

Die Sommeruni-Workshops 2025 im Überblick

Ideen finden, prüfen und bewerten / 04.08.2025 / 9-17 Uhr

Der Bedeutung der Idee für den Erfolg einer Gründung wird viel zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Der ökonomisch orientierte Businessplan überlagert die kreative Phase der Auseinandersetzung mit Ideen, verhindert das Drehen und Wenden von Ideenbausteinen, deren unkonventionelle Zusammensetzung, Entwicklung und Reifung.

Ziel

Die Teilnehmenden lernen Methoden und Techniken, um kreativ und lösungsorientiert Ideen zu entwickeln. Die Entwicklung beginnt mit der Ideenfindung. Ideen müssen jedoch auch geprüft werden: Löst die Idee ein Problem? Ist die Idee umsetzbar? Es werden Kriterien erarbeitet anhand derer Ideen grundsätzlich oder im Speziellen bewertet werden können.

Inhaltliche Schwerpunkte

1. Kreatives Ideensprudeln:
Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung wie Brainstorming, Was-wäre-wenn-Technik, um möglichst viele kreative Ideen und Lösungsansätze zu entwickeln. Ziel ist es, den Ideenfluss und das freie Assoziieren zu fördern, ohne den Prozess zu sehr einzuschränken.
2. Verständnis schärfen:
Anschließend soll das der Idee zugrundeliegende Problem umfassend verstanden, definiert und priorisiert werden. Hierbei werden wir Methoden wie SWOT-Analyse, ARIA-Modell, Look-Ask-Try, Personas oder Journey Maps anschauen und einsetzen, um den Kontext, die Stakeholder und die Relevanz der Idee und des Problems zu erfassen. Ziel ist es, das (komplexe) Problem/ die Idee in handhabbare Teile zu zerlegen und eine klare Problemdefinition die die Startup-Idee lösen soll, zu erarbeiten.
3. Systematische Ideenverfeinerung:
Aufbauend auf dem Problemverständnis werden strukturierte Techniken wie SIT (Systematic Inventive Thinking), AEIOU-Framework oder "How Might We" angewendet. Ziel ist es, die zuvor generierten Ideen systematisch weiterzuentwickeln und zu verfeinern.
4. Ideenbewertung und -auswahl:
Es sollen nun die vielversprechendsten Ideen und Konzepte identifiziert und mit Hilfe von Methoden wie z.B. Impact-Difficulty Matrix, 2x2-Frameworks, Near-Far-Sweet (Systematic Inventive Thinking) oder Feedback-Tools wie Six Thinking Hats oder Rose, Thorn, Bud, analysiert und priorisiert werden, um die besten Ideen/ Lösungsoptionen für das definierte Problem auszuwählen.

Methoden

Interaktiver Workshop mit Inputphasen, Erläuterung der Methoden, Gruppenarbeit sowie Präsentation der erarbeiteten Ideen

Dozentin

Kathleen Kinzel

Business Model Canvas / 05.08.2025 / 9-17 Uhr

Das BMC bietet den idealen Startpunkt, eine Geschäftsidee der ersten validen Prüfung zu unterziehen. Das BMC ermöglicht es, sich temporär von der eigenen Idee zu lösen und aus einer übergeordneten Perspektive zu analysieren, wie das Geschäftsmodell in der Praxis umgesetzt werden kann. Mit diesem Tool ist es möglich, alle Geschäftsaktivitäten wie Beschaffung, Marketingkanäle, Kosten und Einnahmequellen auf einem modularen gegliederten "Canvas" darzustellen und miteinander zu verbinden. In der nächsttieferen Ebene beschäftigt man



Kofinanziert von der
Europäischen Union



sich danach mit der "Value Map" und dem "Customer Profile", um den sogenannten Fit zwischen Kundenbedürfnissen und Nutzenversprechen herzustellen. Damit ist gerade in der frühen Gründungsphase ein erster Test möglich und die Validität der Gründungsidee zu prüfen.

