





## Kursbeschreibung

In diesem praxisorientierten Kurs lernen Sie, wie man Geschäftsmodelle systematisch analysiert und weiterentwickelt.

Sie werden das Business Model Canvas, die Value Proposition Canvas und Künstliche Intelligenz (KI) als wertvolle Werkzeuge kennen und nutzen lernen, um ihr Geschäftsmodell zu überprüfen sowie konkrete Strategien zu entwickeln, die Ihr Unternehmen krisenfest und zukunftssicher machen.



## Zielgruppe des Kurses / Teilnehmende

Dieser Kurs richtet sich gezielt an Soloselbstständige, Einzelunternehmer:innen sowie Freiberufler:innen, die entweder allein arbeiten oder nur wenige Mitarbeiter beschäftigen. Dabei spielt es keine Rolle, aus welcher Branche die Teilnehmer kommen.

Die Zielgruppe steht oft vor der Herausforderung, sämtliche Geschäftsbereiche eigenständig zu managen, von der Kundenakquise und Projektumsetzung bis hin zu Buchhaltung, Marketing und rechtlichen Angelegenheiten.

Da diese Aufgaben oftmals parallel bewältigt werden müssen, bleibt wenig Zeit für strategische Planung oder persönliche Weiterentwicklung. Der Kurs ist speziell darauf ausgerichtet, praktische Lösungen für diese Herausforderungen anzubieten und effiziente Arbeitsweisen zu vermitteln, um den Geschäftsalltag besser zu strukturieren und nachhaltig erfolgreich zu gestalten.



## Eingangsvoraussetzungen & Vorkenntnisse

Für die Teilnahme an diesem Kurs sind keine Vorkenntnisse erforderlich. Der Kurs richtet sich an Personen, die bisher noch nicht mit dem Business Model Canvas, dem Value Proposition Canvas oder Künstlicher Intelligenz (KI) gearbeitet haben.

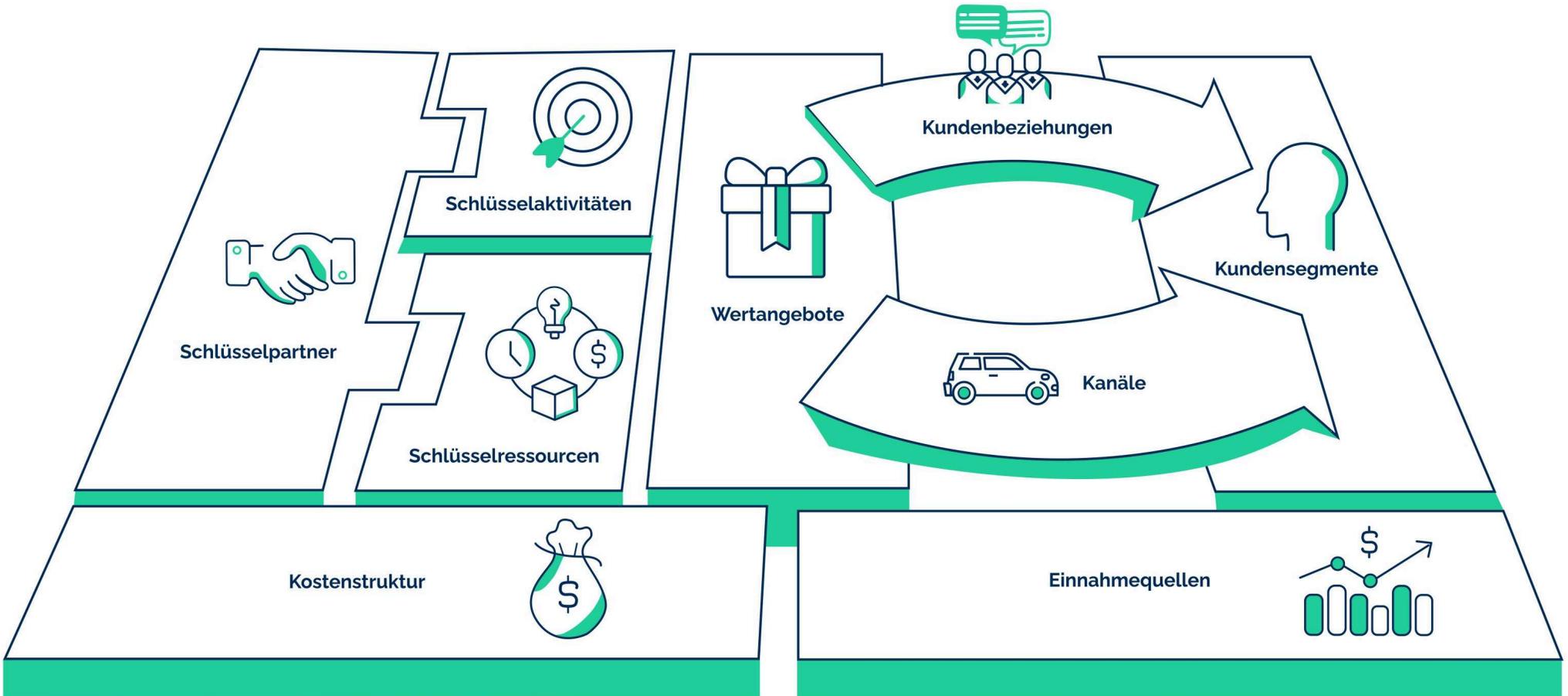
Alle relevanten Konzepte und Tools werden von Grund auf erklärt, sodass auch Einsteiger die Inhalte problemlos verstehen und umsetzen können.



