



Value &
Future

Leitfaden für Lehrende

Conduct
Accountability
Stakeholders
Respect Performance
Self-knowledge Ethical
Code Leadership Principles
Governance Values Society
Integrity Ethics Right
Ethos Justice Diversity Wrong Culture
Workplace Rules Objectivity CSR
Confidentiality Trust Virtue
Standards Management Business
Responsibility Behaviour
Aristotle Moral
Sustainability

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

AUTOREN DES HANDBUCHES FÜR LEHRENDE:



FRIESLAND College
Die Niederlande



KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES
Litauen



ESCOLA PIA Santa Anna-MATARO
Spanien



UNIVERSITY OF NICOSIA
Zypern



FH MUENSTER
Deutschland



IDEC
Griechenland



Diese Veröffentlichung wurde im Rahmen des Projekts VALUE AND FUTURE verfasst.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships.
Projekt-Code: 2020-1-NL01-KA202-064636

Dieses Dokument darf ganz oder teilweise kopiert, vervielfältigt oder verändert werden. Ein klarer Hinweis auf die Autoren des Dokuments und das Projekt VALUE AND FUTURE ist erforderlich.

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships
Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INHALT

EINFÜHRUNG	4
LERNPROGRAMM FÜR ETHISCHES UNTERNEHMERTUM	5
KAPITEL Nr.1. "THEORETISCHE GRUNDLAGEN DES UNTERRICHTS ÜBER ETHISCHES UNTERNEHMERTUM"	6
___ Modul 1 - "ETHIK"	8
___ Modul 2 - "CORPORATE (BUSINESS) ETHICS" (Unternehmensethik)	12
___ Modul 3 - "VERHALTENSKODEX (ETHIK)"	18
___ Modul 4 - "ETHISCHES LEADERSHIP"	22
___ Modul 5 - "ETHISCHES UNTERNEHMEN" (ETHICAL ENTREPRENEURSHIP)	29
KAPITEL Nr.2. "DIE METHODE DES FALLBASIERTEN LERNENS"	33
KAPITEL Nr.3. "QUICK SCAN" AKTIVITÄT	39
KAPITEL Nr.4. "ET GESPRÄCHE"	42
KAPITEL Nr.5. "ZUKÜNFTIGE TAGE"	44
KAPITEL Nr.6. "DEFINITION VON LERNERGERBNISSEN UND BEWERTUNG"	48
KAPITEL Nr.7. BEISPIELE, BEWÄHRTE PRAKTIKEN, GESCHRIEBEN VON STUDENTEN	51
ANHÄNGE	59
___ ANHANG Nr. 1 - Tabelle der Fallstudien	59
___ ANHANG Nr. 2 - 30 Fallstudien	60
___ "Fallstudien "Nachhaltigkeit, Ökologie	60
___ Fallstudien zum Thema "Verantwortungsvolles und faires Management".	73
___ "Fallstudien "Bildung, Bewusstseinsveränderung	91
___ ANHANG Nr.3 - Beteiligte Unternehmen/Organisationen	104
___ ANHANG Nr. 4 - Referenzen	110



EINFÜHRUNG

Über das Projekt Value and Future.

Nachhaltiges, zukunftssicheres Unternehmertum basiert auf Ethik und Werten. Dies ist das Motto des Projekts "Value and Future", das sechs Partner in Europa mit einem gemeinsamen Ziel verbindet: junge Menschen zu ethischem Unternehmertum und Führungsqualitäten zu befähigen, inspiriert durch Vorbilder.

Das Projekt "Value and Future" hat sich zum Ziel gesetzt, die Fähigkeiten und die Denkweise junger Menschen zu entwickeln, die auf Werten und Empathie und nicht nur auf Profit oder Berufsprotokollen basieren. Das Projekt ermutigt Berufsschüler dazu, aktiv nach dem Sinn ihrer eigenen unternehmerischen Zukunft zu suchen und die ethischen Entscheidungen zu erkennen, die Unternehmen um sie herum treffen. Durch eine Reihe von Aktivitäten und Unterrichtseinheiten, die von Lehrern und Unternehmern unterstützt werden, treten die Berufsschüler in einen Dialog über moralische Dilemmas in Unternehmen in Bezug auf die Menschen und den Planeten. Sie lernen, kritische Fragen zu stellen, und sie suchen nach positiven Vorbildern. Im Rahmen von Projektaktivitäten kommen die Schüler mit Unternehmen ins Gespräch, um Werte, Ethik und Authentizität zu definieren und zu erörtern, was Unternehmen in der Gesellschaft bewirken können. In diesen Gesprächen stellen sich die Schüler immer wieder die Frage: Was ist für mich als zukünftiger Unternehmer wichtig? Was ist den Unternehmern wichtig, die ich treffe? Was ist wichtig für mein zukünftiges Unternehmen? Was ist für die Unternehmen um mich herum wichtig?

Das Projekt knüpft an die Notwendigkeit einer wirksamen Erziehung zum Unternehmertum an, die die Einstellung junger Menschen und Lehrer zu den ethischen und moralischen Aspekten ihrer Entscheidungen, ihrer beruflichen Laufbahn und ihrer Stellung in der Gesellschaft verändert. In der Welt gibt es eine wachsende Aufmerksamkeit für Wirtschaftsethik und für die Erziehung zu ethischem Unternehmertum.

Die Projektpartner entwickeln eine neue Bildungsmethode, die unternehmerisches, nachhaltiges und wertorientiertes Lernen verbindet. Diese Bildungsmethode besteht aus einer Reihe von Lektionen, FUTURE DAYS mit Unternehmern, Gesprächen durch die Durchführung eines Quick-Scans und einem inspirierenden Online-Umfeld des Geschichtenerzählens. Der Lernprozess fordert junge Menschen heraus, Unternehmen in ihrer Region zu besuchen, mit Unternehmern ins Gespräch zu kommen und nach moralischen Dilemmas und Antworten darauf zu suchen. Ihr Lernprozess wird durch Vorbilder unterstützt, die sie suchen, finden und ernennen: Unternehmer mit einer Vision für ethisches unternehmerisches Denken, die die jungen Menschen herausfordern, ihre eigene Vision für Ethik und Werte zu entwickeln.

Das Projekt "Value and Future" hat sich zum Ziel gesetzt, Prioritäten und Bedürfnisse miteinander zu verbinden und ein innovatives Projekt im Bereich der unternehmerischen Ausbildung in der Berufsbildung zu entwickeln. Das Projekt fördert die Einführung eines gerechteren, ethischeren unternehmerischen Denkens als einen Weg zur Erreichung der globalen und europäischen Ziele für nachhaltige Entwicklung. Junge Menschen finden ihren Weg zu wirtschaftlicher und finanzieller Unabhängigkeit, verbunden mit einem fairen, wertorientierten und ethischen Umfeld. Erreicht wird dieses Ziel durch die Entwicklung einer Schulung über ethisches Unternehmertum, eines Leitfadens für Lehrende, eines Quick-Scans und von FUTURE DAYS, um Unternehmer, Schüler und Lehrer zusammenzubringen, sowie einer webbasierten Inspirationsplattform für Geschichten und Austausch.

Ethisches Unternehmertum ist ein ethisches Verhalten auf der Grundlage von Wertesystemen, unternehmerischer Verantwortung und Integrität zum Schutz von Menschen und Umwelt bei gleichzeitiger Schaffung von wirtschaftlichem Nutzen.



Quick scan activity	<ul style="list-style-type: none"> • KAPITEL Nr. 3 "QUICK SCAN ACTIVITY" Material: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Word-Dokument - "Anleitung zum schnellen Scannen"; ✓ Power Point Präsentation - "Inspirierendes ethisches Unternehmertum und Dilemmas"; ✓ Power Point Präsentation - "Wie bereitet man Schüler auf einen Unternehmensbesuch vor"; ✓ Power Point Präsentation - "Workshop zur Vorbereitung der Schüler"
ET talks	<ul style="list-style-type: none"> • KAPITEL Nr.4. "ET TALKS" Material: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Power-Point-Präsentation - "V&F ET Talks guidelines for the interviews"; ✓ Word-Dokument - "Richtlinien für die Videoproduktion".
Future days	<ul style="list-style-type: none"> • KAPITEL Nr.5. "ZUKÜNFTIGE TAGE" Material: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Word-Dokument - "Leitlinien für die FUTURE DAYS";
Measurement of learning outcomes and assessment	<ul style="list-style-type: none"> • KAPITEL Nr. 6. "DEFINITION VON LERNERGERBNISSEN UND BEWERTUNG".

KAPITEL Nr.1. "THEORETISCHE GRUNDLAGEN DES UNTERRICHTS ÜBER ETHISCHES UNTERNEHMERTUM"

Die theoretischen Grundlagen der ethisch-unternehmerischen Ausbildung umfassen Themen, die von den Partnern in den entsprechenden Fokusgruppen in allen Partnerländern identifiziert wurden. Die Themen, die in den Leitfaden für Lehrende aufgenommen wurden, sind im Einzelnen: Ethik, Unternehmens-(Geschäfts-)Ethik, Verhaltenskodex, ethische Führung und ethisches Unternehmertum.

"Theoretische Grundlagen" Unterrichtsstruktur.

Icon	Erläuterung
	1 Lehrende /Lehrer oder 2 Lehrende /Lehrer , die einen integrierten Unterricht organisieren möchten.
	Gruppe von Schülern/Klasse.
	5 Lektionen Der theoretische Grundlagenunterricht umfasst 5 theoretische Module. Dauer einer Unterrichtsstunde - 45-60 Minuten.
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Module 1-5; • Power Point Präsentationen (für jedes Modul).

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	<p>Werkzeuge/Plattformen für Online-Unterricht/Workshops/Aktivitäten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere.
	<p>Plan "Unterricht":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen; 5. Diskussion; 6. Rückmeldung.
	<p>Spezifische Lernergebnisse werden in jedem Modul/jeder Lektion erläutert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Kenntnisse; • Anwendung; • Integration; • Die menschliche Dimension; • Fürsorge; • Lernen, wie man lernt.
	<p>Die wichtigsten Themen werden in jedem Modul/jeder Lektion erklärt.</p>

Modul 1 - "ETHIK "

Modul 1 - Struktur des Unterrichts "ETHIK".

Icon	Erläuterung	
	Zeit - 45-60 Minuten.	
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Modul 1 "ETHIK"; • Power Point Präsentation - "V&F Modul 1"; 	
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 	
	Plan "Unterricht": <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen; 5. Diskussion; 6. Rückmeldung. 	
	Lernergebnisse der Lektionen:	
	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Konzept der Ethik zu verstehen; ▪ Nennen Sie grundlegende moralische Werte;
	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschreiben Sie, was Ethik ist; ▪ Persönliche Werte mit Ethik verbinden;
	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versuchen Sie, auf ethische Dilemmas zu antworten;
	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennen Sie Ihre persönlichen Werte;
	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung von Werten zu schätzen wissen;
	Lernen, wie man lernt <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen Sie, wie Sie persönliche ethische Grundsätze bei der Entscheidungsfindung anwenden können; 	
	Hauptthemen: <ul style="list-style-type: none"> • Was ist ETHIK? • ETHISCHE DILEMMAS • WERTEN 	

ÜBER DAS MODUL:**QUIZ**

Frage Nr. 1: Wenn Sie eine schwangere Frau kennen würden, die bereits acht Kinder hat, von denen drei taub, zwei blind und eines geistig behindert sind, und die an Syphilis erkrankt ist, würden Sie ihr eine Abtreibung empfehlen?

Frage Nr. 2: Es ist an der Zeit, den Führer der Welt zu wählen, und Ihre Stimme ist entscheidend. Hier sind die Fakten über die drei Spitzenkandidaten:

- Kandidat A: Er verkehrt mit korrupten Politikern und berät sich mit Astrologen. Er hatte zwei Geliebte. Außerdem ist er Kettenraucher und trinkt bis zu zehn Martinis am Tag.
- Kandidat B: Er wurde zweimal aus dem Amt geworfen, schläft bis mittags, hat im Studium Opium genommen und trinkt jeden Abend große Mengen Whisky.
- Kandidat C: Er ist ein dekoriertes Kriegsheld. Er ist Vegetarier, raucht nicht, trinkt gelegentlich Bier und hatte noch keine außerehelichen Affären.

Welcher dieser Kandidaten würde Ihre Wahl sein? Bitte entscheiden Sie sich. Die Antworten finden Sie am Ende dieses Abschnitts.

WAS IST ETHIK?

Wann immer wir eine Entscheidung treffen, ist es möglich, dass wir eine andere getroffen haben. Der dänische Philosoph Soren Kierkegaard bringt dieses Gefühl auf den Punkt, wenn er beschreibt, wie wir am Rande einer Klippe stehen. Das Einzige, was uns daran hindert, ins Leere zu stürzen, sind *wir selbst* - unsere Entscheidung, etwas anderes zu tun.

Ethik ist nur möglich, weil wir auf der Grundlage unseres Gewissens gegen unsere Natur handeln können. Sie hält uns davon ab, einfach zu beschreiben, was wahrscheinlich passieren wird, und erlaubt uns, zu entscheiden, was passieren *sollte*. Welche der möglichen Handlungen ist die beste? Welche von allen Möglichkeiten sollten Sie in die Tat umsetzen? Das ist die Frage, die die Ethik zu beantworten versucht.

Natürlich kann man diese Frage nur beantworten, wenn man sich traut, sie zu stellen. Es ist bequem, sicher und ziemlich üblich, das zu tun, was man schon immer getan hat - die Verantwortung auf andere abzuwälzen oder beim Status quo zu bleiben. Die Ethik fordert uns auf, die Verantwortung für unsere Überzeugungen und unser Handeln zu übernehmen und ein Leben zu führen, das unser eigenes ist (The Ethics Centre, 2021).

Vor der Definition von Unternehmensethik ist es besser, sich auf den Begriff Ethik zu konzentrieren und ihn zu definieren. Das Wort Ethik kommt vom griechischen Wort "ethos" und bedeutet "Brauch", "Gewohnheit" oder "akzeptiertes Verhalten". Es gibt viele Definitionen von Ethik. In ihrer einfachsten Form ist Ethik ein System moralischer Grundsätze. Sie beeinflussen, wie Menschen Entscheidungen treffen und ihr Leben führen. Das Chambers English Dictionary definiert sie als: "ein System der Moral" und "Verhaltensregeln". Die Ethik versucht uns zu sagen, was in einer bestimmten Gesellschaft oder Kultur moralisch akzeptabel ist und was nicht (Hurn, 2008). Nach Connock und Johns (1995) geht es in der Ethik um Fairness und um die Entscheidung, was richtig oder falsch ist, um die Festlegung von Praktiken und Regeln, die ein verantwortungsvolles Verhalten zwischen Individuen und Gruppen untermauern. Orme und Ashton (2003) sind der Ansicht, dass ethisches Handeln bedeutet, Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass diese Praktiken und Regeln in allen Situationen des Geschäftsalltags konsequent angewendet werden.

ETHISCHE DILEMMAS

Ein ethisches Dilemma ist eine Situation, in der sich eine Person fragt, was das "Richtige" ist. Ethische Dilemmata bringen den Einzelnen dazu, über seine Pflichten, Aufgaben oder Verantwortlichkeiten nachzudenken (IBE, 2021). Unsere ethischen Konzepte sind aus Religionen, Philosophien und Kulturen



abgeleitet. Sie fließen in Debatten über Themen wie Abtreibung, Menschenrechte und berufliches Verhalten ein. Ethik umfasst die folgenden Dilemmasituationen:

- wie man ein gutes Leben führt
- unsere Rechte und Pflichten
- die Sprache von Recht und Unrecht
- moralische Entscheidungen - was ist gut und was schlecht?

Die meisten moralischen Fragen regen uns ziemlich auf - man denke nur an Abtreibung und Euthanasie, um ein Beispiel zu nennen. Weil es sich um so emotionale Themen handelt, lassen wir oft unser Herz argumentieren, während unser Verstand einfach mitmacht.

Aber es gibt noch einen anderen Weg, diese Fragen anzugehen, und hier können Philosophen ins Spiel kommen - sie bieten uns ethische Regeln und Grundsätze, die uns eine kühlere Sicht auf moralische Probleme ermöglichen. Die Ethik bietet uns also eine moralische Landkarte, einen Rahmen, den wir nutzen können, um uns in schwierigen Fragen zurechtzufinden.



mehr Menschen der Meinung, dass es für viele ethische Fragen keine einzige richtige Antwort gibt - nur eine Reihe von Grundsätzen, die auf bestimmte Fälle angewandt werden können, um den Beteiligten klare Entscheidungen zu ermöglichen. Einige Philosophen gehen noch weiter und sagen, dass die Ethik lediglich Verwirrung beseitigen und die Fragen klären kann. Danach ist es jedem Einzelnen überlassen, seine eigenen Schlussfolgerungen zu ziehen (BBC, 2021)

Die Ethik gibt nicht immer die richtige Antwort auf moralische Probleme. In der Tat sind immer

Die Ethik ist nicht der einzige Weg, um zu definieren, wie die "beste" Entscheidung aussehen könnte. Für manche ist es diejenige, die ihre eigenen Ziele und Interessen voranbringt oder das meiste Geld einbringt. Andere konzentrieren sich darauf, was wahrscheinlich die beliebteste Wahl sein wird.

In jedem von ihnen steckt ein Quäntchen Ethik, aber jedes lenkt von den Fragen ab, die am wichtigsten sind. In der Ethik wird die beste Option als diejenige definiert, die am besten erreicht, was gut und richtig ist und mit der Natur der betreffenden Dinge übereinstimmt. Das Ethik-Zentrum bezeichnet dies als "Werte", "Grundsätze" und "Zweck".

- **Werte sagen uns, was gut ist** - sie sind die Dinge, nach denen wir streben, die wir uns wünschen und die wir schützen wollen.
- **Grundsätze sagen uns, was richtig ist** - sie geben vor, wie wir unsere Werte erreichen können oder nicht.
- **Sinn ist der Grund für Ihr Dasein** - er verleiht Ihren Werten und Prinzipien Leben.

Ethik ist der Prozess des Hinterfragens, Entdeckens und Verteidigens unserer Werte, Grundsätze und Ziele. Es geht darum, herauszufinden, wer wir sind, und dem angesichts von Versuchungen, Herausforderungen und Unsicherheit treu zu bleiben. Das macht nicht immer Spaß und ist nicht immer einfach, aber wenn wir uns darauf einlassen, können wir Entscheidungen treffen, zu denen wir stehen können, und ein Leben aufbauen, das wirklich unser eigenes ist, und eine Zukunft, an der wir teilhaben wollen (The Ethics Centre, 2021).

WERTEN

Werte sind die Grundlage für die Fähigkeit eines Menschen, zwischen richtig und falsch, gut und schlecht, moralisch und unmoralisch zu unterscheiden. Werte umfassen ein tief verwurzeltes System



von Überzeugungen. Sie haben einen Eigenwert, sind aber nicht allgemein anerkannt. Dieses System ermöglicht es jedem Einzelnen, zu bestimmen, was sein sollte und was nicht sein sollte.

Wenn zum Beispiel das Wertesystem einer Person auf Ehrlichkeit beruht, würde sie wahrscheinlich richtig entscheiden, ob sie bei einer Aufnahmeprüfung für ein College schummelt (falsch) oder hart lernt, um eine Aufnahmeprüfung zu bestehen (richtig). Umgekehrt würde sich jemand, der Leistung und Erfolg höher bewertet als Ehrlichkeit, möglicherweise dafür entscheiden, bei der Prüfung zu schummeln, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Dies hängt damit zusammen, welcher Wert für die Person "mehr wert" ist.

Diese Grundüberzeugungen sind das Barometer, an dem sich die Entscheidungen einer Person orientieren. Werte müssen nicht unbedingt "systemweit" in einer Gruppe von Menschen gelten. Vielmehr sind sie eine persönliche, individuelle Grundlage, die das Verhalten einer bestimmten Person beeinflusst. Auf gesellschaftlicher Ebene bilden diese **Werte** häufig die Grundlage dafür, was erlaubt und was verboten ist.



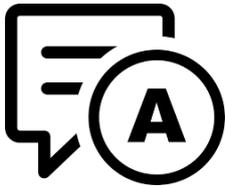
Beispiele für Werte

Nicht alle Werte sind ethische Werte. Einige Werte, wie z. B. Effizienz, haben keine ethische Komponente. Einige ethische Werte beziehen sich auf Eigenschaften eines ethischen Selbst (wie Ehrlichkeit und Integrität). Andere beschreiben ein positives und ethisches Verhalten gegenüber anderen, der Umwelt und der Gesellschaft. Ethische Werte sind per Definition positiv und erfordern oft, dass wir über unsere eigenen Interessen hinausgehen, um andere zu respektieren, zu schützen, ihnen zu dienen und zu helfen (Fisher Thornton, 2015).

Eine (Einstiegs-)Liste ethischer Werte

- Rechenschaftspflicht
- Altruismus
- Vermeiden von Schaden
- Pflege
- Staatsbürgerschaft
- Vertraulichkeit
- Gutes tun
- Fairness
- Ehrlichkeit
- Eingliederung
- Integrität
- Justiz
- Freundlichkeit
- Langfristiges Denken
- Moralisches Bewusstsein
- Gegenseitiger Nutzen
- Positive Absicht
- Vorsorge (z. B. Auswahl sicherer, gesunder Zutaten in Lebensmitteln)
- Vorbeugung von Schäden
- Achtung der Grenzen
- Respekt für andere
- Achtung der Menschenrechte und der Menschenwürde
- Dienst
- Unterstützung für das Wohlergehen der anderen
- Nachhaltigkeit
- Verantwortung übernehmen
- Transparenz
- Vertrauenswürdigkeit
- Bewertung von Unterschieden

Unsere Werte definieren, wer wir sind, und bestimmen die Entscheidungen, die wir treffen. Lassen Sie nicht zu, dass Ihre täglichen Entscheidungen auf Autopilot getroffen werden. Entscheiden Sie sich für die ethischen Werte, die Ihr Leben und Ihre Führung bestimmen (Fisher Thornton, 2015).



QUIZ ANTWORTEN

Frage Nr. 2 wird beantwortet:

Kandidat A ist Franklin D. Roosevelt,
Kandidat B ist Winston Churchill, und
Kandidat C ist Adolph Hitler.

...Und nebenbei bemerkt, die Antwort auf **Frage Nr. 1**... Wenn du ja gesagt hast, hast du gerade Ludwig van Beethoven getötet.



Modul 2 - "CORPORATE (BUSINESS) ETHICS "

Modul 2 - "CORPORATE (BUSINESS) ETHICS" Unterrichtsstruktur.

Icon	Erläuterung												
	Zeit - 45-60 Minuten.												
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Modul 2 "CORPORATE (BUSINESS) ETHICS"; • Power Point Präsentation - "V&F Modul 2"; 												
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 												
	Plan "Unterricht": <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen; 5. Diskussion; 6. Rückmeldung. 												
	Lernergebnisse der Lektionen: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ das Konzept der Unternehmensethik zu verstehen; ▪ Skizzieren Sie die 3 grundlegenden Komponenten der Unternehmensethik; ▪ Zusammenhang zwischen unternehmerischer Nachhaltigkeit und Unternehmensführung und Unternehmensethik; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklären Sie, warum Unternehmenswerte wichtig sind; ▪ Verknüpfen Sie die 10 Prinzipien des UN Global Compact mit der Unternehmensethik; ▪ Erläutern Sie die Bedeutung der 17 SDGs; </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegungen zur Bedeutung der Unternehmensführung und der unternehmerischen Nachhaltigkeit; </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönliche Erfahrungen im Zusammenhang mit der Anwendung von Ethik in einem geschäftlichen Umfeld auszutauschen; </td> </tr> <tr> <td>Fürsorge</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sich der Bedeutung der Anwendung von Geschäftsethik zu verpflichten; </td> </tr> <tr> <td>Lernen, wie man lernt</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geben Sie Beispiele dafür, wie ein Unternehmen ethische Grundsätze anwenden kann; ▪ Formulierung nützlicher Fragen zur Anwendung der Unternehmensethik; </td> </tr> </tbody> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Konzept der Unternehmensethik zu verstehen; ▪ Skizzieren Sie die 3 grundlegenden Komponenten der Unternehmensethik; ▪ Zusammenhang zwischen unternehmerischer Nachhaltigkeit und Unternehmensführung und Unternehmensethik; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklären Sie, warum Unternehmenswerte wichtig sind; ▪ Verknüpfen Sie die 10 Prinzipien des UN Global Compact mit der Unternehmensethik; ▪ Erläutern Sie die Bedeutung der 17 SDGs; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegungen zur Bedeutung der Unternehmensführung und der unternehmerischen Nachhaltigkeit; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönliche Erfahrungen im Zusammenhang mit der Anwendung von Ethik in einem geschäftlichen Umfeld auszutauschen; 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sich der Bedeutung der Anwendung von Geschäftsethik zu verpflichten; 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geben Sie Beispiele dafür, wie ein Unternehmen ethische Grundsätze anwenden kann; ▪ Formulierung nützlicher Fragen zur Anwendung der Unternehmensethik;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Konzept der Unternehmensethik zu verstehen; ▪ Skizzieren Sie die 3 grundlegenden Komponenten der Unternehmensethik; ▪ Zusammenhang zwischen unternehmerischer Nachhaltigkeit und Unternehmensführung und Unternehmensethik; 												
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklären Sie, warum Unternehmenswerte wichtig sind; ▪ Verknüpfen Sie die 10 Prinzipien des UN Global Compact mit der Unternehmensethik; ▪ Erläutern Sie die Bedeutung der 17 SDGs; 												
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegungen zur Bedeutung der Unternehmensführung und der unternehmerischen Nachhaltigkeit; 												
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönliche Erfahrungen im Zusammenhang mit der Anwendung von Ethik in einem geschäftlichen Umfeld auszutauschen; 												
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sich der Bedeutung der Anwendung von Geschäftsethik zu verpflichten; 												
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geben Sie Beispiele dafür, wie ein Unternehmen ethische Grundsätze anwenden kann; ▪ Formulierung nützlicher Fragen zur Anwendung der Unternehmensethik; 												
	Hauptthemen: <ul style="list-style-type: none"> • UNTERNEHMENSETHIK • UNTERNEHMENSWERTE • Warum sind Unternehmenswerte wichtig? • UNTERNEHMENSFÜHRUNG • CORPORATE SUSTAINABILITY und RESPONSIBILITY? • 10 Grundsätze des UN Global Compact • 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung 												



ÜBER DAS MODUL:

UNTERNEHMENSETHIK

Ethik ist keine Sammlung von Theorien, Regeln und Verboten für das Geschäftsleben, deren Ziel es ist, Geschäfte zu behindern und Kosten zu erhöhen. Ethik ist ein Weg, der sich aus Entscheidungen und objektiven Optionen ergibt, die man im Einklang mit seinem Lebensziel und seinen persönlichen und beruflichen Überzeugungen trifft.

Nach Galinsky (2008) geht es bei Unternehmensethik in der Regel um Verhaltensnormen am Arbeitsplatz und gegenüber den Interessengruppen. Am Streben nach Wohlstand sind die folgenden sechs Interessengruppen beteiligt: Investoren, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Regierung und Gemeinschaft. Der Umgang mit diesen Interessengruppen erfordert "Ethik".

Unternehmen, die für ihre hohen ethischen Standards bekannt sind, haben in der Regel einen ethischen Kodex, der besagt, dass sie jeden mit Würde behandeln, keine irreführenden Informationen geben und Regeln und Vorschriften gewissenhaft befolgen. Unternehmensethik kann daher als die Anwendung moralischer und ethischer Überlegungen in einem geschäftlichen Umfeld definiert werden (Hurn, 2008).

Ein moralischer Kompass führt uns zu effektiveren Geschäftspraktiken - sei es bei der Umsatzsteigerung, der Bindung von Mitarbeitern oder der Verringerung der Kosten für Rechtsstreitigkeiten und Regulierung. Zum Beispiel sind die Menschen in der Regel bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn sie ein gutes Gefühl bei den Produkten haben, die sie kaufen. Außerdem ziehen Unternehmen, die sich an bestimmte Moralvorstellungen halten, bessere Mitarbeiter an - und diese sind oft bereit, für eine geringere Entlohnung härter zu arbeiten. Es versteht sich von selbst, dass ethische Unternehmen seltener der kostspieligen Prüfung durch Gerichte und Aufsichtsbehörden ausgesetzt sind (Galinsky, 2008). Es liegt auf der Hand, dass ein gewisser Zusammenhang zwischen Unternehmensethik und Unternehmenserfolg, oder besser gesagt, nachhaltiger Spitzenleistung, besteht.

Ein moralischer Kompass führt zu effizienteren Geschäftspraktiken:

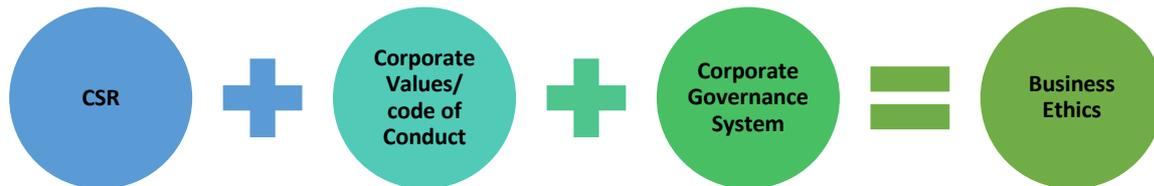
- Die Menschen sind in der Regel bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn sie ein gutes Gefühl bei den Produkten haben, die sie kaufen. Nach den jüngsten Untersuchungen von Nielsen zum Thema Unternehmensverantwortung sind 55 % der Verbraucher weltweit bereit, mehr für Waren und Dienstleistungen von Unternehmen zu zahlen, die sozial verantwortlich/ethisch handeln - eine Zahl, die gegenüber 2011 um zehn Prozent gestiegen ist. (<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/doing-well-by-doing-good.html>)
- Unternehmen, die bestimmte moralische Grundsätze befolgen, ziehen bessere Mitarbeiter an.
- Diese Menschen sind oft bereit, für eine geringere Vergütung härter zu arbeiten.
- Wenn Unternehmen Wert auf ethische Leistung legen, ist das Fehlverhalten wesentlich geringer.
- Ethisch handelnde Unternehmen sind weniger anfällig für die kostspielige Prüfung durch Gerichte und Aufsichtsbehörden.

Außerdem erfahren Sie, warum es wichtig ist, eine Unternehmensethik einzuführen:

- Förderung und Stärkung der Leistung jedes einzelnen Mitarbeiters.
- Verringerung des unerwünschten und betrügerischen Fehlverhaltens oder der Verletzung der Unternehmenskultur durch das Verhalten der Mitarbeiter des Unternehmens.
- Nützliches Instrument zur Definition der Werte der Unternehmenstätigkeit und zur Stärkung einer "internen Kultur", die die Bindung zwischen den Mitarbeitern stärkt und ihre Aufrechterhaltung fördert.
- Förderung der Selbstregulierung durch die Unternehmen.
- Schaffung eines externen (und internen) Images von Seriosität, Verantwortung und Exzellenz.
- Persönliche und organisatorische Ziele in Einklang bringen.



Bei der Unternehmensethik geht es darum, wie die Werte und Grundsätze eines Unternehmens in allen Geschäftsabläufen und Handlungen zum Tragen kommen. Sie steht daher in engem Zusammenhang mit den Systemen der Unternehmensführung und der sozialen Verantwortung des Unternehmens.



UNTERNEHMENSWERTE

Unternehmenswerte, die auch als Grundwerte bezeichnet werden, sind die Grundüberzeugungen, auf die sich ein Unternehmen stützt. Unternehmenswerte tragen dazu bei, dass die Menschen zusammenarbeiten und die Art und Weise, wie sich die Mitarbeiter verhalten (sollten), gestalten. Die Grundwerte eines Unternehmens wirken sich sowohl auf interne als auch auf externe Angelegenheiten aus. Sie legen nicht nur fest, wie die Mitarbeiter miteinander umgehen, sondern auch das erwartete Verhalten gegenüber Kunden, Partnern und der breiteren Öffentlichkeit.

Unternehmenswerte definieren das gewünschte Verhalten, um das "Warum" des Unternehmens zu erreichen. Einmal festgelegt, sollten sie jeden Aspekt des Unternehmens beeinflussen, von Belohnungsmodellen, Vergütungen und Richtlinien bis hin zu strategischen Entscheidungen und öffentlichen Angelegenheiten.

Die Präsentation der Unternehmenswerte auf einer PowerPoint-Präsentation, an der Wand Ihres Firmensitzes oder in einer Marketingkampagne wird diese Grundüberzeugungen nicht zum Leben erwecken.

Unternehmenswerte sind nur dann sinnvoll, wenn sie auch gelebt werden. Leider besteht in den meisten Unternehmen eine Diskrepanz zwischen den "proklamierten" Werten und den "gelebten" Werten, wie Nik Beeson hier schrieb.

Werte sind nur dann hilfreich, wenn sie im täglichen Verhalten zum Ausdruck kommen.

Warum sind Unternehmenswerte wichtig?

In der Praxis sind klar definierte Grundwerte entscheidend für die Schaffung einer florierenden Kultur. Hier sind die wichtigsten Vorteile der Definition Ihrer Unternehmenswerte.

- Werte bestimmen die Gemeinschaft: Wenn Sie wollen, dass Ihre Mitarbeiter wie eine Gemeinschaft handeln, brauchen Sie einen gemeinsamen Verhaltenskodex (siehe Modul 3). Ihre Werte definieren die Überzeugungen Ihres Unternehmens und bringen die Menschen zusammen, indem sie eine Gemeinschaft bilden.
- Werte ziehen die richtigen Leute an: Menschen verlassen keine Unternehmen, sondern toxische Arbeitsplatzkulturen. Ihre Grundwerte legen fest, wofür Sie stehen, und tragen dazu bei, die richtigen Talente für Ihr Unternehmen zu gewinnen.
- Mitarbeiter sind bereit, weniger Geld zu verdienen, um in einem Unternehmen zu arbeiten, das mit ihren persönlichen Werten übereinstimmt.
- Unternehmenswerte vereinfachen die Entscheidungsfindung: Es ist einfacher, Entscheidungen zu treffen, wenn jeder weiß, was für das Unternehmen wichtig ist (oder nicht). Werte helfen dabei, klare Prioritäten zu setzen; sie machen es einfacher, "Nein" zu den Dingen zu sagen, die nicht mit ihren Grundüberzeugungen übereinstimmen.

- Die Grundwerte zeigen den Kunden, wer Sie sind: Wenn ein Unternehmen seine Überzeugungen zum Leben erweckt, wissen seine Partner und Kunden, was sie erwarten können, wenn sie mit diesem Unternehmen Geschäfte machen (oder nicht).
- Unternehmenswerte schaffen Differenzierung: Sie stehen nicht nur für das, was Sie glauben, sondern auch für Ihr einzigartiges Verhalten. (Razzetti, 2020)
- Faire Geschäftspraktiken: Ist Ihnen schon einmal der Satz *"Man kann Geld verdienen, ohne Böses zu tun"* begegnet? Nein? Nun, er ist einer der 10 Grundwerte von Google. In der Gier nach mehr Umsatz werden Unternehmen bei ihren Geschäftspraktiken oft skrupellos. Dies gefährdet alle, die mit dem Unternehmen verbunden sind, und führt zu einem Verlust an Vertrauen und Integrität innerhalb der Organisation. Die Unternehmenswerte, wenn sie von einer Organisation in ihren täglichen Aktivitäten angewandt werden, verbieten es ihr, irgendwelche Missbräuche zu fördern.

Die Werte eines Unternehmens zu ermitteln und zu verstehen ist eine anspruchsvolle und wichtige Aufgabe. Die Werte eines Unternehmens sind ein zentraler Bestandteil der Unternehmensgrundsätze und vermitteln, wohin das Unternehmen will und wie es dorthin gelangt. Wenn man sich dieser wichtigen Faktoren in einem Unternehmen bewusst wird, kann man sie als Leitfaden nutzen, um in jeder Situation die beste Wahl zu treffen.

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Nach Steiner & Steiner (2006) bezieht sich Corporate Governance im Allgemeinen auf die Gesamtkontrolle der Aktivitäten in einem Unternehmen, die die Formulierung von Unternehmenszielen, -strategien und -plänen sowie eine angemessene Managementstruktur umfasst, um gegenüber den verschiedenen Interessengruppen verantwortlich zu sein.

Corporate Governance ist zu einem strategischen und operativen Schwerpunkt fast aller Unternehmen geworden, von aufstrebenden Organisationen, die Unternehmensstrategien entwickeln, bis hin zu großen börsennotierten Unternehmen, die sich mit unzähligen rechtlichen Anforderungen und Aktionärsfragen auseinandersetzen. Ein Grundpfeiler der Corporate Governance ist die Einhaltung von Vorschriften. (Bingham, 2009). Die Einhaltung der Vorschriften ist eine wichtige Grundlage für die Erfüllung der sozialen Verantwortung, und viele Unternehmen sind sich bewusst, dass eine gründliche Einhaltung der Vorschriften für die Fortführung der Geschäftsaktivitäten unerlässlich ist.

Leitende Compliance-Manager aus dem Vereinigten Königreich und den USA wurden nach Veränderungen in der Einstellung zur Compliance seit der Finanzkrise befragt. 70 Prozent gaben an, dass die Compliance aus dem Hintergrund herausgetreten sei und nun Einfluss auf Geschäftsentscheidungen habe. 87 Prozent gaben an, dass sie nun über die Ressourcen verfügen, um in ihrem Unternehmen eine Compliance-Kultur zu schaffen. Die von "Complinet", einem Anbieter von Informationen zu Compliance und Regulierung, durchgeführte Umfrage ergab außerdem, dass 88 Prozent der Befragten der Meinung waren, dass sie nun "das Ohr der Geschäftsleitung" hätten, und 63 Prozent meinten, dass Compliance-Themen in ihrem Unternehmen wichtiger geworden seien.

Eine gute Corporate Governance ist der Schlüssel zur Integrität von Organisationen, Finanzinstituten und Märkten und von zentraler Bedeutung für die Gesundheit unserer Volkswirtschaften und deren Stabilität. Gemäß den Grundsätzen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sollte der Rahmen für die Corporate Governance einer Organisation unter anderem Folgendes umfassen:

- Sicherstellung der strategischen Ausrichtung des Unternehmens, der wirksamen Überwachung der Geschäftsführung durch den Vorstand und der Rechenschaftspflicht des Vorstands gegenüber dem Unternehmen und den Aktionären.
- Sicherstellung der rechtzeitigen und korrekten Offenlegung aller wesentlichen Angelegenheiten des Unternehmens, einschließlich der finanziellen Situation, der Leistung, der Eigentumsverhältnisse und der Unternehmensführung.



- Förderung transparenter und effizienter Märkte, Wahrung der Rechtsstaatlichkeit und klare Aufteilung der Zuständigkeiten zwischen den verschiedenen Aufsichts-, Regulierungs- und Durchsetzungsbehörden. Schutz und Erleichterung der Ausübung der Rechte der Aktionäre.

Bei der Corporate Governance geht es also nicht nur um die Einhaltung von Vorschriften. Es geht um die Beziehungen und Verantwortlichkeiten zwischen dem Vorstand, der Geschäftsführung, den Aktionären und anderen relevanten Interessengruppen innerhalb eines rechtlichen und regulatorischen Rahmens. Infolgedessen benötigen Unternehmen heute mehr denn je eine Art Leitfaden, wie sie Fragen der Corporate Governance angehen sollten.

UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT UND VERANTWORTUNG

Unter sozialer Verantwortung der Unternehmen versteht man im Allgemeinen die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Geschäftsprozesse so gestalten, dass sie insgesamt positive Auswirkungen auf die Gesellschaft haben. CSR kann definiert werden als eine Verpflichtung zur Verbesserung des Wohlergehens der Gemeinschaft durch diskretionäre Geschäftspraktiken und den Beitrag von Unternehmensressourcen (Kotler und Lee, 2005). Die soziale Verantwortung der Unternehmen ist zwangsläufig ein sich entwickelnder Begriff, für den es weder eine Standarddefinition noch eine vollständig anerkannte Reihe von spezifischen Kriterien gibt. In dem Bewusstsein, dass Unternehmen eine Schlüsselrolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohlstand in der Gesellschaft spielen, wird CSR im Allgemeinen so verstanden, dass es darum geht, wie Unternehmen ihre Geschäftsprozesse so steuern, dass sie insgesamt positive Auswirkungen auf die Gesellschaft haben. CSR ist ein Konzept, bei dem Unternehmen auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Geschäftstätigkeit und in ihre Interaktion mit ihren Stakeholdern integrieren.

Nach Kotler und Lee (2005) kann die soziale Verantwortung von Unternehmen definiert werden als eine Verpflichtung zur Verbesserung des Wohlergehens der Gemeinschaft durch diskretionäre Geschäftspraktiken und den Beitrag von Unternehmensressourcen. Da verschiedene Interessengruppen Erwartungen an Unternehmen stellen, müssen Führungskräfte und Mitarbeiter langfristige Strategien formulieren, um durch die Umsetzung von Corporate Cause Promotion, Cause Related Marketing, Corporate Social Marketing, philanthropischen Aktivitäten, Freiwilligenarbeit in der Gemeinde und sozial verantwortlichen Geschäftspraktiken ein guter Unternehmensbürger zu sein (Shea, 2006).

Heutzutage ist das Konzept der CSR zum Synonym für unternehmerische Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln geworden. Mit anderen Worten, es ist ein Synonym für unternehmerische Nachhaltigkeit und Verantwortung. Es ist offensichtlich, dass wir ein neues CSR-Akronym haben! Unternehmerische Nachhaltigkeit und Verantwortung!

Die EU-Richtlinie (2014/95/EU) über die Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen und Informationen zur Diversität durch große Unternehmen und Konzerne sowie die erneuerte CSR-Strategie der Europäischen Kommission umfassen drei zentrale Punkte:

- Einführung der Logik "Comply or Explain", die von Unternehmen verlangt, dass sie, wenn sie nicht in der Lage sind, nicht-finanzielle Daten offen zu legen, die Gründe dafür angeben.
- Die erneuerte Strategie betrifft alle Organisationen, die Personal beschäftigen, unabhängig davon, in welchem Staat sie tätig sind (privat oder öffentlich).
- Die Umsetzung von CSR-Praktiken und Unternehmensethik sollte den 10 Grundprinzipien des UN Global Compact folgen.

Diese sind sehr wichtig und zeigen zum einen, dass die EU die Rolle von CSR und Unternehmensethik bei der Steigerung der Effizienz und letztlich der Verbesserung der wirtschaftlichen Gesamtsituation verstanden hat. Zweitens zeigen sie die Absicht der EU, wirksame politische Maßnahmen zu ergreifen, die eine klare und nützliche Funktion von Organisationen fördern und Hebel für letztere entwickeln, um das Bewusstsein zu schärfen und durch unternehmerische Verantwortlichkeit zum Nutzen aller Stakeholder (Mitarbeiter, Unternehmen, Gesellschaft, Staat) zu funktionieren.



Die 10 Prinzipien des UN Global Compact

Die unternehmerische Nachhaltigkeit beginnt mit dem Wertesystem eines Unternehmens und einem prinzipienbasierten Ansatz für seine Geschäftstätigkeit. Dies bedeutet, dass die Geschäftstätigkeit zumindest den grundlegenden Verantwortlichkeiten in den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung gerecht wird. Verantwortungsbewusste Unternehmen setzen überall dort, wo sie tätig sind, dieselben Werte und Grundsätze um und wissen, dass gute Praktiken in einem Bereich nicht den Schaden in einem anderen aufwiegen. Indem sie die zehn Prinzipien des UN Global Compact in ihre Strategien, Richtlinien und Verfahren einbeziehen und eine Kultur der Integrität etablieren, kommen die Unternehmen nicht nur ihrer grundlegenden Verantwortung gegenüber den Menschen und dem Planeten nach, sondern schaffen auch die Voraussetzungen für langfristigen Erfolg.

Die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen leiten sich ab aus: der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, der Erklärung von Rio über Umwelt und Entwicklung und das Übereinkommen der Vereinten Nationen gegen Korruption.

Menschenrechte	Grundsatz 1 : Unternehmen sollen den Schutz der international verkündeten Menschenrechte unterstützen und achten; Grundsatz 2 : Sicherstellen, dass sie nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt sind;
Arbeit	Grundsatz 3 : Die Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren; Prinzip 4 : Abschaffung aller Formen von Zwangs- und Pflichtarbeit; Prinzip 5 : die tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit; Grundsatz 6 : Beseitigung von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf;
Umwelt	Grundsatz 7 : Die Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen; Prinzip 8 : Initiativen zur Förderung einer größeren Verantwortung für die Umwelt ergreifen; Grundsatz 9 : Förderung der Entwicklung und Verbreitung von umweltfreundlichen Technologien;
Korruptionsbekämpfung	Prinzip 10 : Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung;

17 Ziele für nachhaltige Entwicklung

Im September 2015 haben alle 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen einen Plan für eine bessere Zukunft für alle angenommen, der für die nächsten 15 Jahre einen Weg zur Beendigung der extremen Armut, zur Bekämpfung von Ungleichheit und Ungerechtigkeit und zum Schutz unseres Planeten aufzeigt. Das Herzstück der "Agenda 2030" sind die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs), die die Welt, die wir wollen, klar definieren - sie gelten für alle Nationen und lassen niemanden zurück.

Die neuen Globalen Ziele sind das Ergebnis eines Prozesses, der inklusiver war als je zuvor: Die Regierungen haben die Wirtschaft, die Zivilgesellschaft und die Bürger von Anfang an einbezogen. Wir sind uns alle einig, wohin die Welt gehen muss. Um diese Ziele zu erreichen, bedarf es einer beispiellosen Anstrengung aller Bereiche der Gesellschaft - und die Wirtschaft muss dabei eine sehr wichtige Rolle spielen.





Weitere Informationen zu den 17 SDGs finden Sie unter dem unten stehenden Link:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

Modul 3 - "CODE of CONDUCT (ETHICS) "

Modul 3 - "VERHALTENSKODEX (ETHIK)" Unterrichtsstruktur.

Icon	Erläuterung				
	Zeit - 45-60 Minuten.				
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Modul 3 - "VERHALTENSKODEX (ETHIK)"; • Power Point Präsentation - "V&F Modul 3"; 				
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 				
	Plan "Unterricht": <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen; 5. Diskussion; 6. Rückmeldung. 				
	Lernergebnisse der Lektionen: <table border="1"> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ein Verhaltenskodex für Unternehmen ist; ▪ Skizzieren Sie die grundlegenden Schritte zur Entwicklung eines Verhaltenskodex; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nennen Sie einige grundlegende Unternehmenswerte; </td> </tr> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ein Verhaltenskodex für Unternehmen ist; ▪ Skizzieren Sie die grundlegenden Schritte zur Entwicklung eines Verhaltenskodex; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nennen Sie einige grundlegende Unternehmenswerte;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ein Verhaltenskodex für Unternehmen ist; ▪ Skizzieren Sie die grundlegenden Schritte zur Entwicklung eines Verhaltenskodex; 				
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nennen Sie einige grundlegende Unternehmenswerte; 				



	Integration	▪ Erstellung eines Plans für die Entwicklung eines Verhaltenskodexes;
	Menschliche Dimension	▪ -
	Fürsorge	▪ die Bedeutung eines Verhaltenskodexes in einem Unternehmen zu erkennen;
	Lernen, wie man lernt	▪ -
	Hauptthemen: <ul style="list-style-type: none"> • ETHIK-KODES • LEITLINIEN FÜR DIE ERSTELLUNG EINES VERHALTENSKODEXES (ETHIK) 	

ÜBER DAS MODUL:

ETHIK-KODES

Eine Reihe von Studien hat sich mit der Frage der ethischen Verhaltenskodizes befasst. Weeks und Nantel (1992) fanden Beweise dafür, dass ein gut verstandener Kodex mit einem ethischeren Verhalten von Verkäufern verbunden ist. Ford und Richardson (1994) fanden in ihrer Literaturübersicht, die auch Ethikkodizes umfasste, heraus, dass Verhaltenskodizes und unternehmensinterne Ethikrichtlinien in signifikantem Zusammenhang mit einem höheren Standard ethischen Verhaltens stehen. Gray (1996) stellte fest, dass ein Verhaltenskodex nützlich sein kann, um ethisch kompromittierende Situationen zu vermeiden. Ähnlich argumentierte Navran (1997), dass ein Best-Practices-Ethikprogramm den Mitarbeitern hilft, nicht das Gefühl zu haben, dass sie unethisch handeln müssen, um zu überleben.

Tucker et al. (1999) untersuchten die Ethikkodizes von Berufsverbänden und stellten fest, dass die Entstehung, der Inhalt und die Auswirkungen solcher Kodizes von einer Reihe von Faktoren beeinflusst werden. Zu diesen Faktoren gehören sozioökonomische und politische Variablen. Nichtsdestotrotz haben viele Verbände Kodizes entwickelt und behaupten, dass die Kodizes ihren Mitgliedern helfen, sich ethischer zu verhalten.

Cooper und Frank (1997) verglichen Fachleute aus den Bereichen Rechnungswesen und Versicherungen und stellten fest, dass sich CPAs und CLUs bei ethischen Fragen eher auf ihre jeweiligen Ethikkodizes verlassen als andere Gruppen innerhalb dieser Bereiche. Die Studie zeigte auch, dass unternehmensspezifische Richtlinien, die ethisches Verhalten betonen, die Mitarbeiter ermutigen, die Unternehmensziele nicht über die Ethik zu stellen, und die die Diskussion ethischer Fragen zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem erleichtern, zu mehr ethischem Verhalten beitragen.