Ziel

Die Teilnehmenden sollen in der Lage sein, ihre Geschäftsideen auf dem BMC darzustellen und sich kritisch mit dem Nutzenversprechen und den Kundenbedürfnissen auseinanderzusetzen. Es soll ein Verständnis für die Komplexität des zu gründenden Unternehmens geschaffen werden, ohne die Machbarkeit in Frage zu stellen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Verständnis für das BMC gewinnen
- Präsentieren der Ideen und Feedback der Gruppe
- Übertragung der Ideen ins BMC
- Vorstellung nächster Schritte für ein ausgearbeitetes Geschäftsmodell.

Methode

Theorieinput, Kreativtechniken, praktische Anwendungen, Praxisbeispiele

Dozentin

Vanessa Rosenthal

Digitale Geschäftsmodelle / 06.08.2025 / 9-17 Uhr

Die Berücksichtigung digitaler und nachhaltiger Aspekte im Business stärkt nicht nur die Marktposition, sondern erhöht auch die Attraktivität für Investoren, die zunehmend Wert auf solche Kriterien legen. Startups, die diese Elemente von Anfang an integrieren, können sich besser am Markt positionieren und erste Kunden gewinnen. In diesem Workshop werden wir erfolgreiche Geschäftsmodelle und Transformationen vorstellen sowie eigene Potentiale erarbeiten. Ziel ist es, die Geschäftsmodelle (BMC) vom Vortag zu reflektieren, in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und durch Differenzierung strategische Stärken zu identifizieren.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Intro zu nachhaltigen und digitalen Geschäftsmodellen.
- Vorstellung verschiedener Business Model Design Pattern
- Impact und Opportunitätskosten anhand des Doughnut Models identifizieren und ggf. erstes Potential berechnen.
- Erweiterung des BMC durch Fragen zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung
- Präsentieren der Ideen und Feedback von der Gruppe.

Methode

Theorieinput, praktische Anwendungen, Praxisbeispiele

Dozentin

Vanessa Rosenthal

Preise kalkulieren / 07.08.2025 / 9-17 Uhr

Die richtigen Preise zu kalkulieren ist eine Kunst und stark davon abhängig, wie sich das Unternehmen in dem jeweiligen Kundensegment positioniert. Des Weiteren ist die Preiskalkulation einer der größten und effektivsten Hebel, um angemessene Umsatzrenditen für ein Unternehmen zu erwirtschaften.

Generische Produkte, die rein über den Preis konkurrieren, sind dem gnadenlosen weltweiten Wettbewerb ausgeliefert. Hier steht Kosteneffizienz im Mittelpunkt und führt damit zu einem kapitalintensiven Geschäft um Skaleneffekte zu nutzen bzw. zu Auslagerung der Lohnarbeit in Billiglohnländer.

Im Gegensatz dazu steht das Wertebasierte Pricing, die den Kundennutzen genau analysieren und entsprechend des Kundensegments Preise kalkulieren.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Ziel

Im Seminar werden die Vor- und Nachteile beider Strategien besprochen und die damit einhergehenden Kalkulationen unter die Lupe genommen. Des Weiteren werden die Auswirkungen verschiedener Pricing Methoden auf die Plan G&V illustriert, damit die Teilnehmer ein Verständnis für den hohen Wirkungsgrad verschiedener Pricing Methoden erhalten

Ziel des Seminars ist, dass sich die Teilnehmer ein genaues Bild machen können, welche Strategie sie für ihr Produkt verwenden, um anschließend erste Preise für Ihr Wertangebot zu kalkulieren.

Methode

Theorieinput, Übungen, Fallbeispiele

Dozent

Michael Katzmann-Schelling

Wirtschaftliche und soziale Absicherung für Selbstständige / 08.08.2025 / 9-17 Uhr

Der Schritt in die Selbstständigkeit ist für viele eine spannende Herausforderung. Bei der Planung stehen berufliche Ziele, Fragen der Organisation und die geschäftlichen Kosten zunächst im Vordergrund. Selbstständigkeit bedeutet in der Regel aber auch die Altersvorsorge eigenständig aufzubauen und Ausfallrisiken selbst abzusichern. Ein Thema, das viele nicht ausreichend beachten.

