



## MODULE 11

### Ich leite mein grünes Unternehmen

#### Lernziele

Das werden Sie hier lernen:

- Wie Sie Verantwortung für mein Green Business übernehmen.
- Wie man seinen Ruf im Internet schützt.
- Wie man Inhalte und Informationen verbessert und integriert, um neue und barrierefreie Inhalte zu schaffen.



*Abbildung 1: Identität*

# Grundlegende Informationen



In diesem letzten Modul lernen Sie Methoden kennen, um Ihr grünes Unternehmen erfolgreich zu führen.



Dieses Modul enthält sechs Übungen.



Sie benötigen 15 Stunden, um das Modul abzuschließen.



Zum Bestehen dieses Moduls sind 66 % richtige Antworten erforderlich.



Ihre Dozent:innen sind Tiziana und Vladimir.

## HAFTUNGSAUSSCHLUSS FÜR EXTERNE LINKS

Dieses Modul enthält Hyperlinks zu externen Websites.

Diese externen Links werden als Annehmlichkeit und zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt.

Sie stellen keine Befürwortung oder Zustimmung von Go4DiGREEN zu den Produkten

Produkte, Dienstleistungen oder Meinungen des Unternehmens, der Organisation oder der Person.

Go4DiGREEN trägt keine Verantwortung für die Richtigkeit, Rechtmäßigkeit oder den Inhalt der externen.

Site oder für den Inhalt der nachfolgenden Links. Die Nutzung erfolgt auf eigene Gefahr.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Meinung der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.



# Inhalt

<b>LERNZIELE</b> .....	<b>0</b>
<b>GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN</b> .....	<b>0</b>
<b>WILLKOMMEN BEI MODUL 11</b> .....	<b>3</b>
<b>VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN</b> .....	<b>3</b>
<b>Verantwortung für sich selbst übernehmen</b> .....	<b>4</b>
Die Kunst der Entspannung .....	6
<b>Verantwortung für andere übernehmen</b> .....	<b>15</b>
Sechs Fähigkeiten für Führung und Gruppenverantwortung.....	16
<b>DIGITALE IDENTITÄT UND WIE KANN MAN SEINEN RUF IM INTERNET SCHÜTZEN?</b> .....	<b>21</b>
<b>Was ist eine digitale Identität?</b> .....	<b>21</b>
Physische Identität versus digitale Identität (auch Identität 2.0) .....	21
Welche Rechte sind mit der digitalen Identität verbunden? .....	24
<b>Was ist digitale Reputation?</b> .....	<b>24</b>
Der Unterschied zwischen digitaler Identität und digitalem Ruf: .....	24
Wie pflegt man seinen digitalen Ruf? .....	27
Die allgemeine Datenschutzverordnung (GDPR):.....	27
Das Recht auf Vergessenwerden: .....	28
<b>WIE MAN SEIN UNTERNEHMEN VERMARKTET</b> .....	<b>30</b>
<b>Arten des digitalen Marketings</b> .....	<b>30</b>
Marketing für soziale Medien .....	31

Content Marketing.....	31
Affiliate-Marketing.....	32
E-Mail-Marketing.....	32
<b>Barrierefreiheit für Ihre Inhalte .....</b>	<b>34</b>
Vorteile der Barrierefreiheit.....	35
Einfache Sprache.....	37
<b>REFERENZLISTE.....</b>	<b>39</b>
<b>VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN .....</b>	<b>40</b>

## Willkommen bei Modul 11

Sie beginnen nun den dritten und letzten Teil der Modulreihe. Unter dem Titel "Ich realisiere mein Green Business" gibt es wieder 5 Module. Im Modul geht es um die folgenden Themen:

Der erste Abschnitt befasst sich mit dem Thema Verantwortung. Wie können Sie als Unternehmer Verantwortung für sich selbst übernehmen? Und es geht um die Frage, wie Sie auch Verantwortung für andere übernehmen können. Führung ist ein wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang.

Im nächsten Abschnitt werden Sie sich mit Ihrer digitalen Identität und Ihrem Ruf im Internet auseinandersetzen. Sie werden erfahren, was unter digitaler Identität zu verstehen ist. Wichtige Stichworte in diesem Zusammenhang sind die Allgemeine Datenschutzverordnung und das "Recht auf Vergessenwerden".

Im letzten Abschnitt dieses Moduls geht es um die Verbesserung und Integration neuer Online-Inhalte. Sie werden vier verschiedene Arten des digitalen Marketings kennenlernen und wir werden einige Grundsätze der Barrierefreiheit diskutieren. Das Ziel ist es, so viele Kunden wie möglich zu erreichen.

## Verantwortung übernehmen

Wieso ist es für Unternehmer wichtig, Verantwortung zu übernehmen.

Wenn Sie Verantwortung übernehmen, dann entscheiden Sie sich auch dafür, aktiv zu sein, zu gestalten und mitzubestimmen, was geschieht.

Aber was genau bedeutet es, Verantwortung zu übernehmen? Es geht darum, Antworten zu entwickeln auf:

- Situationen, die Sie außen finden
- und zu den inneren Bewegungen, Gefühlen und Gedanken

Um ein grünes Unternehmen zu gründen, muss man Antworten finden. Man muss Verantwortung für sich selbst und für andere übernehmen. Man muss also Antworten für sich selbst und für andere finden. Und genau darum geht es im folgenden Kapitel. Wir beginnen damit, wie man am besten die Verantwortung für sich selbst übernimmt.

## Verantwortung für sich selbst übernehmen

Sie können bewusst Verantwortung für sich und Ihr Leben übernehmen, indem Sie sich immer wieder die folgenden zwei Fragen stellen:

Was will ich und was brauche ich wirklich?

Verantwortung für sich selbst zu übernehmen bedeutet, herauszufinden, was man wirklich will und was man definitiv nicht will.

Was drängt Sie dazu, ein grünes Unternehmen zu gründen?

Was Sie begeistert, ist in der Regel das, was Sie in Ihrem Leben glücklich macht.

Fragen Sie sich hier:

Wer ist dafür verantwortlich, dass ich glücklich bin?

Das sind eindeutig Sie.

Gelingt es Ihnen, ein Gefühl zu entwickeln, damit Sie sich besser fühlen?

**Dann übernehmen Sie Verantwortung.**



Erinnern Sie sich an das Kapitel Motivation in **Modul 10**. Dort haben Sie etwas über die **fünf Grundbedürfnisse** nach William Glasser gelernt. Erinnern Sie sich noch?

Hier ist eine sehr kurze Wiederholung: Grundbedürfnisse sind unsere Triebfeder, weil es für jeden unangenehm ist, wenn sie nicht erfüllt werden.

Wenn ein Bedürfnis nicht erfüllt wird oder bedroht ist, entsteht in uns ein entsprechendes unangenehmes Gefühl. Und dieses Gefühl drängt uns zum Handeln, damit sich unsere Situation wieder verbessert und wir uns wieder besser fühlen können.



Ihr innerstes will also immer, dass Ihre fünf Grundbedürfnisse erfüllt werden!

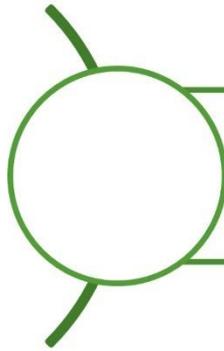
Und auch als Wiederholung! Dies sind die fünf Grundbedürfnisse:

- Sicherheit
- Liebe und Zugehörigkeit
- Freiheit
- Energie
- Spaß

Probieren Sie es selbst aus!

Wenn Ihre Bedürfnisse erfüllt sind, sind Sie zufrieden und Ihr Körper kann loslassen und sich entspannen. Und wenn Ihr Körper entspannt und offen ist, fällt es Ihnen leichter, eine gute Antwort auf innere und äußere Umstände zu finden.

Wenn Ihr Körper hingegen angespannt und in Alarmbereitschaft ist, spielt er Ihnen einen Streich: Er reagiert so schnell, dass Sie nicht reflektieren und Verantwortung übernehmen können.



Wenn jemand Angst hat, tief traurig oder wütend ist, kann er oder sie dann noch eine gute Entscheidung treffen? Kann sie oder er noch Verantwortung übernehmen, so dass ihre oder seine Reaktion gut für sie oder ihn und die Menschen um sie oder ihn herum ist?

