließende Präsentation und Diskussion.

PRIORISIEREN UND SKALIEREN (30 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in drei Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe erhält ein Geschäftsszenario, in dem die virtuelle Assistenz bereits voll ausgelastet und mit anspruchsvollen Kund:innen überlastet ist. Den Gruppen werden 12 „Wachstumsentscheidungen“ auf Karten ausgedruckt zur Verfügung gestellt, darunter:

1. Preise erhöhen
2. Hilfe für administrative Aufgaben einstellen
3. Eine:n Kund:in kündigen
4. E-Mail-Antworten automatisieren
5. In Software investieren
6. Eine Website erstellen
7. Ein digitales Produkt entwickeln
8. Einen Coach beauftragen
9. Einen Kurs anbieten
10. Mit einer anderen VA zusammenarbeiten
11. Eine Pause einlegen
12. Neue Aufträge ablehnen

Jede Gruppe muss diskutieren und die fünf besten Strategien für nachhaltiges Wachstum auswählen. Sie sollen ihre Entscheidungen begründen – unter Berücksichtigung von Zeit, Geld, Werten und Zielen. Nach 20 Minuten Präsentieren die Gruppen ihre Entscheidungen und diskutieren im Plenum ihre Lösungsansätze für ihr spezifisches Szenario. Die Phase wird durch eine gemeinsame Auswertung (Debriefing) abgeschlossen.

- **Szenario 1:** Die überforderte Multitaskerin Lina ist eine Solo-VA, die Vollzeit mit drei Kund:innen arbeitet – im Bereich Social-Media-Planung, E-Mail-Postfachverwaltung und Kundensupport. Sie verdient genug, arbeitet aber über 50 Stunden pro Woche, verzichtet auf Wochenenden und fühlt sich erschöpft. Sie liebt ihre Kund:innen, weiß aber, dass sich etwas ändern muss.
- **Szenario 2:** Der wachstumsorientierte Planer David ist eine technikaffine VA, die drei E-Commerce-Kund:innen betreut. Er ist voll ausgebucht und liebt seine Arbeit – aber er ist ehrgeizig. Er möchte sich beruflich weiterentwickeln, mehr verdienen und irgendwann seine eigene Marke aufbauen. Gleichzeitig zögert er, seine freiberufliche Flexibilität aufzugeben.
- **Szenario 3:** Die herzgeleitete Unterstützerin Rita ist VA für NGOs und Aktivist:innen. Sie betreut Social Media, Spendenkampagnen und Newsletter-Inhalte. Sie ist vollständig ausgelastet, verlangt aber moderate Preise, um für ihre Kund:innen erschwinglich zu bleiben. Sie möchte wachsen, will dabei aber ihre werteorientierten Auftraggeber:innen nicht aufgeben.

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (10 MINUTEN)

Im letzten Teil der Sitzung reflektieren die Teilnehmenden im Plenum über die wichtigsten Erkenntnisse des Tages. Dabei beantworten sie folgende Fragen:

- Was ist die größte Herausforderung, wenn man Lernende dabei unterstützt, über das Solo-Freelancing hinauszudenken?
- Vor welchen Risiken sollten wir Lernende beim Skalieren ihrer Arbeit warnen?
- Welche Methode wirst du auf jeden Fall mit deinen Lernenden ausprobieren?



MATERIALIEN

- Zeitstrahl-Poster oder Flipcharts im Raum verteilt
- Handouts für die Thementische
- Marker, Klebezettel, Flipcharts



ERGEBNISSE

- Lehrpersonen verstehen verschiedene Wege und Modelle zur Skalierung eines VA-Geschäfts.
- Die Teilnehmenden setzen sich mit möglichen Herausforderungen und Entscheidungsprozessen im Unternehmenswachstum auseinander.
- Die Teilnehmenden lernen peer-basierte und szenariengestützte Methoden kennen, um Skalierungskonzepte an Lernende zu vermitteln.
- Lehrpersonen nehmen Werkzeuge und kreative Sitzungsformate mit, die sie an unterschiedliche Lernendenniveaus anpassen können.

HANDOUT: SZENARIEN FÜR DIE THEMENTISCHE

TISCH 1 – AUFGABEN OUTSOURCEN



Szenario:

Lea ist virtuelle Assistentin mit Spezialisierung auf Content-Planung, E-Mail-Management und Online-Recherche. Sie hat kürzlich eine dritte Kund:in aufgenommen und beginnt, sich überfordert zu fühlen. Besonders das Erstellen von Social-Media-Grafiken raubt ihr viel Zeit – dabei ist das nicht ihre Stärke. Sie überlegt, eine:n Freelancer:in über Fiverr zu engagieren, um sie bei visuellen Inhalten zu unterstützen.



Ziel:

Zeitintensive Aufgaben delegieren, um sich auf ihre Kerndienstleistungen und Kundenbeziehungen konzentrieren zu können.



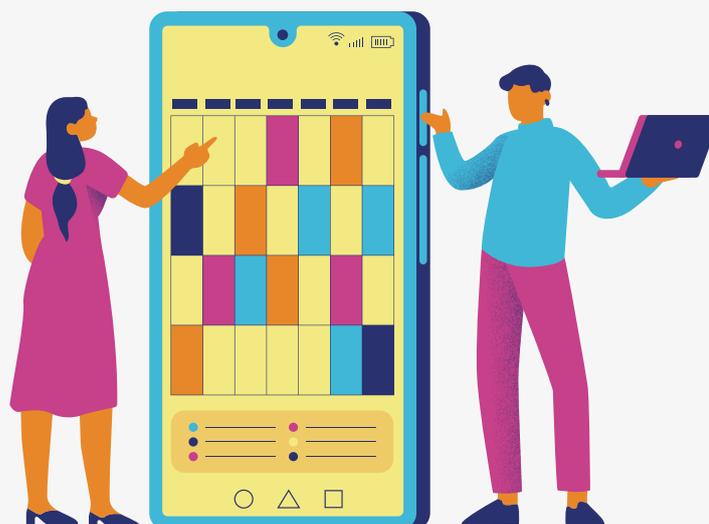
Herausforderungen:

- Sie ist unsicher, wie sie klare Anweisungen geben soll
- Sie macht sich Sorgen um Qualität und verpasste Deadlines
- Sie weiß nicht, wie sie das finanziell einplanen soll
- Sie fürchtet, dass ihre Kund:innen es nicht gut finden, wenn jemand anderes einen Teil der Arbeit übernimmt



Leitfragen zur Diskussion:

- Welche Vorteile und Risiken bringt Outsourcing für jemanden wie Lea mit sich?
- Wie kann sie sich gut darauf vorbereiten, Aufgaben effektiv zu delegieren?
- Wie würdest du Lernende anleiten, Outsourcing sicher auszuprobieren?
- Welche Tools oder Strategien können den Prozess erleichtern?



TISCH 2 – AUFBAU EINES VA-TEAMS



Szenario:

Matej arbeitet seit zwei Jahren als VA. Er ist stark in administrativen Aufgaben, CRM-Management und dem Erstellen von E-Mail-Newslettern. Inzwischen erhält er mehr Anfragen, als er allein bewältigen kann. Er überlegt, zwei befreundete Freelancer:innen zur Zusammenarbeit einzuladen – jede:r soll sich auf ein anderes Aufgabenfeld spezialisieren. Allerdings hat Matej noch nie andere koordiniert oder geführt.



Ziel:

Seine Kapazitäten erweitern und umfassendere Dienstleistungspakete für Kund:innen anbieten.



Herausforderungen:

- Er ist unsicher, wie er Aufgaben und Verantwortlichkeiten aufteilen soll
- Er weiß nicht, wie Zahlungen oder Verträge innerhalb eines Teams geregelt werden
- Er hat Sorge vor Kommunikationsproblemen
- Er befürchtet, die Qualitätskontrolle aus der Hand zu verlieren



Leitfragen zur Diskussion:

- Was sollte Matej klären, bevor er ein Team gründet?
- Wie würdest du Lernende darin unterstützen, Teamarbeit im freiberuflichen Kontext zu verstehen?
- Welche Systeme oder Gewohnheiten könnten helfen, diese Art der Zusammenarbeit zu strukturieren und erfolgreich umzusetzen?