Ziel

Ziel des Workshops ist es, einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten des Vermögensaufbaus und der Risikoabsicherung zu geben. Dabei werden die Grundstrukturen der Anlage in Immobilien, Versicherungen und Geldanlage vorgestellt. Chancen und Risiken, Modelle der staatlichen Förderung und der Weg zur passenden Beratung sind ebenfalls Thema.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Grundregeln der Finanzplanung
- Langfristiger Vermögensaufbau
 - Eine eigene Alterssicherung aufbauen
 - Staatliche Förderungen nutzen
 - Chancen + Risiken – das passende Verhältnis finden
- Vermögensaufbau / Vermögensabsicherung – welche Versicherung muss sein?
 - Private Absicherung von Risiken, z.B.: Haftpflicht, Krankenversicherung, Berufsunfähigkeit
 - Geschäftliche Absicherung von Risiken, z.B.: Betriebshaftpflicht, Betriebsausfall, Geschäftsinhalt, Technik.
- Die passende Beratung / zur eigenen Entscheidung finden.
 - Wie sieht eine gute Finanzberatung aus?
 - Eigenständige Recherche von Informationen, z.B. im Internet
 - Kosten und Nutzen von Finanzprodukten

Methode

Theorieinput, Übungen, Fallbeispiele

Dozent

Michael Gleitz

Finanzplanung und Finanzierung / 11.08.bis 12.08.2025 / 9-17 Uhr

Ideen sind der Motor eines jeden Start-Ups. Wenn das Team zusammengestellt ist und die ersten Prototypen am Markt getestet wurden, geht es um die Finanzierung der Unternehmung. Liquiditätsplan, Financial Forecasting, Working Capital Management und viele weitere Begriffe sind für viele Gründer Fremdworte. Unternehmer, die ihre Finanzen nicht genau im Blick haben, laufen Gefahr den "Liquidität-Tod" zu sterben. Egal ob es die Fremdfinanzierung über Eigen- und Fremdkapital geht, eine ordentliche Finanzplanung hilft nicht nur potenziellen Kapitalgebern zu überzeugen, sondern liefert auch einen wertvollen Beitrag zur Unternehmensentwicklung.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Business Modelling
 - Business Model Canvas: Aufbau und Strategie hinter der Leinwand.
 - Finanzplan: Aufbau und Validierung des Business Model in Zahlen.
 - Liquiditätsplan: Aufbau und Steuerung der liquiden Mittel.
 - Kapitalbedarf: Außenfinanzierung oder doch besser Bootstrapping? Wann eine Außenfinanzierung in Frage kommt.
- Controlling 1x1
 - Die Lebensader des Start-Up: Burn Rate und Financial Runway. Wann geht dem Start-Up die Puste aus.
 - Vertriebscontrolling und Innenfinanzierung: Die wichtigsten Kennzahlen.
 - Financial Reporting: Analyse der wichtigsten Finanzkennzahlen und
 - Aufbereitung eines geeigneten Reportings.
- Case Study
 - Case Study Format aufbauend auf dem Grundkurs Finanzplanung und Finanzen (Die Fälle werden in den Bereichen Dienstleistung und Produzierenden Gewerbe aufgebaut)

Methode

Konzept des "Gehirngerechten Lernens". Spezielle Formen der Visualisierung und Assoziierung über ungewöhnliche Bilder helfen beim nachhaltigen Verständnis und Merken der neuen Materie.

Theorieinput, Praxisbeispiele

Dozent

Michael Katzmann-Schelling

Der Wert von Misserfolgen / 13.08.2025 / 9-17 Uhr

Aus Fehlern wird man klug – sagt man. Irrtümer können der Ausgangspunkt für Lernprozesse und das Entdecken neuer Vorgehensweisen sein. Oft steht aber die Fehlervermeidung im Vordergrund und diese negative Fehlerkultur verhindert häufig das so viel zitierte Lernen aus Fehlern.

