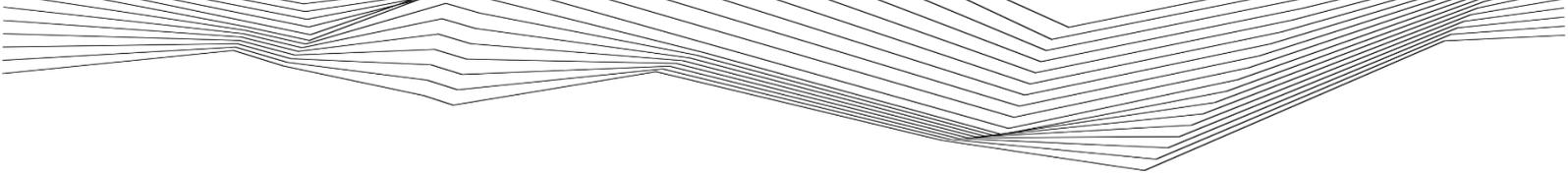




# HANDBUCH

Erforschung des digitalen  
Unternehmertums für Erwachsene  
mit unterschiedlichen Fähigkeiten



**TITEL:**

Handbuch "Erforschung des digitalen Unternehmertums für Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten"

**PROJEKT:**

"Digitale Bildung zum Unternehmertum für Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten", gefördert von der Nationalen Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung, Nationale Agentur für das Erasmus+ -Programme (Bildung für Erwachsene).

**Projektpartner sind:**

- Outreach Hannover e.V., Deutschland
- Wizard, obrt za savjetovanje, Kroatien
- Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen "Realisierung", Kroatien
- Unternehmen für die berufliche Rehabilitation und Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen ITECCION, Serbien
- Zentrum für nicht formale Bildung und lebenslanges Lernen (CNELL), Serbien
  - Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italien
  - Ung Kraft / Youth Power Schweden

**VERÖFFENTLICHUNG:**

Outreach Hannover e.V., Deutschland

**EDITORS:**

Maja Katinić Vidović  
Danijela Matorčević

**AUTOREN:**

Maja Katinić Vidović  
Danijela Matorčević  
Nedim Micijević  
Čedo Velašević  
Enrico Taddia  
Pavle Jevđić  
Stanče Matović  
Miloš Matorčević

**ÜBERSETZT AUS DEM ENGLICHEN:**

Nikola Saric

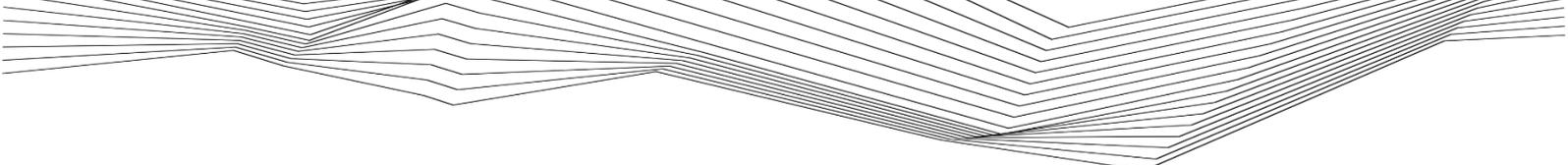
**GRAPHIK DESIGN:**

Milica Milović Kinoli

Hannover, Germany  
2021

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINFÜHRUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>ÜBER DAS PROJEKT</b> .....	<b>2</b>
<b>IT-SEKTOR ALS GAME CHANGER</b> .....	<b>4</b>
<b>DIE ZIELGRUPPE DER ERWACHSENEN MIT UNTERSCHIEDLICHEN FÄHIGKEITEN</b> .....	<b>6</b>
<b>ERKLÄRUNG DER GRUNDBEGRIFFE UND UNTERSCHIEDE ZWISCHEN KLASSISCHEM UNTERNEHMERTUM UND DIGITALEM UNTERNEHMERTUM</b> .....	<b>9</b>
Große Unternehmen .....	11
Start-up.....	12
Digitales Unternehmertum.....	12
Digitale Geschäftsmodelle .....	14
Marketing im digitalen Unternehmertum.....	19
Unterschied zwischen klassischem Unternehmertum und digitalem Unternehmertum .....	19
<b>BESCHREIBUNG DER ELEMENTE UND STAKEHOLDER DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS</b> .....	<b>22</b>
<b>KOMPETENZEN, DIE FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS ERFORDERLICH SIND</b> .....	<b>24</b>
DigiComp 2.1 – Der digitale Kompetenzrahmen für Bürger.....	26
Wie testet man seine digitalen Kompetenzen?.....	29
Beschleuniger für digitale Fähigkeiten .....	29
DAS DIGITALE KOMPETENZRAD .....	29
<b>WIE MAN MIT EINEM UNTERNEHMEN ANFÄNGT – GESCHÄFTSPLAN, MARKETING, DESIGN UND FINANZEN</b> .....	<b>31</b>
Geschäftsplan .....	31
Verschiedene Arten der Geschäftspläne.....	32
The Business Model Canvas (BMC) .....	32
Marketingplan .....	36
Finanzplan.....	37
<b>DIGITALE STRATEGIE</b> .....	<b>38</b>
Zehn Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie .....	38
<b>FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR DIGITALE UNTERNEHMER</b> .....	<b>41</b>
Acht wichtige Finanzierungswege .....	42
<b>WICHTIGKEIT DER ONLINE-VERNETZUNG</b> .....	<b>47</b>
<b>DIGITALE WERKZEUGE FÜR DIE ARBEIT UND WERKZEUGE, DIE VON MENSCHEN MIT UNTERSCHIEDLICHEN FÄHIGKEITEN VERWENDET WERDEN KÖNNEN</b> .....	<b>52</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>54</b>
<b>SITOGRAFIE</b> .....	<b>55</b>



# EINFÜHRUNG

Dieses Handbuch richtet sich an alle, die bereit sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen oder sich mit dem Thema digitales Unternehmen zu beschäftigen, wobei der Schwerpunkt auf Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten liegt. Das Handbuch bietet einen ausführlichen Überblick über digitales Unternehmen, die erforderlichen Kompetenzen der digitalen Geschäftswelt, Finanzierungsmöglichkeiten und Ratschläge für die Online-Vernetzung.

Der IT-Sektor und die Technologie im Allgemeinen haben unser Leben erleichtert, aber auch das Geschäft beschleunigt. Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten, die auf einem Arbeitsmarkt oder in einer Geschäftswelt seit langem an den Rand gedrängt und diskriminiert wurden, haben schließlich Technologie und Ausrüstung, mit denen sie bequem von zu Hause aus zu ihren Bedingungen arbeiten und Geld verdienen können.

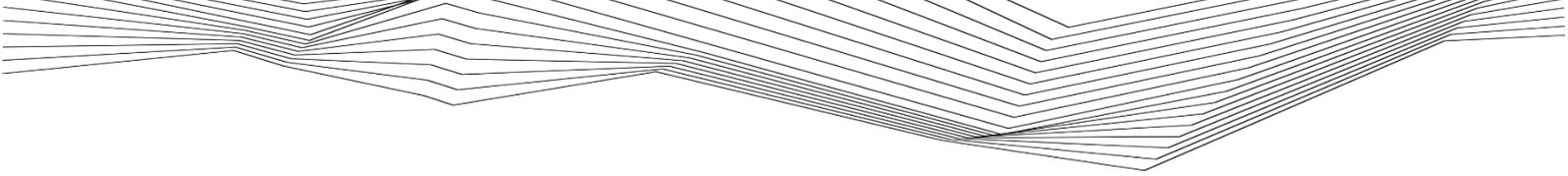
Ob klassisch oder digital, Geschäfte zu machen ist nicht leicht und benötigt sorgfältige Vorbereitung und Kenntnisse, um keine „Anfänger“-Fehler zu machen.

Auf diesen Seiten finden Sie Erklärungen, Vorschläge und Analysen für die Führung eines digitalen Geschäfts, von denen wir glauben, dass sie für alle Leser von Vorteil sind.

Der letzte Teil des Handbuchs beinhaltet eine Liste verschiedener Werkzeuge, mit denen Personen mit unterschiedlichen Fähigkeiten andere Online-Programme erkunden können. Diese Liste ist nicht endgültig.

Wir als Autoren helfen, dass dieses Handbuch als Inspiration, Motivation und Leitfaden für alle dient, besonders aber für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten, die Unternehmer werden und ihrer Leidenschaft kreativ, innovativ und schnell in der Welt des digitalen Geschäfts folgen möchten.

Autoren



# ÜBER DAS PROJEKT

Projekttitel: "Digitale Bildung zum Unternehmertum für Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten"

In letzter Zeit sind hohe Arbeitslosenquote zu verzeichnen, besonders für Menschen mit Behinderungen, die Schwierigkeiten haben, überhaupt ihren ersten Arbeitsplatz zu finden und relevante Erfahrungen für ihre (zukünftige) Karriere zu sammeln. Es gibt viele Erwachsene mit weniger Möglichkeiten, denen es an Beschäftigung und einem regulären Gehalt mangelt. Angesichts der aktuellen Situation der Covid-19-Pandemie in Europa und der Tatsache, dass wegen der Sperrung, Isolation und anderen Maßnahmen der Bürger viele Arbeitgeber zu Beginn der Pandemiemaßnahmen ihre Arbeitnehmer entlassen haben. Selbst mit der wirtschaftlichen Hilfe der Regierungen haben wir immer noch höhere Arbeitslosenquoten als vor Beginn der Pandemiemaßnahmen.

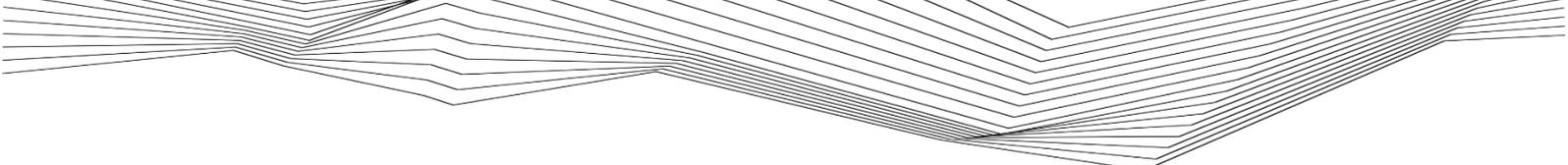
Selbstständigkeit und Unternehmertum haben sich als wertvolle Option für die Karriereentwicklung erwiesen. Mit der Entwicklung des IT-Sektors bringen klassischen „Offline“-Unternehmen aber nicht ausreichend Kunden und Gewinne und überleben daher nicht lange. Wir glauben, dass die Selbstständigkeit im digitalen Unternehmertum die Arbeitslosigkeit der Erwachsene mit Behinderungen verringern kann.

Menschen mit Behinderungen sind häufig mit gesellschaftlichen Hindernissen konfrontiert, und Behinderungen rufen in vielen Gesellschaften negative Wahrnehmungen und Diskriminierungen hervor. Wegen des mit Behinderungen verbundenen Stigmas sind Menschen mit Behinderungen im Allgemeinen von Bildung, Beschäftigung und Gemeinschaftsleben ausgeschlossen, was ihnen die für ihre soziale Entwicklung, Gesundheit und ihr Wohlbefinden wesentlichen Chancen nimmt. Erwachsenenbildung ist eine sehr geschätzte Option für Erwachsene mit Behinderungen, weil es einfacher ist, sich für diese Bildungsprogramme einzuschreiben. Sie dauern kürzer als die formale Bildung und sind oft auf dem neuesten Stand der modernen Bedürfnisse von Gesellschaften.

Mit diesem Projekt gehen wir auf die Bedürfnisse der Institutionen sowie auf die Bedürfnisse unserer eigenen Erzieher und Begünstigten ein. Wir fördern das digitale Unternehmertum von Erwachsenen mit Behinderungen und die Qualitätsförderung unserer Erwachsenenbildner, um eine qualitativ hochwertige (digitale) Unternehmertumsausbildung unserer Begünstigten organisieren zu können. Wir produzieren intellektuelle Ergebnisse, die als hochwertiges Material für das Wissensmanagement für die Ausbildung aktueller und zukünftiger Erwachsenenbildner zur Qualitätsförderung und Betreuung von Begünstigten für digitales Unternehmertum sowie als Online-Kurs (E-Learning) für die direkte Ausbildung von Erwachsenen für digitales Lernen dienen Start-ups für unternehmerische Initiative.

Daher sind die Ziele des Projekts:

- Förderung arbeitsloser Erwachsenen mit Behinderungen und Gründung eines digitalen Unternehmertums durch die Entwicklung eines inspirierenden, innovativen und aktuellen Handbuchs sowie des Online-Kurses.
- Stärkung unserer Erwachsenenbildner und Verbesserung des Wissensmanagements unserer Organisationen in Theorie und Praxis zum Aufbau der Kompetenzen der Erzieher im Bereich digitales Unternehmertum für Erwachsene mit Behinderungen durch LTTA und ein innovatives Curriculum für die Bildung der Erzieher sowie ein nützliches Toolkit mit Workshops für Begünstigte.

- 
- Austausch bewährter Verfahren und Weiterentwicklung einer qualitativen hochwertigen strategischen Partnerschaft zwischen Partnern aus fünf europäischen Ländern mit unterschiedlichen Realitäten in Bezug auf Beschäftigung und digitales Unternehmertum.

Projektaktivitäten sind:

- A1 Projektmanagement
- M1 Kick-off-Treffen
- O1 Handbuch "Erforschung des digitalen Unternehmertums für Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- M2 Zweites Treffen
- O2 Curriculum "Befähigung der Erwachsenenbildner, Start-ups für digitales Unternehmertum bei Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- O3 Toolkit "Betreuung und Unterstützung der Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Gründung eines digitalen Unternehmertums"
- M3 Drittes Treffen
- O4 E-Learning-Kurs "Start-up-Kurs für digitales Unternehmertum für Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- C1 LTTA Training der Trainer
- E1, E2, E3, E4, E5 – Offene Konferenzen in SE, HR, RS, IT, DE
- M4 Bewertungstreffen

Am Ende dieses Projekts stehen den Projektpartnern sowie anderen Organisationen und Interessengruppen effektivere Instrumente und kompetenteres Personal zur Verfügung, um sich für die Bildung zum digitalen Unternehmertum der Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten zu engagieren.

Projektpartner sind:

- Outreach Hannover e.V., Deutschland
- Wizard, obrt za savjetovanje, Kroatien
- Verein zur Verbesserung der modernen Lebenskompetenzen "Realisierung", Kroatien
- Unternehmen für die berufliche Rehabilitation und Beschäftigung der Menschen mit Behinderungen ITECCION, Serbien
- Zentrum für nicht formale Bildung und lebenslanges Lernen (CNELL), Serbien
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italien
- Ung Kraft / Youth Power Schweden

# IT-SEKTOR ALS GAME CHANGER

Jahrzehntlang hatten Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten, die normalerweise als behinderte Menschen genannt werden, Schwierigkeiten, einen Arbeitsplatz zu finden oder sogar in einen Arbeitsmarkt einzutreten, der ihren (Behinderungen) gerecht wurde. Die meisten Unternehmen zögerten, ihre üblichen Arbeitsläufe oder Arbeitseinstellungen so zu ändern, dass sie jemanden mit einer körperlichen oder geistigen Behinderung einbeziehen. Eine andere Gelegenheit – von zu Hause aus zu arbeiten – gab es bis Anfang der 2000er Jahre kaum.