Ethikkodizes in der internationalen Wirtschaft sind ein Thema, das auch in der Literatur auftaucht. Aufgrund der kulturellen Unterschiede sind einige der Meinung, dass die Umsetzung eines "internationalen" Verhaltenskodex schwierig wäre. Smeltzer und Jennings (1998) erkennen jedoch an, dass eine gewisse Anpassung notwendig sein könnte, und argumentieren, dass Kodizes entwickelt werden sollten, die Richtlinien für grundlegende ethische Praktiken in verschiedenen Kulturen enthalten. Payne et al. (1997) überprüfen in diesem Sinne mehrere internationale Verhaltenskodizes und versuchen, einen international einheitlichen Kodex zu entwickeln. Auch Roth et al. (1996) sind der Meinung, dass trotz der unterschiedlichen ethischen Praktiken in der Welt ein internationaler ethischer Verhaltenskodex machbar ist. Internationale Verbände haben in der Tat solche Kodizes aufgestellt.

Der Ethikkodex soll das Vertrauenskapital schaffen, das die interne Kohärenz der getroffenen Entscheidungen und die Verringerung der Transaktionskosten ermöglicht und Bedingungen schafft, die neben der wirtschaftlichen Dynamik auch die menschlichen Beziehungen im Unternehmen erleichtern.

Ein Ethikkodex ist ein wichtiges Managementinstrument, das die Kultur einer Organisation positiv beeinflussen kann. Viele Organisationen haben festgestellt, dass ein klar definierter Ansatz in Fragen der Ethik und des Verhaltens den Ruf der Organisation verbessert, das Vertrauen der Mitarbeiter stärkt und gut für das Geschäft ist. Ein Ethikkodex legt die Verhaltensstandards fest, die von den Mitarbeitern

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

einer Organisation in Bezug auf ethische Dilemmas erwartet werden, mit denen sie bei der Arbeit konfrontiert werden.

Ein guter Ethikkodex ist ein aktives Dokument, auf das sich alle Mitarbeiter in der Organisation beziehen - und kein Dokument, das im Büro eines leitenden Angestellten auf einem Regal liegt. Außerdem sollte ein guter Ethikkodex auf allgemein anerkannten Grundsätzen und Werten beruhen. Seine größte Bedeutung dürfte jedoch sein Beitrag zu den Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seinen Investoren sein. Ein Unternehmen, das sich einen Ethikkodex zu eigen gemacht hat, wird von seinen Investoren mit mehr Stolz und Anerkennung bedacht, was die Nachhaltigkeit und Entwicklung des Unternehmens sichert.

Die Schaffung unabhängiger Ausschüsse und die Einrichtung interner Auditfunktionen (zu Kontrollzwecken) fungieren als Treuhänder der Unternehmenswerte, der ethischen Kultur und des kulturellen Verhaltens und erleichtern die Umsetzung des Ethikkodexes durch die Verbreitung und Überwachung seiner Funktionen. CSR, Risk Mgt oder spezielle Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltausschüsse können dem Unternehmen helfen, seine Kulturstrategie effizient zu verbreiten und der Gesellschaft und den Mitarbeitern zu helfen, sie leicht zu erkennen und zu verstehen. Eine wichtige Rolle bei der Einführung eines Ethikkodex spielen die oberste Führungsebene und insbesondere der Vorstand, der den Rahmen und die Richtung für die Strukturierung des Kodex vorgibt. Wenn der Vorstand nicht in der Lage ist, den Ethikkodex umzusetzen und als Geschäftsprinzip anzunehmen, ist es unwahrscheinlich, dass er von den übrigen Mitarbeitern angenommen wird.

Man sollte jedoch nie vergessen, dass die Annahme eines Ethikkodexes eine spontane und nicht eine erzwungene Funktion ist, da sie eng mit ethischen und moralischen Fragen verbunden ist. Die Bewertung der Unternehmenskultur mittels einer angemessenen Berichterstattung ist ein Schlüsselparameter für die systematische Bewertung und Verbesserung bzw. Wiedereinführung des Corporate Value Codes eines Unternehmens. Dies ist ein sehr wichtiges Thema, da die Unternehmen heute viel häufiger mit neuen Herausforderungen konfrontiert werden, die sie zwingen, die Art und Weise, wie sie die Stakeholder als Ganzes sehen, neu zu bewerten. GRI, ESRA, ACCA-CSR oder COSO sind allgemein verwendete und von der Öffentlichkeit leicht anerkannte Berichtsrahmen, die als Maßstab für die Darstellung der Unternehmenskultur verwendet werden können.

Principles and Values

1. **Integrity:** ethical handling of personal Vs professional interests
2. **Objectivity:** compliance with laws, rules and regulations
3. **Independence:** prompt reporting appropriately
4. **Confidentiality:** enforceable without side effects
5. **Competency:** full, fair, accurate, timely, understandable report disclosures
6. **Accountability:** adherence to the code
7. **Sustainability:** be present everywhere at all times
8. **Respect for Human Life:** protect Human dignity
9. **Protect the Environment:** protecting it like our home
10. **Pursue Economic Justice:** our welfare is always part of world welfare

PRECONDITION :

- ALL ONE (code)
- ALL EQUAL (to the code)
- ALL DIFFERENT (no discrimination in code)

LEITLINIEN FÜR DIE ERSTELLUNG EINES VERHALTENSKODEXES (ETHIK)

1. Vergewissern Sie sich, dass Sie die erforderlichen Voraussetzungen für die erfolgreiche Ausarbeitung eines Ethik-Kodex gesammelt haben.

Das Konzept der Würde des Menschen. Um diesen Kodex zu erstellen, sollten sich Manager und Aktionäre dieses mehr oder weniger expliziten Konzepts bewusst sein und wissen, wie es in ein Unternehmen

passt. Ein minimalistisches Menschenbild, das die wesentlichen Elemente und die Würde des Menschen nicht berücksichtigt, führt zu einer schwachen und gefährlichen Grundlage, auf der ein Kodex aufgebaut werden kann.



Das Beispiel sollte an der Spitze gesetzt werden. Es ist von wesentlicher Bedeutung, dass die Führungskräfte eine konsistente Leistung im Einklang mit den angenommenen Geschäftsprinzipien erbringen oder anstreben. Das Beispiel, das an der Spitze gegeben wird, oder das Fehlen eines solchen, ist die Bestätigung, die die Untergebenen brauchen, um zu verstehen, ob die gewählten Grundsätze umgesetzt und befolgt werden sollen oder nicht.

2. Es sollte ein kleiner Ausschuss gebildet werden, der die ersten Entwürfe erstellt, die geeigneten Mechanismen der Beteiligung und Konsultation festlegt, um das oben genannte Ziel zu erreichen, die Einführung in der Praxis überwacht und in Zukunft die praktische Anwendung und die Festlegung der Kriterien begleitet.

3. Erstellen Sie einen internen Fragebogen, der allen Mitarbeitern des Unternehmens vorgelegt wird, um herauszufinden, welche großen Prinzipien ihrer Meinung nach mit dem übereinstimmen, wofür das Unternehmen steht, und zu welchen Ideen sie persönlich stehen.

4. Sammeln Sie alle Ergebnisse und versuchen Sie, in einem vorläufigen Dokument die Grundsätze und Praktiken zu identifizieren, die Ihrem Kodex entsprechen. Achten Sie darauf, dass der Ethikkodex nicht verworren oder gar auf das Niveau der aktuellen Unternehmenskultur herabgesetzt wird (was ungesund und unklug sein kann), er sollte stattdessen aus normativen Prinzipien bestehen, die nicht ausdrücken, wie die Mehrheit handelt, das ist, wie Sie sich vorstellen können, Soziologie.

5. Lassen Sie dieses Dokument von jedem einzelnen Mitarbeiter Ihres Unternehmens analysieren, damit das endgültige Dokument erstellt werden kann.

6. Wenn das endgültige Dokument genehmigt ist, vereinbaren Sie eine interne Sitzung, um es vorzustellen, und überreichen Sie, wenn möglich, jedem Mitarbeiter ein Exemplar, nachdem er es einzeln unterzeichnet hat, um Ihr Engagement zu bekräftigen.

7. Veröffentlichen Sie den Code auf der Website des Unternehmens und stellen Sie sicher, dass er an einer gut sichtbaren und zugänglichen Stelle angebracht ist, so dass alle Personen, die die Website besuchen, darauf zugreifen können, nicht nur die Mitarbeiter, sondern auch die verschiedenen Organisationen, die regelmäßig mit Ihrem Unternehmen interagieren.

8. Planen Sie regelmäßige Treffen mit dem Vorstand und/oder den Mitarbeitern, um ethische Fragen zu erörtern und bei der Sensibilisierung, dem Engagement und der Schaffung von Kriterien zu helfen, wann immer es möglich ist, können Sie reale und persönliche Situationen aus dem wirklichen Leben verwenden. Fördern Sie Programme (intern oder anderweitig), die darauf abzielen, über Ethik im Allgemeinen oder Geschäftsethik aufzuklären.

9. Belohnung derjenigen, die sich an den Kodex halten; eine solche Belohnung sollte öffentlich und fair gehandhabt werden. Die Ethik ist eine praktische Wissenschaft, die - abgesehen von den Grundsätzen - ihre ständige Anwendung erfordert, damit sie sich festigt und weiterentwickelt: Man lernt nicht, um zu wissen, sondern um zu handeln.



Modul 4 - "ETHISCHES LEADERSHIP "

Modul 4 - "ETHISCHE FÜHRUNG" Unterrichtsstruktur.

	Erläuterung Zeit - 45-60 min.												
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Modul 4 - "ETHISCHE FÜHRUNGSKRÄFTE"; • Power Point Präsentation - "V&F Modul 4"; 												
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 												
	Plan "Unterricht": <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen und Videos; 5. Diskussion; 6. Rückmeldung. 												
	Lernergebnisse der Lektionen: <table border="1"> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennen Sie die Unterschiede zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ die Vorzüge eines ethischen Managers zu verstehen; ▪ Verstehen, was ethische Führung bedeutet; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterscheiden Sie zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ Anwendung von Fähigkeiten zum kritischen Denken bei der Lösung ethischer Fragen; </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegen Sie, wie man sich in einem ethischen und unethischen Arbeitsumfeld verhalten kann; </td> </tr> <tr> <td>Fürsorge</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachdenken über die moralischen Herausforderungen von Führung und Macht; </td> </tr> <tr> <td>Lernen, wie man lernt</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethische Führung zu diskutieren; </td> </tr> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennen Sie die Unterschiede zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ die Vorzüge eines ethischen Managers zu verstehen; ▪ Verstehen, was ethische Führung bedeutet; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterscheiden Sie zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ Anwendung von Fähigkeiten zum kritischen Denken bei der Lösung ethischer Fragen; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegen Sie, wie man sich in einem ethischen und unethischen Arbeitsumfeld verhalten kann; 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachdenken über die moralischen Herausforderungen von Führung und Macht; 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethische Führung zu diskutieren;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennen Sie die Unterschiede zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ die Vorzüge eines ethischen Managers zu verstehen; ▪ Verstehen, was ethische Führung bedeutet; 												
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterscheiden Sie zwischen einer Führungskraft und einem Manager; ▪ Anwendung von Fähigkeiten zum kritischen Denken bei der Lösung ethischer Fragen; 												
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 												
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Überlegen Sie, wie man sich in einem ethischen und unethischen Arbeitsumfeld verhalten kann; 												
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachdenken über die moralischen Herausforderungen von Führung und Macht; 												
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethische Führung zu diskutieren; 												
	Hauptthemen: <ul style="list-style-type: none"> • FINANZKRISE = MANGEL AN ETHIK • VERLANGSAMUNG DES NIEDERGANGS DER UNTERNEHMENSETHIK • EINE FÜHRUNGSKRAFT ODER EIN MANAGER? • UNTERNEHMENSETHIK UND FÜHRUNG • ERFOLGREICHE FÜHRUNG BRAUCHT 4 WERTE 												

ÜBER DAS MODUL:

FINANZKRISE = MANGEL AN ETHIK

Viele Wirtschaftswissenschaftler und Forscher geben zu, dass die jüngste globale Finanzkrise ihre Wurzeln im Mangel an Ethik hat. Der Pulitzer-Preisträger Thomas Friedman sagte vor einigen Jahren: "Wir brauchen nicht nur eine finanzielle Rettung, sondern auch eine ethische. Wir müssen das grundlegende Gleichgewicht zwischen unseren Märkten, der Ethik und den Vorschriften

wiederherstellen. Ich möchte nicht die tierischen Geister töten, die den Kapitalismus zwangsläufig antreiben - aber ich möchte auch nicht von ihnen aufgefressen werden".

Trotz aller Präsentationen und Diskussionen, die weltweit zum Thema der globalen Finanzkrise 2008 stattgefunden haben und die Komplexität der toxischen Instrumente, die zum Platzen der Blase geführt haben, hervorzuheben und zu erklären versuchten, war die einhellige Meinung, dass die einzige Ursache der Krise das Fehlen von Ethik war. Die Schwäche eines ethischen Finanzmodells auf der Grundlage eines Ultraliberalismus hat das Fehlen jeglichen Verantwortungsbewusstseins und die Praktiken, die einem "Finanzverbrechen" gleichkommen, außer Acht gelassen. Die Finanzethik erfordert Transparenz in der Arbeit, Integrität und den Verzicht auf jeden Interessenkonflikt. Diese Krise erfordert eine Neudefinition der Kriterien für Transparenz, Umsicht und Finanzregulierung des globalen Finanzsystems. George Soros sieht darin die einzige Lösung: "Das gesamte US-Finanzsystem muss neu überdacht werden."

Die Führungskräfte im Finanzsektor haben es versäumt, sich an die beiden grundlegenden Prinzipien des Geschäftslebens zu halten: den Kunden langfristig gut zu dienen und einen Beitrag zur Sicherung gesunder Märkte zu leisten. Das Versagen hat die Notwendigkeit einer Reform des ethischen Kodex für Führungskräfte aufgeworfen, um mehrdimensionale Merkmale zu berücksichtigen, wie z.B.:

1. Sie konzentrieren sich auf den Dienst an ihren Kunden und allen Bürgern der Institution und nicht auf charismatische Führungskräfte, die Geld, Ruhm und Macht für sich selbst suchen.
2. Die Integrität, die ganze Wahrheit zu sagen, ihre Fehler zuzugeben und ihre Unzulänglichkeiten einzugestehen.
3. Schnelle Anpassung an neue Realitäten
4. Sie brauchen die nötige Widerstandskraft, um nach verheerenden Verlusten wieder auf die Beine zu kommen. Resilienz ermöglicht es Führungskräften, das Vertrauen wiederherzustellen, indem sie die Menschen befähigen, neue Lösungen zu schaffen, die großartige Institutionen für die Zukunft aufbauen.

Der Kern der Notwendigkeit von Unternehmensethik wurde von Gurria (2009) auf dem letzten Europäischen Forum für Unternehmensethik, auf dem die Grundlagen für eine neue Ära des Kodex für Unternehmensethik geschaffen wurden, sehr erfolgreich hervorgehoben. Eine der wichtigsten Lehren aus dieser Krise ist, dass Unternehmen und Märkte sich nicht selbst regieren können. Die Finanzinnovation hat die Unternehmensethik zugunsten außerordentlicher Gewinne geopfert. Die Neugestaltung des internationalen Finanzsystems muss transparente Anreizsysteme für Manager gewährleisten, bei denen sich die Geschäftsethik aus Transparenz, Objektivität, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit und Umsicht ergibt. Ein verbesserter globaler multilateraler Regulierungsrahmen ist der wichtigste Faktor zur Wiederherstellung des Vertrauens in das System.

Die Reform des Finanzsektors sollte alle fünf Säulen der Gesellschaft einbeziehen: Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Spiritualität/Religion und Zivilgesellschaft. In der jetzigen Phase könnte die Ethik zum Fundament werden, auf dem die Zukunft aufgebaut werden kann, denn "Ethik ist ebenso wie Optimismus eine moralische Pflicht und stellt eine Chance dar - eine geschäftliche Chance" (Aernoudt, 2008).

Untersuchungen zeigen, dass die Öffentlichkeit den Eindruck hat, dass die Unternehmensethik im Niedergang begriffen ist. Wenn man von einem Rückgang der Geschäftsethik oder zumindest von der Wahrnehmung eines solchen ausgeht, wo liegt dann die Bedeutung? Ist es wirklich von Bedeutung, wenn mehr Geschäftsleute unethische Handlungen begehen (oder zumindest häufiger erwischt werden)? Ja! Es ist aus zwei Gründen von Bedeutung:



1. Erstens ist der Rückgang der Ethik schlecht für die Wirtschaft und spiegelt eine Aushöhlung der Grundsätze wider, die für eine geordnete und funktionierende moderne technische Gesellschaft erforderlich sind. Das Wirtschaftssystem der USA beruht auf einer Reihe von Werten: Vertrauen, Ehrlichkeit, Einhaltung von Verpflichtungen (Verträgen), Respekt vor dem Eigentum anderer, Zusammenarbeit. Natürlich hat es immer Beispiele für groben Missbrauch, Ausbeutung und Fehlverhalten gegeben. Aber wie Bowie (1997) feststellt, ist ein Mindestmaß an "Marktmoral" eine Voraussetzung für geschäftlichen Erfolg. Ein effizienter Markt braucht Verhaltensnormen, die auf einem gewissen Maß an Wahrheit und Vertrauen beruhen.

In einem Artikel des ehemaligen IBM-Vorsitzenden John Akers (1989) wird ein enger Zusammenhang zwischen amerikanischer Wettbewerbsfähigkeit und Ethik hergestellt: "Keine Gesellschaft wird erfolgreich konkurrieren können, wenn sich die Menschen gegenseitig in den Rücken fallen, wenn sie versuchen, sich gegenseitig zu bestehlen; ... das ist ein Rezept dafür, dass eine Nation verschwenderisch, ineffizient und nicht wettbewerbsfähig wird; ... je größer das gegenseitige Vertrauen und die Zuversicht in die Ethik der Gesellschaft, desto größer ihre wirtschaftliche Stärke." Silk (1989) stimmt zu, dass unethisches Verhalten "zu einer Welt führt, in der jeder letztlich verliert ... ethische Grundsätze sind eine der stärksten Kräfte, die eine Gesellschaft gesund erhalten und wachsen lassen."

2. Zweitens: Der Niedergang der Unternehmensethik ist ein schlechtes Geschäft. Die Stakeholder sind wichtige Bewerter des ethischen Verhaltens der Unternehmen: die einzelnen Manager, die anderen Manager, die Arbeitnehmer, die Gesellschaft im Allgemeinen, die Regierung und - am wichtigsten - die Kunden/Klienten.

Unabhängig von ihrer Quelle gibt es für alle Unternehmen und Manager ethische Normen und Erwartungen. Von Managern und Unternehmen wird erwartet, dass sie ethisch handeln (Gilmore, 1986). Eine große Schwierigkeit für Manager - vorausgesetzt, sie entscheiden sich für ethisches Handeln - besteht darin, die aktuellen oder erwarteten ethischen Standards zu bestimmen. Dies kann besonders für multinationale Manager schwierig sein, die mit einer Vielzahl von ethischen Erwartungen aus verschiedenen fremden Kulturen konfrontiert sind. Oftmals werden ethische Standards nicht explizit formuliert, dennoch werden die Manager für die "angenommenen oder verstandenen" Standards verantwortlich gemacht.

Die Komplexität der modernen Gesellschaft und der Wirtschaft macht es immer schwieriger, den ethischen Kontext des Handelns von Managern zu bestimmen. Es ist nicht schwer, bestimmte Handlungen als unethisch zu bezeichnen: Veruntreuung eines Treuhandfonds, Verwendung von Vermögenswerten des Arbeitgebers für persönliche Geschäfte, offene Rassendiskriminierung.

Andere geschäftliche Handlungen können jedoch schwieriger unter ethischen Gesichtspunkten zu charakterisieren sein: Ist es ein unethischer Akt der Geschlechterdiskriminierung, wenn man einer Frau im gebärfähigen Alter das Recht verweigert, in einem Betrieb zu arbeiten, der giftige Chemikalien enthält? Oder wäre es ein unethischer Akt, ihr zu erlauben, dort zu arbeiten, weil sie ihre arbeitsbedingte Gesundheit ignoriert? Die jüngsten Urteile des Obersten Gerichtshofs geben keine Antwort auf diese ethische Frage; sie schaffen lediglich rechtliche Präzedenzfälle für Rechtsstreitigkeiten.

VERLANGSAMUNG DES NIEDERGANGS DER UNTERNEHMENSETHIK

Um den Verfall der Ethik aufzuhalten, müssen wir:

- (1) Ethikunterricht in den Schulen,
- (2) Entwicklung von Kodizes für ethisches Verhalten,
- (3) bessere Überwachungs- und Berichterstattungsmechanismen einzurichten, und
- (4) **Entwicklung von "ethischen Führungskräften"**



EINE FÜHRUNGSKRAFT ODER EIN MANAGER?

Was ist **Führung**? Führung ist die Kunst, andere zu mobilisieren, um für gemeinsame Ziele zu kämpfen (Kouzes & Posner, 1995). Führung ist ein heiliges Vertrauen, das man sich durch den Respekt anderer verdient (Gosling & Mintzberg, 2003).

Man hat immer wieder gehört, dass das Managen von entscheidender Bedeutung ist, aber um die Extrameile zu gehen, muss man wissen, wie man führt. Die Führungskraft sollte nicht aufhören, eine Führungskraft zu sein. Eine Führungskraft, die den Boden unter den Füßen verliert, könnte zu einer störenden, großenwahnsinnigen, inkonsequenten Figur und letztlich zu einer Bedrohung für die Organisation werden.

Die Sensibilisierung für die Rolle, die wir derzeit einnehmen, und deren Folgen in Bezug auf unser Team ist der erste Schritt, um von der Rolle des Chefs (Managers) zum Leader zu werden.

- Schaffen Sie eine Vision für die Zukunft, die die Menschen inspiriert
- Größere Innovation | geringere Abneigung gegen Veränderungen: Team und flexibles Unternehmen und nicht von Angst geleitet (Fehler machen)
- Identifikation der Menschen mit dem Unternehmen (Zugehörigkeitsgefühl und Engagement)
- Erleichterung der Entwicklung des Teams und seines Potenzials (Motivation, Entschlossenheit, Ehrgeiz)
- Gemeinwohl steht über meinen Interessen



FRAGEN:

Frage Nr. 1: Was macht jemanden zu einer effektiven Führungskraft im Gegensatz zu jemandem, der nur eine Management- oder Führungsposition innehat????

Frage Nr. 2: Können Sie sich an einen Ihrer früheren Chefs????

Von Führungskräften (und Managern) wie auch von Unternehmen wird erwartet, dass sie ethisch handeln. Sie sollten immer daran denken, dass *es einen großen Unterschied gibt zwischen dem, was man tun darf, und dem, was man tun sollte.*

Wir sind alle einzigartig, und jeder von uns kann auf unterschiedliche Stärken und Führungsstrategien zurückgreifen.

Es ist jedoch eine unvermeidliche Tatsache, dass sich die Erwartungen der Arbeitnehmer an ihre Führungskräfte geändert haben. Sie erwarten Visionen, Kommunikation, Transparenz und Interesse an ihrer Entwicklung und ihrem Wohlergehen. Sie erwarten von ihnen, dass sie Führungskräfte und Coaches sind und nicht nur Manager.

Ethik für Führungskräfte in der Wirtschaft umfasst eine Reihe von Verhaltensweisen, die den **Werten** des einzelnen Managers, der Vorgesetzten und Untergebenen des Managers, der Gesellschaft im Allgemeinen und vor allem den Kunden/Klienten des Managers entsprechen.



VIDEOS:

Video Nr. 1: Any Given Sunday (Ansprache vor dem Spiel):

<https://www.youtube.com/watch?v=oSDhhZtRwFU>

Video Nr. 2: Der Enron-Skandal: <https://www.youtube.com/watch?v=Mt2O1bH8pvw>



FRAGEN:

Frage Nr. 3: Können Sie Elemente einer ethischen Führung erkennen?

Frage Nr. 4: Können Sie auf der Grundlage Ihres Wissens über Ethik Elemente unethischer Führung im zweiten Video erkennen?

Warum sind Ethik und das dadurch entstehende Vertrauen gut für die Wirtschaft?

- ✓ Ethik ist ein **Wettbewerbsvorteil**: Kunden und gute Mitarbeiter arbeiten lieber mit Menschen zusammen, denen sie vertrauen.
- ✓ Ethik verleiht **Glaubwürdigkeit**: Die Menschen glauben gerne denen, denen sie vertrauen.
- ✓ Ethik macht Organisationen **effizienter**: Vertrauen macht die Entscheidungsfindung schneller und wirtschaftlicher.
- ✓ Ethik **fördert die Moral**: In einer Kultur, die Vertrauen schafft, fühlen sich die Menschen wohler bei ihrer Arbeit und bei sich selbst.
- ✓ Ethik **erhöht die Loyalität**: Vertrauen erzeugt die Loyalität von Kunden und Mitarbeitern.

UNTERNEHMENSETHIK UND FÜHRUNG

Was braucht es also, um eine ethische Führungskraft und ein ethischer Mitarbeiter zu sein? Es braucht Prinzipien, damit Entscheidungen von ethischen Werten wie Ehrlichkeit, Respekt, Verantwortung und Fairness geleitet werden. Es braucht Vertrauen in eine ehrliche Berichterstattung, ein Umfeld, in dem Dissens möglich ist, in dem alle Teammitglieder vertrauenswürdig sind und Vertrauen genießen. Es erfordert Mut, damit Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen Integrität zeigen und das Richtige tun, auch wenn es schwierig oder kostspielig ist. Und auch wenn dies keine Garantie für einen fabelhaften Jahresbericht oder einen steilen Anstieg des Aktienkurses ist, so garantiert es doch Selbstachtung und den Respekt der anderen. Jeder in einer Organisation, von den Führungskräften bis zu den Mitarbeitern, muss sich darüber im Klaren sein, dass *es einen großen Unterschied gibt zwischen dem, was man zu tun berechtigt ist, und dem, was richtig zu tun ist.*

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass in der internationalen Bibliographie drei Kategorien von Managementmoral genannt werden, die im Hinblick auf ethische und moralische Grundsätze im Geschäftsleben hervorstechen. Nach Thompson, Strickland und Gamble (2007) sind dies folgende drei Kategorien:

a. **Moralisches Management** - Moralische Manager verpflichten sich zu hohen Standards ethischen Verhaltens, sowohl in ihrem eigenen Handeln als auch in ihren Erwartungen an die Art und Weise, wie die Geschäfte des Unternehmens zu führen sind.

b. **Unmoralisches Management** - Unmoralische Manager halten sich nicht an so genannte ethische Standards im Geschäftsleben und achten nicht auf ethische Grundsätze bei der Entscheidungsfindung und der Führung der Geschäfte des Unternehmens.

c. **Das amoralische Management** - Amoralische Manager treten in zwei Formen auf: der absichtlich amoralische Manager und der unabsichtlich amoralische Manager. Bewusst amoralische Manager sind der Meinung, dass Geschäft und Ethik nicht vermischt werden sollten, weil im Geschäftsleben andere Regeln gelten als in anderen Lebensbereichen. Ungewollt amoralische Manager schenken dem Konzept der Unternehmensethik ebenfalls keine große Aufmerksamkeit, allerdings aus anderen Gründen. Sie sind einfach nur kausal, nachlässig oder unaufmerksam gegenüber der Tatsache, dass bestimmte Arten von Geschäftsentscheidungen oder Unternehmenstätigkeiten schädliche Auswirkungen auf andere haben - kurz gesagt, sie sind einfach blind für die ethische Dimension von Entscheidungen und Geschäftshandlungen.

Steiner (2000) beschreibt vier Ebenen der Unternehmensethik, auf denen der Manager bewertet wird:

1. Das Wirtschaftssystem, wobei die Gesamtwirkung der (kapitalistischen) Wirtschaft auf die Gesellschaft beurteilt wird;
2. Die Branche, wobei die einzelnen Branchen unterschiedliche ethische Standards haben:
z. B. ein Pharmaunternehmen gegenüber einem Filmstudio;
3. Das Unternehmen, wobei die einzelnen Firmen eine Vielzahl von Verhaltensmustern aufweisen:
z. B. Ben and Jerry's gegen Dryers Eiscreme-Unternehmen;



4. Die individuelle Führungskraft, bei der jede Person für ihr eigenes Verhalten verantwortlich ist.



Ethische Führung bedeutet, seine Grundwerte zu kennen und den Mut zu haben, sie in allen Bereichen seines Lebens im Dienste des Gemeinwohls zu leben.

Werden Sie bei der Arbeit die gleiche Person sein? Zu Hause? In der Gemeinschaft? Werden Sie den Mut haben, Ihre Werte zu leben, wenn Sie unter Kompromiss- oder Rationalisierungsdruck stehen? Wie tragen Ihre Werte zum Gemeinwohl bei?



VIDEO:

Bitte sehen Sie sich die folgenden Videos an und diskutieren Sie mit den Teilnehmern/Schülern:

<https://www.youtube.com/watch?v=GPeZ6viNgY>

ERFOLGREICHE FÜHRUNG BRAUCHT 4 WERTE

"Jeder kann wütend werden - das ist einfach. Aber auf die richtige Person zornig zu sein, im richtigen Maß, zur richtigen Zeit, zum richtigen Zweck und auf die richtige Weise - das ist nicht leicht."

Aristoteles, Die Nikomachische Ethik

Führung ist eng mit unseren Gefühlen verbunden. Führung ist das Ergebnis unserer persönlichen Entwicklung. Hier können wir unsere vorherigen Schlussfolgerungen zusammenfassen, indem wir die Ergebnisse der einleitenden Übungen zusammen mit den Ergebnissen der Kernwerte-Übungen verwenden und ihnen zeigen, wie Emotionen zu persönlicher Entwicklung und schließlich zu Führung führen.

Daniel Goleman hat einen Rahmen mit den Hauptkomponenten einer erfolgreichen Führungskraft geschaffen. Diese vier Merkmale können mit dem Material aus Portugal "Learning and Doing" kombiniert werden, das diese Merkmale mit den vier Grundsätzen in Beziehung setzt.

Selbsterkenntnis ermöglicht es uns, authentisch und ohne Scheuklappen zu handeln. Die "Komponenten" der Selbsterkenntnis sind:

- Emotionale Selbstwahrnehmung = Erkennen der eigenen Emotionen und ihrer Auswirkungen;
- Genaue Selbsteinschätzung = Kenntnis der eigenen Ressourcen, Fähigkeiten und Grenzen;
- Selbstvertrauen = ein starkes Gefühl für den eigenen Selbstwert und die eigenen Fähigkeiten;



Selbstmanagement ermöglicht es uns, mit geistiger Klarheit, Energie und Konzentration zu handeln, Die "Komponenten" des Selbstmanagements sind:

- Emotionale Selbstbeherrschung = Beherrschung störender Emotionen und Impulse;
- Vertrauenswürdigkeit = Wahrung der Integrität und Übernahme von Verantwortung für die eigene Leistung;
- Gewissenhaftigkeit = Selbstdisziplin und Gewissenhaftigkeit bei der Wahrnehmung von Pflichten;
- Anpassungsfähigkeit = Flexibel sein und auf Veränderungen reagieren;
- Leistungswille = Streben nach Verbesserung oder Erreichen eines Spitzenstandards;
- Initiative = Proaktivität und Ausdauer zeigen;

Soziales Bewusstsein befähigt uns, dem Kontext entsprechend zu handeln. Die "Komponenten" des sozialen Bewusstseins sind:

- Empathie bedeutet, die Gefühle und Perspektiven anderer wahrzunehmen und sich aktiv für ihre Belange zu interessieren;
- Serviceorientierung = Kundenbedürfnisse antizipieren, erkennen und erfüllen;
- Organisationsbewusstsein = Lesen der sozialen und politischen Strömungen in der Organisation;

Das Beziehungsmanagement ermöglicht es uns, den emotionalen Ton von Einzelpersonen und Gruppen zu steuern. Die "Komponenten" des Beziehungsmanagements sind:

- Andere entwickeln = die Entwicklungsbedürfnisse der anderen wahrnehmen und ihre Fähigkeiten fördern;
- Einfluss = wirksame Überredungstaktiken anwenden;
- Kommunikation = offenes Zuhören und überzeugende Botschaften senden;
- Konfliktmanagement = Aushandeln und Lösen von Konflikten;
- Visionäre Führung = Einzelpersonen und Gruppen inspirieren und leiten:
 - ✓ Katalysator des Wandels=Initiierung oder Verwaltung von Veränderungen;
 - ✓ Bindungen aufbauen=Pflege instrumenteller Beziehungen;
 - ✓ Teamarbeit und Kollaboration = Schaffung von Teamsynergien bei der Verfolgung gemeinsamer Ziele;

Um ethischer zu werden, müssen sich die Führungskräfte ändern!

Persönliche Ressourcen für die Bewältigung des Wandels:

- Initiieren Sie einen Weg der Reflexion und Selbsterkenntnis;
- Teilen Sie das Gelernte;
- Regelmäßig üben;
- Den Weg kennen vs. den Weg gehen;
- Achten Sie auf Selbstentfaltung, Autonomie und Wohlbefinden;
- Handeln Sie entsprechend;
- Pfad 1 und 2 bieten gute Möglichkeiten zur Selbstreflexion, zum Lernen und zum Üben.



VIDEO:

Bitten Sie die Teilnehmer, sich das folgende Video einer Fallstudie vor dem Unterricht anzusehen und während der Unterrichtsstunde darüber zu diskutieren.

<https://www.youtube.com/watch?v=8zGFvzMMO9w>



Modul 5 - "ETHICAL ENTREPRENEURSHIP "

Modul 5 - "ETHICAL ENTREPRENEURSHIP" Struktur des Unterrichts.

Icon	Erläuterung												
	Zeit - 45-60 Minuten.												
	Material: Kapitel Nr.1. "Theoretische Grundlagen des Unterrichts über ethisches Unternehmertum": <ul style="list-style-type: none"> • Modul 5 - "ETHISCHES UNTERNEHMEN"; • Power Point Präsentation - "V&F Modul 5"; 												
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 												
	Plan "Unterricht": <ol style="list-style-type: none"> 1. Präsentation der Lernergebnisse des Unterrichts; 2. Präsentation der Hauptthemen; 3. Über das Modul. Quizfragen/ Antworten/ Diskussion; 4. Präsentation des theoretischen Teils mit praktischen Beispielen; 5. Übung zu den Grundwerten; 6. Diskussion; 7. Rückmeldung. 												
	Lernergebnisse der Lektionen: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ethisches Unternehmertum ist; ▪ die Dimensionen des ethischen Unternehmertums kennen; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entdecken Sie, wie man ethischer Unternehmer wird; </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; </td> </tr> <tr> <td>Fürsorge</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennen Sie die eigenen Grundwerte; </td> </tr> <tr> <td>Lernen, wie man lernt</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethisches Unternehmertum zu diskutieren; </td> </tr> </tbody> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ethisches Unternehmertum ist; ▪ die Dimensionen des ethischen Unternehmertums kennen; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entdecken Sie, wie man ethischer Unternehmer wird; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennen Sie die eigenen Grundwerte; 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethisches Unternehmertum zu diskutieren;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen, was ethisches Unternehmertum ist; ▪ die Dimensionen des ethischen Unternehmertums kennen; 												
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entdecken Sie, wie man ethischer Unternehmer wird; 												
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 												
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; 												
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennen Sie die eigenen Grundwerte; 												
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellen Sie nützliche Fragen, um mit Unternehmern über ethisches Unternehmertum zu diskutieren; 												
	Hauptthemen: <ul style="list-style-type: none"> • WAS IST ETHISCHES UNTERNEHMERTUM? • WARUM SOLLTE MAN ETHISCHES UNTERNEHMERTUM IN BETRACHT ZIEHEN? • WIE WIRD MAN EIN ETHISCHER UNTERNEHMER? 												

ÜBER DAS MODUL:

WAS IST ETHISCHES UNTERNEHMERTUM?

Ethisches Unternehmertum ist ein Konzept, das eine ganzheitliche Entwicklung des gesamten Unternehmensökosystems anstrebt, nicht nur des eigenen Unternehmens. Es geht darum, ethische Geschäftspraktiken zu übernehmen, um einen positiven Wandel im Unternehmensökosystem voranzutreiben und so die Chancen des Unternehmers auf größeren Erfolg zu erhöhen.

Wenn unternehmerische Ethik praktiziert wird und sichtbar ist, arbeiten die Unternehmer und ihr Team mit großem Eifer, Engagement und Zielstrebigkeit, um die Ziele der Organisation zu erreichen, und sie arbeiten gemeinsam für das Gemeinwohl aller. Es ist deutlich zu sehen, dass Unternehmen, die eine gute Unternehmensethik an den Tag legen, Schwierigkeiten bewältigen können, wenn sie auftreten.

Ethische Unternehmer sollten sich die Frage stellen, wie ihr Unternehmertum zur Lösung sozialer Probleme beitragen kann.

WARUM SOLLTE MAN ETHISCHES UNTERNEHMERTUM IN BETRACHT ZIEHEN?

Unternehmer haben viel zu tun, wenn sie versuchen, Gewinne zu erzielen und ihren Namen bekannt zu machen. Aber das Wachstum eines Unternehmens hängt jetzt auch davon ab, dass es die Erwartungen von Arbeitnehmern und Verbrauchern erfüllt, die mehr auf Werte ausgerichtet sind. Diese Werte werden vor allem von den jüngeren Generationen - den Millennials und der Generation Z - geprägt. Jüngste Umfragen zeigen, dass es den jüngeren Generationen sehr wichtig ist, ob die Marken, die sie unterstützen, ethische Richtlinien eingeführt haben oder ob sie Maßnahmen ergreifen, um ihre Geschäftspraktiken, Produkte und Dienstleistungen nachhaltiger zu gestalten.

Vorbei sind die Zeiten, in denen ein Unternehmen seinen Einfluss auf die Welt um sich herum ignorieren konnte. Seine ethische Verantwortung sollte im Mittelpunkt seiner Geschäftsstrategie stehen. Wo soll man also anfangen?

Neue Unternehmen sind oft mit vielen ethischen Dilemmas konfrontiert. Wenn das Geld knapp ist und es sich um neue Produkte oder Dienstleistungen handelt, ist es leicht, an der falschen Stelle zu sparen oder den billigsten Weg zu wählen, anstatt den ethischsten. Zu den häufigen ethischen Dilemmas, mit denen Unternehmer konfrontiert sind, gehören Dinge wie:

- ein Produkt oder eine Dienstleistung auf den Markt zu bringen, bevor es fertig ist, und dabei die Qualität zu riskieren
- Wie Sie Ihre Zusagen einhalten können, wenn Ihnen die Finanzierung oder andere Hindernisse im Weg stehen
- die Frage, ob den Arbeitnehmern grundlegende Leistungen geboten werden sollen, die sie sich auf Anhieb nicht leisten können
- ob man sich auf kostengünstige oder umweltfreundliche Optionen konzentrieren sollte
- Der unethische Weg kann besonders verlockend sein, wenn das Unternehmen noch klein ist und es nicht viele Leute gibt, die sich gegenseitig zur Verantwortung ziehen.

Umweltbezogene Überlegungen

Die Schaffung eines umweltfreundlichen Unternehmens ist eine Möglichkeit für Unternehmer, sich auf die Förderung eines ethischen Geschäfts zu konzentrieren. Unser Einfluss auf die Umwelt ist schon seit Jahren ein dringendes Thema, aber es bleibt weiterhin ganz oben auf der Agenda von Unternehmen, Verbrauchern und Arbeitnehmern, vor allem, weil die jüngeren Generationen die Arbeitsplätze übernehmen.

Eine kürzlich von Swytch, einer Blockchain-Plattform für saubere Energie, in Auftrag gegebene Umfrage zeigt, dass mehr als 70 Prozent der Millennials bereit wären, ein geringeres Gehalt zu akzeptieren, wenn sie im Gegenzug für ein umweltfreundliches Unternehmen arbeiten würden - 10 Prozent gaben an, dass sie sogar eine Gehaltskürzung von 10.000 Dollar in Kauf nehmen würden.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Diese Bedenken werden jedoch nicht nur von Arbeitnehmern geäußert. Aus einem Nielsen-Bericht geht hervor, dass 66 Prozent der Verbraucher mehr für nachhaltige Marken zahlen würden, und 73 Prozent würden mehr für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zahlen.

Umweltaspekte reichen von der Nutzung natürlicher Energieressourcen bis hin zum Angebot tierversuchsfreier Produkte. Wenn Sie gerade erst anfangen, kann es eine Herausforderung sein, die Umwelt zu berücksichtigen, wenn Sie viel mehr zu tun haben. Aber wenn Sie dies zu einer Priorität machen, können Sie einen ethischen Start hinlegen und die Weichen für die kommenden Jahre stellen.

Einen klaren Zweck schaffen

Um sich selbst und Ihr Unternehmen in der Verantwortung zu halten, sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Handlungen und Produkte mit Ihrer Mission und Vision übereinstimmen. Dies setzt natürlich voraus, dass Sie diese Konzepte für Ihr Unternehmen mit Bedacht entwickeln und mit Ihrem Team teilen. Ihr Auftrag und Ihre Vision werden Ihnen helfen, bei Ihren Entscheidungen die Konsistenz zu wahren und das Endziel im Auge zu behalten.

Die frühzeitige Definition und Festlegung Ihrer Werte hilft Ihnen und Ihrem Team, sich der Verpflichtung des Unternehmens zur Transparenz bewusst zu sein, und motiviert alle, sich an die ethischen Grenzen des Unternehmens zu halten. Auch Ihr Ziel wird klar sein, was eine gute Erinnerung daran ist, warum Sie tun, was Sie tun.

Der Mensch im Mittelpunkt

Niemand würde ein Unternehmen ohne die Menschen gründen, denen er mit seinen Produkten oder Dienstleistungen helfen will. Anstatt sich einfach nur wie ein Laser auf Ihr Endergebnis zu konzentrieren, sollten Sie immer daran denken, dass letztendlich die *Menschen* das Wachstum Ihres Unternehmens vorantreiben. Dieser Fokus gilt sowohl für die Kunden als auch für die Mitarbeiter.

Die Kunden gut zu behandeln und ihre Bedürfnisse in den Vordergrund zu stellen, ist eine ethische Art, ein Unternehmen zu führen. Aber ohne sie an die erste Stelle der Liste zu setzen, kann es leicht passieren, dass man diese einfache Wahrheit vergisst. Die Kunden müssen an die Marke und ihre Dienstleistungen glauben - und das beginnt damit, dass man eine ethische Führungsrolle übernimmt.

Ethik ist ein weit gefasstes Konzept, das alles umfasst, von der Fälschung von Finanzberichten oder der Umgehung von Abfallentsorgungsvorschriften bis hin zum Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und der Umwelt. Aber in jeder Hinsicht beginnt ein ethisches Unternehmen mit der Definition seines Zwecks und seiner Vision. Sie erstreckt sich auf Ihre Betriebsabläufe, Ihren Kundenservice, Ihr Online-Engagement, die Organisationen, die Sie unterstützen, und Ihren Umgang mit *Menschen*. Und letztendlich trägt Ethik zum Erfolg bei (Provident CPA, 2020).

WIE WIRD MAN EIN ETHISCHER UNTERNEHMER?

Die meisten Menschen gründen ein Unternehmen nicht mit dem Gedanken, dass sie etwas Falsches tun werden. Dennoch ergeben sich unweigerlich ethische Herausforderungen. Es ist sogar noch schwieriger, das Richtige zu tun, wenn Ihr Unternehmen nicht von Anfang an auf einer starken moralischen Grundlage steht. Unternehmer können eine solide ethische Grundlage für ihr Unternehmen schaffen, indem sie diese vier entscheidenden Fragen mit "Ja" beantworten:

1. Fairness: Basiert Ihr Geschäftsmodell auf Win-Win-Ergebnissen?

Eine der Praktiken, die zur Finanzkrise 2008 geführt haben, bestand darin, dass bestimmte Banken riskante Kredite bündelten, sie an Kunden verkauften und dann gegen dieselben Investitionen wetteten. Der Erfolg eines Unternehmens sollte nicht auf dem Misserfolg seiner Kunden beruhen. Ein Grundprinzip eines jeden ethischen Unternehmens ist, dass sowohl das Unternehmen als auch der Verbraucher gewinnen sollten. Das Bedürfnis, auf Kosten der Kunden zu gewinnen, ist ein grundlegender moralischer Fehler.



2. Integrität: Können die Produkte/Dienstleistungen Ihres Unternehmens mit der Wahrheit beworben werden?

Wenn ein Unternehmen Bilder seiner Produkte drastisch verändern muss, um sie ansprechend aussehen zu lassen, positives Kundenfeedback fabriziert oder Vertragsbedingungen verschleiert, läuft etwas gewaltig schief. Jedes Unternehmen, das ein legitimes Wertversprechen hat, sollte in der Lage sein, seine Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben, indem es sie auf direkte und ehrliche Weise präsentiert. Kreativität in der Kommunikation ist eine gute Sache, aber das Bedürfnis, die Wahrheit zu verändern, ist ein klares Zeichen für ein moralisch mangelhaftes Fundament.

3. Anstand: Können Sie anderen ohne Scham sagen, was Ihr Unternehmen tut?

Auf die Frage, wie er entscheide, welche Werbeinhalte seine Agentur nicht verwenden würde, antwortete ein Werbeleiter, dass er nichts zulassen würde, was er nicht auch seiner Frau und seinen Kindern zeigen würde. Der gleiche Anstand sollte auch für Ihr grundlegendes Geschäftskonzept gelten. Sie sollten in der Lage sein, Ihrem Ehepartner, Ihren Kindern, Ihrer Mutter, Ihrem Vater und allen anderen mit Stolz von Ihrem Unternehmen zu erzählen. Peinlichkeit kann ein moralisch fragwürdiges Geschäftsmodell bedeuten.

4. Nachhaltigkeit: Setzt Ihr Unternehmen die Ressourcen effizient ein?

Der Gedanke, dass Verschwendung unmoralisch ist, ist nicht neu. Mehr zu konsumieren als wir brauchen, oder Völlerei, ist seit langem eine der sieben "Todsünden". Organisationen sollten einen ähnlichen Mangel an Selbstbeherrschung vermeiden, angefangen bei der Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells. Überlebensfähig zu bleiben bedeutet natürlich, rentabel zu sein. *Nachhaltig bedeutet* in diesem Zusammenhang jedoch vor allem, dass ein verantwortungsvoller Umgang mit den Ressourcen praktiziert wird, um das langfristige Wohlergehen aller, nicht nur der primären Interessengruppen, zu fördern. Ein Geschäftsmodell, das auf rücksichtslosem Konsum basiert, ist nicht nur ineffizient, sondern auch ethisch unverantwortlich.

Fairness, Integrität, Anstand und Nachhaltigkeit - die vier Säulen der Unternehmensethik. Natürlich sind diese vier Säulen des ethischen Unternehmertums keine Garantie für Moral, aber ihre frühzeitige Annahme bietet ein solides Fundament, auf dem ein moralisch gesinntes Unternehmen aufbaut (Entrepreneur Europe, 2015).



"GRUNDWERTE" AUSÜBEN:

Wir definieren ethische Führung wie folgt: Sie kennen Ihre Grundwerte und haben den Mut, nach ihnen im Interesse des Gemeinwohls zu handeln. Diese Übung wird Ihnen helfen, Ihre Grundwerte zu klären. Es ist eine herausfordernde Übung, und sie ist sinnvoller, wenn Sie sie im Stillen und allein durchführen. Während des Prozesses werden Sie die Werte hervorheben, die Ihnen am wichtigsten sind. Dazu werden Sie einige von der Liste streichen. Das bedeutet nicht, dass Sie Werte wegwerfen. Die Werte, die Sie als wichtig erkannt haben, werden immer wichtig sein. Der Prozess der Eingrenzung hilft Ihnen, Ihre KERNWERTE zu bestimmen. Achten Sie auf Ihren inneren Dialog, während Sie Ihre Entscheidungen treffen. Ihr Prozess wird Ihnen interessante Wahrheiten über sich selbst offenbaren.

Arbeitsblatt zur Bewertung

Frieden	Integrität	Reichtum	Freude
Glück	Liebe	Erfolg	Anerkennung
Freundschaft	Familie	Ruhm	Wahrheit
Authentizität	Weisheit	Macht	Status
Beeinflussung	Justiz	_____	_____

1. Überprüfen Sie die Werte auf dem Arbeitsblatt "Bewertung". Am unteren Rand befinden sich einige Leerzeilen. Verwenden Sie diese Zeilen, um Werte hinzuzufügen, die für Sie wichtig sind, aber nicht aufgeführt werden.



2. Setzen Sie ein Sternchen neben alle Wertbegriffe, die Ihnen sehr wichtig sind, einschließlich derjenigen, die Sie selbst hinzugefügt haben. Dies wird Ihr persönliches Wertesystem werden.
3. Grenzen Sie die Liste auf Ihre acht wichtigsten Werte ein, indem Sie weniger wichtige Werte streichen oder wichtigere einkreisen. Nehmen Sie sich dafür zwei bis drei Minuten Zeit.
4. Verkleinern Sie nun die Liste auf fünf, indem Sie das gleiche Verfahren anwenden.
5. Verringern Sie nun die Liste auf drei.
6. Und schließlich wählen Sie Ihre beiden wichtigsten Werte.

KAPITEL Nr.2. "DIE METHODE DES FALLBASIERTEN LERNENS"

CBL bedeutet fallbasiertes Lernen. Die Fallstudienmethode ist ein Lehrsystem, das darauf abzielt, die Kluft zwischen formalen akademischen Studien und der realen Geschäftswelt zu überbrücken. In der Fallstudie wird eine Reihe von Fakten über eine bestimmte Managementsituation in Form von Erzählungen und Tabellen dargestellt. Sie müssen das Relevante vom Irrelevanten trennen und die Fakten zu einer klaren Darstellung des Problems bzw. der Probleme ordnen, um die es geht. Dann müssen Sie mögliche Lösungen formulieren, eine bestimmte Lösung auswählen und verteidigen und die Umsetzung dieser Lösung entwerfen.

Der Zweck der Fallstudienmethode besteht darin, eine fruchtbare Lernsituation zu schaffen, die Managementtheorien mit praktischen Problemen von Dienstleistungsunternehmen verbindet. Die Art der Probleme, die in den Fallstudien behandelt werden, reicht vom täglichen Betrieb eines Dienstleistungssystems bis hin zu weniger häufigen, aber sehr wichtigen Ereignissen. Sie versetzen sich in die Lage des Managers und betrachten die Fallsituation aus seiner Perspektive. Sie lernen etwas über den Prozess der Entscheidungsfindung im Namen einer Organisation.