# Business Model Canvas - Die Geschäftsmodell-Leinwand

Das Business Model Canvas ist ein praktisches Tool, das aus neun Bausteinen besteht und dazu dient, alle wichtigen Bereiche eines Unternehmens übersichtlich darzustellen.

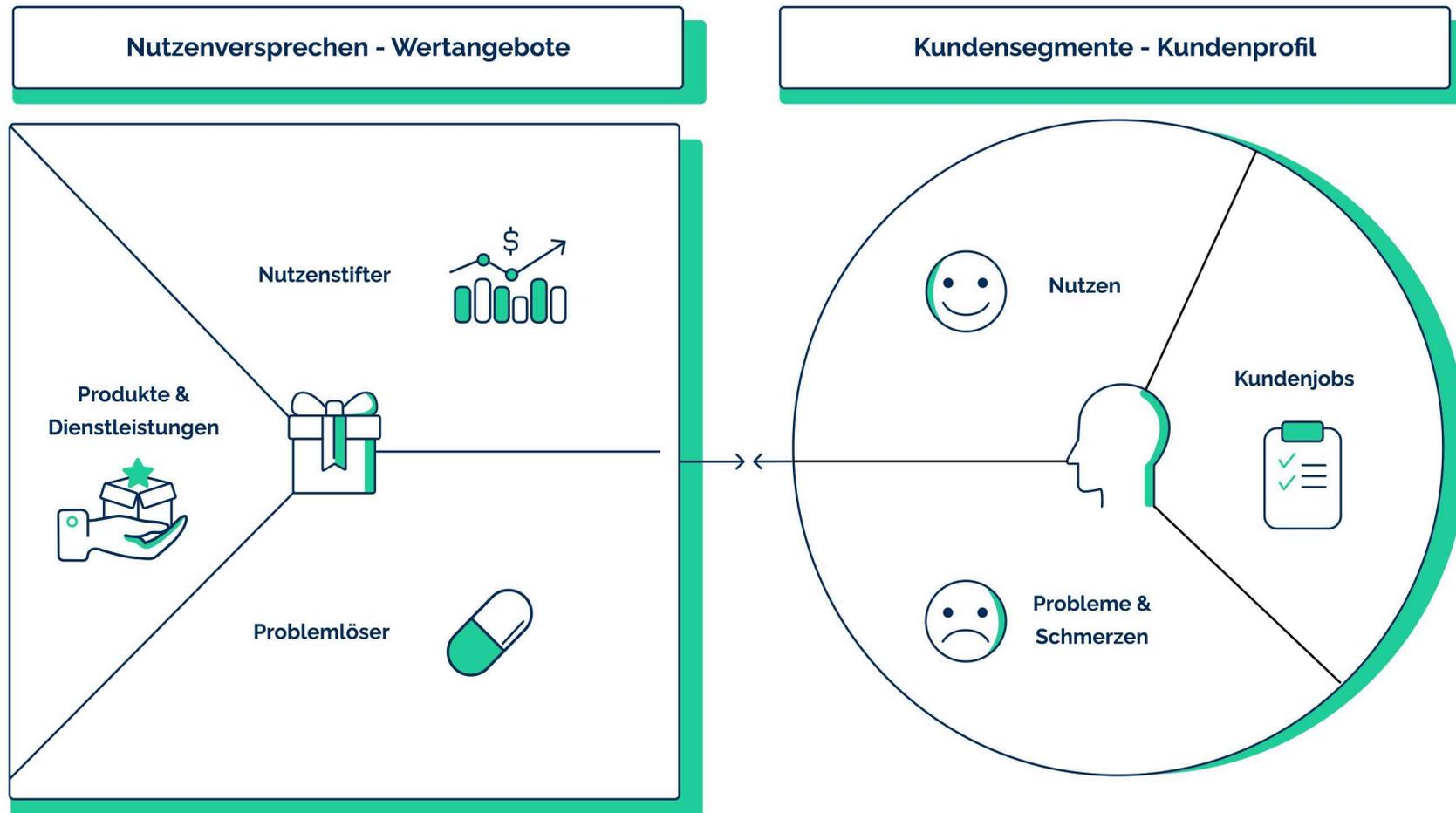
Es hilft dabei, das Geschäftsmodell systematisch zu analysieren, indem es verschiedene Aspekte wie Kundengruppen, Wertangebote, Ressourcen und Kosten strukturiert beleuchtet. Dadurch wird es einfacher, das Gesamtbild des Unternehmens zu verstehen, Potenziale zu erkennen und gezielte Strategien zur Verbesserung des Geschäftserfolgs zu entwickeln. [Hier können Sie mehr erfahren.](#)



