



MODUL 5

Ich beschlieÙe, ein grünes Unternehmen zu gründen

Lernziele

Das werden Sie hier lernen:

- Informationen und Wissen können Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiken verringern.
- Sie finden Beispiele dafür, wie man das Beste aus Ideen und Chancen macht.
- Sie nehmen das Gefühl vorweg, Ziele zu erreichen.



Abbildung 1: Vor einer Entscheidung stehen

Basic information



Sie machen sich mit der SWOT-Analyse, dem 3-Zonen-Modell und dem Mentaltraining vertraut.



Dieses Modul enthält drei Übungen.



Sie benötigen 15 Stunden, um das Modul abzuschließen.



Zum Bestehen dieses Moduls sind 66% richtige Antworten erforderlich.



Ihre Dozent:innen sind Klaus, Susanne und Vladimir.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Inhalt

LERNZIELE	0
BASIC INFORMATION	0
WILLKOMMEN BEI MODUL 5!	3
WIE INFORMATIONEN UND WISSEN UNGEWISSHEIT, MEHRDEUTIGKEIT UND RISIKEN VERRINGERN KÖNNEN?	3
Die SWOT-Analyse.....	4
Wie führen Sie eine SWOT-Analyse durch?	5
1. Umweltanalyse (externe Analyse).....	5
2. Analyse der Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens.....	6
Stärken.....	6
Schwächen.....	7
3. ANALYSE DER CHANCEN UND RISIKEN	8
Chancen.....	8
Risiken.....	9
4. Ergebnisse der SWOT-Analyse.....	11
Strategische Maßnahmen ableiten	11
Beispiel für eine SWOT-Analyse	11
Beispiel einer Umweltanalyse:.....	12
Beispiel einer Stärken-Schwächen-Analyse:	12
Beispiel einer Chancen-Risiken-Analyse:.....	13
Beispiele für strategische Maßnahmen	14



WIE MAN BEISPIELE FÜR DIE OPTIMALE NUTZUNG VON IDEEN UND MÖGLICHKEITEN FINDET	16
.....	
Die wahre Geschichte von Herrn Andoura.....	16
Drei-Zonen-Modell	17
Von der Komfortzone zur Wachstumszone (Lernzone)	20
Warum ist es so schwer, die Komfortzone zu verlassen?.....	21
Fehlende Gründe.....	21
Unsere Überzeugungen schützen	21
Angst, Fehler zu machen	21
Angst vor der Angst.....	21
Wie man aus der Komfortzone in die Lernzone kommt.....	22
Aktivierende Übungen machen.....	22
Lernen Sie, mit Ängsten umzugehen.....	23
Planen Sie kleine Schritte.....	23
Motivation erzeugen	23
Beschreiben Sie Ihre Absicht positiv	24
Finden Sie Menschen, die Sie in die Lernzone begleiten	24
Hinterfragen Sie Ihre Ängste	24
Seien Sie achtsam!.....	25
WIE MAN DAS GEFÜHL VORWEGNIMMT, ZIELE ZU ERREICHEN	26
Visualisieren Sie Ihr Ziel und erleben Sie es mit allen Sinnen	26
Autosuggestion.....	27
Führen Sie ein Erfolgstagebuch.....	27
Menschen finden, die Sie unterstützen	28
REFERENZLISTE	29
LISTE DER ABBILDUNGEN	30



Willkommen bei Modul 5!

In diesem letzten Modul des ersten Teils des Lehrgangs lernen Sie, wie Sie die SWOT-Analyse nutzen können, um Ihre Geschäftsidee zu verbessern. Dann finden Sie ein Beispiel, wie Sie Ideen und Chancen optimal nutzen können. Zum Schluss widmen wir uns noch dem Thema Mentaltraining. Konkret geht es darum, wie Sie das Gefühl der Zielerreichung bereits vorwegnehmen können. Dieses Modul schließt das erste Drittel des Lehrgangs ab, in dem Sie Ihre grüne Geschäftsidee entwickelt haben. Und dieses Modul soll auch den Anstoß für den nächsten Schritt geben. Denn im nächsten Teil des Lehrgangs geht es dann darum, dass Sie die ersten konkreten Schritte zur Gründung Ihres Unternehmens machen.

Wie Informationen und Wissen Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiken verringern können?



Abbildung 2: Risiko-Management

Sie wollen ein grünes Unternehmen gründen. Sicherlich wollen Sie das Beste aus Ihren Ideen und Möglichkeiten machen! Wir möchten Ihnen ein Instrument vorstellen, mit dem Sie sich einen guten Überblick über die Chancen und Risiken verschaffen können: Die SWOT-Analyse.

Die SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse wurde in den 1960er Jahren an der Harvard Business School für den Einsatz in Unternehmen entwickelt.

Die SWOT-Analyse ist ein wertvolles Instrument, um die Stärken und Schwächen und die Chancen und Gefahren Ihrer unternehmerischen Tätigkeit zu ermitteln.

Mit der SWOT-Analyse können Sie strategisch planen. Dabei messen und bewerten Sie objektiv Ihre Geschäftsidee. Und Sie können Ihre Idee mit den Angeboten Ihrer Konkurrent:innen vergleichen. Das übergeordnete Ziel dabei ist, Ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Die SWOT-Analyse ist ein elementarer Bestandteil Ihres Businessplans, wenn Sie ein Unternehmen gründen wollen. Sie können Ihr Geschäftsmodell analysieren und Investor:innen von Ihnen und Ihrem Angebot überzeugen. Die Abkürzung SWOT steht in Englisch für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken). Diese vier Kategorien werden in der SWOT-Analyse untersucht:

- Stärken sind die Merkmale Ihrer Geschäftsidee, die einen Wettbewerbsvorteil darstellen oder besser sind als die der Konkurrenz.

Stärken



- Schwächen sind alle Merkmale der Geschäftsidee, die einen Nachteil im Wettbewerb darstellen und sich negativ auf den Erfolg auswirken können.

Schwächen



- Chancen sind externe Faktoren in der Umwelt oder auf dem Markt, die dem Unternehmen einen Vorteil verschaffen können.