Als der IT-Sektor<sup>1</sup> zu Beginn des 20. Jahrhunderts wuchs, veränderte sich das Arbeitsumfeld deutlich. Die breite Öffentlichkeit erkundete die Idee flexibler Arbeitszeiten, von zu Hause aus oder per Fernarbeit. Das heißt, dass ein Arbeitnehmer/ Angestellter dafür verantwortlich ist, eine Aufgabe oder ein erwartetes Ergebnis bis zum Stichtag zu liefern, unabhängig davon, wo er physisch stationiert war oder wie lange er gearbeitet hat. Mit der zunehmenden Nutzung von Mobiltelefonen und mobile Anwendungen expandierte der IT-Sektor zu einem digitalen Sektor, was bedeutete, dass neue Arbeitsplätze entstanden. Neue digitale Werkzeuge ermöglichten es Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten, aktiv am Arbeitsmarkt zu arbeiten und teilzunehmen, ohne acht Stunden an einem Arbeitsplatz sitzen oder mit den üblichen Arbeitswerkzeugen kämpfen zu müssen, die alle anderen nutzten.

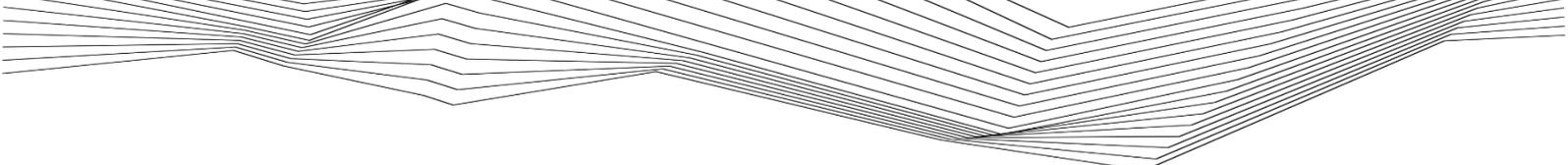
Mit der COVID-19-Pandemie wechselten die meisten Menschen von zu Hause aus zu flexiblen Arbeitszeiten, sodass sich Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten wohler fühlten, wenn sie Geschäftsmöglichkeiten erkundeten. Es gibt viele Vorteile: "Der vermehrte Einsatz digitaler Werkzeuge wie Zoom, Cisco Webex und Microsoft Teams, die eine Kommunikation über die durch Covid-19-Sperren auferlegten Hindernisse hinaus ermöglichen, hat die Arbeit von zu Hause aus für Menschen mit Behinderungen akzeptabel gemacht – und sogar das Sozialisieren am Arbeitsplatz erleichtert. Wer einen Rollstuhl benutzt, hat keine Probleme mit dem Transport zur und von der Arbeit oder bittet um die Hilfe, die er für die Navigation in einem Büro braucht. Menschen mit psychischen Erkrankungen haben mehr Kontrolle über ihre Umgebung und potenzielle Stressfaktoren. Sprach-Text-Software hilft taub und hart -von hörenden Personen verstehen Mitarbeiter besser als in persönlichen Umgebungen in einem Büro. Künstliche Intelligenz kann jemandem helfen, der blind ist, Gesichter zu erkennen."<sup>2</sup>

Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten erkannten die Dynamik als hervorragende Möglichkeit, über Selbstständigkeit oder Unternehmensgründung nachzudenken, und einige wurden sogar zu Befürwortern sozialer Medien. TikTok erwies sich als ideale Plattform für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten. Es bietet nicht nur einen Ort, an dem über Inklusion/ Exklusion und die alltäglichen Kämpfe der Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten gesprochen werden kann, sondern dient auch als Einnahmequelle, wenn Videos eine bestimmte Anzahl der Ansichten erreichen.

---

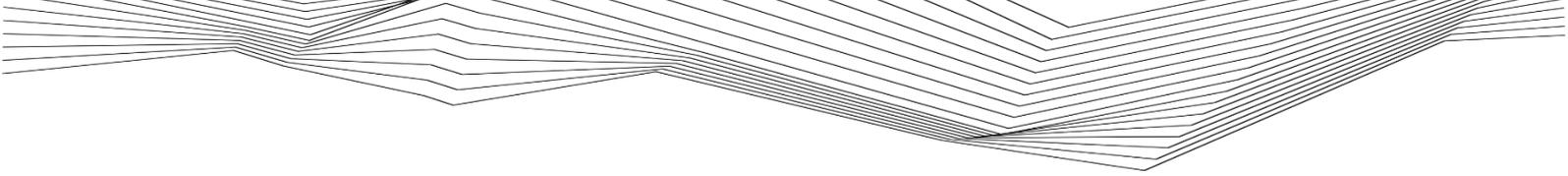
<sup>1</sup> Der IT-Sektor beinhaltet unter anderem Internet- und Softwaredienstleistungen, IT-Beratung, Anwendungssoftware und Entwicklung der Systemsoftware

<sup>2</sup> <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>, Aufruf am 27.2.2021.



Beliebte Beispiele sind ein Mädchen mit Tourette-Syndrom, ein Mann mit einer körperlichen Behinderung oder ein blindes Mädchen, das zeigt, wie ihr Alltag aussieht.

Aufgrund des digitalen Sektors oder seiner Technologie können Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten einem globalen Publikum von zu Hause aus Diensten anbieten und den Arbeitsplatz an ihre Bedürfnisse anpassen. Das bedeutet, dass Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten als social Media Manager, Texter, Programmierer, visuelle Designer, Sprecher, Videoproduzenten usw. arbeiten können. Die Möglichkeiten sind groß und hängen von den Kompetenzen einer bestimmten Person ab.



# DIE ZIELGRUPPE DER ERWACHSENEN MIT UNTERSCHIEDLICHEN FÄHIGKEITEN

Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) "leben rund 15% der Weltbevölkerung – über eine Milliarde Menschen – mit irgendeiner Form der Behinderung, von denen 2 bis 4% deutliche Funktionsstörungen haben. Viele dieser Menschen brauchen unterstützende Technologien wie Sehbehinderungen, Rollstühle oder Hörgeräte. Diese Zahl wird sich voraussichtlich bis 2050 auf zwei Milliarden verdoppeln."<sup>3</sup>

Experten haben Probleme bei der Auswahl der an der besten geeigneten Terminologie, um eine Person mit einer Behinderung oder anderen Fähigkeiten zu definieren, wie wir es eher sagen.

Wenn es um Behinderungen geht, besteht das erste Hindernis für Experten darin, die an der besten geeigneten Terminologie für die Definition einer Person mit einer Behinderung auszuwählen. In den letzten Jahren haben mehrere Experten den Ausdruck „Situation der Behinderung“ favorisiert. Das Privileg dieser Terminologie ist die Widerspiegelung einer komplexeren Bedingung über das Individuum; es geht um den Kontext, in dem eine Person lebt (materielle und relationale Aspekte) sowie den historischen und kulturellen Kontext<sup>4</sup>. D. Mautuit<sup>5</sup> (1995) sah die drei Elemente in der "Situation der Behinderung": Das erste betrifft den Einzelnen und die Identifizierung seines Defizits; der zweite betrifft den Kontext und die Identifizierung möglicher Hindernisse. Der dritte betrifft die notwendigen Hilfsbeziehungen, die für jeden Menschen, besonders für Menschen mit Behinderungen, von großer Bedeutung sind. Wir können diesem letzten Aspekt auch die Notwendigkeit hinzufügen, die Herausforderung anzunehmen, Behinderungen mit einer vereinten Kraft abzubauen.

Heutzutage ist es schwierig, klare Vorstellungen über den zu verwendenden Namen zu haben. Die Gründe für das Fehlen klarer Ideen sind aber eher interessant, positiv und legitim. Jedem Namen kann entweder die Entfernung vergrößern oder andererseits die gemeinsame Zugehörigkeit und die Nähe erhöhen<sup>6</sup>.

Laut der Konvention über die Rechte der Menschen mit Behinderungen „gehören zu Menschen mit Behinderungen Personen mit langfristigen körperlichen, geistigen oder sensorischen Beeinträchtigungen, die in Wechselwirkung mit verschiedenen Hindernissen ihre uneingeschränkten

---

<sup>3</sup> WHO Globaler Behindertenaktionsplan 2014 - 2021 <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>, Aufruf am 20.03.2021.

<sup>4</sup> Taddia et al., Nutzung der NFE und Sportmethoden zur Einbeziehung von Jugendlichen mit Behinderungen, [https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN\\_O1.pdf](https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf)

<sup>5</sup> Matuit D. - L'intégration sociale et professionnelle des personnes en situation de handicap: des concepts à l'évaluation des actions; Revue Européenne du Handicap Mental, 1995

<sup>6</sup> Taddia et al., Nutzung der NFE und Sportmethoden zur Einbeziehung von Jugendlichen mit Behinderungen, [https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN\\_O1.pdf](https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf)

und wirksamen Teilhaben an der Gesellschaft gleichermaßen behindern können“ (Artikel 1 des Übereinkommens<sup>7</sup>).

Im Allgemeinen bezieht sich der Begriff Behinderung auf einen Zustand oder eine Eigenschaft, die mit einer bestimmten Person verknüpft ist, und ist daher verkörpert. Behinderungen liegen vor, wenn routinemäßig ausgeführte Aktivitäten (z.B. Gehen, Sprechen, Lesen) irgendwie eingeschränkt sind oder nicht auf gewohnte Weise ausgeführt werden können.<sup>8</sup>

Laut dem von der Weltgesundheitsorganisation veröffentlichten Internationalen Klassifikation von Beeinträchtigungen und Behinderungen (ICIDH<sup>9</sup>) sind die folgenden Begriffe definiert als:

- Beeinträchtigung als “Verlust oder Abnormalität einer Struktur, psychologischen, physiologischen oder anatomischen Funktion”;
- Behinderung als “jede Einschränkung oder jeder Verlust (infolge einer Beeinträchtigung) der Fähigkeit, eine Aktivität in der für einen Menschen als normal erachteten Weise oder in normalem Ausmaß auszuführen”;
- Behinderungen wie der “Zustand der Benachteiligung infolge einer Beeinträchtigung oder einer Behinderung, die in bestimmten Fächern die Erfüllung der normalen Rolle für dieses Fach in Bezug auf Alter, Geschlecht und soziokulturelle Faktoren einschränkt oder verhindert”.

Bei allen Arten der Arbeit und unternehmerischen Start-ups werden wir auf Erwachsene mit unterschiedlichsten Fähigkeiten stoßen, von Sehstörungen oder Haring bis hin zu Autismus-Spektrum-Störungen und körperlichen Behinderungen. Nachstehend ist eine kurze Liste der **verschiedenen Arten der Behinderungen und deren Erklärungen** zu finden, basierend auf den Personaldienstleistungen der Australian National Universität<sup>10</sup>:

- **Sehbeeinträchtigung**

Sehbehinderung bezieht sich auf Personen, die eine verminderte Sehfähigkeit in einem Ausmaß haben, das Probleme verursachen kann, die mit üblichen Mitteln nicht behoben werden können (d.H. Brille).

- **Taub oder schwerhörig**

Es bezieht sich auf einen Hörverlust, der so schwerwiegend ist, dass nur sehr wenig oder gar keine funktionierende Hörfähigkeit vorhanden ist.

- **Psychische Erkrankungen**

Psychische Erkrankung ist ein allgemeiner Begriff für eine Gruppe von Krankheiten, die den Geist oder das Gehirn betreffen. Diese Krankheiten, einschließlich bipolarer Störungen, Depressionen, Schizophrenie, Angstzuständen oder Persönlichkeitsstörungen, beeinflussen das Denken, Fühlen und Handeln einer Person.

Eine Person mit einer psychischen Erkrankung kann Konzentrationsschwierigkeiten haben, die manchmal auf Medikamente zurückzuführen sind. Vermeiden Sie nach Möglichkeit übermäßig stressige Situationen, damit sich ihr Zustand nicht verschlechtert.<sup>11</sup>

- **Beschränkter Intellekt**

---

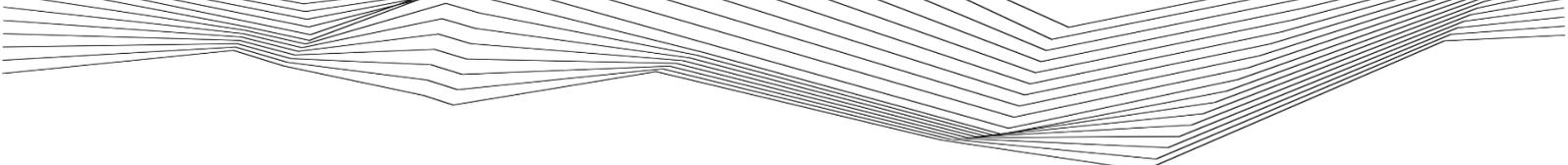
<sup>7</sup> Konvention über die Rechte der Menschen mit Behinderungen <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>

<sup>8</sup> Taddia et al., Nutzung der NFE und Sportmethoden zur Einbeziehung von Jugendlichen mit Behinderungen, [https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN\\_O1.pdf](https://eng.youth-power.org/wp-content/uploads/2021/02/EN_O1.pdf)

<sup>9</sup> Internationale Klassifikation von Beeinträchtigungen und Behinderungen, <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>

<sup>10</sup> Verschiedene Arten von Behinderungen – Personaldienstleistungen – ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> Aufruf am 22.03.2021.

<sup>11</sup> Ebd.



Intellektuelle Behinderung ist ein Begriff, der genutzt wird, wenn Personen bestimmte kognitive Funktionseinschränkungen und Fähigkeiten (Kommunikations-, Sozial- und Selbstpflegefähigkeiten) haben.

- **Erworbene Hirnverletzung**

Erworbene Hirnverletzung bezieht sich auf jede Art der Hirnschädigung, die nach der Geburt auftritt. Die Verletzung kann aufgrund einer Infektion, einer Krankheit, eines Sauerstoffmangels oder eines Traumas des Kopfes auftreten.<sup>12</sup>

- **Autismus-Spektrum-Störung**

Autismus-Spektrum-Störung (ASD) ist eine Entwicklungsstörung, die erhebliche soziale, Kommunikations- und Verhaltensstörungen verursachen kann. Es gibt oft nicht an dem Aussehen von Menschen mit ASD, was sie von anderen Menschen unterscheidet, aber Menschen mit ASD können anders kommunizieren, interagieren, sich verhalten und lernen. Die Lern-, Denk- und Problemlösungsfähigkeiten von Menschen mit ASD können von begabten bis zu schwerbehinderten Menschen reichen. Einige Menschen mit ASD brauchen viel Hilfe in ihrem täglichen Leben; andere brauchen weniger.<sup>13</sup>

- **Körperliche Behinderung**

Das gemeinsame Merkmal einer körperlichen Behinderung ist, dass ein Aspekt der körperlichen Funktionsfähigkeit einer Person, normalerweise entweder ihre Beweglichkeit, Geschicklichkeit oder Ausdauer, beeinträchtigt wird. Menschen mit körperlicher Behinderung sind in der Regel Experten für ihre eigenen Bedürfnisse und werden die Auswirkungen ihrer Behinderung verstehen.