# Value Proposition Canvas - Die Nutzenversprechen-Leinwand

Die Value Proposition beschreibt den Nutzen, den ein Unternehmen seinen Kunden bietet. Sie stellt heraus, welche Probleme gelöst und welche Bedürfnisse erfüllt werden. Das Konzept hilft dabei, klar zu definieren, welchen Mehrwert ein Produkt oder eine Dienstleistung im Vergleich zu anderen Angeboten auf dem Markt hat.

Mit der Value Proposition wird gezielt erarbeitet, warum Kunden sich für das eigene Angebot entscheiden sollten und wie dieses optimal auf ihre Wünsche und Herausforderungen zugeschnitten ist. [Hier können Sie mehr erfahren.](#)

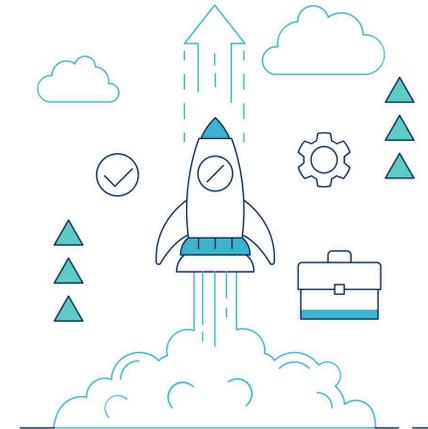




# Lernziele

Nach dem Kurs werden die Teilnehmenden in der Lage sein:

- ihr eigenes Geschäftsmodell mithilfe des Business Model Canvas und der Value Proposition Canvas systematisch zu analysieren.
- konkrete, umsetzbare Strategien zur Optimierung ihres Geschäftsmodells zu entwickeln.
- Künstliche Intelligenz effektiv zur Analyse und Entwicklung individueller Lösungen einzusetzen.
- die Krisenfestigkeit und Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens zu verbessern und an ihre aktuellen Herausforderungen anzupassen.



## Zusammenfassung der Lehrinhalte

Das Kursprogramm führt die Teilnehmer:innen systematisch durch die verschiedenen Bausteine des Business Model Canvas und der Value Proposition Canvas und kombiniert Theorie mit praktischen Übungen und KI-Unterstützung.

Die Teilnehmer:innen lernen Schritt für Schritt Geschäftsmodelle systematisch analysieren und weiterzuentwickeln.



### Woche 1

In Woche 1 erfolgt die Einführung in das Business Model Canvas und das Value Proposition Canvas und die Durchführung einer ersten Fallanalyse.



### Woche 2

In der zweiten Woche geht es um die Analyse und die Optimierung von Kundensegmenten und Wertangeboten.



### Woche 3

Woche 3 bietet die Möglichkeit, Fähigkeiten zur Untersuchung und Verbesserung von Kanälen und Kundenbeziehungen auszubauen.



### Woche 4

In Woche 4 liegt der Fokus auf Techniken zur Optimierung von Einnahmequellen und Schlüsselressourcen.



### Woche 5

In Woche 5 wird aufgezeigt, wie Schlüsselaktivitäten und Partnerschaften effizienter gestaltet werden können.



### Woche 6

In dieser Woche liegt der Fokus auf Kostenoptimierung sowie Zusammenfassung und Wiederholung der wichtigsten Kursinhalte.

Der Kurs bietet zudem Raum für eigene Analysen, die Entwicklung von Optimierungsideen und die Einsatzmöglichkeiten verschiedener Tools zur Geschäftsmodellentwicklung.



# Woche 1: Einführung und Grundlagen

## Modul 1:

### Einführung in Geschäftsmodell-Analyse und -Optimierung (4 Stunden)



In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie sie das Business Model Canvas als Werkzeug zur Analyse und Optimierung von Geschäftsmodellen einsetzen können.