Chancen



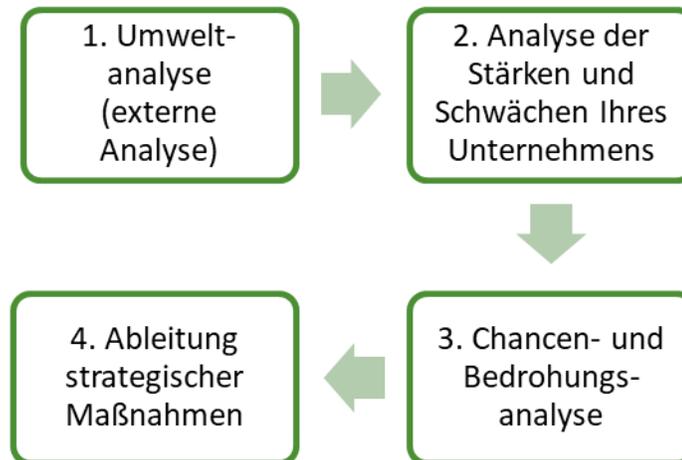
- Risiken sind äußere Faktoren im Umfeld oder im Marktgeschehen Ihrer Geschäftsidee, aus denen Nachteile oder Gefahren entstehen können.

Risiken



Wie führen Sie eine SWOT-Analyse durch?

Um eine SWOT-Analyse zu erstellen, sollten Sie die folgenden Schritte durchführen:



1. Umweltanalyse (externe Analyse)

Um eine SWOT-Analyse durchzuführen, analysieren Sie zunächst das Umfeld Ihres geplanten Unternehmens. Dabei berücksichtigen Sie Chancen und Risiken und betrachten den Wettbewerb. Bei der Umweltanalyse werden die Trends in Ihrer Branche, Ihre Kund:innen und Ihre Wettbewerber:innen untersucht.

Sie können sich die folgenden Fragen stellen:

Welche Konkurrenten gibt es auf dem Markt und welche von ihnen bieten ähnliche Dienstleistungen oder Produkte an?

Welche Gesetze und Verordnungen gibt es, die für mein für mein geplantes Geschäft?

Welche großen Trends gibt es auf dem Markt?

Welche externen Faktoren beeinflussen das Verhalten der Kund:innen?

Welche politischen Faktoren haben einen Einfluss auf mein geplantes Geschäft?

Gibt es wirtschaftliche Veränderungen oder Faktoren, die das Marktumfeld oder die grüne Wirtschaft positiv oder negativ beeinflussen?

2. Analyse der Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens

Im ersten Schritt der SWOT-Analyse haben Sie die Umweltfaktoren von außen betrachtet. Im zweiten Schritt analysieren Sie nun die internen Aspekte Ihres Unternehmens und wie Ihr Unternehmen in dieses Umfeld passt. Dies ist wichtig, denn Ihr geplantes Unternehmen wird nicht in einem Vakuum existieren. Ihr geplantes Unternehmen wird durch Kund:innenverhalten, Trends, Politik, Wirtschaft und andere Faktoren beeinflusst. Sehen Sie sich Ihre Geschäftsidee genau an und prüfen Sie ihre Stärken und Schwächen.

Stärken

Die Stärken einer Geschäftsidee können sein:

- innovative Produkte
- spezifisches Know-how
- Ihre Dienstleistungen
- niedrige Fixkosten
- Standortvorteile
- qualifizierte Mitarbeiter:innen
- technologisches Know-how
- gut eingespielte Prozesse
- kurze Entscheidungswege

Mit den folgenden Fragen können Sie Ihre Stärken herausfinden:

Was sind die Wettbewerbsvorteile meiner Geschäftsidee?

Was macht mein Angebot einzigartig und wertvoll?

Was zieht meine Kunden an?

Über welche starken Vermögenswerte verfügt mein Unternehmen, z. B. geistiges Eigentum, Interessengruppen, Gebäude usw.?

Schwächen

Schwächen sind diejenigen Merkmale Ihrer Geschäftsidee, die in Ihrem einzigartigen Umfeld von Nachteil sind. Schwächen können sich also negativ auf den Erfolg Ihres geplanten Unternehmens auswirken.

Die Schwächen Ihres Unternehmens können sein:

- Mangel an Know-how
- Fehlen eigener Vertriebskanäle oder Räumlichkeiten
- geringes Startkapital
- geringe Finanzkraft
- Abhängigkeit von Partnern
- fehlendes Know-how
- fehlender Patentschutz
- geringer Einfluss auf Lieferanten.

Mit diesen Fragen können Sie Ihre Schwächen herausfinden:

Was könnten andere Wettbewerber besser machen als ich?

Welche meiner Prozesse könnten verbessert werden?

Womit hat mein Unternehmen im Vergleich zu anderen zu kämpfen?

Welche Ressourcen fehlen meinem geplanten Unternehmen, von Patenten über Finanzierung bis hin zu Mitarbeiter:innen und mehr?

3. Analyse der Chancen und Risiken

Ausgehend von den externen Faktoren, Schwächen und Stärken Ihrer Geschäftsidee können Sie nun die Risiken und Chancen für Ihr geplantes Unternehmen ableiten.

Chancen ergeben sich, wenn ein externer Faktor auf die Stärken Ihres geplanten grünen Unternehmens trifft. Risiken hingegen entstehen, wenn externe Faktoren den Erfolg Ihres geplanten grünen Unternehmens bedrohen und Sie dieser Bedrohung nicht entgegenwirken können.

Chancen

Chancen sind externe Einflüsse, Entwicklungen und Faktoren im Umfeld Ihres geplanten Unternehmens und auf dem Markt. Diese Chancen können sich positiv auf Ihr Unternehmen auswirken.

Chancen ergeben sich oft aus Veränderungen im Marktumfeld. Sie wollen ein grüner Unternehmer/eine grüne Unternehmerin werden! Berücksichtigen Sie hier besonders grüne Aspekte! Welche rechtlichen Rahmenbedingungen fördern jetzt besonders die grüne Wirtschaft?



Denken Sie an Folgendes:

- neue Trends in der Gesellschaft
- Veränderungen im Verhalten der Kund:innen
- Produktverbesserungen
- Zunahme der Kaufkraft
- technologische Entwicklungen
- Produktverbesserungen
- Ausscheiden von Konkurrent:innen aus dem Markt

Mit diesen Fragen können Sie Chancen für Ihre Geschäftsidee finden:

Wie groß ist der tatsächliche Bedarf an Veränderungen?

Welche zukünftigen Chancen sind absehbar?

Welche Trends sind günstig?

Welche Veränderungen im Umfeld können von Vorteil sein?

Risiken

Risiken sind externe Entwicklungen, Einflüsse und Faktoren, die sich negativ auf Ihr geplantes Unternehmen auswirken können. Diese Bedrohungen können Ihr geplantes Unternehmen gefährden oder zu Nachteilen führen.