TISCH 3 – AUFBAU EINES AGENTURMODELLS



Szenario:

Sara betreibt seit drei Jahren ein erfolgreiches VA-Geschäft und betreut regelmäßig fünf Kund:innen. Sie arbeitet seit Jahren mit Freelancer:innen zusammen, denkt jetzt aber darüber nach, ihr Unternehmen in eine richtige Online-Agentur umzuwandeln – mit einem Namen, Branding und einem festen Team von Dienstleister:innen. Sie möchte Leistungen wie Social-Media-Management, Kundensupport und technische Assistenz als Komplettpakete anbieten.



Ziel:

Ihr Unternehmen formalisieren, den Umsatz steigern und durch klare Strukturen neue Kund:innen gewinnen.



Herausforderungen:

- Sie macht sich Sorgen über rechtliche und finanzielle Konsequenzen
- Sie weiß nicht, wie sie gute Teammitglieder finden und halten kann
- Sie hat keine Erfahrung mit Führung oder Markenentwicklung
- Sie fürchtet, den persönlichen Charakter zu verlieren, der ihr Geschäft bisher ausgezeichnet hat



Leitfragen zur Diskussion:

- Was unterscheidet freiberufliche Arbeit vom Führen einer Agentur?
- Welche zentralen Herausforderungen sollten Lernende kennen, bevor sie diesen Schritt gehen?
- Wie können wir Lernende dabei unterstützen einzuschätzen, ob dieser Weg realistisch und passend für sie ist?



SITZUNG 2



Mit Trends und digitaler Innovation in der beruflichen Bildung Schritt halten

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Lehrpersonen mit aktuellen und aufkommenden Trends im Bereich virtuelle Assistenz und digitale Arbeit vertraut machen.
- Kompetenzen aufbauen, um digitale Innovationen zu erkennen und in die berufliche Bildung zu integrieren.
- Reflektierte und zukunftsorientierte Ansätze in der Curriculum-Gestaltung und zur Stärkung junger Menschen fördern.
- Werkzeuge und Strategien erkunden, um berufliche Bildung an schnelllebige Technologien wie KI, Automatisierung und spezialisierte Online-Dienstleistungen anzupassen.

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****HEISS ODER NICHT (15 MINUTEN)**

Die Lehrperson bereitet eine Reihe ausgedruckter oder projizierter digitaler Trends vor (z.B. ChatGPT, TikTok-Marketing, KI-generierte Bilder, Automatisierungstools, Discord-Server, Online-Coaching, NFT-Dienstleistungen).

Die Teilnehmenden stimmen mit ihrem Körper ab – eine Seite des Raums steht für „Heiß (noch im Wachstum)“, die andere für „Nicht (überholt / irrelevant)“.

Nach jeder Abstimmung teilen 1–2 Teilnehmende kurz ihre Begründung für die gewählte Position. Die Lehrperson schließt mit dem Hinweis ab, wie subjektiv und schnelllebig Trends sein können – und wie wichtig es deshalb ist, dass Lehrpersonen anpassungsfähig bleiben.

TREND-MAPPING (30 MINUTEN)

Die Lehrperson stellt 6 zentrale Trendzonen vor (an der Wand oder per Beamer sichtbar):

1. KI-Tools
2. Automatisierung
3. Nischendienstleistungen
4. Creator Economy
5. Remote-Team-Technologien
6. Mikro-Unternehmertum

Die Teilnehmenden erhalten Klebezettel oder vorbereitete Trendkarten (Beispiele für Tools, Dienstleistungen, Verhaltensweisen). In Kleingruppen bearbeiten sie folgende Aufgaben:

- Ordnen sie jeden Trend einer Zone zu
- Notieren sie 1–2 Ideen, wie dieser Trend für eine:n virtuelle:n Assistent:in oder Lernende:n in der beruflichen Bildung nützlich sein könnte
- Benennen sie mögliche Risiken oder ethische Fragestellungen

Die Gruppen rotieren, fügen neue Ideen zu den Boards anderer Gruppen hinzu und nehmen anschließend an einer Plenumsdiskussion teil mit Fokus auf:

- Welche Trends sind bereits für junge Menschen relevant?
- Welche lassen sich schwieriger in Bildungsformate übersetzen?
- Wie können wir am Puls der Zeit bleiben, ohne selbst Expert:innen sein zu müssen?

ENTDECKUNGSSTATIONEN (50 MINUTEN)

Die Lehrperson richtet 3–4 thematische Entdeckungsstationen ein, an denen die Teilnehmenden kurz neue Tools erkunden oder Demos ansehen können:

- KI-Inhaltserstellung: z. B. ChatGPT, Copy.ai, Canva AI
- Automatisierungsplattformen: z. B. Zapier, IFTTT, Notion-Vorlagen
- Design- und Visualisierungstools: z. B. Adobe Express, Descript, Synthesia
- Nischendienstleistungen: z. B. Podcast-Schnitt, E-Book-Formatierung, Online-Kurs-Erstellung

An jeder Station:

Erkunden die Teilnehmenden ein konkretes Beispiel oder ein Tutorial (von der Lehrperson angeleitet oder als Video)

Beantworten sie Reflexionsfragen: Was könnten Lernende damit tun? Wie schwer ist es zu erlernen? Wo liegen Risiken oder Grenzen?

Die Gruppen rotieren alle 10 Minuten. Die letzten 10 Minuten dieser Einheit sind für ein gemeinsames Debriefing vorgesehen.

WIE WIR BILDUNGSEINHEITEN RUND UM TRENDS GESTALTEN KÖNNEN (60 MINUTEN)

Die Teilnehmenden bilden Kleinteams und wählen 1–2 Trends aus, die sie zuvor erkundet haben. Die Aufgabe:

1. Entwerft eine kurze Unterrichtseinheit oder einen Workshop für Lernende in der beruflichen Bildung, die den Trend einführt und eine dazugehörige Kompetenz vermittelt.

2. Nutzt eine kreative, lernendenzentrierte Methode (keine Vorlesung!).
3. Fügt eine kurze Begründung hinzu, warum dieser Trend für Jugendbeschäftigung oder Unternehmertum relevant ist.

Jedes Team bereitet Folgendes vor:

- Einen Titel für die Lerneinheit
- Die Lernziele
- Einen kurzen Ablaufplan (max. 30–45 Minuten)
- Benötigte Tools und Materialien

Die Teams präsentieren ihre Ideen im Plenum (jeweils 3–4 Minuten).

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (10 MINUTEN)

Im letzten Teil der Sitzung reflektieren die Teilnehmenden im Plenum über die wichtigsten Erkenntnisse des Tages. Dabei beantworten sie folgende Fragen:

- Welcher Trend begeistert dich am meisten und soll weiter vertieft werden?
- Welche Risiken bestehen, wenn Trends im Unterricht thematisiert werden – ohne kritisches Denken zu fördern?
- Wie können wir Lernende dabei unterstützen, mit Innovationen umzugehen, ohne sich überfordert zu fühlen?

Anschließend schreiben die Teilnehmenden einen Satz auf eine Karte: „Der nächste digitale Trend, den ich in meinen Unterricht integrieren möchte, ist ...“ Die Karten werden im Arbeitsraum an der Wand ausgestellt und dienen als visuelle Takeaways.



MATERIALIEN

- Klebezettel, Trendkarten, Flipcharts
- Laptops oder Smartphones zur Tool-Erkundung
- Vorbereitete Tutorial-Videos oder Webseiten (offline verfügbar, falls nötig)
- Reflexionsfragen und Vorlagen zur Gruppenplanung
- Marker, Klebeband, Karten



ERGEBNISSE

- Lehrpersonen können aktuelle und aufkommende digitale Trends im Bereich virtuelle Assistenz und Plattformarbeit erkennen und analysieren.
- Die Teilnehmenden machen praktische Erfahrungen mit KI-, Automatisierungs- und Nischendienstleistungstools.
- Lehrpersonen entwickeln gemeinsam innovative Mikrosessions, die junge Menschen mit modernen Chancen verbinden.
- Gestärktes Selbstvertrauen in der Vermittlung zukunftssicherer und trendbezogener Inhalte.

SITZUNG 3



Nachhaltigkeit und Ethik in die unternehmerische Bildung integrieren

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Einführung in die Konzepte ethisches Freelancing, digitale Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Wirkung im Kontext virtueller Assistenz.
- Erkundung der Rolle von Werten, Verantwortung und langfristigem Denken im digitalen Unternehmertum.
- Unterstützung von Lehrpersonen dabei, Raum für ethische Reflexion in Lernprojekten und Diskussionen zu schaffen.
- Bereitstellung praxisnaher Werkzeuge zur Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien in die Entwicklung von VA-Geschäftsmodellen.