Der Fokus liegt darauf, Unternehmen krisenfest und zukunftssicher zu gestalten. Zusätzlich lernen die Teilnehmer das Online-Tool Conceptboard kennen, das bei der visuellen Darstellung & Bearbeitung von Geschäftsmodellen unterstützt.

#### Begrüßung und Kursüberblick

- Vorstellung der Kursziele, des Ablaufs und der Methodik
- Überblick: Krisenfestigkeit und Zukunftsfähigkeit als Schlüssel zur Geschäftsmodelloptimierung

#### Grundlagen des Business Model Canvas (BMC)

- Einführung in die 9 Bausteine des BMC

#### Praktische Arbeit

- Erste Analyse eines gemeinsamen Beispiel-Falls mit dem Business Model Canvas

#### Vorstellung des Online Boards (Conceptboard)

- Einführung in die Nutzung und Funktionen

**Optionale Hausaufgabe:**\* Erste Analyse des eigenen Geschäftsmodells auf dem Online Board fortsetzen

## Modul 2:

### Value Proposition Canvas - Die Nutzenversprechen-Leinwand (4 Stunden)



Die Teilnehmer lernen in diesem Modul, wie sie das Value Proposition Canvas nutzen, um Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und darauf aufbauend passende Wertangebote zu entwickeln.

Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Erstellung eines Kundenprofils und die Entwicklung einzigartiger Angebote.

#### Einführung in die Value Proposition Canvas

- Verbindung zwischen Kundenprofil und Wertangebot
- Detaillierte Betrachtung von Kundenbedürfnissen und Problemlösungen
- Krisenfestigkeit: Entwicklung eines krisenfesten Wertangebots
- Zukunftsfähigkeit: Anpassung des Wertangebots an Marktveränderungen

#### Praktische Arbeit

- Anwendung der Value Proposition Canvas auf den Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Erste Analyse des eigenen Geschäftsmodells mit der Value Proposition Canvas

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Woche 2: Kundensegmente und Wertangebote

## Modul 3:

### Geschäftsmodell-Baustein 1 – Kundensegmente (4 Stunden)



Dieses Modul zeigt, wie Kundensegmente definiert und analysiert werden können. Die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Kundenbasis genauer segmentieren und dabei neue Trends oder demografische Veränderungen berücksichtigen.

Künstliche Intelligenz wird als Hilfsmittel eingesetzt, um neue Segmente zu identifizieren und bestehende Kundengruppen zu erweitern.

#### Analyse

- Definition und Segmentierung der Kundenbasis
- Ermittlung der wichtigsten Kundensegmente
- Krisenfestigkeit: Diversifikation der Kundensegmente für Stabilität in Krisenzeiten
- Zukunftsfähigkeit: Berücksichtigung neuer Trends und demografischer Veränderungen

#### Optimierung

- Verbesserung der Kundensegmentierung durch tiefere Analysen
- Einsatz von KI: Kundendaten analysieren, um potenzielle neue Segmente zu identifizieren
- Praktische Arbeit: Analyse und Optimierung der Kundensegmente im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Anwendung der KI-basierten Segmentierung auf das eigene Geschäftsmodell

## Modul 4:

### Geschäftsmodell-Baustein 2 – Wertangebote (4 Stunden)



In diesem Modul lernen die Teilnehmer, ihre aktuellen Wertangebote zu bewerten und zu optimieren.

Sie erfahren, wie diese Angebote an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden und erhalten Werkzeuge zur Weiterentwicklung ihres Angebotsportfolios.

#### Analyse

- Bewertung der aktuellen Wertangebote und deren Effektivität
- Analyse, wie das Wertangebot spezifische Kundenprobleme löst
- Krisenfestigkeit: Anpassung des Wertangebots für Krisenzeiten
- Zukunftsfähigkeit: Berücksichtigung zukünftiger Markt- und Technologietrends

#### Optimierung

- Verbesserung und Erweiterung des Wertangebots
- Einsatz von KI: Tools zur Ideenfindung und Analyse von Kundenfeedback
- Praktische Arbeit: Optimierung des Wertangebots im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Überarbeitung des eigenen Wertangebots

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Woche 3: Kanäle und Kundenbeziehungen

## Modul 5: Geschäftsmodell-Baustein 3 – Kanäle (4 Stunden)



In diesem Modul stehen die Vertriebs- und Kommunikationskanäle im Fokus. Die Teilnehmer lernen die Vielfalt der Vertriebs- und Marketingmaßnahmen kennen und erfahren, wie sie die passende Auswahl für ihr Unternehmen treffen.

Darüber hinaus werden die Chancen der digitalen Kundengewinnung beleuchtet und gezeigt, wie KI im Marketing eingesetzt werden kann.