Mögliche Risiken sind unter anderem:

- Inflation
- neue Konkurrenz oder alternative Angebote treten in den Markt ein
- gesetzliche Änderungen

- Änderungen der Wechselkurse
- Abwanderung von wichtigen Schlüsselkunden
- Kündigung von wichtigen Know-how-Trägern im Unternehmen
- kritische Presseberichte
- Imageverlust

Mit diesen Fragen können Sie die Risiken für Ihr geplantes Geschäft herausfinden:

Wo liegen die Gefahren für mein geplantes Geschäftsmodell?

Welche Entwicklungen im Umfeld könnten ungünstige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung oder die Wettbewerbsfähigkeit haben?

Welche Aktivitäten sind von Konkurrent:innen zu erwarten?

Stärken und Schwächen werden höchstwahrscheinlich sehr individuell sein, abhängig von Ihrem geplanten Geschäft. Chancen und Gefahren auf dem Markt betreffen sowohl Ihr Unternehmen als auch die Ihrer Konkurrent:innen.

4. Ergebnisse der SWOT-Analyse

Die recherchierten Informationen werden in einer Übersicht zusammengeführt. Auf diese Weise sind die wichtigsten positiven und negativen Einflussfaktoren aus der externen und internen Analyse auf einen Blick sichtbar. In der Positivspalte werden alle Aspekte genannt, die vorteilhaft, nützlich und hilfreich sind und zum Erfolg beitragen können. In der Negativspalte werden alle nachteiligen, schädlichen und hemmenden Elemente genannt, die den Erfolg gefährden können..

	positiv	negativ
	Stärken	Schwächen
Interne Analyse Ihres geplanten Geschäfts	Hier sind die Stärken Ihres geplanten grünen Unternehmens (im Vergleich zur Konkurrenz).	Schwächen des Unternehmens (im Vergleich zu Wettbewerbern) sind hier aufgeführt.
	Chancen	Risiken
Umweltanalyse (externe Analyse)	Hier sind Gelegenheiten, Möglichkeiten, Potenziale und Chancen, die sich auf dem Markt und im Umfeld zeigen.	Bedrohungen, Gefahren, oder Risiken, die bestehen oder Ihr geplantes grünes Unternehmen bedrohen könnten, sind hier aufgeführt.

Strategische Maßnahmen ableiten

Nachdem Sie die SWOT-Analyse durchgeführt haben, können Sie anhand der Ergebnisse Maßnahmen entwickeln, um Ihre Chancen gewinnbringend zu nutzen und die Risiken zu mindern. Dies ist ein Prozess, den Sie nicht nur zu Beginn Ihrer Existenzgründung durchführen. Idealerweise wird er während des gesamten Lebenszyklus Ihres Unternehmens wiederholt.

Beispiel für eine SWOT-Analyse

Lassen Sie uns an einem Beispiel zeigen, wie eine SWOT-Analyse in der Praxis funktioniert.

Nehmen wir an, Sie sind Künstler:in und wollen sich mit Schmuckdesign selbstständig machen. Und Sie wollen den grünen Aspekten besondere Aufmerksamkeit schenken.

Beispiel einer Umweltanalyse:

Wenn Sie sich die Markttrends in der Umweltanalyse ansehen, werden Sie feststellen, dass die Nachfrage nach personalisiertem Schmuck auf dem Markt gestiegen ist. Immer mehr Kunden kaufen ihren Schmuck online. Wenn Sie jedoch Ihre Konkurrenz analysieren, werden Sie feststellen, dass viele Anbieter:innen und Online-Shops auf dem Markt verschiedene Arten von Schmuck anbieten. Außerdem können Sie aus Ihrer Analyse lernen: Immer mehr Kund:innen wollen Schmuck aus nachhaltigen Quellen kaufen (GRÜNER ASPEKT!) und schätzen eine große Auswahl und verschiedene Designs. Sie, als Unternehmer:in, legen besonderen Wert auf Nachhaltigkeit. Deshalb beziehen Sie alle Materialien für Ihren Schmuck aus ökologisch einwandfreien Quellen.

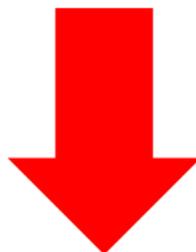
Beispiel einer Stärken-Schwächen-Analyse:

Diese Informationen können Sie nun in der Stärken-Schwächen-Analyse nutzen:



Stärken:

Vielleicht haben Sie bereits eine treue Fangemeinde, die Ihre Kunst liebt. Und diese Menschen kaufen gerne Schmuck. Vielleicht stellen Sie auch fest, dass Ihre Entwürfe besonders innovativ sind. Und Sie verwenden nur Materialien aus ökologisch einwandfreien Quellen. Und Sie verfügen auch über ein gutes Startkapital. All das sind definitiv Stärken, die Sie in das Start-up einbringen.

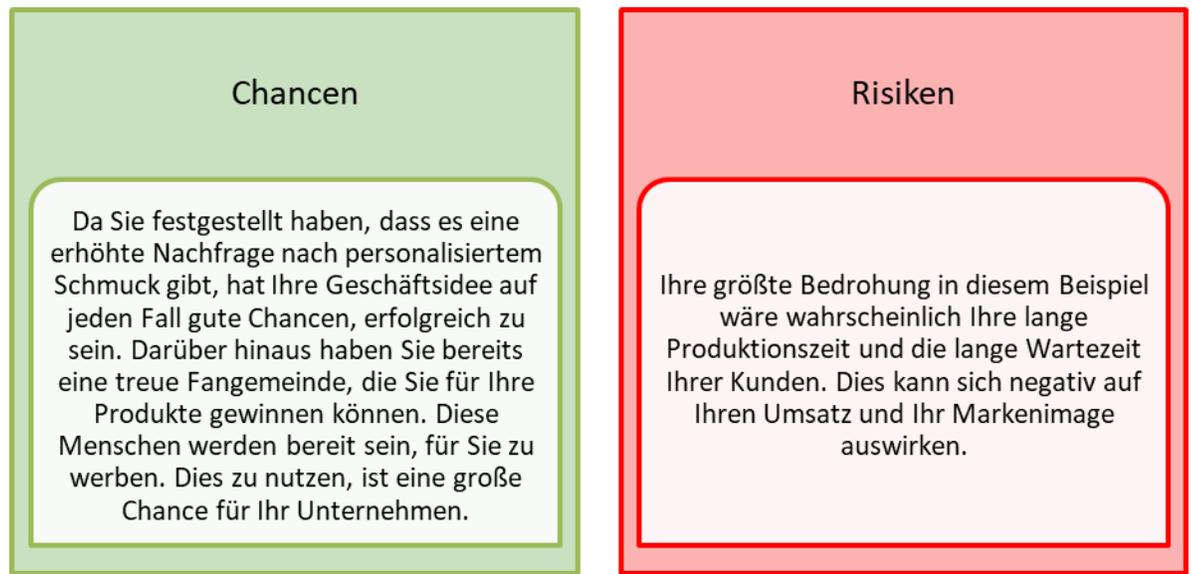


Schwächen:

Eine Ihrer Schwächen könnte sein, dass Sie Ihren Schmuck nicht auf Lager haben. Stattdessen stellen Sie ihn von Hand her, nachdem er bestellt worden ist. Auch wenn einige Kund:innen dies zu schätzen wissen, bedeutet diese Art der Herstellung auch, dass Sie keine Lagerbestände aufbauen können: Sie können keinen Lagerbestand aufbauen, die Herstellung Ihres Schmucks dauert lange und Sie haben daher lange Lieferzeiten.

Beispiel einer Chancen-Risiken-Analyse:

Bei der Analyse Ihrer Chancen und Risiken können Sie nun prüfen, wo die Bedürfnisse des Marktes auf die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens treffen.



Erstellen Sie nun eine übersichtliche Tabelle:

	positiv	negativ
	Stärken	Schwächen
Interne Analyse	<ul style="list-style-type: none"> treue Fangemeinde besonders innovative Designs gutes Startkapital Materialien aus ökologisch einwandfreien Quellen 	<ul style="list-style-type: none"> kein Schmuckbestand
	Chancen	Risiken
Umwelt-analyse	<ul style="list-style-type: none"> Gestiegene Nachfrage nach personalisiertem Schmuck Gesteigerte Nachfrage nach Schmuck aus nachhaltigen Quellen Loyale Fangemeinde wirbt 	<ul style="list-style-type: none"> Lange Produktionszeit lange Wartezeiten für Kunden weniger Umsatz negatives Markenimage

Beispiele für strategische Maßnahmen

Nach Abschluss der SWOT-Analyse können Sie über strategische Maßnahmen nachdenken, um Ihre Chancen gewinnbringend zu nutzen und Risiken zu vermeiden.



Erwägen Sie die Einrichtung eines Online-Shops, um vom Trend zum Online-Shopping zu profitieren.

Außerdem sparen Sie damit die Miete für ein Einzelhandelsgeschäft.

Denken Sie über eine Zusammenarbeit mit einem anderen Schmuckdesigner nach, der ebenfalls Schmuck aus nachhaltigen Rohstoffen anbietet. Das hilft Ihnen auch, die Nachfrage Ihrer Kund:innen nach Schmuck aus nachhaltigen Quellen zu erfüllen.



Und ziehen Sie eventuell den Einsatz von Maschinen in Betracht. So können Sie lange Wartezeiten für Produktion und Versand vermeiden.

Überlegen Sie, wie Sie Marketing und E-Mail-Marketing einsetzen können, um mit Ihrer treuen Fangemeinde zu interagieren. Vielleicht möchten Sie einen Newsletter erstellen oder ein Forum einrichten, um mit Ihren Fans in Kontakt zu treten. Beiträge in den sozialen Medien sind ebenfalls eine gute Möglichkeit, ein breites Publikum zu erreichen und neue Kund:innen zu gewinnen.



ÜBUNG 1



M 5_Ü 1: SWOT-Analyse für mein geplantes grünes Unternehmen

Öffnen Sie ein Schreibprogramm oder nehmen Sie ein Blatt Papier. Schreiben Sie oben auf das Blatt die Nummer des Moduls und die Nummer dieser Übung.

Führen Sie eine SWOT-Analyse für Ihre Geschäftsidee durch.

Beantworten Sie dabei alle Fragen, die Sie in diesem Skript zu den Punkten Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen finden.

Erstellen Sie eine übersichtliche Tabelle, die sowohl eine interne Analyse als auch eine Umfeldanalyse enthält.

Leiten Sie strategische Maßnahmen für Ihre Geschäftsidee ab.

Wenn Sie die Übung abgeschlossen haben, benennen Sie Ihr digitales Dokument nach der Nummer dieser Übung und speichern Sie es in dem Ordner zu Modul 5!

Wenn Sie die Übung auf Papier gemacht haben, machen Sie lesbare Fotos und bewahren Sie sie auf.

Wie man Beispiele für die optimale Nutzung von Ideen und Möglichkeiten findet

Sie sind gerade dabei, Ihr eigenes grünes Unternehmen zu gründen. Das erfordert Mut, Entschlossenheit und Tatkraft! Aber wie gehen Sie mit der Unsicherheit um? Sicher, Sie werden alles so gut wie möglich planen. Trotzdem lassen sich nur einige Risiken ausschalten! Manche Dinge bleiben erst einmal unklar.

Mit diesen Herausforderungen muss man umgehen können, wenn man erfolgreich sein will!

Aber wie kann man bei all diesen Dingen nicht den Mut verlieren? Wie können Sie das Beste aus Ideen und Chancen machen? Wie haben es andere Unternehmer:innen geschafft, erfolgreich zu sein? Wie haben sie die Chancen genutzt und ihre Idee erfolgreich umgesetzt?

Wir sind überzeugt, dass all diese Menschen eines gemeinsam haben: Mut.

Mut hilft uns, Herausforderungen zu meistern. Mut ermöglicht es uns, Chancen zu ergreifen. Mut ermöglicht es uns, das Beste aus unseren Ideen zu machen.

Die wahre Geschichte von Herrn Andoura

An dieser Stelle möchten wir die Geschichte von Herrn Andoura erzählen:

Nabil Andoura war ein angesehener Geschäftsmann in Syrien. Herr Andoura stellte in seinem Heimatland erfolgreich Seifen her. Kurz vor dem Krieg beschäftigte sein Unternehmen rund 75 Mitarbeiter in Syrien. Er exportierte seine Produkte in Länder wie Südkorea, China und Deutschland.

Unmittelbar nach Beginn des Krieges wurde Herr Andoura enteignet.

Während des Krieges wurde sein Unternehmen in Syrien zerstört. Er verlor alles und musste fliehen.