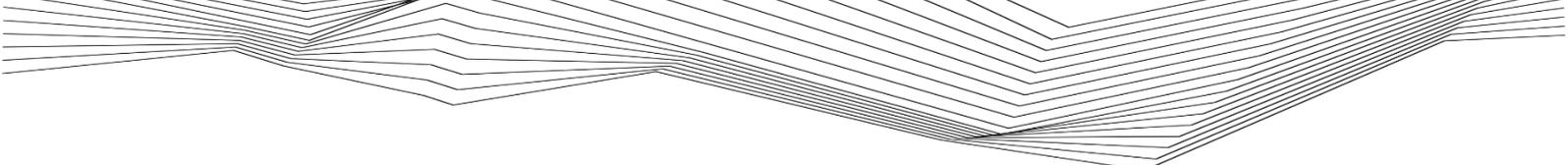
Es gibt viele verschiedene Arten von Behinderungen und eine Vielzahl von Situationen, in denen Menschen leben. Die Behinderung kann dauerhaft oder vorübergehend sein. Es kann von Geburt an existieren oder später im Leben erworben werden. Menschen mit der gleichen Behinderung haben genauso wahrscheinlich wie alle anderen Menschen unterschiedliche Fähigkeiten.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Ebd.

<sup>13</sup> Zentren für die Kontrolle und Prävention von Krankheiten, <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html> Aufruf am 22.03.2021.

<sup>14</sup> Verschiedene Arten von Behinderungen – Personaldienstleistungen - ANU, <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities> Aufruf am 22.03.2021.



# ERKLÄRUNG DER GRUNDBEGRIFFE UND UNTERSCHIEDE ZWISCHEN KLASSISCHEM UNTERNEHMERTUM UND DIGITALEM UNTERNEHMERTUM

Bevor wir uns mit dem Thema beschäftigen, ist es wichtig, grundlegende Begriffe und Unterschiede zwischen den in diesem Buch verwendeten Begriffen zu definieren. Ein **Unternehmen** ist ein Unternehmen und bietet einigen Dienstleistungen oder Waren an. Der Begriff **Unternehmer** steht für eine Person, die ein Unternehmen gründet, während **Unternehmertum** einen Prozess zur Gründung und Führung eines Unternehmens darstellt. Unternehmen, ob klein oder groß, sind ein wesentlicher Bestandteil jeder Volkswirtschaft, weil sie sich direkt auf eine nachhaltige Wirtschaft auswirken. Wie? Jedes Unternehmen verkauft Waren oder erbringt Dienstleistungen, schafft neue Arbeitsplätze, zahlt Steuern, arbeitet im Bereich Import und Export und trägt so zur Schaffung einer nachhaltigen Wirtschaft bei.

**Unternehmertum** kann auf viele Arten definiert werden, aber alle Definitionen haben etwas Vertrautes – Unternehmertum ist ein Lösungsproblem, indem eine Lösung mit einer Kombination von Ressourcen bereitgestellt wird, die von einer Einzelperson oder einer Gruppe von Personen zu ihrem Vorteil entwickelt wurde. Im 19. Und im größten Teil des 20. Jahrhunderts waren Unternehmertum und Unternehmerbedingungen Geschäftsleuten aus der Unternehmenswelt vorbehalten.<sup>15</sup> Laut OECD – Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme (EIP) definiert Unternehmertum als *"das Phänomen der unternehmerischen Tätigkeit, bei dem es sich um unternehmerisches menschliches Handeln handelt, um Wertschöpfung durch Schaffung oder Ausweitung wirtschaftlicher Tätigkeit durch Identifizierung und Nutzung neuer zu erzielen. Produkte, Prozesse oder Märkte"*<sup>16</sup> (OECD, 2017)

Laut Steve Blank (2010) gibt es vier verschiedene Arten der Unternehmensorganisationen<sup>17</sup>:

---

<sup>15</sup> Dollinger, Marc J. Unternehmertum: Strategien und Ressourcen / Marc J. Dollinger. — 4. Auflage, <https://campus.globalnxt.edu.my/FileRepository/Community/3079/148440/doc/Textbook.pdf>,

<sup>16</sup> OECD (2017), Unternehmertum auf einen Blick 2017, OECD Publishing, Paris, [https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur\\_aag-2017-en](https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en).

<sup>17</sup> <https://steveblank.com/2010/06/10/you%E2%80%99re-not-a-real-entrepreneur/>

- Kleinunternehmen
- Skalierbare Start-ups
- Großunternehmen
- Soziale Unternehmen

Die Europäische Union unterscheidet und kategorisiert Unternehmen nach der Größe des Unternehmens. Es gibt **SME** oder **MSME**, die für **kleine und mittlere Unternehmen oder Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen und große Unternehmen** stehen. SME bilden das Rückgrat der Wirtschaft der Europäischen Union. Mit mehr als 100 Millionen Beschäftigten machen SME 99% aller Unternehmen in der EU aus.<sup>18</sup>

Es gibt drei Hauptkriterien für die Definition unserer Unternehmensgröße:

- Zahl der Angestellten
- Umsatz
- Bilanzsumme

Um als SMS definiert zu werden, muss ein Unternehmen zwei Bedingungen erfüllen – Zahl der Angestellten und entweder Umsatz oder Bilanzsumme. In der folgenden Tabelle sehen wir, wie wir anhand der Größe wissen, zu welcher Unternehmensgruppe wir gehören.<sup>19</sup>

Unternehmenskategorie	Angestellte	Umsatz	Oder	
			Bilanzsumme	
Mittelgroße	< 250	≤ € 50 m	≤ € 43 m	
Klein	< 50	≤ € 10 m	≤ € 10 m	
Groß	< 10	≤ € 2 m	≤ € 2 m	

Tabelle 1<sup>20</sup>

Aus der Tabelle 1 können wir schließen, dass das entscheidende Element für die Definition, welche Gruppe zu welchem Unternehmen gehört, die Zahl der Mitarbeiter ist. Wir können sehen, dass mittelständische Unternehmen weniger als 250 Mitarbeiter beschäftigen und einen Umsatz von weniger als 50 Mio. Euro oder eine Bilanz von insgesamt weniger als 43 Mio. Euro erzielen. Die mittlere Gruppe ist kleinen Unternehmen vorbehalten und beschäftigt weniger als 50 Mitarbeiter. Der Umsatz oder die Bilanz beträgt insgesamt nicht mehr als 10 Mio. Euro. Das kleinste oder Kleinunternehmen beschäftigt weniger als 10 Personen, und ihr Umsatz oder ihre Bilanz liegen insgesamt unter 2 Mio. Euro. Wie schon erwähnt, beträgt die Zahl der Unternehmen in der EU, die von diesen Unternehmensgruppen abgedeckt werden, 99%.

<sup>18</sup> Unternehmertum und kleine und mittlere Unternehmen (SMEs), [https://ec.europa.eu/growth/smes\\_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy.)

<sup>19</sup> ["What is an SME? - Small and medium-sized enterprises \(SME\) - Enterprise and Industry". ec.europa.eu.](#)

Archiviert vom Original am 8. Februar 2015.

<sup>20</sup> Ebd.

## Große Unternehmen

Bei großen Unternehmen handelt es sich um Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern. Nach den EUROSTAT-Daten aus der nachstehenden Tabelle wird jede dritte Stelle in der EU von großen Unternehmen besetzt. Diese Arten von Unternehmen decken weniger als 1% aller Unternehmen in der EU ab, aber lassen Sie sich von diesem Prozentsatz nicht von ihren Auswirkungen auf die Wirtschaft ablenken.

SIZE_EMP	Total	From 0 to 9 persons	From 10 to 19 persons	From 20 to 49 persons	From 50 to 249 persons	250 persons employed
European Union - 27 countries	125,293,500	37,519,121	11,464,387	13,710,219	21,227,455	41,372,323
European Union - 28 countries	145,229,381	41,412,183	13,107,313	15,814,528	24,265,417	50,629,946
Belgium	2,871,948	990,906	233,444	311,994	430,723	904,881
Bulgaria	1,997,640	599,212	194,118	274,924	423,046	506,340
Czechia	3,722,789	1,135,839	266,065	380,342	706,303	1,234,241
Denmark	1,749,593	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Germany (until 1990 former territories)	29,768,330	5,684,119	3,305,631	3,804,467	6,018,276	10,955,838
Estonia	432,815	138,956	46,090	59,668	96,689	91,412
Ireland	1,456,391	404,280	145,150	188,647	293,737	424,577
Greece	2,343,485 (p)	1,137,741 (p)	246,214 (p)	:(c)	:(c)	:(c)
Spain	12,104,938	4,569,295	1,116,023	1,374,281	1,632,668	3,412,672
France	15,722,250 (de)	4,010,604 (de)	1,072,775 (de)	1,300,079 (de)	2,007,219 (de)	7,331,573 (de)
Croatia	1,024,484	304,326	98,396	115,861	189,033	316,868
Italy	14,894,596 (b)	6,496,451 (b)	1,621,256 (b)	:(bc)	1,912,220 (b)	:(bc)
Cyprus	248,711	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	42,891
Latvia	641,301	211,818	66,894	88,646	140,846	133,097
Lithuania	970,682	280,194	95,029	132,855	221,909	240,695
Luxembourg	275,173	48,456	28,820	38,392	68,608	90,897
Hungary	2,714,859	896,754	243,746	279,667	449,486	845,206
Malta	148,277	44,635	:(c)	20,407	:(c)	33,179
Netherlands	5,792,516	1,642,367	453,788	616,521	1,058,514	2,021,325
Austria	2,850,280	714,956	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Poland	9,233,948	3,481,387	424,868	709,641	1,623,217	2,994,835
Portugal	3,278,903	1,321,714	297,356	370,691	:(c)	:(c)
Romania	4,020,121	921,117	362,117	501,092	824,977	1,410,818
Slovenia	628,176	219,106	54,232	61,993	120,289	172,556
Slovakia	1,607,921	675,515	95,999	128,282	257,264	450,861
Finland	1,487,837	354,924	148,062	188,763	284,094	511,995
Sweden	3,305,536	792,516	318,644	414,795	624,050	1,155,531
Iceland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Norway	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
Switzerland	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)	:(c)
United Kingdom	19,935,881	3,893,062	1,642,926	2,104,309	3,037,962	9,257,623

EUROSTAT – Jährliche Unternehmensstatistik nach Größenklassen für spezielle Aggregate der Aktivitäten (NACE Rev. 2)<sup>21</sup>  
 Vorhandene Flaggen: **B** – Zeitreihen einbrechen; **c** vertraulich; **d** Definition unterschiedlich, siehe Metadaten; **e** geschätzte Prognose; **n** nicht signifikant; **p** vorläufig; **r** überarbeitet; **s** Eurostat-Schätzung; **:** nicht vorhanden; **u** geringe Zuverlässigkeit; **z** nicht zutreffend

Die Tabelle **Jährliche Unternehmensstatistiken nach Größenklassen** für spezielle Aggregate der Aktivitäten zeigen Statistiken über die Beschäftigten in der EU. Wir können sehen, dass über 60% aller Beschäftigten aus SME stammen. Bei der Beobachtung von Großunternehmen zeigen uns Daten, dass jeder dritte Mitarbeiter aus dieser Gruppe stammt.

Laut der Europäischen Kommission geht es beim Unternehmertum um die Umsetzung der Möglichkeiten und Ideen, und es hilft, sie in Werte für andere umzuwandeln, die finanzieller, kultureller oder sozialer Natur sein können. Die Politik der Europäischen Kommission „zielt darauf ab, Unternehmen, besonders SME, während ihres ganzen Lebenszyklus zu unterstützen, die unternehmerische Bildung auf allen Ebenen zu fördern sowie bestimmte Gruppen mit unternehmerischem Potenzial zu erreichen und zu ermutigen.“<sup>22</sup> (Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs)

<sup>21</sup> EUROSTAT – Jährliche Unternehmensstatistik nach Größenklassen für spezielle Aggregate der Aktivitäten (NACE Rev. 2)

, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

<sup>22</sup> Unterstützung des Unternehmertums, [https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en)

Es sind drei Arten der Unterstützung von der Europäischen Kommission zu erwarten<sup>23</sup>:

1. Unterstützung von EU-Bürgern  
EntreComp: [European Entrepreneurship Competence Framework](#)
2. Unterstützung von Unternehmern im Allgemeinen Unterstützung von Start-ups  
[Supporting start-ups](#)  
[Transfers of business](#)  
[Insolvency and second chance](#)
3. Unterstützung bestimmter Gruppen  
[Women entrepreneurs](#)  
[Entrepreneurship education](#)  
[Erasmus for Young Entrepreneurs](#)

## Start-up

Ein Start-up ist ein Geschäftsthema, das von einem oder mehreren Unternehmern erstellt wurde. Sie entwickeln eine einzigartige Lösung und bringen sie auf den Markt. Es kann ein Produkt oder eine Dienstleistung sein. Natürlich bekommt das Start-up in der Regel eine Anschubfinanzierung von den Gründern oder deren Verknüpfungen.

Viele fragen sich, sind Start-up dasselbe wie SME/MSME? Die Antwort ist nein. Beide Unternehmen werden von einem Unternehmer gegründet, der eine Lücke gefunden und eine Gelegenheit gesehen hat, eine Lösung anzubieten. Dennoch zeigt sich der Unterschied zwischen diesen beiden Arten der Unternehmen in ihrer Vision und Strategie. SME agieren meistens lokal mit langsamerem Wachstum und benutzen eine bewährte Formel in ihrem Geschäft, während Start-ups versuchen, die Gelegenheit zu bekommen, auf dem Markt zu „explodieren.“<sup>24</sup>

## Digitales Unternehmertum

Da sich die Welt im digitalen Zeitalter schnell verändert, hat die Digitalisierung die Art und Weise des Unternehmertums verändert, und heute ist ein neuer Begriff entstanden – **digitales Unternehmertum**. Folglich gibt es unterschiedliche Definitionen für digitales Unternehmertum. Die Europäische Kommission schlug die erste Definition vor: *"Digitales Unternehmertum beinhaltet alle neuen Unternehmungen und die Transformation bestehender Unternehmen, die durch die Schaffung und Nutzung neuartiger digitaler Technologien den wirtschaftlichen und/ oder sozialen Wert steigern. Digitale Unternehmen zeichnen sich durch eine hohe Nutzungsintensität neuartiger digitaler Technologien aus (besonders Social-, Big-Data-, Mobil- und Cloud-Lösungen), um den Geschäftsbetrieb zu verbessern, neue Geschäftsmodelle zu erfinden, Business Intelligence zu schärfen und mit Kunden*

---

<sup>23</sup> Ebd.