Deshalb ist es wichtig, dass Sie vor allem eines tun:

## Die Kunst der Entspannung

Es ist wichtig, zu üben, wie man Sicherheit und Entspannung im eigenen Körper findet. Das ist wichtig, weil ...

Sie können nur dann Verantwortung übernehmen, wenn Sie Kontrolle über sich selbst und Ihren Körper haben!

Die Hauptverantwortung, die wir im Leben haben, besteht also darin, uns immer wieder mit uns selbst zu verbinden.

Können Sie sich an eine Situation erinnern, in der Sie sich anders verhalten haben, als Sie es sich gewünscht haben?

Es ist sehr, sehr wichtig, dass Sie sich Zeit nehmen, um sich zu beruhigen, wenn Sie etwas aus der Bahn wirft, innerlich oder äußerlich: Das sind die Momente, in denen Sie ausgelöst werden und nicht mehr klar denken können!

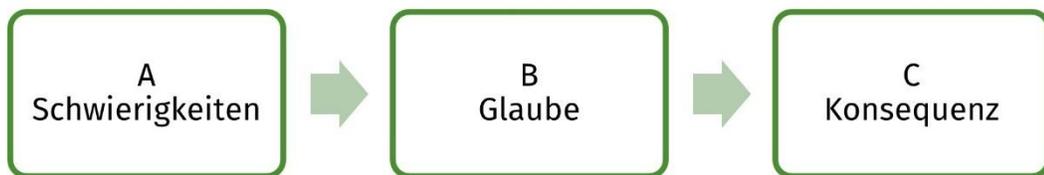
Wenn wir getriggert werden, sind wir nicht mehr mit dem Hier und Jetzt verbunden. Alte Verbindungen werden in unserem Gehirn aktiviert. Und wir reagieren nicht mehr adäquat auf die gegenwärtige Situation.

Sind Sie in der Lage, die Verantwortung für das, was im Hier und Jetzt geschieht, zu übernehmen, wenn Sie wütend sind? Nein, denn Sie sind dann nicht mehr wirklich präsent. Deshalb ist es so wichtig, zu lernen, sich zu beruhigen, um in die Gegenwart zurückzukehren.



Dies ist eine Methode, die Ihnen hilft, sich zu beruhigen und Verantwortung zu übernehmen. Die meisten von uns reagieren auf eine bestimmte Weise, wenn uns etwas Negatives widerfährt. Wenn wir in Schwierigkeiten sind, neigen wir sofort dazu, Erklärungen dafür zu finden, warum dieses Unglück geschehen ist. Unsere Überzeugungen über den Grund für das Unglück verursachen unsere Reaktion - wie wir uns fühlen und handeln.

Dr. Albert Ellis, der jahrzehntelang in der kognitiven Psychologie tätig war, entwickelte das ABC-Modell. Dieses Modell kann uns helfen, unsere Reaktion auf Widrigkeiten zu verstehen:



A	ist die Schwierigkeit - die Situation oder das Ereignis.
B	ist unsere Überzeugung - unsere Erklärung dafür, warum die Situation eingetreten ist.
C	ist die Folge - die Gefühle und Verhaltensweisen, die unser Glaube hervorruft.

Machen wir ein Beispiel, um die 3 Punkte dieses Modells besser zu verstehen:

Julia ist eine sportliche junge Frau, die sich gerne gesund ernährt. Eines Tages stellt sie fest, dass sie nicht zu einem Netzwerktreffen für Jungunternehmer eingeladen wurde. Aber ihre Freundin Jenny hat eine Einladung erhalten. Julia denkt bei sich:

Jenny wird immer eingeladen, ich nie. Ich bin so ein Verlierer! Ich werde nie Erfolg haben mit meinem Geschäft!

Sie wird sehr traurig, geht nicht joggen und isst stattdessen eine Schachtel Pralinen.

Hier eine weitere Reaktion, wie eine andere Person, nämlich Anna, auf dieselbe Situation reagiert:

Es ist enttäuschend, aber ich kenne den Organisator dieses Treffens eigentlich nicht sehr gut. Jenny kennt ihn viel besser. Das ist wahrscheinlich der Grund, warum ich nicht eingeladen wurde.

Sie geht joggen, dann streamt sie eine Komödie eines Onlineportals. Und sie ruft einen Freund an, damit sie sich den Film gemeinsam ansehen können.

Die Widrigkeiten bleiben die gleichen, aber Annas Überzeugung ist eine andere. Der Gedanke, dass sie nicht eingeladen wurde, weil "ich den Veranstalter nicht sehr gut kenne", hilft Anna.

## Wesentliche Resilienz-Fähigkeiten

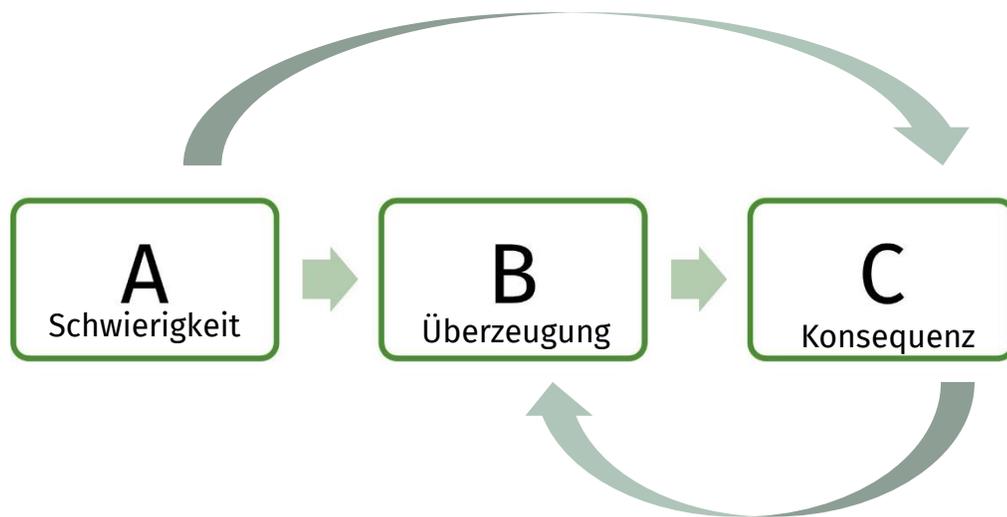
Wie entwickelt man eine Resilienz? Emotionsregulierung, Impulskontrolle, Kausalanalyse und Empathie. Was bedeuten diese Worte?

Regulierung von Emotionen	Emotionsregulation bedeutet, dass man in der Lage ist, mit den eigenen Emotionen umzugehen. Menschen, die Emotionen regulieren können, können die Art, Intensität oder Dauer von Emotionen in eine bestimmte Richtung beeinflussen.
Impulskontrolle	Menschen mit Impulskontrolle können ihr Verhalten im Hinblick auf selbst gesetzte Ziele steuern. Sie können ihre eigenen Emotionen bewusst und absichtlich steuern. Und sie können die Folgen ihres Verhaltens abschätzen und entsprechend handeln.
Kausalanalyse	Resiliente Menschen sind flexibel im Denken und Handeln. Sie können die Ursachen einer negativen Erfahrung erkennen und gleichzeitig die Perspektive wechseln. Anstatt zu fragen: "Warum ich?", schauen sie nach vorne und fragen: "Wofür ist das gut?"
Einfühlungsvermögen	Empathische Menschen sind gut darin, sich in andere hineinzusetzen. Sie können sich gut auf ihr Gegenüber einstellen und einfühlsam mit ihren Mitmenschen umgehen.

### Wie man das ABC-Modell anwendet

Denken Sie an ein negatives Ereignis der letzten Zeit.

Nachdem Sie A beschrieben haben, gehen Sie zu C und füllen Sie dann B aus.