Doch Herr Andoura ließ sich davon nicht unterkriegen. Er wollte in seiner neuen Heimat Österreich in seinen alten Beruf zurückkehren. Und genau das hat er getan.



In Wien haben Nabil Andoura und sein Sohn Ahmad Andoura in Zusammenarbeit mit ihren ehemaligen Produktionsmitarbeitern im Süden der Türkei ihren Firmensitz wiedereröffnet. Sie betreiben auch zwei Einzelhandelsgeschäfte für ihre Bio-Seifenprodukte in Wien. Und Vater und Sohn arbeiten am Aufbau eines neuen Handels- und Vertriebsbüros in London.

Beide haben alles verloren und in Wien noch einmal ganz von vorne angefangen. Nabil Andoura sagt: "Wenn die politische Stabilität zurückkehrt, werden wir in Syrien neu anfangen. Wir werden unseren Traum von der Aleppo-Seife nicht aufgeben." Und er sagt: "Es gibt ein syrisches Sprichwort. Es besagt, dass ein Unternehmen kein Zuhause braucht."

Was können wir aus dieser Geschichte lernen?

Herr Andoura und sein Sohn haben tatsächlich viel Schreckliches erlebt. Sie hatten alles verloren. Sie hatten eine ungewisse Zukunft vor sich. Sie hatten mit Ungewissheit zu kämpfen. Sie mussten neu anfangen. Sie brauchten viel Mut und Kraft. Und sie haben es geschafft.

Wie können Sie es schaffen? Wie können Sie Unsicherheiten überwinden? Was kann Sie persönlich stärken?

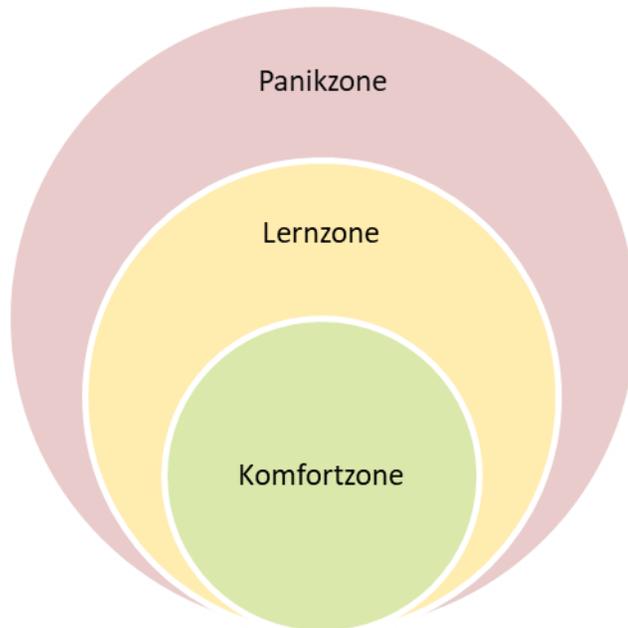
Die große Frage ist also: **Wie können Sie ein Beispiel dafür werden, wie man Unsicherheiten überwindet?**

Wie können Sie selbst ein Beispiel dafür werden, wie jemand seine Ideen und Möglichkeiten optimal nutzt?

Drei-Zonen-Modell

Wir möchten Ihnen ein Modell vorstellen, das Ihnen hilft, mit Unsicherheiten umzugehen. Dieses Modell lässt Sie auch verstehen, dass Ungewissheiten und Mehrdeutigkeiten einfach dazugehören, wenn man etwas Neues beginnt.

Es wird das 3-Zonen-Modell genannt und wurde ursprünglich von Yerkes und Dodson entwickelt. Wie der Name schon sagt, beschreibt dieses Modell drei Bereiche, in denen sich Menschen bewegen, wenn sie vor großen Herausforderungen stehen.



Ihre Stärken und Fähigkeiten.

Das Komfortzonenmodell besteht aus drei Zonen. Es beschreibt einen Veränderungsprozess: Die Zonen werden Komfortzone, Lernzone und Panikzone genannt. Jeder Mensch hat eine Komfortzone, in der er sich wohlfühlt. In Ihrer Komfortzone erledigen Sie Aufgaben souverän und routiniert. Und Sie kennen

Außerhalb dieser Komfortzone beginnt das Unbekannte. Der neue Aufgabenbereich liegt jenseits der bisher bekannten Grenzen. Deshalb löst das Verlassen der Komfortzone meist ein Gefühl des Unbehagens aus.

Wo für Sie die Lernzone und die Panikzone beginnt, hängt von Ihrer Persönlichkeit ab und davon, wie Sie die Ereignisse in Ihrem Leben wahrnehmen. Eines ist sicher: Wir können die drei Zonen nicht vermeiden, wenn wir lernen, uns beruflich entwickeln oder über uns hinauswachsen wollen.

Aber das hat auch seine Vorteile. Nicht umsonst gibt es das Sprichwort:

We wagt, gewinnt!

Aber sehen wir uns diese Zonen einmal genauer an:

Komfortzone

Diese erste Zone markiert den Bereich, in dem sich eine Person wohl und sicher fühlt. Er/sie kann einschätzen, was auf ihn/sie zukommt und kennt sich aus. Es fällt ihr/ihm leicht, Aufgaben zu bewältigen oder mit ihrer/seiner Umwelt zu kommunizieren. Kompetenz, Routinen und Gewohnheiten sorgen für das nötige Selbstvertrauen. Äußere Zwänge oder Eigeninitiative können jedoch dazu führen, dass die Komfortzone verlassen werden muss.

Lernzone

Diese zweite Zone wird auch als "Wachstums- oder Risikozone" bezeichnet. Hier betritt eine Person Neuland. Alte Regeln funktionieren nicht mehr. Stattdessen müssen wir uns neuen Herausforderungen stellen. Das schafft Unsicherheit. Wir sind uns der möglichen Risiken bewusst und bewegen uns entsprechend vorsichtig. Wenn das Experiment und der Plan aufgehen und wir unser Wissen oder unsere Fähigkeiten erweitern konnten, erweitern wir auf diese Weise unsere Komfortzone.

Panikzone

Die dritte Zone ist die Panikzone. Hier liegt alles, was sich nicht auf die bekannte Weise steuern und kontrollieren lässt. Das passiert zum Beispiel, wenn man nicht nur neues Terrain betritt, sondern völlig im Dunkeln tappt. Risiko und Gefahr werden überwältigend, es kann kein Lernen mehr stattfinden. Wenn man in diesem Bereich tatsächlich scheitert, ziehen sich die meisten Menschen in ihre Komfortzone zurück und verstärken sogar deren Grenzen. Es wird dann immer schwieriger, einen neuen Versuch zu starten.