### Analyse

- Untersuchung der derzeit genutzten Vertriebs- und Kommunikationskanäle
- Bewertung der Effektivität jedes Kanals in Bezug auf die Zielgruppen
- Krisenfestigkeit: Anpassung der Kanäle an digitale und krisenfeste Alternativen

### Optimierung

- Identifikation neuer Kanäle und Verbesserung der bestehenden
- Einsatz von KI: Analyse der Kanäle zur Verbesserung der Reichweite und Einsatzmöglichkeiten im Marketing
- Praktische Arbeit: Optimierung der Kanäle im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:\*** Überarbeitung der Vertriebsstrategie im eigenen Geschäftsmodell

## Modul 6: Geschäftsmodell-Baustein 4 – Kundenbeziehungen (4 Stunden)



Dieses Modul vermittelt, wie bestehende Kundenbeziehungsstrategien bewertet und optimiert werden können. Die Teilnehmer lernen, wie sie die Kundenbindung stärken und personalisierte Kundenansprache entwickeln.

Der Einsatz von CRM-Tools und Künstlicher Intelligenz zur Automatisierung von Prozessen wird ebenfalls thematisiert.

### Analyse

- Bewertung der aktuellen Kundenbeziehungsstrategien
- Wie wird die Kundenbindung aktuell gestaltet?
- Krisenfestigkeit: Sicherstellung stabiler Kundenbeziehungen in Krisen

### Optimierung

- Verbesserung der Kundenbindung und Personalisierung der Kundenansprache
- Einsatz von KI: Tools zur Automatisierung von CRM (Customer-Relationship-Management)
- Praktische Arbeit: Optimierung der Kundenbeziehungen im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:\*** Anpassung der Kundenbeziehungsstrategie im eigenen Geschäftsmodell

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Woche 4: Einnahmequellen und Schlüsselressourcen

## Modul 7:

### Geschäftsmodell-Baustein 5 – Einnahmequellen (4 Stunden)



In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie sie die Einnahmequellen ihres Geschäftsmodells analysieren und nachhaltige Preismodelle entwickeln können.

Der Einsatz von KI zur Preisoptimierung und Umsatzprognose steht ebenfalls im Mittelpunkt.

#### Analyse

- Analyse der bestehenden Einnahmequellen und deren Nachhaltigkeit
- Bewertung von Preismodellen und Umsatzerwartungen
- Krisenfestigkeit: Entwicklung zusätzlicher oder flexibler Einnahmequellen

#### Optimierung

- Optimierung der bestehenden Einnahmequellen und Identifikation neuer Einnahmequellen
- Einsatz von KI: Nutzung von KI zur Preisoptimierung und Umsatzprognose
- Praktische Arbeit: Optimierung der Einnahmequellen im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:\*** Entwicklung eines neuen Preismodells

## Modul 8:

### Geschäftsmodell-Baustein 6 – Schlüsselressourcen (4 Stunden)



Die Teilnehmer lernen, wie sie die Schlüsselressourcen ihres Unternehmens bewerten und effizienter nutzen können.

Zudem werden Möglichkeiten der Automatisierung und der Einsatz von KI zur Ressourcennutzung vorgestellt.

#### Analyse

- Bewertung der aktuellen Schlüsselressourcen: Finanzen, Personal, Technologie
- Welche Ressourcen sind für den Erfolg am wichtigsten?
- Krisenfestigkeit: Sicherstellung redundanter und flexibler Ressourcen

#### Optimierung

- Optimierung der Ressourcennutzung, Automatisierung und Effizienzsteigerung
- Einsatz von KI: Optimierung der Ressourcennutzung mit KI-Tools
- Praktische Arbeit: Optimierung der Schlüsselressourcen im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:\*** Verbesserung der Ressourcennutzung im eigenen Unternehmen

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Woche 5: Schlüsselaktivitäten und Schlüsselpartner

## Modul 9:

### Geschäftsmodell-Baustein 7 – Schlüsselaktivitäten (4 Stunden)



Das Modul befasst sich mit den zentralen Aktivitäten eines Geschäftsmodells, die für den Unternehmenserfolg entscheidend sind.

Die Teilnehmer lernen, wie sie Prozesse analysieren, effizienter gestalten und mithilfe von geeigneten Tools und Softwarelösungen weitestgehend automatisieren können.

#### Analyse

- Identifikation der zentralen Aktivitäten, die für den Geschäftserfolg ausschlaggebend sind
- Bewertung der Effizienz und Krisenresistenz der aktuellen Aktivitäten

#### Optimierung

- Verbesserung der Effizienz durch Prozessoptimierung
- Einsatz von KI: Automatisierung von Schlüsselaktivitäten und Prozessoptimierung
- Praktische Arbeit: Optimierung der Aktivitäten im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Erstellung eines Automatisierungsplans für die eigenen Aktivitäten

## Modul 10:

### Geschäftsmodell-Baustein 8 – Schlüsselpartner (4 Stunden)



In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie sie ihre Partnerschaften bewerten und ihren Beitrag zum Geschäftserfolg analysieren.

