



Modul 2 (Teil 2)

Von der Idee zum Handeln –
Unternehmerische
Kompetenzen in Aktion

Diese Ressource ist
lizenziert unter CC BY 4.0



Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder des Deutschen Akademischen Austauschdienstes e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit, wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.

www.startdsp.eu

Überblick Modul 2

02

Dieses Modul hilft Ihnen, mit Ihrer Idee als grünes digitales Start-up ins Handeln zu kommen. Es zeigt den Weg von nachhaltigen digitalen Ideen zu echten Geschäftschancen – mit dem richtigen Mindset, Kreativität und unternehmerischen Kompetenzen. Sie lernen, Chancen zu erkennen, wo digitale Tools auf ökologische und soziale Herausforderungen treffen, Ihre Werte mit Ihrem Vorhaben zu verbinden und sinnorientierte Geschäftsmodelle zu gestalten, die Wirkung und Gewinn schaffen.

Praktische Anwendung: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen

Lernen Sie Schritt für Schritt, wie Sie EntreComp, GreenComp und DigComp anwenden, um Ihre Idee zu gestalten und zu testen. Nutzen Sie kostenlose Tools, um Chancen zu erkennen, Lösungen zu entwickeln und Wirkung zu erzielen.

Diese Ressource ist
lizenziert unter CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder des Deutschen Akademischen Austauschdienstes e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit, wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.

Modul 2 (Teil 2) Interaktive Lernelemente

**51** Folien

**01** Übung

**01** Videos

**04** Beispiele

**16** Digitale Tools

**03** Toolkits & Leitfäden

**04** Artikel & Berichte



Abschnitt 03

Praktische Anwendung:
Ihr grünes digitales
Unternehmen aufbauen

Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen

Willkommen im Abschnitt, der Ihnen hilft, Ihre Kompetenzen für den Start Ihres grünen digitalen Unternehmens einzuschätzen!

In diesem Abschnitt verwandeln Sie (und Ihr Team, falls Sie zusammenarbeiten) Schritt für Schritt eine nachhaltige Idee in ein sinnorientiertes digitales Unternehmen.

Der Prozess ist in **sechs Schlüsselphasen** gegliedert – vom Erkennen einer grünen Chance bis zum Pitch Ihres Konzepts – und in jeder Phase üben Sie Kompetenzen aus drei EU-Kompetenzrahmen:

1. **EntreComp** (Unternehmertum) fördert ein **chancenorientiertes Mindset**, kreative Problemlösung und ethisches, nachhaltiges Denken.
2. **GreenComp** (Nachhaltigkeit) entwickelt **Systemdenken** und Zukunftsdenken für Nachhaltigkeit und befähigt Sie, Umweltherausforderungen anzugehen, und
3. **DigComp** (digitale Kompetenzen), um in einer technologiegetriebenen Welt zusammenzuarbeiten und zu innovieren



Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen

Alle Aufgaben nutzen **kostenlose, zugängliche Tools** (z. B. Canva, Miro, Notion, Google Workspace, Trello), und Sie wählen flexible Ergebnisse (Business Model Canvas, kurzes digitales Pitch-Video, Nachhaltigkeits-Wirkungskarte usw.), die zu Ihrem Projekt passen.

Der Ansatz eignet sich **für Solo-Gründende und Teams** und ist leicht verständlich, visuell und ansprechend für junge Innovatorinnen und Innovatoren. Am Ende haben Sie nicht nur ein Unternehmenskonzept, sondern auch europaweit anerkannte Kompetenzen geschärft – als Vorbereitung auf weitere Module und reale Innovationsherausforderungen.

Der **Start-DSP-Ansatz** zeigt in jeder Phase die relevanten Kompetenzen und wie Ihr Projekt diese gefragten Fähigkeiten umsetzen und aufbauen kann.



Praxis: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 1. Eine grüne digitale Chance erkennen

(Systemdenken & Marktlücke)



Schritt 2. Ideenfindung & Zweck definieren

(Kreative Ideation-Tools + Nachhaltigkeitsrahmen)



Schritt 3. Green Business Model Canvas erstellen

(Visualisieren)



Schritt 4. Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools entwerfen



Praxis: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 1. Eine grüne digitale Chance erkennen (Systemdenken & Marktlücke)



Eine grüne digitale Chance erkennen heißt, zu sehen, wo digitale Tools (Apps, Daten, smarte Technik) Umweltprobleme lösen können.



Mit **Systemdenken** betrachten Sie, wie alles zusammenhängt, und über die **Marktlücke** finden Sie Bedarfe, die nicht gedeckt sind.



Es geht darum, **Technologie mit Nachhaltigkeit zu verbinden** und smarte, grüne Lösungen zu schaffen.



Eine grüne digitale Chance erkennen

(Systemdenken & Marktlücke)

GreenComp betont „**Komplexität annehmen**“ – **Systemdenken**, um Nachhaltigkeitsherausforderungen ganzheitlich zu sehen. Zoomen Sie zunächst heraus, um das Gesamtbild eines Umweltproblems zu erfassen, bevor Sie auf eine konkrete Marktlücke fokussieren.



Schritt 1: Zuerst gilt es, **eine bedeutsame grüne Chance zu erkennen**: ein ökologisches oder soziales Problem, das Sie mit einer digitalen Lösung angehen können – also die Schnittmenge aus *Nachhaltigkeitsbedarf* und *Marktlücke*. Erkunden Sie den Problemraum zunächst mit **Systemdenken**.



Zum Beispiel: Interessiert Sie Lebensmittelverschwendung, bilden Sie das System ab – von Erzeugung bis Konsum: Was führt zu Abfall (z. B. Überschüsse in Restaurants, falsche Lagerung, Konsumgewohnheiten)? Wer sind die Stakeholder (Landwirtschaft, Betriebe, Haushalte, Politik)? Wie hängen diese Elemente zusammen?



GreenComp

GreenComp definiert „Systemdenken“ als Herangehen an ein Nachhaltigkeitsproblem von allen Seiten – unter Berücksichtigung verschiedener Elemente, Zeithorizonte und Zusammenhänge im System.

Wer das System versteht, findet Hebelpunkte für Innovation.

Green Business: How the Environment Impacts Business



Schritt-für-Schritt-Anleitung: Eine grüne digitale Chance erkennen

01

System abbilden:

Nutzen Sie ein kostenloses Tool wie **Miro** (Online-Whiteboard) oder **Google Drawings** für eine einfache Systemkarte Ihres Themas. **Zeichnen Sie Knoten für Schlüsselemente (Menschen, Prozesse, Ressourcen) und Pfeile für Beziehungen.** So werden Schwachstellen sichtbar. *EntreComp-Bezug:* Sie „erkennen Chancen“ durch Beobachten von Bedarfen im Kontext. *GreenComp-Bezug:* Sie üben System- und kritisches Denken zu Nachhaltigkeit.

02

Lücken und Bedarfe identifizieren:

Analysieren Sie Ihre Karte auf ungedeckte Bedarfe oder Lücken. *Fragen Sie sich: Wo entsteht vermeidbarer Abfall oder Schaden? Wo fehlen Menschen Informationen oder Hilfe?* **Zum Beispiel** zeigt die Karte vielleicht Restaurants, die jeden Abend Essen wegwerfen – die Lücke: keine Verbindung zu Menschen, die es nehmen würden. Sammeln Sie solche Lücken. Das ist Problemrahmung – eine Herausforderung in Nachhaltigkeitsbegriffen definieren. Das Problem sollte bedeutsam (Lösung nützt Gesellschaft oder Umwelt) und mit digitaler Technologie potenziell lösbar sein.