Der Unterricht mit der Fallstudienmethode ist partizipativ, und die Hauptverantwortung liegt bei den Studierenden. In gewissem Sinne ist der Fall das Rohmaterial, an dem die Studierenden üben sollen. Der Nutzen der Fallstudienmethode ist in etwa proportional zu dem Aufwand, den die Studierenden in die Analyse des Falles stecken. Der Hauptzweck der Methode besteht darin, die Fähigkeiten zur Bearbeitung eines komplexen Problems zu entwickeln und zu schärfen. Die erste Stufe dieses unschätzbaren Prozesses besteht darin, das Problem bzw. die Probleme zu erkennen. Zu den weiteren Phasen des Prozesses gehören das Screening und die Interpretation der Fakten, die Erarbeitung von Handlungsalternativen und die Berechnung ihrer relativen Kosten und Vorteile, die Erarbeitung spezifischer Empfehlungen und das Aufzeigen der besten Alternative und schließlich die Planung der Umsetzung. Wir nennen dies die 6-Schritte-Methode. Die Fälle sind unterschiedlich komplex, umfangreich und anspruchsvoll. Die Übung in der Fallanalyse hilft den Studierenden, sich auf die Entscheidungsfindung vorzubereiten.



Struktur des Workshops "Fallstudie".

Icon	Erläuterung								
	1 Lehrende /Lehrer oder 2 Lehrende /Lehrer , die einen integrierten Workshop organisieren möchten.								
	Gruppe von Schülern/Klasse.								
	30 zu analysierende Unternehmen aus der Liste der vorgeschlagenen 30 Fallstudien.								
	30 Workshops aus der Liste der vorgeschlagenen 30 Fallstudien. Dauer von 1 Workshop - 60-90 Min. / Dauer von 2 Workshops - 30-45 min.								
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel Nr.2. "DIE METHODE DES FALLGESTÜTZTEN LERNENS" Methodik; • ANHÄNGE Nr. 1 - Tabelle der Fallstudien; • ANHÄNGE Nr.2 - 30 Fallstudien: <ul style="list-style-type: none"> • Fallstudien "Nachhaltigkeit, Ökologie"; • Fallstudien zum Thema "Verantwortungsvolles und faires Management"; • Fallstudien zum Thema "Bildung, Bewusstseinsveränderung"; 								
	Werkzeuge/Plattformen für Online-Workshops: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere. 								
	Workshop-Plan "Fallstudie": <ol style="list-style-type: none"> 1. Wählen Sie die relevante Fallstudie aus der Liste der 30 vorgeschlagenen Fallstudien aus; 2. Stellen Sie den Schülern das Unternehmen und den Unternehmer vor und beschreiben Sie ihn; 3. Beschreiben Sie das ethisch-moralische Dilemma und den Fall in Bezug auf den Menschen und den Planeten; 4. Gegenwärtige Wertschöpfung in Bezug auf den Fall; 5. Darstellung verschiedener Perspektiven von Werten und Grundsätzen im Zusammenhang mit dem Fall. 6. Organisieren Sie die Diskussion mit den Teilnehmern; 7. Holen Sie das Feedback ein. 								
	"Lernergebnisse in Form von Fallstudien: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen der wichtigsten Elemente ethischen Unternehmertums, um die Fallstudie zu entwickeln; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Befolgen Sie 6 Schritte; ▪ Analysieren und bewerten Sie die Fallstudie richtig; </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmen, die als Vorbilder dienen könnten; </td> </tr> </tbody> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen der wichtigsten Elemente ethischen Unternehmertums, um die Fallstudie zu entwickeln; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Befolgen Sie 6 Schritte; ▪ Analysieren und bewerten Sie die Fallstudie richtig; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmen, die als Vorbilder dienen könnten;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstehen der wichtigsten Elemente ethischen Unternehmertums, um die Fallstudie zu entwickeln; 								
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Befolgen Sie 6 Schritte; ▪ Analysieren und bewerten Sie die Fallstudie richtig; 								
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 								
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmen, die als Vorbilder dienen könnten; 								

	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden entwickeln ein Interesse am Thema des ethischen Unternehmertums; Füllen Sie die Vorlage der Fallstudie aus;
	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> Die Schüler lernen, wie sie sich verhalten und ein guter Schüler sein können, wenn ein ethisches Dilemma präsentiert und diskutiert wird.

2.1 Wie man mit fallbasiertem Lernen arbeitet: Beschreibung der Bildungsmethode und der Aktivitäten

A - Die Beschreibung der pädagogischen Methode und der Aktivitäten beginnt mit:

- Beschreibung des Unternehmens und des Unternehmers
- Beschreibung des ethisch-moralischen Dilemmas und des Falles in Bezug auf den Menschen und den Planeten
- Wertschöpfung in Bezug auf den Fall
- Unterschiedliche Sichtweisen von Werten und Grundsätzen in Bezug auf den Fall

Um das zu erreichen, müssen wir diese 6 Schritte befolgen:



Schritt 1 - Erkunden

In der Region können Sie nach Unternehmen Ausschau halten, die sich durch ethische Werte auszeichnen. Oft sind es idealistisch geprägte Unternehmen, die sich auch durch bewusste Entscheidungen und Werte auszeichnen, die für sie von großem Wert sind. Auch in den Nachrichten durch Zeitungen und Online-Medien sind oft interessante Unternehmen zu entdecken.

Schritt 2 - Frage

- **Der Unternehmer**

Geben Sie eine gute Beschreibung des Unternehmers in Bezug auf den Fall. Welche Rolle hat er/sie in der Angelegenheit gespielt. Es ist auch sehr interessant zu wissen, wie der ethische Antrieb des Unternehmers zustande kam. Hatte er ein Vorbild oder eine Inspirationsquelle, die ihn motiviert hat? Hat er dies von zu Hause mitbekommen usw.

- **Das Unternehmen.**



Geben Sie auch an, inwieweit der Beitrag zu den Menschen, dem Planeten und dem Wohlstand beiträgt, wenn möglich

- **Der Fall.**

Beschreiben Sie den Fall, beginnend mit dem Wann, dann das Was, das Wer, das Warum. Zusätzlich können Sie das Wie bei der Hexe beschreiben.

Schritt 3 - Einbindung

Bestimmen Sie, wer beteiligt ist. Beschreiben Sie die verschiedenen Interessen der Parteien. Was wollen sie erreichen? Was sind die verschiedenen Optionen? Was sind die Beweggründe für die verschiedenen Optionen? und warum können sie keine einfache Lösung finden.

Schritt 4 - Abwägung

Bringen Sie den Fall auf den Tisch und versuchen Sie, alle Vor- und Nachteile herauszufinden. Bringen Sie dann die zusätzlichen möglichen Optionen ein. Lassen Sie alle Optionen begründen, warum sie verwendet werden können oder nicht.

Schritt 5 - Entscheidung

Treffen Sie eine Entscheidung auf der Grundlage der vorangegangenen Schritte. Bringen Sie alle Optionen auf den Tisch und argumentieren Sie auch die Vor- und Nachteile für jede Option. Entwickeln Sie dann eine gut durchdachte Lösung für diesen Fall.

Schritt 6 - Auswerten

Finden Sie heraus, ob Ihre Entscheidung die richtige war und warum sie richtig war.

EIN GUTER FALL:

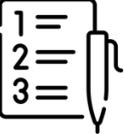
- Der Schüler muss Daten aus dem Fall kombinieren;
- Bezieht sich auf das eigene Wissen;
- Lehnt die Pro-Wahrscheinlichkeit ab und kommt zu einer richtigen Entscheidung;

KRITERIEN FÜR DIE ENTWICKLUNG EINES ETHISCHEN DILEMMAS:

- Der Fall ist beruflich relevant und repräsentativ für die Realität. Es ist auch wichtig, dass der Fall so weit wie möglich mit den Lernzielen und dem zukünftigen Beruf des Schülers übereinstimmt;
- Ein ethisches Dilemma findet zwischen mehreren Parteien statt. Deshalb ist es wichtig, dass der Fall alle Perspektiven des Themas beschreibt;
- Stellen Sie ausreichend inhaltliche Informationen zur Verfügung;
- Beschreiben Sie die nicht interpretierten Informationen;
- Beziehen Sie die Frage direkt auf den Fall. Der Fall darf keine separate Illustration für eine Frage sein, die dann Aspekte des Allgemeinwissens abfragt. Es ist wichtig, dass der Fall und die Frage ein Ganzes bilden;
- Der Fall kann in jedem beliebigen Sektor angesiedelt sein (Einzelhandel, Gastronomie, Gesundheitswesen usw.);
- Fügen Sie etwas hinzu, das auf regionaler oder nationaler Ebene eine wichtige Rolle bei der Herstellung spielt;



Struktur der Vorbereitung auf die "Fallstudie".

Icon	Erläuterung
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel Nr.2. "DIE METHODE DES FALLGESTÜTZTEN LERNENS" Methodik; • ANHÄNGE Nr. 1 - Tabelle der Fallstudien;
	Werkzeuge/Plattformen für den Online-Unterricht: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere.
	Plan "Fallbezogene Studie": <ol style="list-style-type: none"> 1. Erforschen. Machen Sie sich ein vollständiges Bild von der Situation; 2. Frage. Formulieren Sie die Fragen, auf die Sie eine Antwort wünschen; 3. Einbindung. Bestimmen Sie, wer beteiligt ist und was die beteiligten Parteien erreichen wollen; 4. Abwägung. Begründen Sie die Vor- und Nachteile; 5. Entscheidung. Treffen Sie eine Entscheidung auf der Grundlage der vorherigen Schritte; 6. Beurteilen. Prüfen Sie, ob Ihre Entscheidung richtig war;
	Hauptthemen: <ol style="list-style-type: none"> 1. "Nachhaltigkeit, Ökologie"; 2. "Verantwortungsvolle und faire Verwaltung"; 3. "Bildung, die den Geist verändert".

B - Nachdem wir die sechs Schritte für die Fallstudie durchgeführt haben, fügen wir alle Informationen in dieser Vorlage zusammen.

FALLSTUDIE: [Nummer]		[Land]
TITEL:	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:		
Art der Industrie:		
Anzahl der Mitarbeiter:		
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
[Geben Sie eine kurze Beschreibung des Unternehmens und seiner Produkte/Dienstleistungen. Erläutern Sie, welche moralischen Werte für das Unternehmen wichtig sind und ob ethische Bestrebungen im gesamten Unternehmen sichtbar sind].		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:		
Profil:		
[Beschreiben Sie kurz den Hintergrund und die Erfahrung des Unternehmers (Ausbildung, bisherige Berufserfahrung usw.)]		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
[Beschreiben Sie kurz das moralische Dilemma, mit dem der Unternehmer oder das Unternehmen konfrontiert ist, indem Sie [a] die betroffenen Interessengruppen (Kunden / Mitarbeiter / Gesellschaft / usw.) und [b] die		



Art des Dilemmas (d.h. Menschenrechte, Arbeitsrecht, Umweltschutz, Korruptionsbekämpfung) klar angeben]
Die Entscheidung: [Erläutern und begründen Sie kurz die Entscheidung des Unternehmers/des Unternehmens. Falls Sie die Fallstudie vor der eigentlichen Sitzung mit den Schülern teilen, teilen Sie diesen Abschnitt bitte NICHT, da er in der Klasse mit ihnen besprochen wird]
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]: [Bitte fügen Sie weitere Informationen über das Unternehmen und/oder den Unternehmer hinzu, z. B. Website, Seiten in sozialen Medien, relevante Artikel usw.]

HINWEIS: Die Fallstudie sollte etwa 2 Seiten lang sein!

In den ANHÄNGEN Nr. 2 - "30 Fallstudien" finden Sie alle 30 Fallstudien, aufgeteilt in verschiedene Gruppen:

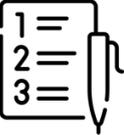
- Fallstudien "Nachhaltigkeit, Ökologie";
- Fallstudien zum Thema "Verantwortungsvolles und faires Management";
- Fallstudien zum Thema "Bildung, Bewusstseinsveränderung".



KAPITEL Nr.3. AKTIVITÄT "SCHNELLSUCHE"

Diese Aktivität konzentriert sich auf eine Aktion, die Studenten mit Unternehmern und Mitarbeitern in Kontakt bringt. Um die Unternehmen einzubeziehen, sind eine Reihe von Unternehmensbesuchen und Interviews vorgesehen. Ziel der Gespräche ist es, nach Praktiken und bewährten Verfahren zu suchen und die derzeitige Denkweise der Vertreter des Geschäftslebens zu erfassen. Dies geschieht in Bezug auf Unternehmensethik und Werte. Der Austausch und die Besuche bringen Geschichten, Visionen, Dilemmas, Lösungen und vor allem: Vorbilder hervor. Vorbilder sind Personen, die von den Schülern selbst auf der Grundlage ihrer Gespräche gesucht und ausgewählt werden. Die Vorbilder werden gebeten, eine weitere Rolle bei den Projektaktivitäten zu spielen.

Struktur der Aktivität "Schnellsuche".

Icon	Erläuterung
	1 Trainer/Lehrer
	Gruppe von Schülern/Klasse.
	1 Unternehmensvertreter/ für eine Tätigkeit
	Empfehlung - 8 Interviews mit Unternehmensvertretern. 1 Gesprächszeit - 30-60 Minuten. Die Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch erfordert 3 Workshops: 1. "Vor dem Gespräch"; 2. "Während des Gesprächs"; 3. "Nach dem Gespräch". Dauer von 1 Workshop - 30-60 Minuten.
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel Nr.3. "SCHNELL-SCAN-AKTIVITÄT"; • Word-Dokument - "Anleitung zum schnellen Scannen"; • Power Point Präsentation - "Inspirierendes ethisches Unternehmertum und Dilemmas"; • Power Point Präsentation - "Wie bereitet man Schüler auf einen Unternehmensbesuch vor"; • Power Point Präsentation - "Workshop zur Vorbereitung der Schüler";
	Werkzeuge/Plattformen für Online-Workshops/Befragungen: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings; • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard oder andere.
	Vorbereitung für den QUICK SCAN-Aktivitätsplan: Workshop-Plan "Vor dem Vorstellungsgespräch": 1. Präsentation der "Quick scan"-Aktivitätsstruktur für Schüler; 2. Die Wahl des Unternehmens und des Themas; 3. Recherchen über das Unternehmen und den Unternehmensvertreter anstellen; 4. Zum Ausfüllen des Fallstudienformulars; 5. Vorbereitung von Fragen für das Vorstellungsgespräch; 6. Aufteilung in die Rollen; 7. Zum Üben vor dem Vorstellungsgespräch. Workshop-Plan "Während des Interviews": 1. Kurze Vorstellung des Unternehmens, des Unternehmensvertreters und der Teilnehmer; 2. Kurze Einführung in das Projekt "Value and Future"; 3. Führung der Schüler durch Fragen und Systematisierung der Antworten;

	<p>4. Beendigung des Treffens.</p> <p>Workshop-Plan "Nach dem Gespräch":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Schüler systematisieren die Fragen und beantworten die Ergebnisse in der vorgegebenen Form; 2. Ausfüllen von Zusammenfassungen/Berichten über bewährte Praktiken; 3. Ausfüllen von Feedback-Fragebögen; 												
	<p>Lernergebnisse der "Quick Scan"-Aktivität:</p> <table border="1"> <tr> <td>Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die (praktische) Einstellung von Unternehmern zu ethischem Unternehmertum verstehen; </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwickeln Sie die erlernten Themen des ethischen Unternehmertums zu Fragen für Unternehmer; ▪ Anleitung zum kritischen Denken; </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung von Ähnlichkeiten und Unterschieden zwischen unternehmerischen und theoretischen Definitionen; </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie (erfahrene) Unternehmer mit ethischen Herausforderungen im Unternehmertum umgehen; </td> </tr> <tr> <td>Fürsorge</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen Sie von Vorbildern, wie wichtig die Werte des ethischen Unternehmertums sind, wenn Sie Ihre künftige Führungskraft beraten oder wenn Sie selbst eine Führungskraft werden; </td> </tr> <tr> <td>Lernen, wie man lernt</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie man durch Dialoge mit Unternehmern praktische Erkenntnisse gewinnt. </td> </tr> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die (praktische) Einstellung von Unternehmern zu ethischem Unternehmertum verstehen; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwickeln Sie die erlernten Themen des ethischen Unternehmertums zu Fragen für Unternehmer; ▪ Anleitung zum kritischen Denken; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung von Ähnlichkeiten und Unterschieden zwischen unternehmerischen und theoretischen Definitionen; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie (erfahrene) Unternehmer mit ethischen Herausforderungen im Unternehmertum umgehen; 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen Sie von Vorbildern, wie wichtig die Werte des ethischen Unternehmertums sind, wenn Sie Ihre künftige Führungskraft beraten oder wenn Sie selbst eine Führungskraft werden; 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie man durch Dialoge mit Unternehmern praktische Erkenntnisse gewinnt.
	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die (praktische) Einstellung von Unternehmern zu ethischem Unternehmertum verstehen; 											
	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwickeln Sie die erlernten Themen des ethischen Unternehmertums zu Fragen für Unternehmer; ▪ Anleitung zum kritischen Denken; 											
	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung von Ähnlichkeiten und Unterschieden zwischen unternehmerischen und theoretischen Definitionen; 											
	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie (erfahrene) Unternehmer mit ethischen Herausforderungen im Unternehmertum umgehen; 											
	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen Sie von Vorbildern, wie wichtig die Werte des ethischen Unternehmertums sind, wenn Sie Ihre künftige Führungskraft beraten oder wenn Sie selbst eine Führungskraft werden; 											
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lernen, wie man durch Dialoge mit Unternehmern praktische Erkenntnisse gewinnt. 												

Material.

Im "Quick-Scan-Handbuch" findet der Lehrende Informationen zur "Quick-Scan-Aktivität", die die Schüler bei Unternehmensbesuchen durchführen können. Die Ausgabe enthält alles für die Anleitung der Schüler. Der Lehrende kann entscheiden, welche Teile direkt mit den Schülern geteilt werden und welche Teile bei der Erteilung von Anweisungen oder bei der Benotung von Beurteilungen erwähnt werden sollten. Es ist wichtig, dass die Lehrer vor dem Workshop das "Quick Scan Manual" und den Workshop durchgehen. So haben sie eine klare Vorstellung davon, wie sie den Workshop strukturieren und planen müssen, und können eventuell notwendige Anpassungen vornehmen. Das "Quick Scan"-Aktivitätsmaterial besteht aus: "Quick-Scan-Handbuch" und Power-Point-Präsentationen.

1. Word-Dokument - "Quick-Scan-Handbuch" mit 7 Kapiteln:

1. Einführung in die Aktivität und in das Projekt;
2. Ziel der Interaktion zwischen Studenten und Unternehmen in Form von Besuchen, Interviews und Gesprächen;
3. Wie man die Schüler auf die Aktivität vorbereitet;
4. Beispiele für zu verwendende "Quick scan"-Fragen;
5. Bewährte Praktiken: Zusammenfassungen von Gesprächen und Besuchen;
6. Indikatoren für den Erfolg und die Messung der Ergebnisse;
7. Empfehlungen von Unternehmern und Studenten;

2. Power Point Präsentationen.

Die PowerPoint-Präsentationen sind die interaktiven Materialien, die in den Workshops verwendet werden. Es gibt drei PowerPoint-Präsentationen, die erstellt worden sind:

Power-Point-Präsentation - "Inspirierendes ethisches Unternehmertum und Dilemmas";

Power-Point-Präsentation - "Wie man Schüler auf einen Unternehmensbesuch vorbereitet";

Power-Point-Präsentation - "Workshop zur Vorbereitung der Schüler".

Der erste Workshop sollte nur durchgeführt werden, wenn die Schüler bereits über Hintergrundwissen und ein Verständnis für ethisches Unternehmertum und ethische Dilemmas verfügen. Ist dies nicht der Fall, müssen die Lehrkräfte den Schülern dieses Wissen vermitteln. Die PowerPoint-Präsentation "*Inspirierendes ethisches Unternehmertum und ethische Dilemmata*" wird dabei helfen, die Wissenslücke zu schließen.



Vorbereitung der Studenten.

Schüler sind manchmal kreativer und innovativer als Lehrer, und es ist das Ziel des Lehrers, dies aus den Schülern herauszuholen und einen schülerzentrierten Ansatz zu verfolgen. Es ist wichtig, dass die Schüler die Führung übernehmen, und die Rolle des Lehrers ist es, als Führer und Mentor für die Schüler zu fungieren. Die Rolle des Lehrers besteht darin, den Schülern den Weg zu zeigen, den sie einschlagen sollen, ihnen aber nicht alle Antworten zu geben, sondern sie selbst denken zu lassen, wie Albert Einstein sagte: "Ich kann meine Schüler nicht belehren, ich kann nur versuchen, die Bedingungen zu schaffen, unter denen sie lernen können". Daher sind diese Werkzeuge, Materialien und Methoden die verschiedenen Bedingungen, um die Schüler vorzubereiten und zu motivieren. Einige dieser Methoden sind dabei:

1. Aufgabenverteilung und Zuständigkeiten (fakultativ).

Die Aufteilung der Aufgaben und Zuständigkeiten erleichtert es, den Tag des Vorstellungsgesprächs und dessen Vorbereitung effizient und reibungslos zu gestalten. Daher können definierte Rollen und deren Verantwortlichkeiten das Verantwortungsbewusstsein fördern. Dies ist jedoch eine optionale Methode, und es liegt im Ermessen des Lehrers, ob er sie anwendet. Die Interviewfragen werden in der Gruppe formuliert und besprochen, außerdem kann jeder der fünf Schüler eine Rolle und deren Verantwortlichkeiten übernehmen, aber es muss nicht individualistisch sein, die Verantwortlichkeiten können geteilt werden und es ist letztendlich Teamarbeit. (Beispiel für die Aufteilung: Teamleiter, Kommunikationsleiter, Sekretärin, Leiter der Forschungsanalyse, Leiter der Personalverwaltung).

2. Checklisten.

Ermutigen Sie die Schüler, eine Checkliste mit den Dingen zu erstellen, die sie für das Vorstellungsgespräch brauchen oder die sie haben müssen.

Anstatt sie zu informieren, dass sie etwas tun sollen, stellen Sie eine Frage. Beispiel: Welches Hilfsmittel können wir Ihrer Meinung nach verwenden oder was können wir tun, um sicherzustellen, dass wir keine Schritte für das Interview übersehen haben? Auf diese Weise können sie selbst denken und die Checkliste selbst erstellen, anstatt dass die Lehrkraft dies für sie tut.

3. Aufrechterhaltung der Kommunikation.

Schlagen Sie den Schülern vor, bis zur Vorbereitung des Interviews und danach in Kontakt zu bleiben. Wie möchten die SchülerInnen in Kontakt bleiben und ermutigen Sie sie, Treffen zu organisieren oder eine WhatsApp-Gruppe zu gründen, was immer für die SchülerInnen geeignet ist.

4. Kreativität und Innovation.

Ermutigen Sie die Schülerinnen und Schüler, ihre Kreativität und Innovationskraft in jeder Form einzubringen, die sie in den Prozess einbringen können, der mit dem Workshop beginnt und bis zum Vorstellungsgespräch und danach andauert, z. B.:

- Ermutigen Sie die Schüler, über den Tellerrand hinauszuschauen, z. B. in Bezug auf Interviewfragen;
- Die Schüler können eine digitale Einladungskarte erstellen und sie an den Unternehmer schicken;
- Geben Sie den Schülern ein Quiz oder ein Spiel über ethische Dilemmas und ethisches Unternehmertum;
- Erstellen Sie eine PowerPoint-Präsentation oder verwenden Sie ein anderes Hilfsmittel, um die Interviewfragen in einem Word-Dokument festzuhalten, das gemeinsam genutzt werden kann;
- Erstellen Sie ein kurzes Video oder eine Fotocollage über den Prozess und das gesamte Erlebnis;
- Bitten Sie den Unternehmer um eine Besichtigung des Unternehmens.

Dies sind nur einige der Materialien, Methoden und Instrumente, mit denen die Schüler auf die Tätigkeit der Unternehmensbesuche vorbereitet werden. In der Hoffnung, die Schüler zu ermutigen, zu motivieren und ihnen die Bedingungen und Instrumente zu bieten, damit sie die Sache selbst in die Hand nehmen und mit Hilfe eines guten Lehrers, der sie anleitet, zu etwas entwickeln können, wofür sie sich begeistern.

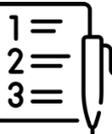


KAPITEL Nr.4. "ET GESPRÄCHE"

ET TALKS - ein Bindeglied zwischen den Berufsschulen und der Geschäftswelt. Kurze Online-Sitzungen mit Unternehmern, die von *Berufsbildungsschülern* aus den Partnerländern interviewt werden, damit letztere in einer Peer-to-Peer-Diskussion (ZOOM-Räume) bewährte Verfahren sammeln können. Für jeden Partner wurde eine PowerPoint-Präsentation vorbereitet, die als Referenzpunkt/Vorlage dienen soll, um die ET-Gespräche so effektiv wie möglich zu gestalten.

Diese Veranstaltungen sind nicht nur eine großartige Gelegenheit für Studenten, sich im Gespräch und bei Vorstellungsgesprächen mit Fachleuten wohler zu fühlen, sondern auch relevante Soft Skills zu kultivieren und ihr persönliches Branding und den Umgang mit Geschäftspartnern zu verbessern; wie man sich ausdrückt oder beschreibt, wie man das Ziel eines Vorstellungsgesprächs präsentiert und wie man mit interkulturellen Kompetenzen oder sensiblen Themen umgeht, wie man integrativ und aufgeschlossen ist usw.

Struktur der Aktivität "ET TALKS".

Icon	Erläuterung
	1 Geschäftsvertreter pro 1 "ET TALK". "ET TALK"-Aktivität - international/ lokal.
	2 oder mehr Lehrende /Lehrer.
	Gruppe von Schülern/Klasse.
	1 "ET TALK"-Zeit: 45-60 min.
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel Nr.4. "ET GESPRÄCHE"; • Power-Point-Präsentation - "V&F ET Talks guidelines for the interviews"; • Word-Dokument - "Richtlinien für die Videoproduktion".
	Werkzeuge/Plattformen für Online-Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> • YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings;
	Plan "ET TALK": <ul style="list-style-type: none"> • Vor "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Bereiten Sie die Voraussetzungen vor (Rollenverteilung, Datum/Uhrzeit, Online-Plattform/Tools, formelle Einladungen, Beiträge in sozialen Medien usw.); 2. Üben Sie und haben Sie einen Plan B für den Fall, dass ein Problem auftritt; 3. Versenden Sie freundliche Mahnungen an alle Beteiligten. • Während "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Last-Minute-Check des Netzwerks, des Aufzeichnungssystems, des Skripts/der Fragen, der Verfügbarkeit aller Beteiligten; 2. Kurze Vorstellung des Unternehmens und des Unternehmensvertreters; 3. Standardfragen zur Konzeptualisierung von Ethik, Beschreibung eines vergangenen Dilemmas und seiner möglichen Neudefinition, Austausch einiger Ratschläge; 4. Abschluss des ET-Talks und Ende der Aufzeichnung.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	<ul style="list-style-type: none"> • Nach "ET TALK": 1. Verbreitung der Veranstaltung in den sozialen Medien 2. Bearbeiten Sie das Video mit Intro und Outro (https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-WEYmdn8QOF0kR7AP65DeCg5Gztvj7k4) und laden Sie es auf YouTube hoch 3. Senden Sie ein Dankeschreiben an den Unternehmer (idealerweise mit einem symbolischen Geschenk) zusammen mit dem Bewertungsfragebogen 4. Erstellen Sie einen Bericht auf der Grundlage der Erfahrungen. 												
	<p>Lernergebnisse von "ET TALKS":</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Grundlagenwissen</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektleitung: Planung, Vorbereitung, Durchführung, Auswertung und Berichterstattung des Interviews </td> </tr> <tr> <td>Anmeldung</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Soft Skills (Kommunikation, Zusammenarbeit, kritisches Denken, Problemlösung, aber auch Freundlichkeit und Diskretion) </td> </tr> <tr> <td>Integration</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entgegennahme und Reflexion der Antworten der Fachleute </td> </tr> <tr> <td>Menschliche Dimension</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflektieren Sie die Körpersprache und den Respekt gegenüber den geschäftlichen/persönlichen Initiativen und der Denkweise einer Person </td> </tr> <tr> <td>Fürsorge</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eigenverantwortung für das Gespräch </td> </tr> <tr> <td>Lernen, wie man lernt</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Passen Sie die Formulierung der Fragen an die befragte Person an; ▪ sich mit dem technischen Umfeld eines Vorstellungsgesprächs vertraut machen </td> </tr> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektleitung: Planung, Vorbereitung, Durchführung, Auswertung und Berichterstattung des Interviews 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soft Skills (Kommunikation, Zusammenarbeit, kritisches Denken, Problemlösung, aber auch Freundlichkeit und Diskretion) 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entgegennahme und Reflexion der Antworten der Fachleute 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflektieren Sie die Körpersprache und den Respekt gegenüber den geschäftlichen/persönlichen Initiativen und der Denkweise einer Person 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eigenverantwortung für das Gespräch 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Passen Sie die Formulierung der Fragen an die befragte Person an; ▪ sich mit dem technischen Umfeld eines Vorstellungsgesprächs vertraut machen
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektleitung: Planung, Vorbereitung, Durchführung, Auswertung und Berichterstattung des Interviews 												
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soft Skills (Kommunikation, Zusammenarbeit, kritisches Denken, Problemlösung, aber auch Freundlichkeit und Diskretion) 												
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entgegennahme und Reflexion der Antworten der Fachleute 												
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflektieren Sie die Körpersprache und den Respekt gegenüber den geschäftlichen/persönlichen Initiativen und der Denkweise einer Person 												
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eigenverantwortung für das Gespräch 												
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Passen Sie die Formulierung der Fragen an die befragte Person an; ▪ sich mit dem technischen Umfeld eines Vorstellungsgesprächs vertraut machen 												



KAPITEL Nr.5. "ZUKÜNFTIGE TAGE"

"FUTURE DAYS" - sind Diskussionen und Dialoge zwischen Schülern, Lehrern und Unternehmern. Während des "FUTURE DAYS" werden die Schüler ermutigt, ihr Wissen effektiv anzuwenden, persönliche Führungsqualitäten, unternehmerische Fähigkeiten, Teamarbeit, kritisches Denken und Neugierde zu entwickeln.

Diese Aktivität bietet günstige Bedingungen für die Schüler selbst, um Diskussionen mit Unternehmern zu initiieren und ethische Fragen, die heute relevant sind, zu problematisieren. Während der "FUTURE DAYS" lernen die Schüler, strittige Fragen zu stellen, zu analysieren und nach positiven Beispielen zu suchen, zu verstehen, was für ethische, nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmen wichtig ist, welche Werte Unternehmer leiten und welche Fähigkeiten erforderlich sind, um ein ethisches Unternehmen zu führen. In solchen Gesprächen mit Unternehmern werden oft noch bestehende Stigmata und unterschiedliche Einstellungen zu Unternehmensethik, Verantwortung und Nachhaltigkeit deutlich.

Wir sind davon überzeugt, dass die "FUTURE DAYS" eine großartige Gelegenheit bieten, die Einstellung der Gesellschaft zu Wirtschaft und sozialer Verantwortung zu ändern, ethisches Verhalten bei alltäglichen Entscheidungen zu fördern, ethische Unternehmen erfolgreicher zu machen und Schülern unternehmerische Kenntnisse zu vermitteln, die für die Gründung eines vielversprechenden Unternehmens oder die Planung einer vielversprechenden Karriere wichtig sind.

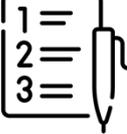
Außerdem ist es für Unternehmer nützlich, sich der Erwartungen, Trends und ethischen Fragen bewusst zu sein, die von Jugendlichen als potenziellen Verbrauchern oder Arbeitnehmern gestellt werden.

Für Lehrkräfte ist es ein hervorragendes Beispiel dafür, wie man Aufgaben und Aktivitäten in den Bildungsprozess einbeziehen kann, die die Entwicklung eines breiteren Spektrums von Schülerkompetenzen fördern.

Struktur der Aktivität "FUTURE DAYS".

Icon	Erläuterung
	3 Unternehmensvertreter pro 1 EVENT.
	5 oder mehr Lehrende /Lehrer.
	Gruppe von Schülern/Klasse.
	1 "FUTURE DAYS"-Veranstaltung, Dauer: 60-90 Minuten.
	Material: <ul style="list-style-type: none"> • Kapitel Nr.5. "ZUKÜNFTIGE TAGE"; • Word-Dokument - "Leitlinien für FUTURE DAYS";
	Werkzeuge/Plattformen für Online-Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none"> • YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings;
	Plan "FUTURE DAYS":



	<ul style="list-style-type: none"> • Während der "Quick Scan"-Aktivitäten haben wir ein Netzwerk von Vorbildern aufgebaut; • Wählen Sie die Art und Weise, wie die zukünftigen Tage entwickelt werden sollen (Art der Veranstaltung aus der vorgeschlagenen Liste); • Sprechen Sie mit den Unternehmern und Lehrern, um die Veranstaltung zu gestalten; • Präsentation vor den Schülern und Organisation der Veranstaltung mit den Teilnehmern; • Holen Sie sich Feedback. 												
	<p>"FUTURE DAYS"-Aktivitäten Lernergebnisse:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="392 519 699 586">Grundlagenwissen</td> <td data-bbox="705 519 1390 586"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die wichtigsten Elemente des ethischen Unternehmertums zu verstehen; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="392 595 699 663">Anmeldung</td> <td data-bbox="705 595 1390 663"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Analyse und Bewertung moralischer Gebote; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="392 667 699 734">Integration</td> <td data-bbox="705 667 1390 734"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="392 743 699 833">Menschliche Dimension</td> <td data-bbox="705 743 1390 833"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="392 842 699 931">Fürsorge</td> <td data-bbox="705 842 1390 931"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Studierenden entwickeln ein Interesse für das Thema ethisches Unternehmertum; ▪ Dialog mit Unternehmern; </td> </tr> <tr> <td data-bbox="392 940 699 958">Lernen, wie man lernt</td> <td data-bbox="705 940 1390 958"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veranstaltung zum Dialog mit Unternehmern; ▪ Die Schüler lernen, wie sie sich verhalten und ein guter Schüler sein können, wenn ein ethisches Dilemma präsentiert und diskutiert wird; </td> </tr> </table>	Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ die wichtigsten Elemente des ethischen Unternehmertums zu verstehen; 	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Analyse und Bewertung moralischer Gebote; 	Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 	Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; 	Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Studierenden entwickeln ein Interesse für das Thema ethisches Unternehmertum; ▪ Dialog mit Unternehmern; 	Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veranstaltung zum Dialog mit Unternehmern; ▪ Die Schüler lernen, wie sie sich verhalten und ein guter Schüler sein können, wenn ein ethisches Dilemma präsentiert und diskutiert wird;
Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ die wichtigsten Elemente des ethischen Unternehmertums zu verstehen; 												
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Schüler entwickeln kritisches Denken; ▪ Analyse und Bewertung moralischer Gebote; 												
Integration	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstration von Beispielen für ethische Führung; 												
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermittlung von Unternehmern, die als Vorbilder dienen könnten; 												
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Studierenden entwickeln ein Interesse für das Thema ethisches Unternehmertum; ▪ Dialog mit Unternehmern; 												
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veranstaltung zum Dialog mit Unternehmern; ▪ Die Schüler lernen, wie sie sich verhalten und ein guter Schüler sein können, wenn ein ethisches Dilemma präsentiert und diskutiert wird; 												

Wie schafft man ein Netzwerk von Unternehmern?



Finden Sie zunächst einen Unternehmer, der bereits eine ethische, soziale Rolle innerhalb der Gemeinschaft spielt. Dies könnte ein Restaurantbesitzer/Ladenbesitzer oder ein Mentor innerhalb eines Schul-/Bildungsnetzwerks sein. Dann helfen Sie den Schülern, sich auf ein Gespräch mit diesem Unternehmer vorzubereiten. Lassen Sie die Schüler in Zweiergruppen arbeiten, um sie in eine Buddy-Struktur zu bringen. Dann trainieren Sie mit ihnen das Führen eines Gesprächs (wobei Sie nicht die Fehler oder Patzer betonen, sondern die Chancen für ein Unternehmen als Ganzes).

Wir haben eine Power-Point-Präsentation entwickelt und die Studenten darin geschult, mit den Unternehmern zu sprechen und zu verstehen, in welcher Notlage sie sich befinden, welche Herausforderungen zu bewältigen sind und welches ethische Verhalten erforderlich sein könnte!

Eine Einführung in der Schule über das Unternehmen ist unerlässlich! Lassen Sie die Schüler im Internet nach Informationen über das Unternehmen suchen. Die Fragen, die die Schüler beantworten müssen, sind:

- Was ist die Tätigkeit des Unternehmens? Wo ist das Unternehmen tätig?
- Wie lauten der Auftrag, die Vision und die Ziele des Unternehmens?
- Was sind die Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens?
- Fallen Ihnen ethische Dilemmas ein, die in dieser Branche oder diesem Unternehmen eine Rolle spielen könnten?
- Was sind Ihre persönlichen ethischen Werte?
- Was sind Ihre persönlichen ethischen Werte, die Sie im Unternehmen widerspiegelt sehen möchten?
- Idee Frage (fragen Sie das Unternehmen nach dem Umgang mit den Mitarbeitern);
- Was sind die ethischen Werte des Unternehmens und wie werden sie gelebt?

Nach der Durchführung der oben genannten Schulung ist es wichtig, eine Nachbereitung mit den Studenten und Unternehmern durchzuführen. Überlassen Sie den Studenten die Führung, helfen Sie



ihnen, eine Veranstaltung für Unternehmer zu organisieren, um sich kennenzulernen, sich gegenseitig zu beraten oder eine "Ideenplattform" zu haben. Dann werden (innerhalb eines halben Jahres oder so) Studenten und Unternehmer zueinander finden. Nutzen Sie eine Plattform online und offline, nutzen Sie ein oder zwei Unternehmer als Basis in der Region. Helfen Sie allen, davon zu profitieren! Mehrere Partner haben dies mit Erfolg getan!!

Darüber hinaus gibt es verschiedene Maßnahmen, die Sie als berufsbildende Schule ergreifen können, wenn Sie ein Netzwerk von Unternehmern aufbauen. Wir möchten Ihnen einige Vorschläge unterbreiten. Diese Maßnahmen können Ihnen und Ihrem Schülerteam dabei helfen, Unternehmen und Unternehmer zu finden, die in die Entwicklung einer ethischen unternehmerischen Denkweise investieren wollen:



Praktikumsbetriebe. Dabei handelt es sich um KMU und größere Unternehmen, die ihre Türen für Berufsbildungsstudenten als Praktikanten öffnen;



Absolventen Ihrer Ausbildung und Ihrer Schule. Sie sind die neue Generation von Unternehmern um Sie herum;



Unternehmensnetzwerke in Ihrer Region. Sie können an allgemeine Unternehmensnetzwerke und Business Clubs denken oder an spezifischere Netzwerke, die für Themen im Zusammenhang mit ethischem Denken gegründet wurden, wie Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft, Sozialwirtschaft usw.



Messen für Unternehmertum in Ihrer Region. Sie können diese Messen mit Ihren Schülern besuchen und in Gesprächen mit den Ausstellern das Thema ethisches Unternehmertum und die Ziele von Value and Future verbreiten;



Gründerzentren in Ihrer Region: Sie bilden oft ein Netzwerk und bieten Veranstaltungen und Networking-Momente für junge Menschen an.

Sammlung von Methoden und Aktivitäten, die während der Veranstaltungen angewendet werden sollen:



1. Präsentationen:

Eine Präsentation ist eine Möglichkeit, Informationen über die Daten und Ergebnisse einer Untersuchung anzubieten und darzustellen. Sie wird im Allgemeinen als Unterstützung oder Gedächtnisstütze verwendet, um die Ergebnisse einer Untersuchung darzustellen, denn mit der Präsentation ist es möglich, einen multimedialen Inhalt (d.h. jede visuelle oder auditive Unterstützung) zu haben, der einen Bezug zum Thema herstellt und hilft, die Ergebnisse, auf die man sich beziehen möchte, zu verstehen und zu erklären. Eine Präsentation kann Texte, Bilder, Videos und Audiodateien enthalten. Es gibt zwei Arten von Präsentationen: die Multimedia-Präsentation und die allgemeine Präsentation.



2. World Cafe:

Das World Cafe ist eine Methode, bei der die Teilnehmer in einer informellen Café-Atmosphäre ein Thema erkunden, indem sie es in kleinen Tischgruppen diskutieren. Die Diskussion findet in mehreren Runden von 20-30 Minuten statt, wobei die Café-Atmosphäre für entspannte und offene Gespräche sorgen soll.





3. Ausstellung:

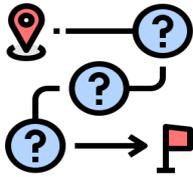
Eine Ausstellung ist eine der besten Methoden, um die Anwendung des Gelernten zu testen. Die Schüler lernen, das Wissen und die Informationen, die sie aus verschiedenen Quellen erhalten haben, anzuwenden, und der Lehrer hat die Möglichkeit, die Schüler zu testen, was und wie viel sie gelernt haben.



4. Gespräche am runden Tisch:

Roundtable-Diskussionen sind Diskussionen in kleinen Gruppen, an denen alle gleichberechtigt teilnehmen können. Diese Methode kann in Wirklichkeit eine Reihe von verschiedenen Formaten umfassen. Runde Tische sind eine Form der akademischen Diskussion, die als Technik für die Einbeziehung der Gemeinschaft und der Öffentlichkeit verwendet wird und auch von Organisationen und

Unternehmen eingesetzt werden kann.



5. Anforderungsorientiertes Lernen:

Es handelt sich um einen pädagogischen Ansatz, der die Schüler aktiv in eine reale, relevante und mit ihrem Umfeld verbundene Situation einbezieht. Dabei arbeiten die Schüler mit den Beteiligten zusammen, um eine Herausforderung zu definieren und gemeinsam eine Lösung zu entwickeln, die ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltig ist.



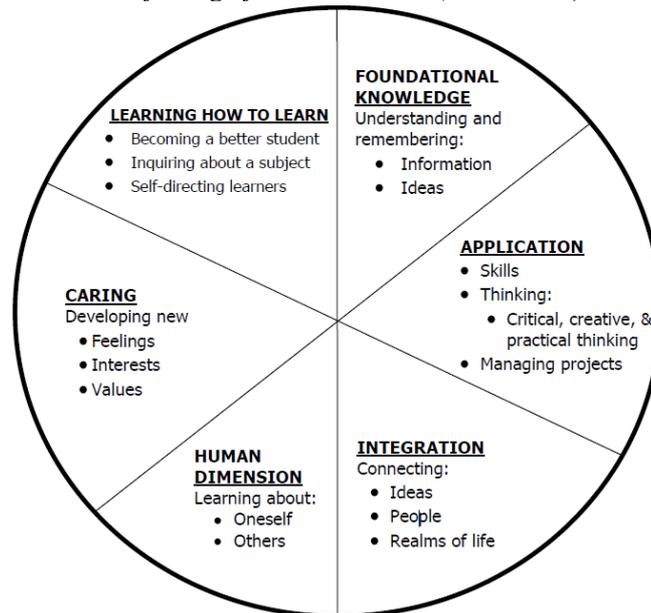
6. Design Thinking Methodik:

Diese Methodik konzentriert sich auf die tatsächlichen Bedürfnisse. Jede Schule kann mit anderen Akteuren, wie Schulen, Unternehmen und Lehrern, zusammenarbeiten.

KAPITEL Nr.6. "DEFINITION VON LERNERGERBNISSEN UND BEWERTUNG"

Als Lehrende oder Lehrer für ethisches unternehmerisches Lernen ist es wichtig, die Lernergebnisse für die Lernenden in Ihrem Berufsbildungszentrum zu kennen. Der Zweck dieses Kapitels ist es, die gewünschten Lernergebnisse nach der Taxonomie von Dee Fink (2003) zu erläutern (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1 - Dee Finks Taxonomie für signifikantes Lernen (Fink, 2003).



Dee Fink schlägt vor, dass bedeutendes Lernen in einer Interaktion der folgenden sechs Dimensionen stattfindet: Grundlagenwissen, Anwendung, Integration, menschliche Dimension, Fürsorge und Lernen, wie man lernt. Diese Taxonomie wurde von den Autoren sorgfältig ausgewählt, um den Schulungsinhalten zu ethischem Unternehmertum und Werten gerecht zu werden, und sie wird als besser geeignet angesehen als eine konventionellere Taxonomie wie die Bloomsche Taxonomie (Bloom et al., 1984).

Wie Dee Fink erklärte, ermöglicht die Taxonomie eine konstruktive Anpassung:

- 1) Lernen/Ausbildung
- 2) Lernergebnisse
- 3) Feedback und Bewertung

6.1 Definition der Lernergebnisse und Bewertung der ethischen unternehmerischen Fähigkeiten und Kompetenzen

Eine erste Aussage zur Formulierung von Lernzielen beinhaltet die Angabe eines allgemeinen Lernziels, an das sich die Teilnehmer noch ein Jahr nach der Schulung erinnern werden.

"Ich möchte und hoffe, dass die Studierenden ein Jahr (oder mehr) nach Abschluss dieses Kurses in der Lage sein werden, für eine Entscheidung zwischen zwei moralischen Imperativen im Kontext des Unternehmertums zu argumentieren."

Wir entschlüsseln die Lernziele anhand der Taxonomie in Tabelle 1.

Tabelle 1 - Lernergebnisse

<p>Grundlagenwissen Lernziel 1 <i>Die Schüler verstehen und erinnern sich an die wichtigsten Elemente der Definition von ethischem Unternehmertum, wie sie von Simon Sinek beschrieben wurde.</i></p>	<p>Die Lehrkraft stellt die Definition vor: "Die Verantwortung eines Unternehmens besteht darin, seinen Willen und seine Ressourcen zu nutzen, um eine Sache zu fördern, die größer ist als es selbst, um Menschen und Orte zu schützen, an denen es tätig ist, und um weitere Ressourcen zu generieren, damit es all diese Dinge so lange wie möglich tun kann. Ein Unternehmen kann tun, was es will, um sein Geschäft aufzubauen, solange es für die Folgen seines Handelns verantwortlich ist.</p>
<p>Anmeldung Lernziel 2 <i>Die Studierenden entwickeln kritisches Denken, indem sie die moralischen Imperative in den vom Lehrenden ausgewählten Fällen ethischen Unternehmertums analysieren und bewerten.</i></p>	<p>Im Rahmen des Projekts wurden 30 Fälle in den sechs Partnerländern gesammelt. Den Lehrenden wird empfohlen, Fälle auszuwählen, die sie für den Kontext des Lernens von Schülern in der Berufsbildungseinrichtung für relevant halten.</p>
<p>Integration Lernziel 3 <i>Die Teilnehmer sollten in der Lage sein, Zusammenhänge zwischen den vom Trainer ausgewählten Fällen von ethischem Unternehmertum und ihrem eigenen persönlichen, sozialen und/oder beruflichen Leben zu erkennen.</i></p>	<p>Der Trainer sollte die Reflexion über ethische Dilemmata fördern, um Ähnlichkeiten aufzuzeigen und den Teilnehmern die Fälle näher zu bringen. Der Schulungsleiter kann die Reaktion prüfen, indem er die Fälle mit Beispielen für ethische (unternehmerische) Dilemmas in seinem eigenen Leben verbindet.</p>
<p>Menschliche Dimension Lernziel 4 <i>Die Schüler verstehen, dass sie in der Interaktion mit anderen eine unterschiedliche/konfligierende Auffassung über die beste Handlungsweise in einem moralischen Dilemma im Unternehmertum haben können.</i></p>	<p>Wenn ein Lehrender ethische Dilemmata vorstellt, achtet er darauf, zu erklären, dass ein Dilemma "eine Situation ist, in der eine schwierige Wahl zwischen zwei oder mehreren Alternativen getroffen werden muss, insbesondere solchen, die gleichermaßen unerwünscht sind". Daher sollte die Entscheidung über Dilemmas diskutiert und reflektiert werden. Der Trainer sollte in der Schulung keine Wertung vornehmen.</p>
<p>Fürsorge Lernziel 5 <i>Die Studierenden entwickeln ein Interesse für das Thema ethisches Unternehmertum.</i></p>	<p>Der Trainer teilt seine Begeisterung für das Thema und stellt die Relevanz über den Einzelfall hinaus her, z. B. durch den Bezug zum Intrapreneurship.</p>
<p>Lernen, wie man lernt Lernziel 6 <i>Die Schüler lernen, wie sie sich verhalten und ein guter Schüler sein können, wenn ein ethisches Dilemma präsentiert und diskutiert wird.</i></p>	<p>Der Trainer wird die Teilnehmer in die Lage versetzen, zu erkennen, wann sie urteilen und nicht reflektieren.</p>

Die oben genannten Lernziele gelten für alle Module zusammen und werden bewertet. Als weitere Orientierungshilfe für Lehrer und Lehrende hat jedes Modul spezifische Lernziele, die der Taxonomie von Dee Fink folgen. Siehe zum Beispiel die Lernziele von Modul 2 unten:

Lernergebnisse der Lektionen für Modul 2:

Grundlagenwissen	<ul style="list-style-type: none"> das Konzept der Unternehmensethik zu verstehen; Skizzieren Sie die 3 grundlegenden Komponenten der Unternehmensethik; Zusammenhang zwischen unternehmerischer Nachhaltigkeit und Unternehmensführung und Unternehmensethik;
Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> Erklären Sie, warum Unternehmenswerte wichtig sind; Verknüpfen Sie die 10 Prinzipien des UN Global Compact mit der Unternehmensethik; Erläutern Sie die Bedeutung der 17 SDGs;
Integration	<ul style="list-style-type: none"> Überlegungen zur Bedeutung der Unternehmensführung und der unternehmerischen Nachhaltigkeit;
Menschliche Dimension	<ul style="list-style-type: none"> Persönliche Erfahrungen im Zusammenhang mit der Anwendung von Ethik in einem geschäftlichen Umfeld auszutauschen;
Fürsorge	<ul style="list-style-type: none"> sich der Bedeutung der Anwendung von Geschäftsethik zu verpflichten;
Lernen, wie man lernt	<ul style="list-style-type: none"> Geben Sie Beispiele dafür, wie ein Unternehmen ethische Grundsätze anwenden kann; Formulierung nützlicher Fragen zur Anwendung der Unternehmensethik;



6.2. Methodik zur Bewertung der Lernergebnisse

Die Bewertung wird manchmal unnötigerweise abgeschrieben, da man gemeinhin glaubt, sie sei der stille Killer des Lernens. Interessanterweise ist die Bewertung für andere ein Motor. Einig ist man sich jedoch darin, dass die Bewertung wertvoll ist, wenn sie mit den Lernergebnissen abgestimmt ist. Daher haben wir die Bewertung und die Lernergebnisse in Tabelle 2 aufeinander abgestimmt.