Von der Komfortzone zur Wachstumszone (Lernzone)

Das Verbleiben in der Komfortzone verhindert persönliches Wachstum. Natürlich möchte jeder das Gefühl haben, die Kontrolle über sein Leben zu haben. Aber wer träge wird, wenn es darum geht, über den Tellerrand zu schauen und seinen (geistigen) Horizont zu erweitern, verschließt sich dem Leben. Erfolg, Glück, Karriere und (neue) Freunde erfordern immer einen Schritt nach draußen.

Das Leben beginnt am Ende der Komfortzone. Dort wird es spannend, und wir verlassen selbst gesetzte Grenzen. Wir können uns nur dann persönlich weiterentwickeln, wenn wir uns regelmäßig neuen Aufgaben stellen. Wir sind nicht dafür gemacht, bequem zu sein, so schön sich das auch anfühlen mag. Der Körper und der Geist hungern nach neuen Reizen, nach Training, nach Entwicklung. Nur so können wir leben und es nicht einfach geschehen lassen.

Das Verlassen der Komfortzone kann unterschiedliche Auswirkungen haben. Wünschenswert ist, dass Lernprozesse in Gang gesetzt werden, die auch an anderer Stelle positive Auswirkungen haben. Wir sammeln zunächst neue Erfahrungen, machen möglicherweise Fehler, lernen daraus und erweitern so unser Spektrum, unser Wissen und unsere Fähigkeiten. Kurzum: Wir schöpfen unser Potenzial aus.

Wachstum findet in Etappen statt - Stück für Stück, Schritt für Schritt. Grenzen zu verschieben erfordert immer Ausdauer, Kraft und Mut. Trotzdem kann man sich "bequem" vorwärts bewegen. Das ist sogar wichtig, um mit Gefühlen der Ohnmacht oder des Überfordertseins besser umgehen zu können. Diese dürfen nicht zum Dauerzustand werden. Dauerstress macht krank und kann zu Burnout führen.

Achten Sie deshalb darauf, dass Sie regelmäßig Pausen machen und sich entspannen. Gönnen Sie sich weiterhin Rückzugsorte. Diese sind für das Wohlbefinden ebenso wichtig wie Erfolgserlebnisse.

Warum ist es so schwer, die Komfortzone zu verlassen?

Manchen von uns fällt es sehr schwer, ihre Komfortzone zu verlassen, andere finden es langweilig, dort zu bleiben. Mit den folgenden Punkten können Sie sich motivieren, etwas Neues auszuprobieren.

Fehlende Gründe

Oft fehlt es an Gründen oder Anreizen. Menschen sind nicht bereit, ihre Komfortzone ohne attraktive Anreize oder starken Druck zu verlassen. Wir Menschen brauchen Ziele, für die es sich lohnt, ein Risiko einzugehen. Fehlen uns diese Ziele, bleiben wir in unserer Komfortzone.

Unsere Überzeugungen schützen

Es braucht Arbeit, um die eigenen Überzeugungen zu überdenken. Und die Gehirnforschung bestätigt dies: Überzeugungen zu ändern bedeutet, viele neuronale Verbindungen zu verändern.

Deshalb schützen wir unsere Überzeugungen. Wir vermeiden Gegenbeweise und suchen gezielt nach Bestätigung für unsere Version der Wahrheit.

Wir bleiben in unserer Komfortzone, um unsere Überzeugungen zu schützen.

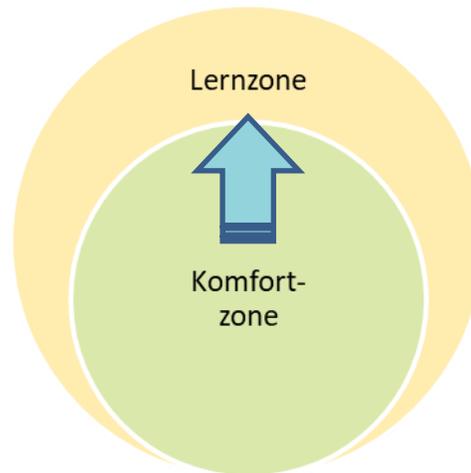
Angst, Fehler zu machen

In der Schule wurden wir oft bestraft, wenn wir einen Fehler machten. Deshalb haben wir gelernt, Angst vor Fehlern zu haben. Und deshalb wollen wir Fehler vermeiden. Außerhalb der Komfortzone ist die Gefahr, Fehler zu machen, jedoch groß. Aus Selbstschutz bleiben wir deshalb oft in unserer Komfortzone.

Angst vor der Angst

Ein wenig Angst zu haben und sich unwohl zu fühlen, wenn man neue Dinge tut, ist völlig normal. Vor allem Männer haben als Kinder gelernt, dass Angst nicht gut ist. Viele Männer ziehen es vor, in ihrer Komfortzone zu bleiben und so ihre Männlichkeit zu schützen.

Wie man aus der Komfortzone in die Lernzone kommt



Diese Anregungen werden Ihnen helfen, Ihre Komfortzone zu verlassen und etwas Neues zu wagen: denn es lohnt sich, Ihre Komfortzone zu verlassen und die Lernzone zu betreten! Warum?

Während Sie sich in der Lernzone befinden, erweitern Sie Ihre Komfortzone. Sie lernen, mit weniger Aufwand mehr zu erreichen.

Die folgenden Übungen helfen Ihnen, die Lernzone zu betreten:

Aktivierende Übungen machen

Wenn wir motiviert sind, fällt es uns leicht, aktiv zu werden.

Wenn wir uns motiviert fühlen, bereitet sich unser Körper darauf vor, aktiv zu werden: Unser Herz schlägt schneller, und unser Blutdruck steigt an. Auf diese Weise stellt unser Körper uns mehr Energie für die bevorstehende Aktivität zur Verfügung. Wenn wir nicht motiviert sind, wird unser Körper auch nicht aktiv werden. Das bedeutet, dass wir auch dann nicht aktiv werden, wenn wir es geistig für gut halten, aber nicht motiviert sind.

Was ist also zu tun? Bereiten Sie Ihren Körper durch leichte körperliche Aktivität darauf vor, die Lernzone zu betreten.