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****WERTE SORTIEREN (40 MINUTEN)**

Jede teilnehmende Person erhält ein Set von 20 Wertekarten (gedruckt oder handschriftlich auf Papier), darunter Werte wie:

- Profit
- Flexibilität
- Privatsphäre
- Gleichberechtigung
- Transparenz
- Nachhaltigkeit
- Wachstum
- Einfachheit
- Inklusion
- Schnelligkeit

Weitere Werte sollen von der Lehrperson zur Vorbereitung der Sitzung erstellt werden.Die Wertekarten können auf einfachem A4-Papier gedruckt und in kleinere Formate zurechtgeschnitten werden.*

Die Teilnehmenden bearbeiten folgende Aufgaben schrittweise:

1. Wähle deine 5 wichtigsten persönlichen Business-Werte aus
2. Tausche dich mit einer Partnerperson aus: Wo gibt es Übereinstimmungen? Wo unterscheiden sich eure Werte?
3. Schließe dich mit 4–5 Personen zu einer Gruppe zusammen und erstelle gemeinsam ein „Wertemanifest“ für eine fiktive VA-Agentur

Nach der Gruppenbildung erhalten die Teilnehmenden 15–20 Minuten Zeit, um das Manifest auf Grundlage der in der Gruppe vertretenen Werte zu erstellen. Jede Gruppe präsentiert ihr Manifest in 1 Minute.

Die Lehrperson moderiert anschließend ein kurzes Debriefing mit den folgenden Fragen:

Welche Werte stehen im Geschäftsleben häufig im Widerspruch zueinander? Warum ist es wichtig, solche Fragen mit Lernenden zu thematisieren?

WORLD CAFÉ ZU ETHISCHEN DILEMMATA (50 MINUTEN)

Die Lehrpersonen richten drei Thementische ein, an denen jeweils ein ausgedrucktes ethisches Dilemma und Leitfragen bereitliegen.

Beispiele für Dilemmata (die Lehrperson kann eigene Szenarien vorbereiten):

- „Eine VA wird gebeten, gefälschte Bewertungen für eine:n Kund:in zu schreiben.“
- „Du stellst fest, dass dein:e Kund:in deine Inhalte nutzt, um schädliche Produkte zu bewerben.“
- „Ein:e Mitbewerber:in bietet dir eine Kund:innenliste zum Kauf an.“

Aufgabe: An jedem Tisch diskutieren die Teilnehmenden:

1. Wie würdest du handeln und warum?
2. Welche Fragen solltest du dir stellen, bevor du eine Entscheidung triffst?
3. Wie würdest du eine:n junge:n Lernende:n begleiten, der:die mit dieser Situation konfrontiert ist?

Die Gruppen rotieren alle 15 Minuten. Zum Abschluss moderiert die Lehrperson eine gemeinsame Reflexion, wie solche Diskussionen mit Lernenden auf wertschätzende und offene Weise geführt werden können – ohne zu urteilen.

KRITISCHES DENKEN ZUR NACHHALTIGKEIT – ÜBUNG (45 MINUTEN)

Die Lehrperson bereitet eine Auswahl realer, VA-bezogener Geschäftspraktiken vor (gedruckte Beispiele, Werbeanzeigen, Screenshots oder kurze Fallbeschreibungen).

Beispiele:

- Eine VA nutzt KI-Tools zur Beschleunigung der Arbeit, ohne dies offenzulegen
- Ein:e Freelancer:in verwendet ausschließlich umweltfreundliche digitale Tools
- Ein:e Social-Media-Manager:in bewirbt eine nachhaltige Marke, nutzt jedoch Clickbait-Überschriften
- Eine VA lehnt Kund:innen ab, deren Werte nicht mit den eigenen übereinstimmen

Weitere Beispiele sollen von der Lehrperson als Teil der Vorbereitung auf die Sitzung erstellt werden.

Aufgabe: Die Teilnehmenden arbeiten in Kleingruppen und:

- Sortieren jedes Beispiel als „nachhaltig“, „nicht nachhaltig“ oder „gemischt“
- Formulieren einen Satz zur Begründung ihrer Entscheidung pro Beispiel

Abschlussdiskussion mit der Lehrperson anhand der folgenden Fragen:

- Was hat uns überrascht?
- Wie können wir Lernenden helfen, ein solches Bewusstsein zu entwickeln?

WIRKUNG GESTALTEN – WERTE IN PROJEKTE INTEGRIEREN (45 MINUTEN)

Jede teilnehmende Person wählt ein Thema (z. B. ethisches Freelancing, inklusives Branding, digitaler Minimalismus) und entwirft ein Mikroprojekt oder eine Aufgabe, die sie Lernenden geben könnte – mit dem Ziel, unternehmerisches Handeln mit ethischem oder nachhaltigem Denken zu verknüpfen.

Die Teilnehmenden füllen eine kurze Vorlage aus:

- Projekttitlel
- Alter / Zielgruppe der Lernenden
- Lernziel
- Aufgabenbeschreibung
- Ein ethischer oder nachhaltiger Aspekt

Anschließend bilden die Teilnehmenden Zweierpaare, um ihre Idee zu präsentieren und gegenseitiges Feedback zu geben. Die Lehrperson fasst die Sitzung zusammen und hebt dabei zentrale Prinzipien einer wertorientierten unternehmerischen Bildung hervor.



MATERIALIEN

- Gedruckte Wertekarten
- Dilemma-Karten für die Café-Tische
- Visuelle Beispiele oder Mini-Fallstudien (gedruckt oder digital)
- Vorlagen zur Projektplanung
- Flipcharts, Klebezettel, Marker

Hinweis: Diese Sitzung erfordert gut vorbereitete Beispiele und Materialien, die den Teilnehmenden in jeder Phase zur Verfügung gestellt werden. Die Beispiele müssen an lokale Gegebenheiten angepasst werden, um den Teilnehmenden bekannte und relevante Fälle abzubilden. Daher handelt es sich bei den aufgeführten Beispielen um Vorschläge, nicht um endgültige Materialien.



ERGEBNISSE

- Lehrpersonen erkennen die Bedeutung von Ethik und Nachhaltigkeit in der Ausbildung von virtuellen Assistenzen.
- Die Teilnehmenden setzen sich mit realitätsnahen Szenarien und wertbasierten Entscheidungsprozessen auseinander.
- Lehrpersonen nehmen Ideen und Werkzeuge mit, um soziale Verantwortung in unternehmerische Lerneinheiten zu integrieren.
- Klare und anwendbare Mikroprojektformate werden für den Einsatz mit Lernenden entwickelt.

SITZUNG 4



Lerneinheiten zum digitalen Marketing zur Bewerbung von Dienstleistungen gestalten

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Zentrale Konzepte und Fachbegriffe des digitalen Marketings verstehen
- Unterschiede zwischen traditionellen und digitalen Marketingmethoden erkunden
- Reflektieren, wie digitales Marketing für Lernende in der beruflichen Bildung eingeführt und angepasst werden kann
- Kernkomponenten des digitalen Marketings identifizieren, wie SEO, Content-Erstellung und Strategien zur Zielgruppenbindung
- Praktische Ideen für die Vermittlung digitalen Marketings auf zugängliche und interaktive Weise gewinnen

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****ENERGIZER – HOCHZÄHLEN (15 MINUTEN)**

Die Gruppe steht eng im Kreis zusammen, die Augen geschlossen. Eine Variante ist, dass sich die Gruppe im Raum verteilt – stehend, sitzend oder liegend. Das Ziel ist es, bis 20 zu zählen (oder bis zur Anzahl der Personen in der Gruppe). Dabei darf immer nur eine Person gleichzeitig eine Zahl laut sagen. Wenn zwei Personen gleichzeitig sprechen – auch nur für einen kurzen Moment – muss die Gruppe wieder bei 1 beginnen. Die Gruppe hat erfolgreich abgeschlossen, wenn sie ohne Unterbrechung bis zur festgelegten Zahl gezählt hat.

WAS IST DIGITALES MARKETING? (35 MINUTEN)

Die Lehrperson bittet die Teilnehmenden, online zu gehen, damit alle der interaktiven visuellen Präsentation über das Tool [mentimeter.com](https://www.mentimeter.com) im weiteren Verlauf der Sitzung folgen können.