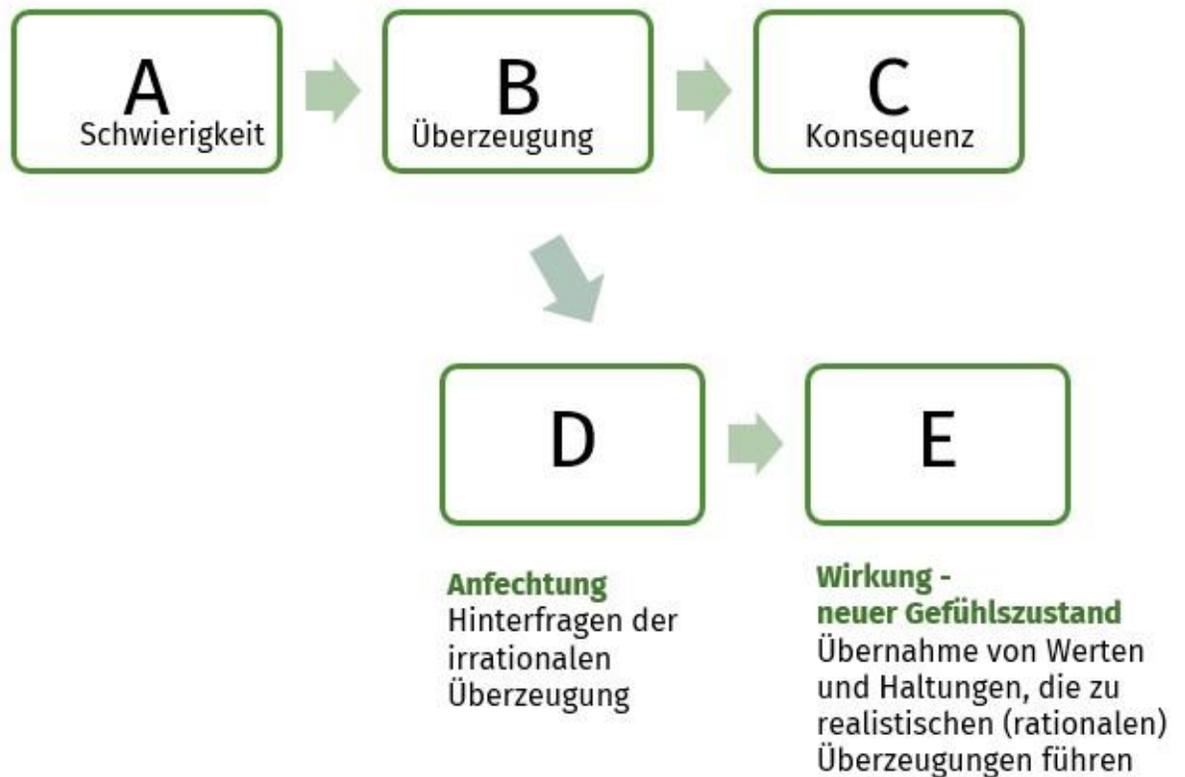


Sie können auch von A nach B nach C gehen.

Wählen Sie die Methode, die für Sie am besten funktioniert.

<b>A</b>	<b>Beschreiben Sie das Ereignis objektiv. Beantworten Sie diese Fragen: Wer? Was? Wo? Wann?</b>
<b>B</b>	Beschreiben Sie Ihre Gedanken zu dieser Katastrophe: Wie erklären Sie sich, warum dieses Ereignis eingetreten ist?
<b>C</b>	Achten Sie auf Ihre Gefühle und Handlungen.

Was passiert, wenn man seine Überzeugungen infrage stellt?



Indem Sie Ihre Überzeugungen hinterfragen, kommen Sie zu realistischeren Überzeugungen, Sie fühlen sich besser und vor allem: Sie bleiben handlungsfähig und können Verantwortung übernehmen!

Wir haben jetzt ein paar Fallstudien für Sie. Deshalb. Bitte denken Sie an das ABC-Modell:



- A ist die Schwierigkeit - die Situation oder das Ereignis.
- B ist unsere Überzeugung - unsere Erklärung, warum die Situation eingetreten ist.
- C ist die Konsequenz - die Gefühle und Verhaltensweisen, die unsere Überzeugung auslöst.

### Was sind mögliche ABCs in den folgenden Beispielen?

Versuchen Sie, sich so weit wie möglich in die Situation hineinzusetzen, und beantworten Sie dann die folgenden Punkte in schriftlicher Form:

- **Schwierigkeit:** Beschreiben Sie in Ihren eigenen Worten die Situation oder das Ereignis
- **Glaube nicht resilient:** Was wäre eine Überzeugung der betroffenen Person, die nicht resilient ist?
- **Glaube resilient:** Was wäre eine Überzeugung der betroffenen Person, die resilient ist?
- **Konsequenz nicht resilient:** Was wären eine mögliche nicht resiliente Konsequenz für die betroffene Person?
- **Konsequenz resilient:** Was wären angesichts der resilienten Überzeugung mögliche resiliente Konsequenzen für die betroffene Person?

# ÜBUNG 1



## M 11\_E 1: Verantwortung übernehmen

**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.**

Ahmad ist ein junger Unternehmer, der eine Finanzierung für seine Geschäftsidee beantragt hat. Nun erhält er eine Ablehnung aus folgendem Grund: Sein Geschäftsplan enthält nicht genügend Informationen darüber, wie er seine Geschäftsidee umsetzen will.

Schwierigkeit	
Glaube nicht resilient	
Glaube resilient	
Konsequenz nicht resilient	
Konsequenz resilient	

Amira möchte ihr eigenes Unternehmen gründen. Sie möchte Secondhand-Kleidung neu gestalten und jedes Stück mit ihrem Logo versehen. Doch letzte Woche fand sie im Kompetenzzentrum keinen Platz für sie. Sie wollte sich dort niederlassen, bis sie finanziell so erfolgreich ist, dass sie ihre Räumlichkeiten mieten oder kaufen kann.

Schwierigkeit	
Glaube nicht resilient	
Glaube resilient	
Konsequenz nicht resilient	
Konsequenz resilient	

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

## Verantwortung für andere übernehmen

Wenn Sie ein grünes Unternehmen gründen, übernehmen Sie auch Verantwortung für Ihre Mitmenschen. Verantwortung zu übernehmen, hat viel mit Führung zu tun. Deshalb wollen wir uns diesen Begriff jetzt einmal genauer ansehen.

Führungspersönlichkeiten haben es mit der Herausforderung zu tun,



Chancen in inspirierende Visionen für andere zu verwandeln.

Um Ihr grünes Unternehmen zu gründen, müssen Sie

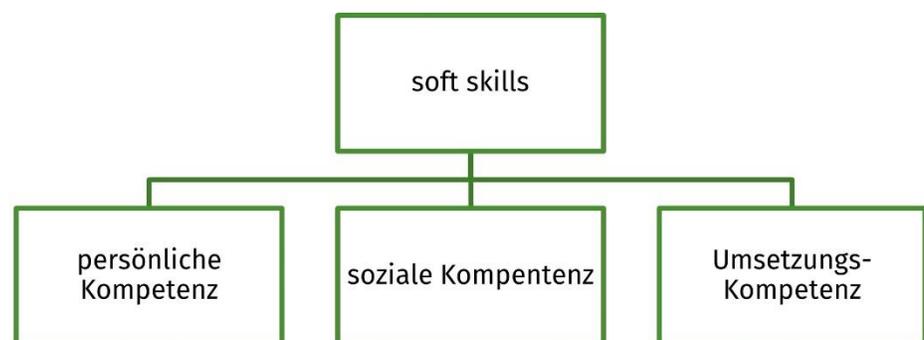
zwangsläufig Ihr Konzept oder Produkt vermarkten. Es wird an Ihnen liegen, Ihre Idee in die Tat umzusetzen und die Chancen

zu maximieren.

Mit einfachen Worten: Führung bedeutet, Risiken einzugehen und den Status quo in Frage zu stellen. Führungspersönlichkeiten motivieren andere, etwas Neues und Besseres zu erreichen.