<sup>24</sup> Der Unterschied zwischen Start-ups und SMEs, Kitty Harris, 2016, [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured.)

*und Interessengruppen in Kontakt zu kommen. Sie schaffen die Arbeitsplätze und Wachstumschancen der Zukunft*<sup>25</sup> (European Commission, 2015)

Ein digitales Ökosystem besteht aus allen vorhandenen Plattformen, die alle zusammen mit dem World Wide Web (www) verbunden sind.

Die Definition einer unternehmerischen Position in diesem Ökosystem ist unerlässlich, um ein erfolgreiches und stabiles E-Business zu betreiben. Der erste Schritt ist, die Ökosystemanalyse erfolgreich auf das Land, die Region oder die Stadt zu beschränken, in der ein E-Business platziert wird. Denken Sie daran, dass es nicht heißt, von wo aus ein Unternehmen geführt wird, sondern wo Kunden platziert werden.

Digitales Unternehmertum ermöglicht es uns, niemals den geografischen Markt zu besuchen, auf dem eine Person ein Geschäft führt. Daher führen viele kleine Unternehmen ihre Geschäfte sowohl von Standorten aus, an denen auch niedrige Steuern anfallen. Das führt manchmal zu einem der größten Fehler, den viele Unternehmen machen – globale Trends oder Strategien auf ihrem lokalen Markt zu replizieren oder nachzuahmen.

So sehr alle großen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram, Spotify, Pinterest, Twitter usw. jeden Winkel des Planeten erreicht haben, ihr ROI<sup>26</sup> -Potenzial ist von Land zu Land und sehr oft sogar von Stadt zu Stadt unterschiedlich. Daher sollte ein angesehener lokaler Markt anhand Ihrer Verbraucher-, Kultur- und Verhaltensdaten analysiert werden.

Laut dem Aktionsplan Unternehmertum 2020 der Europäischen Kommission wird das Potenzial der intelligenten Nutzung von ICT als Wegbereiter für Unternehmertum, Wachstum und Beschäftigung hervorgehoben.<sup>27</sup> Im Dialog mit Interessenvertretern und politischer Analyse beschlossen sie, einen politischen Rahmen zu entwickeln, um einen neuen Weg und prioritäre Bereiche für politische Interventionen zu beschreiben. Fünf Säulen strukturieren diesen Rahmen, und jede Säule repräsentiert jeden Schwerpunktbereich und ihren Einfluss auf das digitale Unternehmertum.

---

<sup>25</sup> Europäische Kommission (2015), Digitale Transformation der europäischen Industrie und Unternehmen: Ein Bericht des strategischen politischen Forums zum digitalen Unternehmen, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

<sup>26</sup> ROI – return on investment

<sup>27</sup> Europäische Kommission, 2013, *STRATEGISCHES POLITISCHES FORUM ZUM DIGITALEN UNTERNEHMERTUM, Förderung des digitalen Unternehmertums in Europa, Hintergrundpapier*, <https://docplayer.net/18546997-Strategic-policy-forum-on-digital-entrepreneurship-fuelling-digital-entrepreneurship-in-europe-background-paper.html>

ENABLING DIGITAL ENTREPRENEURSHIP				
Digital knowledge base and ICT market	Digital business environment	Access to finance	Digital skills and e-leadership	Entrepreneurial culture
<i>Enhancing digital innovation, commercialization and the ICT sector</i>	<i>Strengthening digital infrastructure, the regulatory framework and improving ease of doing business</i>	<i>Facilitating access to finance and enhancing digital investments</i>	<i>Fostering e-leadership skills through education and training</i>	<i>Creating a supportive entrepreneurial culture</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Public and/or private sector support the creation of new companies and foster the development of existing ones that embrace digital</li> <li>Knowledge diffusion to enhance digital innovation is encouraged.</li> <li>ICT sector acts as an engine for diffusion and commercialization of new services/ideas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A clear and supportive regulatory environment makes doing digital business simple, market entry is facilitated and there is an active and dynamic supply and demand of digital technologies</li> <li>Access to and trust in digital markets is heightened, as a result of an improved ICT infrastructure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enhanced access to finance is available, targeted at the creation, survival and growth of digital entrepreneurs</li> <li>Traditional forms of lending are complemented by innovative mechanisms targeted at enhancing digital investments</li> <li>Fiscal and tax frameworks are supportive and help to enable all business to embrace digital technologies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A supportive education system exploits the new opportunities arising from ICT development, so individuals have the skills and the knowledge to improve business efficiency and develop new business models powered by digital</li> <li>Entrepreneurs and business leaders are more e-competent and able to enhance growth and internationalization</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The entrepreneurial culture is more supportive and embraces digital entrepreneurs. They are fully integrated in this context and their image and role in society are both improved and emphasized.</li> </ul>

Strategisches politisches Forum zum digitalen Unternehmertum<sup>28</sup>

## Digitale Geschäftsmodelle

Digitale Geschäftsteilnehmer interagieren auf unterschiedliche Weise miteinander. Diese Arten der Interaktionen sind unten aufgeführt<sup>29</sup>;

- B2B (Geschäft-zu-Geschäft-Beziehung);
- B2C (Geschäft-zu-Kunde-Beziehung);
- C2C (Kunde-zu-Kunde-Beziehung);
- B2G (Geschäft-zu-Regierung-Beziehung);
- C2G (Bürger-zu-Regierung-Beziehung);
- G2G (Regierung-zu-Regierung-Beziehung).
- **Geschäfts zu Geschäft (B2B)**

B2B<sup>30</sup> präsentiert Transaktionen zwischen Unternehmen oder Organisationen, wie im Namen dieses Geschäftsmodells dargestellt; es geschieht zwischen Unternehmen. Das stellt einen offiziellen Kontrast zum B2C-Modell dar, und der Hauptunterschied ist es, dass B2C von Unternehmen an Kunden verkauft, während B2B für den Verkauf von Waren oder Dienstleistungen ausschließlich zwischen Unternehmen an Unternehmen steht.

Wenn Sie Ihr eigenes Unternehmen haben und bereit sind, am B2B-Modell zu arbeiten, sollten Sie wissen, dass die Beschränkung auf die Arbeit nur am B2B-Modell zu einem unerwünschten Scheitern führen kann, weil Sie einen großen Markt und viele Konkurrenten haben.

Wenn wir über dieses Geschäftsmodell sprechen, hat die Digitalisierung auch in diesem Bereich deutliche Auswirkungen.

<sup>28</sup> Ebd.

<sup>29</sup> Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint-Präsentation], [https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_23.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf)

<sup>30</sup> Uzialko A., *Was ist B2B*, 2020, <https://www.businessnewsdaily.com/5000-what-is-b2b.html>



Die Liste ihrer Dienste ist anders. Sie sind über das Internet verfügbar, von elektronischem/ mobilem Banking und dem Kauf von Produkten bis hin zu Online-Bildung und Jobsuche für den Verbraucher.<sup>33</sup> Wie schon erwähnt, ist B2B eher auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgerichtet und nicht auf den ersten Eindruck, und das B2C-Modell ist das Gegenteil. Das B2C-Verkaufsmodell sollte mit kurzfristiger Zusammenarbeit präsentiert werden, und für die Webseite ist ein schönes Design und eine Benutzerfreundlichkeit nötig, mit Hervorhebung von Sonderangeboten, die am Verbraucher interessiert sind. Denn B2C ist sehr wichtig, wenn wir unser Geschäft zum Erfolg führen wollen, unseren Vertrieb mit hervorragendem Kundenservice, kurzen Lieferzeiten und einem guten After-Sales-Service abdecken wollen.

Geschäftstypen, die B2C-Modelle benutzen<sup>34</sup>:

- E-Commerce-Shops (Produkte) - [Amazon](#)
- E-Commerce-Shops (Dienstleistungen) - [Google](#)
- Soziale Netzwerke - [Facebook](#)
- Inhaltsanbieter - [CNN](#)
- Portale – [European Data Portal](#)
- Mediation - [Booking](#)

○ **C2C – Kunde zu Kunde**

C2C<sup>35</sup> steht für die elektronische Kommunikation zwischen Kunden. In diesem Modell haben wir zwei verschiedene Klassifikationen: Auktionen und Kleinanzeigen. In diesem Modell sprechen wir über den Handel mit anderen Kunden auf digitalen Plattformen.

Die bekanntesten C2C-Plattformen sind [eBay](#), [Etsy](#), [Craigslist](#), [Airbnb](#).

Nachfolgend wird ein Geschäftsmodell von Airbnb vorgestellt.

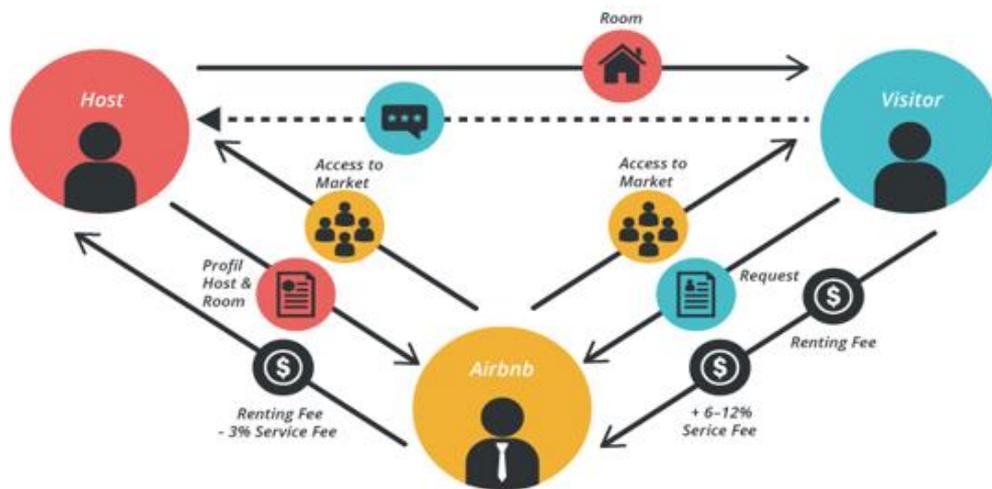
---

<sup>33</sup> Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint-Präsentation], 2020, [https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_23.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf), S. 26.

<sup>34</sup> Ebd., S. 27-42.

<sup>35</sup> Tarver E., 'Kunde zu Kunde (C2C)', 2020, <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>

## Airbnb



Airbnb-Geschäftsmodell<sup>36</sup>

### o Geschäft zu Regierung (B2G)

Bei diesem Geschäftsmodell geht es um den Verkauf und die Vermarktung von Waren und Dienstleistungen an öffentliche Einrichtungen. Meist erleichtern solche Dienstleistungen Unternehmen die Zusammenarbeit mit der staatlichen Verwaltung und dem öffentlichen Dienst.

Einem solchen Modell folgen Ausschreibung von Organisationen des öffentlichen Sektors und die Zusammenarbeit mit öffentlichen Einrichtungen oder die Übernahme von Lieferanten für den Staat. Public Sector Marketing ist Teil dieses Geschäftsmodells und stammt ursprünglich aus dem B2B-Geschäftsmodell. Das Marketing des öffentlichen Sektors kann auf lokaler und nationaler Ebene funktionieren und beinhaltet strategische Öffentlichkeitsarbeit, Markenbildung, Marketingkommunikation, Werbung und webbasierte Kommunikation.<sup>37</sup>

Ein gutes Beispiel für dieses Geschäftsmodell zeigt eine Verknüpfung zwischen dem Staat Ruanda und dem englischen Fußballverein Arsenal. Beide Seiten waren sich einig, dass Arsenal drei Jahre lang auf ihren Trikots für "Visit Rwanda" werben wird. Der Gesamtauftragswert beträgt rund 34 Millionen Euro, und laut Dem Afrikanischen Bericht (Monnet, 2018) ist die Zahl der Besuche in diesem Land, nur aus England, um 5% gestiegen.

<sup>36</sup> SPM PDPU, 'Ausstrebendes Geschäftsmodell: C2', 2017, <https://spmddpu.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>

<sup>37</sup> 'Geschäft-zu-Regierung', 2015, Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Business-to-government>



*Ruandas Sponsoring von FC Arsenal<sup>38</sup>*

- **Bürger zur Regierung (C2G)**

C2G deckt einen Bereich ab, in dem Bürger die E-Dienste öffentlicher Einrichtungen nutzen. Hauptsächlich steht es für Anwendungen, die es ihren Bürgern ermöglichen, ein neues Dokument zu beantragen, siehe Steuerverwaltung, den Zugriff auf alle erforderlichen Daten, die Sie von den öffentlichen Einrichtungen brauchen, erleichtern, ohne persönlich in diese Einrichtungen zu gehen. Weil die negative Seite berücksichtigt wird, haben wir mit diesen Anträgen nicht alle benötigten Informationen und Quittungen abgedeckt, und bei einigen müssen Sie noch persönlich nach ihnen fragen.<sup>39</sup>

Slowenien hat ein Beispiel für ein Online-C2G-System [eUprava](https://e-uprava.gov.si/en)<sup>40</sup>, während Kroatien [e-Gradjani](https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html)<sup>41</sup> hat. Beide Systeme wurden eingerichtet, um die Kommunikation zwischen Bürger und öffentlichen Sektoren zu vereinfachen und zu beschleunigen.

- **Regierung zu Regierung (G2G)**

G2G ist ein Modell, das innerhalb und zwischen Institutionen des öffentlichen Sektors eingesetzt wird. Es steht für Anwendungen oder Software, die den Austausch notwendiger Daten zwischen Institutionen ermöglicht. Zum Beispiel braucht ein staatliches Gericht einige Informationen zu einem Fall; die Verwaltung kann diese Informationen von einer Polizeiverwaltung anfordern; sie können ihnen die angeforderten Informationen über ein gesichertes Netzwerk zur Verfügung stellen<sup>42</sup>.

<sup>38</sup> Monnet T., 'Ruandas Tourismus punktet trotz Kritik nach Arsenal-Deal', 2018,

<https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>

<sup>39</sup> Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint-Präsentation], 2020,

[https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_23.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf), S. 40.

<sup>40</sup> eUprava Republika Slovenija, <https://e-uprava.gov.si/en>

<sup>41</sup> eGradjani, <https://pretinac.gov.hr/KorisnickiPretinac/eGradani.html>

<sup>42</sup> Rojko K., "ePoslovanje 2020/21" [PowerPoint-Präsentation], 2020,

[https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_23.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2476/mod_resource/content/3/ePoslovanje_23.10.2020.pdf), S. 41.