Fragen zur gemeinsamen Brainstorming-Phase innerhalb der Präsentation:

- Welche sozialen Medien gibt es?
- Was sind soziale Medien?
- Sind traditionelle Medien soziale Medien?
- Gehören Blogs zu sozialen Medien?

Die Lehrperson ergänzt mehrere theoretische Inputs darüber, was soziale Medien sind, welche gemeinsamen Merkmale sie aufweisen, über den Zusammenhang zwischen sozialen Medien und sozialen Netzwerken, wichtige Aspekte von IKT und sozialen Medien, das Verständnis grundlegender Begriffe im Bereich des digitalen Marketings sowie über die Nutzung sozialer Medien durch Bildungseinrichtungen und Anbieter:innen beruflicher Bildung (außerhalb von Werbung).

DIGITALES VS. TRADITIONELLES MARKETING (30 MINUTEN)

Die Lehrperson führt in das Thema ein, indem sie kurz erklärt, dass Marketing im Allgemeinen in traditionelle und digitale Formen unterteilt werden kann, die jeweils ihre eigenen Stärken und Schwächen haben.

Anschließend liest die Lehrperson eine Reihe von Aussagen vor, und die Teilnehmenden positionieren sich physisch entlang einer Linie (oder einer gedachten Skala) – von „Stimme voll zu“ bis „Stimme überhaupt nicht zu“.

Die Aussagen lauten wie folgt:

„Digitales Marketing ist kosteneffizienter als traditionelles Marketing.“ „Traditionelles Marketing ist vertrauenswürdiger.“ „Werbung in sozialen Medien erreicht die richtige Zielgruppe leichter als TV- oder Radiowerbung.“ „Printwerbung ist nicht mehr wirkungsvoll.“ „Digitale Kampagnen lassen sich leichter messen.“

Nach jeder Aussage lädt die Lehrperson einige Teilnehmende dazu ein, zu erklären, warum sie sich an der jeweiligen Stelle positioniert haben.

Anschließend fasst die Lehrperson die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und verknüpft sie mit folgenden Aspekten:

- Reichweite
- Kosten
- Personalisierung
- Messbarkeit
- Interaktion

DIGITALES MARKETING UND LERNENDE IN DER BERUFLICHEN BILDUNG (30 MINUTEN)

Zu Beginn der Aktivität bereitet die Lehrperson vier Flipchart-Stationen im Raum vor, die jeweils einer Leitfrage gewidmet sind:

- Was sollten Lernende über digitales Marketing wissen?

- Welche digitalen Tools sind für Lernende in der beruflichen Bildung am nützlichsten?
- Wie können Lehrpersonen Lernende dabei unterstützen, ihre Zielgruppe einzuschätzen?
- Was sind realistische Ziele für junge Menschen, die mit digitalem Marketing starten?

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen aufgeteilt und jeweils einer Startstation zugewiesen. Jede Gruppe hat einige Minuten Zeit, um über das Thema zu reflektieren und ihre Ideen direkt auf dem Flipchart-Papier festzuhalten.

Der Fokus liegt auf praxisorientierten, lernendenzentrierten Beiträgen – die Teilnehmenden können sich dabei auf ihre eigenen Unterrichtserfahrungen oder Erkenntnisse aus den vorherigen Sitzungsabschnitten beziehen.

Nach einigen Minuten rotieren die Gruppen zur nächsten Station, lesen zunächst die Beiträge der vorherigen Gruppen und ergänzen anschließend eigene Ideen. Dieser Prozess wird fortgesetzt, bis alle Gruppen jede Station besucht haben.

In der letzten Runde schreiben die Teilnehmenden keine neuen Ideen mehr, sondern überprüfen die bestehenden Beiträge und markieren sie mit Symbolen – zum Beispiel: ✓ für Ideen, denen sie zustimmen oder die sie besonders wertvoll finden, ✗ für Beiträge, die sie als weniger relevant oder problematisch einschätzen.

Diese schnelle visuelle Abstimmung liefert sofortigen Überblick darüber, welche Punkte in der Gruppe besonders Anklang finden.

Die Lehrperson moderiert anschließend eine kurze Auswertungsdiskussion, hebt die am meisten unterstützten Ideen hervor, spricht über abweichende Meinungen und lädt zur Kommentierung besonders innovativer oder überraschender Beiträge ein.

KERNELEMENTE DES DIGITALEN MARKETINGS (50 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in vier Kleingruppen aufgeteilt, wobei jede Gruppe ein zentrales Thema des digitalen Marketings bearbeitet:

- SEO (Suchmaschinenoptimierung)
- Content-Erstellung
- Social-Media-Plattformen
- Engagement-Strategien

Jede Gruppe erhält ein kurzes Informationspaket mit Visualisierungen, Beispielen und Leitfragen. Sie bearbeiten das Material gemeinsam und bereiten eine kurze Präsentation (3–5 Minuten) für die restliche Gruppe vor.

Zum Beispiel erklärt die SEO-Gruppe, wie Keywords das Google-Ranking beeinflussen, während die Content-Gruppe überlegt, welche Arten von Inhalten für Lernende in der beruflichen Bildung am nützlichsten sind. Die Social-Media-Gruppe erstellt eine Übersicht, welche Plattformen zu welchen Zielen passen, und die Engagement-Gruppe teilt einfache Methoden zur Interaktion, wie Umfragen oder Hashtags.

Nach den Präsentationen ergänzt die Lehrperson fehlende Inhalte und hebt Verbindungen zwischen den Themen hervor. Die Aktivität vermittelt den Teilnehmenden eine klare, gemeinsame Grundlage im digitalen Marketing und zeigt eine praktische Methode, die sie mit ihren eigenen Lernenden anwenden können.

REFLEXION – POPCORN-METHODE (20 MINUTEN)

Die Teilnehmenden teilen spontan einzelne Wörter oder kurze Aussagen – es gibt keine feste Reihenfolge und keinen Druck, sofort zu sprechen. Leitfragen zur Reflexion für die Teilnehmenden:

- Was hat dich heute überrascht?
- Welcher neue Begriff oder welches neue Konzept bleibt dir besonders im Kopf?
- Was möchtest du nach heute noch weiter erkunden?



MATERIALIEN

- Klebezettel, Marker, Flipcharts
- Internetzugang (Smartphones/Laptops für Gruppenrecherche)
- Beamer und Präsentationsfolien



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen, was digitales Marketing ist und wie es sich von traditionellen Ansätzen unterscheidet.
- Die Teilnehmenden erkennen die Relevanz von digitalem Marketing für Lernende in der beruflichen Bildung und junge Unternehmer:innen.
- Die Teilnehmenden können zentrale Tools und Strategien des digitalen Marketings benennen (z. B. SEO, Content-Arten, Plattformen, Methoden zur Interaktion).
- Die Teilnehmenden können kritisch reflektieren, wie digitales Marketing für Einsteiger:innen eingeführt und vermittelt werden kann.

SITZUNG 5



Finanzplanung und langfristige Stabilität im Freelancing vermitteln

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Berufsbildner:innen mit praxisnahen Werkzeugen ausstatten, um zentrale Finanzkonzepte im Kontext des Freelancings zu vermitteln
- Das Verständnis der Lehrpersonen für Preisstrategien, Sparen, Budgetierung bei unregelmäßigem Einkommen und langfristige Nachhaltigkeit in der Selbstständigkeit stärken
- Lehrpersonen bei der Gestaltung ansprechender, zugänglicher und inklusiver Finanzlernaktivitäten für diverse Lernendengruppen unterstützen
- Kollaboratives Problemlösen und Peer-Learning durch Gruppenaufgaben zur Budgetplanung und gemeinsame Reflexion fördern

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****BEGRIFF ZUORDNEN – FINANZVOKABULAR FÜR FREELANCER:INNEN (20 MINUTEN)**

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen oder Paare aufgeteilt. Jede Gruppe erhält zwei Kartensätze: einen mit wichtigen finanziellen Begriffen im Freelance-Kontext und einen mit den passenden Definitionen. Die Gruppen arbeiten gemeinsam daran, jeden Begriff der richtigen Definition zuzuordnen – innerhalb von 10 Minuten. Begriffe können sein: Cashflow, Rechnung, variables Einkommen, Gewinnmarge, Sparpuffer, Budgetierung, Steuern, Geschäftsausgaben, Nachhaltigkeit. Am Ende leitet die Lehrperson eine 10-minütige Auswertung. Die Gruppen präsentieren ihre Zuordnungen. Die Lehrperson bestätigt die richtigen Antworten, erklärt schwierige Begriffe und lädt die Teilnehmenden ein, Beispiele aus dem Unterricht oder aus echten Freelance-Erfahrungen zu nennen.

