



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

LERNPfad

Die Welt braucht ChangemakerInnen

Die Auswirkungen des Klimawandels, der Umweltverschmutzung und der Erschöpfung der Ressourcen werden immer deutlicher, und es besteht dringender Handlungsbedarf, um diese Herausforderungen zu bewältigen.

Hier kommen Sie ins Spiel – als **SDG-Navigator**, eine Person, die sich für einen positiven Wandel in der Welt einsetzt, indem sie nachhaltige Praktiken fördert und innovative Lösungen für Umweltprobleme entwickelt. Sie sind hier, weil Sie glauben, dass Sie eine treibende Kraft für den Übergang zu einer nachhaltigeren Zukunft sein können.



Werden Sie ein/e ChangemakerIn!

Sie begeben sich nun auf einen Lernpfad, der Sie durch die sieben Phasen des nachhaltigen unternehmerischen Handelns zum Prozess der nachhaltigen Veränderung führen soll. Ziel ist es, Sie mit dem Wissen, den Fähigkeiten und der Einstellung (Motivation) auszustatten, damit Sie in der Welt wirklich etwas bewegen können. Bevor Sie Ihre Reise beginnen, möchten wir Ihnen erklären, **wie dieser Kurs funktioniert!**

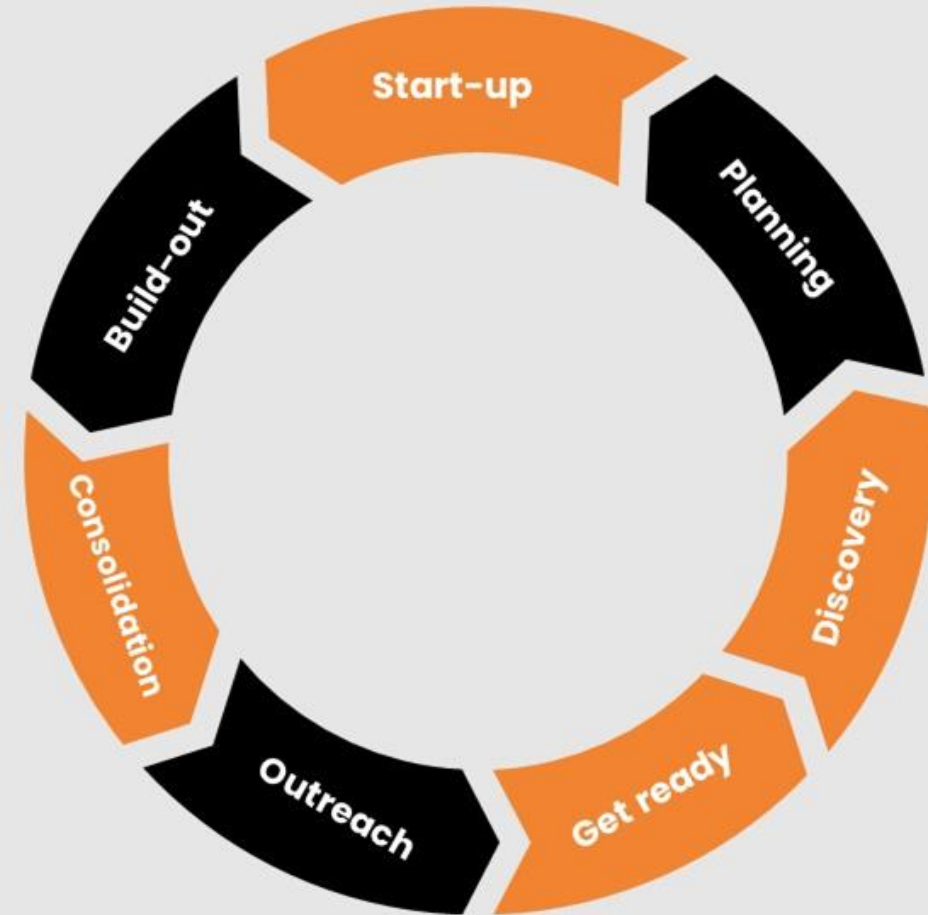


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Quelle: <https://unsplash.com/photos/0NJ9urGXrig>