## Marketing im digitalen Unternehmertum

Marketing hat sich seit Anfang des modernen Geschäftsumfelds weiterentwickelt, war aber auf die Produktionskosten beschränkt. Es war fast ausschließlich für bekanntere Marken mit deutlichem Investitionspotenzial erschwinglich.

Vor dem digitalen Zeitalter waren alle Marketingarten markenorientiert und aggressiv gegenüber dem Verbraucher, wobei die Überzeugungstaktiken auf der Häufigkeit der Nachrichten, kahlen Behauptungen, Slogans und Markenwiedererkennung beruhten.

Das digitale Marketing hat die Welt verändert und die Machtposition von Marken zu Verbrauchern ganz verlagert.

Seit Anfang des Smartphone-Zeitalters ist der Verbraucher zum wesentlichen Bestandteil jeder Branche geworden. Die Machtposition großer Marken wurde von Newcomer-Marken und E-Händlern in Frage gestellt, während sich das Ökosystem in einem Prozess ähnlich der Urknalltheorie entwickelt hat. Das führt dazu, dass das Marketing in marken- und kundenorientierte Strategien aufgeteilt wird, wie wir in der Unternehmensphilosophie zwischen Markt- und Produktorientierung sehen können.

## Unterschied zwischen klassischem Unternehmertum und digitalem Unternehmertum

Bevor wir mit diesem Vergleich anfangen, müssen wir sagen, dass digitales Unternehmertum eine Unterkategorie des Unternehmertums ist. Nach der Definition dieser beiden Begriffe können wir sagen, dass es beim digitalen Unternehmertum um Unternehmen oder Einzelpersonen geht, die von der digitalen Technologie abhängig sind; auf der anderen Seite ist klassisches Unternehmertum mit traditionellen Strategien und Prozessen des Unternehmens verknüpft.

"Zu den Vorteilen des digitalen Geschäfts zählen die Entwicklung von Geschäftsaktivitäten, die Erweiterung des Geschäfts durch die Gründung neuer Unternehmen, die Verbesserung der Business Intelligence und die Kommunikation mit einer großen Zahl der Kunden in kürzerer Zeit. Das Wachstum des digitalen Unternehmertums kann auch zur Erfindung neuer Methoden und Technologien führen."<sup>43</sup>

Die Vorteile des digitalen Unternehmertums gegenüber klassischem Unternehmertum sind in vielen Bereichen sichtbar, besonders wenn wir zum Beispiel über das Produzieren oder Erstellen und Speichern sprechen. In den meisten Fällen ist der Aufbau eines digitalen Produkts günstiger und benutzerfreundlicher. Es besteht kein Bedarf an einem physischen Ort, um es zu lagern, oder an einer umfangreichen physischen Ausrüstung, um das Produkt/ die Dienstleistung zu produzieren. Aus dieser Sicht ist die Kosteneffizienz hoch. Wenn man eine vorhandene Markgröße vergleicht, kann man sagen, dass es für den digitalen Markt keine Grenzen gibt, wenn man den Internetzugang berücksichtigt. Wir haben oft gehört, dass potenzielle Reichweiten und Zielgruppen so groß sind, wie wir uns entscheiden, sie durch ein anderes Setup zu begrenzen.

Im Gegenteil dazu beschränkt sich das klassische Unternehmertum hauptsächlich auf lokale Lieferanten, indem diese mit den erforderlichen Produkten oder Dienstleistungen versorgt werden. Mit digitalem Unternehmertum ist eine ganze Welt nur ein paar Klicks entfernt. Im Vergleich zum klassischen Geschäft, wurde man Jahrzehnte brauchen, um so viele potenzielle Kunden zu bekommen, und es klingt immer noch nach einer unmöglichen Mission. Digitale Unternehmer können ihr Geschäft

---

<sup>43</sup> Siva Vineela G., DIGITALES UNTERNEHMERTUM, 2016, <https://www.ijirmps.org/papers/2018/4/160.pdf>, S. 2.

schnell auf nationaler Ebene anfangen, indem sie keine internationalen Geschäftsprobleme verursachen. Digitale Unternehmer betreten einen Marktplatz, **einen digitalen Marktplatz, der 24 Stunden, 7 Tage die Woche und 365 Tage oder wie man sagt, nonstop funktioniert.**<sup>44</sup>

Zusammenfassend gibt es einige Hauptbereiche, in denen digitale Unternehmer gegenüber klassischen Unternehmern im Vorteil sind<sup>45</sup>:

- Leichtere Anpassung an Innovationen und neue Technologien
- Leichtere Finanzierung
- Globale Verfügbarkeit
- Kostenreduzierung
- Verbesserter Lieferkettenbetrieb
- Erhöhung des zeitlichen und geografischen Geschäftsumfangs
- Anpassung der Produkte und Kundenservice
- Neue Geschäftsmodelle
- Kürzere Marketingführungszeit für Produkte oder Dienstleistungen
- Fachhändler
- Reduzierte Kommunikationskosten
- Effizientere Pflege
- Verbesserte Kundenbeziehungen
- Aktualisierte Materialien der Organisation

Neben den digitalen Unternehmer genießen auch Benutzer und die Gesellschaft die **Vorteile des digitalen Unternehmertums und Digitalisierung:**

#### **Vorteile für Benutzer**<sup>46</sup>:

- Mehr Produkte und Dienstleistungen
- Kundenspezifische Produkte und Dienstleistungen
- Günstigere Produkte und Dienstleistungen
- Verfügbare Daten und Informationen
- Data and information are available
- E-Kooperation

#### **Vorteile für die Gesellschaft**<sup>47</sup>:

- Größere Möglichkeiten für Arme, Behinderte und ältere Menschen
- Verfügbare öffentliche Verwaltungsdienste
- Nachhaltiges Geschäftsumfeld
- Mehr Jobsmöglichkeiten für alle

Auf der anderen Seite des digitalen Zeitalters lassen sich **einige schwerwiegende Mängel und Bedrohungen** in zwei Kategorien einteilen<sup>48</sup> – technologische und nicht-technologische.

#### **Technologisch**<sup>49</sup>:

- Fehlen globaler Standards für Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit

<sup>44</sup> Siva Vineela G., DIGITALES UNTERNEHMERTUM, 2016, <https://www.ijirms.org/papers/2018/4/160.pdf>,

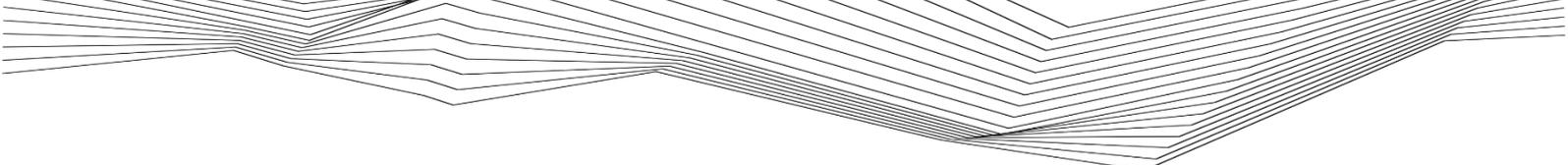
<sup>45</sup> Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint-Präsentation], [https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_16.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf)

<sup>46</sup> Ebd.

<sup>47</sup> Ebd.

<sup>48</sup> Ebd.

<sup>49</sup> Ebd.

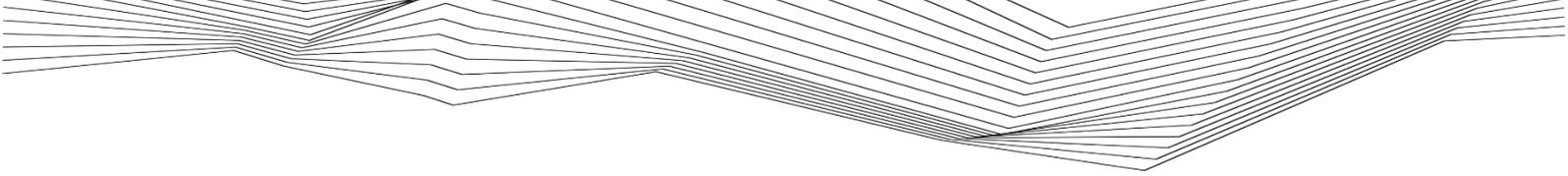
- 
- Unzureichender Netzwerkdurchsatz
  - Komplexität bei der Verbindung von Internet-E-Lösungen mit schon bestehenden
  - Teure Nutzung und Internetverfügbarkeit

**Nicht-technologisch<sup>50</sup>:**

- Fehlen der Datensicherheit und Datenschutz sowie Vertrauen
- Ungelöste rechtliche Beschränkungen (Steuern)
- Nationale und internationale Vorschriften, die den E-Commerce einschränken
- Schwierigkeiten beim Messen der Vorteile
- Visualisierung und Touch sind nach wie vor ein wesentlicher Faktor beim Kauf
- Misstrauen gegenüber papierlosem E-Commerce.

---

<sup>50</sup> Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint-Präsentation],  
[https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje\\_16.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje_16.10.2020.pdf)



# BESCHREIBUNG DER ELEMENTE UND STAKEHOLDER DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS

Digitales Unternehmertum stellt eine Symbiose aus Wissen und Informationstechnologie traditioneller Unternehmerschaften dar. Um ein digitaler Unternehmer zu werden, müssen Sie neben dem Risiko, das Sie eingehen, über einen Hintergrund oder eine Expertise in beiden Bereichen verfügen – Unternehmertum und IT.

Die weltweite Umfrage von McKinsey (2012) zeigte uns, wie mächtig das Internet ist und welchen signifikanten Einfluss es auf die Schaffung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten hat. Jeder einzelne Arbeitsplatz, der durch das Internet vernichtet wurde, führte am Ende zu 2,6 neuen Arbeitsplätze.<sup>51</sup>

Stakeholder sind Teilnehmer des Projekts; sie sind entweder Einzelpersonen oder Organisationen, die proaktiv am Projekt beteiligt sind, oder das Projekt beeinflusst ihre Interessen. Kurz gesagt, Stakeholder sind alle, die das Projekt beeinflussen und von dem Projekt betroffen sind.

Wir sollen bei der Auswahl unserer Stakeholder sehr vorsichtig sein, weil sie ja unser Projekt beeinflussen, und wir haben kein Recht, bei der Auswahl des richtigen Stakeholders einen Fehler zu machen.

Schauen wir uns ein Beispiel an und versuchen herauszufinden, wieso das so ist.

*Beispiel:* Sie möchten ein Haus bauen, und zu Beginn müssen Sie einen Projektplan erstellen, Land kaufen, Papiere erledigen und die Genehmigung für dieses Projekt bekommen. Sie haben ein schönes Stück Land in einer ruhigen Gegend gefunden, das Sie kaufen möchten. Sie haben alle erforderlichen Dokumente; sie haben einen Architekten beauftragt, einen Projektplan und alles läuft wie geplant. Ein Architekt hat einen Projektplan erstellt und Sie sind bereit, mit der Genehmigung zum Bau dieses Hauses anzufangen. In der Zwischenzeit haben einige Ihrer Nachbarn eine konstruktive Beschwerde beim Stadtrat zu Ihrem Projekt eingereicht, und diese haben sich entschieden, Ihnen keine Zustimmung zu Ihrem Projekt zu geben, und beschlossen, gegen Ihr Projekt zu kämpfen, weil es ihren Interessen schadet. Sie haben in der Zwischenzeit einen kleinen Fehler gemacht; Sie haben Ihre Nachbarn nicht um Zustimmung zu Ihrem Projekt gebeten. Der Stadtrat teilt Ihnen mit, dass Ihr Projekt ohne Zustimmung aller Nachbarn nicht erlaubt ist und sofort gestoppt werden muss, bis Sie die Probleme mit Ihrer Nachbarschaft nicht gelöst haben.

---

<sup>51</sup> [McKinsey Global Institute](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI_Internet_matters_essays_in_digital_transformation.pdf) - Internet matters: Essays in digital transformation, 1. März 2012, | Bericht [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI\\_Internet\\_matters\\_essays\\_in\\_digital\\_transformation.pdf](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Essays%20in%20digital%20transformation/MGI_Internet_matters_essays_in_digital_transformation.pdf)

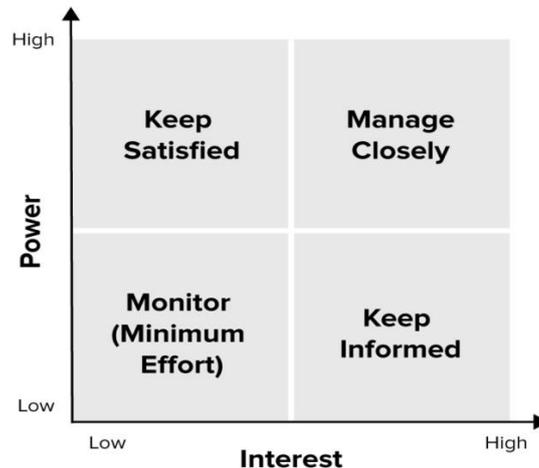


Abbildung 1<sup>52</sup>

Dieses Raster hilft Ihnen, wie Sie mit Ihren Stakeholdern interagieren und welche Maßnahmen Sie ergreifen sollen<sup>53</sup>:

- **Eng verwalten:** Indem Sie Ihr Bestes geben, halten Sie sie zufrieden und engagieren Sie sich täglich für sie.
- **BLEIBEN SIE ZUFRIEDEN:** Halten Sie sie involviert und geben Sie ihnen genug, damit sie zufrieden bleiben..
- **BLEIBEN SIE INFORMIERT:** Informieren Sie sie genügend und sichern Sie sich ab, indem Sie nicht zulassen, dass bedeutende Probleme auftreten.
- **Überwachung (minimierter Aufwand):** Halten Sie sie auf dem Laufenden, aber nicht so, dass sie sich durch eine Menge Kommunikation langweilen.

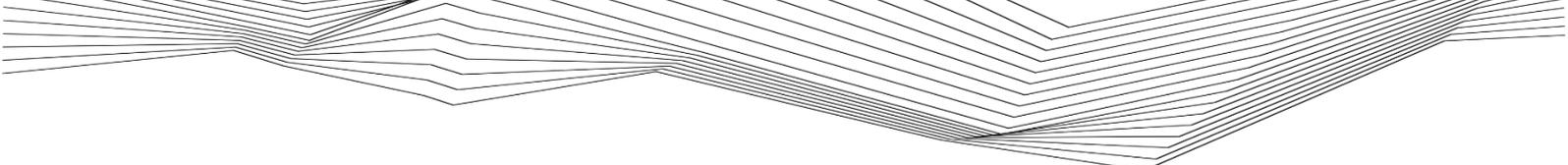
*Beispiel:* Ihr Chef steckt viel Mühe in Ihr Projekt und hat viel Einfluss auf Ihr Projekt, während Ihr Partner vielleicht Interessen an Ihrem Projekt hat, aber am Ende keinen Einfluss auf Ihr Projekt hat.