THEORETISCHER INPUT – FINANZEN FÜR FREELANCER:INNEN (20 MINUTEN)

Die Lehrperson gibt einen knappen, visuell unterstützten Input zu zentralen Finanzkonzepten, die Freelancer:innen verstehen und managen müssen. Folgende Themen sollten dabei mindestens abgedeckt werden:

- Wie Freelancer:innen Geld verdienen: feste Vergütung vs. projektbasierte Bezahlung, Retainer-Modelle
- Budgetierung bei unregelmäßigem Einkommen: Durchschnittseinnahmen vs. Worst-Case-Planung
- Bedeutung von Rücklagen: Aufbau eines Notfallfonds
- Preisstrategien: Stundenbasierte vs. wertbasierte Preisgestaltung
- Grundlagen der Steuerplanung für Freelancer:innen

PLANE DEIN FREELANCE-BUDGET (25 MINUTEN)

Die Teilnehmenden bilden Kleingruppen (je 4–5 Personen). Jede Gruppe erhält ein kurzes Szenario, das ein Freelance-Projekt beschreibt (z.B. ein Logo für ein neues Unternehmen gestalten, drei Workshops durchführen oder ein Video produzieren).

Die Gruppen nutzen eine bereitgestellte Budgetvorlage, um:

- Einnahmen aus dem Freelance-Auftrag zu schätzen
- Wichtige Ausgaben zu planen (Software, Transport, Internet, Zeitaufwand)
- Einen Anteil für Steuern und Rücklagen einzuplanen

Jede Gruppe präsentiert ihr Freelance-Budget und ihre Entscheidungen (ca. 3 Minuten pro Gruppe). Die Lehrperson fördert den Vergleich, spricht über Prioritäten (z. B. wie viel gespart wird) und hebt gute Ansätze hervor.

DIGITALES MARKETING UND LERNENDE IN DER BERUFLICHEN BILDUNG (30 MINUTEN)

Zu Beginn der Aktivität bereitet die Lehrperson vier Flipchart-Stationen im Raum vor, die jeweils einer bestimmten Leitfrage gewidmet sind:

- Was müssen Lernende über digitales Marketing wissen?
- Welche digitalen Tools sind für Lernende in der beruflichen Bildung am nützlichsten?
- Wie können Lehrpersonen Lernenden helfen, ihre Zielgruppe einzuschätzen?
- Was sind realistische Ziele für junge Menschen, die mit digitalem Marketing beginnen?

Die Teilnehmenden werden in Kleingruppen eingeteilt und jeweils einer Startstation zugewiesen. Jede Gruppe hat einige Minuten Zeit, um über das Thema zu reflektieren und ihre Ideen direkt auf das Flipchartpapier zu schreiben. Der Fokus liegt auf praxisnahen, lernendenzentrierten Beiträgen – die Teilnehmenden können auf eigene Unterrichtserfahrungen oder Erkenntnisse aus früheren Teilen der Sitzung zurückgreifen. Nach einigen Minuten rotieren die Gruppen zur nächsten Station, lesen zunächst, was die vorherigen Gruppen notiert haben, und fügen dann eigene Beiträge hinzu. Dieser Prozess wird fortgesetzt, bis alle Gruppen jede Station besucht haben.

In der letzten Runde schreiben die Teilnehmenden keine neuen Ideen, sondern überprüfen die vorhandenen Einträge und markieren sie mit Symbolen – zum Beispiel: ✓ für Ideen, denen sie zustimmen oder die sie besonders wertvoll finden, ✗ für Ideen, die sie als weniger relevant oder problematisch einschätzen.

Diese schnelle visuelle Abstimmung bietet einen direkten Überblick darüber, welche Punkte in der Gruppe besonders Anklang finden.

Die Lehrperson moderiert anschließend eine kurze Abschlussdiskussion, hebt die am stärksten unterstützten Ideen hervor, spricht unterschiedliche Sichtweisen an und lädt zu Kommentaren über besonders innovative oder überraschende Beiträge ein.

FREELANCER:INNEN-ALLTAG: BUDGETIEREN MIT UNREGELMÄSSIGEM EINKOMMEN (45 MINUTEN)

Die Teilnehmenden bleiben in ihren Gruppen. Jede Gruppe erhält einen Ausgangsplan für Einnahmen und Ausgaben über 3 Monate sowie ein Challengesheet.

Aufgabe 1 (5 Minuten):

Überprüft die vorgegebenen monatlichen Einnahmen und Fixkosten. Erstellt einen ersten Budgetplan, der Folgendes beinhaltet:

- Erwartete Einnahmen
- Sparziele
- Steuern und Lebenshaltungskosten

Aufgabe 2 (3 × 5 Minuten):

In jeder Runde erhält die Gruppe eine Karte mit einem freelance-spezifischen Szenario, zum Beispiel:

„Dein:e größte:r Kund:in verzögert die Zahlung um 30 Tage.“

„Du erhältst ein Angebot, bei einer Veranstaltung für 250€ zu sprechen.“

„Unerwartete Gesundheitsausgabe: 200€.“

Die Gruppen aktualisieren ihren Budgetplan jeweils entsprechend dem neuen Szenario.

Aufgabe 3 – Präsentationen (5 Minuten pro Gruppe):

Jede Gruppe stellt ihren überarbeiteten Budgetplan vor und erklärt, wie sie auf die einzelnen Herausforderungen reagiert hat.

Aufgabe 4 – Diskussion (10 Minuten):

Die Lehrperson leitet eine Reflexion mit folgenden Fragen:

- Welche Strategien haben am besten funktioniert?
- Was würdet ihr beim nächsten Mal anders machen?
- Wie hat sich diese Übung im Vergleich zu echten Freelance-Erfahrungen angefühlt?
- Wie könnt ihr diese Übung mit euren Lernenden einsetzen?

REFLEXION (10 MINUTEN)

Die Lehrperson leitet die Reflexion anhand folgender Fragen:

- Welche neuen Erkenntnisse hast du über das Vermitteln von Finanzwissen im Freelance-Kontext gewonnen?
- Wie wirst du diese Übungen für deine Lernenden anpassen?
- Womit haben deine Lernenden im Umgang mit Geld am meisten Schwierigkeiten?
- Wie sicher fühlst du dich jetzt darin, Budgetierungsaufgaben in deinem eigenen Unterricht durchzuführen?



MATERIALIEN

- Whiteboard, Marker, Stifte und Papier, Beamer, Laptops/Tablets, Internetzugang
- Kartenset mit Begriffen und Definitionen („Cashflow“, „Puffer“, „variables Einkommen“)
- Budget-Tabelle für ein Freelance-Projekt (Schritt 3)
- Budget-Tabelle für das Freelance-Alltagsszenario (Schritt 4)
- Challenge-Karten mit freelance-spezifischen, unerwarteten Kosten oder Veränderungen



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden können zentrale finanzielle Begriffe und Konzepte im Zusammenhang mit Freelance-Arbeit erklären.
- Die Teilnehmenden können zeigen, wie sie Lernende bei der Preisgestaltung und der Planung mit unvorhersehbarem Einkommen unterstützen können.
- Die Teilnehmenden sind in der Lage, ansprechende Übungen zu Budgetierung und finanzieller Resilienz zu entwickeln und durchzuführen.
- Die Teilnehmenden können über inklusive Lehransätze reflektieren, insbesondere für Lernende mit begrenztem Finanzwissen oder unterschiedlichen Kommunikationsbedürfnissen.