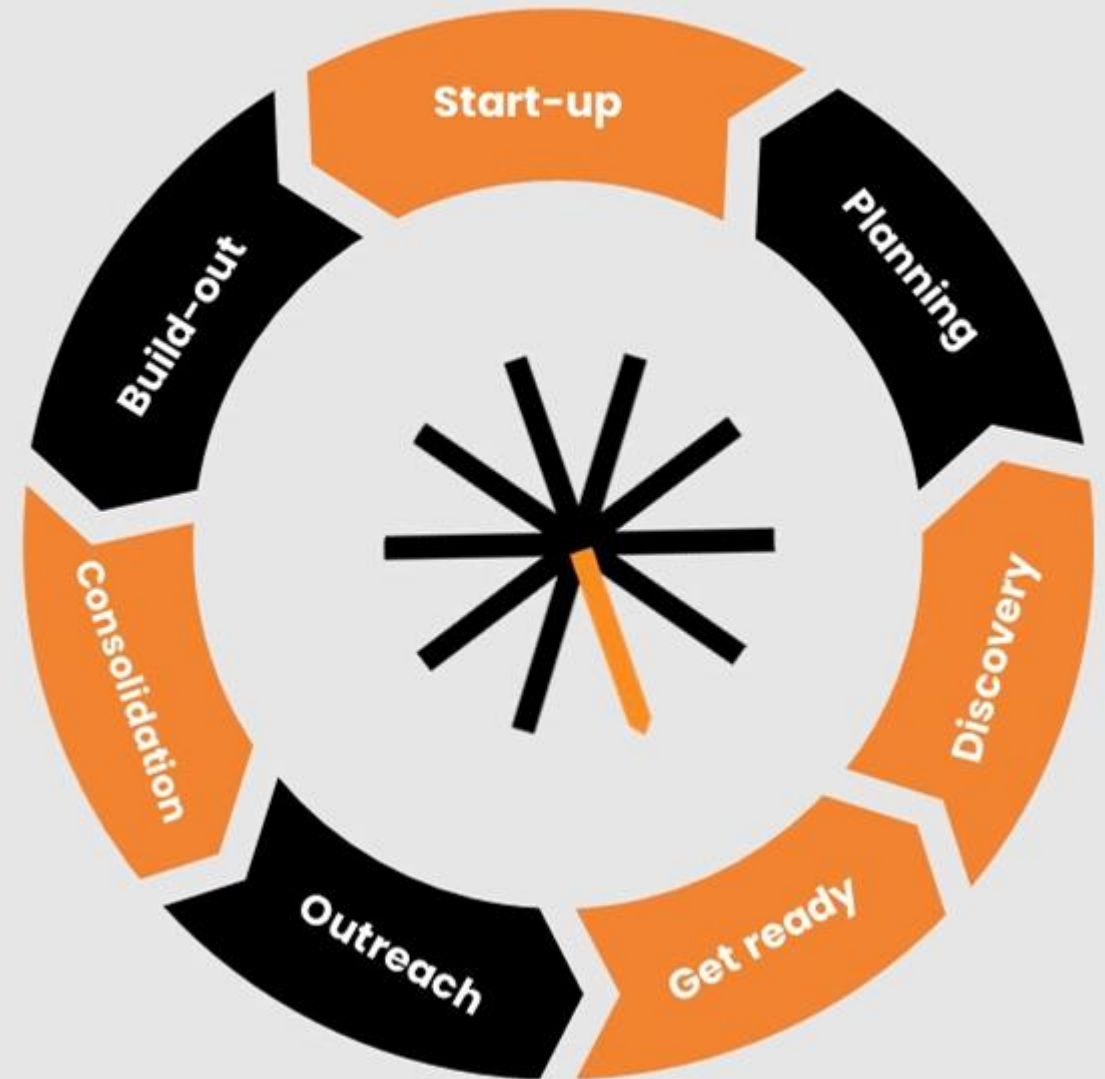
Wie funktioniert dieser Kurs?

Der SDG-NAVIGATOR-Lernpfad besteht aus sieben Lernmodulen, die den verschiedenen Phasen nachhaltigkeitsorientierten unternehmerischen Handelns entsprechen, d. h. den Phasen, die Unternehmer durchlaufen müssen, um nachhaltige Geschäftspraktiken zu schaffen und umzusetzen. Diese Phasen sind nicht streng linear, und Unternehmer können bestimmte Phasen wiederholen und wiederholen, während sie sich in der komplexen Landschaft des nachhaltigen Unternehmertums bewegen.



Wie funktioniert dieser Kurs?

Um sich zurechtzufinden, braucht man immer einen Wegweiser, und wenn Sie die Mitte des Schemas betrachten, die Ihren Lernprozess darstellt, finden Sie den Kompass, der Sie auf dieser Reise leiten wird. Der orangefarbene Pfeil zeigt an, in welchem Stadium Sie sich befinden. Dieser Kurs ist auch in Verbindung mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDG) konzipiert, um Sie dabei zu unterstützen, die breite Palette an Möglichkeiten, die Sie in Ihrem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten unternehmerischen Handeln haben, und die entsprechenden Auswirkungen besser zu erkennen.