03

Markt recherchieren:

Haben Sie eine vielversprechende Lücke, machen Sie einen schnellen Realitätscheck. Nutzen Sie Informations- und Datenkompetenz ([DigComp-Bereich 1](#)) und recherchieren Sie online: ***Wurde das Problem schon von anderen angegangen? Welche Lösungen gibt es, wo liegen ihre Grenzen?*** Suchen Sie Statistiken (z. B. % verschwendeter Lebensmittel, CO₂), um die Wirkung einzuschätzen. Gibt es Lösungen: ***Wo ist die Marktlücke – eine Nische oder ein unterversorgter Aspekt, den Sie verbessern könnten?*** Lassen Sie sich von ähnlichen Start-ups nicht entmutigen; finden Sie den Blickwinkel oder das Feature, das Ihren Ansatz abhebt (z. B. lokale Community, andere Technologie, andere Zielgruppe).

04

Chancen-Statement:

Formulieren Sie ein klares Chancen-Statement, das das **Problem** mit einer Andeutung der **Lösung verbindet**. Zum Beispiel: „***Viele lokale Gastronomiebetriebe werfen überschüssiges Essen weg (Problem); eine digitale Plattform könnte es an Bedürftige oder Kompostieranlagen weiterleiten (Lösungsidee).***“ Ein bis zwei Sätze genügen. Dieses Statement leitet Ihr Projekt. **EntreComp-Bezug:** Es braucht *Vision* – eine bessere Zukunft und den Wert Ihrer Idee vorstellen – sowie *ethisches und nachhaltiges Denken* – positive Wirkung für Gemeinschaft und Umwelt anstreben.



Beispiel: Eine grüne digitale Chance erkennen

Studierende **identifizierten** das Problem **Lebensmittelverschwendung auf dem Campus**. Beim **Abbilden** des Mensasystems sahen sie: Überschüsse wurden täglich entsorgt, während Studierende mit knappem Budget hungerten. Sie **recherchierten und fanden** keine Campus-Lösung – eine Lücke. Ihr Statement:

„Wir sehen die Chance für eine Campus-Food-Sharing-App, die Studierende auf kostenlose Mensa-Überschüsse hinweist – weniger Abfall, weniger Ernährungsunsicherheit.“ Damit begann ihr Vorhaben.



Zugeordnete Kompetenzen:

- ✓ **EntreComp:** Chancen erkennen; Vision; ethisches & nachhaltiges Denken.
- ✓ **GreenComp:** Systemdenken; kritisches Denken; Problemrahmung.
- ✓ **DigComp:** Informations- & Datenkompetenz (Fakten recherchieren, verlässliche Online-Infos erkennen)



Inspiration gesucht? Schwerpunkte des europäischen Grünen Deals – erneuerbare Energie, nachhaltige Landwirtschaft, Kreislaufwirtschaft – sind Fundgruben für Probleme. Viele grüne Start-ups begannen mit Alltagsfragen: Too Good To Go etwa verband Restware von Geschäften mit Schnäppchenjägern.

Praxis: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 2. Ideenfindung & Zweck definieren

(Kreative Ideation-Tools + Nachhaltigkeitsrahmen)



Ideenfindung und Zweckdefinition heißt, **kreative Ideen** für grüne digitale Lösungen zu entwickeln und um eine klare Mission zu formen.



Mit **kreativen Ideation-Tools** (Brainstorming, Mindmaps, Design Thinking) entstehen neue Ideen.



Dann sorgen **Nachhaltigkeitsrahmen** (wie die SDGs oder Kreislaufwirtschaft) dafür, dass diese Ideen echte ökologische und soziale Wirkung entfalten.



Ideenfindung & Zweck definieren

(Kreative Ideation-Tools + Nachhaltigkeitsrahmen)

Zwei Studierende brainstormen nachhaltige Lösungen. Entwickeln Sie jetzt frei Ideen mit Kreativtechniken (Papier oder digitale Boards) und verbinden Sie sie mit Nachhaltigkeitsrahmen – welchen UN-Nachhaltigkeitszielen oder grünen Prinzipien dient Ihr Vorhaben?



Zeit, Ihre Idee zu schärfen: Nach der breiten Chance geht es ans Ideenfinden – eine konkrete Lösung entwickeln und verfeinern – und an den Zweck Ihres Vorhabens.

Hier nutzen Sie Kreativitätstechniken (eine wichtige EntreComp-Kompetenz) und Nachhaltigkeitsrahmen (wie die UN-Nachhaltigkeitsziele), damit Ihre Idee einen starken ökologischen oder sozialen Zweck hat.

Ziel ist ein konkretes Wertversprechen: **Was genau schaffen Sie, und warum ist es für Nachhaltigkeit wichtig?**



Schritt-für-Schritt-Anleitung: Ideenfindung & Zweck definieren

01

Lösungen brainstormen:

Versammeln Sie Ihr Team (oder unterstützende Peers, wenn Sie allein arbeiten) zu einer Brainstorming-Sitzung.

- Nutzen Sie kostenlose **kollaborative digitale Tools** wie Miro oder Canvas Online-Whiteboard für digitale Haftnotizen – oder einfach Stift und Papier.
- Starten Sie mit einer „**Wie könnten wir ...**“-Frage zu Ihrem Chancen-Statement. (Wie könnten wir mit digitaler Technologie Lebensmittelabfall auf dem Campus reduzieren?) In der ersten Runde zählt Menge vor Qualität – notieren Sie jede Idee, egal wie ungewöhnlich.
- Erwägen Sie verschiedene **digitale Ansätze** (App, Webplattform, IoT-Sensoren, Datenanalyse usw.), die das Problem lösen könnten.
- Brainstormen Sie auch **Geschäftsmodelle oder Anreize** (ehrenamtlich, werbefinanziert, Freemium usw.). Urteilen Sie noch nicht – es geht darum, kreative Möglichkeiten zu öffnen.

(**Tipp:** Probieren Sie Ideation-Techniken wie Mindmapping, SCAMPER oder Crazy 8s.)



Nachhaltigkeitsrahmen als Leitplanken nutzen:

- Um Ihre Ideenfindung im Zweck zu verankern, filtern und erweitern Sie Ihre Ideen mit etablierten Nachhaltigkeitsrahmen.
- **TIPP** Eine gute Referenz sind die UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) – 17 globale Ziele zu Klimaschutz, sauberem Wasser, nachhaltigen Städten, verantwortungsvollem Konsum usw. Bestimmen Sie, welche SDGs Ihre Chance betrifft (z. B. Lebensmittelabfall → **SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion** und SDG 2: Kein Hunger).
- Das kann weitere Ideen anregen – etwa Partnerschaften oder Features, die diese Ziele voranbringen. Denken Sie auch an die **Triple Bottom Line** (People, Planet, Profit) oder Prinzipien der **Kreislaufwirtschaft** (kann Ihre Idee Ressourcen wiederverwenden, recyceln oder regenerieren?). So stellen Sie sicher, dass der Zweck Ihres Vorhabens wirklich grün und wirkungsvoll ist.

7 AFFORDABLE AND
CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED
INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



Nach der Ideenflut wechseln Sie in den **Bewertungsmodus**. Welche Ideen treffen den Bedarf am besten, sind mit zugänglicher Technologie machbar und passen zu Nachhaltigkeitswerten? Ideen dürfen kombiniert werden (vielleicht ein Mix aus zwei Konzepten).