SITZUNG 6



Lernende stärken: Resilienz aufbauen und lebenslanges Lernen fördern

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Lehrpersonen mit Werkzeugen ausstatten, um Resilienz bei Lernenden zu fördern
- Strategien vermitteln, wie Lernende motiviert bleiben und sich auf lebenslange persönliche Entwicklung konzentrieren können
- Reflektierende Coaching-Techniken bereitstellen, um Lernenden zu helfen, Rückschläge zu überwinden und ihren Entwicklungsweg fortzusetzen

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)
EINFÜHRUNG (15 MINUTEN)**

Die Teilnehmenden werden gebeten, sich an eine persönliche Herausforderung zu erinnern, die sie beim Lernen oder Lehren erlebt haben. In Kleingruppen (3–4 Personen) tauschen sie ihre Geschichten darüber aus, wie sie diese Herausforderungen überwunden haben und welche Strategien ihnen geholfen haben, motiviert zu bleiben. Anschließend teilt jede Gruppe eine Geschichte mit der Gesamtgruppe, und die Lehrperson regt zur Reflexion über gemeinsame Themen an – zum Beispiel Durchhaltevermögen, Unterstützung, Selbstreflexion.

THEORIEN ZU RESILIENZ UND LEBENSLANGEM LERNEN (30 MINUTEN)

Die Lehrperson gibt einen kurzen theoretischen Input zur Bedeutung von Resilienz und lebenslangem Lernen – sowohl für Lehrende als auch für Lernende – und beschreibt dabei:

- Das Konzept der Resilienz in der Bildung: Rückschläge überwinden und gestärkt daraus hervorgehen
- Lebenslanges Lernen: kontinuierliche Entwicklung und Anpassung angesichts von Herausforderungen
- Die Rolle von Lehrpersonen in der beruflichen Bildung, Resilienz und Lernbereitschaft bei Lernenden zu fördern

In Partnerarbeit diskutieren die Teilnehmenden:

- Wie fördern sie aktuell Resilienz bei ihren Lernenden?
- Auf welche Hürden gegenüber lebenslangem Lernen sind sie im Unterricht gestoßen?

COACHING-STRATEGIEN (40 MINUTEN)

Die Lehrperson stellt mehrere zentrale Coaching-Strategien vor, die dabei helfen können, Resilienz bei Lernenden aufzubauen:

- Positives Umdeuten (Positive Reframing): Herausforderungen als Lernchancen betrachten
- Zielsetzung (Goal Setting): große Ziele in erreichbare Teilschritte aufteilen
- Selbstreflexion: Lernende ermutigen, ihren Fortschritt zu bewerten und aus Rückschlägen zu lernen

Die Teilnehmenden arbeiten in Paaren. Jedes Paar erhält ein Szenario mit einem Rückschlag (z.B. nicht bestandene Prüfung). Eine Person spielt die lernende, die andere die coachende Rolle und wendet Coaching-Strategien an. Anschließend geben sich die Paare Feedback; die Lehrperson ergänzt und klärt offene Fragen.

REFLEXIONSWERKZEUGE ZUR STÄRKUNG VON LERNENDEN (30 MINUTEN)

Die Lehrperson stellt verschiedene Reflexionswerkzeuge vor, die Lernende zur Motivation und Selbststärkung nutzen können, darunter:

- Journaling: über Herausforderungen und Erfolge schreiben
- Selbsteinschätzung: Reflexion über eigene Stärken und Entwicklungsfelder
- Growth Mindset: das Verständnis, dass Fähigkeiten durch Anstrengung und Ausdauer wachsen können

Die Teilnehmenden haben 10 Minuten Zeit, um ein Reflexionsarbeitsblatt (bereitgestellt von der Lehrperson) individuell auszufüllen. Dieses regt dazu an, über die eigene Unterrichtspraxis und die Förderung von Reflexion bei Lernenden nachzudenken.

In Kleingruppen diskutieren die Teilnehmenden anschließend folgende Fragen:

- Welche Reflexionswerkzeuge könntest du mit deinen Lernenden einsetzen?
- Wie könntest du Reflexion in dein bestehendes Curriculum integrieren?

GRUPPENAKTIVITÄT – ENTWICKLUNG EINES RESILIENZFÖRDERPLANS FÜR LERNENDE (50 MINUTEN)

Die Lehrperson erklärt, dass das Ziel dieser Aktivität darin besteht, einen praxisnahen und umsetzbaren Plan zur Förderung von Resilienz bei Lernenden zu erstellen. Jede Gruppe arbeitet mit einem Lernendenprofil, das mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert ist (z. B. Zeitmanagement, Selbstvertrauen).

Die Lehrperson stellt kurz die drei Bestandteile des Resilienzförderplans vor:

- Coaching-Strategien
- Reflexionswerkzeuge
- Konkrete Maßnahmen

Anschließend teilt die Lehrperson die Teilnehmenden in Kleingruppen (4–5 Personen) ein und verteilt die Lernendenprofile sowie die Vorlagen für den Resilienzförderplan. Ein Timer wird gestellt und die Gruppen werden ermutigt, gemeinsam an der Gestaltung ihres Plans zu arbeiten.

Die Teilnehmenden konzentrieren sich dabei auf folgende Aspekte:

- **Coaching-Strategien:** Wie kann der:die Lernende unterstützt werden, um Herausforderungen zu meistern und Resilienz zu stärken? (z.B. motivierende Gespräche, Zielsetzung, Aufgaben in Schritte aufteilen)
- **Reflexionswerkzeuge:** Welche Tools helfen dem:der Lernenden, Fortschritte zu reflektieren und motiviert zu bleiben? (z.B. Journaling, Selbsteinschätzung, Peer-Feedback)
- **Konkrete Maßnahmen:** Welche kleinen, umsetzbaren Schritte fördern Engagement, Fokus und persönliche Entwicklung?

Die Lehrperson bewegt sich zwischen den Gruppen, bietet Unterstützung an, beantwortet Fragen und achtet darauf, dass die Gruppen zielgerichtet arbeiten. Sobald die Gruppenarbeit abgeschlossen ist, präsentiert jede Gruppe ihren Resilienzförderplan. Die Präsentation sollte folgende Punkte beinhalten:

- Vorgeschlagene Coaching-Strategien
- Reflexionswerkzeuge zur Förderung der Motivation
- Konkrete Maßnahmen zur langfristigen Verpflichtung gegenüber dem eigenen Lernweg

Jede Gruppe hat 2 Minuten für die Präsentation. Die anderen Teilnehmenden sind eingeladen, Fragen zu stellen oder Feedback zu geben. Zum Abschluss moderiert die Lehrperson eine kurze Diskussion mit folgenden Leitfragen:

- Welche Strategien wären in deinem eigenen Unterrichtskontext am wirkungsvollsten?
- Wie lassen sich diese Pläne an unterschiedliche Lernbedürfnisse anpassen?
- Wie würdest du Coaching-Ansätze und Reflexionsmethoden in deine bestehenden Lehrmethoden integrieren?

REFLEXION IM PLENUM UND ABSCHLUSS DER SITZUNG (15 MINUTEN)

Die Lehrperson lädt die Teilnehmenden ein, im Plenum über die Sitzung zu reflektieren, und stellt folgende Fragen:

- Welche neue Strategie oder welches neue Tool wirst du mit deinen Lernenden anwenden, um Resilienz zu fördern?
- Welches persönliche Ziel setzt du dir, um deine eigene Reise des lebenslangen Lernens fortzusetzen?



MATERIALIEN

- Lernendenprofile mit Herausforderungen
- Vorlagen für Resilienzförderpläne (gedruckt oder digital)
- Marker und Flipchartpapier für die Gruppenarbeit (optional)
- Timer zur Steuerung von Gruppenarbeits- und Präsentationszeiten



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden verstehen das Konzept der Resilienz im Lernprozess und dessen Einfluss auf Motivation.
- Lehrpersonen erhalten praxisnahe Coaching-Strategien, um Lernende bei der Überwindung von Rückschlägen zu unterstützen.
- Die Teilnehmenden lernen Reflexionswerkzeuge kennen, die Lernenden helfen, motiviert und engagiert zu bleiben.
- Lehrpersonen entwickeln Fähigkeiten zur Gestaltung konkreter Resilienzförderpläne für ihre Lernenden.
- Die Teilnehmenden sind in der Lage, bei ihren Lernenden eine nachhaltige Haltung zum lebenslangen Lernen zu fördern.



04

Einführung, Teambuilding und Abschluss des Präsenz- und/oder Langzeittrainings

In diesem letzten Kapitel stellen wir Ihnen zwei Sitzungen vor, die für längere (residenzbasierte) Trainings vorgesehen sind: eine Einführungs- und Kennenlernsitzung zu Beginn und eine Evaluationseinheit am Ende des Trainings. Wenn Sie sich entscheiden, nur einzelne Sitzungen aus diesem Curriculum zu verwenden, können Sie die Aktivitäten aus diesen beiden Sitzungen jederzeit kombinieren, um die Einführungs- und Abschlussteile Ihres Programms zu gestalten.