Der Aufbau stabiler und zukunftssicherer Partnerschaften sowie stehen im Mittelpunkt.

#### Analyse

- Bewertung der aktuellen Partnerschaften und deren Beitrag zum Geschäftserfolg
- Analyse, wie Partnerschaften stabilisiert und erweitert werden können
- Krisenfestigkeit: Aufbau von krisenfesten und zuverlässigen Partnerbeziehungen

#### Optimierung

- Identifikation neuer Partnerschaften und Verbesserung bestehender Partnerschaften
- Einsatz von KI: Analyse und Optimierung von Partnerschaften durch KI-gestützte Tools
- Praktische Arbeit: Optimierung der Partnerstrategie im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Optimierung der Partnerschaftsstrategie im eigenen Geschäftsmodell

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Woche 6: Kostenstruktur und Abschluss

## Modul 11:

### Geschäftsmodell-Baustein 9 – Kostenstruktur (4 Stunden)



Die Teilnehmer lernen, wie sie ihre Kostenstruktur analysieren und optimieren können.

Dabei wird der Fokus auf die Reduzierung von Fix- und variablen Kosten gelegt sowie auf den effizienten Einsatz von Ressourcen zur Kostenoptimierung.

#### Analyse

- Bewertung der bestehenden Kostenstruktur: Fixkosten, variable Kosten
- Welche Kostenblöcke sind besonders relevant?
- Krisenfestigkeit: Optimierung der Kostenstruktur für Krisenzeiten

#### Optimierung

- Effizienzsteigerung und Reduzierung der Kosten
- Einsatz von KI: Nutzung von KI zur Kostenoptimierung und -analyse
- Praktische Arbeit: Optimierung der Kostenstruktur im Beispiel-Fall

**Optionale Hausaufgabe:**\* Anpassung der Kostenstruktur im eigenen Geschäftsmodell

## Modul 12:

### Zusammenfassung und Abschluss (4 Stunden)



Das letzte Modul fasst die wichtigsten Inhalte des Kurses zusammen und bietet Raum für Reflexion.

Die Teilnehmer erhalten Einblicke in zusätzliche und nützliche KI-Tools. Der Kurs endet mit einem offenen Austausch.

#### Zusammenfassung und Wiederholung der wichtigsten Kursinhalte

- Reflektion der erarbeiteten Inhalte und Fortschritte anhand des Beispiel-Falls
- Fokus auf Krisenfestigkeit und Zukunftsfähigkeit: Umsetzung der erarbeiteten Strategien

#### Ausblick und weiterführende Ressourcen

- Vorstellung nützlicher KI-Tools

#### Vergabe der Teilnahmebescheinigungen

#### Zugang zum Online Board für die nächsten 6 Monate

#### Abschluss und offener Austausch

\***Optionale Hausaufgabe bedeutet**, dass die Teilnehmer die Aufgabe zwischen den Online-Live-Terminen bearbeiten können, dies jedoch nicht verpflichtend ist.



# Kursleiterin: Die Strategieberaterin Yvonne Nickel, bekannt als „Die Mitdenkerin“, leitet diesen Kurs.

Sie ist seit 2007 in der Unternehmensberatung tätig und hat sich in den letzten Jahren auf die strategische Beratung und die Bereiche Geschäftsmodellentwicklung und Unternehmensstrategien spezialisiert. Dabei unterstützt sie vor allem Soloselbständige, Freiberufler und kleine Unternehmen.