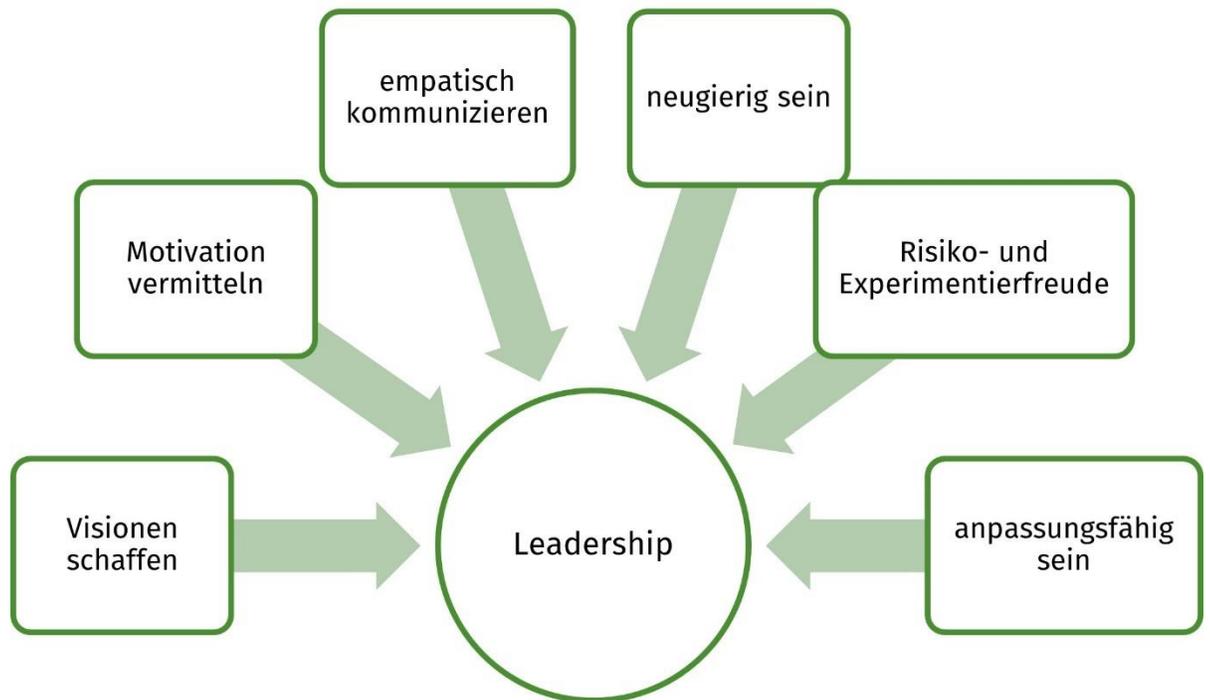
Zur Erinnerung: In **Modul 3 haben** Sie sich intensiv mit dem Thema **Soft Skills** beschäftigt. Dort haben wir Soft Skills wie folgt unterteilt:



In jedem dieser drei Bereiche werden Sie viele Eigenschaften finden, die auch Führungsqualitäten sind. Denn: Das sind Eigenschaften, die man braucht, um Verantwortung für andere übernehmen zu können.

## Sechs Fähigkeiten für Führung und Gruppenverantwortung

Wir möchten nun einen Schritt weiter gehen und Ihnen ein Modell vorstellen, das die wichtigsten Führungsqualitäten zusammenfasst:



### Visionen schaffen

Eine Vision zu entwickeln, hat viel mit Leidenschaft zu tun. Die Kraft einer starken Vision kann ungeahnte Kräfte freisetzen. Sie ist in der Lage, Menschen mitzureißen und zu inspirieren. Die Voraussetzung dafür ist, dass die Emotion stark ist. Sie muss inspirieren und greifbar sein.



*Abbildung 2: Visionen schaffen*

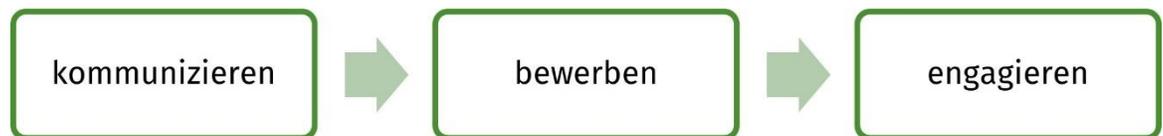
Eine starke Vision ist eng mit der Frage nach dem Warum verbunden. Eine gute Vision (ein Bild von der Zukunft) entsteht, wenn wir wissen, was uns antreibt. Was treibt uns an? Antwort: unsere Bedürfnisse! Eine gute Vision trägt unseren Bedürfnissen Rechnung.

Die Mitarbeiter können ihre volle Aufmerksamkeit nicht auf die Unternehmensziele richten, wenn sie über die Vision des Unternehmens im Unklaren sind und widersprüchliche Botschaften erhalten.

Unternehmensziele werden im Team verankert, wenn die Vision, der Auftrag und die Ziele des Unternehmens klar definiert werden.

## Motivation vermitteln

Damit Sie Ihr grünes Unternehmen erfolgreich aufbauen können, brauchen Sie auch Menschen, die Sie unterstützen und von Ihrer Vision begeistert sind. Deshalb ist es wichtig, dass Sie andere Menschen motivieren können. Dabei geht es nicht in erster Linie um finanzielle Mittel. Es geht um die Sache, um die Vision, die gemeinsam erreicht werden soll.



## Einfühlsam kommunizieren



Zur Erinnerung: In **Modul 3** haben Sie im Kapitel "Empathie gegenüber anderen und aktives Zuhören - andere Meinungen als Chance für neue Ideen" auch etwas über Empathie gelernt.

Empathie, d.h. die Fähigkeit, sich in andere hineinzuversetzen und sie zu verstehen, ist daher auch für eine erfolgreiche Führung wichtig. Und Empathie hat nichts mit Sympathie oder Mitleid zu tun. Empathie ist vielmehr die Fähigkeit, anderen Menschen neutral und ohne vorgefasste (Vor-)Urteile zu begegnen. Die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Kommunikation ist höher, wenn die Zusammenarbeit von gegenseitigem Respekt und Vertrauen geprägt ist. Die Menschen fühlen sich verstanden und sind eher bereit, zu kooperieren.

## Neugierig sein

Eine starke Führungspersönlichkeit ist ständig bestrebt, sich zu verbessern. Führungspersönlichkeiten müssen neugierig sein.

Sie müssen ständig lernen und wachsen. Sie sollten nie aufhören, sich selbst, ihre Mitarbeiter und die Verfahren des Unternehmens zu verbessern und neue Initiativen zu entwickeln.

Mit ihrer Neugierde inspirieren sie andere, es ihnen gleichzutun, "groß" zu denken und neue Wege zu gehen.

### **Bereitschaft, Risiken einzugehen und zu experimentieren**

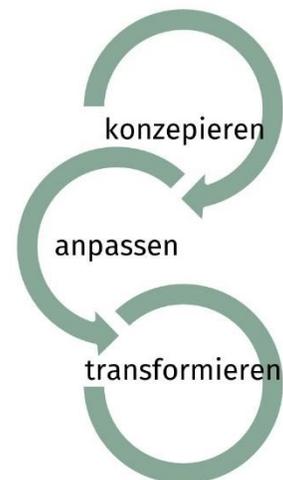
Visionen zu verfolgen bedeutet, etwas Neues zu wagen, und das ist immer mit einem gewissen Risiko verbunden. Führungspersönlichkeiten sind sich dessen bewusst.



Erinnern Sie sich: In **Modul 5** haben Sie sich intensiv mit dem Thema "Risiken erkennen" beschäftigt, als Sie lernten, wie man die **SWOT-Analyse** anwendet.

### **Anpassungsfähig sein**

Einige der erfolgreichsten Unternehmensgründungen waren nur denkbar, weil die Unternehmer bereit waren, sich umzuorientieren. Unabhängig davon, wie gut das Unternehmenskonzept recherchiert ist oder wie sicher der Erfolg ist, können unvorhergesehene Ereignisse und Marktveränderungen die Erfolgchancen gefährden. Die Führungskraft des Unternehmers muss bereit sein, das Unternehmen anzupassen und umzugestalten, was auch erhebliche Änderungen des Geschäftsplans beinhalten kann. Dies ist besonders wichtig, wenn das Unternehmen veraltete Dienstleistungen und Produkte ersetzen muss.



## ÜBUNG 2



### M 11\_E 2: Gruppenverantwortung - Meine Führungsqualitäten

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.