Nutzen Sie einfache **Kriterien** zur Rangfolge: Wirkung (löst es das Problem wesentlich?), Innovation (ist es neu oder deutlich besser als Bestehendes?) und Umsetzbarkeit mit Ihren Kompetenzen/Ressourcen.

Hier kommt *EntreComps „Kreativität“-Kompetenz* stark ins Spiel – Sie gehen von vielen Ideen zu einer *wertvollen Lösung*.

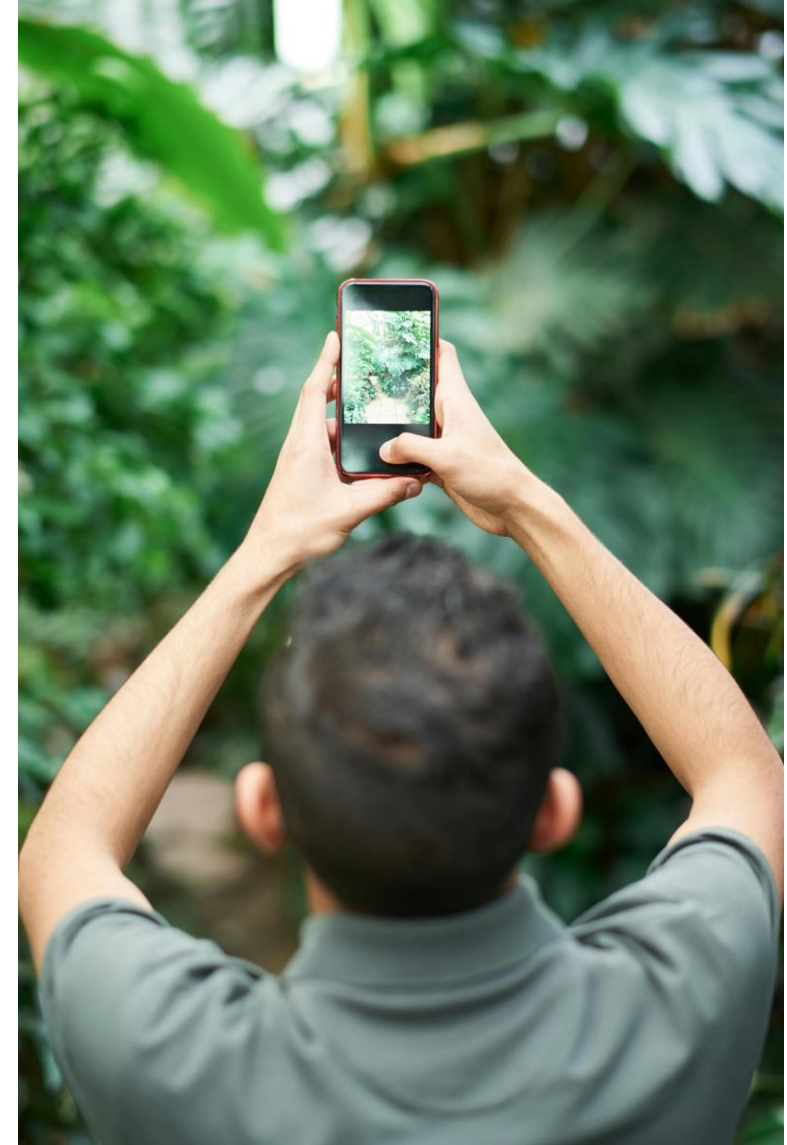
Wenden Sie auch *GreenComps „Zukunftskompetenz“* an – stellen Sie sich die Zukunft mit jeder Idee vor: Welche ist die inspirierendste nachhaltige Zukunft?



Haben Sie eine Leitidee gewählt, formulieren Sie den **Zweck** Ihres Vorhabens in **ein bis zwei Sätzen**.

Das ist im Kern Ihr **Mission Statement** – es fasst, **was Ihre Lösung ist** und **warum sie wichtig ist**.

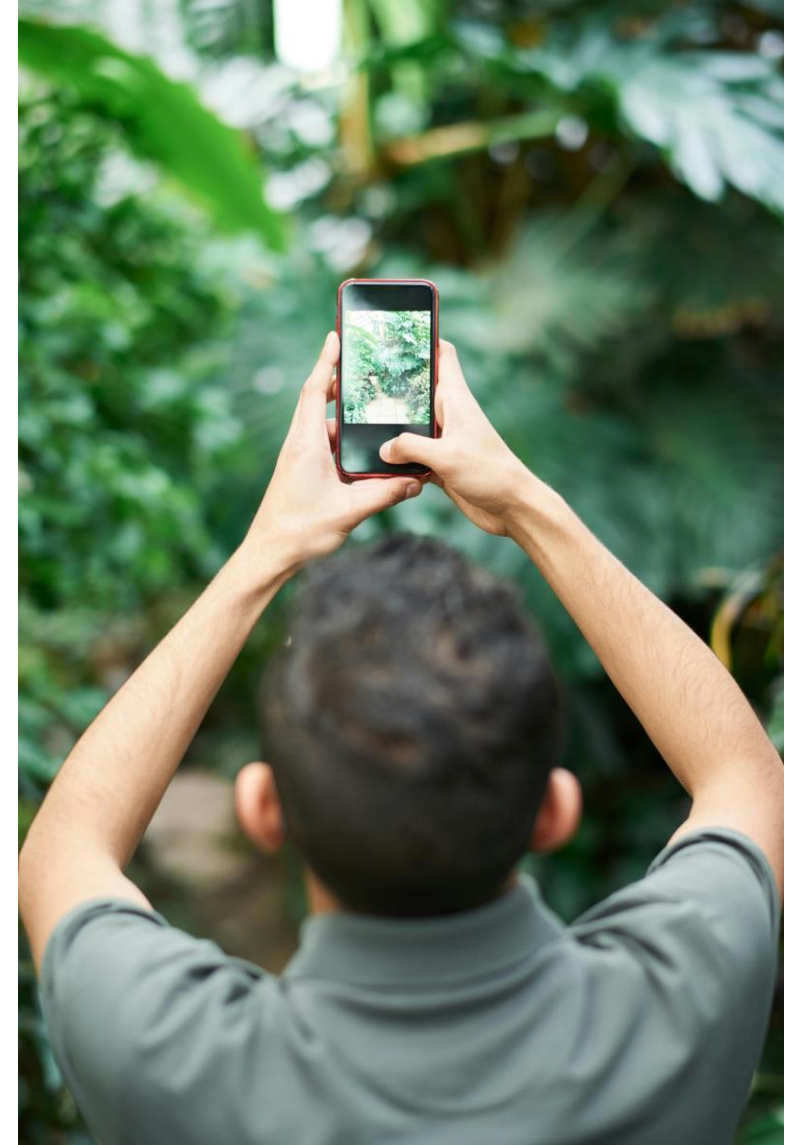
Zum Beispiel: „*Unsere Mission ist, Lebensmittelabfall auf dem Campus zu halbieren, indem wir überschüssiges Mensaessen per App in Echtzeit an Studierende vermitteln und eine Kultur des Teilens und der Nachhaltigkeit fördern.*“



Beachten Sie: Dieses Statement enthält ein **klares Ergebnis** (Abfall halbieren), die **Methode** (App, die Überschüsse an Studierende vermittelt) und den **größeren Zweck** (Kultur des Teilens und der Nachhaltigkeit).

Ein starkes Zweck-Statement motiviert und richtet Ihr Team am „**Nordstern**“ des Vorhabens aus.