Tabelle 2: Abstimmung der Lernziele mit der Bewertung

Bewertung Lernziel	Präsentation und Zusammenfassung der Fortbildung	Fälle in der Ausbildung	Umfrage zur Einstellung	Bericht zur Selbstreflexion
1 - Grundlagenwissen	x			
2 - Anwendung		x		
3 - Integration		x		x
4 - Die menschliche Dimension		x		
5 - Fürsorge			x	x
6 - Lernen, wie man lernt		x		x

Vier Bewertungsarten haben sich als am besten geeignet erwiesen, um die Lernergebnisse zu bewerten. Es gibt zwei Beurteilungen während der Ausbildung, die während der gesamten Ausbildung stattfinden. Es gibt zwei Aufgaben am Ende der Ausbildung, die innerhalb von zwei Wochen nach der Ausbildung durchgeführt werden. Die vier Beurteilungen werden in den folgenden Unterabschnitten ausführlicher besprochen.

Präsentation und Zusammenfassung der Fortbildung.

Während der Schulung interagiert der Lehrende ständig mit den Teilnehmern, stellt Fragen und eröffnet die Möglichkeit zur Diskussion. Der Trainer nutzt diese Interaktionen, um zu beurteilen, ob die Teilnehmer die gegebene Definition von ethischem Unternehmertum verstanden haben.

Fälle in der Ausbildung.

Dies ist der wichtigste Teil der Ausbildung, in dem die Lehrende relevante Fälle auswählen. Der Lehrende leitet die Lernenden an und stellt die Kompetenzen für die Arbeit an den Fällen her, wobei er die Autonomie der Lernenden in allen Fällen erhöht. Der Lehrende interagiert kontinuierlich mit den Lernenden, stellt Fragen und eröffnet die Möglichkeit zur Diskussion. Der Trainer nutzt diese Interaktionen, um zu beurteilen, ob die Studierenden die bereitgestellte Definition von ethischem Unternehmertum verstanden haben. Die Schüler werden auch gebeten, die Fälle und die Herangehensweise an die Fälle ihrem Lehrende und ihren Mitschülern vorzustellen.

Meinungsumfrage.

Vor und nach der Schulung werden Umfragen zur Einstellung des Lehrenden durchgeführt, um festzustellen, ob die Schüler ein Interesse an ethischem Unternehmertum entwickelt haben. Dies ist in erster Linie eine formative Bewertung und dient als Lernindikator für den Lehrenden.

Trifft überhaupt nicht auf mich zu (1) ... Trifft voll und ganz auf mich zu (5)	1	2	3	4	5
Ethisches Unternehmertum ist ein wichtiges Thema					
Ethisches Unternehmertum ist nichts für mich (umgekehrt kodiert)					
Das Lernen über ethisches Unternehmertum hilft mir, ethische Dilemmas in meinem persönlichen Leben zu verstehen.					
Ethical Entrepreneurship Training ist relevant, auch wenn ich kein Unternehmer werden will					
Ich würde gerne anderen, die nicht an dieser Ausbildung teilnehmen, von ethischem Unternehmertum erzählen.					
Ich kann von anderen lernen, wie man mit ethischen Dilemmas umgeht					

Der Trainer vergleicht die Punktzahl, indem er sie addiert. Beachten Sie bitte, dass das zweite Item umgekehrt kodiert ist: Antwort 1 ist 5 Punkte, Antwort 5 ist 1 Punkt. Wir betrachten die Punkte nach dem Lernen im Vergleich zum vorherigen Lernen. Die Punkte nach dem Lernen werden wie folgt bewertet

6-12 Punkte: Lernziel überhaupt nicht erreicht

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

13- 18 Punkte: einige Ziele erreicht

19-30 Punkte: Die meisten Lernziele wurden erreicht, die Schulung kann als erfolgreich angesehen werden.

*Beachten Sie, dass auch ein Unterschied zwischen Vor- und Nachtest auf einen Lernprozess hinweisen kann, der in den obigen Ergebnissen nicht berücksichtigt ist.

Bericht zur Selbstreflexion.

Die Studierenden müssen einen kurzen Selbstreflexionsbericht von 1 A4 mit einer Einleitung, einem Hauptteil und einer Schlussfolgerung einreichen. Die Einleitung behandelt die Relevanz des Themas und ihr persönliches Interesse (Lernziel 5), der Hauptteil behandelt die Relevanz der vorgestellten Fälle von ethischem Unternehmertum für das eigene persönliche, soziale und/oder berufliche Leben (Lernziel 3) und wie die Studierenden an zukünftige Fälle von ethischem Unternehmertum herangehen würden (Lernziel 6).

KAPITEL Nr.7. "BEISPIELE, BESTE PRAKTIKEN. GESCHRIEBEN VON STUDENTEN"

7.1.Erfahrungsberichte von Studenten: Warum und wie ethisches Unternehmertum und Führung?

Dazu werden wir die Herausforderungen sowie die Vorlieben und Abneigungen der Schüler nutzen. Wir fügen pro Land hinzu, was sie für eine Herausforderung halten und welche Vorschläge die Schüler haben.

7.2 Beispiele, bewährte Praktiken, Lehren aus der Vergangenheit

Beispiele, bewährte Verfahren und gelernte Lektionen" werden konkrete Beispiele für die Lehrtätigkeit in den Ländern der Partner liefern, wobei der Schwerpunkt auf den Herausforderungen und Empfehlungen liegt. Die Beispiele werden strukturiert dargestellt, wobei der schulische Kontext beschrieben wird und Informationen über die behandelten Fälle, den Prozess, den die Schüler zusammen mit dem Lehrer durchlaufen haben, und die gefundenen Lösungen gegeben werden. In den Beispielen werden auch die spezifischen Lernergebnisse und die abschließenden Schlussfolgerungen erläutert.

Für diesen Teil haben wir die Beispiele und den Kontext des Instituts oder der Organisation verwendet, in dem die Aktivitäten durchgeführt wurden. Wir haben versucht, die Aktivitäten zusammenzufassen, sie werden extra erwähnt, aber aufgrund des langen Trainerhandbuchs möchten wir diese Version kürzen. Bei den Beispielen werden auch die spezifischen Lernergebnisse erläutert. Was haben wir gemeinsam mit den Schülern erreicht. Schließlich haben wir die Schlussfolgerungen aufgeführt. Also, was war auffällig und erwähnenswert für die Schüler!

Land	GRIECHENLAND 
Einrichtung	IDEC S.A. Die Berufsschule IDEC Delta in Athen, Griechenland, ist seit 1971 im Bereich der privaten Bildung tätig und bietet postsekundäre Berufsausbildungen der Stufe 5 an. Die Kombination aus fast einem halben Jahrhundert Erfahrung und kontinuierlicher Entwicklung und Kontakt mit neuen Trends und Technologien sowie qualifiziertes und engagiertes Personal machen IEK DELTA zum idealen Ausgangspunkt nicht nur für Studien, sondern auch für die Verwirklichung der Ziele der Studenten. Mehr Informationen: https://idec.gr
Herausforderungen und Lösungen	1st Herausforderung - Der Begriff "Ethik" war im Wirtschaftskontext nicht so offensichtlich, wenn man 17- bis 20-jährige Schüler ansprach. Lösung 1: Die Lehrer mussten die Idee der Ethik einführen, indem sie die Fallstudien vorstellten und die Rolle ethischer Dilemmas erklärten. Eine andere Idee war, zwei Filme (<i>Erin Brockovich</i> , <i>The constant Gardener</i>) zu sehen, in denen die SchülerInnen erkennen konnten, was es bedeutet, ethische Standards zu haben und zu entscheiden, was das Beste für die Gesellschaft ist. 2nd Challenge - Sprechen vor der Kamera und Teilnahme an Online-Fokusgruppen. Lösung 2: Aufgrund von COVID-19 mussten wir in einigen Phasen auf Online-Sitzungen und -Sitzungen umstellen. Das war anfangs ziemlich unattraktiv.
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler	Der Prozess und die angewandte Methodik waren mehr oder weniger die gleichen wie in einer gewöhnlichen Klasse, d. h. sie mussten einige Fallstudien lesen und dann darüber nachdenken, diskutieren und ihre Sichtweise mitteilen. Dann nahmen die SchülerInnen an Fokusgruppen und

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	Veranstaltungen teil, wobei die Interviews für sie der schwierigste Teil von V&F zu sein schienen. In einigen Fällen arbeiteten die SchülerInnen paarweise oder in Teams, in anderen Fällen mussten sie Dinge zu Hause vorbereiten und sie dann im Team präsentieren. Neben den Berufsschülern waren auch Berufsschullehrer/ Lehrende und Unternehmer in verschiedene Teile dieses Prozesses eingebunden. In Griechenland hatten wir Vertreter des öffentlichen, aber vor allem des privaten Sektors sowie von NRO und Verbänden. Nach jeder Veranstaltung füllten alle Beteiligten den entsprechenden Evaluierungsfragebogen aus, um ihren Eindruck und vor allem die Art und Weise, wie sie sich Ethik in der Wirtschaft und im Allgemeinen vorgestellt haben, zu dokumentieren.
Analysierte moralische Dilemmas	Umweltbewusstsein in der Lebensmittelkette; Nachhaltigkeit; ökologische Zutaten in Lebensmitteln; Diskriminierung aufgrund des Geschlechts; Menschenrechte; ethische Unternehmenskultur.
Feedback der Studenten	STUDENTEN AM MEISTEN MOCHTEN: Fallstudien, weil sie konkrete Beispiele dafür waren, was ein ethisches Dilemma ist; Quick Scan, weil es ein praktischer und schrittweiser Leitfaden ist, wie man in die Unternehmenswelt einsteigt und wie man mit Stress umgeht, wenn man ein Unternehmen gründet und sich entsprechend verhält; Future Days, weil sie wie Career Days aussahen und die Bedeutung von Networking und den Vorteil von Extrovertiertheit und Ehrgeiz hervorhoben; ET-Talks, weil es die interaktivste Art war, Unternehmer zu erreichen, Fragen zu stellen und einen ganzheitlicheren Ansatz für ihre Unternehmenskultur und ihre Denkweise zu entwickeln; Alle Ergebnisse halfen ihnen zu erkennen, wie wichtig Ethik bei der Führung eines Unternehmens und beim Aufbau konkreter Beziehungen zwischen Kollegen und Kunden ist; es gelang ihnen auch, Ethik mit dem Schutz der Umwelt, der Leistungsgesellschaft und der Gleichheit unter den Kollegen sowie der Achtung der Menschenrechte im Allgemeinen in Verbindung zu bringen; nicht zuletzt sagten die Schüler, dass es für sie eine fruchtbare Erfahrung war, zu entdecken, wie schwierig es ist, mit einem ethischen Dilemma umzugehen, und dass der schwierigste Teil darin bestand, die richtige Entscheidung zu treffen, die alle Parameter auf faire Weise berücksichtigt. STUDENTEN AM WENIGSTEN MOCHTEN: Der umfangreiche theoretische Teil; dass sich einige ethische Dilemmas in ihrem nationalen Kontext anders entwickelt hätten. VORSCHLÄGE DER SCHÜLER: Sie sollten diese Fälle in ihren Betriebswirtschaftsunterricht integrieren; sie sollten in der Lage sein, vor ihren Mitschülern über Ethik zu sprechen und intern eine Veranstaltung zu organisieren, um die Idee zu verbreiten.
Lernergebnisse	Ethik ist wichtiger, als sie ursprünglich dachten. Die meisten von ihnen gaben zu, dass ihnen nicht klar war, welche Auswirkungen sie auf die Unternehmenswelt und die Kultur der einzelnen Unternehmen hat. Nachhaltige Unternehmensverantwortung und ökologisch-soziale Governance (ein Schlüsselement für Führung und Transparenz in Organisationen). Die Schüler waren nicht so begeistert von der Idee, Theorie zu lesen. Erwähnenswerte Soft Skills wie: Empathie, Transparenz, kritisches Denken, Entscheidungsfindung, Führung Die meisten dieser Werte/Fähigkeiten wurden von den Schülern vermittelt. Ein weiterer erwähnenswerter Aspekt ist das Peer-Working, bei dem griechische Studierende im Rahmen von ET Talks mit ihren zypriotischen Kommilitonen zusammenarbeiten mussten; dies gab ihnen die Möglichkeit, sich als nationale Gruppe zu präsentieren und gleichzeitig mit Unternehmern in einer Live-Streaming-Umgebung zu interagieren!

Land	LITAUEN 
Einrichtung	Das KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES (Kautech) ist eine öffentliche Einrichtung, die berufliche Aus- und Weiterbildung anbietet, indem sie den Studierenden eine breite Palette von Fachgebieten in den Bereichen Technik, Technologie, Bauwesen und Landwirtschaft vermittelt. Kautech vereint rund 3000 Studenten, mehr als 450 Mitarbeiter und 250 lokale Partner. Kautech ist bestrebt, eine moderne Einrichtung zu werden, die auf die Herausforderungen der Globalisierung und der europäischen Integration reagiert und die Attraktivität der beruflichen Bildung für alle Zielgruppen fördert. Mehr Informationen: https://kautech.lt/?lang=en
Herausforderungen und Lösungen	1st Herausforderung - Die Motivation der SchülerInnen war zu Beginn der Pilotprojekte gering. Lösung 1: Einmalige Stipendien für Studenten. Die Höhe der einmaligen Stipendien für die Studenten hing von ihrer Anwesenheitsstatistik und ihrer Initiative bei den Projektaktivitäten ab. Lösung 2: Für einen Schüler wurden Zertifikate ausgestellt. Durch den Nachweis der aktiven Teilnahme am Projekt in den Lebensläufen der SchülerInnen können diese bei der Bewerbung um Praktika, Lehrstellen oder Arbeitsplätze wettbewerbsfähiger sein, auch wenn sie noch keine Berufserfahrung haben. Lösung 3: Die Schüler erhielten detaillierte Informationen über die Aktivitäten. Lösung 4: Die gute Vorbereitung der Schüler war ein Erfolg des Prozesses. Die Schüler wurden ermutigt, bei der Suche nach Antworten die Initiative zu ergreifen und bei Interviews oder Gesprächen mit Unternehmern eine verantwortungsvolle Rolle zu übernehmen. 2nd Herausforderung - Einige Schüler hatten Probleme mit der englischen Sprache. Einige Schüler gaben in den Evaluierungsfragebögen an, dass es schwierig war, die Gespräche während der ET



	<p>Talks und des Online-Austauschs der Schüler auf Englisch zu verstehen, aber die Aktivitäten waren interessant.</p> <p>Lösung 5: Die Schüler wurden je nach Niveau ihrer Englischkenntnisse in internationalen Vorbereitungsaktivitäten und internationalen Interviews/Events zusammengeführt, um sich gegenseitig zu unterstützen.</p> <p>Lösung 6: Während der theoretischen Aktivitäten sahen wir uns auch Videos auf Englisch an, die im methodischen Material empfohlen wurden. Schüler mit besseren Englischkenntnissen wurden gebeten, die Geschichten nachzuerzählen.</p>
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	<p>Theoretische und vorbereitende Aktivitäten wurden regelmäßig jede Woche in einer Klasse organisiert, wobei innovative Projektinstrumente, Struktur der Aktivitäten und Methodik verwendet wurden. Interviews/Diskussionen/Austausche/Veranstaltungen mit Schülern, Lehrern und Unternehmern wurden online organisiert. An den Aktivitäten waren alle Mitglieder der Zielgruppen beteiligt: (Mikroebene) - Schüler der Primar-, Sekundar- und Berufsbildungsprogramme; (Mezoebene) - Lehrer, Berufsbildungsfachleute, Experten; (Makroebene) - Verbände, Fachleute, Unternehmer, Organisationen, Initiativen, Öffentlichkeit. Die Schüler arbeiteten einzeln, zu zweit und in Gruppen. Die Schüler füllten nach jeder Aktivität Bewertungsfragebögen aus und schrieben Berichte nach Diskussionen/Interviews/Aktivitäten mit Unternehmern.</p>
Analysierte moralische Dilemmata	<p>Verschmutzung. Unmäßiger Verbrauch. Nachhaltige Produkte und Lösungen; Anwendung von Hochtechnologien zur Lösung von Umweltverschmutzung und anderen Problemen; Grausame Behandlung von Tieren (Pelzfarmen; industrielle Geflügelställe; schlechte, minderwertige Bedingungen für den Export von Tieren; Handel mit lebenden Fischen; Verschmutzung und Ressourcen der Viehwirtschaft); Ungleichheit der Geschlechter. Geschlechterdiskriminierung; Lebensmittelverschwendung. Nahrungsmittelknappheit; Ausgrenzung von Menschen mit Behinderungen; Ausgrenzung/Arbeitslosigkeit von sozial ausgegrenzten Menschen; krebskranke Kinder und ihre Familien, die durch die Krankheit und die finanziellen Kosten psychisch belastet sind; Selbstmorde, Mobbing, emotionale und psychische Gesundheitsprobleme. Wie und wo kann man emotionale und psychologische Hilfe bekommen?; Süchte (Alkoholismus, Rauchen, Drogen); Unverantwortliche Tierpflege. Streunende Tiere. Schäden durch illegale Zuchtanlagen; "Schattenwirtschaft" und ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft des Landes; emotionales und psychisches Wohlbefinden von Arbeitnehmern am Arbeitsplatz; mangelnde kulturelle Bildung. Freiwilligenprogramme, Vorteile und Möglichkeiten für Jugendliche; Ethik in unserem Leben und in der Wirtschaft.</p>
Feedback der Studenten	<p>DIE STUDENTEN MOCHTEN AM MEISTEN: Theorieunterricht, Themen, Fallstudien von Organisationen, Quick Scans, Diskussionen und Veranstaltungen der FUTURE DAYS, internationale Unternehmensgespräche, Fragen und Aufgaben während der Aktivitäten, Videos, Interviews, Diskussionen; Sie haben verstanden, dass sich Mitarbeiter mit Hilfe einer guten Führungskraft verbessern und persönliche und Unternehmensziele erreichen können; Sie haben gerne ethische Themen und die Qualitäten einer ethischen Führungskraft analysiert; Sie haben interessante Informationen erhalten und die Möglichkeit gehabt, etwas Neues zu lernen; Sie haben Informationen über Ethik in Unternehmen gemocht; Sie haben die Fähigkeiten von Unternehmern geschätzt, Unternehmen zu gründen, die zur Lösung sozialer, globaler und relevanter Probleme beitragen; Gefallen an Geschichten über Unternehmen, entwickelte Produkte und wie ihre Geschäftsideen entstanden sind; Gefallen daran, dass es Organisationen gibt, die sich um das Wohlergehen von Tieren kümmern; Beispiele für Berufe, die gegen Normen verstoßen; Dass immer mehr Unternehmen versuchen, transparent zu arbeiten; Dass Unternehmen sich um die Natur kümmern und gegen Umweltverschmutzung kämpfen; Wissen über Möglichkeiten der Nutzung von Hochtechnologien; Treffen mit anderen Studenten aus anderen Ländern; interaktive Aufgaben; Es war interessant, mit Vertretern von Organisationen zu sprechen; wertvolle, interessante und fesselnde Veranstaltungen; mochte es, Fragen zu stellen; Meinungsvielfalt; mochte die Aufrichtigkeit der Redner, die ihre Erfahrungen mitteilten.</p> <p>SCHÜLER AM WENIGSTEN MOCHTEN: Dass es immer noch Pelzfarmen, industrielle Geflügelfarmen und Tierquälerei gibt; dass es immer noch Ungleichheit zwischen den Geschlechtern gibt; dass es immer noch die Schattenwirtschaft gibt; dass die Plastikverschmutzung so groß ist und dass sich nicht alle Unternehmen darum kümmern, wie man die Naturverschmutzung reduzieren kann.</p> <p>VORSCHLÄGE DER SCHÜLER: Mehr über diese Themen im regulären Unterricht zu sprechen; es könnten mehr interaktive Aufgaben auf Kahoot oder anderen Plattformen gestellt werden.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Schüler entwickelten verschiedene Fähigkeiten: Erweiterung der Denkweise auf der Grundlage von Werten und Empathie; Kommunikationsfähigkeit; Eigeninitiative, Selbstvertrauen, Problemlösung; Präsentationsfähigkeit, Zuverlässigkeit; Teamarbeit, Führungsqualitäten; Einfühlungsvermögen; Vielfalt, Flexibilität; soziale Verantwortung; Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen, Unternehmen/Organisationen und Jugendlichen durch das Aufzeigen von Vorbildern und ethischen Entscheidungen/Lösungen; Innovationsfähigkeit; Reflexions-, Feedback- und Berichterstattungsfähigkeiten; Verantwortungsbewusstsein, bessere Teilnahme am Unterricht.</p>



Land	ZYPERN 
Einrichtung	UNIVERSITÄT VON NIKOSIA. Intercollege ist eine unabhängige, koedukative Hochschuleinrichtung mit Chancengleichheit, die die besten Elemente westlicher Bildung, Qualitätsstandards und eine internationale Philosophie mit echter Fürsorge für ihre Studenten verbindet. Das in Nikosia ansässige Intercollege hat sich zu einem globalen Bildungszentrum entwickelt, das eine Reihe akademischer, beruflicher und fachlicher Studiengänge anbietet. Ein zentrales Merkmal der Identität von Intercollege ist die besondere Beziehung zur Universität von Nikosia, eine Beziehung, die es den Studenten ermöglicht, Zugang zu den Bibliotheks-, Lern- und Freizeitressourcen der Universität zu haben, aber - was vielleicht noch wichtiger ist - ihr Studium, wenn sie es wünschen, an einer Qualitätsuniversität fortzusetzen, an der sie besonders willkommen sind. Neben der Universität Nikosia unterhält Intercollege enge Beziehungen zu einer Reihe europäischer und amerikanischer Universitäten, die unseren Studenten verschiedene Möglichkeiten für einen Wechsel bieten. Weitere Informationen: https://www.unic.ac.cy
Herausforderungen und Lösungen	Auch wenn die Komplexität einiger Fälle eine Herausforderung darstellte, förderten die klare Präsentation der Fälle und die unterstützende Atmosphäre sinnvolle Diskussionen unter den am Projekt "Value & Future" teilnehmenden Studenten. Am Anfang war es für die Schüler nicht einfach, die richtige Lösung für die in den Fallstudien dargestellten ethischen Dilemmas zu finden. Je vertrauter sie mit den Themen und den Fallstudien wurden, desto besser konnten sie die Situationen einschätzen und es fiel ihnen leichter, Lösungen zu finden, die näher an den in der Fallstudie beschriebenen waren.
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	Die Studenten des Bachelor-Studiengangs Ästhetik nahmen jede Woche am Unterricht im Rahmen des Kurses Berufliches Verhalten teil. In einigen Unterrichtsstunden wurden ihnen von ihren Lehrern Fallstudien vorgelegt und sie wurden dann gebeten, über das ethische Dilemma jeder Fallstudie zu diskutieren. Ziel war es, dass die Schüler diskutieren, bevor der Lehrer die Fallstudie vorstellte, gefolgt von dem Unternehmer der Fallstudie.
Analysierte moralische Dilemmas	1. ist es ethisch vertretbar, dass die Gesellschaft bestimmte ästhetische Normen und Schönheitsideale vorgibt, die zu Problemen mit dem Körperbild und einem geringen Selbstwertgefühl führen können? 2. sollte ein Angestellter unethische Praktiken in seinem Unternehmen anprangern, auch wenn er dadurch seinen Arbeitsplatz und seinen Lebensunterhalt aufs Spiel setzt? 3. sollte ein Unternehmen weiterhin Rohstoffe von einem Lieferanten in einem Entwicklungsland kaufen, obwohl es weiß, dass die Arbeiter sehr niedrige Löhne erhalten und unter schlechten Bedingungen arbeiten? 4. sollte ein Unternehmen einen weniger qualifizierten Bewerber anstelle eines qualifizierteren Bewerbers einstellen, um die Vielfalt zu fördern und mögliche Klagen wegen Diskriminierung zu vermeiden? 5. ist es ethisch vertretbar, dass ein Unternehmen Tierversuche durchführt, um die Sicherheit seiner Produkte zu entwickeln und zu gewährleisten? 6. sollte ein Spa vorrangig seine Gewinne maximieren, indem es Dienstleistungen oder Produkte von geringerer Qualität anbietet, oder sollte es vorrangig hochwertige Dienstleistungen anbieten, die für die Kunden möglicherweise teurer sind? Sollte der Inhaber eines Spa- oder Schönheitssalons die Aktivitäten seiner Mitarbeiter überwachen und aufzeichnen (z. B. Pausenzeiten und persönliche Gespräche), um Produktivität und Professionalität zu gewährleisten, auch wenn dadurch die Privatsphäre der Mitarbeiter verletzt wird? 8. wie ethisch ist es, wenn ein Spa- oder Schönheitssalon seine Produkte als "natürlich" oder "biologisch" vermarktet, obwohl sie synthetische Inhaltsstoffe enthalten oder stark verarbeitet wurden? Sollte ein Spa- oder Schönheitssalon umweltfreundliche Praktiken einführen, wie z. B. die Verwendung energieeffizienter Geräte, umweltfreundlicher Produkte und die Reduzierung des Wasserverbrauchs, auch wenn dies zusätzliche finanzielle Investitionen erfordert? 10. wie sollte ein Spa- oder Schönheitssalon mit Kundeninformationen und -daten umgehen, um den Schutz der Privatsphäre und die Vertraulichkeit zu gewährleisten, insbesondere wenn es sich um sensible gesundheitliche oder persönliche Daten handelt?
Feedback der Studenten	Erfahrungsbericht 1: "Ich bin dankbar für die Möglichkeit, an dem Projekt "Value and Future" von Intercollege teilzunehmen. Die Lektionen über Ethik und ethisches Unternehmertum waren für mich augenöffnend. Sie haben es mir ermöglicht, über meine Zukunft als Unternehmer und den Einfluss, den ich auf die Gesellschaft haben kann, nachzudenken. Besonders gefallen haben mir die Diskussionen und Fallstudien, die mir geholfen haben, die ethischen Dilemmata zu verstehen, mit denen Unternehmen konfrontiert sind. Dadurch wurde ich mir der Entscheidungen bewusster, die ich in meiner eigenen Laufbahn treffen werde. Eine Herausforderung, die sich mir stellte, war die Komplexität des Gleichgewichts zwischen Gewinn und Werten. Durch das Projekt habe ich jedoch gelernt, wie wichtig es ist, einen Sinn zu finden und ethische Entscheidungen in der Wirtschaft zu treffen. Insgesamt hat das Projekt Value and Future meine Perspektive wirklich erweitert und mich dazu inspiriert, ein verantwortungsvoller und ethischer Unternehmer zu werden". Anna, Bachelor-Studentin in Ästhetik am Intercollege. Erfahrungsbericht 2: "Das Projekt Value and Future war für mich als Schüler von Intercollege eine transformative Erfahrung. Die Lektionen über Ethik und der Dialog über moralische Dilemmas in Unternehmen haben mich zum Nachdenken angeregt. Ich schätze es, dass Werte und Empathie im Vordergrund stehen und nicht nur der Profit. Das Projekt half mir zu verstehen, wie wichtig es



	<p>ist, als angehender Unternehmer kritische Fragen zu stellen und positive Vorbilder zu suchen. Die Gespräche mit Unternehmen haben mir gezeigt, welche Auswirkungen Unternehmen auf die Menschen und den Planeten haben können. Eine Herausforderung für mich bestand darin, meine eigenen Werte mit denen der Unternehmen in Einklang zu bringen, mit denen ich in Zukunft zusammenarbeiten werde. Dieses Projekt hat mir jedoch das nötige Rüstzeug gegeben, um diese Herausforderungen zu bewältigen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Ich fühle mich besser darauf vorbereitet, ein zukünftiges Unternehmen zu gründen, das sowohl der Rentabilität als auch der sozialen Verantwortung Priorität einräumt. Dimitris, Bachelor-Student in Kulinarischem Management am Intercollege.</p> <p>Erfahrungsbericht 3: "Das Projekt Value & Future hat meine Ausbildung bei Intercollege entscheidend verändert. Die Module zu Ethik und Verhaltenskodex haben mir eine solide Grundlage für ethisches Unternehmertum vermittelt. Die im Unterricht vorgestellten Fallstudien waren fesselnd und halfen mir, ein tieferes Verständnis für die ethischen Entscheidungen zu entwickeln, die Unternehmen treffen müssen. Das Projekt hat mich ermutigt, kritisch darüber nachzudenken, was für mich als zukünftiger Unternehmer wichtig ist und wie meine Entscheidungen die Gesellschaft beeinflussen können. Eine Herausforderung für mich war es, mich in der komplexen Geschäftswelt zurechtzufinden und gleichzeitig meinen Werten treu zu bleiben. Die Unterstützung von Lehrern und Unternehmern, die an dem Projekt beteiligt waren, half mir jedoch, diese Herausforderungen zu bewältigen und ein starkes Gefühl der Authentizität zu entwickeln. Ich bin dankbar für die Möglichkeit, an dem Projekt Value & Future teilzunehmen, da es meine Perspektive und meine Ambitionen als Unternehmerin geprägt hat". Despina, Bachelor-Studentin in Ästhetik am Intercollege.</p>
Lernergebnisse	<p>1. transparente und ethische Geschäftspraktiken; 2. soziale und ökologische Verantwortung; 3. ethische Entscheidungsfindung; 4. wertebasierte Führung; 5. die Zusammenarbeit mit gleichgesinnten Unternehmen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Durchführung des Projekts "Value and Future" bei Intercollege für die teilnehmenden Schüler eine transformative Erfahrung war. Das Projekt hat erfolgreich eine Plattform für Diskussionen über Ethik, Werte und die Rolle von Unternehmern in der Gesellschaft geschaffen. Durch die theoretischen Module und Fallstudien konnten die Studenten ein tieferes Verständnis für ethisches Unternehmertum und dessen Auswirkungen auf Menschen und den Planeten entwickeln. Das Projekt förderte kritisches Denken, das Stellen wichtiger Fragen und die Suche nach positiven Vorbildern in der Geschäftswelt. Es unterstrich die Notwendigkeit einer leistungsfähigen unternehmerischen Ausbildung, die sich auf Werte und Empathie konzentriert und nicht nur auf gewinnorientierte Ziele. Die Methodik des Projekts erleichterte wirkungsvoll engagierte Gespräche zwischen Schülern, Lehrern und Unternehmern und ermöglichte die Erforschung moralischer Dilemmas und die Entwicklung von Lösungen und Ideen. Die Umsetzung des Projekts "Value and Future" am Intercollege hat eine wichtige Rolle bei der Gestaltung der Denkweise und der Bestrebungen der Schüler als zukünftige verantwortungsvolle und ethische Unternehmer gespielt.</p>

Land	DEUTSCHLAND 
Einrichtung	MÜNSTER FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN. Die FH Münster ist eine Hochschule für angewandte Wissenschaften in Münster, Deutschland, mit über 15.000 Studierenden und 100 Studiengängen in verschiedenen Fachbereichen auf Bachelor- und Masterniveau. Mehr Informationen unter: https://en.fh-muenster.de
Herausforderungen und Lösungen	<p>1st Herausforderung - im Allgemeinen war es schwierig, das Programm in den Lehrplan zu integrieren, da die Akkreditierung usw. eine Herausforderung für die Verwaltung darstellte.</p> <p>2nd Challenge - Schüler nehmen an Online-Veranstaltungen teil, Lehrer empfehlen, auch die Benotung einzubeziehen, aber wenn sie teilnehmen, schätzen sie die Gelegenheit.</p> <p>Lösung. Es wäre also sinnvoll, die Aktivitäten im Voraus zu planen, damit die Schüler einen detaillierten Plan haben und wissen, wann sie wo sein müssen.</p>
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	<p>Der Kurs mit den Aktivitäten wurde in den letzten beiden Semestern in verschiedenen Formaten getestet. In einem Semester konnte er als spezifischer Kurs für Bachelor-Studenten getestet werden, im anderen Semester konnte er in einen internationalen Marketingkurs für Bachelor-Studenten eingebettet und in Semesterprojekte integriert werden.</p> <p>Im Rahmen des Unterrichts und der Theorie wurden einige Fälle aus dem Leitfaden für Lehrende verwendet, aber auch um einige zusätzliche Fälle erweitert, die von den Schülern ausgewählt wurden.</p> <p>Während der Veranstaltungen wurden verschiedene interessante Probleme und Fälle erörtert, wie z. B:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Julian Sanchez forderte die Studenten mit der Frage nach der "Rolle des Geldes" heraus. Timothy erörterte die Vor- und Nachteile von Zeitarbeitsverträgen sowohl aus der Perspektive eines Unternehmers als auch eines Arbeitnehmers. Judith Helmer, eine Dozentin des S2BMRC, bezog die Rolle der Ethik auf das tägliche Leben und ließ die Studierenden über die Rolle der Ethik außerhalb des Klassenzimmers nachdenken, wenn sie beispielsweise selbst Produkte oder



	<p>Dienstleistungen kaufen. Iulia Stroila, eine weitere Dozentin des S2BMRC, stellte ein Konzept vor, wie ethisches Unternehmertum beschrieben werden kann.</p> <p>- Maynara erzählte offen von einem unangemessenen Verhalten, das sie als Praktikantin erlebt hatte und das ein emotionaler Moment war. Sie stellte die Frage: "Was würdet ihr in dieser Situation tun?". Außerdem gab sie den Schülern die Frage mit auf den Weg: "Wie würdet ihr euch fühlen, wenn ihr herausfindet, dass ihr von einem Unternehmen kauft, das so etwas tut? Was denkst du, welche Konsequenzen das haben könnte?". Bei dieser Frage ging es mehr um die Transparenz von Produkten in Brasilien. Eine andere Frage bezog sich auf den Aspekt der Nachhaltigkeit: "Denken Sie über die Vor- und Nachteile der Einführung nachhaltigerer Verpackungen für das Unternehmen und die Kunden nach. Erstellen Sie eine kurze Liste". Für die Gründer von Boutiqua Portuguesa sind nachhaltige Verpackungen eine Herausforderung.</p> <p>- Harry de Graaf, ein Lehrer aus den Niederlanden, stellte eine Frage: "Was wäre ein großes ethisches Dilemma beim Wachstum des Unternehmens, z. B. Haltbarkeit, Verpackung, Zutaten?". Die zweite Frage kam von der Unternehmerin Marie Ueckerth und lautete: "Welche Probleme sollten Ihrer Meinung nach (in der Lebensmittelindustrie) gelöst werden?".</p>
Analysierte moralische Dilemmas	Nachhaltigkeit; Gleichstellung der Geschlechter; Bestechung; Beziehung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer; Ethische Überlegungen in der Lebensmittelindustrie: Haltbarkeit, Zutaten usw.; Logistik; Problemlösung in der Lebensmittelindustrie.
Feedback der Studenten	<p>DIE STUDENTEN MOCHTEN AM MEISTEN: Quick-Scan-Aktivitäten; Future Days erleben; ET-Talks sehen; Fälle; die Verbindung zwischen Ethik und anderen wichtigen Themen sehen; Die Schüler sagten, dass es eine fruchtbare Erfahrung für sie war, zu entdecken, wie schwierig es ist, mit einem ethischen Dilemma umzugehen.</p> <p>STUDENTEN AM WENIGSTEN MOCHTEN: Dass einige ethische Dilemmas in ihrem nationalen Kontext anders sein könnten.</p> <p>VORSCHLÄGE DER STUDENTEN: Sie sollten die Fälle in ihren Betriebswirtschaftsunterricht einbeziehen; sie sollten die Möglichkeit haben, über Ethik in ihren Unternehmen zu diskutieren.</p>
Lernergebnisse	Einige wichtige Einsichten/Prompts der Studierenden: auslösende Fragen; Dilemmas lassen die Studierenden nachdenken und fördern das Bewusstsein; ethische Überlegungen sind wichtig; Engagement mit verschiedenen Stakeholdern; die Vielfalt der Methoden und Aktivitäten gefällt; die Generationen an der Universität sind sich des Themas bereits bewusster und freuen sich, das Thema zu teilen und weiter zu vertiefen; das Üben und Leiten der Zukunft ist wertvoll; schätzen das Lernen von echten Unternehmern; der Reflexionsprozess wird gefördert; inspirierende Geschichten; wichtigstes Lernen: die Wichtigkeit, bei allen Entscheidungen, die wir treffen, immer unsere Werte in den Vordergrund zu stellen; Werte gelten im Leben; voneinander lernen, unterschiedliche Meinungen hören; echtes Storytelling; wichtig für die Zukunft; konnte Meinungen äußern.

Land	SPANIEN 
Einrichtung	<p>ESCOLA PIA MATARO. Die Schule gibt es in der Stadt Mataró seit mehr als 280 Jahren. Wir haben eine Tradition, die uns trägt, aber wir blicken immer in die Zukunft. Während dieser ganzen Zeit haben wir uns für die Ausbildung und Erziehung der Jungen, Mädchen, Jugendlichen und Erwachsenen von Mataró und dem Maresme eingesetzt. Wir sind eines der 20 Zentren, die zur Escola Pia de Catalunya gehören, einer Organisation, die sich aus Frauen und Männern, Laien und Ordensleuten zusammensetzt, die gemeinsame Werte und Haltungen haben. Sie ist in unserem Land verwurzelt, integrativ und engagiert sich für den sozialen Wandel auf der Grundlage der Werte des Evangeliums. Der Mensch steht im Mittelpunkt unseres Handelns, insbesondere die Schwächsten. Bildung, insbesondere von Kindern und Jugendlichen, ist unsere Daseinsberechtigung, wobei wir diesen Prozess als eine Aktion verstehen, die ihre Fähigkeiten offenbart.</p> <p>Weitere Informationen: https://mataro.escolapia.cat</p>
Herausforderungen und Lösungen	Manche Fälle sind für andere attraktiver, weil die Schüler mehr über bestimmte Themen wissen oder einen allgemeinen Überblick über den Fall haben. Wenn die Fälle nicht klar sind, versetzen die Unternehmer die Schüler in die Situation und helfen ihnen, sich zu beteiligen. Die Schüler beteiligen sich in der Regel an den Fällen und diskutieren sie, weil sie mit Themen zu tun haben, die uns allen vertraut sind.
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	Die Schüler, die an den Praktika teilnahmen, wurden im Unterricht in kleinen Gruppen von 6-8 Personen vorbereitet. Alles, was sie über Ethik gelernt hatten, hatten sie dank der Praxis von Fällen und Modulen gelernt, die von Lehrern unterrichtet wurden. Beteiligte am Prozess: (Mikroebene) - Schüler der Primar-, Sekundar- und Berufsbildungsprogramme; (Mezoebene) - Lehrer, Berufsbildungsfachleute, Experten; (Makroebene) - Verbände, Fachleute, Unternehmer, Organisationen, Genossenschaften, Stiftungen, öffentliche Unternehmen.
Analysierte moralische Dilemmas	Gleichheit oder Ungleichheit der Geschlechter bei der Arbeitsauswahl; Die Erstellung eines Ethikkodexes für ein Marketingunternehmen; Abfälle, Abfälle und das Werfen von Plastikmaterialien ins Meer; Werte der lokalen Unternehmen, der regionalen Unternehmen und wie sie geändert werden können; Die Einführung von Menschen mit Behinderungen in die Fahrradwelt. Wege, um zu helfen und zu innovieren; Die Bedeutung von Geld bei Sportmarketing-Turnieren.



	<p>Wie kann man mit kleinen Budgets auskommen und mit großen Unternehmen konkurrieren? Können Sie sich auf dem Markt behaupten, indem Sie mit recycelten Materialien entwerfen? Was ist der Schlüssel zum Erfolg? Lokale oder globale Produkte kaufen; Eingliederung von Menschen mit Behinderungen in den Arbeitsmarkt und wie sie anerkannt werden können; Können wir eine Lebensmittelsammlung durchführen, um lokale NROs zu unterstützen, die Obdachlosen helfen? Wie kann man eine unternehmerische Idee ohne Ressourcen fördern; Wie wichtig ist Ihr Auftreten bei einem Vorstellungsgespräch; Was sind die Werte eines schnelllebigen Unternehmens, das unauffhaltsam wächst? Wie können wir die Umweltverschmutzung durch Lastwagen, Flugzeuge und Frachtschiffe in der Welt reduzieren?; Integration von Frauen in Ländern mit einer anderen Kultur als der europäischen; Können wir natürliche Duftstoffe verwenden, um wettbewerbsfähige Parfüms zu kreieren?; Müssen wir jungen Fußballmannschaften, die keine Profis sind, Geld zahlen, um an wichtigen Turnieren teilzunehmen?; Wie können wir mit Leuten umgehen, die meinen, sie hätten das Recht, Sportanlagen zu benutzen, wenn wir ein Solidaritätsfußballspiel oder -turnier vor uns haben?; Kann ein blinder Junge oder ein blindes Mädchen Fahrrad fahren? Welche zusätzlichen Mittel brauchen wir?; Kann ich überleben, wenn ich ein persönliches Geschäft mit dem Verkauf meines Lebens voller Geschichten machen will?</p>
Feedback der Studenten	<p>Am besten gefiel den Schülern: Ein neues, andersartiges Projekt mit neuem Material und Aktivitäten, die noch nie zuvor praktiziert wurden; die Interaktion in der Klasse, die Möglichkeit, über Werte zu diskutieren, indem man persönliche Beispiele anführt; die Bedeutung von Ethik auf dem Arbeitsmarkt und wie eine gute Führungskraft ethische Richtlinien in ihrem Unternehmen umsetzen kann; das Gespräch mit jungen Unternehmern, die ehemalige Schüler waren und ihr eigenes Unternehmen nach den Werten der Schule, die sie lernen, aufgebaut haben; das Treffen mit berühmten Führungskräften, die mit ihnen auf gleicher Ebene und in ihrer Sprache gesprochen haben. Von Menschen lernen, die mit ethischen Gesichtspunkten gute Jobs gemacht haben; neue Unternehmen entdecken, die sich um die lokale Umwelt kümmern.</p> <p>DIE STUDENTEN AM WENIGSTEN MOCHTEN: Der theoretische Teil der Module; Frauenfragen am Arbeitsplatz, ein Problem, das bereits heute besteht; zu viele Sitzungen mit nicht-praktischen Aktivitäten; Verstehen externer Fälle ohne zu viele Informationen.</p> <p>VORSCHLÄGE DER STUDENTEN: Mehr Austausch mit Studenten aus anderen Ländern; mehr Zeit für Diskussionen in der Klasse und mehr Gelegenheiten, Interviews mit Unternehmern zu führen und sich mit ihnen auszutauschen; Erarbeitung persönlicher Fälle oder lokaler Fälle mit Bezug zu unserem Umfeld.</p>
Lernergebnisse	<p>Auswirkungen des Projekts auf die Schüler: Entwicklung weiterer lokaler Kooperativen zur Herstellung visueller lokaler Produkte; allgemeine Bedenken im Zusammenhang mit der Umwandlung des Meeres in eine allgemeine Müllhalde. Erstellung einer Kampagne zur Sensibilisierung der Gesellschaft; Hilfe für Obdachlose. Sensibilisierung für ein bestehendes und wachsendes Problem, das von der Regierung nicht angegangen wird; Förderung einer Sensibilisierungskampagne zugunsten der Gleichberechtigung von Frauen; Einsatz von Elektrofahrzeugen für die Auslieferung lokaler Produkte anstelle von schnellen Kleinlastern; Solidaritätssportturnier mit Mitgliedern der Laru-Stiftung und externen Personen; Geld ist nicht alles. Das Billigste ist nicht immer das Beste; Motivierung von Unternehmern zum Recycling und zur Verwendung von Materialien aus zweiter Hand.</p> <p>Den Schülern hat das neue Projekt gefallen. Es war gut, in der Klasse an einem anderen Projekt zu arbeiten, das viele verschiedene Aktivitäten bietet und zu üben ist. Die SchülerInnen mochten die Anregungen von LehrerInnen und UnternehmerInnen in Bezug auf persönliche und soziale Werte. Die SchülerInnen mochten es, mit echten Fällen zu arbeiten und sich mit Fachleuten und Unternehmern auszutauschen. Es war interessant, verschiedene Generationen und Meinungen zu mischen, von Berufsschülern bis zu älteren Unternehmern und Politikern. Die Vielfalt der Aktivitäten bietet viele Möglichkeiten, in verschiedenen Bereichen zu arbeiten. Hören Sie sich die Gespräche über Ethik und Werte zwischen Schülern, Lehrern und Erwachsenen an. Geben Sie Schülern die Möglichkeit, ihre Meinung vor Fachleuten zu äußern. Bringen Sie die reale Welt in die Schule: alltägliche Probleme werden im Unterricht mit Schülern und Arbeitgebern behandelt. Machen Sie sich Gedanken über unsere Stadt, unsere Umwelt und unseren Planeten. Vorschau auf künftige Standpunkte für unsere Gesellschaft: Schlussfolgerungen der Schüler.</p>
Land	DIE NIEDERLANDE
Einrichtung	FRIESLAND COLLEGE (nächstes Jahr FIRDA). Unsere Welt dreht sich ständig. Deshalb passen wir uns ständig an. Aneinander und an die Umgebung. Dabei schauen wir nicht nur auf das, was war, sondern vor allem auf das, was sein kann. Auf das, was in der Gesellschaft gebraucht wird. Und was Sie darin bedeuten wollen. Ab dem 1. August 2023 werden wir gemeinsam als Firda weitermachen, als neues ROC, um gutes und zeitgemäßes MBO in Friesland und Nord-Flevoland anzubieten. Firda ist abgeleitet von dem schwedischen Wort für 'feiern'. Bei Firda feiern wir die Verbindung mit unserer Umgebung. Der Zusammenschluss von ROC Friese Poort und Friesland College sorgt dafür, dass wir gemeinsam noch besser daran arbeiten können. Gemeinsam sind wir



	<p>stärker, näher und enger miteinander verbunden. Wir brauchen uns gegenseitig, mit all unseren Unterschieden. Diese Unterschiede machen uns nämlich erst komplett. Weitere Informationen: https://www.frieslandcollege.nl</p>
Herausforderungen und Lösungen	<p>1st Challenge - Die Schülerinnen und Schüler waren anfangs zurückhaltend gegenüber den Piloten. Das lag vor allem an den Online-Lektionen. Sie waren weniger bereit, ihre Ideen zu zeigen. Es wurde ihnen auch nicht beigebracht, ethische Dilemmas zu teilen. Gute/schlechte Ideen waren ausschlaggebend für ihre Einstellung. Es ist uns gelungen, die Einstellungen von Schülern und Lehrern entweder gleichzeitig oder getrennt zu ändern.</p> <p>Lösung 1: Es gelang uns, Treffen und On-/Offline-Pilotkurse mit einem speziellen Thema zu organisieren. Wir zeigten die Vorteile auf, sich zu öffnen und Meinungen auszutauschen. Auch Geschäftsbesuche halfen dabei, die Optionen und Möglichkeiten zu sehen.</p> <p>Lösung 2: Wir haben das reguläre Programm und den Unterricht mit den ethischen Projektdilemmas zusammengelegt.</p> <p>2nd Herausforderung - Einige Schülerinnen und Schüler hatten Probleme mit dem Niveau der verwendeten Sprache, entweder Englisch (ET talks) und/oder Niederländisch auf höherem Niveau. Einige SchülerInnen nutzten die QR-Codes, um Feedback zu geben. Da wir mit Berufsschul-, Hochschul- und Universitätsstudenten arbeiteten, stellten wir die Projektinhalte und die Fähigkeiten der Unternehmer in Frage.</p> <p>Lösung 3: Wir passten die Art und Weise, wie wir die Pilotprojekte präsentierten, an die verschiedenen Ebenen an. Wir haben entweder verschiedene PP-Präsentationen verwendet, die Themen unterschiedlich betont oder verschiedene Unternehmer (die für die Öffentlichkeit besser geeignet sind) zu verschiedenen Ebenen eingeladen.</p> <p>Lösung 4: Wir forderten die Schüler auf, sich wirklich an den Gesprächen zu beteiligen und nachzufragen, wenn etwas unklar war. Wir nutzten den Niveauunterschied als zusätzliche Herausforderung. Einige Schülerinnen und Schüler mussten sich anpassen, da sie vorhatten, bald an einer Hochschule zu studieren.</p> <p>3^d Herausforderung - Als Team haben wir festgestellt, dass es den Schülern schwerfällt, Feedback zu geben.</p> <p>Lösung 7: Es war einfacher, in kleinen Gruppen zu arbeiten und gemeinsam Feedback zu geben. Wir fügten die Dilemmas zu realen Ereignissen hinzu und halfen ihnen, ein Follow-up zu geben.</p>
Der Prozess, den die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft durchlaufen haben	<p>Wir führten zunächst in die Ethik als solche ein, erläuterten dann einige Situationen aus dem wirklichen Leben und gaben dann einige Schritte vor, die bei der Erörterung von Dilemmas und Fällen anzuwenden sind. Es war wirklich notwendig, den Schülern zu helfen, sich auf Fragen zu konzentrieren, anstatt auf richtig und falsch. Warum also verhält man sich so und tut die Dinge, die man tut. An den Aktivitäten waren alle Zielgruppen beteiligt: SchülerInnen, LehrerInnen, UnternehmerInnen.</p>
Analysierte moralische Dilemmata	<p>Nachhaltige Produkte und Lösungen; Einsatz von Menschen ohne Diskriminierung; mögliche organisatorische Vorteile bei ethischen Diskussionen; Lebensmittelverschwendung. Lebensmittelknappheit; Ausgrenzung von Menschen mit Behinderungen; Ausgrenzung/Arbeitslosigkeit von sozial ausgegrenzten Menschen; Entscheidungen treffen, die nicht allein auf Geld und Profit basieren.</p>
Feedback der Studenten	<p>Am meisten gefiel den Schülern: Unternehmer in einer realen Umgebung zu treffen, sie in den Unternehmen zu sehen und ihre realen Dilemmata und Fälle zu hören; die Theorie als Vorbereitung auf praktische ethische Fälle und Diskussionen zu schätzen; zu verstehen, dass Mitarbeiter mit Hilfe eines erfahrenen ethischen Beispiels Einfluss auf das Erreichen persönlicher und organisatorischer Ziele haben; ethische Themen und die Qualitäten einer ethischen Führungskraft zu analysieren.</p> <p>DIE STUDENTEN AM WENIGSTEN MOCHTEN: Einige Unterrichtsstunden waren zu lang; einige Unternehmer waren im Gegensatz zu anderen vor allem mit ihrem eigenen Nutzen beschäftigt; sich der eigenen Verantwortung zu stellen und sie zu übernehmen (da dies alles notwendig ist).</p> <p>VORSCHLÄGE DER SCHÜLER: Mehr ethische Fälle im regulären Unterricht; mehr interaktive Aufgaben (Kahoot, Socrates, lessonUp) oder andere; mehr Beispiele für unethische Geschäftspraktiken.</p>
Lernergebnisse	<p>Die Schüler entwickelten verschiedene Fähigkeiten: Eine breitere (Wachstums-)Denkweise auf der Grundlage von Werten und Normen; Präsentations- und Verlässlichkeitsfähigkeiten; Diskussionsfähigkeiten, Nutzung der Schritte zur Erörterung der Dilemmas; Führungsfähigkeiten; Nutzung von Werten und Erkennen der erforderlichen Normen, um zum Ziel zu gelangen; soziale Verantwortung; Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen, Unternehmen/Organisationen und Jugendlichen durch Hervorhebung von Vorbildern und ethischen Entscheidungen/Lösungen; Kommunikationsfähigkeiten; Eigeninitiative, Selbstvertrauen, Problemlösung; Innovationsfähigkeiten; Reflexionsfeedback und Berichterstattungsfähigkeiten. Die Schüler kommen zu dem Schluss, dass die Dilemmas immer zu einem Fall führen sollten, dass die Dilemmas regelmäßig diskutiert werden sollten und dass die Organisation zeigen sollte, dass eine ethische Struktur zu einer gesünderen Atmosphäre führt. Auffallend ist, dass einige ehemalige Einzelhandelsstudenten jetzt echte Unternehmer sind, die über ethische Dilemmas diskutieren, mit denen sie konfrontiert sind.</p>



ANHÄNGE

ANHANG Nr. 1 - Tabelle der Fallstudien

FALLSTUDIE: [Nummer]		[Land]
TITEL:	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:		
Art der Industrie:		
Anzahl der Mitarbeiter:		
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens: [Geben Sie eine kurze Beschreibung des Unternehmens und seiner Produkte/Dienstleistungen. Erläutern Sie, welche moralischen Werte für das Unternehmen wichtig sind und ob ethische Bestrebungen im gesamten Unternehmen sichtbar sind].		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:		
Profil: [Beschreiben Sie kurz den Hintergrund und die Erfahrung des Unternehmers (Ausbildung, bisherige Berufserfahrung usw.)]		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung: [Beschreiben Sie kurz das moralische Dilemma, mit dem der Unternehmer oder das Unternehmen konfrontiert ist, indem Sie [a] die betroffenen Interessengruppen (Kunden / Mitarbeiter / Gesellschaft / usw.) und [b] die Art des Dilemmas (d.h. Menschenrechte, Arbeitsrecht, Umweltschutz, Korruptionsbekämpfung) klar angeben]		
Die Entscheidung: [Erläutern und begründen Sie kurz die Entscheidung des Unternehmers/des Unternehmens. Falls Sie die Fallstudie vor der eigentlichen Sitzung mit den Schülern teilen, teilen Sie diesen Abschnitt bitte NICHT, da er in der Klasse mit ihnen besprochen wird]		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]: [Bitte fügen Sie weitere Informationen über das Unternehmen und/oder den Unternehmer hinzu, z. B. Website, Seiten in sozialen Medien, relevante Artikel usw.]		