Obwohl neue Formate wie FailCon-Konferenzen oder Fuck up-Nights mittlerweile in der Gründerszene hoch im Kurs stehen und Prominente wie z. B. Frank Thelen oder Lars Hinrichs offen über ihre Misserfolge sprechen, findet das erhoffte Lernen häufig nicht statt. Dafür gibt es vielerlei Ursachen, eine davon ist die Unmöglichkeit der gezielten Übung.

Studien haben gezeigt, dass Menschen unterschiedliche Strategien bei der Verarbeitung ihrer Misserfolge anwenden und dabei blinde Flecken entstehen, die dem Lernen entgegenstehen können. Der Workshop bietet den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich ihrer Strategien zum Umgang mit Misserfolgen und die damit verbundenen Stärken und Schwächen bewusst zu machen. Passend zu ihrem persönlichen Fehler-Lern-Typ erhalten die Teilnehmenden Tipps und Hinweise, um ihre Lernmöglichkeiten zu optimieren.

Ziel

Im ersten Teil des Workshops erlernen die Teilnehmer*innen die Grundlagen zu Lernstrategien, Lerntypen und der Fehlerkultur. Im zweiten Teil des Workshops erproben die Teilnehmenden insbesondere Strategien für den individuellen Umgang mit Misserfolgen und die Schaffung einer lernorientierten und fehlerakzeptierenden Teamkultur mit verschiedenen interaktiven Methoden und Instrumenten.

Methoden

Fachvortrag sowie der Gruppenarbeit sowie praktische Übungen

Dozentin

Dr. Ilka Heinze

Recht und Vertrag / 14.08. bis 15.08.2025 / 9-17 Uhr

Im Gründungsprozess muss eine Rechtsform gewählt werden. Diese Entscheidung hat finanzielle, steuerliche und rechtliche Auswirkungen, die man kennen sollte. Ein Vertragsabschluss bringt Besonderheiten entsprechend seiner Form mit sich: Gesellschaftsverträge, Kaufverträge, Werkverträge, Arbeitsverträge, Kooperationsverträge, Allgemeine Geschäftsbedingungen usw. müssen dementsprechend besonders beleuchtet werden.

Ziel

Die Teilnehmenden erhalten einen Überblick über die wichtigsten Rechtsformen, ihre Vor- und Nachteile und Empfehlungen anhand von Auswahlkriterien. Die wichtigsten Verträge werden anhand von Musterverträgen besprochen, so dass sie Grundlagenkenntnisse darüber erwerben, worauf bei diesen Verträgen geachtet werden sollte.

Inhaltliche Schwerpunkte

Gründungsphase

- Wahl der Rechtsform
- Marken, Domain- und Firmennamen
- Zusammenarbeit mit Partnern
 - Atelier- und Bürogemeinschaft
 - Kooperationen

Operatives Geschäft

- Einführung ins BGB / Recht der Schuldverhältnisse
- Allgemeine Geschäftsbedingungen/Einzelaufträge
 - Materialeinkauf, Lieferanten
 - Erstellung, Auftragsarbeiten
 - Verkauf/Vertrieb
 - Rechnungslegung, Mahnverfahren
- Typische Vertragskonstellationen verschiedener Branchen
- Wettbewerbsrecht, Werberecht
- Gewerbliche Schutzrechte
- Arbeitsrecht und Subunternehmer (Freie Mitarbeiter)

Methode

Theorieinput, Fallbeispiele

Dozent

RA Marc-Thilo Schott

Buchführung / 18.08. bis 19.08.2025 / 9-17 Uhr

Der Kurs soll die Grundgedanken der Buchführung näherbringen und aufzeigen, warum die Buchführung nicht nur „lästige“ Pflicht, sondern überlebenswichtig ist. Sie sind Freiberufler oder Gewerbetreibender, nebenberuflich oder voll selbstständig, umsatzsteuerpflichtig oder umsatzsteuerbefreit und dementsprechend kommen z.T. unterschiedliche Buchführungspflichten und Steuern auf Sie zu.