EntreComp-Bezug: Das nutzt „*Vision*“ – eine inspirierende Zukunftsvision entwerfen, die andere mitnimmt – und „*Ideen wertschätzen*“ – erkennen, welche Idee den größten Wert liefert, und sie verfolgen.



Beispiel: Ideenfindung & Zweck definieren

Zurück zum Campus-Szenario: Das Brainstorming des Teams brachte Ideen wie eine Food-Sharing-App, ein KI-gestütztes Küchen-Bestandssystem, eine Aufklärungskampagne und mehr.

Sie bewerteten diese nach ihren Kriterien und wählten die **Food-Sharing-App** als wirkungsvollste und machbarste Idee.

Die Ausrichtung an **SDG 12 (Nachhaltiger Konsum)** brachte sie auf die Idee, die gesamte gerettete Lebensmittelmenge zu erfassen (um die Wirkung zu quantifizieren).



Zugeordnete Kompetenz:

EntreComp: Kreativität; Vision; Ideen wertschätzen.

GreenComp: Zukunftskompetenz (alternative nachhaltige Zukünfte entwerfen);

→ **Exploratives Denken** (Kreativität und fachübergreifende Ideen für neue Lösungen).

DigComp: Kommunikation & Zusammenarbeit (digitale Tools zum Brainstorming im Team) joint-research-centre.ec.europa.eu; → **Digitale Inhalte erstellen** (Ideen in digitalen Medien wie Mock-ups oder Dokumenten ausdrücken).

Beispiel: Ideenfindung & Zweck definieren

Ihr verfeinertes Mission Statement lautete:

„Eine digitale Plattform schaffen, die Lebensmittelabfall auf dem Campus beseitigt, indem sie übrig gebliebenes Essen sofort an Studierende und lokale Hilfsorganisationen weitergibt – weniger Abfall, weniger Hunger.“

Diese klare, sinnorientierte Definition leitete ihre gesamte weitere Arbeit.



Tipp:

Auf Tools wie Miro oder Notion finden Sie **interaktive Vorlagen** für Brainstorming und Mission Statements. Miro bietet z. B. kostenlose *Ideation-Vorlagen*, Canva Grafiken für Mission Statements.

Sehen Sie sich auch die Ressourcen des EU-Aktionsplans für digitale Bildung an – sie zeigen manchmal Tools für kollaborative Kreativität im Unterricht.)

Praxis: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 3. Green Business Model Canvas erstellen (Visualisieren)



Ein Green Business Model Canvas zu erstellen heißt, **abzubilden**, wie Ihr nachhaltiges Unternehmen funktioniert – in einem klaren, visuellen Rahmen.



Es **zeigt den Wert Ihrer Idee**, Kundschaft, Partner, Ressourcen und Wirkung und hebt umweltfreundliche Entscheidungen hervor.



Die Visualisierung hilft, **das große Ganze zu sehen** und Ihre grüne Idee klar zu kommunizieren.



Green Business Model Canvas: Ihre Idee visualisieren

Mit klarem Zweck und Lösungskonzept planen Sie nun, wie Ihr Vorhaben Wert schafft, liefert und erfasst – auf nachhaltige Weise.



Das Business Model Canvas (BMC) nutzen: Wir nutzen das Business Model Canvas (BMC), eine einseitige Blaupause der Schlüsselemente Ihres Vorhabens, und geben ihm einen „grünen“ Dreh.

Das Green Business Model Canvas ist im Kern das klassische BMC mit Nachhaltigkeitsaspekten: Sie bilden weiterhin Kundschaft, Wertversprechen, Einnahmen usw. ab, denken aber in jedem Teil auch die ökologische und soziale Wirkung mit.

Dieser visuelle Plan zeigt Ihnen und anderen, wie Ihre Idee ein tragfähiges, sinnorientiertes Unternehmen werden kann.



Schritt-für-Schritt-Anleitung: Green Business Model Canvas

01

Canvas-Vorlage holen:

Statt bei null zu beginnen, nutzen Sie eine kostenlose Vorlage des Business Model Canvas. (*Vorschläge in den Links unten*)

→ Vorlagen finden Sie z. B. bei **Canva** (nach „Business Model Canvas“ suchen und eine kostenlose wählen) oder in **Miros Business-Model-Canvas**-Vorlage. Auch Google Slides/Drawings haben BMC-Layouts zum Kopieren.

→ **Achten Sie auf die 9 Standardblöcke: Schlüsselpartner, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselressourcen, Wertversprechen, Kundenbeziehungen, Kanäle, Kundensegmente, Kostenstruktur und Einnahmequellen.**

→ Wählen Sie, falls verfügbar, eine Version mit zusätzlicher Ebene für „*Wirkung*“ oder „*Nachhaltigkeit*“ (manche Canvases haben Felder für ökologische/soziale Kosten & Nutzen) – Sie können diese aber auch selbst ergänzen.

[The Triple Layered Business Model Canvas: A Tool To Design More Sustainable Business Models](#)

[The Sustainable Business Model Canvas](#)

[Unlocking Sustainability with the Triple Layered Business Model Canvas \(TLBMC\)](#)



Blöcke ausfüllen – mit grüner Brille:

Arbeiten Sie jeden Abschnitt des Canvas durch und beschreiben Sie Ihr geplantes Vorhaben. Hier ein Leitfaden mit *grünen Impulsen*:



Kundensegmente:

Wer nutzt oder bezahlt Ihr Produkt?

Nennen Sie die Hauptgruppen (z. B. Studierende, Mensabetrieb, lokale Hilfsorganisationen im Food-App-Beispiel).

Grüne Brille: Denken Sie auch an Begünstigte, die nicht zahlen (z. B. Umwelt, Gemeinschaft). **Zum Beispiel** „profitiert“ der Planet von weniger Abfall – halten Sie das qualitativ fest.



Wertversprechen: Welchen Wert liefern Sie dieser Kundschaft? Das Herz Ihrer Idee – z. B. „**Wir helfen Menschen, Abfall und Entsorgungskosten zu senken; Studierende essen kostenlos, weniger Essen landet auf der Deponie.**“

Grüne Brille: Benennen Sie den Nachhaltigkeitswert klar: CO₂-Fußabdruck senken, Geld sparen, Gesundheit fördern usw. Ein grünes Wertversprechen kann etwa „**CO₂-Emissionen um X % senken**“ oder „**lokale Bio-Produkte fördern**“ enthalten – je nach Projekt.





Kanäle:

Über welche Kanäle erreichen Sie Ihre Kundschaft? Meist digitale (App-Stores, Website, Social Media). **Beachten Sie** kostenlose, einfache Kanäle: z. B. Instagram-Account, einfache Website mit Google Sites usw.

Grüne Brille: Sind Ihre Kanäle emissionsarm (digital ist meist CO₂-ärmer als physisch – denken Sie aber an grünes Hosting oder minimalen Druck bei Marketingmaterial)?



Kundenbeziehungen: Welche Art von Beziehung pflegen Sie? Bei einem digitalen Produkt vielleicht automatisiert (App-Benachrichtigungen) oder community-getrieben (Social-Media-Gruppen, Foren). Vielleicht Gamification zur Bindung (Abzeichen für „gerettetes Essen“).

Grüne Brille: Community-Aufbau sollte Nachhaltigkeitswerte betonen (z. B. Challenges unter Nutzenden für mehr positive Wirkung).