HINWEIS: Die Fallstudie sollte etwa 1-2 Seiten lang sein!



ANHANG Nr.2 - 30 Fallstudien

Fallstudien "Nachhaltigkeit, Ökologie".

FALLSTUDIE: Nr. 1		Litauen
TITEL:	Kreislaufwirtschaft. Nachhaltigkeit. Kunststoff-Recycling.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"ŪKAI"	
Art der Industrie:	Kreislaufwirtschaft. Nachhaltige Produktion.	
Anzahl der Mitarbeiter:	3 Mitarbeiter	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>"Ūkai" NACHHALTIGKEIT: Wir haben Socken entwickelt, die positive Auswirkungen auf die Umwelt und die Menschen haben. Jedes ŪKAI-Sockenpaar finanziert die Reduzierung von 51 Plastikflaschen! Die Plastic Bank kümmert sich um 50 von ihnen. ŪKAI ist offizieller Unterstützer und von jedem Paar Socken gehen 0,50 eur an diese besondere Organisation. 1 Plastikflasche wird zu recycelten Plastikgarnen und ist Teil des Materials der Socken. Zusammen mit upgecycelter Baumwolle, Bio-Baumwolle, Polyamid und Elastan ergibt sich eine tolle Kombination. Die Socken sind weich, bequem und fühlen sich frisch an den Füßen an.</p> <p>Produktionsprozess. Unsere Garne aus recycelten Plastikflaschen werden in einer Fabrik hergestellt, die kein Wasser und keine Chemikalien verwendet und ihren CO₂-Ausstoß und Energieverbrauch reduziert. Das bedeutet, dass Sie durch das Tragen von ŪKAI-Socken die Erde weniger belasten. Wir produzieren ŪKAI-Socken in unserem Heimatland Litauen. Die Fabrik, die wir sorgfältig ausgewählt haben, entspricht unseren Werten und stellt nachhaltige und langlebige Produkte her. Die Mitarbeiter des Unternehmens werden geschätzt, haben sichere Arbeitsplätze und werden fair entlohnt.</p> <p>Die Materialien. Wir verwenden recycelte und organische Materialien, die die höchsten Standards übertreffen und lang anhaltenden Komfort und Frische gewährleisten. Auf dem Bild unten können Sie sehen, was genau wir bei der Herstellung dieses nachhaltigen Produkts verwenden. Wie werden Plastikflaschen zu RPET-Garnen? 1 Schritt: Die Plastikflaschen werden in den Ozeanen gesammelt. 2 Schritt: Die Flaschen werden zu Plastikflocken. 3 Schritt: Aus Plastikflocken wird Plastikgranulat. 4 Schritt: Kunststoffgranulat wird zu Kunststoffgarnen. 5 Schritt: Kunststoffgarne werden mit upgecycelter Baumwolle gemischt und zu dem Material, das wir für unsere Socken verwenden. Andere Materialien, die wir für das beste Ergebnis verwenden: Bio-Baumwolle, Polyamid und Elastan.</p> <p>Wir haben die beste Zusammensetzung für den Komfort der Füße gewählt. Die RPET-Garne werden in einer Fabrik hergestellt, der weltweit vertraut wird und die diese Zertifikate garantiert: GLOBAL RECYCLED STANDARD, GLOBAL COMPACT, ÖKO-TEX STANDARD 100. Das garantiert, dass unsere Socken sicher und bequem zu tragen sind.</p> <p>Zusammenarbeit mit Plastic Bank. Mit dem Kauf von ŪKAI-Socken unterstützen Sie die Organisation Plastic Bank. Ihre Zusage hilft, 50 Plastikflaschen von jedem Sockenpaar, das Sie tragen, zu recyceln. Plastic Bank® stärkt die regenerative Gesellschaft. Sie bauen ethische Recycling-Ökosysteme in Küstengemeinden auf und bereiten die Materialien zur Wiedereinführung in die globale Lieferkette als Social Plastic® auf. Die Mitglieder erhalten eine Prämie für die von ihnen gesammelten Materialien, die ihnen hilft, die Grundbedürfnisse ihrer Familien zu decken, z. B. Lebensmittel, Brennstoff zum Kochen, Schulgeld und Krankenversicherung. Die zertifizierte Blockchain-Plattform sichert die gesamte Transaktion und ermöglicht die Visualisierung von Daten in Echtzeit - für Transparenz, Rückverfolgbarkeit und schnelle Skalierbarkeit.</p> <p>Wir sind mehr als nachhaltige Socken. ÖKO-VERPACKUNG. Alle Verpackungen, Postkarten, Etiketten und andere Details sind aus recycelten Materialien hergestellt. Wir wollen in jedem Schritt des Prozesses nachhaltig sein. NACHHALTIGE LIEFERUNG. Wir verwenden den Standardversand, auch bekannt als "grüner" oder "nachhaltiger" Versand. Der Standardversand dauert zwar etwas länger als der Expressversand, ist aber ein wichtiger Schritt, um unseren CO₂-Fußabdruck und die Auswirkungen auf den Klimawandel zu verringern. NACHHALTIGES GESCHENK. Zusammen mit den Socken-Sets erhalten Sie Postkarten aus recyceltem Papier. Schreiben Sie herzliche Wünsche für Ihre Liebsten. RECYCABLE. Unsere Socken sind recycelbar. Werfen Sie einfach nicht mehr brauchbare Socken in den Textilcontainer. Jetzt arbeiten wir mit Wissenschaftlern zusammen und haben einen Plan, um andere Produkte aus nicht mehr tragbaren Socken herzustellen. Wir wollen den Kreislauf schließen, der für jede Marke sehr wichtig ist. Wir planen die Herstellung von Waschbeuteln, die vor Mikroplastik schützen, von Schuhen aus recycelten Materialien, die Zusammenarbeit mit Wassersportteams, Museen, die Teilnahme an Öko-Veranstaltungen und Aufklärungsarbeit. Socken sind erst der Anfang und wir laden Sie ein, Teil unserer Marke zu werden und zur Lösung des Plastikproblems beizutragen.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė - Mitbegründerin und Kreativdirektorin bei ŪKAI.	

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Profil:

Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė studierte Werbemanagement an der Hochschule Vilnius. Während des Studiums arbeitete sie im Verkauf. Derzeit interessiert sie sich für verschiedene nachhaltige Materialien und Innovationen, die Zukunft der Mode. Außerdem arbeitet sie mit Wissenschaftlern zusammen, um Alternativen für die Herstellung von Socken zu entwickeln, indem sie die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft anwendet.

DAS MORALISCHE DILEMMA**Beschreibung:**

Plastikverschmutzung. Obwohl Plastik viele wertvolle Verwendungszwecke hat, sind wir süchtig nach Einwegplastik geworden - mit schwerwiegenden Folgen für die Umwelt. Weltweit werden jede Minute eine Million Trinkflaschen aus Plastik gekauft, und jedes Jahr werden weltweit bis zu 5 Billionen Einweg-Plastiktüten verwendet. Insgesamt ist die Hälfte des produzierten Plastiks dazu bestimmt, nur einmal verwendet - und dann weggeworfen zu werden. Plastikmüll ist in der natürlichen Umwelt inzwischen so allgegenwärtig, dass Wissenschaftler sogar vorgeschlagen haben, er könnte als geologischer Indikator für das Anthropozän dienen. Heute produzieren wir jedes Jahr etwa 300 Millionen Tonnen Kunststoffabfälle. Forscher schätzen, dass seit den frühen 1950er Jahren mehr als 8,3 Milliarden Tonnen Kunststoff produziert wurden. Etwa 60 % dieses Kunststoffs landete entweder auf einer Mülldeponie oder in der natürlichen Umwelt.

Die Entscheidung:

WIE ALLES BEGANN? Vor 2 Jahren hatte *Darija, Mitbegründerin und Kreativdirektorin von "ŪKAI"*, zusammen mit ihrem Mann ein Unternehmen gegründet. Die Hauptgeschäftsidee war es, exklusive Socken für den täglichen Gebrauch herzustellen. Sie schufen eine Marke, die von Pastelltönen, Grafikdesign und abstrakter Kunst inspiriert ist.

Im Laufe der Zeit erkannten *Darija und ihr Mann*, dass sie Produkte wollten, die einen positiven Einfluss auf die Umwelt und die Menschen haben. Nach einer langen Suche entdeckten sie Garne aus recycelten Plastikflaschen. Nach mehreren Versuchen wählten sie einen Stoff aus, der den meisten Komfort für die Füße bietet und die Langlebigkeit der Socken gewährleistet. Um den Plastikverbrauch zu reduzieren, schlossen sie sich mit Plastic Bank zusammen. Das Ergebnis: Mit nur einem Paar Socken reduziert der "ŪKAI"-Kunde die negativen Umweltauswirkungen von 51 Plastikflaschen.

"ŪKAI" sind Innovatoren in der Sockenindustrie, denn es gibt nur wenige Sockenmarken, die diese innovativen Garne bei der Sockenherstellung verwenden.

2020-11-15 "ŪKAI" haben Kickstarter-Projekt erfolgreich beendet und sie sind so glücklich zu wissen, dass ihre Idee und Produkt ist notwendig für die Menschen, sie schätzen es! Insgesamt hat kad 55 590 Plastikflaschen reduziert!

Und die Socken sind erst der Anfang. "ŪKAI" plant, Wäschesäcke herzustellen, die vor Mikroplastik schützen, Schuhe aus recycelten Materialien zu produzieren, mit Wassersportteams und Museen zusammenzuarbeiten und an Öko-Veranstaltungen teilzunehmen. Jetzt sprechen die "ŪKAI"-Gründer mit Wissenschaftlern und wollen nicht mehr verwendbare Socken zu anderen Produkten machen!

KLEINER SCHRITT. GROSSE VERÄNDERUNG.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Wissen Sie, wie viel Plastikmüll wir jeden Tag/jedes Jahr auf der Welt produzieren?
- Wie viel Prozent aller jemals produzierten Kunststoffabfälle wurden recycelt/ verbrannt/ haben sich auf Deponien, Müllkippen oder in der natürlichen Umwelt angesammelt?
- Wie können Sie nachhaltige Produkte beschreiben? Welche Eigenschaften haben sie?
- Wie kann innovatives recyceltes Plastik verwendet werden? Denken Sie über diese Ideen nach und teilen Sie sie mit anderen.

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://www.ukai.eu>
- <https://www.unep.org/interactive/beat-plastic-pollution/>
- Film: "Seepiraterie" <https://www.seaspiracy.org>
- Film: "Ein Ozean aus Plastik" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



FALLSTUDIE: Nr. 2		Litauen
TITEL:	Verringerung der Umweltverschmutzung. Verringerung der Verkehrsüberlastung.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	UAB "RUBBEE" (LLC - Gesellschaft mit beschränkter Haftung "RUBBEE")	
Art der Industrie:	Ingenieurwesen	
Anzahl der Mitarbeiter:	5 Mitarbeiter	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>UAB "Rubbee" (LLC - Limited Liability Company "Rubbee") - ist ein Unternehmen, das drahtlose elektrische Fahrradschaltungen entwickelt, herstellt und verkauft. Diese Gänge können jedes Fahrrad in ein Elektrofahrrad verwandeln und die Menschen dazu ermutigen, auf umweltschädliche Autos zu verzichten und in den Städten mehr mit dem Fahrrad zu fahren. Die Schaltung wiegt zwischen 2,8 und 4,0 kg, je nach Batteriekonfiguration. Mit einer vollen Ladung kann das Gerät bis zu 45 km weit gefahren werden. Beim Fahren mit eingeschaltetem Motor und den erwähnten Pedalen erkennt der drahtlose WurfSENSOR die Wurfgeschwindigkeit und die "Rubbee"-Software passt die Motorleistung an die Bedürfnisse des Radfahrers an. Der "Rubbee X" verfügt außerdem über ein regeneratives Bremssystem, ein modulares Batteriesystem sowie patentierte Klemm- und Schnellverschlussysteme. Das Produkt verfügt außerdem über eine intelligente Anwendung, mit der man die Parameter der elektrischen Unterstützung einstellen und die Daten des Geräts überwachen kann.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Gediminas Nemanis - CEO und Gründer von "Rubbee" UAB.	
Profil:		
<p>Gediminas Nemanis - CEO und Gründer von "Rubbee" UAB. Er studierte Mechatronik an der Technischen Universität Kaunas im Bachelor-Studium und Marketing im Master-Studium.</p> <p>Der Prototyp des "Rubbee"-Produkts, das im Ausland auf großes Interesse stieß, wurde in Kaunas in der Garage von Gediminas Nemanis geboren, der aktiv Fahrrad fährt und gerne konstruiert. Gediminas, der seit seiner Kindheit einen aktiven Lebensstil pflegt und gerne konstruiert, baute in seiner Garage Elektroroller, ein Fahrrad mit Elektromotor, einen Düsenmotor und verschiedene andere intelligente Geräte. Ein neugieriger Kerl, der ein elektrisches Getriebe für seine eigenen Bedürfnisse entwickelt hatte, erkannte, dass es durch die Verbesserung des Geräts zu einer gefragten Ware werden könnte. Der Glaube an seine Idee ermutigte den jungen, hartnäckigen und unternehmerischen Menschen, weiterzumachen und seine Idee zu einer Geschäftsidee zu verfeinern.</p> <p>Gediminas bot seine Idee dem Leiter des Unternehmens "Elinta" an, und bald schlossen sich ihm zwei weitere Mitstreiter an. Das Trio aus der Stadt Kaunas arbeitete lange Zeit und testete mehrere Prototypen von Elektroantrieben, bis die erste Version des Produkts zum Verkauf geboren wurde: "Rubbee 1.0", die 2013 auf der Crowd-Finanzierungsplattform "Kickstarter" vorgestellt wurde. Spätere Versionen des Produkts "Rubbee 2.0, 2.5, 3.0" wurden produziert und vertrieben.</p> <p>Im Jahr 2017 erhielt das Unternehmen eine Investition von einem polnischen Risikokapitalfonds, um ein neues Produkt zu entwickeln. 2019 wurde das neue Produktkonzept "Rubbee X" im Rahmen des zweiten "Kickstarter"-Volksfinanzierungsprojekts vorgestellt. Im Jahr 2020 erhielt das Unternehmen eine Investition von einem polnischen Unternehmen, um das Produkt in China zu vermarkten. Die neueste Version des Produkts "Rubbee X" wird derzeit in den meisten Ländern der Europäischen Union sowie in Australien und Neuseeland vertrieben.</p> <p>Gediminas Nemanis aus Kaunas hat sein Elektrofahrrad "Rubbee" zu einem der erfolgreichsten Start-ups in Litauen gemacht. Ein ausgezeichnetes Debüt auf der Crowdfunding-Plattform "Kickstarter", ein Team von Enthusiasten und angezogene Investoren ermöglichten es der Erfindung, ihren Weg zum Erfolg zu gehen und Anerkennung auf dem globalen Elektrofahrradmarkt zu erlangen.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<u>Umweltverschmutzung.</u>		
<p>In der heutigen Welt gibt es so viele Autos und andere Fahrzeuge. Allein die Verschmutzung durch Autos macht etwa 75 % der gesamten Luftverschmutzung aus. Leider werden es immer mehr. Es gibt immer mehr Autos, und damit auch ihre umweltschädlichen Emissionen. Die Emissionen von Fahrzeugen verursachen den Treibhauseffekt und tragen zur globalen Erwärmung bei.</p>		
<u>Verkehrsstaus.</u>		
<p>Zu den Hauptverkehrszeiten sind die Straßen mit starkem Verkehr überflutet, was zu unpassierbaren Straßen und Kreuzungen führt, so dass die Fahrer immer mehr Zeit auf der Straße verbringen müssen.</p>		
<u>Mangel an Parkplätzen.</u>		



In vielen Gegenden Litauens gibt es einen Mangel an Parkplätzen, der auf überfüllte Stellplätze in Mehrfamilienhäusern zurückzuführen ist. Dieses Problem ist relevant. Wohngebiete mit mehreren Wohnungen wurden zu einer Zeit geplant, als der Autoverkehr noch nicht so stark war. Im Laufe der Jahre haben sich die Gewohnheiten der Bevölkerung geändert. Heutzutage hat ein Haushalt mehr als ein Fahrzeug.

Die Entscheidung:

Verringerung der Umweltverschmutzung.

Um die Umweltverschmutzung zu verringern, ist es eine gute Lösung, das umweltschädliche Auto durch ein Fahrrad zu ersetzen. Radfahren schadet nicht nur der Umwelt, sondern verbessert auch die Gesundheit und das Wohlbefinden. Wenn jeder mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren würde, könnte die Luftverschmutzung deutlich reduziert werden. "Rubbee" UAB electric gear ist eine großartige Lösung, um längere Strecken in der Stadt zu überwinden. Mit einer vollen Ladung kann das Gerät bis zu 45 km weit gefahren werden. In Anbetracht der Tatsache, dass die durchschnittliche Fahrradfahrt in der Europäischen Union weniger als 5 km beträgt, reicht die mit dem "Rubbee" zurückgelegte Strecke für ein paar Tage täglicher Fahrt.

Verringerung der Verkehrsüberlastung.

Entfernungen in Städten werden mit dem Fahrrad schneller zurückgelegt als mit dem Auto. Auf diese Weise trägt es nicht nur zur Verringerung der Umweltverschmutzung und zur Zeitersparnis bei, sondern auch zur Verbesserung der körperlichen Gesundheit. Derzeit wird die Infrastruktur der Fahrradwege in den größten Städten Litauens verwaltet, wodurch günstige Bedingungen für die Kommunikation mit dem Fahrrad geschaffen werden. "Rubbee" elektrische Getriebe ist eine großartige Lösung für längere Strecken in der Stadt.

Tragbarkeit. "Rubbee" UAB gear kann jedes Fahrrad in 1 Minute in ein elektrisches Fahrrad verwandeln, ohne Kabel zu benutzen. Das Getriebe wiegt von 2,8 kg, so dass, wenn vom Fahrrad entfernt, kann es bequem überall hin mitgenommen werden.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Umweltverschmutzung.
- Luftverschmutzung.
- Alternativen zum umweltschädlichen Verkehr.
- Förderung der körperlichen Aktivität.
- Verkehr in Großstädten.
- Entwicklung von Hobbys zu einer Geschäftsidee.

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://www.rubbee.co.uk>
- <https://visit.kaunas.lt/lt/naujienos/isradejas-gediminas-nemanis-imonei-augant-geriausios-darbo-vietos-lieka-kaune/>
- <https://www.lrytas.lt/verslas/sekmes-istorijos/2013/09/24/news/kaunietis-garaze-isrado-dvirati-ir-verziasi-i-pasaulio-rinkas-4832344/>



FALLSTUDIE: Nr. 3		Litauen
TITEL:	Nachhaltige Produkte und Lösungen.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"SOLIDU-Kosmetik"	
Art der Industrie:	Kosmetika	
Anzahl der Mitarbeiter:	10 Mitarbeiter	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>"SOLIDU" - ist ein umweltfreundliches, hartes Shampoo, Conditioner, Seife, hergestellt in Litauen. Firmenmotto - Ohne Wasser. Ohne Plastik. Konzentriert und "SOLID". "SOLIDU"-Produkte werden in Litauen nach den Grundsätzen des "Null-Abfalls" und des verantwortungsvollen Konsums entwickelt. Obwohl die täglichen Haarpflegeprodukte bis zu 80 % Wasser enthalten, wird "SOLIDU" nur aus konzentrierten Wirkstoffen hergestellt, so dass diese Produkte keine Plastikverpackung benötigen. Bei der Entwicklung der umweltfreundlichen "SOLIDU"-Produkte haben wir die Natur und den Menschen im Blick: "SOLIDU" ist wirksam und einfach in der Anwendung, angereichert mit Ölen und wohltuenden Ölen für Haut und Haar, Pflanzenextrakten und natürlichen ätherischen Ölen.</p> <p>Die "SOLIDU"-Verpackung aus Bambusknollen, Stärke und natürlichem Kohlenstoff enthält weder Plastik noch Papier und zersetzt sich innerhalb von 45 Tagen im Boden oder auf dem Kompost.</p> <p>Die in einem litauischen Unternehmen hergestellten harten Shampoos und Conditioner wiegen 60 Gramm. Ausgehend von den Rückmeldungen und Beobachtungen der Verbraucher kann ein Stück Hartshampoo mit einer normalen Shampooflasche verglichen werden, was die Geschmeidigkeit und Haltbarkeit des Produkts angeht.</p> <p>Im Jahr 2021 kündigte das Unternehmen anlässlich des "Tags der Erde" eine Kampagne an, bei der sich jeder Käufer mit der Abgabe einer Bestellung verpflichtet, einen Baum in Litauen zu pflanzen (1 Bestellung = 1 gepflanzter Baum).</p> <p>Das Unternehmen nahm seine Tätigkeit im Jahr 2017 auf.</p>		
		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Vaiva Žvirblytė ist der Gründer von "SOLIDU".	
Profil:		
<p>Vaiva Žvirblytė studierte Chinesisch und arbeitete lange Zeit als Übersetzerin in China. Sie war auch in der Unternehmensberatung und im Verkauf tätig. Sie hat in den Bereichen Wirtschaft, Vertrieb, Marketing und Übersetzung gearbeitet und Erfahrungen gesammelt. Vor der Gründung des Unternehmens hatte Vaiva keine Erfahrung in den Bereichen Herstellung, Chemie oder Schönheit. Zu verstehen, wie die Produktionsprozesse ablaufen - Vaiva war ein bisschen kompliziert, aber das herausfordernde Mädchen sah alles kreativ und einfallsreich an. Als sie ein Unternehmen gründete, war Vaiva voller Experimente. Als das Team jedoch mit einem Mädchen mit Chemieausbildung aufgefüllt wurde, wurden die Prozesse sicherer. Derzeit besteht das Team des Unternehmens aus bis zu 10 talentierten und kreativen Menschen.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung		
Plastikverschmutzung.		
<p>Da die Welt in Plastik ertrinkt, müssen wir nach Alternativen zu den uns vertrauten Badezimmer- und Hygieneprodukten suchen. Es wird geschätzt, dass es 500 Jahre dauert, bis eine Shampooflasche aus Plastik kaputt ist.</p>		
Die Entscheidung:		
1. Schonung der Wasserressourcen.		
<p>Obwohl die täglichen Haarpflegeprodukte bis zu 80 % Wasser enthalten, wird "SOLIDU" nur aus konzentrierten Wirkstoffen hergestellt, so dass diese Produkte keine Plastikverpackung benötigen. Das Unternehmen kreiert umweltfreundliche "SOLIDU"-Produkte mit Blick auf die Natur und den Menschen.</p>		
2. Verringerung der Plastikverschmutzung.		
<p>Die "SOLIDU"-Produkte werden in Litauen nach den Grundsätzen des "Null-Abfall"-Prinzips und des verantwortungsvollen Verbrauchs entwickelt. Umweltfreundliche Verpackung.</p> <p>NATÜRLICH UND SICHER. Die "SOLIDU"-Verpackung ist plastik- und papierfrei: Sie besteht aus Stärke, Bambus und natürlichem Kohlenstoff. Bambus ist eines der nachhaltigsten Materialien, denn er kann bis zu einem Meter pro Tag wachsen! Die schwarze Farbe der Schachtel wird aus natürlichem Kohlenstoff und ohne synthetische Farbe gewonnen. In Erde oder Kompost zersetzen sich diese Verpackungen innerhalb von 45 Tagen.</p>		

WIEDERVERWENDBAR. Diese Verpackungen wurden nicht aus frischem Bambus hergestellt, sondern für ein zweites Leben gezüchtet - Bambusknollen, die für die Herstellung von Stöcken verwendet werden.

KOMPOSTABIL. Auf dem Boden oder im Kompost baut sich die "SOLIDU"-Verpackung innerhalb von 45 Tagen ab. Ja, das stimmt - die Verpackungen können einfach in den Boden eingegraben werden und schaden nicht nur nicht, sondern nützen dem Boden sogar. Da die Verpackungen auf Stärke basieren, können sie abgebaut werden und den Pflanzen als Dünger oder sogar als Futterzusatz dienen. Schließlich ist Stärke ein Lebensmittel.

ENDE DER LEBENSDAUER DER VERPACKUNG. Es wird empfohlen, die Papieretiketten von der Verpackung abzureißen, bevor sie kompostiert werden. Obwohl sie ohne Plastik hergestellt werden, zerfällt eine Schachtel ohne Papieretiketten schneller. Geben Sie die Etiketten zum Recycling zurück. Geben Sie die Verpackung in den Kompost oder vergraben Sie sie in der Erde. Werfen Sie die Verpackung am Ende ihrer Lebensdauer nicht in den normalen Hausmüll, da sie sich viel langsamer zersetzt als bei der Kompostierung unter häuslichen Bedingungen.

3. Nachhaltiger Transport, Lieferung.

VERSAND VON WAREN. Die Käufer erhalten alle online gekauften Waren in plastikfreien Verpackungen. Die Waren werden nur in Papierumschläge oder Kartons verpackt. Für die Bestellung wird die kleinstmögliche Verpackung gewählt, damit der Platz in den Kurierfahrzeugen nicht unnötig verschwendet wird. Auch die von den Lieferanten erhaltenen Verpackungen werden ein zweites Mal verwendet, so dass die Käufer die Sendung auch in einem bereits verwendeten Karton erhalten können. Für Füllmaterial, das manchmal zum Schutz der Ware während des Transports benötigt wird, werden ebenfalls Sekundärmaterialien oder Papier verwendet. Das Unternehmen verwendet niemals neues Plastik! Die Käufer erhalten keine Papierrechnungen, Frachtbriefe oder andere Dokumente in der Sendung, um nicht unnötig Papier zu verschwenden. Alle Dokumente werden in elektronischer Form per E-Mail, die bei der Registrierung des Kaufs online angegeben ist, eingereicht.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Plastikverschmutzung (Statistiken, Fakten).
- Nachhaltige Lösungen (Kosmetik, Produktionsprozess, Verpackung, Logistik).
- Wie können wir nachhaltiger werden?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://soliducosmetics.com/?lang=lt>
- <https://www.zmones.lt/naujiena/kietosios-kosmetikos-pradininkams-solidu-tvarias-idejas-lietuvoje-pavyko-paversti-madingomis.a3420a9b-f592-11e9-9fe0-aa000054c883>
- <https://www.delfi.lt/verslo-pozituris/pagaminta-lietuvoje/madinga-versla-isukusios-merginos-sluostonosi-tradiciniam-gamintojams.d?id=86187727>
- Film: "Seepiraterie" <https://www.seaspiracy.org>
- Film: "Ein Ozean aus Plastik" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



FALLSTUDIE: Nr. 4		Die Niederlande
TITEL:	Dilemma der Expansion	
DIE ORGANISATION:		
Name der Organisation:	"Pottle"	
Art der Industrie:	Recycling	
Anzahl der Mitarbeiter:	3	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Pottle ist ein innovatives Start-up-Unternehmen aus Friesland mit der bekannten Mission, "die Welt zu verbessern".</p> <p>Indem wir aus Abfall Wert schaffen. In unserer sozialen Pottle Factory verarbeiten wir Weinflaschen zu neuen Produkten.</p> <p>Wir alle müssen unseren Teil dazu beitragen, indem wir weniger Abfall produzieren. Aber wie kann man das tun? Heutzutage ist es unmöglich, in den Supermarkt zu gehen, ohne mit einem Berg von Plastik nach Hause zu kommen. Und nicht viel später landen all diese Verpackungen im Müll. Das Gleiche gilt für Glasabfälle. Wir werfen zum Beispiel eine leere Weinflasche direkt in den Glascontainer. Das ist seltsam, da wir Bierflaschen bis zu 20-30 Mal wiederverwenden. Das hat uns dazu inspiriert, Pottle zu gründen. Mit Pottle wollen wir dem Glasabfall ein 'neues Leben' geben. Unsere Produkte werden aus Abfall hergestellt, sind unendlich oft wiederverwertbar und außerdem ein echter Blickfang. So geben wir dem Glasabfall eine neue Bestimmung in Form eines runden Topfes, Glases, einer Kerze oder Vase. Damit vermeiden wir nicht nur Glasabfälle, sondern bieten auch eine Alternative zu nicht nachhaltigem Verpackungsmaterial. Gemeinsam können wir diese Gewohnheiten ändern. Pottle möchte einen Beitrag dazu leisten, wie wir mit Abfall umgehen und ihn betrachten.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Remco Krol & Jesse Alkema	
Profil: Mitbegründer von Pottle		
<p>Remco Krol ist nicht nur Hörgeräteakustiker, sondern auch Mitbegründer von Pottle, weil er seine Energie nutzen möchte, um etwas zu bewirken.</p> <p>Jesse Alkema ist in Leeuwarden wegen seiner Arbeit für Brownies und Downies ein großer Name. Brownies and Downies ist ein Konzept, bei dem Essen und Gastfreundschaft von Menschen mit Down-Syndrom übernommen werden.</p> <p>Neben seiner Arbeit für Brownies und Downies gründete er zusammen mit Remco denn Pottle:</p> <p>Wir glauben, dass Spaß, persönliches Wachstum und das Gefühl, wichtig zu sein, das Selbstwertgefühl und das Selbstvertrauen stärken. Wir glauben, dass dies die Grundlage für ein stärkeres und glücklicheres Individuum ist, so dass Schritte in Richtung eines wertvolleren Lebens unternommen werden können.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
<p>Wenn Pottle weiter wächst, wird es vielleicht immer größer werden. Aber der Charme oder die Stärke von Pottle ist, dass sie mit Hotels, Restaurants und Cafés vor Ort zusammenarbeiten. In diesen Unternehmen sammeln sie die gebrauchten Flaschen ein. Wenn sie also in andere Städte expandieren wollen, müssen sie auch dort ein Zentrum haben.</p> <p>Entscheiden Sie sich dafür, grenzenlos zu wachsen und dabei das zu verlieren, was Sie besonders gemacht hat, oder beschränken Sie Ihr eigenes Wachstum?</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Eine Entscheidung ist noch nicht gefallen, da Pottle noch nicht in Betrieb genommen wurde. Aber die Hauptidee ist, den Charme (oder die Stärke) von Pottle zu erhalten und nicht zu erweitern.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was ist das Ziel? So groß wie möglich sein oder wollen Sie es klein halten, aber so, wie Sie es wollen? - Gibt es eine Möglichkeit, gleichzeitig groß und unauffällig zu sein? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://pottle.nl/ 		



FALLSTUDIE: Nr. 5		Die Niederlande
TITEL:	Dilemma bei Festivals	
DIE ORGANISATION:		
Name der Organisation:	"Willkommen im Dorf"	
Art der Industrie:	Freizeit und Veranstaltungen	
Anzahl der Mitarbeiter:	∞	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
Welcome to The Village ist ein Ort, an dem die großen Namen des Festivals auftreten, aber auch ein Ort, an dem man neue Talente entdecken kann. Es ist aber nicht nur ein Musikfestival, sondern auch ein Festival für Theater, Innovation, Kunst, Tanz, Essen und Design.		
Das Festival arbeitet mit einigen lokalen Gastronomen und Landwirten zusammen, baut mit Freiwilligen eigene Bühnen auf und arbeitet bei der Gestaltung des Festivals mit Menschen in einem Tagesbetreuungsprogramm und Senioren zusammen.		
Und natürlich werden sie alle vorbeikommen, um sich das Endergebnis anzuschauen.		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Wytse Dijkstra	
Profil: CEO von Welcome to the Village Festival		
Was Sie bekommen, wenn Sie Wytse engagieren, ist Energie. Sei es auf der Bühne, als Vorsitzender des Tages oder während eines kreativen Prozesses, bei dem er die künstlerische Leitung innehat oder einen anderen Beitrag leistet. Energie, um einen Wagen zu ziehen. Energie, um die Köpfe in dieselbe Richtung zu lenken. Energie, um die Initiative zu ergreifen. Und Energie, um Dinge in Gang zu bringen. Wytse bringt die Dinge in Bewegung, indem er Geschichten erzählt. (https://www.linkedin.com/in/wytse-d-b1a1a799/)		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Das Festival soll umweltfreundlich sein und Raum für die Erprobung neuer Projekte und Initiativen bieten. Das Ziel ist es, während des Festivals neue Dinge zu testen, die zum Aufbau einer besseren Welt beitragen können. Aber das Dilemma ist, dass die Organisation eines Festivals - auch wenn man grün und umweltfreundlich sein will - immer einen Lebensmittelabdruck hinterlässt. Es ist also ein schmaler Grat, ob man ein umweltfreundliches Festival organisiert, um die Menschen zu inspirieren, oder ob man das nicht tut, so dass man zwar null Prozent Umweltverschmutzung, aber auch keine Ehrfurcht hat.		
Die Entscheidung:		
Es wird beschlossen, dass das Festival organisiert wird. Bei der Entscheidung geht es eher um den Prozess. Die einbezogenen Normen und Werte sind Menschen, Planet und Wohlstand.		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Gibt es Alternativen, um die gleiche Anzahl von Menschen zu erreichen, ohne ein Festival zu veranstalten? - Ist es notwendig, ein Festival zu organisieren, um das Bewusstsein zu schärfen? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://welcometothevillage.nl/ • https://cleanriver.com/blog-plan-eco-friendly-event/ • https://greenfestivals.ca/ 		



FALLSTUDIE: Nr. 6		Deutschland
TITEL:	Wie kann man eine Unternehmensgründung nachhaltig gestalten?	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Herbsom / Ili Skincare"	
Art der Industrie:	Schönheit und Gesundheit	
Anzahl der Mitarbeiter:	3	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Herbsom wurde im Jahr 2019 gegründet. Die beiden Gründerinnen haben erkannt, dass sich viele Menschen ein Hautpflegeprodukt wünschen, das natürlich und nicht chemisch ist und über das sie die volle Kontrolle und Transparenz haben, d.h. sie können entscheiden, welche Inhaltsstoffe in welchen Mengen verwendet werden. So bietet Herbsom eine individuell gestaltbare Naturkosmetik, die auf die persönlichen Bedürfnisse der Haut zugeschnitten ist. Der Kunde kann entscheiden, welche natürlichen Öle und Extrakte in seinen Produkten enthalten sind.</p> <p>Herbsom ist bisher ein kleines Unternehmen und hat erst vor kurzem seine ersten Produkte auf den Markt gebracht. Daher haben die beiden Gründer derzeit alle Entscheidungen zu treffen, um das Unternehmen auf den Weg in die Zukunft zu bringen, und sie setzen sich sehr dafür ein, dies verantwortungsvoll und unter Berücksichtigung ethischer Grundsätze zu tun.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Alica Klemm und Katrin Fesenmeyer	
Profil:		
<p>Alica und Katrin sind die beiden Mitbegründerinnen des Unternehmens. Sie haben sich an der Universität kennengelernt und sind durch ihre Ideen für eine bessere, nachhaltigere und transparentere Schönheits- und Gesundheitsindustrie verbunden. Sie haben beide Marketing studiert und verfügen daher über viel Wissen über die geschäftliche Seite, aber weniger über die chemische Seite. Daher brauchen sie ihre ganze Leidenschaft, um sich mit den Produktionsherausforderungen ihrer Branche zu befassen.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Das Problem:		
<p>Die beiden Gründer sind sehr umweltbewusst. Sie waren sich bewusst, dass jedes neue Produkt eine neue Umweltverschmutzung bedeutet, denn jedes neue Produkt bedeutet zusätzlichen Abfall und Emissionen aufgrund von Produktion, Verpackung und Lieferung. Obwohl sie wussten, dass ihr Endprodukt umweltfreundlich sein würde, verbrachten sie in den Gründungstagen ihres Unternehmens viele Tage damit, sich Gedanken darüber zu machen, wie sie den gesamten Produktentwicklungs- und Lieferprozess klimafreundlich gestalten könnten.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Um ihre Bedenken auszuräumen, suchten die beiden Gründer von Anfang an nach umweltfreundlichen Lösungen für alle ihre Produktionsschritte. Das bedeutet zwar an manchen Stellen höhere Kosten, aber letztlich konnten sie ihr Produkt mit gutem Gewissen liefern.</p> <p>Auf diese Weise entdeckten sie viele umweltfreundliche Lösungen, von denen sie vorher nichts wussten, zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verwendung recycelter Verpackungen • Verwendung von recycelten Produktionsmaterialien, wie z. B. recyceltem Glas und Karton • Lokale Produktion und Verwendung lokaler Zutaten anstelle von Importen aus der ganzen Welt • Nutzen Sie den umweltfreundlichen Versand (z. B. DHL GoGreen) • Kompensieren Sie Emissionen, spenden Sie an Organisationen • Den Kunden das Thema Umweltbewusstsein vermitteln und Anregungen geben, wie man den eigenen Abfall reduzieren kann <p>Das ist zwar nicht immer einfach und billig, aber es hilft Herbsom, ein umweltfreundliches Unternehmen zu werden. Dies steht im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen, insbesondere in der Kosmetikbranche. Es hilft den Gründern nicht nur, mit ihrer Vision zufrieden zu sein, sondern gibt ihnen sogar ein zusätzliches Verkaufsargument, weil die Kunden wissen, dass sie von einem ethischen Unternehmen kaufen!</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Sehen Sie neue Produkte/Unternehmertum auch als schädlich für die Umwelt an? Wenn ja, was wären Ihre Ideen, um dieses Problem zu lösen? Wenn nein, warum nicht? - Nachdem Sie die von den Gründern unternommenen Schritte überprüft haben: Sind Sie mit allen Ideen einverstanden? Welche waren für Sie überraschend? Gibt es etwas, das noch getan werden könnte? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • www.herbsom.de 		



FALLSTUDIE: Nr. 7		Griechenland
TITEL:	Nutcycle, Färben von Kleidung mit natürlichen Nussfarbstoffen.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"TERNUA"	
Art der Industrie:	Herstellung von Kleidung	
Anzahl der Mitarbeiter:	+200	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Ternua wurde 1995 gegründet und ist ein in Spanien (Mondragon, Gipuzkoa) ansässiges Unternehmen, das technische Hochleistungsbekleidung für Outdoor-Aktivitäten für Männer, Frauen und Kinder für alle Arten von Outdoor-Aktivitäten online anbietet: Bergsteigen, Trail Running, Trekking und vieles mehr. Ternua fertigt seine Kleidung "getreu seinen Prinzipien, auf nachhaltige Weise und mit recycelten Materialien" und beschreibt sich selbst als "eine engagierte und nachhaltige Marke, die den Planeten und die Menschen schützt, aus einer Perspektive, die die Beziehung zwischen beiden darstellt". Die Werte von Ternua beziehen sich auf einen naturverbundenen Outdoor-Geist, Innovation bei Materialien und Prozessen mit funktionalem Mehrzweckdesign, Nachhaltigkeit und einen hochwertigen Herstellungsprozess.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Eduardo Uribesalgo Altuna	
Profil:		
<p>Herr Uribesalgo verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Branche. Er ist Gründer der Marken Ternua und Astore, war jahrelang Marketing- und Produktdirektor für diese Marken und ist jetzt Innovationsdirektor.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
<p>Ein Umweltdilemma in der Bekleidungsindustrie mit zwei Seiten:</p> <p>A) Apfelweinhäuser sind eine traditionelle Art von Restaurants im Küstenbaskenland (Spanien) mit etwa 20.000 Besuchern pro Jahr. In dieser traditionellen und ländlichen Landschaft sind die übliche Nachspeise Nüsse mit einem geschätzten Gesamtverbrauch von 55.000 Kilo pro Jahr, was eine große Menge an Abfall in Form von Schalen erzeugt, die dann von jedem einzelnen Restaurant ohne weitere Behandlung weggeworfen werden.</p> <p>B) Gleichzeitig stellt TERNUA Kleidung in einem industrialisierten Verfahren her, bei dem billige synthetische Farbstoffe zum Färben der Kleidungsstücke verwendet werden, wie es in der Industrie üblich ist. Die Kosten für diese Farbstoffe sind nicht monetär, sondern ökologisch, da sie zur Verschmutzung des Planeten beitragen. Hinzu kommt, dass die Kunden von TERNUA (meist Sport- und Outdoor-Fans mit mittlerem oder hohem Einkommen) umweltfreundlichere und nachhaltigere Kleidung verlangen, da die Marke ihre Markenstrategie auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz ausrichtet. Die Realität in der Branche ist jedoch weit von diesen Ansprüchen entfernt.</p> <p>Wir müssen auch bedenken, dass die Änderung von Prozessen in dieser Größenordnung eine beträchtliche Investition mit ungewissem Ausgang bedeutet.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>In diesem Zusammenhang beschloss das Unternehmen, mit jeder einzelnen Mosterei und anderen kleineren landwirtschaftlichen Betrieben zusammenzuarbeiten und die Nussabfälle zu sammeln, um sie zu lagern, zu behandeln und in biosynthetische Farbstoffe mit vollständiger Rückverfolgbarkeit umzuwandeln, die aus landwirtschaftlichen Abfällen und natürlichen Kräutern gewonnen werden. Mit diesem Schritt konnte TERNUA eine sauberere und umweltfreundlichere Produktion verfolgen, die zur Kreislaufwirtschaft beiträgt. Dabei entdeckten sie auch, dass die Verwendung von Rohstoffen aus natürlichen Abfällen keine negativen Auswirkungen auf die Farbstoffherstellung hat. Der einzige Nachteil ist, dass die mit diesem Verfahren erhältlichen Farben auf erdige Brauntöne beschränkt sind.</p> <p>Alles in allem konnte TERNUA durch die Übernahme der Führung bei der Lösung eines Umweltdilemmas einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft in ihrer Heimatregion leisten und gleichzeitig die Abfallmenge reduzieren sowie zur Innovation und zur Stärkung des Bewusstseins für Nachhaltigkeit in einer der umweltschädlichsten Industrien der Erde beitragen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Warum hat sich TERNUA Ihrer Meinung nach für diese Art der Innovation entschieden? - Welche anderen Verwendungszwecke können Nüsse Ihrer Meinung nach haben? - Würden Sie diese Art von Kleidung tragen, um zur Nachhaltigkeit beizutragen? - Können Sie sich eine ähnliche Partnerschaft auch in Ihrer Region vorstellen? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.ternua.com/com/sustainability-nutcycle 		



FALLSTUDIE: Nr. 8		Griechenland
TITEL:	Wasserstoffbetriebene Drohnen	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	GRUPPE "DRONAK"	
Art der Industrie:	Hightech-Technik	
Anzahl der Mitarbeiter:	10	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Dronak (Bilbao, Baskenland, Spanien) wurde 2015 von einer Gruppe von Freunden gegründet, nachdem einer der Gründer eine Drohne gekauft hatte und feststellte, dass sie ihre Umgebung faszinierte und es eine Marktlücke gab, die genutzt werden konnte. Das Unternehmen wurde nach dem "Lean-Startup"-Geschäftsmodell mit seiner ersten Marke DRONAK PROFESSIONAL aufgebaut und hat sich Jahr für Jahr organisch mit neuen Marken unter dem Dach der DRONAK GROUP entwickelt, indem die Einnahmen der führenden Produkte in neue Marken reinvestiert wurden.</p> <p>Neben anderen Initiativen und externen Kooperationen arbeitet Dronak an einem eigenen Master der Universität des Baskenlandes (UPV/EHU) mit, der sich mit der Steuerung und Aufzeichnung von Drohnen beschäftigt.</p> <p>Dronak wurde außerdem mit einer Vielzahl von Preisen für seine Innovationskraft, seine guten Branchenpraktiken und seinen sozialen Einfluss ausgezeichnet.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Favia Silva (CEO)	
Profil:		
<p>Frau Silva hat mit Unternehmen in Europa und Brasilien zusammengearbeitet, um ihnen bei der Internationalisierung zu helfen, und hat Unternehmen in Bereichen wie Architektur, Gastronomie, Mode und Technologie, ihrer derzeitigen Leidenschaft, gegründet und geleitet. Sie ist auch Sprecherin und Aktivistin für die Rechte der Frauen und bietet Konferenzen zur Unternehmensgründung und -befähigung an.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Innovationen für umweltfreundlichere Drohnen:		
<p>Drohnen haben in den letzten zehn Jahren an Popularität gewonnen, nicht nur wegen ihrer spielerischen oder militärischen Seite (die bekannteren), sondern auch wegen ihres Nutzens in verschiedenen Sektoren, da Drohnenaufnahmen unter anderem topografische Scans und HD-Bildaufnahmen ermöglichen. Daher ist die Nachfrage nach Massenproduktion und ständiger Innovation in diesem Bereich ungebrochen hoch, und die Unternehmen der Branche müssen sich ständig neu erfinden, um im Geschäft zu bleiben.</p> <p>Wie jede andere Maschine brauchen auch Drohnen Energie, um zu funktionieren, und das ist in der Regel Elektrizität. Die gebräuchlichsten Batterien für elektrisch betriebene Fahrzeuge werden aus Lithium hergestellt, das in einem langwierigen und umweltschädlichen Prozess vom Abbau bis zum Endprodukt gewonnen wird, der sich nicht nur auf die Umwelt auswirkt, sondern auch eine gefährliche Arbeit ist, die vor allem in Entwicklungsländern durchgeführt wird und mit verschiedenen arbeitsbedingten Risiken verbunden ist. Ein Prozess, der zwar von den Käufern und den relevanten Interessengruppen als nicht ideal angesehen wird, der aber den Bedarf an diesem Material nicht verringert.</p> <p>Dronak beispielsweise hat eine Öko-Drohne entwickelt, die zu 78 % aus biologisch abbaubarem Material besteht. Diese Innovationen betreffen jedoch nicht das Energiesystem, die Kabel und die Batterien, die einen höheren spezifischen Bedarf haben als andere Teile der Drohne.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Im Einklang mit den Werten des Unternehmens und der Betonung des Umweltschutzes und der Verbindung von Technologie und Mensch beschloss Dronak, in einen der wenigen Bereiche der Drohne zu investieren, den sie noch nicht in Angriff genommen hatten, um ihre Drohnen noch umweltfreundlicher zu machen. Zu diesem Zweck wurden neue Wasserstoffbatterien entwickelt, die nicht nur zu 100 % ökologisch sind, da viel Wasserstoff durch Restwasser oder in Solarenergiebatterien erzeugt wird, sondern auch eine viermal längere Autonomie als die durchschnittliche Lithiumbatterie ermöglichen.</p> <p>Mit dieser Innovation verfolgt das Unternehmen seinen Kompromiss mit nachhaltiger sozialer Innovation, die sich auf die persönliche Befähigung, den Einsatz von KI und Robotik zur Unterstützung von Menschen und die Anwendung der Kreislaufwirtschaft überall konzentriert.</p> <p>Darüber hinaus werden diese neuen Drohnen für die Präzisionslandwirtschaft entwickelt, eine hochtechnologische Form der Landwirtschaft, die präzise Messungen von Variablen rund um das Produkt erfordert, was wiederum und unter anderem auch die Umweltauswirkungen dieser Tätigkeit verringert.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Welcher andere Sektor kann die Drohnentechnologie einsetzen? 		