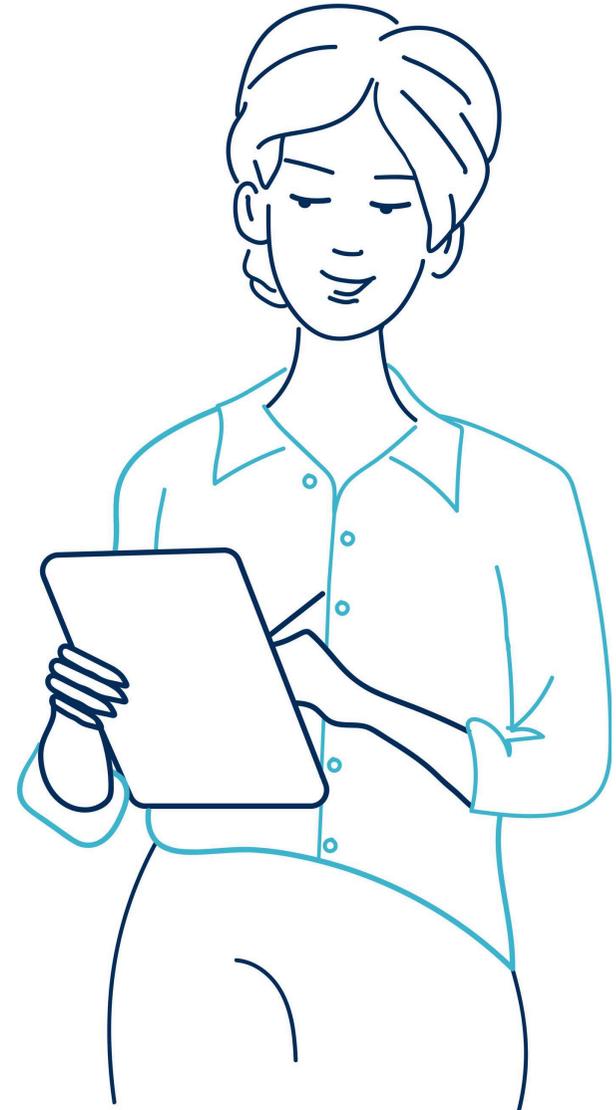
In ihrer Beratungsarbeit überprüft sie gemeinsam mit ihren Klienten deren Geschäftsmodelle, deckt Schwachstellen auf und gibt konkrete, machbare Handlungsempfehlungen. Ihr Ziel ist es, die Unternehmen zukunftsfähiger, profitabler und, soweit möglich, skalierbarer zu machen.

Durch ihre fachliche und pädagogische Expertise sowie eine Vielzahl von Qualifikationen und praktischen Erfahrungen ist sie bestens gerüstet, um die Kursinhalte zielführend zu vermitteln.

Als systemische, zertifizierte Organisationsentwicklerin hat sie ein tiefes Verständnis für die Dynamiken in Unternehmen und deren Weiterentwicklung. Ihre Kenntnisse in agilen Arbeitsmethoden ermöglichen es, flexibel und zielgerichtet auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden einzugehen. Durch die Zertifizierte Methode "Strategiehaus" (Alchimedus) vermittelt sie den Kursteilnehmenden strategische Denkansätze.

Als Digitalisierungsberaterin versteht Yvonne Nickel die Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation und kann diese Erkenntnisse in den Kurs einfließen lassen. Mehrere Weiterbildungen im Bereich Künstliche Intelligenz erweitern ihr Portfolio und ermöglichen den Teilnehmenden, KI in die Geschäftsmodellentwicklung einzubinden.

Mit ihrer arbeits- und berufspädagogischen Qualifikation (AdA) weiß Yvonne Nickel, wie man Lerninhalte effektiv vermittelt und die Teilnehmenden aktiv einbindet. Ihre Ausbildung als Handelsfachwirtin ergänzt ihr Profil und bietet eine fundierte Basis für wirtschaftliche Fragestellungen.



# Arbeitsformen & Methodik



## **Nutzung Online-Tools "Conceptboard" zur Visualisierung**

Die Verwendung dieses Online-Tools ermöglicht eine anschauliche Visualisierung der Geschäftsmodelle. Die Plattform fördert die kollaborative Arbeit und erleichtert den Austausch von Ideen und Feedback. Hier können die Teilnehmer ihr eigenes Geschäftsmodell visuell auf einem Online-Board abbilden, es analysieren und weiterentwickeln.

## **Interaktive Online-Sitzungen über Microsoft Teams**

Die Sitzungen finden in einem interaktiven Online-Format über Microsoft Teams statt, das eine nahtlose Kommunikation und Zusammenarbeit ermöglicht. Teilnehmer haben die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen, Fragen zu stellen und in Echtzeit Feedback zu erhalten, was den Austausch von Ideen und Perspektiven fördert.

## **Wissensvermittlung**

Die Wissensvermittlung erfolgt in einem praxisorientierten Ansatz, der theoretische Grundlagen mit konkreten Beispielen verbindet. Die Kursleiterin vermittelt nicht nur Fachwissen, sondern auch bewährte Methoden und Strategien, die direkt in der Praxis angewendet werden können, um die Relevanz der Inhalte zu erhöhen.

## **Anwendung innovativer, agiler Tools**

Im Kurs lernen die Teilnehmer, innovative und agile Werkzeuge wie das Business Model Canvas und die Value Proposition Canvas zu nutzen. Diese Tools helfen dabei, komplexe Geschäftsmodelle visuell zu strukturieren und zu analysieren, wodurch eine klare Übersicht über die wichtigsten Elemente und deren Wechselwirkungen entsteht.