Schlüsselaktivitäten:

Listen Sie die wichtigsten Tätigkeiten, damit das Vorhaben funktioniert. Zum Beispiel: App entwickeln, Campus-Partner gewinnen, Wartung und Support, Marketing an Studierende.

Grüne Brille: Nehmen Sie Aktivitäten auf, die die Nachhaltigkeit sichern – z. B. Wirkung überwachen, umweltfreundliche Materialien beschaffen, falls es physische Komponenten gibt.



Schlüsselressourcen: Welche Vermögenswerte sind nötig?

Materielles und Immaterielles: z. B. die App selbst (Plattform), Freiwillige oder Personal, Partnerschaften mit Mensen usw. Auch digitale Ressourcen wie Open-Source-Software, offene Daten oder kostenlose Cloud-Dienste.

Grüne Brille: Notieren Sie, falls relevant, Ressourcen, die Ihre Lösung nachhaltig machen (z. B. Server mit erneuerbarer Energie, Wissen über Recyclingprozesse). Viele grüne Start-ups nutzen einzigartige Ressourcen wie Cleantech-Patente oder starke Community-Bindungen.





Schlüsselpartner: *Mit wem müssen Sie zusammenarbeiten?* Kein Vorhaben steht allein – nennen Sie Partner wie Lieferanten, Sponsoren, Organisationen, sogar Mentorinnen und Mentoren. **Beispiel:** Campusverwaltung (politische Unterstützung), Umwelt-AG (Promotion, Koordination), lokale Höfe (Kompost).



Kostenstruktur: Bestimmen Sie die **Hauptkosten Ihres Vorhabens.** Anfangs stecken viele Kosten in Entwicklungszeit („Sweat Equity“) und einigen Diensten (Webhosting, Marketing). Nutzen Sie möglichst kostenlose Tools – z. B. GitHub für Code, kostenlose Cloud-Stufen usw.

Grüne Brille: Partnerschaften verstärken die Wirkung (GreenComps Kompetenz „kollektives Handeln“ – gemeinsam für Wandel). Notieren Sie jede Instanz, die für Ihr Wertversprechen entscheidend ist.

Grüne Brille: Planen Sie auch Nachhaltigkeitskosten: etwa Spendenzusagen für Umweltzwecke oder CO₂-Kompensation. Schlanke Kosten gehören zu unternehmerischem und nachhaltigem Handeln.





Einnahmequellen: Schließlich:

Wie tragen Sie sich finanziell?

Listen Sie, wie Geld (oder Förderung) hereinkommt.

- Optionen: Direktverkauf, Abos, Werbung, Transaktionsgebühren, Zuschüsse (bei Sozialunternehmen üblich) oder „**Freemium**“-Modelle.
- Ein Studierendenprojekt zielt anfangs vielleicht nicht auf Gewinn – überlegen Sie aber, was es selbsttragend macht.
- Vielleicht zahlt die Hochschule, oder lokale Sponsoren übernehmen Kosten gegen Sichtbarkeit (z. B. ein Supermarkt sponsert die Food-App).

Grüne Brille: Ihr Erlösmodell darf keine negativen Wirkungen belohnen.

Zum Beispiel: Bei Werbeerlösen mit umweltbewussten Werbepartnern arbeiten. Beim Produktverkauf vielleicht ein Rücknahmesystem oder einen Gewinnanteil für Umweltschutz einplanen.



03

Auf Kohärenz und Nachhaltigkeit prüfen

Treten Sie einen Schritt zurück und lesen Sie Ihr Green Business Model Canvas als Ganzes.

- ☐ *Stützt jeder Teil Ihren Zweck?*
- ☐ *Gibt es Widersprüche (z. B. Öko-Anspruch, aber sehr CO₂-intensive Aktivität)?*
- ☐ Die grünen Aspekte sollten nicht nur im *Wertversprechen* stehen, sondern sich durch Partner, Aktivitäten und Ressourcen ziehen („*ethisches und nachhaltiges Denken*“, eine EntreComp-Kernkompetenz). Passt etwas nicht, korrigieren Sie jetzt.

Das stärkt auch *EntreComps Planungs- & Managementkompetenz* – im Kern ein Umsetzungsplan.



Beispiel: Ein Green Business Model Canvas erstellen

Das Campus-Food-Sharing-Team erstellte ein Green Business Model Canvas.

Einige Highlights: Unter **Schlüsselpartner** nannten sie den Mensabetrieb (liefert Reste), die studentische Nachhaltigkeitsgruppe (Kampagnen) und eine lokale Lebensmittelbank (nimmt Überschüsse) – ein Netzwerk von Mitwirkenden.

Ihr **Wertversprechen** lautete „Null Lebensmittelabfall auf dem Campus – Mahlzeiten für Studierende retten und Entsorgungskosten/Emissionen der Hochschule senken.“



Zugeordnete Kompetenz:

→ **EntreComp**: Planung & Management (abbilden, wie Wert geliefert wird); Ressourcen mobilisieren (nötige Ressourcen & Partner identifizieren); Finanz- & Wirtschaftskompetenz (Kosten und Einnahmen bedenken).

→ **GreenComp**: Nachhaltige Werte – **Nachhaltigkeit wertschätzen** (Modell an Nachhaltigkeitswerten und fairen Praktiken ausrichten); **Kollektives Handeln** (Partner/Community ins Modell einbeziehen).

Beispiel: Ein Green Business Model Canvas erstellen

Als **Einnahmequelle** wählten sie ein *Abonnement der Hochschule* (eine kleine Monatsgebühr für die App, begründet durch eingesparte Entsorgungskosten).

Die **Kostenstruktur** war minimal – vor allem Entwicklungszeit und einige Cloud-Server-Gebühren (zunächst kostenlose Server-Stufen). Als Nachhaltigkeits-Plus planten sie, die CO₂-Einsparungen durch weniger Abfall zu messen und der Hochschule zu berichten (Mehrwert für den Service).



→ **DigComp**: Digitale Inhalte erstellen (Canvas mit digitalen Tools gestalten, ggf. Modellaspekte prototypen); Kommunikation (das Canvas vermittelt den Plan klar, z. B. an Mentorinnen, Mentoren oder Stakeholder).

Beispiel: Ein Green Business Model Canvas erstellen

Beim Ausfüllen des Canvas erkannten sie einen zunächst übersehenen Partner – die Campus-IT (um ggf. Studierenden-Logins in die App zu integrieren).

Dieser Planungsschritt stellte sicher, dass kein wichtiges Element übersehen wurde.



Tipp:

Siehe Strategyzers offiziellen Business-Model-Canvas-Leitfaden für allgemeine Tipps, und sehen Sie sich bei Interesse das Triple Layered Business Model Canvas an – es ergänzt eigene ökologische und soziale Ebenen.

Für jetzt genügt es, diese Aspekte in Ihr einzelnes Canvas einzubetten – der Drei-Ebenen-Ansatz ist aber ein starkes Tool für tiefe Nachhaltigkeitsintegration.

Praxis: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 4. Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools entwerfen



Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools zu entwerfen heißt, zu planen, wie Sie mit **einfachen, günstigen und nutzerfreundlichen** digitalen Plattformen Ihr grünes Unternehmen aufbauen.



Im Fokus steht die Wahl der **richtigen Online-Tools** – Social Media, Websites oder Apps –, mit denen Sie **Kundschaft erreichen, Ihren Zweck teilen** und **Ihre Wirkung skalieren**, ohne tiefes technisches Know-how.



Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools entwerfen

Mit skizzierten Geschäftsmodell planen Sie nun, wie Sie Ihre Lösung digital tatsächlich bauen und bereitstellen.