Ihr Hauptziel sollte einerseits darin bestehen, einen nützlichen Stakeholder zu haben, und andererseits müssen Sie die Unterstützung der Stakeholder gewinnen. Wenn Sie daran interessiert sind, Stakeholder zu unterstützen, besonders wenn einige von ihnen Ihr Projekt negativ beeinflussen und der Meinung sind, dass dieser Stakeholder für Sie von wesentlicher Bedeutung ist, nutzen Sie die richtige Strategie, um seine Meinung zu ändern.

Die Strategie hängt von Ihren Projektanforderungen ab; es kann sich nur um eine informative oder sehr ausführliche Strategie handeln. Eine informative Strategie könnte genutzt werden, wenn wir von kleinen Projekten sprechen, und die zweite ist für größere Projekte erforderlich.

<sup>52</sup> Mendelow, A.L. (1981). '[Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept](#),' ICIS 1981 Proceedings, 20.

<sup>53</sup> Mendelow, A.L. (1981). '[Environmental Scanning - The Impact of the Stakeholder Concept](#),' ICIS 1981 Proceedings, 20.



# KOMPETENZEN, DIE FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS ERFORDERLICH SIND

Als digitaler Unternehmer gilt eine Person, die ihre Dienstleistungen oder ihr Produkt über das Internet bereitstellt und ihre Dienstleistungen/Produkte über das Internet entwickelt, vermarktet und vollständig bereitgestellt werden. Diese Person basiert auf den digitalen Handel. Um ein digitaler Unternehmer zu werden, muss man viel Zeit zum Lernen haben, bereit sein, etwas Neues zu lernen und sich Herausforderungen zu stellen. Ein digitaler Unternehmer mit einem „leichten Geld“-Gedanken zu werden, garantiert keinen Erfolg.

Ganz am Anfang, bevor wir mit der Einführung unternehmerischer Kompetenzen anfangen, müssen wir definieren, welche **Kompetenzen Sie mitbringen müssen, um in die digitale Welt einzusteigen**.

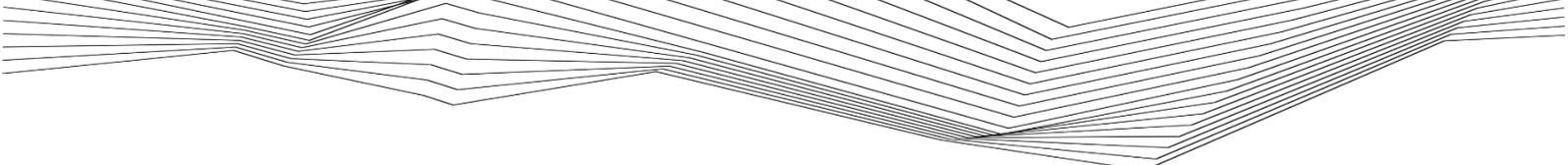
- Ganz oben auf unserer Liste steht **Neugier**. „Neugier ist stark mit allen Aspekten der menschlichen Entwicklung verknüpft, die den Lernprozess und den Wunsch, Wissen und Fähigkeiten zu erwerben, ableitet.“<sup>54</sup> (Zuss, 2012)  
Neugier als Fähigkeit zu definieren, aufzustehen und eine Frage zu stellen, bedeutet nichts anderes als die Bereitschaft, neue Informationen zu gewinnen. Im digitalen Zeitalter erlaubt uns das Internet, jederzeit neugierig zu sein und die Perspektive zu wechseln. Recherchieren und Fragen waren noch nie so zugänglich. Im Moment sind so viele verschiedene Informationen vorhanden; wie manche Menschen gerne sagen, sind sie nur einen Klick entfernt.
- Voraussetzung für das Unternehmertum ist neben Neugier auch die **Bereitschaft zu lernen**. Lernen ist ein lebenslanger Prozess, neue Sachen kommen schnell und man muss den neuesten Trends folgen. Mit dem Aufbau neuer digitaler Kompetenzen investieren Sie in Ihre Zukunft, was sich in diesen Pandemiezeiten bestätigt.

Laut UNESCO (2018)<sup>55</sup> fehlt es in Entwicklungsländern im Vergleich zu entwickelten Ländern an digitalen Kompetenzen. Im Jahr 2018 lebten 95% der Bevölkerung in Gebieten mit einem 2G-Mobilfunknetz. Das Problem, mit dem sie konfrontiert sind, ist, dass der Internetzugang eingeschränkt

---

<sup>54</sup> Zuss, M. (2012) *Die Praxis der theoretischen Neugier*. New York, N.Y.: Springer Publishing, S. 2.

<sup>55</sup> Digitale Kompetenzen, die für Arbeitsplätze und soziale Eingliederung entscheidend sind, 2018, <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>



ist oder eine sehr schlechte Verbindung aufweist. Solche Probleme verschlimmern die Situation für die Wirtschaft des Landes, weil sie den digitalen Trends nicht folgen kann und die Bevölkerung sehr geringe oder gar keine digitalen Kompetenzen hat.

"Digitale Einsteigerfähigkeiten, d.h. grundlegende funktionale Fähigkeiten, die für die grundlegende Nutzung digitaler Geräte und Online-Anwendungen benötigt sind, werden allgemein als kritische Komponenten einer neuen Reihe von Lese- und Schreib- und Rechenfähigkeiten angesehen. Das erweiterte Spektrum digitaler Fähigkeiten beinhaltet die Fähigkeiten auf höherer Ebene, die es Benutzern ermöglichen, digitale Technologien auf befähigende und transformative Weise zu nutzen, wie zum Beispiel Berufe in der ICT. Wichtige digitale Transformationen wie künstliche Intelligenz (AI), maschinelles Lernen und Big Data Analytics Qualifikationsanforderungen ändern. Diese Transformationen wirken sich wiederum auf den Kapazitätsaufbau und die Kompetenzenentwicklung für die digitale Wirtschaft des 21. Jahrhunderts aus. Um in der vernetzten Wirtschaft und Gesellschaft erfolgreich zu sein, müssen digitale Fähigkeiten auch mit anderen Fähigkeiten zusammenwirken, wie innovatives Denken, komplexe Problemlösung und Kooperationsfähigkeit sowie sozial, emotionale Fähigkeiten."<sup>56</sup> (UNESCO, 2018)

**Kompetenz** ist eine Kombination aus Wissen, Fähigkeit und Fertigkeit. Das wird auch als KSA<sup>57</sup>-Modell bezeichnet. KSA steht für Wissen, Fähigkeiten, Fertigkeiten.

**Wissen** basiert auf dem Verständnis der Theorie und bedeutet, dass Sie den Prozess theoretisch verstehen können, diesen Prozess aber nicht praktisch abschließen können. Nehmen wir an, Sie fangen mit einem Kurs über digitales Marketing an. Theoretisch lernen Sie die Grundbegriffe kennen, wie Sie eine Kampagne erstellen und wie Sie eine Kampagne einrichten.

**Fähigkeiten** können in diesem Modell als zweiter Schritt definiert werden, weil Sie die Möglichkeit haben, Ihr bereits erworbenes Wissen praktisch zu präsentieren. Sie haben mit Ihrem Tutor einen Kurs für digitales Marketing gemacht und eine theoretische Prüfung bestanden, und jetzt haben Sie die Möglichkeit, Ihre erste Kampagne zu erstellen und auf Facebook zu posten.

**Fertigkeiten** stellen einen dritten und wichtigsten Schritt in diesem Modell dar. Wenn wir uns die Fähigkeiten betrachten, haben wir im ersten Moment keinen signifikanten Unterschied zwischen diesen beiden Begriffen, aber es gibt einen Unterschied. Sie haben sich das notwendige Wissen zur Erstellung der Kampagne angeeignet und neue Fähigkeiten erworben, indem Sie diese Kampagne erstellt und online gestellt haben. In diesem Fall basiert die Fähigkeit mehr auf Ihr „natürliches Talent“, um die Leistung Ihrer Kampagne zu sehen und die Ergebnisse zu analysieren. In der Lage zu sein, Ihre Kampagne zu optimieren und Ihre Ergebnisse zu verbessern, wird als **Fähigkeit** genannt.

Die ersten beiden Elemente dieser KSA-Methode könnten und müssen trainiert werden, damit wir unserer Kompetenzen verbessern und erweitern können.

Fähigkeiten könnten anders trainiert werden. Da Fähigkeiten als natürliches „Phänomen“ dargestellt werden, können wir sie als Coaching-Herausforderung definieren und Sie können sie trainieren, indem Sie beobachten, Feedback bekommen und sich verbessern.

---

<sup>56</sup> Ebd.

<sup>57</sup> Reh, KSA: Nutzung des Wissens-, Kompetenz- und Fähigkeitsmodells, 2019, <https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>

## DigiComp 2.1 – Der digitale Kompetenzrahmen für Bürger

Der European Digital Competence Framework for Citizens<sup>1</sup> auch bekannt als DigComp bietet ein Instrument zur Verbesserung der digitalen Kompetenz der Bürger. DigComp wurde von der GFS als wissenschaftliches Projekt und unter intensiver Konsultation der Interessenträger entwickelt, zunächst im Auftrag der GD Bildung und Kultur und neuerdings im Auftrag der GD EMPL. DigComp wurde erstmals im Jahr 2013 veröffentlicht und hat sich zu einer Referenz für die Entwicklung und strategische Planung von Initiativen zur digitalen Kompetenz auf europäischer und mitgliedstaatlicher Ebene entwickelt.<sup>58</sup>

Laut der Gemeinsamen Forschungsstelle in **DigiComp 2.1 – Der digitale Kompetenzrahmen für Bürger**<sup>59</sup>, gibt es fünf digitale Kompetenzbereiche:

### **Kompetenzbereich 1: Informations- und Datenkompetenz**

- 1.1 Durchsuchen, Suchen, Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten
- 1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten
- 1.3 Verwaltung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten

### **Kompetenzbereich 2: Kommunikation und Zusammenarbeit**

- 2.1 Interaktion durch digitale Technologien
- 2.2 Teilen durch digitale Technologien
- 2.3 Bürgerbeteiligung durch digitale Technologien
- 2.4 Zusammenarbeit durch digitale Technologien
- 2.5 Netiquette
- 2.6 Verwaltung der digitalen Identität

### **Kompetenzbereich 3: Erstellung digitaler Inhalte**

- 3.1 Entwicklung digitaler Inhalte
- 3.2 Integration und Überarbeitung digitaler Inhalte
- 3.3 Urheberrecht und Lizenzen
- 3.4 Programmierung

### **Kompetenzbereich 4: Sicherheit**

- 4.1 Schutz der Geräte
- 4.2 Schutz personenbezogener Daten und Privatsphäre
- 4.3 Schutz der Gesundheit und des Wohlbefindens
- 4.4 Umweltschutz

### **Kompetenzbereich 5: Problemlösung**

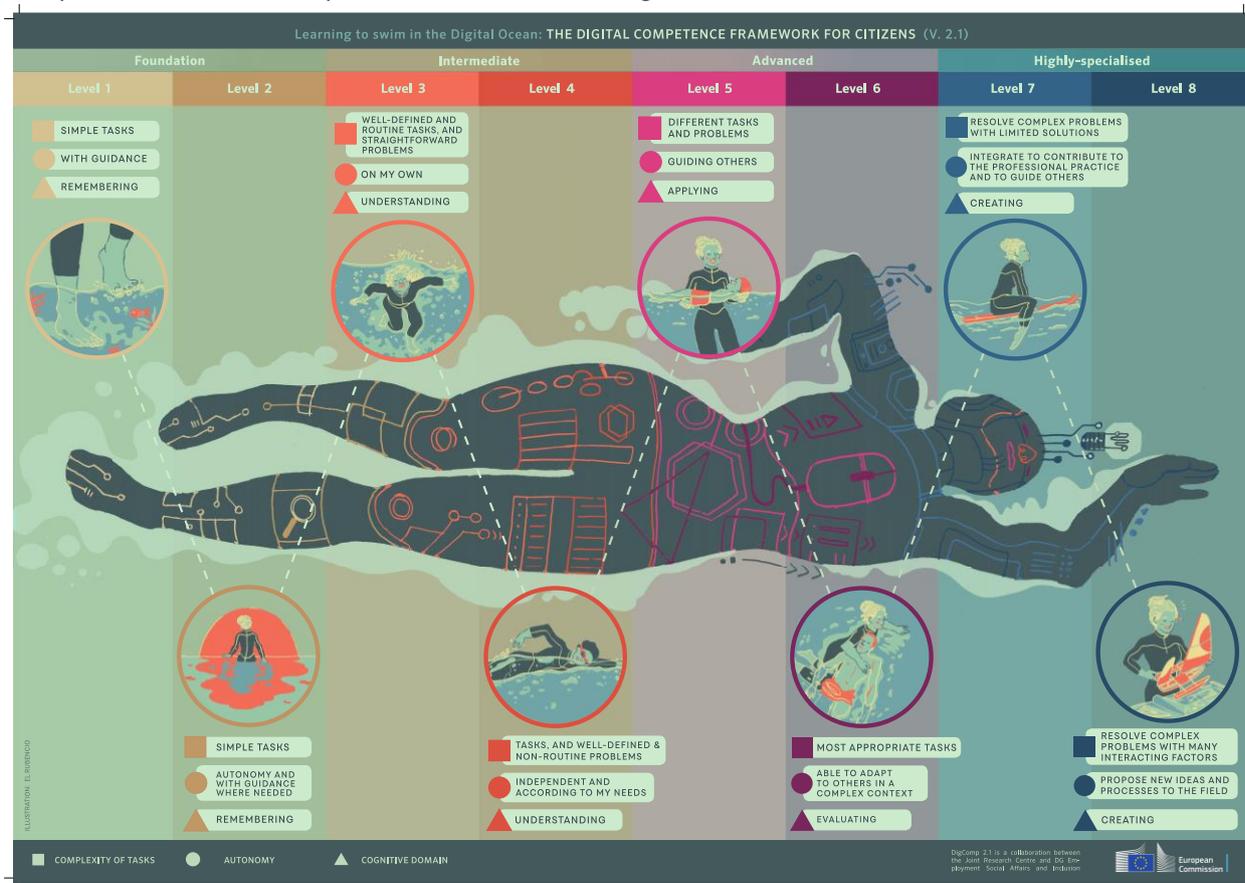
- 5.1 Lösung technischer Probleme
- 5.2 Ermittlung der Bedürfnisse und technologischen Reaktionen
- 5.3 Kreative Nutzung digitaler Technologien
- 5.4 Identifikation digitaler Kompetenzlücken (Carretero & Vuorikari, 2017)

---

<sup>58</sup> Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: Der digitale Kompetenzrahmen für Bürgerinnen und Bürger mit acht Kompetenzstufen und Anwendungsbeispielen, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, S. 6.

<sup>59</sup> Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: Der digitale Kompetenzrahmen für Bürgerinnen und Bürger mit acht Kompetenzstufen und Anwendungsbeispielen, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicija.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, S. 10.