Lernen Sie, mit Ängsten umzugehen

Viele Menschen verkrampfen sich, wenn Ängste und Befürchtungen aufkommen. Es ist jedoch ganz normal, dass diese Gefühle auftreten, wenn wir die Lernzone betreten.

Lassen Sie diese unangenehmen Gefühle zu und akzeptieren Sie sie! Denn: Je mehr man versucht, unangenehme Gefühle zu vermeiden, desto stärker werden die negativen Gefühle.

Wir leben in einer Gesellschaft, in der die Menschen ihre Schwächen nicht gerne zeigen. Dadurch entsteht der Eindruck, dass man seine Ängste verstecken muss und dass andere Menschen keine Sorgen haben.

Aber die Wahrheit ist, dass alle Menschen Ängste haben. Und es ist völlig in Ordnung, Angst zu haben, wenn man nicht in ihr stecken bleibt. Denn sie liefert genau die Energie, die man braucht, um sich zu erweitern.

Planen Sie kleine Schritte

Auch der lange Weg zum Gipfel eines Berges beginnt mit dem ersten Schritt. Und viele kleine Schritte führen schließlich zum Ziel. Und oft ist es sinnvoll, Ihr Vorhaben in kleine Einzelschritte zu unterteilen.

Wenn Sie sich zum Beispiel scheuen, Geldgeber für Ihr Unternehmen zu kontaktieren, beginnen Sie mit etwas anderem: Recherchieren Sie im Internet nach Finanzierungsmöglichkeiten. Sie können warten, bis Sie jemanden finden. Aber den ersten Schritt haben Sie getan!

Motivation erzeugen

Große Ziele aktivieren uns! Und wenn wir loslegen, fällt es uns auch leichter, unsere Komfortzone zu verlassen und die Lernzone zu betreten. Es ist wichtig, realistische Erwartungen zu haben, an die man auch glauben kann.



Oft werden wir nicht aktiv, weil uns allzu negative Berichte in den Medien abschrecken. Das liegt daran, dass wir unsere Erwartungen oft erst auf der Grundlage persönlicher Erfahrungen entwickeln müssen.

Vermeiden Sie daher negative Medienberichte, wenn Sie den Lernbereich häufiger betreten wollen.

Beschreiben Sie Ihre Absicht positiv

Es braucht gute Gründe, damit wir aktiv werden. Je genauer Sie sagen können, was Sie lernen wollen, desto eher sind Sie bereit, sich auf das Lernen einzulassen. Denken Sie an all die Vorteile, die es mit sich bringt, etwas Neues zu beginnen. Das wird Sie motivieren!

Finden Sie Menschen, die Sie in die Lernzone begleiten

Es ist leichter, in die Lernzone zu gehen, wenn man nicht allein ist.

Es ist sehr motivierend, wenn wir sehen, dass andere Menschen es geschafft haben. Dann können wir uns auch leichter überwinden.

Und es ist gar nicht nötig, dass diese Menschen persönlich anwesend sind! Lesen Sie Bücher von oder über erfolgreiche Menschen, gehen Sie zu Vorträgen oder schauen Sie sich einen Artikel im Internet an.

Hinterfragen Sie Ihre Ängste

Oft kommen wir nicht in Gang, weil wir uns das Schlimmste vorstellen. Dagegen können Sie etwas tun! Beantworten Sie einfach diese drei Fragen der Reihe nach:

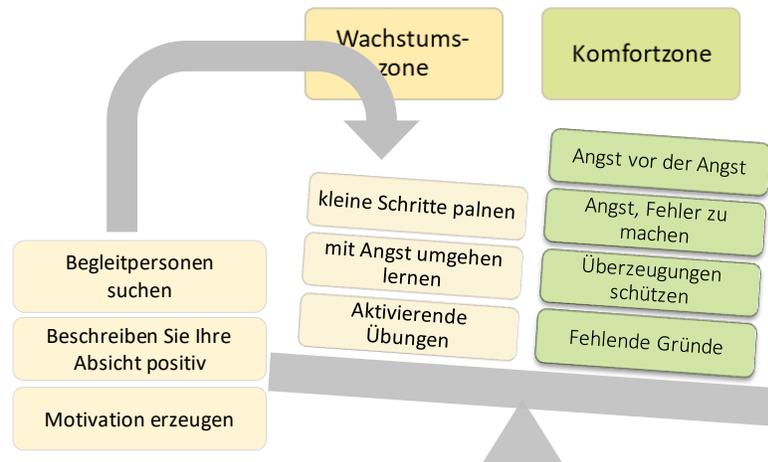
Was ist das Schlimmste, was passieren könnte? (Was wäre so schlimm daran?)

Was wird höchstwahrscheinlich passieren? (Woher weiß ich, dass es der wahrscheinlichste Fall ist?)

Was könnte im besten Fall passieren? (Was kann ich tun, um diesen Fall wahrscheinlicher zu machen?)

Seien Sie achtsam!

Leben Sie den Wandel! Und tun Sie es bewusst. Dann wird es leichter. Achten Sie deshalb genau auf Ihre Gefühle und Ängste, sobald Sie vertrautes Terrain verlassen. Versuchen Sie zu verstehen, wovor Sie Angst haben und WARUM Sie sich verändern wollen!



ÜBUNG 2



M 5_Ü 2: Von der Komfortzone in die Lernzone

Öffnen Sie ein Schreibprogramm oder nehmen Sie ein Blatt Papier. Schreiben Sie oben auf das Blatt die Nummer des Moduls und die Nummer dieser Übung.

Kommentieren Sie ausführlich schriftlich die folgenden Punkte!

Lernzone

- Beschreiben Sie 3 Situationen, in denen Sie Ihre Komfortzone verlassen und sich direkt in die Lernzone begeben haben.
- Welche Ihrer Fähigkeiten haben Sie dabei gebraucht?
- Mit welchen Herausforderungen waren Sie konfrontiert?
- Was haben Sie gelernt? Was können Sie jetzt tun, was Sie vorher nicht tun konnten?

Wenn Sie die Übung abgeschlossen haben, benennen Sie Ihr digitales Dokument nach der Nummer dieser Übung und speichern Sie es in dem Ordner zu Modul 5!
Wenn Sie die Übung auf Papier gemacht haben, machen Sie lesbare Fotos und bewahren Sie sie auf.