**SDG
NAVIGATOR**



ENTDECKUNG



**SDG
NAVIGATOR**



Thema und Ziele



Kofinanziert von der
Europäischen Union

SDG NAVIGATOR

Empowering changemakers

towards sustainability



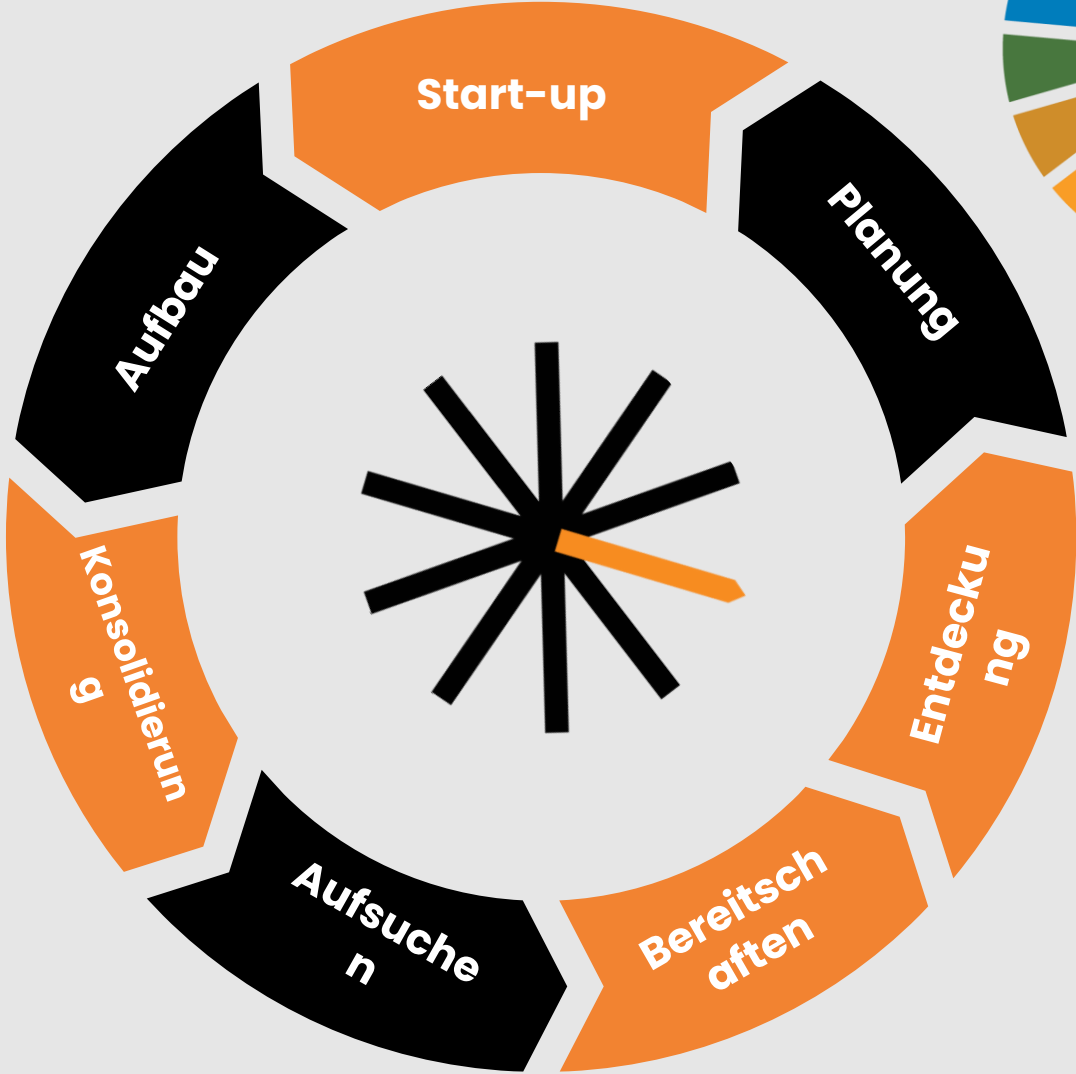
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



14 LIFE BELOW WATER



13 CLIMATE ACTION



Kofinanziert von der Europäischen Union

Quelle: www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material

Kompetenzen

- Systemisches Denken
- Bewusstsein für Nachhaltigkeit
- Antizipatorisches Denken

In dieser Phase geht es darum, Informationen zu sammeln, Annahmen zu prüfen und festzustellen, ob es einen tragfähigen Markt für das Produkt oder die Dienstleistung gibt, die das Startup anbieten möchte. Sie werden Ihre Geschäftsidee oder Ihr Konzept erforschen und validieren, indem Sie Kompetenzen wie Systemdenken, Nachhaltigkeitsbewusstsein und vorausschauendes Denken einsetzen.

Beim Systemdenken geht es darum zu untersuchen, welche Faktoren und Wechselwirkungen zu einem möglichen Ergebnis beitragen oder beitragen könnten.

Nachhaltigkeitsbewusstsein ist ein Verständnis und Bewusstsein für die biophysikalische Umwelt und ihre Probleme, einschließlich der menschlichen Interaktionen und Auswirkungen.

Antizipatorisches Denken ist die Fähigkeit, sich rechtzeitig auf Probleme und Chancen vorzubereiten.





**SDG
NAVIGATOR**



Zukunftssichere Inhalte



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Entdecken Sie Ihr Unternehmen

Identifizierung einer nachhaltigen Geschäftsidee

Dies wird Ihnen helfen, **Chancen zu erkennen**, die zu einem langfristigen, rentablen und sozial verantwortlichen Unternehmen führen können.

Durchführen von Marktanalysen

Diese Analyse hilft Unternehmen, fundierte Entscheidungen zu treffen, **wirksame Strategien zu entwickeln** und ihre **Zielgruppen zu** identifizieren.

Erforschung innovativer Ansätze

Sie ist unerlässlich, um sich **einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, neue Chancen zu erkennen und sich** an die sich ständig verändernde Unternehmenslandschaft **anzupassen**.