SITZUNG 1**Einführung und Kennenlernen****DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Das Team, das Projekt und den Zweck des Trainingskurses vorstellen.
- Eine einladende und ansprechende Atmosphäre schaffen, in der sich die Teilnehmenden kennenlernen können.
- Interaktion und Beziehungsaufbau durch dynamische Aktivitäten fördern.
- Die Teilnehmenden ermutigen, durch Mitgestaltung einzelner Agendapunkte zum Trainingskurs beizutragen.
- Ein gemeinsames Verständnis der Trainingsziele und Erwartungen etablieren.
- Teamarbeit und Problemlösungskompetenz durch eine unterhaltsame, energiegeladene Gruppenaufgabe stärken.
- Eine Gruppenvereinbarung definieren, die einen produktiven und respektvollen Lernraum sichert.

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****VORSTELLUNG DES TEAMS UND DES PROJEKTS (15 MINUTEN)**

Die Trainer:innen stellen sich selbst sowie das logistische Team, das Projekt und den Zweck der gemeinsamen Zeit vor.

NAME UND MORGENBEWEGUNG (15 MINUTEN)

Die Trainer:in lädt die Teilnehmenden ein, im Kreis ihren Namen zu nennen – gemeinsam mit einer Bewegung, die sie morgens als Erstes machen, wenn sie aufwachen. Das Spiel beginnt mit der ersten Person, die ihren Namen und ihre Morgenbewegung vorstellt. Jede weitere Person muss dann die Namen und Bewegungen aller vorherigen Teilnehmenden wiederholen – und anschließend ihren eigenen Namen und ihre Bewegung hinzufügen. Das Spiel geht so lange weiter, bis alle an der Reihe waren. Zum Abschluss kann die ganze Gruppe gemeinsam alle Namen und Bewegungen noch einmal wiederholen.

SPEED-DATING (30 MINUTEN)

Die Teilnehmenden sitzen in zwei Stuhlkreisen, die sich gegenüberstehen. Die Trainer:in erklärt, wie das Speed-Dating-Spiel funktioniert: Die Teilnehmenden sprechen mit der jeweils gegenüberliegenden Person, beide teilen sich zum vorgegebenen Thema mit.

Nach dem Signal verabschieden sie sich von ihrem Gegenüber und wechseln zum nächsten „Date“. Die Trainer:in nennt das erste Thema (aus einer vorbereiteten Liste) und startet das Spiel. Alle 2–3 Minuten ertönt ein Signal, und der äußere Kreis rotiert um einen Platz nach rechts. Das Spiel wird so lange fortgesetzt, bis alle Personen im äußeren Kreis mit allen im inneren Kreis gesprochen haben, oder bis die Zeit abgelaufen ist – je nachdem, was zuerst eintritt.

Fragen/Aussagen für das Speed-Dating-Spiel:

1. Wenn du überall auf der Welt leben könntest, wo wäre das – und warum?
2. Wenn du mit einer historischen Persönlichkeit zu Abend essen könntest, wer wäre es – und warum?
3. Welche Aktivität oder welches Hobby wolltest du schon immer mal ausprobieren, hast es aber noch nicht getan?
4. Was war das abenteuerlichste, das du je gemacht hast?
5. Was ist dein absolutes Wohlfühlgericht?
6. Wenn du eine Superkraft haben könntest – welche wäre es und wie würdest du sie nutzen?
7. Welcher Fun Fact über dich ist den meisten unbekannt?
8. Was ist deine liebste Art, ein Wochenende zu verbringen?
9. Wenn du eine Fähigkeit sofort perfekt beherrschen könntest, welche wäre das – und warum?
10. Was ist dein Traumjob oder berufliches Ziel?
11. Wenn du morgen im Lotto gewinnen würdest – was würdest du als Erstes tun?
12. Wer war die einflussreichste Person in deinem Leben – und warum?
13. Bist du eher Morgen- oder Abendmensch – und warum?
14. Welchen Ort, den du bereist hast, würdest du allen empfehlen?
15. Was ist deine Lieblingsmusik oder dein:e Lieblingskünstler:in?
16. Wenn du einen Tag in deinem Leben noch einmal erleben könntest – welcher wäre das und warum?

VIER ECKEN (50 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden in vier Kleingruppen aufgeteilt, wobei sich jede Gruppe in einer Ecke des Arbeitsraums positioniert. Die Trainer:in erklärt, dass jede Ecke einem bestimmten Programmabschnitt gewidmet ist, über den diskutiert wird. Zu Beginn werden Ecke 1 und Ecke 4 vom Trainer:innenteam moderiert. Bei jeder weiteren Rotation übernimmt jeweils eine Person aus der Gruppe, die gerade an einer Ecke angekommen ist, die Moderation für die nächste Gruppe, die dorthin kommt. Die Trainer:in erklärt den Ablauf: Es gibt 10 Minuten pro Ecke, danach rotieren die Gruppen im Uhrzeigersinn.

Bei jeder Rotation bleibt eine Person zurück, um die Ecke für die nächste Gruppe zu moderieren.

Themen der vier Ecken:

1. Ecke: Agenda und Erwartungen (*Die Teilnehmenden gehen den an der Wand ausgehängten Ablaufplan durch, diskutieren, welche Lernziele mit den jeweiligen Sitzungen verbunden sind, und notieren ihre Erwartungen an die Veranstaltung auf Klebezettel, die sie neben dem Ablaufplan) anbringen.*
2. Ecke: (*Beiträge – Energiser Die Teilnehmenden erhalten Papier und Stifte, um eine Liste von Energisern zu erstellen, die während des Trainingsprogramms eingesetzt werden können.*)
3. Ecke: (*Beiträge – YouTube-Playlist Die Teilnehmenden erhalten Papier und Stifte, um eine Liste von Songs zusammenzustellen, die in den Pausen oder während des Programms gespielt werden können.*)
4. Ecke: (*Projektziele und wie wir dazu beitragen können Die Teilnehmenden erhalten einen Einblick in die Ziele der Veranstaltung und diskutieren, wie diese mit der Agenda verknüpft sind und wie sie selbst zur Zielerreichung beitragen können.*)

MISSION IMPOSSIBLE (50 MINUTEN)

Die Trainer:in spielt die Titelmusik des Films „Mission: Impossible“ und erklärt der Gruppe, dass sie in den nächsten 40 Minuten so viele Aufgaben wie möglich aus einer Aufgabenliste gemeinsam als Team lösen müssen.

Nachdem die Liste vorgestellt wurde, haben die Teilnehmenden die Gelegenheit, Fragen zu stellen – danach arbeiten sie eigenständig. Aufgabenliste für das Spiel „Mission Impossible“:

- Erstellt ein Projektlogo.
- Macht 5 verrückte Gruppenfotos zur Veröffentlichung in den sozialen Medien, um dieses Projekt zu präsentieren.
- Baut den höchsten Turm, ausschließlich mit euren Schuhen.
- Legt die längste Linie, nur mit Socken aus euren Zimmern.
- Zählt die Anzahl der Betten, Kissen, Schränke, Fernseher, Klimaanlage, Fernbedienungen und Klopapierrollen – in allen euren Zimmern.
- Zählt die Anzahl der Schritte vom Hotel zum Restaurant, vom Hotel zum Supermarkt und vom Restaurant zum Supermarkt.
- Berechnet, wie viele Personen auf den Böden all eurer Zimmer liegen könnten, und stellt die dafür verwendete Gleichung vor.
- Erstellt eine Projektbotschaft, ausschließlich in den Muttersprachen der teilnehmenden Länder – die Botschaft sollte trotzdem für alle verständlich sein.
- Bildet die höchste menschliche Pyramide – und lasst sie fotografieren.
- Trinkt 7 Liter Wasser (als Gruppe).
- Findet und präsentiert 5 Fakten über Mostar und 5 Fakten über Blagaj.