Ziel

Der Kurs soll den Teilnehmern die Grundgedanken der Buchführung und der Kosten- und Leistungsrechnung näherbringen und aufzeigen, wie diese Arbeitsfelder sowohl ihr Unternehmen zahlenmäßig gegenüber Banken, anderen Kapitalgebern und dem Finanzamt darstellen, aber auch die Grundlagen für eine vernünftige Preiskalkulation schaffen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Belege als Grundlage und Ausgangsbasis der Buchführung
- Anforderungen an die Ordnungsmäßigkeit von Belegen
- Beleghaltung und damit verbundene Organisationsfragen
- Einnahmen-Überschussrechnung und Führen eines Kassenbuchs
- Führung des Geschäftskontos und damit verbundene Fragestellungen

Methode

Praxisbeispiele, Übungen, Theorieinput

Dozent

Thorsten Wicha

Zielgruppengerechtes Pitchtraining / 20.08.2025 / 9-17 Uhr

Um deine Gründungsidee und deine Expertise Kund*innen und Kooperationspartner*innen, Kolleg*innen, potentiellen Investor*innen und Geldgeber*innen, aber auch einer interessierten Öffentlichkeit verständlich, klar und ansprechend zu präsentieren, benötigst du mehr als deine Fachkompetenz. Es geht um die richtigen Formulierungen und die passende Visualisierung. Diese Kompetenzen wirst du in diesem Workshop erlernen.

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Storytelling: Finde die richtige Storyline! Wie begeistere ich mein Publikum, damit es mir überhaupt (weiter) zuhört? Genau hier sind die Erkenntnisse und Methoden des Storytellings nützlich. Wenn ein Thema in einem strukturierten Zusammenhang – einer Storyline – kommuniziert wird, bleibt das Publikum interessiert und erinnert sich ebenfalls länger an die Inhalte. Daher werden wir im Workshop eine bis zwei Storylines erarbeiten und verfeinern.
- Analyse der Zielgruppen: Mit wem spreche ich eigentlich? Um die richtigen Bilder und Worte zu finden, muss man das Publikum kennen. Wir erarbeiten anhand eines Analyse-Schemas, Kriterien für verschiedene Zielgruppen in der Praxis.
- Der Pitch: Kurze Geschichten, die das Publikum begeistern! Die Strukturen aus dem Storytelling in Kombination mit den Erkenntnissen über die Zielgruppe ermöglicht es, passgenaue kurze und prägnante Präsentationen – Pitches – vorzubereiten. Im Workshop erarbeitet ihr die Pitches für zwei unterschiedliche Zielgruppen und präsentiert sie für Feedback.

Methoden

Präsentation, gegenseitiges Feedback, Austausch, Gruppenarbeiten und interaktiven Diskussionen.

Dozentin

Dr. Anna Kollenberg

Professionell Netzwerken / 21.08.2025 / 9-17 Uhr

Ein starkes Netzwerk fördert und unterstützt. Es erleichtert Geschäfte abzuwickeln, sich fachlich auszutauschen, sich zu ermutigen und gemeinsame Projekte zu gestalten.

Ziel

Ziel des Workshops ist es, Grundsätze, Möglichkeiten und Grenzen des heutigen Netzwerkens zu verstehen und Netzwerke professionell nutzen zu können.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Die Arbeitsgesellschaft als Netzwerkgesellschaft: Analyse und Trends
- Welche Netzwerke gibt es? Welche dominieren? Welche kann und sollte ich nutzen?
- Wie funktioniert Netzwerken im Allgemeinen und was bringt es?
- Das berufliche Leben leicht(er) gemacht: Tools und CRM-Systeme im Überblick
- Das Berufliche und das Private: Ein kohärentes Ganzes oder zwei zu trennende Welten? - über das Persönliche im Beruflichen, über Chancen, Nutzen und Grenzen
- Das berufliche Netzwerk-Profil: Auftritt und Wirkung
- Wie baue ich mein Netzwerk weiter aus? Welche Regeln gilt es zu beachten? Welche Potenziale kann und sollte ich nutzen?