Identifizierung einer nachhaltigen Geschäftsidee

Beginnen Sie damit, ökologische und soziale Themen wie Klimawandel, Abfallvermeidung, soziale Ungleichheit oder Zugang zu sauberem Wasser und Energie zu identifizieren.

Entwickeln Sie verschiedene Ideen, um das ökologische oder soziale Problem anzugehen und gleichzeitig eine realistische Geschäftsmöglichkeit zu bieten. Fördern Sie kreatives Denken und Zusammenarbeit.



Identifizierung einer nachhaltigen Geschäftsidee

Bei der Ermittlung einer nachhaltigen Geschäftsidee müssen ökologische, soziale und wirtschaftliche Faktoren berücksichtigt werden, um die langfristige Lebensfähigkeit und positive Wirkung des Unternehmens zu gewährleisten.

Mind Map

Mind Maps werden zu verschiedenen Zwecken eingesetzt, z. B. für Brainstorming, Notizen, Problemlösungen, Planung und die Organisation komplexer Informationen. Sie sind ein wertvolles Hilfsmittel für visuelle Denker und werden in Bildung, Wirtschaft und persönlicher Entwicklung eingesetzt, um Kreativität, Verständnis und Kommunikation zu fördern.

Sie können Ihre Mind Map hier erstellen:

<https://www.canva.com/graphs/mind-maps/>



Identifizierung einer nachhaltigen Geschäftsidee

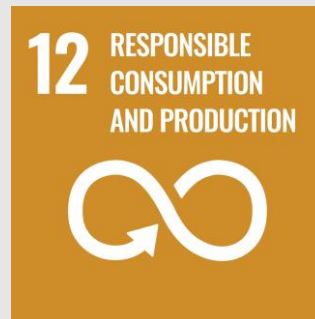
Denken Sie an die Interessengruppen und potenziellen Nutznießer Ihrer Lösung.

Stellen Sie sicher, dass Ihre Geschäftsidee die Grundsätze der Nachhaltigkeit berücksichtigt.

Überlegen Sie, wie Sie die lokale Gemeinschaft einbeziehen wollen.

Bowery – Engagement von Interessengruppen und Fokus auf Nachhaltigkeit

Bowery Farming ist ein in New York ansässiges Unternehmen für vertikalen Anbau und digitale Landwirtschaft. Es baut pestizidfreie Salate, Blattgemüse und Kräuter an und liefert sie aus.



<https://bowery.co/>



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Durchführung von Marktanalysen

Unter Marktanalyse versteht man das Sammeln, Analysieren und Interpretieren eines breiten Spektrums von Informationen über einen bestimmten Markt oder eine bestimmte Branche. Die Forschung könnte sich auf ein potenzielles Produkt oder eine Dienstleistung für diesen Markt, bestehende und/oder potenzielle Kunden für das Produkt oder die Dienstleistung, die Bedürfnisse, Kaufgewohnheiten, Merkmale und den Standort Ihres Zielmarktes, Wettbewerber in Ihrer Branche und Trends innerhalb Ihres Marktes oder Ihrer Branche insgesamt konzentrieren.



Durchführung von Marktanalysen

Systemisches Denken, Verständnis und Bewältigung der Komplexität der Nachhaltigkeit.

Systemdenken und SWOT-Analyse können sich gegenseitig ergänzen. Organisationen, die beide Ansätze integrieren, sind besser gerüstet, um die Gegenwart zu meistern und sich gleichzeitig strategisch für die Zukunft zu positionieren.

SWOT-Analyse

Eine SWOT-Analyse hilft Ihnen bei der Bewertung interner Faktoren, die sich auf Ihr Unternehmen auswirken könnten (Stärken und Schwächen), und externer Faktoren (Chancen und Risiken). Sie müssen die Ergebnisse der SWOT-Analyse überprüfen und entsprechend handeln.

Sie können Ihre SWOT-Analyse mithilfe dieser Vorlagen erstellen:

www.canva.com/graphs/templates/swot-analysis/



Durchführung von Marktanalysen

Antizipatorisches Denken ist die Fähigkeit, sich rechtzeitig auf Probleme und Chancen vorzubereiten. Die Marktanalyse hilft Ihnen, vorausschauend zu denken.

Bewusstsein für Nachhaltigkeit, Wertschätzung von Nachhaltigkeit, Unterstützung von Fairness und Förderung der Natur.

Schritte zur Durchführung einer Marktanalyse

1. Legen Sie den Zweck der Studie fest. Legen Sie zunächst den Zweck Ihrer Marktanalyse fest.
2. Holen Sie sich den Branchenausblick.
3. Konzentration auf die Zielkunden.
4. Studieren Sie die Konkurrenz.
5. Sammeln Sie zusätzliche Informationen.
6. Analysieren Sie die Ergebnisse.
7. Handeln Sie.