<ul style="list-style-type: none"> - Warum konzentriert sich Dronak so sehr auf die Nachhaltigkeit? - Sehen Sie irgendwelche negativen Aspekte von Drohnen?
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]: <ul style="list-style-type: none"> • https://dronak.com/

FALLSTUDIE: Nr. 9		Spanien
TITEL:	IAIOS, ein Beispiel für Kreislaufdesign in der Textilindustrie	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"IAIOS"	
Art der Industrie:	Textil- und Modesektor	
Anzahl der Mitarbeiter:	3	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>IAIOS ist ein katalanisches Familienunternehmen der Textilbranche, das Pullover auf traditionelle Weise herstellt: zu 100 % aus recycelten Rohstoffen und für eine lange Lebensdauer konzipiert. Das Produktionsmodell basiert auf der Verwendung von recyceltem Garn, lokaler Fertigung und zirkulärem Design. In den 90er Jahren schuf die Familie eine Marke, IAIOS, die aufgrund des mangelnden Bewusstseins für Nachhaltigkeit bei Textilien und recycelten Stoffen wieder verschwand. Die Gründung der Marke IAIOS führte zur Herstellung einer anderen Art von Pullover. Das Konzept "avis" oder "iaios", was so viel wie Großeltern bedeutet, sollte gestärkt werden, da es die Philosophie der Kollektionen aufgreift: Pullover, die für die Ewigkeit geschaffen sind, hergestellt wie früher, mit Rohstoffen, Handarbeit und lokalen Produktionsverfahren. Die verschiedenen IAIOS-Modelle haben ein einfaches Design, das das Kleidungsstück zu einem aktuellen und zeitlosen Pullover macht.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Amadeu, Bernat und Gemma Barbany.	
Profil:		
<p>Im Jahr 2016 haben ihre Urenkel Amadeu Barbany, der Ladenbesitzer, Bernat Barbany, der Biologe, und Gemma Barbany, die Designerin, die Urenkelin des Eigentümers, die Marke wiederbelebt und sie in ein Produktions- und Designmodell der Kreislaufwirtschaft eingebettet.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Der Textilsektor ist einer der wichtigsten Sektoren der Welt. Er ist auch einer der Sektoren, die in den letzten Jahren am meisten unter die Lupe genommen wurden, da sein übermäßiges Wachstum Auswirkungen auf die Umwelt, die Arbeitsbedingungen, die Verteidigung der Menschenrechte der Arbeitnehmer und die Gesundheit der Menschen hat. Nach Angaben der UNO ist die Modeindustrie die zweitgrößte Umweltverschmutzung der Welt. Wenn wir mit dem derzeitigen Modell weiterarbeiten, werden die Luftschadstoffemissionen dieser Branche bis 2030 um fast 50 % steigen³. Die Textilindustrie ist nach der Energiewirtschaft der zweitgrößte Wasserverbraucher der Welt. Die Arbeitsbedingungen in der Textil- und Modeindustrie beginnen mit dem Anbau und der Ernte von Rohstoffen wie Baumwolle und Leinen. Bessere Arbeitsbedingungen können einen Dominoeffekt auf andere gefährdete Arbeitsbereiche wie Überstunden, unsichere Wohnverhältnisse, schlechte Ernährung, Gesundheitsprobleme und das Risiko von Kinderarbeit haben.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Die Kreislaufwirtschaft ist ein neues Wirtschaftsmodell, das darauf abzielt, die Produktions- und Verbrauchsmuster der Gesellschaft zu verändern, um ein nachhaltiges Produktionssystem zu schaffen. In der Kreislaufwirtschaft wird zwischen technischen und biologischen Kreisläufen unterschieden. Bei den technischen Kreisläufen wird angestrebt, dass die Produkte so gestaltet sind, dass sie wiederverwendet werden können. Wir müssen von linearen Stoff- und Energieflüssen zu kreisförmigen Stoff- und Energieflüssen übergehen. In der Europäischen Union ist die so genannte "Kreislaufwirtschaft" zu einer Priorität geworden. In diesem Umfeld wurden in Spanien verstärkt Maßnahmen im Bereich der Kreislaufwirtschaft ergriffen. Diese Maßnahmen wurden von der Europäischen Union unterstützt und konzentrieren sich auf neue Geschäftsmodelle, Produktionssysteme und Konsumformen. Laut COTEC (2019) war die Anzahl der im Jahr 2019 identifizierten Fälle von Kreislaufwirtschaft dreimal so hoch wie im Bericht aus dem Jahr 2017. Derzeit entwickelt das Ministerium eine "Strategie der Kreislaufwirtschaft 2030".</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Sie zeigt auf, welche SDGs durch die Produktion des Textilsektors beeinträchtigt werden und welche durch die neuen Produktionstrends, die umgesetzt werden, verbessert werden können. - Faktoren, die das Unternehmen analysieren muss, wenn es eine mögliche Internationalisierung seiner Märkte in Betracht zieht. 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		



- <https://iaios.com/pages/botigues?lang=ca>

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Fallstudien zum Thema "Verantwortungsvolles und faires Management".

FALLSTUDIE: Nr. 10		Die Niederlande
TITEL:	Das Dilemma der Lieferanten	
DIE ORGANISATION:		
Name der Organisation:	"FAIR PHONE"	
Art der Industrie:	Einzelhandel	
Anzahl der Mitarbeiter:	-	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Fairphone ist ein sozial verantwortliches Unternehmen, das sich für fairere Elektronik einsetzt. Durch die Herstellung eines Telefons durchbrechen wir die Vertriebskette und schaffen neue Beziehungen zwischen Menschen und ihren Produkten. Wir leisten einen positiven Beitrag zur gesamten Wertschöpfungskette in den Bereichen Rohstoffgewinnung, Design, Herstellung und Lebensdauer und erweitern den Markt für Produkte, bei denen ethische Werte an erster Stelle stehen. Gemeinsam mit unserer Gemeinschaft verändern wir die Art und Weise, wie Produkte hergestellt werden.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Bas van Abel und Eva Gouwens	
Profil: Designer des nachhaltigen, "fairen" Fairphone-Smartphones		
Bas van Abel		
<p>Der Designer Bas van Abel (1977) gründete 2013 Fairphone und ist dessen Chief Executive Officer. Er war Kreativdirektor der Waag Society, einer der Initiatoren des Fablab Amsterdam und ist Mitautor des Buches Open Design Now. Mit dem Fairphone arbeitet Van Abel an einem neuen Industriestandard für ehrliche und nachhaltige Produkte. Dieses Jahr erhielt er einen Momentum for Change Award von Ban Ki Moon, dem Generalsekretär der Vereinten Nationen.</p> <p>Bas van Abel: "Ich empfinde es als eine große Ehre, an einem der innovativsten Designfestivals der Welt mitzuwirken. Die DDW konzentriert sich nicht nur auf die Endprodukte, sondern bietet auch viel Raum zum Experimentieren. Die Veranstaltung erhebt Design nicht in ferne Höhen, sondern betont die Rolle von Design in sozialen Fragen. Ich erwarte eine breit angelegte Veranstaltung mit viel Nachdruck auf sozialen Themen und einem kritischen Blick auf technologische Themen.</p> <p>Das Unternehmen wuchs schnell und beschäftigt heute 89 Mitarbeiter, wobei das Verhältnis der Geschlechter fast 50/50 beträgt und der Vorstand stark weiblich besetzt ist. An der Spitze des Unternehmens steht Eva Gouwens, die 2017 als Geschäftsführerin eintrat.</p> <p>Sie sagt: "Ich unterstütze Bas van Abel, unseren Gründer, mit meiner Erfahrung in der Führung und Skalierung eines Sozialunternehmens."</p> <p>Gouwens sammelte 13 Jahre lang Erfahrungen bei einigen der führenden europäischen FMCG-Marken und leitete die belgische Fairtrade-Schokoladenmarke Tony's Chocolonely, wo sie als "die erste Dame der Fairtrade-Schokolade" bekannt wurde und ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 50 % steigern konnte.</p> <p>Mit einer Geschäftsphilosophie, die darauf abzielt, "kommerziell erfolgreiche Unternehmen als nachhaltige Quelle für das Gute in der Welt" aufzubauen, ergänzte ihre Erfahrung Abels Designhintergrund, und im folgenden Jahr wechselte er in den Aufsichtsrat, während Gouwens die Rolle des CEO übernahm.</p> <p>Mit diesem Schritt wurde der Grundstein für die nächste Wachstumsphase des Unternehmens gelegt - Fairphone sammelte bis Dezember 2018 in neun Runden 40,7 Millionen US-Dollar ein - und Gouwens leitet nun alle Geschäfte vom Fairphone-Hauptsitz in Amsterdam aus.</p> <p>Normalerweise beginnt Gouwens' Tag mit einer einstündigen Pendelfahrt. Morgens informiert sie sich während der Fahrt über die Nachrichten, gefolgt von einem Hörbuch oder Podcast.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
<p>Nachdem der Hersteller der Bildschirme angekündigt hatte, die Produktion von Bildschirmen einzustellen, sahen sich van Abel und Eva Gouwens gezwungen, kurzfristig viele Ersatzbildschirme auf Lager zu nehmen. Immerhin hatten sie ihren Kunden versprochen, dass das leicht zu reparierende Fairphone mindestens 3 bis 5 Jahre halten würde. Nicht gerade nachhaltig: Die Wahrscheinlichkeit, dass das Unternehmen mit einem Überschuss an unbrauchbaren Bildschirmen dastehen würde, war groß.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Sie könnten sich einen neuen Lieferanten suchen, aber das ist nicht so einfach. Sie sollten Nachforschungen anstellen. Außerdem können sie sehen, ob sich ihre Produktion oder ihre Materialien ändern könnten. Der Fonder könnte seine Mitarbeiter um Rat oder Hilfe bitten.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		



- Wie ist das Gleichgewicht zwischen dem Versprechen, dem Auftrag und dem tatsächlichen Handel?
- Wie viel ethischer Spielraum muss genutzt werden, um dieses Problem zu lösen?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://www.fairphone.com/en/>
- <https://www.volkskrant.nl/wetenschap/fairphone-2-deugt-nu-nog-een-beetje-meer-b5373b31/>



FALLSTUDIE: Nr. 11		Die Niederlande
TITEL:	Gemeinsame Nutzung großer Daten durch Technologieunternehmen	
DIE ORGANISATION:		
Name der Organisation:	"Facebook" (jetzt bekannt als Meta)	
Art der Industrie:	ICT	
Anzahl der Mitarbeiter:	-	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
Facebook ist eine Social-Networking-Website, die es Ihnen leicht macht, sich mit Familie und Freunden online zu verbinden und auszutauschen. Ursprünglich für Studenten entwickelt, wurde Facebook 2004 von Mark Zuckerberg während seines Studiums an der Harvard University gegründet. Im Jahr 2006 konnte jeder, der älter als 13 Jahre war und eine gültige E-Mail-Adresse besaß, Facebook beitreten. Heute ist Facebook das größte soziale Netzwerk der Welt mit mehr als 1 Milliarde Nutzern weltweit.		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Mark Zuckerberg	
Profil: Mitbegründer Facebook		
Er ist ein amerikanischer Internetunternehmer und Philanthrop. Er ist bekannt als Mitbegründer von Facebook, und ist dessen Vorsitzender, Chief Executive Officer und Hauptaktionär.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Vor einigen Jahren gab es eine Diskussion über den weltweiten Austausch privater Daten von Menschen. Große Tech-Unternehmen schienen ein starkes Interesse daran zu haben! Algorithmen wurden eingesetzt, um das Suchverhalten zu beeinflussen! Die Daten wurden an kommerzielle Parteien verkauft oder zu Werbe-, Ermittlungs- und Überwachungszwecken verwendet. Nach Angaben eines Sprechers genügte diese Methode "den geltenden Gesetzen und Vorschriften".		
Die Entscheidung:		
Die Grenzen und Regeln für den Einfluss und das Eigentum an den Daten der Kunden sozialer Medien und von Technologieunternehmen im Allgemeinen müssen erforscht werden. In den USA werden Vorschriften erörtert, und in Europa wird (aufgrund des wachsenden Einflusses der Technologie auf Wähler und Öffentlichkeit) eine Überprüfung vorgenommen, um den Schutz der Privatsphäre zu "gewährleisten". Es beginnt mit der Sensibilisierung.		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Wie groß ist der Umfang der Datenverteilung und wie wirken sie sich negativ aus? - Tragen Gesetze und Verordnungen wirklich dazu bei, die Freiheit und Wahlmöglichkeiten der Kunden und Einzelpersonen zu sichern? - Was ist wirklich notwendig, um individuelle Entscheidungen zu treffen? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election • https://www.techrepublic.com/article/facebook-data-privacy-scandal-a-cheat-sheet/ • https://terranovasecurity.com/data-privacy-scandal-facebook/ • https://edu.gcfglobal.org/en/facebook101/what-is-facebook/1/ 		



FALLSTUDIE: Nr. 12		Die Niederlande
TITEL:	Dilemma der Bewerbung	
DIE ORGANISATION:		
Name der Organisation:	Jede Organisation	
Art der Industrie:	Jede Art, z. B. ein Restaurant in den Niederlanden	
Anzahl der Mitarbeiter:	-	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Generell steht jede Organisation, die Personal einstellt, vor dem Dilemma zu prüfen, ob ihr Bewerbungsverfahren ethisch vertretbar und nachhaltig ist. Jeder Vorstand oder Mitarbeiter sollte sicherstellen, dass er sein Verfahren überdenkt, um eine faire Chance für alle zu haben, dem Team oder der Organisation beizutreten und einen Beitrag zum Unternehmen oder der Organisation zu leisten.</p> <p>Für das Beispiel haben wir ein Restaurant gewählt.</p> <p>Es ist ein Restaurant in Leeuwarden. Sie verkaufen gegrillten Käse-Sandwiches und andere Lebensmittel, die ein Menü hinzufügen.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Unbekannter	
Profil: CEO und Gründer des Restaurants		
<p>Er ist ein niederländischer Unternehmer und lokaler Geschäftsinhaber. Ihm gehören viele Restaurants und Clubs in Leeuwarden. Sein Hauptaugenmerk liegt auf seiner erstklassigen Gastfreundschaft. Er verlangt, dass seine Angestellten perfekt aussehen und feuert jeden, der nicht seinen Standards entspricht.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
<p>Ein Unternehmen in einer Stadt in den Niederlanden möchte neue Mitarbeiter für sein neues Restaurant einstellen. Sie verkaufen gegrillte Käsesandwiches (niederländisch: Tosti's). Sie bereiten eine Bewerbung vor, sind sich aber nicht sicher, wie sie mit einigen Dingen umgehen sollen, die die Bewerber mitbringen könnten: gefärbte Frisur, Tattoos, Ohringe oder Piercings und andere Stile. Was ist bei der Einstellung von Personal ethisch? Geht es nur um die Fähigkeiten oder auch um das Image, das sie mitbringen? Welche Entscheidungen sind für den Geschäftsführer und den Inhaber ethisch vertretbar?</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Sie bereiten eine Bewerbung vor, sind sich aber nicht sicher, was sie mit einigen Dingen anfangen sollen, die die Bewerber mitbringen könnten: gefärbte Frisur, Tattoos, Ohringe oder Piercings und andere Frisuren. Sie beschließen, ein Gespräch mit den anderen Mitarbeitern zu führen. Sie kommen überein zu prüfen, ob der Bewerber zum Team beiträgt, den Kontakt zu den Kunden hält und fachlich für die Stelle geeignet ist. Dies alles, ohne weitere Einschränkungen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was ist bei der Einstellung von Personal ethisch vertretbar? - Sind es nur die Fähigkeiten oder auch das Image, das sie mitbringen? - Welche Entscheidungen sind für den Manager und den Eigentümer ethisch vertretbar? - Welche Erfahrungen wurden in der Vergangenheit gemacht? - Was ist dem derzeitigen Personal bekannt? - Welchen Standard hat das Unternehmen für seine Mitarbeiter, der zu seinem Image und zu den Kunden passt, die es empfängt? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.rtlnieuws.nl/editien/artikel/4474286/geen-baan-door-gezichtstattoo-ik-kan-niet-het-hele-jaar-een-coltrui-dragen • https://www.bbc.com/news/magazine-29211526 • https://www.legalmatch.com/law-library/article/can-i-be-fired-for-my-tattoos-and-piercings.html#:~:text=Wenn%20eine%20Tätowierung%20oder%20Piercing%20dem%20Arbeitgeber%20eine%20unzumutbare%20Härte%20verursachen. • https://bodyartforms.com/blog/piercings-in-the-workplace-a-guide-to-maybe-not-getting-fired.asp 		



FALLSTUDIE: Nr. 13		Deutschland
TITEL:	Rechte an geistigem Eigentum in der Kreativwirtschaft	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	Verlag "Super Tramps Club" (STC)	
Art der Industrie:	Veröffentlichung	
Anzahl der Mitarbeiter:	1	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>STC ist ein italienischer Online-Verlag für Kurzgeschichten und Gedichte. Es werden aber auch Geschichten und Gedichte von internationalen Autoren veröffentlicht. Der Verlag ist jetzt 5 Jahre alt und hat derzeit mehr als 10 Autoren, die für ihn schreiben. Sie organisieren auch einige lokale Veranstaltungen und Festivals und haben einige Podcasts hochgeladen.</p> <p>STC wurde gegründet, um Geschichten von unbekanntem Autoren zu sammeln und ihnen eine Plattform zu geben. Der Gründer, Giulio Frangioni, wählt die Autoren selbst aus und steuert sogar einige seiner eigenen Geschichten bei.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Giulio Frangioni	
Profil:		
<p>Giulio gründete das Unternehmen im Alter von 15 Jahren. Was als Hobby begann, hat sich im Laufe der Jahre zu einer Leidenschaft entwickelt. Parallel zur Leitung des Verlags studiert er Literatur und baut das Unternehmen auf, indem er neue Autoren findet und neue Zielgruppen anspricht.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Wenn Autoren eine Geschichte schreiben, wird die Geschichte für sie ein bisschen wie ein Kind. Gleichzeitig muss STC Standards einhalten und auch eine bestimmte Qualität sicherstellen. Das macht es manchmal schwierig zwischen dem Verlag und seinen Autoren. Mit anderen Worten: Der Verlag muss manchmal ändern, was die Autoren produziert haben, ihr geistiges Eigentum. Dies auf faire Weise zu tun, ohne die Rechte der Autoren an ihrem geistigen Eigentum zu verletzen, kann schwierig sein, und manche Geschichten können nicht akzeptiert werden, auch wenn die Autoren sich bemühen.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Es muss klare Richtlinien für alle geben, die auch für alle zugänglich sind. Jeder Autor muss wissen, welche Standards seine Geschichten erfüllen müssen und auf welche Themen er sich konzentrieren kann. Gleichzeitig muss der Verlag, wenn diese Standards erfüllt sind, dies akzeptieren und kann keine Details an der Geschichte ändern, die ihm nicht gefallen. Diese Art von Transparenz trägt dazu bei, dass STC gegenüber allen Autoren fair und transparent ist.</p> <p>Dies unterstreicht die Bedeutung von zwei Dingen: eine faire und offene Kommunikation mit allen und die Aufstellung und Einhaltung von Unternehmensrichtlinien. Beides hilft bei der Bewältigung ethischer Herausforderungen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was sind Ihrer Meinung nach wichtige Regeln oder Richtlinien, die in einem kreativen Unternehmen befolgt werden müssen? Unterscheiden sich diese von denen in anderen Branchen? - Wie viel "Macht" und Kontrolle sollte ein Verlag über die Autoren haben, die sich bei ihm bewerben? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • www.supertrampsclub.com • Ausgewählte Geschichten sind auch auf dem Social-Media-Kanal zu finden: @supertrampsclub (Instagram) 		



FALLSTUDIE: Nr. 14		Deutschland
TITEL:	Ein ethischer Unternehmer sein	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Vaude Trockenbau GmbH"	
Art der Industrie:	Bauwesen	
Anzahl der Mitarbeiter:	100-150	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
Vaude ist ein Trockenbauunternehmen, das heißt, es werden Trockenbaumaterialien verwendet. Das Unternehmen arbeitet häufig an Gebäuden für den öffentlichen Sektor, wie Schulen und Krankenhäusern, aber auch an Büros. Es ist bereits seit über 20 Jahren auf dem Markt und hat bis heute über 670 Bauprojekte abgeschlossen.		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Reinhard Quernheim	
Profil:		
Herr Quernheim gründete das Unternehmen, als er noch relativ jung war. Im Laufe der Jahre hat er viel Erfahrung im geschäftlichen, aber auch im zwischenmenschlichen Bereich gesammelt. Während er in der Vergangenheit mehr an den Gewinn und weniger an die Ethik dachte, achtet er heute mehr darauf, wie sich seine Führung auf sein Unternehmen und seine Mitarbeiter auswirkt.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
Als Gründer und Leiter des Unternehmens trägt der Befragte eine große Verantwortung auf seinen Schultern. Er muss dafür sorgen, dass das Unternehmen rentabel bleibt und kümmert sich auch um die Mitarbeiter. Auch das hängt irgendwie zusammen: Die Arbeit jedes einzelnen Mitarbeiters beeinflusst, wie erfolgreich das Unternehmen sein wird. Deshalb ist es wichtig, gute Mitarbeiter zu haben und sie sorgfältig auszuwählen. Allerdings ergeben sich daraus auch große ethische Probleme, von denen der Unternehmer zwei als Beispiele anführt: Erstens: Was soll man mit einem Mitarbeiter tun, den man schon lange kennt, der aber plötzlich nicht mehr gut arbeitet? Soll man ihn aufgrund der gemeinsamen Geschichte weiter im Unternehmen lassen oder ihn entlassen, weil er den Arbeitsablauf gefährdet? Und zweitens, welche Leute können Sie einstellen und welche nicht? Manchmal werden Sie feststellen, dass jemand die von Ihnen angebotene Stelle wirklich will oder braucht, aber nicht dafür qualifiziert ist. Auf welcher Grundlage können Sie ethisch-moralische Entscheidungen treffen?		
Die Entscheidung:		
Es gibt zwei Grundsätze, die man befolgen sollte, die dem Unternehmer helfen. Der erste ist, niemals das Unternehmen und seine Ziele zu vergessen. Wenn man einen schlechten Mitarbeiter behält, fühlt man sich vielleicht besser, aber am Ende wird das Unternehmen darunter leiden und mehr Menschen könnten ihren Arbeitsplatz verlieren. Wenn man also an das gesamte Unternehmen und nicht nur an einen Mitarbeiter denkt, ist es ethischer, einen Mitarbeiter zu entlassen oder eine Person nicht einzustellen, als alle Mitarbeiter zu gefährden. Dabei sollte man jedoch immer menschlich bleiben, das ist der zweite Grundsatz. Der menschliche Faktor sollte mehr als der Gewinn des Unternehmens im Mittelpunkt stehen und niemals vergessen werden. Wenn ein Mitarbeiter zum Beispiel eine schlechte Leistung erbringt, sollte man ihm zuerst Unterstützung anbieten und darüber sprechen. Dieser zweite Grundsatz ist auch wichtig, um sich nicht im Unternehmen zu verlieren und den Bezug zur Realität nicht zu verlieren. Schließlich sollte man immer versuchen, zuerst ein Mensch und dann ein Geschäftsmann zu sein. Wenn Sie eher menschliche als geschäftliche Lösungen finden, wird vieles einfacher und kommt letztlich auch Ihnen und dem Unternehmen zugute, da es ein besseres Arbeitsumfeld schafft.		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Macht es einen Unterschied, wie viele Mitarbeiter ein Unternehmer hat, um seine Führungs "persönlichkeit"/Stil zu beeinflussen? - Was ist Ihrer Meinung nach das größte Problem bei dem Versuch, eine ethische Führungskraft zu sein? Wie kann man dieses Problem überwinden? - (Bitte beachten Sie auch die bereits bei der Beschreibung des ethischen Dilemmas gestellten Fragen) 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]: keine		



FALLSTUDIE: Nr. 15		Griechenland
TITEL:	A Bauvorhaben und seine Umweltverträglichkeitsprüfung.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Konstruktionen um"	
Art der Industrie:	Beratung	
Anzahl der Mitarbeiter:	17	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
Das Unternehmen bietet Beratungsdienste sowohl im öffentlichen als auch im privaten Sektor an. Eine seiner Hauptaufgaben ist die Unterstützung von Start-ups, mit denen es versucht, ein starkes ethisches Profil aufzubauen: Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung betrachtet das Unternehmen Ethik als einen grundlegenden Wert für die Gesellschaft und die Unternehmenswelt.		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Georgios Lymperis	
Profil:		
Unternehmensberater, Wirtschaftswissenschaftler mit M.Sc. im Bereich Banken und Finanzen . Er war Geschäftsführer einer Privatbank und hat viele Jahre in diesem Bereich gearbeitet. Er arbeitet seit geraumer Zeit als Berater für Bauprojekte und entwickelt Geschäftspläne.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
Herr Lymperis schilderte seine Erfahrungen bei der Arbeit mit dem Überwachungsteam an einem Bauprojekt. Nach dem ursprünglichen Bauplan sollte die neue Nationalstraße über einen Fluss verlaufen, was sich stark auf den Grundwasserspiegel in dem weiten Gebiet um das Neubaugebiet auswirken würde, mit möglichen negativen Folgen wie Überschwemmungen in Regenzeiten. Da Griechenland ein gebirgiges Land ist, ist der Bau einer Autobahn nicht einfach, die Möglichkeiten, sie zu verlegen, sind begrenzt, und die Arbeiten erfordern ein höheres Budget als in einem flachen Gebiet. Das Dilemma bestand also darin, ob der Zugang zu den großen Städten (und den damit verbundenen lebenswichtigen Dienstleistungen wie Krankenhäusern oder Schulen) von den nahegelegenen Städten aus Vorrang haben sollte, indem man mit dem vorgeschlagenen Plan fortfährt, oder ob man einen neuen Bauplan vorschlagen sollte, wobei man sich der Herausforderung einer zeitraubenden Bürokratie (Genehmigungen, neue Studien usw.) stellen und jahrelang warten müsste, bis ein neuer Plan vollständig ausgearbeitet wäre. Ein Projekt dieser Größenordnung hängt auch von vielen Beteiligten ab, insbesondere von den für die Genehmigung und Überwachung des Projekts zuständigen öffentlichen Stellen wie dem Ministerium für Raumordnung, Bau und Stadtentwicklung, dem Umweltministerium und dem Finanzministerium. Die lokalen Gemeinden, deren Leben sich durch eine der beiden Entscheidungen verändern wird, sowie die großen Unternehmen in den Industriegebieten in der Nähe der Autobahn, die Handelsverbände und die lokalen KMU müssen ebenfalls berücksichtigt werden, da ihr Wohlstand von der Eröffnung dieser neuen Verbindungsstraße abhängen könnte. Es geht also nicht nur um die Umwelt, sondern auch um die Rechte der von dem Projekt abhängigen Bürger oder Arbeitnehmer.		
Die Entscheidung:		
Nach einem langwierigen Abwägungsprozess und unter dem Druck verschiedener Interessengruppen und obwohl Griechenland eine Strafe für die Verursachung eines so großen Schadens am Ökosystem in diesem Gebiet erhalten würde, beschlossen die Verantwortlichen, das Projekt weiterzuführen und die finanziellen Interessen der umliegenden Unternehmen zu unterstützen, anstatt die Umwelt zu schützen, indem der natürliche Flusslauf nicht verändert wird.		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was denken Sie, warum haben sich die Manager für diese Option entschieden? Würden Sie das tun? - Wessen Rechte sind wichtiger: die der Menschen oder die der Umwelt? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		



FALLSTUDIE: Nr. 16		Griechenland
TITEL:	Ein moralisches Dilemma, das sich aus einer Prüfung ergibt	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Schiffe und Fähren"	
Art der Industrie:	Eine Schifffahrtsgesellschaft	
Anzahl der Mitarbeiter:	57	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
Ein Schifffahrts- und Beratungsunternehmen mit Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Hafengebietern und Schifffahrtsunternehmen im In- und Ausland. Das Unternehmen bietet auch Schulungs- und Fortbildungskurse für Hafengebietern an und verfügt über ein großes Netzwerk von Kontakten und Kunden sowohl in der Branche als auch bei den Behörden.		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Georgios Vaggelas	
Profil:		
Außerordentlicher Professor in der Abteilung für Schifffahrt, Handel und Verkehr an der Universität der Ägäis. Herr Vaggelas ist Mitglied der Hafenaufsichtsbehörde und Geschäftsführer eines der größten Häfen in Griechenland. Er hat lange Zeit in verschiedenen Schifffahrts- und Marineunternehmen gearbeitet, bevor er sich in seiner jetzigen Position niederließ.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
Herr Vaggelas schildert einen Fall, den er von einem internationalen Unternehmen gehört hat, das im Hafen der Wirtschaftsprüfer tätig ist und Prüfungen bei verschiedenen Organisationen durchführt. Ihre Hauptaufgaben sind unter anderem die Arbeit an Buchhaltungssystemen, die Erstellung von Finanzberichten und die Abgabe von Unternehmenssteuererklärungen.		
Um im Geschäft zu bleiben, muss das Unternehmen daher zwangsläufig strenge ethische Voraussetzungen erfüllen, um das Vertrauen seiner Kunden zu gewinnen und deren Konten und Finanzberichte einsehen und verwalten zu können. Alle Mitarbeiter werden eingestellt, um eine solide, effektive und zugleich moralische Finanzberatung zu leisten. Bei der Rechnungsprüfung sind sie jedoch gesetzlich verpflichtet, jede Angelegenheit aufzudecken, die nicht im Einklang mit den staatlichen Finanzbehörden steht, und andere Anforderungen zu erfüllen, die das Kundenunternehmen daran hindern, mit einer möglichen Betrugssituation weiterzumachen.		
In dieser Situation möchte ein Investor eine Beteiligung an einem Handelsunternehmen erwerben, das rund 180 Mitarbeiter beschäftigt. Aus diesem Grund nahm er ein Bankdarlehen auf und beauftragte einen Wirtschaftsprüfer mit der Durchführung von Audits im Zielunternehmen, da er eine Garantie für die Rentabilität seines Kaufs benötigte, falls eine Liquidation erforderlich werden sollte. Mit anderen Worten: Der Investor musste den Wert des Unternehmens einschätzen, bevor er mit dem Erwerb der Anteile fortfuhr.		
Es gab einen ersten Wirtschaftsprüfer, der das Unternehmen gemäß den gesetzlichen Bestimmungen und den internationalen Rechnungslegungsstandards prüfte (bevor der Investor auftauchte) und erklärte, dass die Finanzlage des Unternehmens solide sei und den geltenden Gesetzen entspreche.		
Bei der Prüfung durch den zweiten (vom Investor beauftragten) Wirtschaftsprüfer wurden Ungenauigkeiten und Fehler bei der Bewertung des Unternehmens entdeckt, die den früheren Wirtschaftsprüfer und den Eigentümer des Unternehmens entlarvten, was sich auch auf die Mitarbeiter des Unternehmens auswirkte, die in Erwartung dieser neuen Investition sehr optimistisch waren. Vor allem aber erwies sich bei der zweiten Prüfung, dass die Investition mit einem höheren Risiko verbunden war, als dem Investor mitgeteilt worden war.		
Bei diesem besonderen Dilemma gibt es viele Parameter zu berücksichtigen und Interessengruppen, die von jeder der möglichen Optionen betroffen sind, mit finanziellen Folgen sowohl für den Investor als auch für den Unternehmenseigentümer. Der kritische Punkt in dieser Situation ist, dass der Investor das Bankdarlehen bereits aufgenommen hatte und nun zeigt sich, dass dies wahrscheinlich eine übereilte Entscheidung war.		
Die Entscheidung:		
Der Wirtschaftsprüfer beschloss, die rechtlichen und ethischen Anforderungen einzuhalten, indem er seine Ergebnisse zunächst dem Investor und dann dem Eigentümer des Unternehmens vorlegte. Das Geschäft wurde vorübergehend abgebrochen, bis die finanzielle Lage des Unternehmens absolut geklärt war.		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Wie würden Sie eine ähnliche Situation vermeiden? - Was würden Sie in einer ähnlichen Situation tun, wenn Sie der Investor wären? Und der Eigentümer? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		



FALLSTUDIE: Nr. 17		Griechenland
TITEL:	Ein Fall von einer Versicherungsgesellschaft	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Versicherungen und Verträge"	
Art der Industrie:	Versicherungsgesellschaft	
Anzahl der Mitarbeiter:	41	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Ein mittelgroßes Versicherungsunternehmen, das alle Arten von Versicherungsdienstleistungen anbietet, wie z. B. Kfz-Versicherung, Immobilienversicherung, Krankenversicherung, Einkommensversicherung, Geschäftsversicherung... für Privatpersonen und Unternehmen.</p> <p>Das Unternehmen orientiert sich an den Grundsätzen der sozialen Verantwortung von Unternehmen und ist bestrebt, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die sich an den traditionellen moralischen Werten und dem Schutz der griechischen Familie sowie am Unternehmertum orientiert und gleichzeitig Maßnahmen für das Wohlergehen der Gesellschaft in ihrer Gesamtheit entwickelt. Daher bietet sie ihren Versicherungsnehmern entgeltliche Dienstleistungen an und organisiert häufig Veranstaltungen, um die Mitglieder des Unternehmens einander näher zu bringen und die Bindungen zwischen ihnen zu stärken.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Georgios Lymperis	
Profil: Unternehmensberater, Wirtschaftswissenschaftler mit M.Sc in Bank- und Finanzwesen		
Er war Geschäftsführer einer Privatbank und hat viele Jahre in diesem Bereich gearbeitet. Er arbeitet seit geraumer Zeit als Berater für Bauprojekte und entwickelt Geschäftspläne.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung & Lösung:		
<p>Ein Kunde dieser Versicherungsgesellschaft, der ihre Dienste bereits bei der Versicherung seines Autos in Anspruch genommen hatte, bat um ein Angebot für die Versicherung seines Strandhauses. Der Sachverständige der Gesellschaft nahm eine erste Begutachtung des Anwesens vor und stellte keine Schäden fest, so dass er die Genehmigung erteilte, das Anwesen gegen Diebstahl, Feuer, Teil- und Totalzerstörung durch Erdbeben zu versichern. Nach drei Monaten stürzte jedoch eine Außenwand des Hauses aus unbekanntem Grund ein, und der Eigentümer verlangte eine Entschädigung für die Beseitigung des Schadens. Der mit dem Fall betraute Versicherungsvertreter reiste zu dem Haus und stellte zusammen mit einem Sachverständigen fest, dass die Wand vor kurzem (grob) neu gestrichen worden war, damit die Feuchtigkeit, die sie bedeckte, bedeckt blieb, und die ihren Ursprung tief im Boden hatte, wodurch die gesamte Struktur des Hauses beeinträchtigt wurde. Dies ist ein häufiger Fall für Versicherungsunternehmen, da ein größerer Prozentsatz der Kunden versucht, Entschädigungen zu betrügen, um Geld zu sparen oder zu gewinnen, und obwohl es sich nicht um ein großes Problem handelt, ist die Vorbeugung oder Vermeidung vieler dieser Probleme ein Beweis für eine wirksame Unternehmenskultur und ein Weg, um die Verschlechterung des Rufs zu verhindern, den das Unternehmen zu schützen hat.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Wie würden Sie sich an der Stelle des Experten fühlen? - Sind Sie der Meinung, dass solche Handlungen strafbar sein sollten? Oder liegt es in der Verantwortung des Unternehmens, sich nicht täuschen zu lassen? - Haben Sie von einem ähnlichen Fall gehört? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		



FALLSTUDIE: Nr. 18		Zypern
TITEL:	Mobbing am Arbeitsplatz - ein Fall aus dem Gastgewerbe	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"XYZ Hotel"	
Art der Industrie:	Gastgewerbe - Verpflegung	
Anzahl der Mitarbeiter:	40	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Das HYZ-Hotel ist ein saisonales 5-Sterne-Hotel in der Region Famagusta auf Zypern. Das touristische Gebiet von Famagusta ist bekannt für sein pulsierendes Leben, vor allem nachts, und ist ein beliebtes Ziel für Touristen aus der ganzen Welt, da es eine der schönsten Küstenregionen des Mittelmeers hat. Das XYZ Hotel bietet Luxusunterkünfte und verfügt über 4 Restaurants.</p> <p>Die wichtigsten moralischen Werte des Hotels, die im Mitarbeiterhandbuch erläutert werden, sind: Zusammenarbeit, Unterstützung, Respekt, Menschenrechte, Arbeitsrechte, edle Rivalität, Kameradschaft und Empathie.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Marios Ektoros	
Profil: Küchenchef Hilton Nicosia		
<p>Marios Ektoros verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung im Gastgewerbe, davon 11 Jahre in leitender Position. Er hat ein Diplom in kulinarischer Kunst und einen BA in kulinarischem Kunstmanagement. Er hat an vielen nationalen und internationalen Kochwettbewerben teilgenommen und war Mitglied der zypriotischen Olympiamannschaft der Köche. Er hat an vielen Seminaren in Zypern und in Europa teilgenommen und diese geleitet. Heute ist er Chefkoch in einem der besten Hotels auf Zypern.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Das Gastgewerbe in Zypern ist durch Saisonabhängigkeit gekennzeichnet, so dass ein erheblicher Prozentsatz der Beschäftigten auch saisonal beschäftigt ist. Dies führt dazu, dass die meisten Hotels in der Region viele neue Mitarbeiter einstellen. Die Branche ist auch durch das große Angebot an jungen und unerfahrenen Arbeitskräften aus ganz Europa gekennzeichnet, die nur für eine bestimmte Saison einen Job suchen. Auf der anderen Seite arbeiten einige der Beschäftigten im Gastgewerbe in dieser Region seit vielen Jahren im selben Hotel/Restaurant. Als Herr Ektoros zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn als Koch im Hotel XYZ anfang, stellte er fest, dass die älteren Hotelangestellten aufgrund des Altersunterschieds zwischen den älteren Mitarbeitern in den Küchen und den neuen Mitarbeitern die neuen Mitarbeiter nicht mit Respekt und Kameradschaft empfangen. Gleichzeitig hielt sich die Geschäftsleitung nicht an das erforderliche Einführungsprogramm und die entsprechenden Verfahren und schulte alte und neue Mitarbeiter nicht angemessen, insbesondere in Bezug auf das Verhalten am Arbeitsplatz. Infolgedessen verhielten sich die älteren Mitarbeiter des Hotels gegenüber den Neulingen sehr unfreundlich und belasteten sie mit vielen "schmutzigen" und "schweren" Aufgaben. Diese Situation war eine Enttäuschung für die Neulinge und vermittelte definitiv negative Eindrücke und Gefühle über das Hotel und den Job, den die Neulinge im so genannten Gastgewerbe antreten sollten. Die Situation, mit der Herr Ektoros bei seinem Eintritt in das Hotel konfrontiert war, war eindeutig ein Fall von Mobbing durch ältere Mitarbeiter gegenüber neuen Mitarbeitern. Offensichtlich wurden die Arbeits- und Menschenrechte nicht respektiert, und es gab eine Ungleichbehandlung. Das Dilemma, in dem sich Herr Ektoros befand, als er im Hotel XYZ anfang, bestand darin, ob er die bestehende Kultur akzeptieren würde oder nicht.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Ein harmonisches Umfeld in der Gemeinschaft ist von größter Bedeutung, insbesondere für Neulinge in einem Unternehmen. Als Marios Ektoros Chefkoch wurde, beschloss er, die Kultur in den Küchen zu ändern, um sicherzustellen, dass es in der Küche, die er leitet, keine Mobbingvorfälle gibt. Er beschloss, neu eingestellte Mitarbeiter selbst zu begrüßen und ihnen alle notwendigen Einführungsschulungen zu geben, damit sie sich sicher und motiviert fühlen. Er unterstützte eine offene Kommunikation und bot Möglichkeiten für konstruktives Feedback. Er hielt regelmäßige Besprechungen mit allen Mitarbeitern ab und sah täglich nach den Neulingen, um sie zu motivieren und zu unterstützen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was waren die Hauptgründe für das unethische Verhalten älterer Mitarbeiter gegenüber Neueinsteigern? - Welche Auswirkungen hatte dieses Verhalten auf das Hotel? - Was würden Sie anders machen, wenn Sie der Manager wären? - Glauben Sie, dass Mobbing am Arbeitsplatz auch in anderen Branchen vorkommt? Kennen Sie irgendwelche Beispiele? 		



Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

FALLSTUDIE: Nr. 19		Zypern
TITEL:	Ethische Erwägungen - Mitarbeiterqualifikationen	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Zentrum für Schönheitssinne und Ästhetik"	
Art der Industrie:	Schönheitspflegeindustrie - Ästhetik	
Anzahl der Mitarbeiter:	12	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Beauty Senses Aesthetic Center: Das Aesthetic Center wurde 2017 gegründet und der Salon wird nun in drei Beauty-Instituten in der Stadt betrieben. Obwohl die Zentren von 12 Mitarbeitern unterstützt werden. Die Hauptzielsetzung des Unternehmens spiegelt die Servicequalität und Kundenzufriedenheit im Einklang mit der Höflichkeit der Dienstleister, sowie Sicherheits- und Hygienefragen wider. Die Beauty-Salon-Organisation erfüllt alle Anforderungen an Dienstleistungen im Bereich der Ästhetik, in Bezug auf Behandlungen und alternative Therapien, und ist für seine fortschreitende Verbesserung in den angewandten Methoden interessiert. Im Zusammenhang mit der Einführung der Lasertechnologie zur Haarentfernung im Schönheitssalon hat das Unternehmen den Wunsch, eine freie Stelle auszuschreiben, um einen neuen Mitarbeiter einzustellen, der auf die Verwendung der Lasergeräteechnologie in einem ästhetischen Ansatz spezialisiert ist, wie es die Gesetzgebung vorschreibt.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Myrto Diamantidou	
Profil:		
<p>Die Unternehmerin hat einen Bachelor in Wirtschaftswissenschaften und arbeitet seit über 20 Jahren in Wirtschaftsunternehmen. Mit Ende 40 beschloss sie, sich im Bereich der Ästhetik zu engagieren, da sie sich schon immer für die Schönheitspflege interessierte. Im Jahr 2015 erwarb sie einen Bachelor in Ästhetik und beschloss, eine neue Karriere in der Welt der Schönheit zu starten, indem sie ihr eigenes Ästhetik-Institut mit dem Namen 'Beauty Senses Aesthetics Center' gründete. Ihr Wissenshintergrund im Bereich der Wirtschaft und des entsprechenden Managements führte dazu, dass das Unternehmen zu drei Schönheitssalon-Instituten erweitert wurde.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Der Unternehmer ist bestrebt, in den Beauty-Care-Zentren des Unternehmens kontinuierlich moderne Technologien einzuführen, die bei ästhetischen Behandlungen und Therapien eingesetzt werden können. Was die Einführung der Lasertechnologie zur Haarentfernung im Schönheitssalon betrifft, so muss der Inhaber die richtige/geeignete Person für diese Position einstellen, die von entscheidender Bedeutung für den Erfolg des Unternehmens und die Wirksamkeit der bei den Kunden angewandten Methode/Technik ist. Die Unternehmerin ist qualifiziert für den Umgang mit der Lasertechnik zur Haarentfernung (Inhaberin eines Bachelor-Abschlusses in Ästhetik), aber da sie die alleinige Inhaberin ist, die alle Salons leitet und alle Arten von organisatorischen Entscheidungen trifft, hat sie keine Zeit, sich damit zu beschäftigen. Sie hat beschlossen, eine freie Stelle in ihrem Unternehmen auszuschreiben, die mit dem oben genannten Fachgebiet zusammenhängt. Sie hat alle angemessenen traditionellen Einstellungsprotokolle befolgt, die sich auf die eingereichten Lebensläufe der Bewerber beziehen, und diese dann in einem persönlichen Pool-Screening geprüft. Die Kandidaten, die in die engere Wahl gekommen sind, wurden dann zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen, um den endgültigen Kandidaten auszuwählen. Das ethische Dilemma, mit dem der Unternehmer konfrontiert ist, bezieht sich auf die endgültige Auswahlentscheidung zwischen zwei Kategorien von Bewerbern: Die erste Kategorie von Bewerbern hat einen Bachelor-Abschluss in Ästhetik, während die zweite Kategorie einen Diplom-Abschluss in Ästhetik hat. Dieses ethische Dilemma der Unternehmerin ergibt sich aus der Tatsache, dass sie all die Jahre nur Mitarbeiter mit einem Diplomabschluss in Ästhetik einstellte, da das Unternehmen die Politik verfolgte, den Mitarbeitern aufgrund ihrer geringeren Qualifikationen bis hin zum Diplomabschluss ein niedrigeres Gehalt zu zahlen. Die spezifische Stelle für die Anwendung der Lasertechnologie zur Haarentfernung in einem Schönheitssalon erfordert laut Gesetzgebung einen Bachelor-Abschluss in Ästhetik.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>In Anbetracht der Gesetzgebung, die sich auf die Verwendung von Lasergeräten zur Haarentfernung in einem Schönheitssalon durch einen Bachelor in Ästhetik bezieht, sowie des ethischen Verhaltens des Unternehmens gegenüber den Kunden, beschloss der Unternehmer, alle Bewerber mit einem Diplom in Ästhetik von der Stelle auszuschließen. Das Urteil des Unternehmers berücksichtigt ausschließlich Inhaber eines Bachelor-Abschlusses in Ästhetik und die treibende Kraft für die endgültige Auswahl, die sich allein auf die Verdienste stützt, einschließlich der Kenntnisse, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Arbeitsstunden im Umgang mit der Lasergeräteechnologie zur Haarentfernung im Ästhetiksektor.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		



- Wie beurteilen Sie die endgültige Entscheidung des Unternehmers?
- Wie beurteilen Sie die Einstellungspolitik des Unternehmens nach all diesen Jahren?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:



FALLSTUDIE: Nr. 20		Zypern
TITEL:	Ethische Überlegungen - Qualität vs. Gewinn/Kostenkontrolle	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Art of Beauty Salon"	
Art der Industrie:	Schönheitspflegeindustrie - Ästhetik	
Anzahl der Mitarbeiter:	8	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Art of Beauty Salon: Das Unternehmen wurde 2010 als ein Zentrum für Schönheitssalons gegründet, das die Nachfrage schönheitsbewusster Frauen nach einer Vielzahl von Dienstleistungen in der Schönheitsindustrie wie Gesichts- und Körperbehandlungen und alternative Therapien in der Ästhetik berücksichtigt. Die Tatsache, dass im letzten Jahrzehnt überall im Land Anbieter von Schönheitspflege-Dienstleistungen oder Schönheitssalons aus dem Boden geschossen sind und auch der Wettbewerb zunimmt, verlangt von dem Unternehmen, den Kunden neuartige und attraktive Behandlungsmethoden anzubieten. Das Hauptaugenmerk des Unternehmens liegt auf der Qualität der Dienstleistungen, um die Erwartungen der Kunden stets zu erfüllen oder zu übertreffen. Andererseits sollte das Unternehmen angesichts der Wirtschaftskrise durch die COVID-19-Pandemie und des dramatischen Rückgangs der Unternehmensgewinne eine Politik der niedrigen Kosten verfolgen, um nachhaltig und rentabel zu sein. Das Unternehmen sollte darauf achten, ein Gleichgewicht zwischen qualitativ innovativen Behandlungsmethoden und Kostenkontrolle herzustellen.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Anastasia Kalogirou	
Profil:		
<p>Die Gründerin und Inhaberin ist seit über 30 Jahren in der Beauty Care - Industrie tätig. Der Unternehmer hat einen Bachelor-Abschluss in Ästhetik und hat im Laufe der Jahre eine Reihe von Weiterbildungsseminaren im Bereich des internationalen Personalmanagements besucht. Aufgrund von früheren Beziehungen mit vielen lokalen und ausländischen Kosmetiklieferanten kann das Unternehmen qualitativ hochwertige Kosmetikprodukte für Schönheitsbehandlungen und -therapien anbieten/einbeziehen.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Zu den ethischen Dilemmata, mit denen der Unternehmer konfrontiert ist, gehört die Fairness gegenüber Kunden und Wettbewerbern. Einerseits möchte der Unternehmer neuartige Behandlungstherapien einführen, um gegenüber Schönheitssalons wettbewerbsfähig zu sein, indem er kostengünstige Verbrauchsmaterialien - Kosmetika - einsetzt, um die Kosten des Unternehmens zu minimieren. Andererseits macht sich der Unternehmer auch Gedanken über das ethische Verhalten des Unternehmens gegenüber den Kunden, da preiswerte Kosmetika bei Schönheitstherapien nicht zu den erwarteten Ergebnissen führen und die Kunden unzufrieden sein könnten. Aus einem anderen Blickwinkel betrachtet, erhöht sich die Möglichkeit, Kunden zu verlieren, wenn der Unternehmer die Ästhetik-Dienstleistungen zu einem hohen Preis ohne jeglichen Mehrwert anbietet. Während die Unternehmerin der Meinung ist, dass eine zu hohe Gewinnspanne den Kunden gegenüber nicht fair ist, besteht eine vielversprechende Verkaufsstrategie für dieses Dilemma darin, teure ästhetische Behandlungsmethoden mit kostengünstigen Verbrauchsmaterialien/Kosmetika zu bewerben. Die Unternehmerin betont, dass sie durch den Import fortschrittlicher ästhetischer Behandlungen bzw. die Verwendung preiswerter Verbrauchsmaterialien nur Dienstleistungsstrategien und Marketingtechniken einsetzt, die mit ihren persönlichen ethischen Werten in Bezug auf das Unternehmen und die Mitarbeiter in Einklang stehen - ohne Lohnkürzungen. Sie weist darauf hin, dass einige Unternehmen ihre Konkurrenten angreifen, indem sie den Kunden die Schwächen anderer Unternehmen aufzeigen, während dieses Unternehmen seinen Wettbewerbsvorteil, nämlich die Innovation, in den Vordergrund stellt.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>In Anbetracht des Unternehmensgewinns und des starken Wettbewerbs beschließt der Unternehmer, neue Methoden für ästhetische Behandlungen einzuführen, indem er kostengünstige Verbrauchsmaterialien/Kosmetika einsetzt, um die Kosten des Schönheitssalons zu kontrollieren. Diese Entscheidungspolitik zwingt die Organisation nicht zu Gehaltskürzungen bei den Angestellten.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Wie beurteilen Sie die ethischen Werte eines Unternehmers, einschließlich Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit und Verantwortung gegenüber den Kunden? - Wie beurteilen Sie den ethischen Wert des Unternehmers in Bezug auf die Entscheidung zur Verwendung von kostengünstigen/qualitativen Verbrauchsmaterialien bei Schönheitsbehandlungen, auch im Hinblick auf den starken Wettbewerb und die Wirtschaftskrise in der Schönheitssalonbranche? 		