Methoden

Präsentation, Vortrag, Gruppendiskussion, Selbstreflektion

Dozent

Dr. Jens Thomas

Marktforschung / 22.08.2025 / 9-17 Uhr

Jeden Tag werden unzählige neue Geschäftsmodelle entwickelt und Unternehmen gegründet. Doch welcher Markt ist meiner? Wie groß ist er? Wer sind die Wettbewerber? Das Angebot eines Unternehmens muss sich an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden orientieren und sich gegenüber der Konkurrenz abgrenzen. Eine solide Marktforschung, die den Markt und die Markttrends, die Konkurrenz und die Zielgruppe beleuchtet und dabei den Blick auf die eigenen Ressourcen nicht vergisst, ist die Grundlage, um das eigene Angebot zielgruppenadäquat und eigenständig innerhalb des Marktumfelds zu positionieren.

Ziel

In diesem Workshop lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Grundlagen der Markterkundung und kostengünstige und zeiteffiziente Methoden und Quellen der Sekundär- und Primärforschung kennen. Praktische Anwendung im Workshop sind außerdem das Erstellen eines eigenen Marktanalyseschemas basierend auf TAM, SAM, SOM. Die Teilnehmenden sollen in der Lage sein, TAM, SAM und SOM zu verstehen und anzuwenden, um das Marktpotenzial ihrer Geschäftsideen realistisch einzuschätzen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Einführung Primärforschung – Methodische Durchführung von Umfragen und Interviews
- Einführung Sekundärforschung
- Analyse von qualitativen und quantitativen Daten
- Identifikation von Trends und Kundenbedürfnissen
- TAM, SAM, SOM - Definition und Berechnung sowie Bedeutung für die Einschätzung des Marktpotenzials
- Abgrenzung des erreichbaren Marktes
- Strategien zur Identifikation relevanter Kundensegmente
- Realistische Marktanteilsabschätzung
- Entwicklung von Wachstumsstrategien



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Methode

Theorieinput, Praxisbeispiele, Gruppenübungen,

Dozentin

Elle Langer

Steuern und Formalitäten / 25.08. bis 26.08.2025 / 9-17 Uhr

Sie haben eine Geschäftsidee entwickelt und geprüft. Nun wollen Sie richtig starten. Sie müssen sich nur noch anmelden – aber wo und wann und mit welchen Konsequenzen? Sie sind Freiberufler oder Gewerbetreibender, nebenberuflich oder voll selbstständig, umsatzsteuerpflichtig oder umsatzsteuerbefreit und dementsprechend kommen z.T. unterschiedliche Steuerpflichten auf Sie zu.

Ziel

Der Kurs soll Ihnen die wichtigsten Steuerarten näherbringen und aufzeigen, warum diese Arbeitsfelder nicht nur "lästige" Pflicht, sondern überlebenswichtig sind – auch für kleine Unternehmen und Gewerbetreibende.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Einkommensteuer
- Ermittlung der Steuerschuld
- Gewinnermittlung und Private Ausgaben
- Mehrwertsteuer
- Umsatzsteuer/ Vorsteuer
- Umsatzsteuervoranmeldung (Erstellung & Dauerfristverlängerung)
- Gewerbesteuer
- Berechnung und Freibeträge

Methode

Praxisbeispiele, Übungen, Theorieinput

Dozent

Thorsten Wicha

Erfolgreiche Teamarbeit /27.08.2025 / 9-17 Uhr

Teamgründungen sind erfolgreicher! Aber wie arbeitet man gemeinsam mit mehreren, unterschiedlichen Beteiligten an einem gemeinsamen Projekt, an einem Gründungsvorhaben? Was genau ist zu tun und wie klappt es mit der Zusammenarbeit? Wer hat welche Stärken, Kompetenzen, Eigenschaften, wie nutzt man diese und bringt sie zusammen? Die unterschiedlichen Ziele, Perspektiven und Kompetenzen der Teammitglieder machen das Zusammenwirken nicht unbedingt leichter, bereichern es aber ungemein. So können Teams durch ihre diversen Fähigkeiten stärker sein als Einzelakteure.

Oft stellt dabei das wertschätzende und wertschöpfende Miteinander eine komplexe Herausforderung dar. Wer sich hier über gemeinsame Ziele verständigt und die Denk- und Arbeitsweisen der Einzelnen versteht, fördert das Gelingen der Kommunikation und letztlich der Zusammenarbeit sowie der Team-Performance.