Erforschung innovativer Ansätze

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist eine wichtige Kompetenz für die Entwicklung innovativer Geschäftsideen. Es bezieht sich auf den Grad des Verständnisses und des Bewusstseins, den Einzelpersonen, Gemeinschaften, Organisationen und Gesellschaften in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen haben. Es geht darum, die Zusammenhänge zwischen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Faktoren und die Auswirkungen menschlicher Aktivitäten auf diese miteinander verknüpften Systeme zu erkennen. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit geht über die bloße Anerkennung hinaus; es impliziert eine Verpflichtung zu verantwortungsvollem und ethischem Handeln, das das langfristige Wohlergehen des Planeten und seiner Bewohner fördert.

Es ist wichtig, bei der Entwicklung einer nachhaltigen Geschäftsidee innovativ zu denken. Es gibt vier Hauptarten von Innovation, nämlich Produktinnovation, Geschäftsmodellinnovation, Prozessinnovation und Managementinnovation.

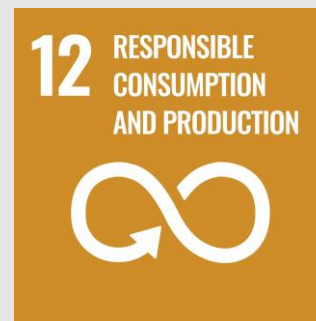


Erforschung innovativer Ansätze

Die Entwicklung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins durch Innovation beinhaltet die Nutzung kreativer und zukunftsorientierter Ansätze, um ein tieferes Verständnis und Engagement für nachhaltige Praktiken zu fördern. Innovation bezieht sich auf die Einführung neuer Ideen, Technologien oder Methoden, die zur ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit beitragen.

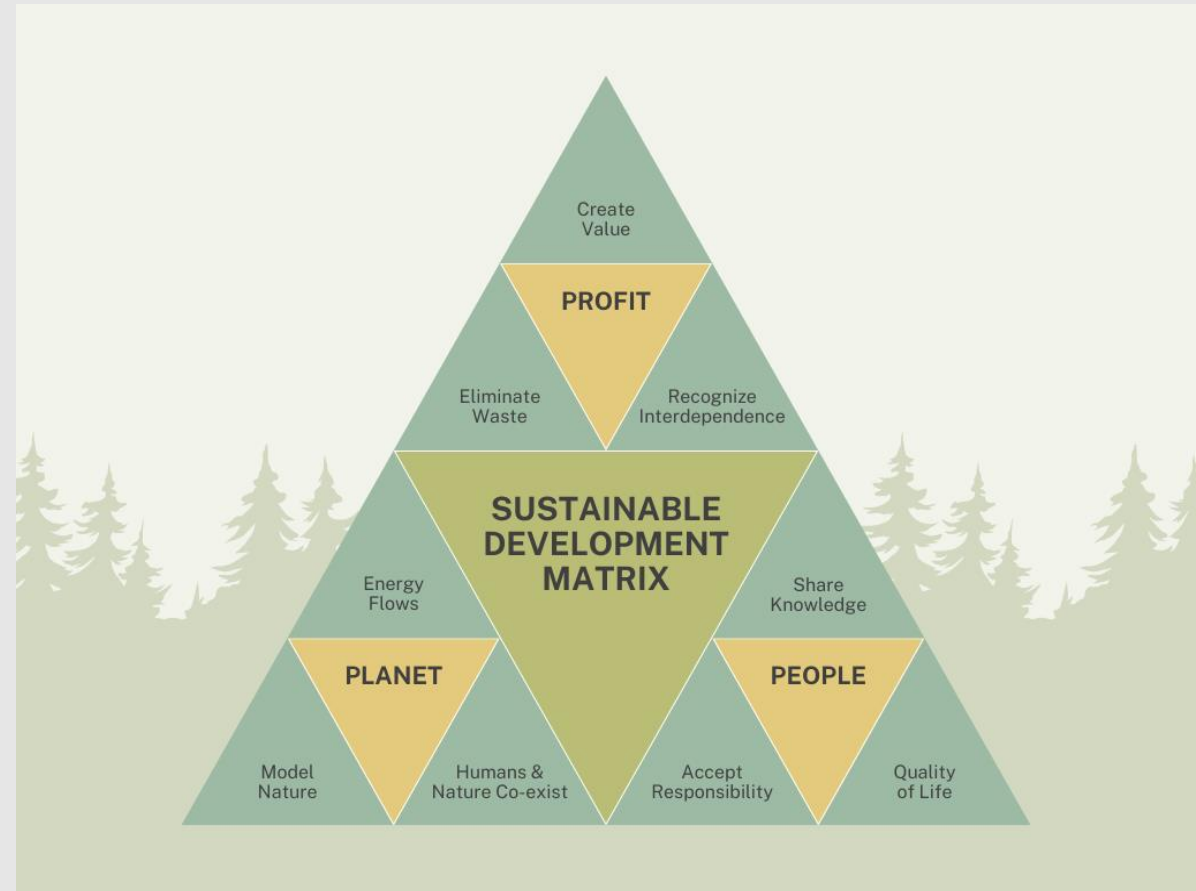
Skateboard-Recycling-Unternehmen 7 Zuikiai

Das Hauptziel von 7 Zuikiai ist es, die Skateboard-Kultur in Litauen zu fördern und die Jugend für das Upcycling von Skateboards zu sensibilisieren und zu begeistern. Durch das Sammeln alter und nicht mehr brauchbarer Skateboards stellt 7 Zuikiai nachhaltige Produkte her und bietet sie auf anderen Märkten als denen der Skateboarder an. Ein Teil des Gewinns wird für die Unterstützung der Gemeinschaft verwendet. Sie verkaufen neue Skateboards zum Selbstkostenpreis und organisieren Veranstaltungen, Wettbewerbe und Bildungsaktivitäten.