Das wissen Sie bereits aus Modul 3. Jetzt geht es um Ihre Führungsqualitäten. Gehen Sie bei dieser Übung genauso vor wie bei Übung 2 in Modul 3. Für jede der sechs Führungsfähigkeiten,

- Visionen schaffen
- Motivation überzeugend vermitteln
- empathisch kommunizieren
- neugierig sein
- Bereitschaft, Risiken einzugehen und zu experimentieren
- anpassungsfähig sein

Beantworten Sie die folgenden Fragen so ausführlich wie möglich:

**Wo habe ich diese Fähigkeit bereits unter Beweis gestellt?**

- Denken Sie an Situationen...

**Wie habe ich diese Fähigkeit gezeigt?**

- Was haben Sie konkret getan?

**Was habe ich damit erreicht?**

- Was konnten Sie verändern?

# Digitale Identität und wie kann man seinen Ruf im Internet schützen?



Abbildung 3: Digitale Identität

## Was ist eine digitale Identität?

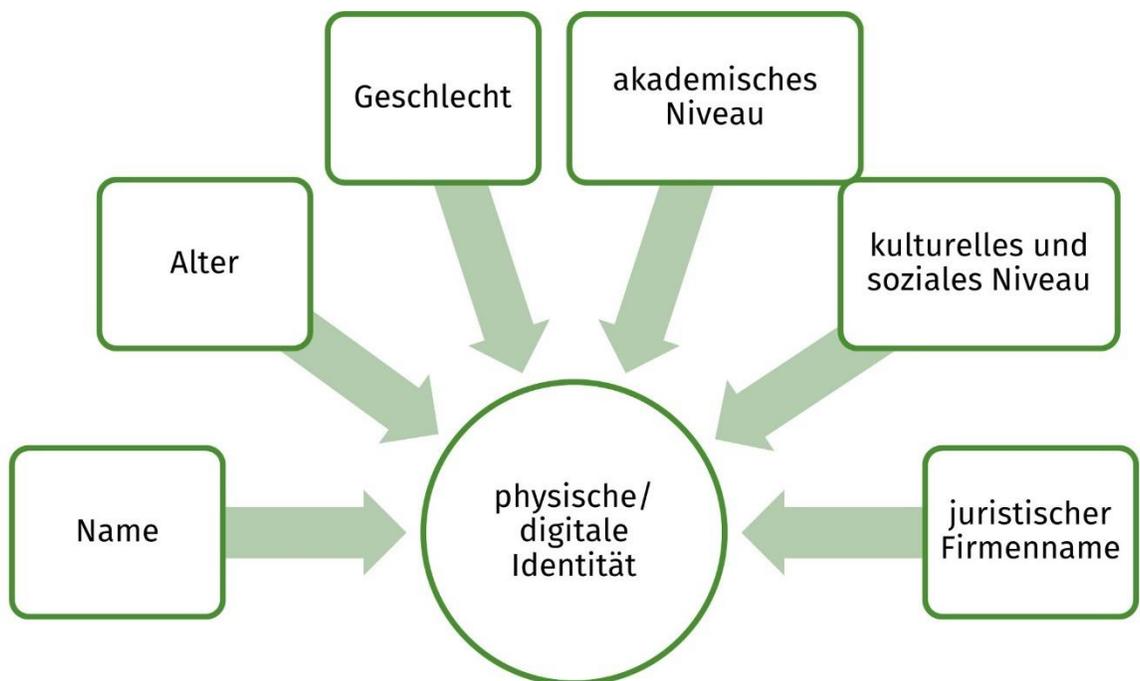
Kurz gesagt, eine digitale Identität basiert auf Informationen, die andere online über Sie finden können.

## Physische Identität versus digitale Identität (auch Identität 2.0)

"Die Identität in der physischen Welt ist mit einer Reihe von charakteristischen Merkmalen jeder Person verbunden, die vom Namen, dem Alter und dem Geschlecht bis hin zu akademischen, kulturellen und sozialen Ebenen, einschließlich Geschmack und Vorlieben, reichen.

Beispiele für Elemente, die mit der Identität einer Person in Verbindung gebracht werden, sind der Name, der Nachname, der Ausweis und im Falle von Unternehmen der gesetzliche Firmenname, die Marke und/oder die Steuernummer" (Signaturit, 2017).

"Die digitale Identität (oder Identität 2.0) zeichnet sich dadurch aus, dass sie dieselben identifizierenden Informationen wie in der physischen Welt beibehält, aber über das Internet veröffentlicht und durch andere Elemente wie die E-Mail oder die digitale Signatur ergänzt wird. Obwohl es sich hierbei um private Elemente handelt, ermöglichen sie autorisierten Nutzern und/oder Dritten (Plattformbetreibern) den Zugriff auf persönliche Daten, die die Bürger in der physischen Welt identifizieren" (Signaturit, 2017).



## ÜBUNG 3



### **M 11\_E 3: Gruppenverantwortung - Meine mögliche digitale Identität**

**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.**

Skizzieren Sie Ihre potenzielle Online-Identität, indem Sie eine Liste Ihrer persönlichen Stärken erstellen, für die Sie online werben möchten, und entscheiden Sie, welche davon für die Förderung Ihres Unternehmens wesentlich sind.

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

## Welche Rechte sind mit der digitalen Identität verbunden?

"Die digitale Identität ist rechtlich nicht anerkannt, aber die Rechte, die mit der physischen Identität verbunden sind, werden auf die digitale Identität ausgedehnt und gelten daher auch für sie. Dies ist eine Reihe von Rechten, die sich aus der Anerkennung der Grundrechte des Menschen ergeben haben. Dazu gehören das Recht auf die Würde, die Ehre, die Privatsphäre und das Bild einer Person. Alle diese Rechte sind auf internationaler Ebene in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte (Artikel 12) und in der Europäischen Menschenrechtskonvention (Artikel 8) anerkannt." (Signaturit, 2017). Quelle: [blog.signaturit.com](http://blog.signaturit.com)

## Was ist digitale Reputation?

"Der digitale Ruf ist die Wahrnehmung, die andere von Ihnen oder Ihrer Marke haben. Der Online-Ruf eines Unternehmens oder einer Dienstleistung wird durch die Erfahrungen der Nutzer aufgebaut und kann daher die Kaufentscheidung beeinflussen oder auch nicht. Ein schlechter digitaler Ruf kann nicht nur Ihr Unternehmen, Ihre Marke oder Ihre Dienstleistung beeinflussen, sondern im schlimmsten Fall auch Ihre Freundschaften, Ihre Familie und Ihren engsten Kreis." (ReputationUP, 2021).

## Der Unterschied zwischen digitaler Identität und digitalem Ruf:

Das soziale Online-Netzwerk LinkedIn ist ein Beispiel für einen Ort, an dem Menschen eine digitale Identität für sich selbst schaffen. Die Plattform ermöglicht es Ihnen, Informationen über Ihren beruflichen Werdegang, Ihren Bildungshintergrund, Ihre Sprachkenntnisse und andere berufliche Fähigkeiten sowie ein Profilbild einzugeben. Die

LinkedIn-Profile der Menschen sind ein Beispiel für ihre digitale Identität (Signaturiat, 2017).

LinkedIn ermöglicht auch, sogenannte "Empfehlungen" für Personen in Ihrem LinkedIn-Netzwerk zu schreiben und Empfehlungen von anderen Nutzern zu erhalten. Wenn Sie eine Anfrage erhalten, können Sie Ihre bisherigen Erfahrungen, Ihre Arbeitsmoral und Ihre berufliche Entwicklung in Ihrem Netzwerk hervorheben. Andere Nutzer können die Empfehlung sehen, die auf Ihrem Profil hinterlassen wurde. Die LinkedIn-Empfehlungen, die auf Ihrem Profil hinterlassen werden, sind Teil Ihrer digitalen Reputation. (Signaturiat, 2017).