Ziel

Die Teilnehmenden sollen verstehen, welche Aspekte ein gutes Team ausmachen und ihre eigene Rolle im Team kennenlernen. Sie werden Werkzeuge erlernen, um Teamstrukturen zu erkennen und Methoden anwenden können, um Vertrauen innerhalb des Teams aufzubauen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Einführung in das Thema Teambuilding
- Was macht gute Teams aus?
- Diskussion über wichtige Aspekte wie Kommunikation, Zusammenarbeit und Zielsetzung
- Konflikte im Team



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Methode

Inputphasen wechseln sich mit Arbeitsphasen in Kleingruppen, Einzelarbeit, Selbstreflexion und Diskussion im Plenum ab.

Dozentin

Esther Schaefer

Marketing für Startups / 28.08.2025 / 9-17 Uhr

Für die Geschäftsmodellentwicklung und den Erfolg von Unternehmen spielen Marketing und Vertrieb eine zentrale Rolle, damit aus potentiellen Kundinnen & Kunden für entwickelte Produkte und Dienstleistungen Nutzer und Käufer werden.

Ziel

Im Ergebnis des Kurses werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Marketing- und Vertriebs-Grundlagen verstanden und selbständig angewandt haben. Sie erfahren, wie man eine Marketing- und Vertriebsstrategie in konkrete, zeit- und kosteneffiziente Online- und Offline-Marketingmaßnahmen umsetzt.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Grundlagen der strategischen Marketing-Planung
- Von den 4 P des Produkt-Marketings zu den 7 P des Dienstleistungs-Marketings
- Marketingkonzept konkret: Vom Angebot über die Positionierung und den USP zum Consumer Benefit
- Vertriebs-Grundlagen für klassische Unternehmen und digitale Start-ups
- Aufbau von effizienten Vertriebsprozessen und passenden -organisationen zu Geschäftsmodellen & ihre Skalierbarkeit
- Offline/Online Marketing Strategien im Vergleich
- Die 6 T's (Targets, Target Groups, Topics, Tonality, Tools, Timings) als Grundlage von Social Media Strategien
- Kostengünstige Maßnahmen für Existenzgründer
- Typische Fehler, Problemzonen und Stolperfallen sowie Best Practice

Methode

Inputphasen wechseln sich mit Arbeitsphasen in Kleingruppen, Einzelarbeit, Selbstreflexion und Diskussion im Plenum ab. Theorieinput, Praxisbeispiele, Checklisten, Präsentation.

Dozent

Frank Fölsch

Businessplan erstellen / 29.08.2025 / 9-17 Uhr

Deep Dive in die Erstellung des Businessplans. Das klingt trocken, ist aber spannend, weil hier die vorangegangenen Analysen und Ergebnisse über Markt, Wettbewerb, Finanz und Kostenplanung zusammengefasst und nochmals geschärft werden. Es entsteht das Booklet für die Unternehmensgründung, das jedem Gründer/jeder Gründerin hilft, sein/ihr Produkt in die Welt zu bringen.

Anhand von 10 Seiten erkennt man am Ende, ob die Unternehmens- und Produkt-Story, und die Geschäftsidee mit den Umsätzen stimmig sind und stark genug, um sich auf dem Markt zu behaupten.

Ziel:

Neben Input und Beispielen sollen die Teilnehmenden die betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse im Businessplan zu einem 10-seitigen Fahrplan zusammengetragen. Dieser sollte dann die Grundlage sein, um Gründungskapital bei einer Bank oder bei Förderern zu bekommen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Gründungsservice



Hochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin
University of Applied Sciences

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Produkt, Alleinstellungsmerkmal
- Kundensegmente
- Wettbewerbsanalyse
- Positionierung, SWOT-Analyse
- Marketing, Pricings
- Umsatzplanung
- Vertriebsstrategien und Kommunikation
- Team
- Einnahmen und Kostenstruktur
- Finanz- und Liquiditätsplanung anhand einfacher Excellisten

Methode

Theorieinput, Praxisbeispiele, Templates und Tools,

Dozentin

Elle Langer