Eine digitale Strategie entwerfen: In diesem Schritt skizzieren Sie eine einfache digitale Strategie – einen Plan, wie Sie Ihr Produkt entwickeln und Nutzende online einbinden, nur mit kostenlosen oder leicht verfügbaren Tools.

Dazu gehören ein Prototyp Ihres Produkts (auch nur als Demo), die Wahl der richtigen digitalen Kanäle für Ihre Zielgruppe und die Organisation Ihrer Projektaufgaben.

Sehen Sie es als Roadmap, um Ihre Idee digital zum Leben zu bringen.



01

Schritt-für-Schritt-Anleitung: Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools entwerfen

Erstellen Sie zunächst einen einfachen **Prototyp** oder ein Mock-up mit kostenlosen Tools.



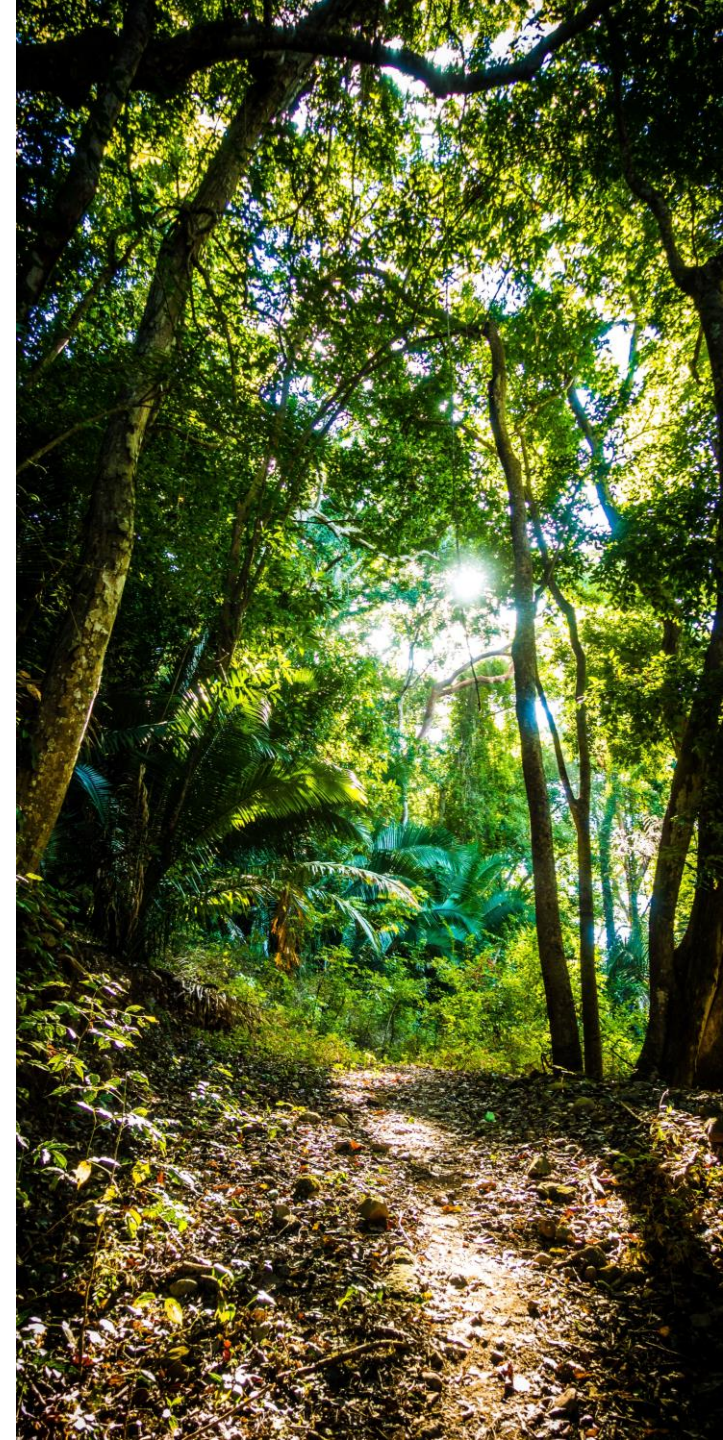
Bedenken Sie:

Bei einer App oder Website gestalten Sie eine einfache Oberfläche in **Canva** (Vorlagen für App-Screens und Websites) oder einem kostenlosen Prototyping-Tool wie **Figma** oder **Adobe XD** (kostenlose Stufen für Studierende).

Zum Beispiel: Skizzieren Sie die Hauptscreens der App – Login, Liste verfügbarer Lebensmittel, Reservieren-Button usw.



Tipp: Ist Ihre Idee eine Serviceplattform, erstellen Sie vielleicht eine einseitige **Landingpage** mit einem kostenlosen Baukasten (Google Sites, Wix Free usw.), die den Service erklärt und die Nutzung „simuliert“.



Ziel ist nicht, ein fertiges Produkt zu programmieren (außer Sie haben Zeit und Können), sondern eine greifbare Demo, die Sie anderen zeigen können.

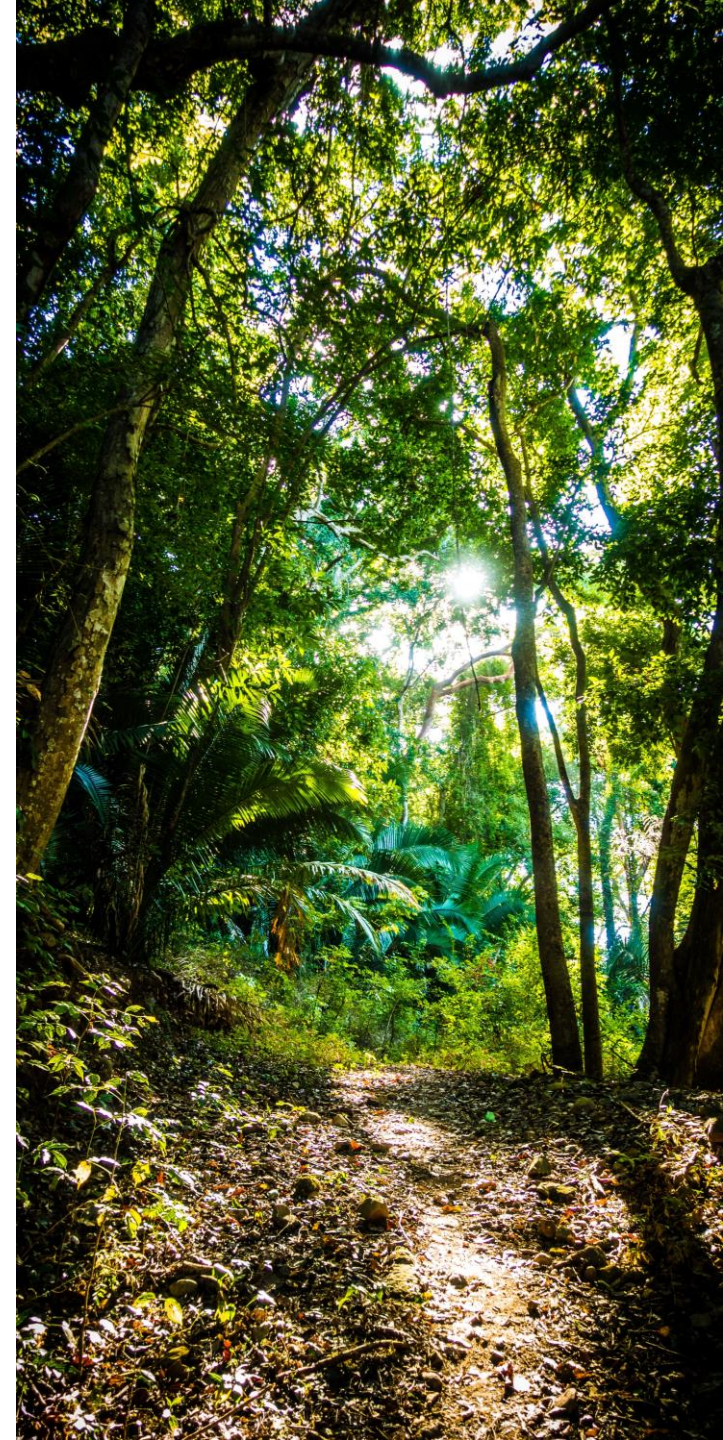


Das hilft doppelt:

1. Sie erhalten früh Feedback von Peers/Mentorinnen und Mentoren, und
2. Ihr finaler Pitch wird mit Visuals überzeugender.