Wie man das Gefühl vorwegnimmt, Ziele zu erreichen

In diesem letzten Kapitel geht es um mentales Training. Was ist mentales Training? Heute wissen wir, dass wir viel damit erreichen können, wie wir über bestimmte Dinge denken. Es geht also um sehr bewusstes Denken. Mentaltraining macht sich die Kraft der Gedanken zunutze. Durch mentales Training kann man Ziele schneller erreichen. Und Mentaltraining braucht etwas Übung. Es ist wichtig, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Wenn Sie dranbleiben und üben, wird Sie das beim Erreichen Ihrer Ziele unterstützen!

Wenn Sie diese Übungen regelmäßig durchführen, können Sie Ihren Geist darauf trainieren, sich auf das Gefühl einzustimmen, Ziele zu erreichen:

Visualisieren Sie Ihr Ziel und erleben Sie es mit allen Sinnen

Was wollen Sie erreichen? Wie sieht Ihr Ziel genau aus? Versuchen Sie, sich Ihren Plan so genau wie möglich vorzustellen. Viele Sportler arbeiten mit genau dieser Methode. Rennfahrer stellen sich zum Beispiel vor, wie sie die Strecke hinunterfahren, als Erste ins Ziel kommen und das Publikum begeistert ist.

Sie sehen also! Etwas zu visualisieren, um ein Ziel zu erreichen, funktioniert! Es motiviert dich und hilft dir, erfolgreich zu sein!

ÜBUNG 3



M 5_Ü 3: Ich stelle mir vor, dass ich ein Gewinner/eine Gewinnerin bin

Nehmen Sie sich fünf Minuten Zeit, um Ihr Ziel vor Ihrem geistigen Auge zu visualisieren. Stellen Sie sich vor, wie Sie mit Ihrem grünen Unternehmen Erfolg haben. Stellen Sie sich vor, wie Sie es erreicht haben. Was sehen und fühlen Sie? Können Sie spüren, wie stolz Sie sind? Versuchen Sie, dies in Ihrem Geist und auch in Ihrem Körper zu spüren. Lassen Sie Ihren Atem Ihre Lunge und Ihren Oberkörper ausdehnen. Nehmen Sie das Gefühl des persönlichen Wachstums vorweg. Konzentrieren Sie sich auf die positiven Dinge, die Sie sehen, und sagen Sie sich: "Ich kann das!"

Wenn Sie diese Übung oft wiederholen, werden Sie sich Ihrem Ziel schließlich sehr nahe fühlen und gut darauf vorbereitet sein!

Autosuggestion

Mit dieser Methode können Sie Ihr Unterbewusstsein trainieren, Sie zu unterstützen. Das macht es Ihnen leichter, Ihr Ziel zu erreichen. Und diese Methode ist ganz einfach! Feuern Sie sich mit einfachen, bestätigenden Sätzen an!

"Ich schaffe das, ich schaffe das, ich schaffe das...". Je öfter Sie sich diese Sätze bewusst sagen, desto mehr Motivation werden Sie entwickeln!

Führen Sie ein Erfolgstagebuch

Denken Sie am Abend bewusst daran, was Sie an diesem Tag erreicht haben. Das können auch kleine Dinge sein. Haben Sie heute ein gutes Gespräch geführt? Oder haben Sie jemandem geholfen? Haben Sie etwas herausgefunden, das Ihnen helfen wird? Je mehr Sie sich täglich bewusst an kleine (und große) Erfolge erinnern, desto stärker werden Sie!

Menschen finden, die Sie unterstützen

Gute Freunde oder Familienmitglieder können uns ermutigen, weiterzumachen und nicht aufzugeben. Umgeben Sie sich mit Menschen, die Sie unterstützen! Umgeben Sie sich mit Menschen, die Ihnen ein gutes Gefühl geben und an Sie glauben! Das wird Ihnen zusätzliche Kraft geben, um Ihre Ziele zu erreichen!



Herzlichen Glückwunsch! Mit diesem Modul haben Sie den ersten Teil des Kurses abgeschlossen! Jetzt haben Sie Ihre grüne Geschäftsidee entwickelt und eine Menge notwendiger Werkzeuge für Ihr grünes Unternehmen gelernt. Als nächsten Schritt können Sie mit dem zweiten Teil des Kurses beginnen: Planen Sie Ihr grünes Unternehmen!

Referenzliste

Wie Informationen und Wissen Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiken verringern können

Gary, H (2006): The Why, What and How of Management Innovation. In: Harvard Business Review.

Hofmaier, R (1992): Investitionsgüter- und High-tech-Marketing (ITM). VMI, Landsberg, ISBN 3-478-22650-3.

Kaplan, R, S., Norton, D (2001): The Strategy Focused Organization. Harvard Business School Press, Boston.

Kotler, P, Lane, K (2009): Marketing Management. 13. Auflage. Prentice Hall, Upper Saddle River.

Kotler, P, Berger, R, Bickhoff, N (2010): The Quintessence of Strategic Management. Springer, Berlin.

Mintzberg, H (1994): The Rise and Fall of Strategic Planning. The Free Press, New York.

Riemer, K (2009): Kommunikation von Nonprofit-Organisationen. Grundlagen der Kommunikationspolitik und SWOT-Analyse der UNICEF Deutschland. AVM, München, ISBN 978-3-89975-931-0.

Simon, H, von der Gathen, A (2002): Das große Handbuch der Strategieinstrumente: Alle Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung. Campus, Frankfurt am Main, ISBN 3-593-36993-1.

Welge, M, K., Al-Laham, A (2008): Strategisches Management. 5. Auflage. Gabler, Wiesbaden, ISBN 978-3-8349-0313-6.

https://en.wikipedia.org/wiki/Abraham_Wald#/media/File:Survivorship-bias.svg.
29.09.2022

Beispiele für die optimale Nutzung von Ideen und Möglichkeiten

Yerkes, R. M. & Dodson, J. D (1908): The relation of strength of stimulus to rapidity of habit-formation. *Journal of Comparative Neurology and Psychology*, 459–482 Volltext.

↑ *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer New York, New York, NY 2011, ISBN 978-0-387-79947-6, doi:10.1007/978-0-387-79948-3 (springer.com [abgerufen am 30. August 2018])

Rigall, J., Wolters, G., Goertz, H., Schulte, K., & Tarlatt, A. (2005): *Change Management für Konzerne. Komplexe Unternehmensstrukturen erfolgreich verändern*. Frankfurt/M.: Campus Verlag

Liste der Abbildungen

Abbildung 1: Vor einer Entscheidung stehen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 2: Risiko-Management..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**