In diesem Rahmen werden alle notwendigen Informationen zum Erwerb von Kompetenzen und Bedürfnissen des Digitalen präsentiert. Neben diesen fünf Kompetenzbereichen gibt es acht Kompetenzstufen und Beispiele für deren Anwendung in diesem Rahmen.



Lernen, wie man im digitalen Ozean schwimmt<sup>60</sup>

Die digitale Kompetenz in unserem Beispiel ist in vier Stufen unterteilt. Diese Stufen wurden in DigiComp 1.0<sup>61</sup> erstellt und später in DigiComp 2.1<sup>62</sup> aktualisiert:

1. Fundament (Stufe 1 & Stufe 2)
2. Mittelstufe (Stufe 3 & Stufe 4)
3. Fortgeschritten (Stufe 5 & Stufe 6)
4. Hochspezialisiert (Stufe 7 & Stufe 8)

<sup>60</sup> Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: Der digitale Kompetenzrahmen für Bürgerinnen und Bürger mit acht Kompetenzstufen und Anwendungsbeispielen, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicia.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>, S. 14-15.

<sup>61</sup> Ferrari A.; Punie Y.; Brecko B., DIGCOMP: Ein Rahmen für die Entwicklung und das Verständnis digitaler Kompetenz in Europa, 2013, <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/digcomp-framework-developing-and-understanding-digital-competence-europe>

<sup>62</sup> Carretero, S.; Vuorikari, R. and Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: Der digitale Kompetenzrahmen für Bürgerinnen und Bürger mit acht Kompetenzstufen und Anwendungsbeispielen, EUR 28558 EN, doi:10.2760/38842, <http://www.skaitmeninekoalicia.lt/wp-content/uploads/2018/03/web-digcomp2.1.pdf>

**Table 1: Main keywords that feature the proficiency levels**

Levels in DigComp 1.0	Levels in DigComp 2.1	Complexity of tasks	Autonomy	Cognitive domain
Foundation	1	Simple tasks	With guidance	Remembering
	2	Simple tasks	Autonomy and with guidance where needed	Remembering
Intermediate	3	Well-defined and routine tasks, and straightforward problems	On my own	Understanding
	4	Tasks, and well-defined and non-routine problems	Independent and according to my needs	Understanding
Advanced	5	Different tasks and problems	Guiding others	Applying
	6	Most appropriate tasks	Able to adapt to others in a complex context	Evaluating
Highly specialised	7	Resolve complex problems with limited solutions	Integrate to contribute to the professional practice and to guide others	Creating
	8	Resolve complex problems with many interacting factors	Propose new ideas and processes to the field	Creating

Mithilfe dieser Tabelle kann eine Person ihr digitales Kompetenzniveau in fünf digitalen Kompetenzbereichen bewerten, die von DigiComp 2.1 definiert wurden, die zuvor erwähnt wurden. Nachfolgend finden Sie Erklärungs- und Bewertungsfragebögen, die Ihnen helfen, sich selbst einzuschätzen und zu sehen, welche digitalen Kompetenzen Sie besitzen.

## Wie testet man seine digitalen Kompetenzen?

Im Folgenden werden zwei Online-Werkzeuge vorgestellt, mit denen Einzelpersonen ihre digitalen Kompetenzen testen können.

### Beschleuniger für digitale Fähigkeiten

Der Digital Skill Accelerator<sup>63</sup> ist ein von der Europäischen Kommission finanziertes Projekt mit dem Ziel, digitale Kompetenzen zu analysieren. Durch die Erstellung eines Selbstevaluierungsquiz, basierend auf den Kompetenzbereichen von DigiComp 2.1, sollten die zu priorisierenden digitalen Fähigkeiten definiert und ein selbstgesteuertes multimediales Lernsystem geschaffen werden, um den Schülern die Entscheidung zu erleichtern, auf welche Weise sollten sie gehen und welche Kompetenzen sie verbessern sollten.

### DAS DIGITALE KOMPETENZRAD

Das digitale Kompetenzrad wurde als Ergebnis eines großen EU-Forschungsprojekts DigiComp entwickelt. Durch die Beantwortung von über 60 Fragen aus 16 verschiedenen digitalen Kompetenzen evaluieren Sie sich selbst und sehen, welche Kompetenzen Sie verbessern sollten oder in welchem Bereich Sie gute Fortschritte machen.

16 digitale Kompetenzen werden in vier verschiedene Kompetenzbereiche komprimiert:

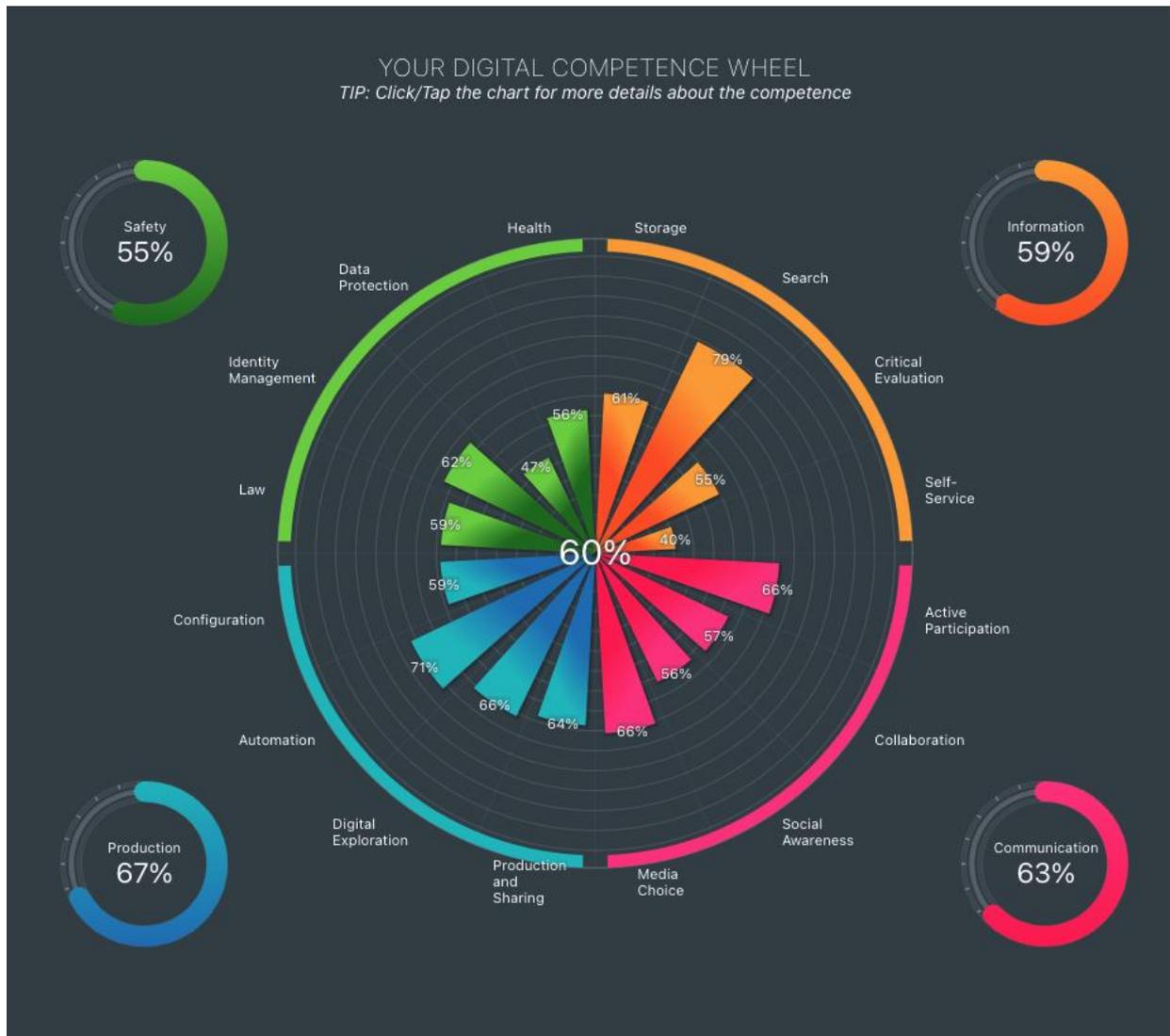
- Sicherheit
- Information
- Produktion
- Kommunikation

Jeder Kompetenzbereich setzt sich aus vier verschiedenen Kompetenzen zusammen:

- **Sicherheit:**
  - Gesundheit,
  - Identitätsmanagement,
  - Datenschutz,
  - Gesetz.
- **Information:**
  - Lagerung,
  - Suche,
  - Kritische Bewertung,
  - Selbstbedienung.
- **Produktion:**
  - Aktive Teilnahme,
  - Zusammenarbeit,
  - Soziales Bewusstsein,
  - Medienauswahl.
- **Kommunikation:**
  - Produktion und Teilen,
  - Digitale Erkundung,
  - Automatisierung,
  - Konfiguration.

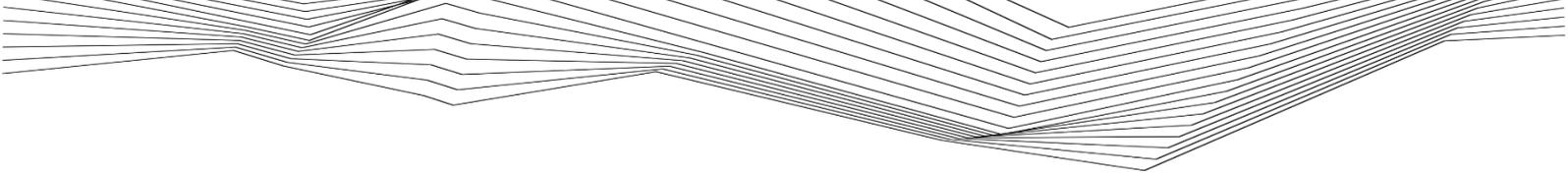
---

<sup>63</sup> <https://www.digitalskillsaccelerator.eu/about/>



*Beispiel eines digitalen Kompetenzrads <sup>164</sup>*

<sup>64</sup> Digitales Kompetenzrad, <https://digital-competence.eu/dc/result/?uri=f8eee1cb4bdd09addeea06877a5a3632>



# WIE MAN MIT EINEM UNTERNEHMEN ANFÄNGT – GESCHÄFTSPLAN, MARKETING, DESIGN UND FINANZEN

## Geschäftsplan

Egal, ob Sie ein neues Unternehmen gründen möchten oder eine zusätzliche Finanzierung eines bestehenden Unternehmens durch einen Investor brauchen, der erste Schritt zur Präsentation Ihrer Idee ist ein guter Geschäftsplan.

Sie müssen eine sinnvolle Strategie und klare Ziele vorweisen, um mit Investitionen zu rechnen.

Wenn Sie versuchen, über eine Bank, Staatliche Anreize oder andere offizielle Finanzinstitute Geld zu beschaffen, brauchen Sie einen offiziellen Geschäftsplan.

Betrachten Sie den Geschäftsplan als Leitfaden für Ihr Unternehmen, der Ihnen hilft, Ihre Ziele zu erreichen, wenn Sie ihn befolgen. Auch wenn ein Geschäftsplan möglicherweise nicht immer von Ihnen verlangt wird, lohnt es sich, sich die Zeit zu nehmen, ihn zu schreiben, um ihn während Ihres ganzen Unternehmens bei sich zu haben<sup>65</sup>.

Als Anfang sollten Sie sich einige Fragen stellen:

1. Was wünschen Sie sich von Ihrem Unternehmen?
2. Arbeiten Sie wegen des Gewinns daran oder weil Sie sich für diese Idee begeistern?
3. Welche Konkurrenten haben Sie?
4. Planen Sie, lokal oder global oder sogar beides zu arbeiten?
5. Habe ich die erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnisse, um diese Idee zu entwickeln?
6. Habe ich genügend Ressourcen?

Laut Blackwell<sup>66</sup> "sollten Sie wissen, dass Ihr Geschäftsplan nur einer von vielen ist, wenn Sie sich an eine potenzielle Mittelbeschaffung wenden, egal ob es sich um Bank, Privatperson, Finanzhaus oder

---

<sup>65</sup> *Geschäftspläne 101*, <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>

<sup>66</sup> Blackwell, Edward (2011): *Wie man einen Geschäftsplan erstellt*, 5. Ausgabe, Kogan-Seite, London, [https://www.academia.edu/5871262/How\\_to\\_Prepare\\_a\\_Business\\_Plan\\_by\\_Edward\\_Blackwell](https://www.academia.edu/5871262/How_to_Prepare_a_Business_Plan_by_Edward_Blackwell), S. 4.

eine andere Art der Finanzierung handelt“. Blackwell sagte, dass nur wenige Elemente erfüllt sein müssen<sup>67</sup>:

- klar sein;
- sich kurz fassen;
- logisch sein;
- ehrlich sein;
- Wörter wo immer möglich mit Zahlen untermauern.

## Verschiedene Arten der Geschäftspläne

- **Miniplan**

Ein Miniplan ist ein kurzer Geschäftsplan, der eigentlich zwei bis zehn Seiten beinhaltet. Es muss das gesamte Konzept Ihres Unternehmens, den Finanzierungsplan sowie Informationen zu Betriebs- und Finanzkosten umfassen.

Es ist großartig, diese Art von Dokument bei sich zu haben, damit Sie Ihr Unternehmen potenziellen Investoren oder Partnern präsentieren können. Bei größeren Schritten in der Entwicklung Ihres Unternehmens werden sie aber möglicherweise um mehr gebeten.

- **Interner Arbeitsplan**

Wenn Sie einen Geschäftsplan für den internen Gebrauch für geschäftliche Zwecke brauchen, muss dieser nicht als ausführlicher Geschäftsplan formalisiert sein. Finanzen und Ziele müssen klar benannt werden. Dennoch können Sie bei Informationen, die nur Ausländer brauchen (Mitarbeiterinformationen, Lebensläufe usw.) Zeit sparen und ein einfaches Dokument zusammenstellen, das Sie immer zur Hand haben.

- **Formeller Präsentationsplan**

Ein formeller Plan ist ein Plan, an den Sie denken, wenn jemand sagt, dass er einen Geschäftsplan braucht. Ein Dokument, das alle Informationen über Sie und Ihr Unternehmen enthält und das Sie bei jeder Gelegenheit nutzen können, um Ihr Unternehmen zu präsentieren und potenzielle Partner und/oder Investoren zu beeindrucken. Achten Sie auf den Tonfall, die Präsentation, die verständlich und ansprechend sein muss, und konzentrieren Sie sich natürlich auf Grammatik und Rechtschreibung. Benutzen Sie im formellen Geschäftsplan die offizielle Geschäftssprache. Es muss kohärent und konsistent sein. Benutzen Sie die erforderlichen Grafiken und Tabellen und drucken Sie den Plan auf hochwertiges Papier aus, damit die Fotos sichtbar bleiben.

- **E-plan**

Im Zuge des zunehmenden digitalen Zeitalters werden die meisten Dokumente digital verschickt, ebenso wie Geschäftspläne. Der E-Plan sollte je nach Bedarf eine digitale Version des von Ihnen verfassten Plans sein.