Erforschung innovativer Ansätze

Eine Matrix für nachhaltige Entwicklung wie die rechts abgebildete umfasst in der Regel die Bewertung von Projekten anhand verschiedener Nachhaltigkeitskriterien, wie Umweltauswirkungen, soziale Gerechtigkeit, wirtschaftliche Tragfähigkeit und langfristige Belastbarkeit. Es können verschiedene Indikatoren verwendet werden, um eine Matrix zu erstellen, die den Beteiligten hilft, die gesamte Nachhaltigkeitsleistung des Projekts zu verstehen.



Quelle: eigenes Design



**SDG
NAVIGATOR**



Lernressourcen

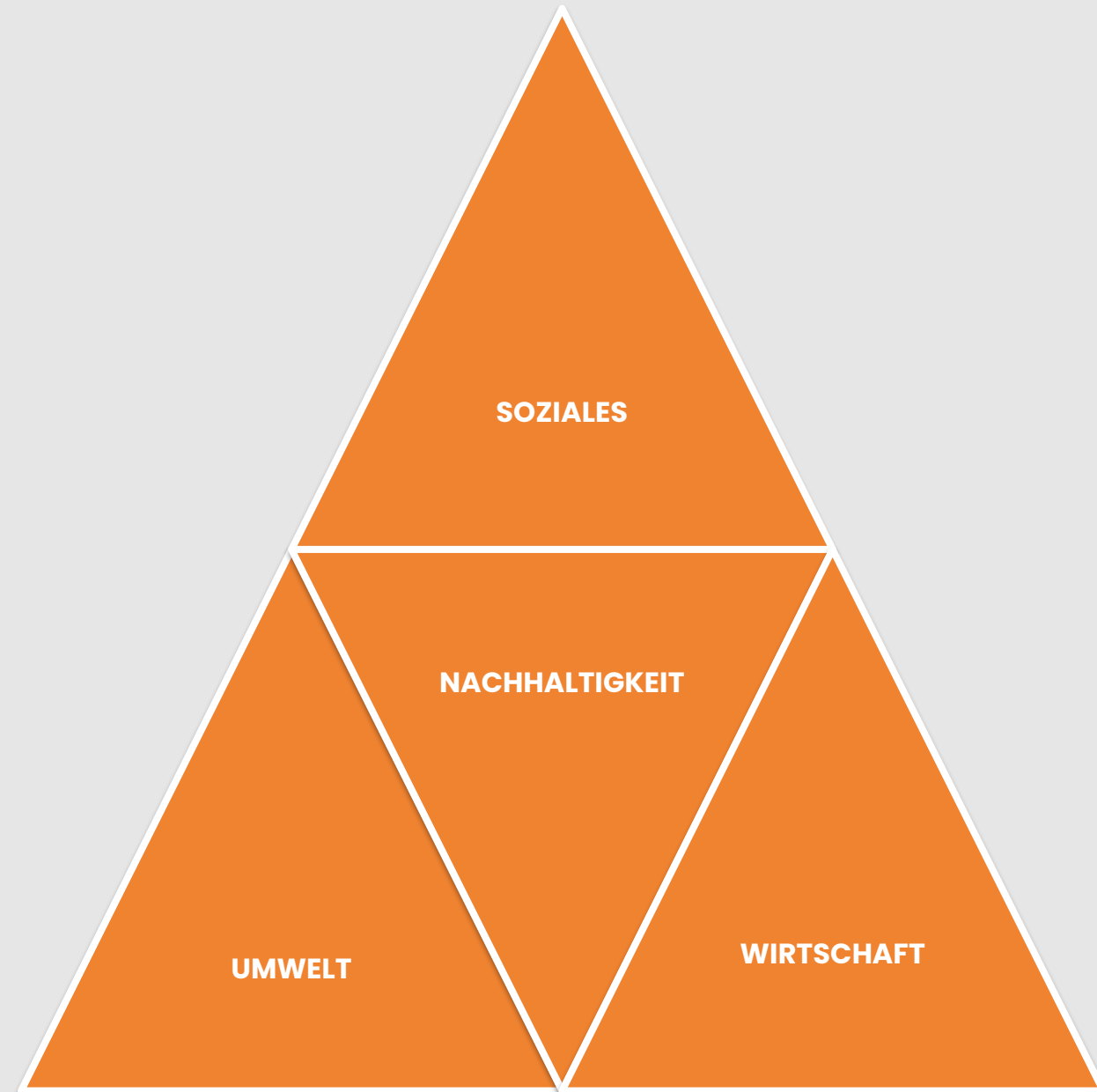


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Entdeckung

Nach der Vorbereitungsphase werden Sie immer noch das Bedürfnis verspüren, weiter zu recherchieren und potenzielle nachhaltige Geschäftsideen oder -konzepte zu ermitteln. Sie werden damit beginnen, einige Geschäftsvorgänge zu integrieren, wie z. B. eine Marktanalyse, um Zielkunden oder Nutznießer zu ermitteln.