## ÜBUNG 4



### **M 11\_E 4: Vorbereitungen für mein professionelles LinkedIn-Profil**

**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.**

Erstellen Sie einen Plan für Ihr professionelles LinkedIn-Profil anhand der folgenden Schritte:

- schreiben Sie eine kurze Überschrift, die Sie als Unternehmer vorstellt
- Schreiben Sie eine kurze Zusammenfassung über sich selbst - Ihre Aufgabe, Motivation, Fähigkeiten und Ziele
- die wichtigsten Fähigkeiten zu ermitteln, die Sie in Ihrem Profil aufführen müssen
- Erstellen Sie eine Liste mit professionellen Kontakten und Personen, die Sie bitten können, Empfehlungen über Sie zu schreiben

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

## Wie pflegt man seinen digitalen Ruf?

"Jeder von uns hinterlässt im Laufe seines Lebens einen bleibenden Eindruck. Das Gleiche passiert im Internet; der einzige Unterschied ist, dass es nie vergisst. Ein Beispiel kann eine schlechte Erfahrung oder Handlung sein, die Sie in Ihrer Vergangenheit gemacht haben und die sich auf Ihr gegenwärtiges Arbeits- oder Privatleben auswirkt. Deshalb müssen Sie daran denken, dass Sie das Recht auf Vergessenwerden ausüben können" (ReputationUP, 2021). Quelle: <https://reputationup.com/en/digital-reputation/#h-identity-and-digital-reputation>

## Die allgemeine Datenschutzverordnung (GDPR):

"Die Datenschutz-Grundverordnung ist das weltweit strengste Datenschutz- und Sicherheitsgesetz. Obwohl sie von der Europäischen Union (EU) ausgearbeitet und verabschiedet wurde, erlegt sie Organisationen überall Verpflichtungen auf, solange sie auf Menschen in der EU abzielen oder Daten über sie sammeln. Die Verordnung wurde am 25. Mai 2018 in Kraft gesetzt. Die GDPR wird harte Geldstrafen gegen diejenigen verhängen, die gegen die Datenschutz- und Sicherheitsstandards verstoßen, wobei die Strafen bis in den zweistelligen Millionenbereich reichen können" (Wolford, 2018).

Mit anderen Worten: Das europäische GDPR-Abkommen stellt sicher, dass personenbezogene Daten von Personen in der EU, z. B. die Informationen, die Sie bei der Registrierung eines Benutzerkontos auf einer Website oder in einem gedruckten Formular ausfüllen, im Rahmen eines Abkommens geschützt werden, das von den Mitgliedstaaten der Europäischen Union unterzeichnet wurde.

Quelle: <https://gdpr.eu/what-is-gdpr>

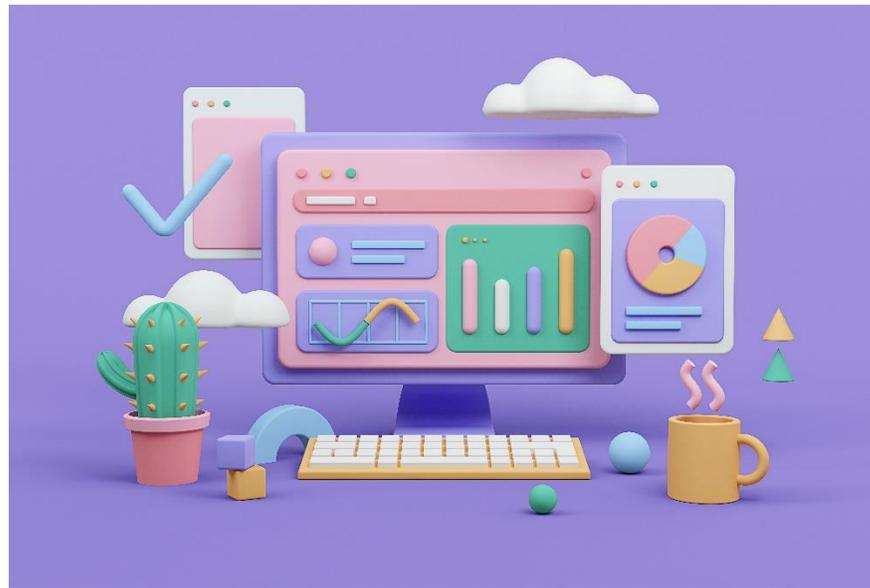


Abbildung 4: Allgemeine Datenschutzverordnung

## Das Recht auf Vergessenwerden:

"Das Recht auf Vergessenwerden ist in den Erwägungsgründen 65 und 66 sowie in Artikel 17 der Datenschutz-Grundverordnung verankert. Dort heißt es: "Die betroffene Person hat das Recht, von dem für die Verarbeitung Verantwortlichen zu verlangen, dass sie betreffende personenbezogene Daten unverzüglich gelöscht werden, und der für die Verarbeitung Verantwortliche ist verpflichtet, personenbezogene Daten unverzüglich zu löschen, wenn eine von mehreren Voraussetzungen erfüllt ist. Als "unangemessene Verzögerung" gilt etwa ein Monat. Sie müssen auch angemessene Maßnahmen ergreifen, um zu überprüfen, ob die Person, die die Löschung beantragt, die betroffene Person ist." (Wolford, 2018).

Mit anderen Worten: Mit dem Recht auf Vergessenwerden können Sie verlangen, dass einige Ihrer Daten innerhalb eines Monats gelöscht werden müssen, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind, zu denen unter anderem gehören:

- Die personenbezogenen Daten sind für den Zweck, zu dem eine Organisation sie ursprünglich erhoben oder verarbeitet hat, nicht mehr erforderlich.
- Eine Organisation stützt sich auf die Zustimmung einer Person als rechtmäßige Grundlage für die Verarbeitung der Daten, und diese Person zieht ihre Zustimmung zurück.
- Eine Organisation beruft sich auf legitime Interessen als Rechtfertigung für die Verarbeitung der Daten einer Person; die Person widerspricht dieser Verarbeitung, und es gibt kein überwiegendes legitimes Interesse für die Organisation, die Verarbeitung fortzusetzen.
- Eine Organisation verarbeitet personenbezogene Daten zu Zwecken der Direktwerbung, und die betroffene Person widerspricht dieser Verarbeitung.
- Eine Organisation hat die personenbezogenen Daten einer Person unrechtmäßig verarbeitet.
- Eine Organisation muss personenbezogene Daten löschen, um einer gesetzlichen Regelung oder Verpflichtung nachzukommen.
- Eine Organisation hat die Daten eines Kindes verarbeitet, um ihre Dienste der Informationsgesellschaft anzubieten.

(Wolford 2018, Artikel 17, GDPR).

Quelle: <https://gdpr.eu/right-to-be-forgotten>

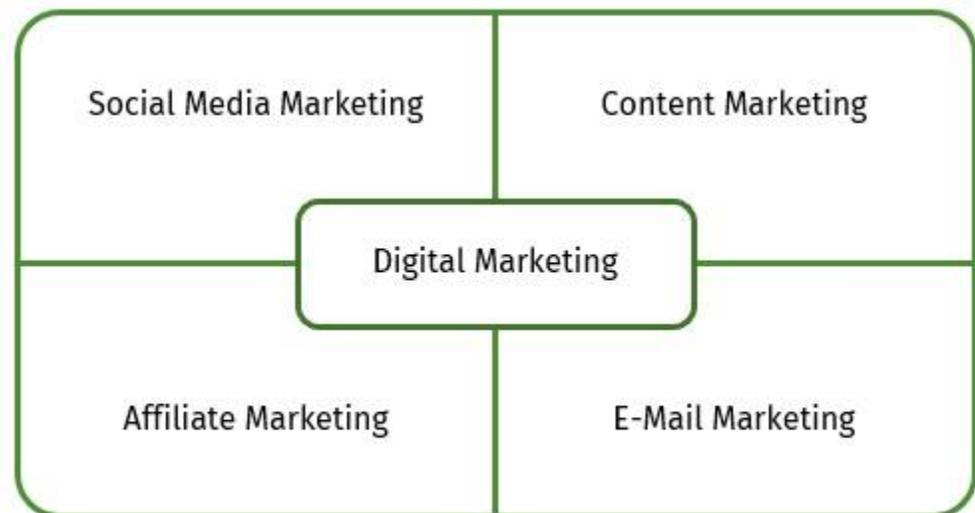
## Wie man sein Unternehmen vermarktet

Sie sind auf dem Weg, ein grüner Unternehmer zu werden. Es gibt verschiedene Kanäle, über die Sie Ihre Kunden über Ihr Unternehmen informieren können. Und es ist ratsam, wenn möglich, alle Kanäle für Ihr Unternehmen zu nutzen.