## **Praktische Arbeit an einem konkreten Beispiel-Fall**

Während des gesamten Kurses arbeiten die Teilnehmer praktisch und gemeinsam an einem konkreten Beispiel-Fall. Diese praxisorientierte Herangehensweise fördert nicht nur das Verständnis der Kursinhalte, sondern ermöglicht es den Teilnehmern auch, die erlernten Methoden und Strategien direkt anzuwenden und wertvolle Erfahrungen zu sammeln.

## **Regelmäßige Feedback-Runden und Diskussionen zur Vertiefung der Inhalte**

Regelmäßige Feedback-Runden und Diskussionen sind entscheidend, um die Inhalte zu vertiefen und individuelle Fragen zu klären. Diese interaktiven Elemente schaffen einen Raum für Reflexion und ermöglichen es den Teilnehmern, sich aktiv an der Gestaltung des Lernprozesses zu beteiligen, wodurch ein tiefes Verständnis der Kursinhalte gefördert wird.



# Durchführung



**Kursdauer:** 48 Stunden (1 Stunde = 60 Minuten), aufgeteilt in 12 Module/Termine von jeweils 4 Stunden



**Zeitraum:** 6 Wochen



**Format:** Online via Microsoft Teams Meeting



**Technische Voraussetzungen:** Stabile Internetverbindung



**Teilnehmerzahl:** Mindestens 3, maximal 5 Personen

# Teilnahmebescheinigung

Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses erhalten alle Teilnehmer eine Teilnahmebescheinigung.

Diese Bescheinigung dokumentiert die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sowie die aktive Teilnahme am Kurs. Sie dient nicht nur als Nachweis für die persönliche Weiterbildung, sondern kann auch in beruflichen Kontexten verwendet werden, um die eigene Qualifikation zu untermauern.



# Evaluation

Die Evaluation des Kurses erfolgt kontinuierlich, um sicherzustellen, dass die Lernziele zielgerichtet erreicht werden und die Teilnehmer:innen praxisrelevante Inhalte erhalten.

Neben regelmäßigen Feedbackrunden während des Kurses wird am Ende eine umfassende Abschlussbefragung durchgeführt. Dabei werden sowohl die Qualität der vermittelten Inhalte als auch der Nutzen für den beruflichen Alltag der Teilnehmenden bewertet.

Die Ergebnisse der Evaluation fließen direkt in die Optimierung zukünftiger Kursdurchläufe ein, um eine stetige Weiterentwicklung und Anpassung an die Bedürfnisse der Zielgruppe zu gewährleisten.





## Die nächsten Termine



23. Oktober 2024 bis 29. November 2024



04. Dezember 2024 bis 24. Januar 2025



05. Februar 2025 bis 14. März 2025



## Anmeldung

Eine Anmeldung ist bis einen Tag vor Kursstart möglich.

Hierfür muss ein Anmeldeformular ausgefüllt und unterschrieben werden, das auf Anfrage per E-Mail zugesendet wird.

## Kontaktinformationen

**Proven Expert** Kundenbewertungen

4,97 von 5

★★★★★

**SEHR GUT**

105 Bewertungen

100%

Empfehlungen

**Top-Kompetenzen:**  Situationsanalyse  Fachkompetenz  Engagement

Unternehmensberatung Yvonne Nickel UG (haftungsbeschränkt)  
Unternehmenssitz: Zehmeplatz 14 • 15230 Frankfurt (Oder)

Vertretungsberechtigte Geschäftsführerin Yvonne Nickel  
Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt (Oder) • HRB 15967  
Finanzamt Frankfurt (Oder) • Steuernummer: 061/121/04117



## Kosten/ Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr für den Kurs beträgt 5.280 Euro (zzgl. MwSt.).

In dieser Gebühr sind sämtliche Materialien sowie die Zugänge zu den verwendeten Online-Tools enthalten.

Die Zahlung kann entweder als Einmalzahlung oder in zwei monatlichen Raten von jeweils 2.640 Euro (zzgl. MwSt.) erfolgen.

Bei Fragen oder Interesse an Fördermöglichkeiten stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Buchen Sie ein unverbindliches **Kennenlern-Telefonat**, um mehr über den 6-Wochen-Live-Onlinekurs und passende Förderoptionen zu erfahren.

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Anliegen persönlich zu besprechen und Ihre nächsten Schritte zu planen.

**Link Buchungskalender:** <https://app.cituro.com/booking/diemitdenkerin>

**[Hier geht's zu meiner Webseite und noch mehr Infos zum Kurs.](#)**

**Ansprechpartnerin Yvonne Nickel:**

Telefon 0174.5840990

E-Mail [kontakt@diemitdenkerin.de](mailto:kontakt@diemitdenkerin.de)

Webseite [www.diemitdenkerin.de](http://www.diemitdenkerin.de)