Ihr Hauptaugenmerk sollte nun auf der Suche nach innovativen Lösungen und/oder Technologien liegen, die mit den Nachhaltigkeitszielen in Einklang gebracht werden müssen.



Entdeckung

In dieser Phase entwickeln Sie als nachhaltige/r Unternehmer/in innovative Ideen und Konzepte, um die identifizierten Herausforderungen der Nachhaltigkeit anzugehen. Sie werden neue Technologien, Geschäftsmodelle oder Produkte/Dienstleistungen erforschen, die positive Auswirkungen auf die Umwelt oder die Gesellschaft haben.

Nun werden Sie aufgefordert, Ihre nachhaltigkeitsorientierten Kompetenzen zur Lösung eines Problems einzusetzen!



Problem





Quelle: <https://pixabay.com/photos/hangers-clothing-shopping-market-1850082/>

Navigieren durch ethische Produktion

Sophie, eine aufstrebende, nachhaltige Unternehmerin, hat eine Kindermodekollektion entwickelt, die aus biologischen, ethisch vertretbaren Materialien hergestellt wird. Der Schwerpunkt ihrer Marke liegt auf umweltfreundlichen Praktiken, fairen Arbeitsbedingungen und dem Engagement für die Verringerung der Umweltauswirkungen der Modeindustrie. Jetzt, in der Entwicklungsphase, steht Sophie vor einer komplexen Herausforderung, bei der sie ihre Nachhaltigkeitsziele mit den praktischen Aspekten der Herstellung und des Geschäftswachstums in Einklang bringen muss.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Sophie erhält ein interessantes Angebot von einer bekannten Einzelhandelskette, die daran interessiert ist, ihre nachhaltige Kinderbekleidungsline zu führen. Diese Partnerschaft könnte den Bekanntheitsgrad ihrer Marke erheblich steigern und ein breiteres Publikum erreichen. Allerdings hat die Einzelhandelskette ihre eigenen Produktionspartner, deren Praktiken möglicherweise nicht ganz mit Sophies Engagement für eine ethische und nachhaltige Produktion übereinstimmen.

Bei ihren Nachforschungen stellt Sophie fest, dass die Einzelhandelskette zwar behauptet, der Nachhaltigkeit Vorrang einzuräumen, ihre Produktionspartner jedoch mit ethischen Bedenken in Verbindung gebracht werden, z. B. mit schlechten Arbeitsbedingungen und fragwürdigen Beschaffungspraktiken. Die Einzelhandelskette legt Wert auf Kosteneffizienz und schnelle Produktion, was möglicherweise mit Sophies Grundsätzen der fairen Arbeitsbedingungen und der umweltfreundlichen Herstellung kollidiert.



Navigieren durch ethische Produktion

Sophie befindet sich in einem Dilemma. Einerseits könnte die Partnerschaft mit einer interessierten Einzelhandelskette die Bekanntheit ihrer Marke exponentiell steigern und dazu beitragen, dass sich nachhaltige Kinderkleidung im Mainstream durchsetzt. Andererseits steht die Zusammenarbeit mit einer Einzelhandelskette, die ethisch fragwürdige Herstellungspraktiken anwendet, im Widerspruch zu den Kernwerten ihrer Marke. Wie kann sie ihre ethischen Standards beibehalten und gleichzeitig potenzielle Partnerschaften mit größeren Einzelhandelsketten anstreben?



Quelle: www.freepik.com/free-photo/still-life-spring-wardrobe-switch_44591393.htm



Empathie

Finden Sie ein Problem

Schritt 1: Lesen Sie die beiden Artikel auf der rechten Seite

Schritt 2: Überlegen Sie, was das Hauptproblem von Sophies Dilemma ist, basierend auf dem Wissen, das Sie aus den Artikeln gewonnen haben.

Schritt 3: Auflistung der relevanten Stakeholder, die von diesem Problem betroffen sein könnten

- Artikel 1 | Die Macht der Problemdefinition:
<https://hbr.org/2012/09/the-power-of-defining-the-prob>
- Artikel 2 | 5 Fragen zur Ermittlung der wichtigsten Interessengruppen:
<https://hbr.org/2014/03/five-questions-to-identify-key-stakeholders>





Definieren

Definieren Sie das Problem

Schritt 1: Lesen Sie den Artikel auf der rechten Seite

Schritt 2: Schreiben Sie das Hauptproblem, das Sophy erlebt hat, anhand der Problemlösungsvorlage auf

Schritt 3: Überlegen Sie, wie sich das Problem auf die relevanten Interessengruppen auswirken kann.