Denn jeder dieser Wege, Ihre Kunden zu informieren und mit ihnen in Kontakt zu treten, hat seinen eigenen Wert.

Hier ist ein erster Überblick:

## Arten des digitalen Marketings



## Marketing für soziale Medien

Sie können Ihrem Unternehmen ein Gesicht geben und auf Ihren sozialen Plattformen leicht mit potenziellen Kunden in Kontakt treten. Mit anderen Worten: Social Media Marketing ermöglicht es Ihnen, "die Werte, die Vision und die Mission mit Ihrem Publikum zu teilen" (Mailchimp, 2021).

Wichtig ist, dass der Hauptzweck dieser Art von Marketing nicht unbedingt darin besteht, Ihr Publikum zum Kauf Ihres Produkts zu animieren, sondern vielmehr darin, eine Gemeinschaft rund um Ihre Marke aufzubauen (Mailchimp, 2021).

"Die beliebtesten Plattformen für Social-Media-Marketing sind [Facebook](#), [Twitter](#) und [Instagram](#), mit [LinkedIn](#) und [YouTube](#) nicht weit dahinter" (Mailchimp, 2021).

## Content Marketing

Content Marketing ist eine Strategie, die darauf abzielt, den Umsatz zu steigern, indem Sie Ihre Kunden mit relevanten Informationen versorgen, ihnen einen Mehrwert bieten und ihr Interesse an den Produkten oder Dienstleistungen wecken, die Sie verkaufen. Die Content-Marketing-Strategie steht nicht in direktem Zusammenhang mit dem Produkt oder der Dienstleistung, die Sie zu verkaufen versuchen. Stattdessen zielt das Angebot kostenloser, informativer Inhalte darauf ab, die Zeit zu verlängern, in der sich potenzielle Kunden mit Ihnen und Ihrer Marke beschäftigen und etwas über die Vision Ihres Unternehmens erfahren. Ihr Fachwissen und die Auseinandersetzung mit Ihrer Community über die Inhalte, die Sie regelmäßig teilen, schaffen Vertrauen und eine Community rund um Ihre Produkte und Dienstleistungen. Wenn es beispielsweise Ihr Ziel ist, Ihren Online-Kurs zum Thema "gesunde Mahlzeiten mit regionalen Produkten kochen" zu verkaufen, könnten Sie

auf Ihrem YouTube-Kanal viele Kochvideos veröffentlichen, in denen Sie Mahlzeiten zubereiten und die Zuschauer mit in den Supermarkt nehmen. Außerdem würden Sie auf Instagram Infografiken über den Nährwert lokaler Produkte posten, die auf dem Bauernmarkt oder in einem Bioladen verkauft werden.

Letztendlich würden Sie einige Ihrer Beiträge und Videos mit Ihrer Website verlinken, auf der man Ihren Online-Kurs kaufen kann.

## Affiliate-Marketing

Mit Affiliate Marketing kann man Geld verdienen, indem man Werbung für ein Unternehmen betreibt.

Es funktioniert nach einem Modell der Umsatzbeteiligung. Wenn Sie der Partner sind, erhalten Sie jedes Mal eine Provision, wenn jemand den von Ihnen beworbenen Artikel kauft. Wenn Sie der Händler sind, bezahlen Sie den Partner für jeden Verkauf, den er Ihnen vermittelt (Mailchimp, 2021).

## E-Mail-Marketing

Schließlich ist das E-Mail-Marketing ein weiteres digitales Instrument, mit dem Sie das Engagement für Ihre Inhalte verfolgen können. Um die Anzahl der Aufrufe Ihrer E-Mail-Kampagne zu erhöhen, könnten Sie Ihren E-Mail-Newsletter auf Ihren Social-Media-Kanälen bewerben. So können Sie im Rahmen Ihrer Content-Marketing-Strategie regelmäßig E-Mails an Ihre Abonnenten senden. Außerdem können Sie den Newsletter nutzen, um Verkäufe in Ihrem Online-Shop anzukündigen und den Link in dieser E-Mail anzugeben. Sie müssen eine Betreffzeile wählen, die den Zweck Ihrer E-Mail klar beschreibt, und einen Textabschnitt, der den Zweck Ihrer Nachricht deutlich macht. Außerdem sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Marketing-E-Mail eine einfache Abmeldefunktion hat.

## ÜBUNG 5



**M 11\_E 5: verschiedene Online-Marketing-Tools im Zusammenhang mit meinem grünen 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.**

Listen Sie die Besonderheiten der verschiedenen Online-Marketing-Tools auf. Stellen Sie anhand dieser Liste die wichtigsten Besonderheiten heraus und beziehen Sie diese auf Ihr Online-Geschäft. Skizzieren Sie Ansätze, wie Sie diese Instrumente nutzen werden, um Ihr Unternehmen und seine grünen Aspekte zu fördern.

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

## Barrierefreiheit für Ihre Inhalte

Das barrierefreie Internet umfasst eine Reihe von Maßnahmen, die Menschen mit körperlichen und/oder geistigen Behinderungen den Zugang zu wichtigen Informationen und Diensten im Internet ermöglichen sollen.



In **Modul 14** werden Sie sich intensiv mit dem Thema **Barrierefreiheit** beschäftigen!

Welchen Vorteil haben Sie als grüner Unternehmer, wenn Sie Ihre Website barrierefrei machen?

Als Betreiber Ihrer Website können Sie Ihren Kundenstamm erweitern. Das liegt daran, dass Google auch Websites positiv bewertet, die die Anforderungen an ein barrierefreies Internet erfüllen. Mit einer barrierefreien Website erhalten Sie also ein besseres Ranking bei Google.

## Vorteile der Barrierefreiheit

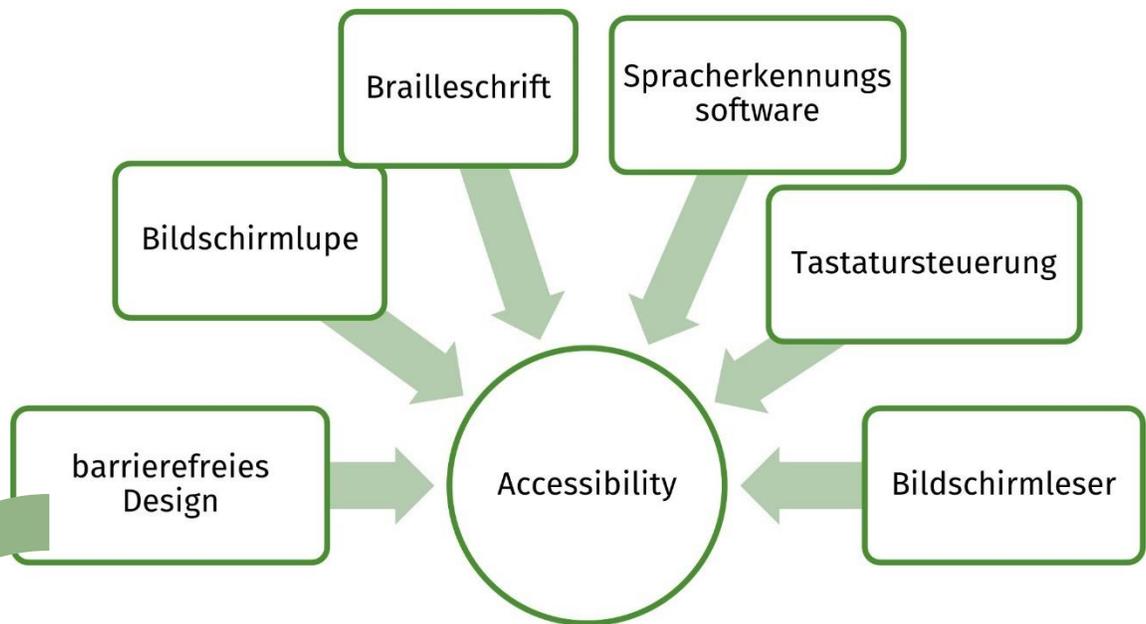
Was sind die Vorteile für Ihre Nutzer?