DigComp-Bezug: Sie üben *digitale Inhalte zu erstellen*, indem Sie Mock-ups und Grafiken für Ihr Vorhaben gestalten



Digitale Kanäle wählen: Entscheiden Sie, wie Sie Ihre Zielgruppe digital erreichen. Finden Sie die Online-Plattformen, die bei ihr beliebt sind.

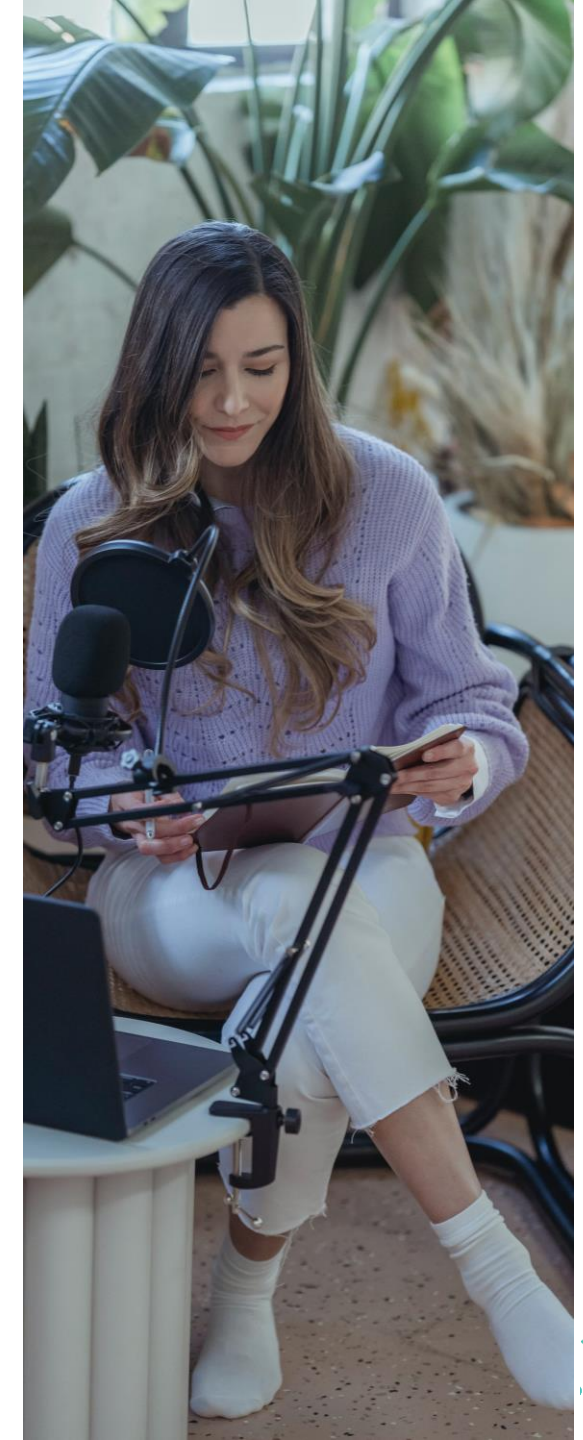


Bedenken Sie:

Für Studierende könnten das Instagram, TikTok oder eine Campus-Facebook-Gruppe sein.

Für ein breiteres Publikum oder Unternehmen eher LinkedIn oder X (ehemals Twitter). Im Campus-Szenario wählt das Team vielleicht einen Instagram-Account für Updates und Erfolgsgeschichten (Fotos geretteter Mahlzeiten) und eine WhatsApp- oder Discord-Gruppe für Sofortmeldungen.

Erwägen Sie auch einen **E-Mail-Newsletter** (mit einem kostenlosen Tool wie Mailchimp Free oder einfach Gmail), um Stakeholder zu informieren (z. B. wöchentliche Wirkungsübersicht).



Content-Strategie planen

Planen Sie Ihre Content-Strategie in Kürze – z. B. *„Wir posten zweimal pro Woche auf Instagram Tipps gegen Lebensmittelverschwendung, zeigen die Wirkung unserer App und informieren neue Nutzende über das Studierendenportal der Hochschule.“*

Halten Sie diese Entscheidungen in einem kurzen Social-Media-Plan fest.

DigComp-Bezug: Hier geht es um *Kommunikation und Zusammenarbeit* in digitalen Umgebungen – die Interaktion mit Ihrer Nutzer-Community online



Kostenlose Tech-Tools nutzen

Welche kostenlosen Tools treiben Ihren Betrieb und die Teamarbeit an?



Trello

Für das Projektmanagement eignet sich Trello (ein Board für Aufgaben wie „Prototyp gestalten“, „Treffen mit Mensaleitung“ usw.)



Notion

Notion ist ein KI-Workspace (z. B. für einen dokument-/wikiartigen Arbeitsbereich mit To-dos, Notizen und Datenbanken – sehr praktisch für Teamarbeit).



Google Workspace

Nutzen Sie **Google Workspace** (Docs, Sheets), um Inhalte gemeinsam zu schreiben oder ein Wirkungsprotokoll zu führen.



Kostenlose Tech-Tools richtig nutzen

„Wir nutzen Trello für Aufgaben, Google Docs für Dokumentation und Planung, Canva für Werbegrafiken und Microsoft Teams oder Slack (kostenlos) für die Teamkommunikation.“

So wissen alle, wo sie zusammenarbeiten, und es bleibt für Ihr Projekt bezahlbar.



Google Forms

Erfordert Ihre Lösung Terminplanung oder Mapping, gibt es Google Forms (für Feedback oder Anmeldungen).



Google Maps

Die Google Maps API hilft der Kundschaft, Ihr Angebot zu finden und die Umgebung zu entdecken – das stärkt Ihr Wertversprechen und das Gästerlebnis.



Miro AI Workspace

Kollaborative Online-Plattform mit KI: beschleunigt Workflows und Design, deckt Geschäftsbedarfe und schafft Transformation und Klarheit.



Die Nachhaltigkeit Ihres Geschäftsbetriebs bedenken

Da es ein grünes Vorhaben ist, bedenken Sie auch die Nachhaltigkeit Ihres digitalen Betriebs. Das kann heißen: ein Webhost mit erneuerbarer Energie (manche Anbieter haben kostenlose Stufen und werben mit grünem Hosting), ein kleiner Datenfußabdruck der App (effizienter Code = weniger Energie) und digitale Barrierefreiheit (DigComps Bereich „Sicherheit“ nennt sogar Wohlbefinden und Inklusion in der Technik)

Den IKT-CO₂-Fußabdruck im Blick behalten

Im kleinen Maßstab sind die digitalen Emissionen Ihres Projekts winzig, doch gute Gewohnheiten zahlen sich aus. Im Pitch können Sie erwähnen, dass Sie den IKT-CO₂-Fußabdruck im Blick haben.