- Sind Sie mit der Entscheidung des Unternehmers einverstanden, zur Minimierung der Ausgaben des Unternehmens kostengünstige Verbrauchsgüter zu importieren, anstatt die Gehälter der Mitarbeiter zu kürzen?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

FALLSTUDIE: Nr. 21		Zypern
TITEL:	Gleichberechtigung der Geschlechter	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"World of Beauty Salon"	
Art der Industrie:	Ästhetik & Wellness	
Anzahl der Mitarbeiter:	8	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Welt der Schönheit Salon: Der Aesthetic Beauty Salon wurde 2016 gegründet und wird von 8 Mitarbeitern unterstützt. Das Hauptziel des Unternehmens ist die Qualität der Dienstleistungen und die Zufriedenheit der Kunden in Verbindung mit der Höflichkeit der Dienstleister, Sicherheit und Hygiene. Der Beauty-Salon deckt den gesamten Bedarf an Dienstleistungen im Bereich der Ästhetik, in Bezug auf Behandlungen und alternative Therapien ab und der allgemein geförderte ethische Wert, der gefördert wird, ist der Ausdruck "<i>Schönheit hat keine Geschlechtsidentität</i>". Was die allgemeine Politik und das beworbene Logo des Unternehmens anbelangt, so ist im Beauty-Salon neben Frauen auch ein männlicher Kosmetiker beschäftigt, was die Bedeutung der Tatsache unterstreicht, dass in der Schönheit keine Grenzen in Bezug auf das Geschlecht gesetzt werden können.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Xenia Iwanow	
Profil:		
<p>Die Unternehmerin hat einen Bachelor-Abschluss in Ästhetik und einen Master-Abschluss in SPA-Management, während sie seit über 20 Jahren in einer Reihe von Schönheitssalons in europäischen Städten wie London und Paris gearbeitet hat. Mit Ende 50 beschloss sie, ihren eigenen Schönheitssalon in Zypern zu gründen (da ihr Mann Zypriert ist), und nach all den Jahren Erfahrung in der Ästhetik ist ihr Schönheitssalon einer der bekanntesten Schönheitssalons im Stadtzentrum von Nikosia geworden. Ihr Wissenshintergrund, zusammen mit ihrer Erfahrung in Ästhetik-Schönheitssalons und auch ihre neuen Ideen und Managementstrategien im Bereich des Unternehmertums machen sie zu der einzigen Unternehmerin, die einen männlichen Kosmetiker in Schönheitssalons in Zypern einstellt.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Das ethische Dilemma, mit dem der Unternehmer konfrontiert ist, umfasst die Menschenrechte und die ethischen Werte der Würde und der Gleichstellung der Geschlechter am Arbeitsplatz. Das ethische Dilemma ergibt sich aus der Tatsache, dass eine systematische Anzahl von weiblichen Stammkunden der Vorstellung, dass ein männlicher Kosmetiker sie mit Therapien und Wellnessbehandlungen versorgt, ablehnend gegenübersteht. Dieses Zögern gegenüber einem männlichen Angestellten beunruhigt den Unternehmer, da eine beträchtliche Anzahl von Stammkunden eine negative und auch unhöfliche Haltung gegenüber seinem Angestellten zum Ausdruck bringt. Das ethische Dilemma des Unternehmers liegt zwischen der Option, den männlichen Kosmetiker zu entlassen, und der Option, einen innovativen strategischen Plan zu entwickeln, der den allgemeinen Ausdruck "Schönheitsdienstleistungen haben kein Geschlecht" fördert, wodurch der ethische Wert der Gleichheit am Arbeitsplatz gefördert werden kann. Sie hat erkannt, dass abgesehen von der Tatsache, dass das allgemeine Logo des Schönheitssalons der Ausdruck "<i>Schönheit hat keine Geschlechtsidentität</i>" ist, die Kultur und die Mentalität in ihrem beruflichen und sozialen Umfeld (Kunden) nicht für die Tatsache empfänglich sind, dass ein Mann an der Anwendung von ästhetischen Dienstleistungen beteiligt sein kann.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Die Unternehmerin hat beschlossen, den männlichen Kosmetiker weiterzubeschäftigen, da er alle Qualifikationen erfüllt, die für eine Anstellung im Beauty Salon Center erforderlich sind. Sie hat beschlossen, ihn zu Werbepäsentationen und Wohltätigkeitsveranstaltungen mitzunehmen, bei denen die Kunden feststellen können, dass er ein hervorragender Kosmetiker ist und in den meisten Fällen fähig und sogar viel besser als die von einer Kosmetikerin erbrachten Dienstleistungen ist.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Wie beurteilen Sie die endgültige Entscheidung der Unternehmerin, da ihre Entscheidung gegen den Willen der Kunden getroffen wurde? 		



- Wie beurteilen Sie die ethischen Werte eines Unternehmers, einschließlich Würde und Menschenrechte am Arbeitsplatz?
- Wie beurteilen Sie die Entscheidung des Unternehmers im Hinblick auf die Zufriedenheit der Kunden?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

SDG 5 - Gleichstellung der Geschlechter:

- <https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>



FALLSTUDIE: Nr. 22		Zypern
TITEL:	Verletzung von Arbeits- und Menschenrechten - ein Fall aus dem Gastgewerbe	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"CDK Food Services" GmbH	
Art der Industrie:	Gastgewerbe - Verpflegung	
Anzahl der Mitarbeiter:	13	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>CDK Food Services Ltd ist ein Universitätsrestaurant mit Cafeteria in Nikosia, Zypern. Die Universität ist die bei weitem größte Zyperns und zieht Studenten aus der ganzen Welt an. Die Restaurant-Cafeteria ist täglich (Mo-Fr) geöffnet und serviert eine köstliche Auswahl an Gerichten, Sandwiches, Wraps, Salaten sowie herzhaften und süßen Desserts - zubereitet von talentierten Köchen und serviert von freundlichem Personal. Die Mittagskarte wechselt täglich und bietet eine abwechslungsreiche Auswahl an warmen und kalten Gerichten, die den meisten Ernährungsbedürfnissen gerecht werden.</p> <p>Die kürzlich renovierte Restaurant-Cafeteria heißt Studenten, Dozenten und Mitarbeiter der Universität sowie andere Gäste aus nahe gelegenen Büros und Arbeitsplätzen willkommen. Es verfügt über einen großen Innen- und Außenbereich, bequeme Sofas, eine Bar im Freien, zahlreiche Steckdosen und WLAN-Zugangspunkte.</p> <p>Kürzlich wurde die Abteilung für Kaffee und andere Getränke professionell aufgewertet, um bekannte Marken zu repräsentieren, und ein neues Sortiment an hausgemachten Süßigkeiten, Riegeln und anderen nahrhaften Snacks wurde eingeführt.</p> <p>Die Einrichtung deckt auch den Bedarf der Universität an Speisen und Getränken für Seminare, Veranstaltungen, Happenings, Abschlussfeiern usw. ab.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Charis Constantinou	
Profil: Küchenchef Inhaber des Unternehmens		
<p>Charis Constantinou verfügt über 18 Jahre Berufserfahrung im Gastgewerbe, davon 16 Jahre in leitenden Positionen. Er hat ein Diplom in kulinarischer Kunst und einen BA in kulinarischem Kunstmanagement. Er hat an vielen kulinarischen Wettbewerben teilgenommen und Veranstaltungen mit extrem hohem Gästeaufkommen im Bereich der Gastronomie geleitet. Er hat viele Seminare in Zypern und in Europa besucht.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Das Geschäft der Universität ist aufgrund der akademischen Semester eines jeden akademischen Jahres durch Saisonalität gekennzeichnet. Für die Verkäufe seines Food and Beverage Outlet gelten die gleichen Regeln, was sich auf die Stabilität seiner Mitarbeiter auswirkt. Allerdings stellt er auch Studenten der Universität ein, die ihm bei den täglichen Aufgaben im Service helfen. Außerdem stellt er Köche ein, die nur über begrenzte Erfahrung verfügen. Als Herr Constantinou 2016 Eigentümer des Universitäts-Restaurants und der Cafeteria wurde, beschloss er, alle bestehenden Mitarbeiter zu behalten und zu testen, ob sie seiner Vision eines professionellen und hoch angesehenen Arbeitsplatzes entsprachen und diese teilten. Nach einiger Zeit stellte Herr Constantinou einen neuen Koch ein, den er von seinem vorherigen Arbeitsplatz kannte und von dem er sicher war, dass er in der Küche eine große Hilfe sein würde. Nachdem der neue Koch seine Arbeit in der Küche aufgenommen hatte, stellte Herr Constantinou fest, dass aufgrund der Diskrepanz zwischen den (vom vorherigen Eigentümer) versetzten Restaurant-Cafeteria-Mitarbeitern in der Küche und der Neueinstellung, die vorherigen Mitarbeiter den neuen Mitarbeiter nicht mit Freundlichkeit und Kameradschaft empfangen hatten. Ein weiteres Problem ist, dass Herr Constantinou bei der Übernahme des Restaurant-Cafeteria weder ein Verfahrenshandbuch erstellt noch andere relevante Schulungen durchgeführt hat, um alte und neue Mitarbeiter zusammenzubringen, insbesondere was das Verhalten am Arbeitsplatz betrifft. Infolgedessen verhielten sich die älteren Mitarbeiter der Universitäts-Cafeteria gegenüber dem neuen Koch sehr grausam, beschimpften ihn, schikanierten ihn und drängten ihn, härter und schneller zu arbeiten. Herr Constantinou wurde auf diesen Vorfall aufmerksam und erkannte sofort die möglichen unerwünschten Auswirkungen, die dies auf den neuen Koch haben könnte. Herr Constantinou musste sich einem Dilemma stellen und es lösen. Er war sich sicher, dass der neue Koch eine Bereicherung für das Universitätsrestaurant und die Cafeteria (und für sein Unternehmen) war, aber andererseits wollte er diesem unprofessionellen Umfeld ein Ende setzen und musste Entscheidungen treffen, wie er mit den Umständen umgehen sollte. Offensichtlich war die Situation unethisch, Arbeits- und Menschenrechte wurden verletzt, und die Situation konnte jederzeit eskalieren.</p> <p>Das Dilemma von Herrn Constantinou war, ob er das spezifische Verhalten der vorangegangenen Köche akzeptieren würde oder nicht.</p>		
Die Entscheidung:		



Herr Constantinou lässt keinen Raum für die Verletzung von Menschenrechten am Arbeitsplatz. Er ist der Ansicht, dass Diskriminierung aufgrund von Rasse, Hautfarbe, Abstammung, politischer Überzeugung, Religion, Familienstand, körperlicher oder geistiger Behinderung, Geschlecht, sexueller Orientierung, Alter usw., die nicht mit der Beschäftigung zusammenhängt, verboten ist.

Herr Constantinou teilt die Auffassung, dass ein Arbeitgeber faire Einstellungspraktiken anwenden muss, um eine möglichst große Auswahl an Bewerbern für die Stelle zu gewinnen. Wenn die Einstellungspraktiken unfair oder diskriminierend sind, können qualifizierte Bewerber davon abgehalten werden, sich um die Stelle zu bewerben. Wenn sich ein Arbeitgeber bei der Einstellung und Auswahl von Personal ausschließlich auf arbeitsplatzbezogene Überlegungen stützt, hat er die besten Chancen, die beste Person für die Stelle zu finden. Der Prozess der Personalbeschaffung beginnt mit der Festlegung der Aufgaben und Qualifikationen der Stelle. Als er die Aufgaben der Stelle und die vom erfolgreichen Bewerber geforderten Qualifikationen ermittelte, stellte er sicher, dass es sich dabei um bona fide (echte) berufliche Anforderungen handelt, d. h. um die Anforderungen, die Personen haben sollten, um eine Tätigkeit angemessen und sicher ausüben zu können, in diesem Fall einen professionellen Koch.

Zum Beispiel war in seiner Einrichtung die Stelle eines "Kochs" ausgeschrieben, der von früh morgens bis spät nachmittags, manchmal auch samstags oder abends arbeiten muss, um die Öffnungszeiten der Universitäts-Cafeteria abzudecken. Zu den Mindestqualifikationen für diese Stelle gehörte auch der Abschluss eines Kurses in kulinarischer Kunst, über den der Befragte verfügte. Diese Qualifikationen sind akzeptabel, da sie keine Einzelperson oder Gruppe von Personen diskriminieren. Außerdem kannte Herr Constantinou, wie bereits erwähnt, den betreffenden Bewerber aus einer früheren Einrichtung, in der sie zusammenarbeiten konnten.

Herr Constantinou ist der Ansicht, dass jedes physische oder verbale Verhalten eines Mitarbeiters, Vorgesetzten oder Gastes, das diskriminierend ist und ein Mitglied seiner Belegschaft beleidigt oder erniedrigt, Mobbing und Belästigung darstellt. Obwohl andere Mitarbeiter oft nur an sexuelle Belästigung denken, umfassen Mobbing und Belästigung jede unterschiedliche Behandlung von Menschen aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Rasse, ihres ethnischen Hintergrunds, ihrer Klasse, ihrer Religion usw. Im obigen Fall beruhte das Mobbing auf der Tatsache, dass der neue Koch nicht schnell genug arbeitete, nicht zügig mit den Rezepten vorankam und ihm einige grundlegende Elemente fehlten, von denen Herr Constantinou glaubte, dass der neue Koch sie nachholen würde.

Herr Constantinou bemerkte, dass seine Kollegen unangemessene Witze (über den neuen Koch) machten, die manchmal als Spaß aufgefasst wurden. Herr Constantinou entschied und handelte bei diesen Vorfällen jedoch sehr professionell. Er beschloss, den neuen Koch auf jeden Fall zu schützen. Herr Constantinou erklärte den Mitarbeitern, dass selbst wenn die Person, über die sie Witze machen, lacht, dies nicht bedeutet, dass sie Spaß an der Erfahrung hat. Witze dieser Art können abschreckend wirken und die Menschen unfreundlich machen. Sie können dazu führen, dass Menschen weniger bereit sind, mit ihren Kollegen zu sprechen, weil sie erwarten, dass diese ihre Kommunikation mit ihnen in noch einschüchterndere Witze verwandeln werden.

Herr Constantinou hielt eine Gruppensitzung ab und sprach mit allen seinen Mitarbeitern über diese Tatsachen. Er erklärte, dass diese Witze in seinen Betrieben nichts zu suchen hätten. Er machte allen Mitarbeitern klar, dass sie von mangelndem Respekt zeugten und den neuen Mitarbeiter möglicherweise belästigten.

Herr Constantinou sah eine sofortige Verbesserung bei den Angestellten und das Problem wurde gelöst. Der neue Koch arbeitet nach drei Jahren seit seiner Einstellung immer noch für Herrn Constantinou in dem genannten Betrieb und genießt den Respekt und die Bewunderung aller Kollegen.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Wie wirkte sich dieses aggressive Verhalten der älteren Mitarbeiter gegenüber dem neuen Mitarbeiter auf die Gesamtleistung der Restaurant-Cafeteria aus?
- Warum haben sich ältere Mitarbeiter gegenüber dem neuen Koch unehrenhaft verhalten?
- Wie würden Sie mit einer solchen Situation umgehen, wenn Sie der Chef des Unternehmens wären?
- Glauben Sie, dass Mobbing am Arbeitsplatz auch in anderen Branchen vorkommt? Kennen Sie irgendwelche Beispiele?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]



Fallstudien zum Thema "Bildung, Bewusstseinsveränderung".

FALLSTUDIE: Nr. 23		Litauen
TITEL:	Schutz der Tiere anstreben. Ethische Behandlung von Tieren.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	VŠĮ "Tušti narvai" (Öffentliche Einrichtung "Leere Käfige")	
Art der Industrie:	(NGO) - eine gemeinnützige Tierschutzorganisation.	
Anzahl der Mitarbeiter:	5 Mitarbeiter	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>VŠĮ "Tušti narvai" (Öffentliche Einrichtung "Leere Käfige") - eine 2014 in Vilnius gegründete gemeinnützige Tierschutzorganisation. Wir gehören der internationalen Organisation "Anima International" an, die in 8 weiteren Ländern tätig ist. Wir sind auch Mitglied der "Fur Free Alliance" und der "Open Wing Alliance". Mission - Unser Ziel ist es, Tierleid in Litauen zu verhindern. Zu diesem Zweck konzentrieren wir uns auf gesetzliche und institutionelle Änderungen, arbeiten mit Unternehmen zusammen und informieren die Gesellschaft. Wir veröffentlichen Bildmaterial aus landwirtschaftlichen Betrieben. - Die meisten industriellen Betriebe sind für Besucher nicht zugänglich. Die Gesellschaft hat das Recht, die Bedingungen zu kennen, unter denen Millionen von Tieren in Litauen gehalten werden, und zu entscheiden, ob sie dies akzeptieren will. Deshalb veröffentlichen wir Videos, die in litauischen Farmen gefilmt wurden. Wir machen auch Bilder von Verstößen beim Verkauf oder Transport von Tieren öffentlich, um die Aufmerksamkeit der Gesellschaft, der Wirtschaft und der Politiker zu erregen. Wir streben Veränderungen auf gesetzlicher und institutioneller Ebene an. Tiere müssen per Gesetz geschützt werden. Deshalb kommunizieren wir mit Politikern und verantwortlichen Institutionen, um Änderungen in der Gesetzgebung und den Gesetzen zu erreichen. Wir kommunizieren mit Unternehmen. Wir helfen Unternehmen, tierfreundliche Entscheidungen zu treffen.</p> <p>VŠĮ "Tušti narvai" PROJEKTE: 1. PROJEKT "Für Pelzmäntel - NEIN". Wir wollen, dass Litauen sich den Ländern anschließt, in denen es bereits verboten ist, Tiere für ihren Pelz zu züchten und zu töten. 2. PROJEKT "Der Preis der Eier". Industrielle Hühnerfarmen verursachen Leid für Millionen von Legehennen. Wir machen die Bedingungen in den Hühnerfarmen publik und bemühen uns, sie zu verbessern. 3. PROJEKT "Tierexport". Wir wollen die Bedingungen, unter denen Tiere exportiert werden, verbessern. 4. PROJEKT "Hilfe für die Fische". Wir wollen den Handel mit lebenden Fischen stoppen. Der Handel mit lebenden Fischen sollte nicht legal sein. 5. PROJEKT "auGalybė" ("PflanzenKraft"). Wir fördern eine pflanzenbasierte Ernährung.</p>		
DER GRÜNDER DER ORGANISATION		
Name des Gründers der Organisation:	Gabrielė Vaitkevičiūtė - VŠĮ "Tušti narvai" Leiter des Org.	
Profil:		
<p>Gabrielė Vaitkevičiūtė - VŠĮ "Tušti narvai" Leiter der Organisation. Gabrielė studierte Biochemie an der Universität Vilnius, schloss ihr Studium jedoch aufgrund der damaligen Umstände nicht ab. Gabrielė arbeitete auch im "Missing Persons' Family Support Center". Das Arbeitsgebiet: Menschenrechte. Gabrielė und mehrere gleichgesinnte VŠĮ "Tušti narvai" begannen die Tätigkeit der Organisation ohne viel Erfahrung, denn das Durchschnittsalter der Mitarbeiter der Organisation lag bei etwa 20 Jahren. Aber der Gründer der Organisation wusste, dass alles, was sie nicht wussten, erlernt werden konnte. In den Nachbarländern (Estland, Lettland, Polen) gab es bereits Tierschutzorganisationen, während es in Litauen keine solchen Organisationen gab. Das positive Beispiel der Nachbarländer und die Aktivisten, die für die Rechte der Tiere kämpfen, haben die Gründung der VŠĮ "Tušti narvai" gefördert.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>1. Pelzfarmen. Ein Land nach dem anderen verbietet die Zucht und Tötung von Tieren nur wegen ihres Fells. Es ist inakzeptabel, Tiere zur Zierde zu quälen. Video des Dilemmas (in litauischer Sprache mit Übersetzung ins Englische): https://youtu.be/k8tB6HmXyW8 Die Quelle des Dilemmas: https://www.kailiufermos.lt</p> <p>2. Industrielle Geflügelfarmen. Die Haltung von Vögeln in Käfigen ist grausam und inakzeptabel. Hühner verbringen ihr ganzes Leben in schmutzigen, stinkenden Ställen in industriellen Geflügelfarmen. Sie sehen nie die Sonne und atmen keine saubere Luft. Viele Hühner sterben an Erschöpfung, bevor sie überhaupt eineinhalb Jahre alt sind. Video des Dilemmas (in litauischer Sprache mit Übersetzung ins Englische): https://youtu.be/bEwFnNFdvF0 Video des Dilemmas (in litauischer Sprache): https://www.youtube.com/watch?v=k3hTIIHegbQ Die Ursache des Dilemmas: https://www.kiausiniukaina.lt</p> <p>3. Schlechte, nicht konforme Bedingungen für die Ausfuhr von Tieren sind nicht immer erforderlich. Litauen exportiert jedes Jahr Zehntausende von Tieren. Die aufgenommenen Bilder zeigen Gesetzesverstöße beim Transport von Tieren in andere Länder. Die Quelle des Dilemmas: http://gyvunu-ekspertas.tustinarvai.lt</p>		



4. Handel mit lebenden Fischen. Tiere sind keine Waren. Lebende Fische sollten nicht in Supermärkten verkauft werden. Diese Praxis führt zu vielen Problemen, von überfüllten Aquarien bis hin zu verletzten, von Parasiten und Krankheiten befallenen Fischen. Die Quelle des Dilemmas: <https://www.tustinarvai.lt/padek-zuvims/>

5. Umweltverschmutzung und Ressourcenverbrauch durch die Viehzuchtindustrie. Wenn wir zur Nachhaltigkeit unseres Planeten beitragen wollen, können wir versuchen, uns nachhaltiger zu ernähren - indem wir den Fleischkonsum reduzieren, Rindfleisch durch umweltfreundlicheres Fleisch - Huhn - ersetzen, lokal erzeugte Produkte wählen oder von tierischer auf pflanzliche Ernährung umsteigen. Quelle des Dilemmas und Audioaufnahme in litauischer Sprache + Verweise auf wissenschaftliche Artikel in englischer Sprache: <https://ispakuota.lt/mesos-industrijos-zala/>

Die Entscheidung:

1. Ziel ist es, Pelzfarmen in Litauen zu verbieten. Die Organisation VšĮ "Tušti narvai" (Öffentliche Einrichtung "Leere Käfige") möchte, dass Litauen sich den Ländern anschließt, in denen das Züchten und Töten von Tieren zur Pelzgewinnung bereits verboten ist. Wir ermutigen die Mitglieder der Gesellschaft, die Petition zu unterzeichnen. Quelle: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/kailiniams-ne>

2. Es wird empfohlen, in Litauen keine Eier aus Käfighaltung zu kaufen. Helfen Sie den Hühnern - kaufen Sie keine Käfigeier, die mit Nr. 3 gekennzeichnet sind. Wir ermutigen die Mitglieder der Gesellschaft, Petitionen zu unterzeichnen. Quelle:

<https://www.tustinarvai.lt/projektai/kiausiniu-kaina>

3. Bessere Bedingungen für den Export von Tieren werden gefördert. Wir wollen sicherstellen, dass die Behörden ihre Arbeit machen und die Tierschutzgesetze bei Exporten einhalten. Wir ermutigen die Mitglieder der Gesellschaft, Petitionen zu unterzeichnen. Quelle: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvunu-eksportas>

4. Das Ziel ist es, den Handel mit lebenden Fischen in Litauen zu unterbinden. Wir führen mehrmals im Jahr Recherchen an Fischhandelsplätzen durch; wir veröffentlichen die aufgenommenen Bilder, informieren die Gesellschaft und die zuständigen Institutionen über die Verstöße; wir arbeiten mit Händlern und Institutionen zusammen. Im Jahr 2018 haben wir die Kampagne "Help the Fish" gestartet. Seitdem haben alle großen Supermärkte den Handel mit lebendem Fisch aufgegeben, aber das Problem besteht weiterhin in kleineren Geschäften und Märkten. Wir ermutigen die Mitglieder der Gesellschaft, Petitionen zu unterzeichnen. Quelle: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvos-zuvys>

5. Die Umstellung der tierischen Ernährung auf pflanzliche Ernährung wird gefördert. Wir arbeiten mit Restaurants zusammen, um mehr vegetarische Gerichte auf ihre Speisekarte zu setzen. Ziel der "plantPower"-Kampagne ist es, so viele Restaurants wie möglich zu ermutigen, vegetarische Gerichte in ihre Speisekarten aufzunehmen. Das kraftvolle Essen soll lecker, qualitativ hochwertig, beliebt und leicht zugänglich sein! Auf diese Weise werden alle, sowohl die Anbieter von Lebensmitteln als auch die Verbraucher, dazu beitragen, die Zahl der für Lebensmittel verbrauchten Tiere zu verringern und die Gesundheitsprobleme der litauischen Gesellschaft zu lösen.

Quelle: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/augalybe>

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Pelzfarmen. Züchten und Töten von Tieren für ihren Pelz.
- Industrielle Geflügelfarmen. Eier von Käfighühnern mit der Kennzeichnung Nr. 3.
- Bedingungen für die Ausfuhr von Tieren.
- Handel mit lebenden Fischen.
- Viehwirtschaft (Ressourcen, Fakten, Statistiken).
- Ernährung pflanzlichen Ursprungs.

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://www.tustinarvai.lt>
- <https://www.15min.lt/video/tusciu-narvu-ikureja-gabija-gina-labiausiai-kencianciu-fermu-gyvunu-teises-135268?jwsourc=c1>
- <https://www.youtube.com/watch?v=k3hT11HeqbQ>



FALLSTUDIE: Nr. 24		Deutschland
TITEL:	Change Lab - Ein offenes Forum für und von Studenten	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Labor verändern"	
Art der Industrie:	Im Moment noch unbestimmt	
Anzahl der Mitarbeiter:	4	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Das Change Lab ist ein offenes Forum, das von und für Studenten veranstaltet wird und dessen Themen von Studenten bestimmt werden.</p> <p>Das Hauptziel besteht darin, gemeinsames Lernen, gemeinsames Schaffen und soziale Innovation in einer lebendigen Gemeinschaften von Studenten, Forschern und der lokalen Bevölkerung im Allgemeinen zu fördern. Um dieses Ziel zu erreichen, bietet das Change Lab eine gemeinsame Plattform für Studenten, Wissenschaftler und Mitglieder der lokalen Gemeinschaft aus allen Lebensbereichen, um konstruktive Diskussionen über dringende gesellschaftliche Herausforderungen zu führen, um die Gemeinschaft aufzuklären, das gemeinsame Lernen und das Bewusstsein für soziale Themen zu fördern und letztendlich nachhaltige, positive Veränderungen zu schaffen. Die Themen nachhaltige Gemeindeentwicklung und soziale Innovation stehen daher im Vordergrund des Projekts.</p> <p>Change Lab positioniert sich als freundliche, aufgeschlossene, nicht wertende und sichere Umgebung, in der verschiedenen Stimmen Gehör zu verschaffen. Dabei wird es seinem Motto gerecht: <i>"Im Change Lab hören wir uns an, was Sie bewegt. Dann helfen wir Ihnen, die Diskussion zu beginnen"</i>.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Maggie Chak	
Profil: Mitbegründer		
<p>Choiwai Maggie Chak ist eine der Gründerinnen von ChangeLab, einer innovativen Co-Learning- und Netzwerkplattform für soziales Unternehmertum und Innovation. ChangeLab wurde im Rahmen von Maggies Arbeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am S2BMRC gegründet. Maggie forscht an Projekten wie dem Erasmus+ Projekt: "Pioneering Food Innovation for Seniors" und ein Leuchtturmprojekt zur Förderung von gemeinschaftlich-akademischen Kooperationsnetzwerken und Partnerschaften in der Gesundheitsforschung und -innovation. In der Lehre konzentriert sie sich auf Forschungsmethoden und Beratungs- und Service-Learning-Projekte in den Bereichen Telekommunikation, soziale Innovation und Markenbewusstsein. Sie kommt aus Hongkong. Da sie sich leidenschaftlich mit verschiedenen Gesundheitsproblemen auseinandersetzt, absolvierte sie nach ihrem Abschluss in Public Health mit den Schwerpunkten Gesundheitsmanagement und Gesundheitsförderung an der Chinese University of Hong Kong ein Masterstudium in Epidemiologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU).</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Change Lab arbeitet an der Integration von:</p> <p>(i) akademisches Wissen;</p> <p>(ii) praktisches Fachwissen und Erfahrungen von Berufsexperten aus der Gemeinschaft;</p> <p>(iii) Aufmerksamkeit und Unterstützung der Öffentlichkeit; und</p> <p>(iv) den Enthusiasmus und die Kreativität der Studenten.</p> <p>Die Zielgruppe umfasst daher eine große Anzahl von Akteuren: Studierende, Wissenschaftler, externe Experten und die allgemeine Öffentlichkeit in Münster.</p> <p>Bei den letzten beiden Change Lab-Veranstaltungen wurden ein verstärktes Engagement der Gemeinschaft und soziale Innovation. Der Höhepunkt dieser Veranstaltungen waren die Innovationsrunden, in denen Changemaker (Teilnehmer aus dem Publikum) ein Brainstorming durchführten und innovative Lösungen für die Entwicklung der Gemeinschaft vorschlugen. Einige der siegreichen Ideen waren:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung von Piktogrammen und Bildtafeln in Kliniken und Krankenhäusern, um Sprachbarrieren zwischen ausländischen/zugewanderten Patienten und Ärzten zu überwinden. 2. Einführung einer App, mit der der CO2-Fußabdruck von Lebensmitteln von der Herstellung bis zur Auslieferung verfolgt werden kann, und einer App, die als Suchmaschine für günstige, vegane Lebensmittel dient. <p>Im Laufe der letzten beiden Veranstaltungen hat sich das Change Lab als eine zugängliche, innovative und engagierte Plattform für offene Foren in Münster etabliert. Um seinen <i>langfristigen Erfolg zu sichern</i>, müssen</p>		



Fragen der *Nachhaltigkeit geklärt* werden. In Anbetracht des von Change Lab verfolgten Ansatzes sollte das Forum als eine von Studenten geführte Marke ohne zusätzliche Anreize aufrechterhalten werden, um den sozialen Fokus seiner Gründung beizubehalten. Damit steht die Langlebigkeit des Unternehmens auf dem Spiel. Das soziale Dilemma besteht darin, eine Belohnungsstrategie festzulegen, die neue Studenten anzieht, ohne wirtschaftlich zu sein.

Die Entscheidung:

Die empfohlenen Strategien zur *Gewährleistung der Kontinuität und des Fortschritts* sind die folgenden:

1. Stärkere Betonung von "Gemeinschaftsentwicklung" und "sozialem Unternehmertum";
2. Suche nach gleichgesinnten Mitarbeitern, die das Format übernehmen;
3. Stärkung der Identifikation und des Engagements der Schüler;
4. Standardisierung des Einstellungsverfahrens;
5. Eine neue Stelle, die sich auf Networking und Öffentlichkeitsarbeit konzentriert;
6. Erhöhen Sie den Bekanntheitsgrad und die Sichtbarkeit in der Gemeinschaft.

Vorgeschlagene Fragen zur Diskussion [falls vorhanden]: keine

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- Change Lab ist es gelungen, drei inspirierende und geschätzte Redner zusammenzubringen. Weitere Informationen zu den drei Referenten finden Sie hier: [Forschungszentrum Science-to-Business Marketing - CHANGE LAB 2020: Ein interaktives Forum zur Schaffung und Erprobung gemeinsamer Co-Learning-Plattformen - FH Münster \(fh-muenster.de\)](#)
- Change Lab sorgt dafür, dass seine Botschaft ein breiteres Publikum erreicht. Das Video auf YouTube mit dem Titel "*Was die Leute über Veganismus denken. Erfüllt er die Ziele des Klimawandels? - Münster Thoughts*" erhielt positive Kritiken von den Zuschauern. Siehe Link: <https://www.youtube.com/watch?v=3iaplonBUJY&feature=youtu.be>



FALLSTUDIE: Nr. 25		Deutschland
TITEL:	Santo Sazón - Gründung eines Unternehmens in einem anderen Land	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Santo Sazón"	
Art der Industrie:	Lebensmittel	
Anzahl der Mitarbeiter:	1	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Das Projekt "Santo Sazón" umfasst ein gastronomisches und ein kulturelles Konzept und zielt darauf ab, zunächst das Beste der kolumbianischen Gastronomie und Kultur in die Stadt Münster zu bringen.</p> <p>Santo Sazón schlägt eine kulturelle Cafeteria mit typischer und kolonialer Atmosphäre vor, um die Neugierde zu wecken und mehr lateinamerikanische Wurzeln zugänglich zu machen. Es wird eine Vielzahl von Desserts anbieten, die vollständig von Hand zubereitet werden, sowie "Tapas"-ähnliche Gerichte, um ein Gleichgewicht zwischen Süßem und Herzhaftem zu schaffen. Darüber hinaus wird es eine Vielzahl typischer Getränke aus der kolumbianischen Region geben. Ergänzt wird das Angebot durch kulturelle Darbietungen wie Tänze, besondere Gäste, die von ihren Erfahrungen berichten, und Tische, die das Erlernen der spanischen Sprache fördern.</p> <p>Santo Sazon hat sich zum Ziel gesetzt, außerschulische Kochkurse anzubieten, die sich speziell an Kinder richten und dazu beitragen können, die kreative Seite der Kinder zu entwickeln und zu stimulieren, indem sie eine andere und unterhaltsame Aktivität bieten.</p> <p>Santo Sazón bietet derzeit nur das Geschäftsmodell "Take-out" an. Die Kunden können Desserts zum Mitnehmen bestellen, ein Dessert oder einen Kuchen für einen besonderen Anlass anfordern oder eine Überraschungsbox mit Desserts oder Frühstück bestellen, um jemanden zu überraschen.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Camila Molina Molina	
Profil: Gründer		
<p>Camila wurde in Medellin, Kolumbien geboren, ist 24 Jahre alt und studiert Wirtschaftswissenschaften an der Universidad Pontificia Bolivariana in Medellin. Seit September 2018 ist sie Studentin des Studiengangs Deutsch-Lateinamerikanische Betriebswirtschaftslehre (CALA) an der Fachhochschule Münster.</p> <p>An der Universität belegte sie Kurse in Unternehmertum sowie einen Führungskurs in Italien. Ihre Bachelorarbeit schrieb sie zum Thema "Verständnis der Hindernisse und Triebkräfte für unternehmerische Initiative bei Frauen mit Hochschulbildung: Der Fall von Medellin, Kolumbien".</p> <p>Zurzeit absolviert sie ein Praktikum bei dem Finanzunternehmen Tecis AG mit Sitz in Münster. Dieses Praktikum half ihr, das Finanzsystem, die Altersvorsorge, Versicherungen und Investitionen in Deutschland zu verstehen. Gleichzeitig absolviert sie ein Pflichtpraktikum bei der Organisation ACEEU. Bei dieser Gelegenheit hat sie mehr über weibliches Unternehmertum in Deutschland gelernt. Außerdem arbeitet sie seit 2019 als studentische Hilfskraft an der FH Münster für das Modul Wirtschaftsspanisch.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Bürokratie und Kultur: Eine der größten Herausforderungen für Camila bei der Gründung ihres Unternehmens in Deutschland, einem Land, das nicht ihr Herkunftsland ist, bestand darin, das bürokratische und finanzielle System zu verstehen. In Kolumbien sind keine besonderen Dokumente erforderlich, und es ist nicht nötig, sich bei der Handelskammer registrieren zu lassen. Da Deutsch nicht ihre Muttersprache ist, musste sie sich mehr anstrengen, um die Dokumente zu verstehen, zu telefonieren oder E-Mails zu schreiben. Camila wurde von der TAFH Münster GmbH beraten, die ihr half, ihre Zweifel zu klären und zu verstehen, wo sie mit der Legalisierung ihres Unternehmens beginnen sollte.</p> <p>Der erste Schritt, den sie unternahm, war die Erlangung eines Hygienezertifikats, denn sie bereitet die Produkte von Santo Sazon zu, und wenn es um Lebensmittel geht, muss man besonders vorsichtig sein. Dank des COVID musste sie den Hygienekurs online absolvieren. Schließlich erhielt sie ihr Zertifikat, das ihr die Gewissheit gab, dass die Produkte, die sie anbietet, hohen Hygienestandards entsprechen.</p> <p>Umweltfreundlich: Eine ihrer größten Herausforderungen war es, einen Weg zu finden, ihre Produkte umweltfreundlich zu produzieren, und so übernahm sie ein in Deutschland weit verbreitetes System, den "Pfand". Die verkauften Desserts werden gegen einen Aufpreis in Gläsern geliefert, für die die Kunden 1 Euro mehr bezahlen, und wenn sie das Glas zurückgeben, erhalten sie den 1 Euro zurück. Camila verwendet auch wiederverwendbare Kartons. Sie steht immer noch vor Herausforderungen wie der Suche nach einem größeren und geeigneteren Raum und der Frage nach der Steuernummer für ihr Unternehmen.</p> <p>Persönlich: Eine weitere Herausforderung besteht darin, ihre Zeit zwischen vielen anderen Aufgaben und Jobs aufzuteilen. Sie ist bei Santo Sazon für alles zuständig, einschließlich der Zubereitung der Produkte, der Verwaltung der sozialen Netzwerke usw.</p>		



Finanzen: Ihre größte persönliche Herausforderung war die finanzielle Seite und die Preisgestaltung für ihre Produkte. Sie musste ein Gleichgewicht zwischen ihrer persönlichen Erfahrung und den Empfehlungen von Außenstehenden finden.

Die Entscheidung:

Wie bereits erwähnt, hat Camila viele wichtige Entscheidungen getroffen, wie zum Beispiel die Einführung des "Pfand"-Systems in ihrem Unternehmen. Sie weiß, dass es immer wieder neue Herausforderungen geben kann, aber sie ist bereit, die Herausforderungen anzunehmen, denen sie gegenübersteht.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Camilla erwähnte die Preisgestaltung als eine Herausforderung. Welche Kriterien sollte ein Unternehmer berücksichtigen, um die Preise ethisch zu gestalten?
- Stellen Sie sich vor, Sie gründen ein Unternehmen in einem Nachbarland (der Dozent kann auch ein Land vorschlagen). Was sind die Vorteile und Herausforderungen aus ethischer Sicht?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]: keine



FALLSTUDIE: Nr. 26		Spanien
TITEL:	Genossenschaft Biciclot: Werte der sozialen und solidarischen Wirtschaft	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Biciclot" SCCL	
Art der Industrie:	Gemeinnützige Arbeitsgemeinschaft	
Anzahl der Mitarbeiter:	10-30 Mitarbeiter	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Die Biciclot-Arbeitsgruppe entstand 1987 aus einer Gruppe von Stadt- und Reiseradfahrern, die das Fahrrad als Verkehrsmittel fördern wollten.</p> <p>Mit der Absicht, mehr als nur eine Bewegung für Veränderungen zu sein, begann die Gruppe, Ideen zur Förderung der Fahrradnutzung in Barcelona zu entwickeln, während einige ihrer Mitglieder eine Ausbildung in Mechanik und Löten erhielten und andere Erfahrungen in der Organisation von Fahrradtouren sammelten. Die Gruppe ist auch aktives Mitglied in den verschiedenen Arbeitsgruppen des städtischen Fahrradkomitees von Barcelona und der Intergruppe zur Förderung der Fahrradnutzung im Parlament von Katalonien und im Bezirk Sant Martí. Diese Entwicklung im Laufe der Jahre spiegelt sich auch in den wechselnden Arbeitsschwerpunkten des Kollektivs wider: von der Gründung der Vereinigung "Biciclot Work Group", die sich der Entwicklung von Vorschlägen und Projekten widmet und ein hohes Maß an freiwilliger Beteiligung aufweist, bis hin zur Gründung der Biciclot SCCL Associated Work Cooperative im Jahr 1994. In Katalonien ist Biciclot Teil einer Genossenschaft zweiten Grades, die sich mit Fahrradlogistik und Umweltkurierdiensten beschäftigt. Der Hauptkonkurrent ist die öffentliche Verwaltung selbst, da sie viele andere Projekte fördert.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Xavier Prat und Joaquim Gili Renom	
Profil:		
<p>Xavier Prat und Joaquim Gili sind zusammen mit zehn anderen Personen die Mitbegründer von Biciclot. Alle Mitbegründer sind Fachleute im Alter von 40-45 Jahren mit langjähriger Erfahrung und viel Professionalität. Der Anteil der Frauen unter den Arbeitnehmern ist relativ gering. Bezieht man jedoch die Leiharbeiter mit ein, so ist die Geschlechterparität gegeben.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<ul style="list-style-type: none"> - Entdecken Sie die wichtigsten Unterschiede zwischen der Sozial- und Solidarwirtschaft und der konventionellen oder kapitalistischen Wirtschaft. - Verstehen, was Genossenschaften sind und was sie als Sozialunternehmen ausmacht. - Ein Verständnis für die Bedeutung von Werten und der Organisationskultur erlangen. 		
Die Entscheidung:		
<p>Das allgemeine Ziel der Fallstudie der Genossenschaft Biciclot besteht darin, die Werte und die Organisationskultur im Bereich der Sozial- und Solidarwirtschaft und somit des Genossenschaftswesens zu verstehen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Welche Art von Genossenschaft ist Biciclot? - Was bedeutet es, dass es sich um eine Non-Profit-Organisation handelt? - Wie ist ihre Organisationsstruktur? - Was ist ihr Geschäftsmodell? - Wie verhält sie sich zu ihrem lokalen Kontext? - Analysieren Sie, wie jeder der sechs Grundsätze des Kooperativismus in Biciclot zum Tragen kommt. - Analysieren Sie die Auswirkungen jedes dieser sechs Grundsätze auf Biciclot, sowohl auf interner als auch auf externer Ebene. - Analysieren Sie die Auswirkungen jedes dieser sechs Prinzipien in Biciclot, sowohl für Einzelpersonen und Mitglieder als auch als Kollektiv oder Genossenschaft. - Analysieren Sie, ob diese Grundsätze des Genossenschaftswesens in den Unternehmen, die mit Biciclot konkurrieren und nicht Teil der Sozial- und Solidarwirtschaft sind, vorhanden sind oder nicht: EMEB und soziale Netzwerke für den Kauf und Verkauf. 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.biciclot.coop/ 		



FALLSTUDIE: Nr. 27		Spanien
TITEL:	SOM MOBILITAT (Wir sind Mobilität): Ein neues Modell der Nachhaltigkeit	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Som Mobilitat" SCCL	
Art der Industrie:	Gemeinnützige Verbrauchergenossenschaft setzt sich für eine nachhaltigere Mobilität ein	
Anzahl der Mitarbeiter:	etwa 70 Personen	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Das Ziel von Som Mobilitat (Wir sind Mobilität) ist es, all jene Aktionen oder Projekte zu fördern, die dazu beitragen, alle Fahrten ihrer Partner nachhaltiger zu gestalten und die Umwelt weniger zu verschmutzen, indem die Anzahl der in unseren Städten angesammelten Fahrzeuge reduziert wird. Som Mobilitat (Wir sind Mobilität) hat die Struktur einer Genossenschaft, arbeitet aber gleichzeitig nach einem Netzwerkmodell, das tief in der Region verwurzelt ist. Som Mobilitat (Wir sind Mobilität) arbeitet in Katalonien nach einer Logik der Nähe: Lokale Vertreter aus jeder Gemeinde werden kontaktiert, um die jeweilige Realität besser zu verstehen und so Unterstützung anzubieten, damit in jeder Region die Menschen, die dort leben, entscheiden, wie die Mobilität nachhaltiger gestaltet werden kann.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Ricard Jornet und Arnau Vilardell	
Profil:		
<p>Ricard Jornet ist Unternehmer und Professor für Marketing an der Autonomen Universität von Barcelona. Er ist einer der Gründer und derzeit Vorsitzender des Verwaltungsrats und leitet die strategischen Funktionen von Som Mobilitat (Wir sind Mobilität). Er gründete diese Genossenschaft aufgrund seines unternehmerischen Eifers für Projekte im Bereich der erneuerbaren Energien.</p> <p>Arnau Vilardell ist der andere Gründer der Genossenschaft und ihr Koordinator. Seit vielen Jahren widmet er sich der Verwaltung verschiedener Projekte und begrüßt die Idee von Som Mobilitat (Wir sind Mobilität) als eine Herausforderung mit dem Anreiz, an einer sozialen Initiative mitzuarbeiten.</p> <p>Zusammen mit dem Programmierer, der für die Entwicklung der App verantwortlich ist, und dem Ingenieur mit langjähriger Erfahrung in multinationalen Unternehmen des Energiesektors haben Arnau und Ricard die Genossenschaft Som Mobilitat (Wir sind Mobilität) gegründet.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Die beste Option für den Erfolg des von diesem Unternehmen angebotenen Dienstes ist die Werbung bei den potenziellen Verbrauchern, d. h. bei all jenen, die einen Führerschein besitzen. Diese Werbung sollte mit den Gemeinden in jedem Gebiet Barcelonas verbunden sein und von den öffentlichen Verwaltungen stark unterstützt werden, um eine nachhaltigere Gesellschaft zu schaffen.</p> <p>Der Weg zur Finanzierung, der sich als nützlich erweisen kann, führt über die Nutzer und Partner, die den Dienst in Anspruch nehmen. Diese Nutzer gehören lokalen Gruppen an, die sich aus den Vorteilen der Nutzung des Dienstes finanzieren (sobald die Kosten gedeckt sind), die zu 15 % von der Genossenschaft und zu 85 % von der lokalen Gruppe verteilt werden. Auf diese Weise bleiben die Vorteile in dem Gebiet erhalten und können in neue Produkte und Dienstleistungen zur Förderung einer nachhaltigeren Mobilität reinvestiert werden.</p> <p>Sie sind sich bewusst, dass es für diese Art von Unternehmen nicht einfach ist, in Barcelona Fuß zu fassen, denn wenn es um Autos geht, gibt es einen Teil der möglichen Kunden, die das Angebot ablehnen, weil sie in der Stadt nicht mit dem Auto fahren. Die Gründer sind jedoch davon überzeugt, dass die Idee, ein nachhaltiges und gemeinschaftliches Verkehrssystem einzuführen, ein ausgezeichneter Weg ist, um die Anzahl der Fahrzeuge und die Umweltverschmutzung in Barcelona zu reduzieren.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Sie sind zu dem Schluss gekommen, dass der beste Weg, in das Geschäft in Barcelona einzusteigen, darin besteht, potenziellen Nutzern eine Reihe von Elektroautos zur Verfügung zu stellen, die auf öffentlichen Parkplätzen abgestellt und auf die verschiedenen Stadtteile Barcelonas verteilt werden.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was ist das Geschäftsmodell von Som mobilitat (wir sind Mobilität)? Was sind die Unterschiede zu einer herkömmlichen Autovermietung? - Welches sind die Hauptmerkmale des Governance-Modells eines genossenschaftlichen Unternehmens wie Som mobilitat (Wir sind Mobilität)? - Die Unternehmen der Sharing Economy gründen ihre wirtschaftliche Nachhaltigkeit auf Wachstum. - Was sind die Schlüsselfaktoren, damit Som mobilitat wachsen und wirtschaftlich nachhaltig sein kann? 		



Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://www.sommobilitat.coop/>



FALLSTUDIE: Nr. 28		Spanien
TITEL:	Nachhaltige Spenden für ältere Menschen	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Alma y Raspita"	
Art der Industrie:	Textile	
Anzahl der Mitarbeiter:	3	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Alma y Raspita wurde als Hommage an die Eltern und Großeltern der Gründerin geschaffen. Sie wollte ihnen schöne Geschichten erzählen, um ihnen all die Geschichten zurückzugeben, die uns in unserer Kindheit begleitet haben und sie jetzt im Alter begleiten.</p> <p>Sie setzte sich mit der Nichtregierungsorganisation GRANDES AMIGOS in Verbindung, die ältere, allein lebende Menschen begleitet und pflegt. Für jede schöne Geschichte, die sie verkaufen, geben sie eine Spende. Auf diese Weise begleiten sie Großeltern, die allein sind und keine Familie, Enkel oder Geschichten zu erzählen haben.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Carmen Guzmán	
Profil:		
<p>Sie ist eine sehr unternehmerisch denkende Person, die sich vielen Herausforderungen stellt, und sie hat klare Vorstellungen. Sie ist eine sehr starke Verfechterin dessen, was sie tut, und wir haben das Gefühl, dass sie sehr leidenschaftlich bei dem ist, was sie tut. Wir glauben, dass sie eine sehr bewusste Person ist, und das ist sehr inspirierend.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Nachdem sie eine herzzerreißende Sendung über die Gesellschaft der älteren Menschen in dieser Pandemie 2020 gesehen hatte, war sie der Meinung, dass sich etwas ändern müsse.</p> <p>Sie möchte einen nachhaltigen Spendenfluss schaffen, der nur vom Kauf von Büchern und Geschenken von Alma und Raspita abhängt.</p> <p>Für den Verkauf eines Buches oder eines Produkts von ALMA Y RASPITA begleiten sie ältere Menschen, die keine Familie mehr haben.</p> <p>Das Unternehmen glaubt an die Kraft der Menschen, durch Projekte etwas zu verändern. Deshalb sind seine Geschichten FSC-zertifiziert, d. h. das Papier, das zum Druck verwendet wird, stammt aus gut bewirtschafteten Wäldern.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Es ist erschütternd, wenn man bedenkt, dass 57 % der älteren Menschen allein leben und 82 % sich unsicher fühlen und Mobilitätsprobleme haben.</p> <p>Mit ALMA Y RASPITA wollen sie älteren Menschen, die allein sind, Gesellschaft leisten und damit jetzt und in Zukunft einen positiven Beitrag leisten.</p> <p>ALMA Y RASPITA wurde von ihr geschaffen und von Schriftstellern, unglaublichen Kunsthandwerkern und Verbänden entwickelt, die denjenigen Arbeit geben, die sie am meisten brauchen.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Sollten alle Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen? - Sollten sich Unternehmen mehr auf ihren lokalen Kontext und weniger auf den nationalen oder internationalen Kontext konzentrieren? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://almayraspita.com/nos-gusta-hacer-nuevos-amigos/ • https://almayraspita.com/blog/ 		



FALLSTUDIE: Nr. 29		Spanien
TITEL:	Die wichtigsten beruflichen Fähigkeiten	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	"Bytemaster"	
Art der Industrie:	Technologische	
Anzahl der Mitarbeiter:	50-60	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
<p>Bei Bytemaster ist man der Meinung, dass der Schlüssel zum Erfolg der heutigen Logistikunternehmen darin liegt, ihre Organisationen mit digitaler Technologie auszustatten, die sie flexibler und wettbewerbsfähiger macht.</p> <p>Sie verstehen das neue Logistikparadigma als ein Umdenken in den Beziehungen zwischen den Akteuren der Wertschöpfungskette, das auf der Transparenz digitaler Informationen beruht.</p> <p>Sie glauben an eine vernetzte und globale Logistik.</p> <p>Die Mitarbeiter der Personalabteilung arbeiten daran, dass die Organisation in einer glücklichen Atmosphäre arbeitet.</p>		
DER UNTERNEHMER		
Name des Unternehmers:	Alma Maseda	
Profil:		
<p>Nach vielen Jahren Erfahrung in ihrer beruflichen Laufbahn in der Verwaltung und im Finanzwesen beginnt sie nun ein neues Abenteuer in der Welt der Humanressourcen. Aufgeregt und begierig darauf, der Organisation, mit der ich zusammenarbeite, ihr Sandkorn zu geben, um ihre Wettbewerbsfähigkeit durch Menschen zu verbessern.</p> <p>Sie setzt sich für ein glücksorientiertes Management von Organisationen ein, eine Art der Unternehmensführung, die in Spanien noch wenig verbreitet ist, in anderen Ländern jedoch eine Vorreiterrolle spielt.</p> <p>Sie ist bereit, ihre Erfahrungen in diesem neuen Abenteuer von ihrem Arbeitsplatz aus weiterzugeben.</p>		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
<p>Das moralische Dilemma betraf die Personalabteilung, deren Ziel es ist, ein Umfeld zu schaffen, in dem die Mitarbeiter nicht nur über einen guten Lebenslauf verfügen, sondern vor allem über eine gute Einstellung, die die wertvollste Fähigkeit ist.</p> <p>Bei der Einstellung neuer Mitarbeiter legt Bytemaster mehr Wert auf die Einstellung und die Gefühle des Gesprächspartners als auf seine Erfahrung oder seinen Hintergrund.</p>		
Die Entscheidung:		
<p>Die Lösung des Dilemmas besteht darin, dass sie dank der Einstellung ihrer Mitarbeiter die Menschen, die arbeiten wollen, mehr wertschätzen und angenehmer mit ihnen arbeiten können.</p>		
Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Was ist bei der Einstellung eines Unternehmens wichtiger? Soft Skills? Wissen? - Ist es möglich, für die Mitarbeiter zu sorgen und gleichzeitig ein Unternehmen rentabel zu machen? 		
Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://es.linkedin.com/in/alma-maseda • https://es.linkedin.com/company/bytemaster • https://www.bytemaster.es 		



FALLSTUDIE: Nr. 30		Litauen
TITEL:	Förderung der Transparenz von Unternehmen.	
DIE ORGANISATION		
Name der Organisation:	Initiative "BALTOJI BANGA" ("CLEAR WAVE")	
Art der Industrie:	Initiative	
Anzahl der Mitarbeiter:	5	
Allgemeine Beschreibung des Unternehmens:		
 <p>"BALTOJI BANGA" ("CLEAR WAVE") ist seit 2007 ein ehrliches und verantwortungsbewusstes Unternehmen, eine vereinigende Initiative zur Förderung einer transparenten litauischen Politik. Aufgabe - Sensibilisierung von Wirtschaft, Gesellschaft und Regierung durch Vermittlung der Vorteile transparenter Geschäfte. Vision - das Zeichen der "Baltoji banga" ("Klare Welle") - das Bestreben eines jeden Unternehmens. Der Rat der Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") besteht aus Vertretern verschiedener Unternehmen und Organisationen sowie Experten. "Baltoji banga" ("Klare Welle") Unternehmen sind an einem transparenten Geschäftszeichen zu erkennen, das in der Gesellschaft, in der Geschäftswelt und in den Medien bekannt und anerkannt ist. Die damit gekennzeichneten Produkte, Informationsmaterialien oder Verwaltungsdokumente erinnern daran, dass das Unternehmen durch sein Beispiel dazu beiträgt, die Grundsätze des transparenten und fairen Geschäftsverkehrs in Litauen umzusetzen, die Kultur des ethischen Geschäftsverkehrs befürwortet und gleichzeitig die ständige Sorge des Unternehmens um seinen eigenen Ruf symbolisiert. Es ist ein Symbol für geschäftliche Integrität, Transparenz, Verantwortung und Nachhaltigkeit. <u>Laut der Umfrage</u> ist die Marke "Baltoji banga" ("Klare Welle") <u>im Jahr 2021</u> die drittbekannteste in Litauen, und mehr als die Hälfte der litauischen Bevölkerung wäre bereit, für Waren oder Dienstleistungen eines transparenten Unternehmens mehr zu bezahlen. Die Initiative für transparente Unternehmen wurde von der Vereinigung "Investors' Forum", dem "Institute of Civil Societies", dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen in Litauen, dem litauischen Zweig von "Transparency International", der Bürgervereinigung "Dalias Account" und der litauischen Agentur für Unternehmensförderung ins Leben gerufen. Schirmherrin der Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") - ist die Präsidentin der Republik Litauen (2009-2019) <u>S.E. Dalia Grybauskaitė</u>. Partner der Initiative: <u>Steueraufsichtsbehörde der Republik Litauen, Staatlicher Ermittlungsdienst der Republik Litauen, Staatliche Arbeitsaufsichtsbehörde</u>. Die Initiative wird von der Vereinigung "Investors' Forum" verwaltet. Der Schwerpunkt der Initiative liegt auf dem Bildungsniveau. Im April 2022 haben sich den Angaben zufolge 100 Unternehmen der Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") angeschlossen.</p>		
DER UNTERNEHMER (VERTRETER DER ORGANISATION)		
Name des Unternehmers:	Giedrė Bielskytė - Koordinator der Initiative "Baltoji banga". Karolina Motiejūnaitė - ist die Junior-Projektleiterin der Initiative "Baltoji banga".	
Profil:		
Karolina Motiejūnaitė hat Politikwissenschaft studiert. Sie hat vielfältige akademische und berufliche Erfahrungen. Sie absolvierte ihr Praktikum bei der Initiative "Saubere Welle". Zurzeit arbeitet sie bei der Initiative "Clear Wave" ("Baltoji banga") - einer Antikorruptions-NGO. Darüber hinaus interessiert sie sich sehr für Philosophie, Psychologie und Kunst.		
DAS MORALISCHE DILEMMA		
Beschreibung:		
Intransparente Unternehmen, "Schattenwirtschaft" (graue Wirtschaft). Transparentes Wirtschaften ist unser aller Bestreben, einen fairen Wettbewerb, verantwortungsvolle und ehrbare Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden, Partnern und dem Staat zu gewährleisten. Unternehmen, die in Litauen transparent arbeiten, haben sich bereits davon überzeugt, dass diese Art von Tätigkeit den Ruf des Unternehmens verbessert, die Risiken der Unternehmensführung verringert, das Vertrauen der Verbraucher und die Attraktivität		



der Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt erhöht. Wir glauben, dass Sie zu denjenigen gehören, die sich dafür einsetzen, dass verantwortungsbewusstes Handeln in Litauen die Regel und nicht die Ausnahme ist. Deshalb ermutigen wir Unternehmen und Organisationen, denen es wichtig ist, dass die Geschäftskultur und die Arbeitsgrundsätze in Litauen gesund sind, sich der Initiative für transparente Geschäfte "Baltoji banga" ("Klare Welle") anzuschließen.

Die Entscheidung:

Ermutung der Unternehmen, sich der Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") anzuschließen.

Organisationen, die sich der Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") angeschlossen haben, verpflichten sich, transparent zu handeln und nicht gegen Gesetze und Vorschriften im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit zu verstoßen, u. a. in den Bereichen Korruptionsprävention, Schutz personenbezogener Daten, Umweltschutz, Wettbewerb, Sicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmer und anderen Bereichen. Wir ermutigen die Mitglieder der Initiative, mehr zu erreichen als das, was gesetzlich vorgeschrieben ist: ein korruptionsresistentes Umfeld zu schaffen, eine ethische Geschäftskultur einzuführen und bewährte Praktiken mit anderen Mitgliedern der Initiative, der Geschäftswelt und der Gesellschaft zu teilen. Die 2007 gegründete Initiative "Baltoji banga" ("Klare Welle") vereint derzeit rund 100 Unternehmen, die sowohl große, mittlere als auch kleine Firmen vertreten.

Den Teilnehmern der Initiative für transparente Unternehmen "Baltoji banga" wird die erste Auszeichnung für soziale Unternehmen in Litauen "Baltoji banga" ("Klare Welle") verliehen. Es ist ein Symbol für unternehmerische Verantwortung und Transparenz und kennzeichnet Unternehmen, die offen agieren und eine ethische Geschäftskultur und ihren Ruf pflegen.

Vorgeschlagene Fragen für die Diskussion [falls vorhanden]:

- Welches ethische Problem/ moralische Dilemma wird durch diese Initiative angesprochen?
- Was ist die "Schatten-(Grau-)Wirtschaft". Welche Auswirkungen hat sie lokal/europäisch/weltweit?
- Ist dem Käufer die Kennzeichnung von Unternehmen, Waren und Dienstleistungen wichtig?
- Welche Garantien gehen verloren und was riskieren die Menschen, wenn sie Waren/Dienstleistungen illegal erwerben?
- Welche Garantien verlieren die Menschen, wenn sie illegal arbeiten?
- Kennen Sie weitere ähnliche Initiativen, die Unternehmen zu transparentem Handeln anregen?

Weitere Ressourcen [falls vorhanden]:

- <https://baltojibanga.lt>
- <https://www.youtube.com/watch?v=bAFvfJSg-Mk>
- <https://baltojibanga.lt/pamoka/>
- <https://baltojibanga.lt/wp-content/uploads/2022/03/Copy-of-Baltoji-Banga.pdf>
- <https://baltojibanga.lt/prisijunk/>



ANHANG Nr.3 - Beteiligte Unternehmen/Organisationen

LAND:	LITAUEN 
INSTITUTION:  KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES	KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES (Kautech). Weitere Informationen: https://kautech.lt/?lang=en
BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:	
	1. "Lietuvos Junior Achievement" ("LJA") - ist die erste Nichtregierungsorganisation in Litauen, die fortschrittliche Programme zur wirtschaftlichen Bildung, zur Erziehung zum Unternehmertum, zur finanziellen Bildung und zur beruflichen Bildung in allgemeinbildenden Schulen, Berufsbildungseinrichtungen und Hochschulen durchführt. Weitere Informationen: https://lja.lt
	2. "Kauno švietimo inovacijų centras" ("Kaunas Bildungsinnovationszentrum") - ist eine Haushaltseinrichtung der Stadt Kaunas. Eines der größten Zentren zur Verbesserung der Pädagogenqualifikation in Litauen. Weitere Informationen: https://www.kpkc.lt/en/
	3. "Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmai" ("Handels-, Industrie- und Handwerkskammer Kaunas") - die größte Organisation, die die Geschäftswelt der Regionen Kaunas und Marijampole versammelt und Dienstleistungen für Unternehmen entwickelt. Weitere Informationen: https://chamber.lt/en/
	4. "Europos socialinio verslumo ugdymo ir inovatyvių studijų institutas" ("Europäisches soziales Unternehmertum und innovative Studien"). Weitere Informationen: https://europe-institute.com
	5. UAB "RUBBEE" - ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die elektrische Fahrradschaltungen herstellt und zur Verringerung der Umweltverschmutzung beiträgt, indem sie die Menschen ermutigt, Fahrräder anstelle von umweltschädlichen Autos zu benutzen. Weitere Informationen: https://www.rubbee.co.uk
	6. "ŪKAI" - ist eine innovative und nachhaltige Marke, die zur Reduzierung der Plastikverschmutzung in den Ozeanen beiträgt und Produkte aus recyceltem Plastik entwickelt. Mehr Informationen: https://www.ukai.eu
	7. "SOLIDU cosmetics" - ist ein Unternehmen, das umweltfreundliche Hartkosmetika herstellt, die in Litauen nach den Grundsätzen von "Null-Abfall" und verantwortungsvollem Verbrauch produziert werden. Mehr Informationen: https://soliducosmetics.com
	8. VŠĮ "TUŠTI NARVAI" ("EMPTY CAGES") - ist eine öffentliche Einrichtung und gemeinnützige Tierschutzorganisation. Mehr Informationen: https://www.tustinarvai.lt
	9. "BALTOJI BANGA" ("CLEAR WAVE") - ist eine Initiative, die ehrliche und verantwortungsbewusste Unternehmen vereint und transparente litauische Geschäftspraktiken fördert. Weitere Informationen: https://baltojibanga.lt/en/
	10. "MAISTO BANKAS" ("FOOD BANK") - Wohltätigkeits- und Unterstützungsfonds. Mehr Informationen: https://www.maistobankas.lt
	11. "MANO GURU" ("MY GURU") - ein Sozialunternehmen/Salatbar, das sozial ausgegrenzte Menschen (ehemals Abhängige von psychoaktiven Substanzen, ehemalige Häftlinge, Menschen mit Behinderungen und Obdachlose) in den Arbeitsmarkt integriert. Weitere Informationen: https://lt-lt.facebook.com/salotubaras/
	12. "JAUNIMO LINIJA" ("YOUTH LINE") - eine Nichtregierungsorganisation und einer der größten kostenlosen Dienste für emotionale Unterstützung per Telefon und online in Litauen. Weitere Informationen: https://jaunimolinija.lt/en/
	13. "MAMŲ UNIJA" ("MOTHERS' UNION") - Kinderkrebsstiftung, die mit komplexer Hilfe krebserkrankte Kinder und ihre Familien unterstützt. Weitere Informationen: https://mamuuniija.lt/en/
	14. VŠĮ "LESĖ" - ist eine öffentliche Einrichtung und Organisation zur Betreuung heimatloser Tiere. Mehr Informationen: https://lese.lt/en/

	<p>15. "KŪRYBOS KAMPAS 360"/ VšĮ "Už švarią Lietuvą" ("CREATIVE ANGLE 360"/ Öffentliche Einrichtung "Für ein sauberes Litauen") - ist eine öffentliche Einrichtung und soziale Initiative, die nachhaltige Konsum- und Sekundärdesign-Ideen für eine sauberere und gesündere Umwelt entwickelt. "Kūrybos kampas 360" führt Bildungsaktivitäten durch, indem es kreative Veranstaltungen und Workshops organisiert. Weitere Informationen: https://www.kuryboskampas360.lt</p>
	<p>16. "SOCIALINIS TAKSI" ("SOZIALES TAXI") - ein einzigartiger Dienst, der dazu beiträgt, Fahrten für Menschen mit Behinderungen zu Orten der wirtschaftlichen und sozialen Beschäftigung zu organisieren. Weitere Informationen: https://www.zmogui.lt/socialinis-taksi/</p>
	<p>17. Projekt "KAUNAS 2022 - Kulturhauptstadt Europas":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programm "Kaunas Herausforderung"; • Programm "Freiwilligenarbeit". <p>Weitere Informationen: https://kaunas2022.eu/en/</p>
	<p>18. "JIK"/ "Žinau viską" ("Ich weiß alles") - Jugendinformations- und Beratungszentrum. Mehr Informationen: https://zinauviska.lt</p>

<p>LAND:</p>	<p>ZYPERN </p>
<p>INSTITUTION:</p>  <p>UNIVERSITY of NICOSIA</p>	<p>UNIVERSITÄT VON NIKOSIA. Weitere Informationen: https://www.unic.ac.cy</p>
<p>BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:</p>	
<p><i>Absolute Beauty Ltd.</i></p>	<p>1. "Absolut Beauty" Ltd ist ein professioneller Schönheitssalon, der 1989 von Fani Nicolaidou, Mitglied der Cyprus Association of Beauticians, gegründet wurde. Weitere Informationen: https://www.facebook.com/F.N.AbsolutyBeauty/</p>
	<p>2. "9:am Beauty & Wellness' Professioneller Schönheitssalon". Der Salon wird von Monica Christou (Visagistin) geleitet und bietet folgende Dienstleistungen an: Make-up Braut-Make-up Festliches Make-up Make-up für besondere Anlässe Gesichtsbehandlung Therapy Weitere Informationen: https://www.facebook.com/9nine.am/</p>
	<p>3. "Impophar" ist das führende Schönheits- und Fitnessunternehmen in Zypern und bietet Komplettlösungen für Geschäftsbereiche wie: Schönheitssalons, Spas, Fitnessstudios, Pilates- und Yogastudios, Fitnessstudios, Physiotherapie- und Rehabilitationszentren, Dermatologen und plastische Chirurgen sowie für private Fitnessstudios und Wellnessbereiche. Weitere Informationen: https://impophar.com/</p>
	<p>4. "The Block" (CDK Food Services Ltd) ist ein Restaurant auf dem Campus der Universität von Nicosia, das sowohl für die Öffentlichkeit als auch für Studenten und Fakultätsmitglieder geöffnet ist. Eigentümerin ist Charis Constantinou, Absolventin des Bachelor-Studiengangs Culinary Arts Management von Intercollege. Weitere Informationen: https://www.facebook.com/theblockrest/</p>
	<p>5. Das "Siblings Coffee" wurde 2020 von George Georgiou gegründet und bietet vor allem Kaffee an. Es befindet sich in Larnaka, Zypern. Weitere Informationen: https://www.facebook.com/siblingscoffee2020/</p>
	<p>6. Die "Cyprus Chefs Association" ("CCA") ist eine professionelle, gemeinnützige Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, Köche und Köchinnen aus ganz Zypern in einem gemeinsamen Engagement für berufliche Spitzenleistungen zu vereinen. Als Organisation vertritt die (CCA) eine einzige Stimme in allen Fragen, die mit dem professionellen Kochen zusammenhängen. Weitere Informationen: https://cypruschefsassociation.com/</p>
	<p>7. Die "Cyprus Spa Association" ("CSA") vereint eine Vielzahl von verschiedenen Arten von Spas in Zypern sowie angeschlossene Mitglieder, die unsere Ziele und Kodex der Praxis. Die CSA ist auch mit der UK Spa Association verbunden (seit Februar 2015). Weitere Informationen: https://www.cyspas.com/</p>
	<p>8. "The Red Box" ist ein zu einer Kantine umgebauter Container in Dali, Zypern. Auf einem geräumigen Parkplatz können die Kunden Kaffee, verschiedene kühle Getränke, Snacks und ordentliche Sandwiches genießen. Weitere Informationen: https://www.facebook.com/theredboxcoffeebar/</p>

<p>LAND:</p>	<p>DEUTSCHLAND </p>
---------------------	---

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INSTITUTION:  FH MÜNSTER University of Applied Sciences	MUNSTER FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN. Weitere Informationen: https://en.fh-muenster.de
BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:	
	1. "Strongstar" Ltd. Strongstar ist eine Gruppe für medizinische Geräte mit Sitz in Shanghai. Weitere Informationen: http://www.ss-med.com
	2. "COLUN". COLUN ist ein chilenisches Unternehmen, das in den Regionen Los Ríos und Los Lagos ansässig ist und dort hochwertige Milch produziert. Weitere Informationen: https://www.colun.cl
	3. "LiBa". Seit 2014 werden liba kola und liba Limonaden im Raum Münster unter dem Namen liba GmbH & Co. KG. Ihr Fokus liegt darauf, nachhaltig und vegan zu sein. Mehr Informationen: https://liba-trinken.de
	4. "Sonder". Eine digitale Pflegeplattform, die Menschen befähigt, aktiv die Kontrolle über ihr Wohlbefinden zu übernehmen, damit sie gut leben und ihr Bestes geben können. Weitere Informationen: https://sonder.io
	5. "Daifressh". Spezialisten für die Produktion von Beeren und Zitrusfrüchten und liefern eine breite Palette von Obst und Gemüse weltweit. Weitere Informationen: https://daifressh.com
	6. "Fooodz" GbR. Online-Angebot für hochwertige Lebensmittel, Drogerie- und Kosmetikprodukte, Haushaltswaren und Tierbedarf. Weitere Informationen: https://www.foodz.de
	7. "MasCiclo". MasCiclo ist eine mechanische Werkstatt für Fahrräder in Spanien. Weitere Informationen: https://masciclo.com
	8. "Timothy Wareman K.E.G.S.". Crafted-Bier-Unternehmen, das auf Tradition und hohe Qualität setzt. Mehr Informationen: https://www.kegsbrouwerij.nl/author/timothywareman/?lang=en
	9. "Boutiqua Portuguesa". Online-Boutique mit besonderen portugiesischen Spezialitäten und Delikatessen Weitere Informationen: https://www.boutiquaportuguesa.de
	10. "Mays doceria". Mays doceria ist eine Cafeteria und ein Süßwarenladen in Brasilien. Es handelt sich um ein kleines Familienunternehmen eines Studenten. Weitere Informationen: https://www.facebook.com/mays.doceria/
	11. "Malunt". Malunt verkauft herzhaft, nahrhaft und gesunde Snacks ohne Zusatzstoffe und Aromen. Weitere Informationen: https://www.malunt.com

LAND:	SPANIEN 
INSTITUTION:  Escola Pia Santa Anna-Mataró	ESCOLA PIA MATARO. Weitere Informationen: https://mataro.escolapia.cat
BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:	
	1. "Bytemaster". Effektive logistische Lösung für Unternehmen Weitere Informationen: https://www.bytemaster.es/en/
	2. "Fagem". Der Verband der Unternehmensverbände von Maresme ist die Einrichtung, die das Unternehmensgefüge der Region Maresme repräsentiert. Weitere Informationen: https://www.fagem.org/
	3. "P&O Ferrymasters". P&O Ferrymasters ist ein führender europäischer Anbieter von multimodalen Transportlösungen und Logistikdienstleistungen. Wir integrieren den Straßen-, Schienen- und Seeverkehr in 24 Ländern und bieten nahtlose und effiziente Lösungen für die Lieferkette, die jedes Mal aufs Neue überzeugen. Weitere Informationen: https://www.poferrymasters.com/
	4. "Laru". Das Ziel von Espai Larú ist ganz klar: Die Ausübung von Sport ist der Schlüssel zur Förderung einer gesunden Lebensweise. Werte wie Sportlichkeit, gutes Zusammenleben, Teamwork und Solidarität sind in unserer Arbeitsweise vom ersten Tag an sehr präsent. Weitere Informationen: https://espailaru.cat/
	5. "Alma und Raspita". Alma und Raspita" ist in Gedanken an meine Eltern und Großeltern entstanden. Ich wollte ihnen schöne Geschichten erzählen, um ihnen all die Geschichten zurückzugeben, die uns in unserer Kindheit begleitet haben und sie jetzt im Alter begleiten. Mehr Informationen: https://almayraspita.com/

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

This project has been funded with support from the European Commission. This publication (communication) reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

 <p>NEM NEGOCIEMPRESAMATARÓ</p>	<p>6. "NEM". Negoci Empresa Mataró ist ein Verein, dessen Hauptziele die Organisation von Initiativen und Aktivitäten sind, die auf die Förderung des Sektors und die wirtschaftliche Dynamik dieser Stadt abzielen. Weitere Informationen: https://www.nem.cat/</p>
 <p>SANDIR</p>	<p>7. "Sandir". Bei Sandir sind wir Experten darin, den Geruch in Ihr Leben zu bringen und es zu verändern, indem wir einzigartige Geruchserlebnisse schaffen, die dem Markenimage entsprechen, das Sie vermitteln möchten. Weitere Informationen: https://www.sandir.com/</p>
 <p>FUNDACIÓ EL MARESME discapacitats</p>	<p>8. "Fundació Maresme". Die Fundació el Maresme hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Eingliederung und Verbesserung der Lebensqualität von Menschen mit besonderen Schwierigkeiten und komplexen Bedürfnissen im Maresme - vor allem mit geistigen Behinderungen - und deren Familien zu fördern. Wir reagieren auf die Bedürfnisse und Anforderungen dieser Gruppe, indem wir ein breites Netz von Diensten und Zentren organisieren, die Pflege und Unterstützung mit Kontinuität anbieten. Weitere Informationen: https://www.fundaciomaresme.cat/</p>
 <p>Unió de Cooperadors de Mataró</p>	<p>9. Genossenschaft "Café del Mar". Die Unió de Cooperadors, ein historischer Bezugspunkt für Genossenschaften in Mataró, wurde 1927 gegründet. Bis heute ist es ihr gelungen, einen Teil des während der Franco-Diktatur geplünderten genossenschaftlichen Erbes zurückzugewinnen, das sich in der Stiftung Unió de Cooperadors de Mataró befindet, die eigens zur Förderung des Genossenschaftswesens und der Sozialwirtschaft gegründet wurde. Weitere Informationen: https://www.uniocoopmataro.cat/</p>
 <p>TENBEI CONCEPT</p>	<p>10. "Tenbei". Belén und Evaristo setzen auf Künstler und Designer mit großem Talent. Wir gehen von einem verantwortungsvollen und ethischen Konsum aus. Mehr Informationen: https://tenbeiconcept.com/</p>
 <p>HOLA Marketing</p>	<p>11. "HOLA Marketing". Das Marketing, das SIE suchen, um Ihr Geschäft auszubauen. Mehr Informationen: https://holamarketing.online/</p>
 <p>AURIA SPORTS EVENTS</p>	<p>12. "Auria Sports". Auria Sports Events ist ein Unternehmen, das sich auf die Organisation von Sportveranstaltungen und Markenaktivierung spezialisiert hat. Wir konzentrieren uns auf Sportmarketingaktionen und Eventmanagement sowie auf die Förderung anderer Produkte und Dienstleistungen durch Sport. Mehr Informationen: https://auriasports.com/en/</p>
 <p>LA POMA BIKEPARK</p>	<p>13. "Fahrradpark La Poma". Der Bikepark ist ein Outdoor-Sportkomplex in Premià de Dalt (Maresme). Dort werden alle Arten von Sportarten ausgeübt: Skate, Trial, BMX, Pumptrack und Dirt Jump. Der Bikepark La Poma entstand 2005 als "Feld" für die Ausübung von Dirt Jump. Weitere Informationen: https://lapomabikepark.com/en/bikepark-eng/</p>
 <p>gentic Grup d'Empreses TIC</p>	<p>14. "GENTIC". Gentic ist ein Wirtschaftsverband, der allen IKT-Unternehmen und -Fachleuten offen steht. Mit anderen Worten: Jedes Unternehmen oder jeder Selbstständige, der IKT-Produkte (Informations- und Kommunikationstechnologien) herstellt, vermarktet, Dienstleistungen anbietet oder eine andere Tätigkeit ausübt, kann Mitglied von GENTIC werden. Mehr Informationen: https://gentic.org/</p>
 <p>meet&map PARTNERSHIPS · WORKSHOPS · COMMUNITIES</p>	<p>15. "Meet and Map". Bei Meet&Map setzen wir uns für die Schaffung neuer Gesellschaftsmodelle ein, die auf Zusammenarbeit basieren. Zu diesem Zweck fördern wir die Schaffung von persönlichen Projekten und Allianzen zwischen verschiedenen Gruppen aus der Region Maresme. Weitere Informationen: https://meetandmap.org/</p>
 <p>Tecnocampus Centres universitaris adscrits a la upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona</p>	<p>16. "Tecnocampus". Die Stiftung TecnoCampus Mataró-Maresme ist die öffentliche Einrichtung, die für die Verwaltung des Technologie- und Hochschulparks TecnoCampus zuständig ist. Sie wird von der Stadtverwaltung Mataró gefördert und ist eine privatrechtliche Stiftung, die sich dem öffentlichen Dienst in den Bereichen Bildung und Unternehmensentwicklung verschrieben hat. Mehr Informationen: https://www.tecnocampus.cat/en/sobre-el-parc-tecnocampus/sobre-el-tecnocampus</p>

<p>LAND:</p>	<p>DIE NIEDERLANDE </p>
<p>INSTITUTION:</p>  <p>friesland college</p>	<p>FRIESLAND COLLEGE (nächstes Jahr FIRDA). Weitere Informationen: https://www.frieslandcollege.nl</p>
<p>BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:</p>	
 <p>Zuivelrijck BIOLOGISCH</p>	<p>1. "Zuivelrijck". Der Unternehmer René van der Veen von Zuivelrijck erkannte vor einigen Jahren die Chancen im Segment der haltbaren Bio-Milchprodukte. Er war der erste in den Niederlanden, der Bio-Kaffeeweißer in Bechern einführte. "Der Markt für fair gehandelten und Bio-Kaffee war schon seit Jahren im Aufwind, aber Bio-Kaffeemilchbecher gab es noch nicht. Das war die Geburtsstunde unseres Unternehmens. Seitdem hat sich das Sortiment um</p>



	Bio-Vollmilch und Bio-Schokoladenvollmilch erweitert. Mehr Informationen: http://www.zuivelrijck.nl/
	2. "Xpressy". Wir sind Xpressy, eine moderne Agentur für Karriereentwicklung, die auf Wirkung setzt. Wir glauben, dass die Arbeit zu dem passen sollte, was man ist, um zu glänzen. Weitere Informationen: https://www.xpressy.nl/over-xpressy/
	3. "Pottle". Mit Pottle wollen wir die Perspektive wechseln. Das bedeutet zum einen Wahlfreiheit auf dem Arbeitsmarkt. Wo andere Unternehmen unsere erneuerte Arbeitsweise anerkennen und umsetzen. Auf diese Weise können Helden wie unsere nicht nur in der Kita arbeiten, sondern wirklich mitmachen. Ob als Automechaniker, im Gastgewerbe oder ganz woanders. Mehr Informationen: https://www.pottle.nl/
	4. "Centrum Duurzaamheid". Das "Centrum Duurzaamheid" weckt die Neugier von Studenten und Unternehmen, indem es das technische Wissen von morgen vermittelt durch: Sustainable Doing House, Innovationsprojekte, Sustainable Doing Lectures, Sustainability Modules. Mehr Informationen: https://www.centrumduurzaamfriesland.nl/
	5. "Schillenboer". Cycle up bietet einen kohlenstoffneutralen Sammeldienst für die Abfallströme lokaler Unternehmer. Darüber hinaus wandelt Cycle up die Abfallströme in Rohstoffe um, indem es aus ihnen Produkte herstellt, die wieder verwendet werden können. Cycle up wird auch zu einem Treffpunkt für Kreislaufunternehmen, an dem Fachwissen ausgetauscht und ein gemeinsamer sozialer Arbeitsplatz geschaffen werden kann. Weitere Informationen: http://cycle-up.nl/
	6. "Tosti Club Leeuwarden". Manchmal hört man diese Geschichten, die einem eine Gänsehaut verschaffen, auf die richtige Art und Weise. Geschichten von Menschen, die ihrer Leidenschaft folgen und ihre Träume leben. Coen Heijkoop (damals 12) hatte einen solchen Traum. Mit seiner Leidenschaft für alte holländische Mühlen und alles, was in ihnen passiert, gelang es ihm, seinen Vater davon zu überzeugen, selbst mit Brot zu arbeiten. Das Ergebnis? Der Tosti-Club. Mehr Informationen: https://thetosticlub.nl/
	7. "Omke Jan". Omke Jan liebt die Gesellschaft - von "folk om 'e doar". Er kennt jeden und geht überall hin. Händler, Bauern und andere Dorfbewohner wissen immer, wo sie ihn finden können. Omke Jan liebt das gute Leben. Er ist ein Gastwirt, der seinen Gästen vertraut und es jedem recht machen will. Wen er in seinem Haus empfängt, den heißt er herzlich willkommen mit gutem Essen, starken Geschichten und zwanglosen Begegnungen. Mehr Informationen: https://omkejan.nl/

LAND:	GRIECHENLAND 
INSTITUTION: 	IDEC S.A. Weitere Informationen: https://idec.gr
BETEILIGTE UNTERNEHMEN/ORGANISATIONEN:	
	1. "Ports & Shipping Advisory" ("P&S Advisory") wurde im Jahr 2014 gegründet. Basierend auf dem speziellen Know-how und den Erfahrungen seiner Mitglieder aus der Hafens- und Schifffahrtsbranche hat sich P&S Advisory zum Ziel gesetzt, seinen Kunden eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Beratung zu bieten. Mehr Informationen: http://psadvisory.eu/
	2. Der Verlag "MINOAS" wurde 1952 gegründet und hat sich zum Ziel gesetzt, allen Lesern die besten Bücher anzubieten. Die Qualität und Vielfalt der Kinderbücher haben Minoas Publications zu einem der wichtigsten Verlage in Griechenland gemacht. Mehr Informationen: https://minoas.gr/
	3. "Ekathimerin", die digitale Version einer der meistgelesenen Zeitungen in Griechenland. Weitere Informationen: https://www.ekathimerini.com/
	4. "Nova" ist das Unternehmen, das als erstes das Internet, die Mobiltelefonie und das Pay-TV nach Griechenland gebracht hat. Es ist Teil der United Group, der größten Telekommunikations- und Mediengruppe in Südosteuropa. Es ist der Anbieter, der aus der Konsolidierung von Nova und Wind Hellas hervorgegangen ist. Mehr Informationen: https://nova.gr/
	5. "APSON". Corporate Sustainability & Responsibility bietet Beratungsdienste, Marketing- und Kommunikationsstrategien und entwickelt Start-up Labs. Weitere Informationen: www.apson.gr
	6. "Kovald" ist ein Pionier im Denken: Unsere Leidenschaft und unser Fachwissen verwandeln sich in Innovationen, die e-Business, e-Marketing, e-Consulting und e-Advertising Services in eine neue Ära des profitablen Erfolgs für unsere Kunden führen. Unsere Mission ist es, Ihnen dabei zu helfen, ein nachhaltiges Geschäft aufzubauen, das sich durch mehr Effizienz und



	Profitabilität im wettbewerbsintensiven Umfeld der digitalen Märkte auszeichnet. Mehr Informationen: https://www.kovald.com/
	7. "Nlpgreece@" mit der eingetragenen Marke für NLP in Griechenland - Reg. Nr. 187508 - und ISO 9001:2015-Zertifizierung, verfolgt das Hauptziel, Einzelpersonen und Fachleuten die Möglichkeit zu geben, die spezialisierten Techniken des NLP-Systems zu nutzen und Durchbrüche zu erzielen, um sich beruflich zu profilieren und sich persönlich und sozial zu entwickeln. Mehr Informationen: https://www.nlpgreece.gr/
	8. "BALUCO" ist ein internationales Beratungsunternehmen für Bunker und Schmierstoffe für die Schifffahrt, das den globalen Schifffahrtsmarkt mit Beständigkeit bedient, indem es weltweit führende Dienstleistungen anbietet. Weitere Informationen: https://www.baluco.com/
	9. "JMK" - menschenzentrierte/anthropozentrische Ausbildung und Entwicklung von Führungskräften. Durch anthropozentrisches Training lernen die Menschen, ihr persönliches Glück und ihren Wohlstand mit dem Wohlstand und dem Fortschritt ihres Arbeitsumfelds zu identifizieren. Das macht sie zu besseren Menschen, besseren Ehepartnern, besseren Eltern, besseren Freunden und natürlich zu besseren Mitarbeitern. Es handelt sich um eine Bündelung von Interessen, um gegenseitige Fürsorge und gegenseitige Angebote. Mehr Informationen: https://jmk.gr/
	10. "KLIMIS". VAS. & EK. KottaridI GP mit der unverwechselbaren Bezeichnung "KLIMIS" ist ein Familienunternehmen, das seit 1968 in Kalamata ansässig ist. Es stellt Kalkprodukte her und handelt mit Baumaterialien. Seit 1992 produziert und vertreibt es ein innovatives Produkt für das Grillen, die KLIMIS Olivengrillbriketts und andere Heizprodukte, die aus Olivenkernen hergestellt werden. Mehr Informationen: https://klimiscoal.gr/



ANHANG Nr. 4 - Referenzen

KAPITEL Nr.1 "THEORETISCHE GRUNDLAGEN DER ETHISCHEN UNTERNEHMENSLEHRE":

Modul 1 - ETHIK:

- BBC (2021), Ethics: a general introduction, Abgerufen am 12. Januar 2021 von: http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml
- Connock, S. und Johns T. (1995), "Ethical Leadership", IPD, London.
- Fisher Thornton, L. (2015), Welche Werte sind ethische Werte? Abgerufen am 12. Januar 2021 von: <https://leadingincontext.com/2015/06/17/ethical-values/>
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- IBE (2021), Ethische Werte, Institut für Wirtschaftsethik, abgerufen am 13. Januar 2021 von: <https://www.ibe.org.uk/knowledge-hub/ibe-business-ethics-framework/ethical-values.html>
- Orme, G. und Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- The Ethics Centre (2021), What is ethics?, Abgerufen am 11. Januar 2021 von: <https://ethics.org.au/why-were-here/what-is-ethics/>

Modul 2 - CORPORATE (BUSINESS) ETHICS:

- <https://www.mindtools.com/pages/article/understanding-workplace-values.htm>
- https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_14_124
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
- <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Bingham (2009), Corporate Governance und Compliance, abgerufen am 3. April 2011 von <http://www.bingham.com/PracticeDetails.aspx?PracticeID=1>
- Connock, S. und Johns T. (1995), "Ethical Leadership", IPD, London.
- Cooper, R.W. und Frank, G.L. (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, R.C. und Richardson, W.D. (1994), "Ethical decision making: a review of the empirical literature", Journal of Business Ethics, Vol. 13 No. 3, pp. 205-21.
- Galinsky, A. (2008), SUN unter <http://www.sun.com/emrkt/boardroom/newsletter/0907expertinsight.html>
- Gray, S.T. (1996), "Codify your ethics", Association Management, Vol. 48 No. 8, S. 288.
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005) Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, New Jersey: John Wiley & Sons, S. 3.
- Navran, F. (1997), "12 Schritte zum Aufbau eines Best-Practices-Ethikprogramms", Workforce, Vol. 76 No. 9, pp. 117-22.
- OECD (2004), OECD-Grundsätze der Corporate Governance, Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Abgerufen am 3. Mai 2011 von <http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf>
- Orme, G. und Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- Payne, D., Raiborn, C. und Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 16, pp. 1727-35.
- Razzetti, G. (2020), How to define corporate values (and why it matters), Abgerufen am 15. Januar 2021 von <https://www.fearlessculture.design/blog-posts/how-to-define-company-values-and-why-it-matters>



- Roth, N.L., Hunt, T., Stavropoulos, M. und Babik, K. (1996), "Can't we all just get along: cultural variables in codes of ethics", Public Relations Review, Vol. 22 No. 2, pp. 151-61.
- Shea, H. (2006) Corporate Governance and Social Responsibility of Family Firms in Hong Kong: A Case Study of Hutchison Whampoa Limited (HWL), abgerufen am 13. Mai 2011 unter http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=935101
- Smeltzer, L.R. und Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", Journal of Business Ethics, Vol. 17 No. 1, pp. 57-66.
- Steiner, G.A. & Steiner, J.F. (2006), Business, Government, and Society: A Managerial Perspective, Text and Cases, New York: McGraw Hill/Irwin, S. 597.
- Tucker, L.R., Stathakopolous, V. und Patti, C.H. (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: the professional business association perspective", Journal of Business Ethics, Vol. 19 No. 3 (part 2), pp. 287-300.
- Weeks, W.A. und Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", Journal of Business Ethics, Vol. 11 No. 10, pp. 753-60.

Modul 3 - VERHALTENSKODEX (ETHIK):

- Cooper, R.W. und Frank, G.L. (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, R.C. und Richardson, W.D. (1994), "Ethical decision making: a review of the empirical literature", Journal of Business Ethics, Vol. 13 No. 3, pp. 205-21.
- Gray, S.T. (1996), "Codify your ethics", Association Management, Vol. 48 No. 8, S. 288.
- Navran, F. (1997), "12 Schritte zum Aufbau eines Best-Practices-Ethikprogramms", Workforce, Vol. 76 No. 9, pp. 117-22.
- Payne, D., Raiborn, C. und Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 16, pp. 1727-35.
- Roth, N.L., Hunt, T., Stavropoulos, M. und Babik, K. (1996), "Can't we all just get along: cultural variables in codes of ethics", Public Relations Review, Vol. 22 No. 2, pp. 151-61.
- Smeltzer, L.R. und Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", Journal of Business Ethics, Vol. 17 No. 1, pp. 57-66.
- Tucker, L.R., Stathakopolous, V. und Patti, C.H. (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: the professional business association perspective", Journal of Business Ethics, Vol. 19 No. 3 (part 2), pp. 287-300.
- Weeks, W.A. und Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", Journal of Business Ethics, Vol. 11 No. 10, pp. 753-60.

Modul 4 - ETHISCHES LEADERSHIP:

- Aernoudt R (2008), Konferenzbericht 2008, International Business & Leadership Symposium: Ethics in Business - Corporate Culture & Spirituality, 13-14 November 2008 unter http://www.ccsforum.org/conference_report.html
- Akers, J.: 1989, 'Ethics and Competitiveness - Putting First Things First', Sloan Management Review 30, 69-71.
- Bowie, N.: 1997, 'The Moral Obligations of Multinational Corporations. Probleme der internationalen Gerechtigkeit'. Wieder abgedruckt in 1998, T. L. Beauchamp und N. E. Bowie (Hrsg.), Ethical Theory and Business, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, S. 522-534.
- Gilmore, J. T.: 1986, 'A Framework for Responsible Business Behavior', Business and Society Review (Sommer) 58, 31-34.
- Gurría A. (2009), "Business ethics and OECD principles: Was kann getan werden, um eine weitere Krise zu vermeiden?", European Business Ethics Forum (EBEF) proceedings, Jan 2009
- Steiner, G. und J. Steiner: 2000, Business, Government and Society (7th edn.), McGraw Hill, New York, S. 206-208.
- Silk, L.: 1989, 'The Challenge for Managers Is to Make Morality Pay', Business Month (Mai) 133, 8-11.



- Thompson A., Strickland A., und Gamble J. (2007), *Crafting and Executing Strategy - The quest for competitive advantage*, 15. Auflage, McGraw Hill, 323-325.

Modul 5 - ETHICAL ENTREPRENEURSHIP:

- Entrepreneur Europe (2015), *The 4 Pillars of Ethical Enterprises*, abgerufen am 28. Januar 2021 von: <https://www.entrepreneur.com/article/240035>
- Provident CPA (2020), *Ethisches Unternehmertum: The Impact and Strategies of Ethics*, abgerufen am 28. Januar 2021 von: <https://providentcpas.com/ethical-entrepreneurship-the-impact-and-strategies-of-ethics/>

KAPITEL Nr. 2 "DIE METHODE DES FALLBASIERTE LERNENS":

- Hogeschool Utrecht. (2017, november 1). Uploads. Opgeroepen op november 25, 2020, van [husite.nl:https://husite.nl/toetsing/wp-content/uploads/sites/185/2017/11/criteria-voor-het-maken-van-een-casus.pdf](https://husite.nl/toetsing/wp-content/uploads/sites/185/2017/11/criteria-voor-het-maken-van-een-casus.pdf)
- Normen en Waarden. (2020, januari 1). *Ethisches Dilemma*. Opgeroepen op november 25, 2020, van [normenenwaarden.org: https://www.normenenwaarden.org/ethisch-dilemma/](https://www.normenenwaarden.org/ethisch-dilemma/)
- Sociaal Werk Nederland. (2020, januari 1). Opgeroepen op november 25, 2020, van [sociaalwerknederland.nl: https://www.sociaalwerknederland.nl/?file=11981&m=1445424124&action=file.download](https://www.sociaalwerknederland.nl/?file=11981&m=1445424124&action=file.download)

KAPITEL Nr.3 "QUICK SCAN" AKTIVITÄT:

- Hafsa J. (2017). *Teacher of 21 st Century: Characteristics and Development*. *Research on Humanities and Social Sciences*. 7. 50-54
- Entani T. (2022). *Group Formation Models Based on Inner Evaluations of Members*. In *Integrated Uncertainty in Knowledge Modelling and Decision Making: 9th International Symposium, IUKM 2022, Ishikawa, Japan, March 18-19, 2022, Proceedings*. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 29-39. https://doi.org/10.1007/978-3-030-98018-4_3
- Wong K. M. (2021). "A design framework for enhancing engagement in student-centered learning: own it, learn it, and share it" von Lee und Hannafin (2016): an international perspective. *Educational technology research and development: ETR & D*, 69(1), 93-96. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09842-w>

KAPITEL Nr.4 "ET TALKS":

- *Wirksame Ethik-Kodizes für Unternehmen: Wahrnehmungen von Kodex-Nutzern*, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-004-2169-2> (eine ganzheitliche Perspektive für Unternehmensethikkodizes).
- *8 Leitlinien für die Durchführung effektiver Interviews*, <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/interview-guidelines> (wertvolles Material bei der Entwicklung der ET-talks-Richtlinien für Interviews).
- Ein Überblick über die Videoproduktion, <https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/video-production.html> (einige Einblicke in die Videoproduktion, wie man den Prozess plant, die einzelnen Schritte bewältigt und die Entwicklung genießt).
- Die fünf Phasen der Videoproduktion, https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2019/06/Chapterthon_Video_Production_Guide.pdf (ein inspirierender Leitfaden für die Festlegung von Zielen, die Vorplanung und Produktion, die Integration von Musik und die Einhaltung der GDPR-Vorschriften).



KAPITEL Nr. 5 "ZUKÜNFTIGE TAGE":

- Marian Buil (2022), Schöpfer der Design Thinking-Methodik. Tecnocampus Universität.
- Gallagher, Silvia Elena; Savage, Timothy (2020-12-26). "Challenge-based learning in higher education: an exploratory literature review". Teaching in Higher Education: 1-23
- Bridgeman, P.A. (2010) Diskussion am runden Tisch: Eine wirksame Strategie für öffentliches Engagement. Vortrag auf der North American Association of Christians in Social Work Convention, Raleigh-Durham, NC, November 2010.
- Facultad de Magisterio de Vitoria-Gasteiz. Universität del País Vasco. 22. November.

KAPITEL Nr. 6 "DEFINITION DER LERNERGEBNISSE UND BEWERTUNG":

- Bloom, B. S., Krathwohl, D. R., & Masia, B. B. (1984). Bloom'sche Taxonomie der Bildungsziele. In Allyn und Bacon. Pearson Education.
- Fink, L. D. (2003). Ein selbstgesteuerter Leitfaden zur Gestaltung von Kursen für signifikantes Lernen. Universität von Oklahoma, 27(11), 1-33.
- Sinek, S. (2019). Das unendliche Spiel. Penguin.





Value &
Future

Ethisches Unternehmertum mit Wirkung



Für mehr Informationen: <https://valueandfuture.eu>



Value and Future

Das Projekt knüpft an die Notwendigkeit einer effektiven Bildung im Bereich des Unternehmertums an, die die Einstellung junger Menschen und Lehrkräfte zu den ethischen und moralischen Aspekten ihrer Entscheidungen, ihrer beruflichen Laufbahn und ihrer Stellung in der Gesellschaft verändert.

Das Projekt fördert die Einführung eines gerechteren, ethischeren unternehmerischen Denkens als einen Weg zur Erreichung der globalen und europäischen Ziele für nachhaltige Entwicklung.

Ethisches Unternehmertum ist ein Verhalten, das auf Wertesystemen, unternehmerischer Verantwortung und Integrität beruht und dem Schutz von Mensch und Umwelt dient, während es gleichzeitig einen wirtschaftlichen Nutzen bringt.