Zum Abschluss des Spiels moderiert die Trainer:in eine Reflexion im Plenum mit folgenden Leitfragen:

- Was ist während des Spiels gut gelaufen?
- Was lief nicht wie geplant? Wenn ihr das Spiel jetzt noch einmal spielen würdet – was würdet ihr ändern?
- Wie liefen die Prozesse in der Gruppe ab? Hattet ihr eine:n Anführer:in? Wie wurden Entscheidungen getroffen?
- Was können wir durch diese Übung über uns selbst lernen? Und wie können wir das Gelernte nutzen, um während des Trainings auf optimalem Niveau zusammenzuarbeiten?

GRUPPENVEREINBARUNG (10 MINUTEN)

Als Fortsetzung der vorherigen Übung schreibt die Trainer:in eine Liste der Gruppenvereinbarungen auf. Am Ende unterschreiben alle Teilnehmenden die Vereinbarung.

(GEHEIME:R FREUND:IN – SPIEL) (10 MINUTEN)

Die Trainer:in schließt die Sitzung mit der Einführung des Spiels „Geheime:r Freund:in“ für die Teilnehmenden ab.



MATERIALIEN

- Marker, Flipcharts, Klebezettel
- Ausgedruckte Agenda (an der Wand angebracht)
- Ausgedruckte Projektziele
- Papier und Stifte für Beiträge zu Energisern und Musik
- Lautsprecher und Musik-Playlist (für Energiser und Pausen)
- Ausgedruckte Aufgabenliste für „Mission Impossible“
- Timer oder Glocke für Aktivitätswechsel
- Kamera oder Smartphone für Fotos und Videos
- Gedruckte Wertekarten oder Blanko-Karten für die Gruppenvereinbarung
- Vorlage für Gruppenvereinbarung (auf Flipchart oder großem Papier)
- Optional: Gedruckte Kärtchen für das Spiel „Geheime:r Freund:in“



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden lernen das Team, den Veranstaltungsort und die Ziele des Trainingskurses kennen.
- Eine positive und kooperative Gruppenatmosphäre wird geschaffen.
- Die Teilnehmenden lernen sich auf persönlicher und gruppenbezogener Ebene kennen.
- Die Teilnehmenden bringen sich aktiv in die Agenda ein – durch Musik, Energiser und Ideen.
- Teamarbeit, Kreativität und Problemlösungskompetenz werden in einer energiegeladenen Herausforderung geübt.
- Eine Gruppenvereinbarung wird gemeinsam erstellt, um Erwartungen an respektvolle, inklusive und produktive Zusammenarbeit festzulegen.
- Das Spiel „Geheime:r Freund:in“ wird eingeführt, um Freundlichkeit und Zusammenhalt während des Trainings zu fördern.

SITZUNG 2



Evaluation und Abschluss

**DAUER**

180 Minuten

**ZIELE DER SITZUNG**

- Reflexion über den Lernprozess während der gesamten Veranstaltung und Bewertung individueller sowie gruppenbezogener Lernergebnisse
- Raum und Unterstützung bieten, damit die Teilnehmenden auf den Ergebnissen der Veranstaltung aufbauen können – durch das Teilen von Ideen für neue Projekte und Kooperationen zwischen den teilnehmenden Organisationen

**SITZUNGSABLAUF: (SCHRITT-FÜR-SCHRITT-BESCHREIBUNG)****DURCHGANG DURCH DAS PROGRAMM (25 MINUTEN)**

Die Sitzung wird mit einem interaktiven Rundgang der Teilnehmenden gemeinsam mit dem Trainer:innenteam durch den Arbeitsraum eröffnet. Während des Rundgangs besucht die Gruppe jedes der Flipchart-Papiere, die im Rahmen der Sitzungen – vom ersten bis zum letzten Tag – entstanden sind. Im Rahmen des Rundgangs erinnern sich alle daran, wie der Ablauf der Aktivitäten war – vom Ankommen am Veranstaltungsort und dem Kennenlernen am ersten Tag bis zur aktuellen Sitzung. Auch die Ängste, Erwartungen und Beiträge, die in Kleingruppen am zweiten Trainingstag besprochen wurden, werden analysiert und die Teilnehmenden beantworten die Fragen: „Ist etwas davon eingetroffen? Wie?“ Am Ende der Aktivität laden die Trainer:innen die Teilnehmenden ein, wieder im Stuhlkreis Platz zu nehmen.

DIXIT-KARTEN-ÜBUNG – WIE FÜHLE ICH MICH IN BEZUG AUF DIE ERFAHRUNG, AN DIESER VERANSTALTUNG TEILGENOMMEN ZU HABEN (35 MINUTEN)

Nachdem die Teilnehmenden die Möglichkeit hatten, sich an das Programm und den Ablauf der Aktivitäten während des Trainings zu erinnern, spielen die Trainer:innen entspannende Musik im Hintergrund. Sie legen Dixit-Karten auf den Boden und arrangieren sie gut sichtbar im Raum.

Die Teilnehmenden werden eingeladen, in Stille aufzustehen und sich im Raum zu bewegen, während sie sich die ausgelegten Karten anschauen. Die Trainer:innen bitten alle, eine Karte auszuwählen, die ihre persönliche Erfahrung des Trainings widerspiegelt. Nachdem jede Person eine Karte in der Hand hat, werden alle eingeladen, wieder im Kreis Platz zu nehmen.

Die Trainer:innen fordern die Teilnehmenden dann auf, freiwillig aufzustehen, ihre gewählte Karte zu zeigen und zu erzählen, wie diese Karte ihre Erfahrung bei dieser Veranstaltung widerspiegelt.

Die Aktivität endet, sobald jede Person die Möglichkeit hatte, ihre Karte zu teilen.

SCHRIFTLICHE EVALUATION ÜBER GOOGLE FORMS (30 MINUTEN)

Die Teilnehmenden werden eingeladen, das Evaluationsformular mithilfe ihrer eigenen Geräte auszufüllen. Sie erhalten Raum und Zeit, um individuell über den Trainingskurs zu reflektieren und das Online-Formular auszufüllen.

NACHRICHTEN VOM SINKENDEN SCHIFF (30 MINUTEN)

Da der Trainingskurs mit einer Metapher eröffnet wurde, in der die Veranstaltung als eine Reise dargestellt wurde – wobei das Boot unsere Erwartungen, die Segel unsere Beiträge und das Meer unsere Ängste symbolisieren – wird das offizielle Programm mit der Übung „Sinkendes Schiff“ beendet. Die Namen aller Teilnehmenden sowie der Mitglieder des Organisationsteams werden vorab auf Flipchartpapier geschrieben.

Alle werden eingeladen, Abschiedsnachrichten füreinander zu verfassen. Am Ende der Übung schneiden die Teilnehmenden die Teile des Flipcharts aus, auf denen die Nachrichten für sie hinterlassen wurden, als etwas, das sie mit nach Hause nehmen können, wenn sie die Veranstaltung verlassen.

IDEENMARKT FÜR NEUE PROJEKTE UND KOOPERATIONEN ZWISCHEN DEN TEILNEHMENDEN ORGANISATIONEN (60 MINUTEN)

Die letzten 60 Minuten stehen den Teilnehmenden zur Verfügung, um Ideen für zukünftige Projekte und Kooperationen zu besprechen. Während dieser Zeit haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, sich um verschiedene Ideen zu gruppieren, die in den vorherigen Tagen geteilt wurden, und sich auf Grundlage ihrer eigenen Interessen und der Interessen ihrer Organisationen über mögliche zukünftige Kooperationen auszutauschen.

Der Prozess des „Ideenmarkts“ wird von den Trainer:innen begleitet, die den Gruppen bei Bedarf mit Ratschlägen und Informationen zur Seite stehen – direkt innerhalb der Kleingruppen, die sich rund um die jeweiligen Themen/Ideen gebildet haben.



MATERIALIEN

- Dixit-Karten
- Flipchart-Papier
- Stifte und Bleistifte



ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden reflektieren das Trainingsprogramm und benennen zentrale Momente und Ergebnisse.
- Die Teilnehmenden stellen mithilfe der Dixit-Karten eine emotionale Verbindung zu ihrer Trainingserfahrung her.
- Die Teilnehmenden geben durch ein Online-Evaluationsformular konstruktives Feedback.
- Die Teilnehmenden teilen Abschiedsnachrichten, um einen persönlichen Abschluss und Verbundenheit zu schaffen.
- Die Teilnehmenden erkunden Möglichkeiten für zukünftige Zusammenarbeit und Projektentwicklung.



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**