Zum Beispiel hostete das Team seinen Prototyp auf GitHub Pages – kostenlos und relativ leichtgewichtig – und hielt Bildgrößen klein, um Datenübertragung zu sparen.



04

Zeitplan und Meilensteine

Erstellen Sie einen einfachen Zeitplan. Es braucht keine spezielle Software – eine Tabelle in Google Docs oder ein Trello-Kalender genügt.

Holen Sie früh **Feedback** zu Ihrem Prototyp von der Zielgruppe ein – ein Design lässt sich leichter anpassen als fertiger Code. Dieses iterative Vorgehen ist zentral für digitales Unternehmertum.)*

Meilensteine markieren

Markieren Sie Meilensteine wie *Prototyp fertig, Feedback-Test, Erststart, Nutzer-Onboarding* usw.

Realistisch bleiben

Bleiben Sie realistisch bei der Zeit (vielleicht läuft das Projekt über ein Semester).

Ein Zeitplan leitet Sie und zeigt Stakeholdern (etwa Ihrer Lehrkraft), dass Sie einen klaren Plan haben.

EntreComp-Bezug

Wenden Sie EntreComp durchgehend an.

Das übt „*Initiative ergreifen*“ und „*Planung und Management*“ – Ideen strukturiert in Handeln überführen. Es berührt auch „*Mit anderen arbeiten*“, wenn Sie Aufgaben teilen und effektiv zusammenarbeiten.



Beispiel: Digitale Strategie mit zugänglichen Tools

Das Food-Sharing-Team legte seine digitale Strategie so fest:

Es baute einen **klickbaren Prototyp** der App in Figma (kostenlos) und bettete ihn in eine kostenlose Google-Sites-Seite ein, damit Testende eine „Demo“ erleben konnten.

Es richtete eine **Instagram-Seite** „@CampusFoodRescue“ ein und plante Posts dazu, wie viel Essen verschwendet wird und wie die App hilft (mit Canva für einprägsame Visuals).



Zugeordnete Kompetenz:

→ **EntreComp**: Initiative ergreifen; Mit anderen arbeiten (gemeinsam umsetzen); Planung & Management (Roadmap erstellen).

→ **GreenComp**: Anpassungsfähigkeit (Plan und Tools bei Herausforderungen anpassen – eine Form, Übergänge im Projekt zu managen); **Eigeninitiative** (jede Person findet ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit in ihrer Rolle).



Beispiel: Digitale Strategie mit zugänglichen Tools

Für das **Projektmanagement** nutzten sie Trello mit den Spalten „Backlog / To-do, In Arbeit, Erledigt“ und trafen sich wöchentlich per Google Meet. Ein Teammitglied kontaktierte die Mensaleitung per E-Mail, um die Idee zu pilotieren (Beziehungsaufbau).

Sie bedachten auch **digitale Nachhaltigkeit**, indem sie für den späteren Betrieb ein als klimaneutral beworbenes Hosting wählten (hier Netlifys kostenlose Stufe). Am Ende dieser Phase hatten sie ein klares Bild davon, *was* zu tun war und *wie* sie digitale Tools dafür nutzen würden.



Zugeordnete Kompetenz:

→ **DigComp**: Digitale Inhalte erstellen (App/Website prototypen);

Kommunikation & Zusammenarbeit (Nutzende über soziale Plattformen einbinden, online als Team koordinieren);

Sicherheit & Wohlbefinden (digitale Lösung und Praktiken barrierefrei und unschädlich gestalten)



Rückblick: Ihr grünes digitales Unternehmen aufbauen



Schritt 1. Eine grüne digitale Chance erkennen

(Systemdenken & Marktlücke)



Schritt 2. Ideenfindung & Zweck definieren

(Kreative Ideation-Tools + Nachhaltigkeitsrahmen)



Schritt 3. Green Business Model Canvas erstellen

(Visualisieren)



Schritt 4. Eine digitale Strategie mit zugänglichen Tools entwerfen



Was Sie erreicht haben

Mit den **Schritten 1–4** sind Sie von einem vagen Nachhaltigkeitsproblem zu einem **sinnorientierten, digital gestützten Unternehmenskonzept** gekommen:



Schritt 1 — Chance rahmen: Sie nutzten **GreenComp (System- & kritisches Denken)**, um den Problemraum abzubilden, echte Lücken aufzudecken und ein prägnantes Chancen-Statement zu schreiben.



Schritt 2 — Zweck & Ideenfindung: Sie wandten **EntreComp (Kreativität, Vision, Ideen wertschätzen)** an, um Alternativen zu entwickeln und eine klare **Mission** im Einklang mit Nachhaltigkeitsprinzipien (SDGs/Kreislauf) zu finden.



Was Sie erreicht haben



Schritt 3 — Grünes Geschäftsmodell: Sie übersetzten den Zweck in ein kohärentes Modell, übten EntreComp (Planung & Ressourcenmobilisierung) und verankerten GreenComp (Werte, kollektives Handeln), sodass Wirkung in Partner, Aktivitäten, Kosten und Einnahmen eingebaut ist – nicht angeflanscht.



Schritt 4 — Digitale Strategie: Sie operationalisierten das Modell mit einem schlanken Tech-Plan und übten DigComp (Inhalte erstellen, Zusammenarbeit, Problemlösung), um zu prototypen, Kanäle zu wählen, Arbeit zu organisieren und günstige, zugängliche Tools zu nutzen – mit Blick auf digitale Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit.



Was Sie erreicht haben

Kurz gesagt haben Sie erreicht:

- eine validierte **Problemrahmung**,
- eine überzeugende **Mission**,
- ein praxistaugliches **grünes Geschäftsmodell** und
- eine pragmatische **digitale Roadmap** für Bau, Test und Kommunikation.

Zusammen zeigen sie, wie **EntreComp (Mindset & Umsetzung)**, **GreenComp (Ethik & Systeme)** und **DigComp (Tools & Lieferung)** Ideen in Handeln verwandeln.



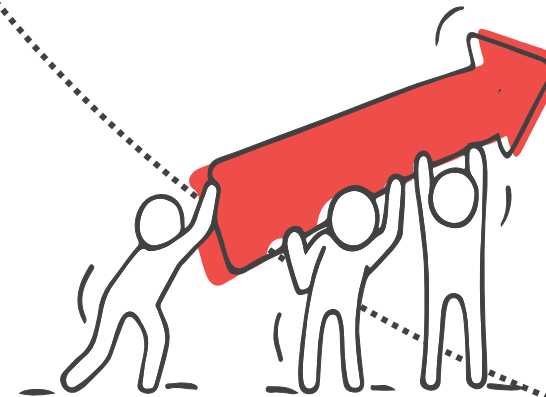


Modul 3 (Teil 2)

Grüne digitale Geschäftsmodelle

Abgeschlossen... Modul 2 (Teil 2)

Abschnitt 3 Praktische Anwendung: Ihr
grünes digitales Unternehmen aufbauen



Weiter...

Diese Ressource ist
lizenziert unter CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder des Deutschen Akademischen Austauschdienstes e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit, wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.