- Artikel | Definition des strategischen Problems:
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4757-3277-1_2
- Vorlage zur Problemlösung:
<https://connect.springerpub.com/content/book/978-0-8261-4514-7/back-matter/bmatter5>





Erstellen

Nachdenken über mögliche Lösungen

Schritt 1: Lesen Sie die vier Artikel auf der rechten Seite

Schritt 2: Überlegen Sie, welche drei möglichen Lösungen für Sophies Problem, wie es im vorherigen Abschnitt definiert wurde, auf der Grundlage der aus den Artikeln gewonnenen Erkenntnisse möglich sind

Schritt 3: Überlegen Sie, wie innovativ diese Lösungen sind, welche Auswirkungen sie auf die relevanten Interessengruppen haben und wie nachhaltig sie sind.

- Artikel 1 | 8 Tipps für kreative Problemlösungen:
<https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-be-a-more-creative-problem-solver>
- Artikel 2 | Was ist kreative Problemlösung:
<https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-creative-problem-solving>
- Artikel 3 | 5 Tipps für kreative Problemlösungen:
www.masterclass.com/articles/creative-problem-solving
- Artikel 4 | Die Bedeutung der unternehmerischen Fähigkeit, Probleme zu definieren:
www.entrepreneur.com/leadership/defining-problems-the-most-important-business-skill-youve/237668





Prototyp

Gehen Sie näher auf Ihre Lösung ein

Schritt 1: Lesen Sie die drei Artikel auf der rechten Seite

Schritt 2: Wählen Sie eine Lösung für Sophies Problem aus dem vorherigen Abschnitt "Erstellen".

Schritt 3: Entwickeln Sie eine mögliche Situation und überlegen Sie, wie Sophies Partner auf diese Lösung reagieren würden.

- Artikel 1 | Prototyping im Design Thinking:
www.simplilearn.com/prototyping-in-design-thinking-article
- Artikel 2 | Alles, was Sie über Prototyping wissen müssen:
www.workshopper.com/post/design-thinking-phase-4-everything-you-need-to-know-about-prototyping
- Artikel 3 | 22 Wege zum Prototyping im Design Thinking: makeiterate.com/22-creative-ways-to-prototype-in-design-thinking/



Test



Testen Sie Ihre Lösung

Schritt 1: Lesen Sie die drei Artikel auf der rechten Seite

Schritt 2: Entwicklung eines kleinen Szenarios für Sophies Wahl

Schritt 3: Schreiben Sie 3 Erkenntnisse aus der Simulation auf

- Artikel 1 | Stufe 5 im Design Thinking Prozess – Test: www.interaction-design.org/literature/article/stage-5-in-the-design-thinking-process-test
- Artikel 2 | Wie man effektiv testet: www.workshopper.com/post/design-thinking-phase-5-how-to-test-effectively
- Artikel 3 | Die richtige Art, Design Thinking zu führen: <https://hbr.org/2019/03/the-right-way-to-lead-design-thinking>





**SDG
NAVIGATOR**



Handlungsorientierte Auslöser



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Was sind die spezifischen Probleme und Herausforderungen der Nutzer meines nachhaltigen Produkts oder meiner Dienstleistung?



Quelle: www.freepik.com/free-photo/front-view-man-with-wooden-blocks_38687397.htm



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Welches sind die Zwänge und Chancen bei der Entwicklung meines nachhaltigen Produkts oder meiner nachhaltigen Dienstleistung?



Quelle: www.freepik.com/free-photo/sustainable-development-goals-still-life_38687406.htm



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Wie kann ich meine nachhaltige Lösung auf der Grundlage der Testergebnisse verbessern?



Quelle: www.freepik.com/free-photo/front-view-man-with-wooden-blocks_38687392.htm



**SDG
NAVIGATOR**



Quiz



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Frage 1.

Was ist das Hauptziel der Phase "Definieren" beim Design Thinking?

- a) Generierung kreativer Ideen
- b) Bau von Prototypen
- c) Formulierung des Problems aus der Sicht der NutzerInnen



Frage 2.

Welches der folgenden Prinzipien ist ein Schlüsselprinzip für nachhaltige Geschäftspraktiken?

- a) Maximierung der kurzfristigen Gewinne
- b) Ignorieren der Umweltauswirkungen
- c) Vorrang der sozialen Verantwortung



Frage 3.

Welches der folgenden Prinzipien ist ein Schlüsselprinzip der nachhaltigen Unternehmensentwicklung?

- a) Kurzfristige Gewinnmaximierung
- b) Ignorieren der Umweltauswirkungen
- c) Soziale Verantwortung und ethische Praktiken



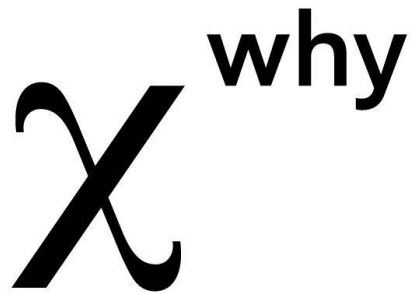


**SDG
NAVIGATOR**



Credits und Quizlösungen

Entwickler



X why

Quizlösungen:

1- C.

2-C.

3-C.



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