Es spielt keine Rolle, ob Ihre Nutzer eine Behinderung haben oder nicht. Barrierefreie Websites sind ein Gewinn für beide Gruppen, Menschen mit und ohne Behinderung. Denn: Barrierefreie Inhalte werden leichter wahrgenommen und sind besser verständlich. Und so kommt das, was Sie vermitteln wollen, auch bei Ihren potenziellen Kunden besser an.

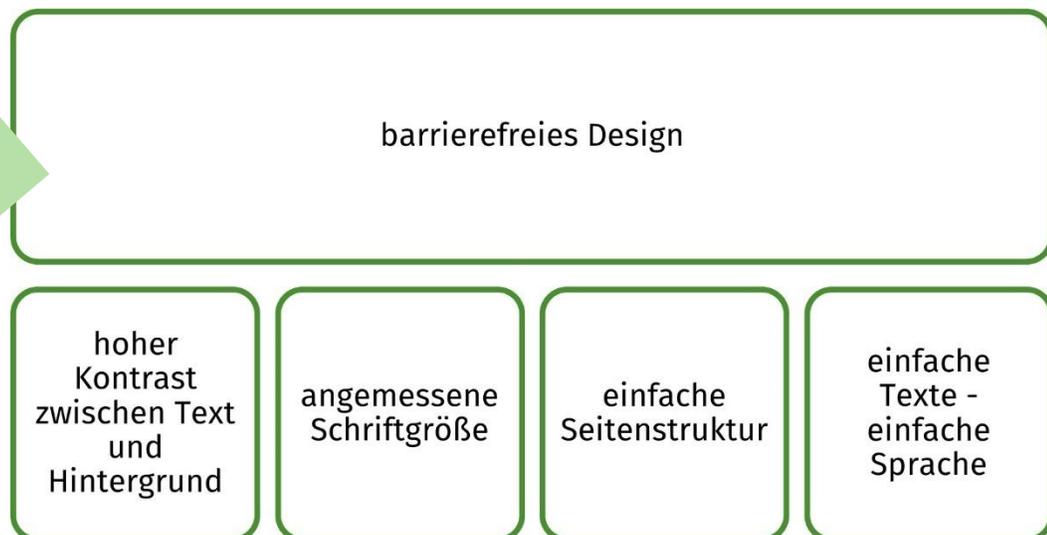


Nach dem Gesetz sind Informationsverarbeitungssysteme nur dann barrierefrei, wenn sie für Menschen mit Behinderungen - unabhängig von ihrer Art - in allgemein üblicher Weise zugänglich und nutzbar sind. Das bedeutet, dass die Inhalte ohne besondere Schwierigkeiten und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich sein müssen.

Hier sind einige Hilfsmittel, die dies möglich machen:



Wenn Sie selbst kein Experte sind, werden Sie für die meisten dieser Instrumente Spezialisten benötigen. Daher möchten wir uns auf einen Punkt konzentrieren, bei dem Sie einen wichtigen Beitrag zur Zugänglichkeit Ihrer Informationen leisten können: die **Verwendung von einfacher Sprache**



## Einfache Sprache

Wie Sie sehen, gehört die einfache Sprache zum Prinzip der "barrierefreien Gestaltung".

Aber warum sollten Sie einfache Sprache verwenden? Einfache Sprache bedeutet, dass die Nutzer Ihre Informationen schneller verstehen. Die Leser rufen seltener nach Erklärungen. Klartext ist universell. Und immer mehr Branchen verwenden einfache Sprache, um die Kommunikation zu verbessern. Unternehmen wie Banken, Versicherungen, Anwaltskanzleien, Rechtsdienste und IT-Unternehmen verwenden Klartext, um mit ihren Kunden zu kommunizieren.

Deshalb sollten auch Sie sich damit vertraut machen!

### **Hier sind einige wichtige Grundsätze der einfachen Sprache:**

- Schreiben Sie für Ihre Leser, nicht für sich selbst.
- Verwenden Sie Pronomen, wenn Sie können.
- Nennen Sie zuerst Ihre Hauptaussage(n), bevor Sie ins Detail gehen.
- Bleiben Sie bei Ihrem Thema.
- Beschränken Sie jeden Absatz auf einen Gedanken und halten Sie ihn kurz.
- Schreiben Sie in der aktiven Stimme.
- Verwenden Sie so oft wie möglich kurze Sätze.
- Verwenden Sie alltägliche Wörter. Wenn Sie Fachausdrücke verwenden müssen, erklären Sie diese bei der ersten Erwähnung.
- Unnötige Wörter weglassen.
- Halten Sie das Subjekt und das Verb nahe beieinander.

- Verwenden Sie Überschriften, Listen und Tabellen, um das Lesen zu erleichtern.
- Lesen Sie Ihre Arbeit Korrektur, und lassen Sie sie auch von einem Kollegen Korrektur lesen.

## ÜBUNG 6



### M 11\_E 6: Klartext

**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.**

Wählen Sie eine der vier oben genannten Arten des digitalen Marketings:

- Marketing für soziale Medien
- Inhaltliches Marketing
- Affiliate-Marketing
- E-Mail-Marketing

Und schreiben Sie die notwendigen Informationen für diesen Kanal über Ihr grünes Unternehmen in einfacher Sprache.

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

## Referenzliste

Bernazzani, S. (2019). *4 Social Media Calendar Tools zur Planung all Ihrer Inhalte [Vorlage]*. [online] Hubspot.com. Verfügbar unter: <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-calendar-tools> [Zugriff am 10. April 2022].

Städtische Universität Birmingham. (n.d.). *Elf Tipps zum Aufbau einer Präsenz in den sozialen Medien*. [online] Verfügbar unter: <https://www.bcu.ac.uk/business-school/news-and-events/blogs/eleven-tips-to-build-a-social-media-presence> [Zugriff am 6. März 2022].

EU-Gericht unterstützt das "Recht auf Vergessenwerden" im Fall Google. (2014). *BBC News*. [online] 13 May. Verfügbar unter: <https://www.bbc.com/news/world-europe-27388289> [Zugriff am 5. März 2022].

Eurostat (2021). *Tägliche Internetnutzer 2020*. [online] ec.europa.eu. Verfügbar unter: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211008-1> [Zugriff am 10. April 2022].

Reputation. (2021). *What Is Digital Reputation And How To Manage It [GUIDE 2021]*. [online] Verfügbar unter: <https://reputationup.com/en/digital-reputation/#h-identity-and-digital-reputation> [Zugriff am 5. März 2022].

Shaw, M. (2019). *Digital Marketing Mix & the 4P's: A Simple Business Guide*. [online] TOWER MARKETING. Verfügbar unter: <https://www.towermarketing.net/blog/digital-marketing-mix-4ps/> [Zugriff am 6. März 2022].

Wolford, B. (2018). *Alles, was Sie über das "Recht auf Vergessenwerden" wissen müssen - GDPR.eu*. [online] GDPR.eu. Verfügbar unter: <https://gdpr.eu/right-to-be-forgotten/> [Zugriff am 5. März 2022].

Wolford, B. (2018). *Was ist die GDPR, das neue EU-Datenschutzgesetz?*  
GDPR.eu. Verfügbar unter: <https://gdpr.eu/what-is-gdpr>.

Gudda, P. (2011) *Ein Leitfaden für Projektüberwachung und -bewertung*

Kidston, P. (2015) *Planning, Scheduling, Monitoring and Control:  
Das praktische Projektmanagement von Zeit, Kosten und Risiko*

Liker, J. (2017) *Entwicklung von Führungskompetenzen 12:  
Ursachenforschung - Die 5 WARUM'S nutzen*

*Bücher über das Lernen aus Misserfolgen:*

<https://medium.com/@ShaneLester2016/5-beste-buecher-ueber-lernen-aus-dem-versagen-db1fe8b2fac1>

## Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Identität.....	0
Abbildung 2: Visionen schaffen.....	17
Abbildung 3: Digitale Identität .....	21
Abbildung 4: Allgemeine Datenschutzverordnung.....	28