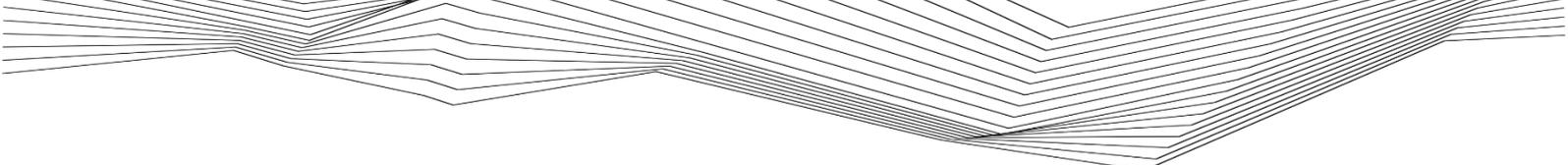
## The Business Model Canvas (BMC)

Das Business Model Canvas<sup>68</sup> wird als strategisches Management-Werkzeug benutzt, das alle erforderlichen Geschäftselemente abdeckt, entweder Sie planen ein neues Geschäft, ein Produkt zu gründen oder ein bestehendes Geschäft zu evaluieren.

---

<sup>67</sup> Ebd.

<sup>68</sup> Business Model Canvas [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business\\_Model\\_Canvas.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Business_Model_Canvas.png)



BMC deckt neun Schlüsselemente des Geschäfts ab<sup>69</sup>:

1. Die Wertversprechen
2. Das/ die Kundensegment(e)
3. Die Kanäle
4. Die Kundenbeziehung
5. Die wichtigen Ressourcen
6. Die wichtigsten Aktivitäten
7. Die wichtigsten Partner
8. Die Einnahmequellen
9. Die Kostenstrukturen

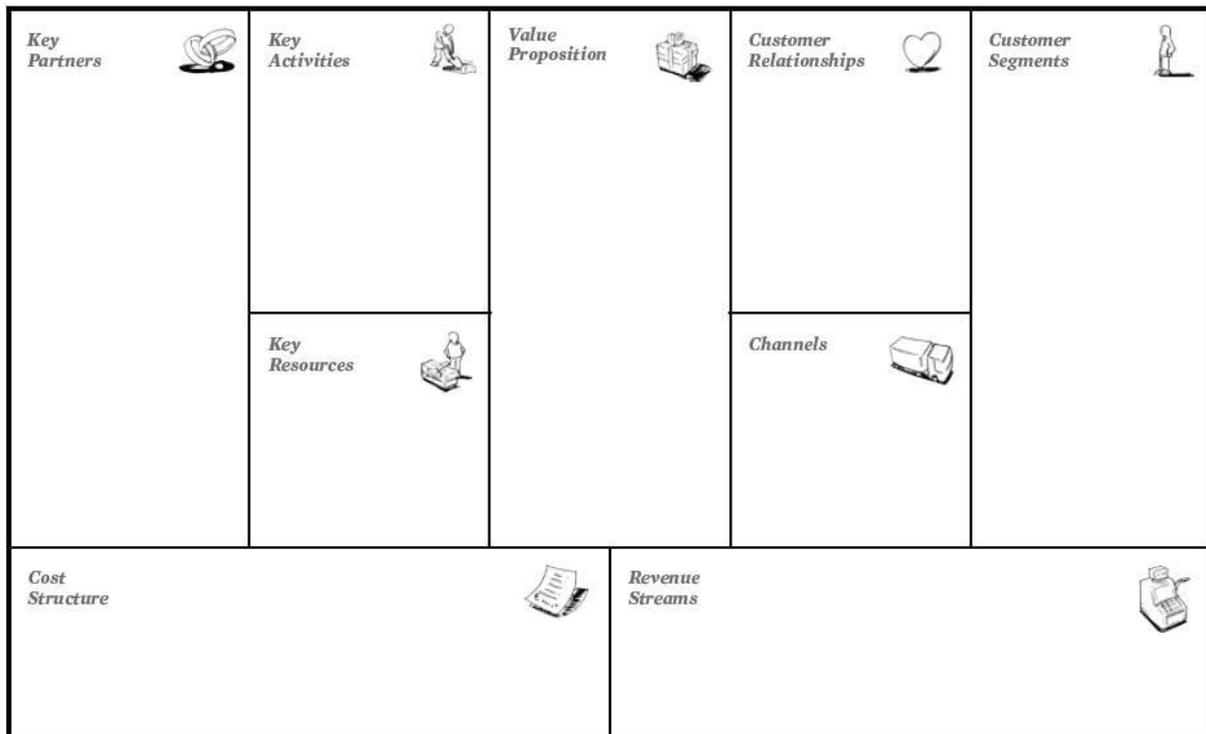
BMC könnte unterteilt werden in die externe (rechte) Seite, die mehr auf den Kunden ausgerichtet ist, und die interne (linke) Seite, die auf das Geschäft ausgerichtet ist.

"Das Offensichtlichste ist die Innovation im Wertversprechen. Als Mobiltelefone auf den Markt kamen, boten sie ein anderes Wertversprechen als Festnetztelefone. In den frühen Tagen des Internets halfen populäre Indizes wie Yahoo! den Menschen, Informationen im Web zu finden. In Bezug auf Zielkundensegmente haben Billigfluggesellschaften wie EasyJet das Fliegen zu den Massen gebracht. Dell wurde durch die Erforschung des Internets als Vertriebskanal erfolgreich. Gillette hat ein Vermögen gemacht, indem es eine kontinuierliche Kundenbeziehung auf der Grundlage seiner Einwegrasierer aufgebaut hat. Apple aufgrund seiner Kernkompetenzen, Design auf Computer und elektronische Geräte zu bringen, wiederauferstanden. Cisco wurde bekannt für seine Fähigkeit, Aktivitäten in neuen und innovativen Lieferketten zu konfigurieren. Intel florierte für seine Fähigkeit, Partner dazu zu bringen, auf seiner Verarbeitungsplattform aufzubauen innovative Einnahmequelle durch die Verbindung präziser Suchergebnisse und Inhalte mit Textanzeigen. Wal-Mart wurde durch seine Fähigkeit, die Kosten im ganzen Geschäftsmodell zu senken."<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Osterwalder, Alexander, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>

<sup>70</sup> Alexander Osterwalder, *WAS IST EIN GESCHÄFTSMODELL?*, 2005, <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>



Beispiel des Business Model Canvas.

### Wichtige Frage, die im Business Model Canvas beantwortet werden müssen

Im Zeitalter des digitalen Geschäfts müssen Unternehmen ihre Geschäftsmodelle an den aktuellen Markt anpassen. Gleichzeitig müssen neue Start-ups und neue Unternehmen mit ihrer Idee gut durchstarten. Der Business Model Canvas kann für beide ein gutes Werkzeug sein; Unternehmen, die schon existieren und bereit sind, sich an das digitale Geschäftszeitalter anzupassen, und Unternehmen oder Start-ups, die gerade erst anfangen, ihre Geschäfte im digitalen Zeitalter zu führen. In einem Artikel von Guillaume Lestand<sup>71</sup> gibt es eine Reihe der Fragen, die für jeden Abschnitt des Business Model Canvas beantwortet werden sollten. Sie werden von jedem Bereich des Canvas-Modells dargestellt.

#### ⇒ Bereich Wertversprechen

- Welche Kundenprobleme lösen wir und welche Bedürfnisse erfüllen wir?
- Welche Produkte und Dienstleistungen setzen wir ein, um es zu erreichen?
- Welchen Wert oder Nutzen schaffen wir für Kunden?
- Welchen Wert nehmen die Kunden wahr?
- Erfüllt unser aktuelles Geschäftsmodell die Bedürfnisse unserer Kunden vollständig?
- Was kann einen Kunden dazu bringen, seine Meinung zu ändern und auf Konkurrenz- oder Ersatzlösungen zu setzen?

#### ⇒ Bereich Kundensegmente

- Welche Kundensegmente bedienen wir hauptsächlich?
- Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

<sup>71</sup> Guillaume Lestand, *Wichtige Fragen, die beim Ausfüllen eines Business Model Canvas zu beantworten sind*, 2016, <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>

- Werden dieselben Menschen die nächsten zehn Jahre hier sein?

⇒ **Bereich der Kundenbeziehung**

- Welche Art der Beziehungen erwarten unsere Kunden und wie pflegen wir sie?
- Wer beeinflusst unsere Kunden (Meinungsführer, Stakeholder, Nutzer)?
- Welche Beziehungen haben unserer Wettbewerber zu ihren Kunden?
- Ist es die gleiche Beziehung, die wir zu unseren Kunden haben?
- Ist es die beste Art der Beziehung?
- Welche Art der Beziehungen schafft den größten Wert für unsere Kunden?
- Wie identifizieren wir die verschiedenen Arten der Beziehungen, die unsere Kunden erwarten?
- Wie stärken wir die gewünschten Beziehung?

⇒ **Bereich des Kanals**

- Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
- Wie erreichen wir sie jetzt?
- Wie sind unsere Kanäle integriert?
- Welche funktionieren am besten?
- Welche sind am kosteneffizientesten?
- Wie integrieren wir sie in die Kundenroutinen?
- Wie steigern wir das Bewusstsein für die Produkte und Dienstleistungen unseres Unternehmens?
- Wie helfen wir unseren Kunden, das Wertversprechen unseres Unternehmens zu bewerten?
- Wie ermöglichen wir es unseren Kunden, bestimmte Produkte und Dienstleistungen zu erwerben?
- Wie liefern wir unseren Kunden ein Wertversprechen?
- Wie bieten wir Kundenunterstützung nach dem Kauf?

⇒ **Bereich Schlüsselaktivitäten**

- Wie produzieren wir unsere Angebote?
- Welche Kompetenzen und Schlüsselaktivitäten brauchen wir?
- Nutzt unsere Wertschöpfungskette unsere Kernkompetenzen voll aus?

⇒ **Bereich der wichtigen Ressourcen**

- Welche Schlüsselressourcen stecken hinter unseren Angeboten und unserem Leistungsversprechen in Bezug auf
- IT System?
- Humanressourcen?
- Greifbare Ausrüstung?
- Lokalisierung?

⇒ **Bereich der wichtigen Partner**

- Was bringen wir ihnen mit?
- Was bringen sie uns?
- Welche Beziehung haben sie zu unserem Geschäft?
- Wer sind unsere wichtigsten Partner?

- Wer beeinflusst unsere Kunden (Meinungsführer, Stakeholder, Nutzer)?

⇒ **Bereich der Kostenstruktur**

- Was kostet es im Allgemeinen?
- Nutzen wir unsere gesamte Wertschöpfungskette?
- Kann unsere Wertschöpfungskette optimiert werden, ohne den wahrgenommenen Wert unserer Kunden zu mindern?

⇒ **Bereich Einnahmequellen**

- Welche Einnahmequellen hat unser Unternehmen?
- Wieso erwirtschaftet es Gewinn?
- Wofür ist ein Kunde bereit zu zahlen?

## Marketingplan

Ein Marketingplan ist eines der wichtigsten Elemente im Geschäftsplan. Mit einer vollständigen Bedarfsanalyse werden unser potenzieller Markt und potenzielle Kunden in der Marketingplan einbezogen. Es wird durch vier Schlüsselthemen ergänzt – Produkt, Preis, Promotion und Ort<sup>72</sup>.

**Das Produkt** ist definiert, welche Art von Produkten oder Dienstleistungen wir verkaufen. Welche Innovation haben Sie zu bieten? Warum sind Ihre Produkte „besser Wahl“ als Produkte von Mitbewerbern?

**Der Preis** definiert die Gesamtkosten Ihres Produkts. Schreiben Sie Schritt für Schritt die Kosten im Herstellungsprozess als hilfreichen Schritt zur Ermittlung des Gesamtpreises. Rechnen Sie mit Ihrer Zeit und Ihren Ressourcen, um dieses Produkt zu erstellen. Maximieren Sie Ihr Einkommen, indem Sie den Verkauf optimieren und ausbalancieren.

**Die Promotion** ist der Positionierung Ihres Produkts auf dem Markt vorbehalten. Welche Vorlieben haben Sie bei der Qualität der Produkte? „Schießen“ Sie auf Premium-Produkte oder stellen Premium-Produkte her? Welche Art der Werbung würden Sie verwenden? Definieren Sie die Vorteile von Offline- und Online-Werbestrategien.

**Der Ort** definiert als einen Ort, an dem Ihre Dienstleistungen oder Produkte angeboten werden. Wäre es nur online oder vielleicht nur ein lokales Unternehmen, oder werden Sie in der Lage sein, beide Optionen zu behandeln? Bevor Sie den Hauptkanal oder die Hauptkanäle für den Verkauf Ihrer Dienstleistungen oder Produkte definieren, analysieren Sie sorgfältig, welcher Kanal die höchste Investitionsrendite erzielen sollte.

Verwenden Sie außerdem für die Marktanalyse eine **SWOT**-Analyse. S steht für Stärke, W steht für Schwäche, O steht für Möglichkeiten und T steht für Bedrohungen. vier verschiedene Unterkategorien definieren alle vier Elemente dieser Analyse vor.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup>Wolters Kluvert, *Marketingplan-Komponente Ihres Geschäftsplans*, <https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality.>

<sup>73</sup> Rojko K., (2020), 'E-poslovanje' [PowerPoint-Präsentation], [https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod\\_resource/content/3/ePoslovanje16.10.2020.pdf](https://moodle.fis.unm.si/pluginfile.php/2472/mod_resource/content/3/ePoslovanje16.10.2020.pdf)

Nachfolgend finden Sie ein grafisches Beispiel für Fragen, die während einer SWOT-Analyse beantwortet werden sollten.



## Finanzplan

Der Finanzplan ist ein obligatorischer Bestandteil jedes Geschäftsplans, weil er eine Prognose des Finanzbedarfs für die Gründung und der Kosten für die Aufrechterhaltung des Unternehmens darstellt. Es handelt sich um einen in einer Tabelle entwickelten Plan mit vordefinierten Kosten der Aktivitäten, Ressourcen, Ausrüstung und Materialien, die zum Erreichen dieser Ziele erforderlich sind.<sup>74</sup>

Die Aktivität Finanzplanung<sup>75</sup> umfasst die folgenden Aufgaben:

- Bewerten Sie das Geschäftsumfeld
- Bestätigen Sie die Geschäftsversion und -ziele
- Identifizieren Sie die Arten von Ressourcen, die zum Erreichen dieser Ziele erforderlich sind
- Quantifizieren Sie die Menge der Ressource (Arbeit, Ausrüstung, Materialien)
- Berechnen Sie die Gesamtkosten jedes Ressourcentyps
- Fassen Sie die Kosten zusammen, um ein Budget zu erstellen
- Identifizieren Sie alle Risiken und Probleme mit dem festgelegten Budget.

Ein Finanzplan sollte einige Analyseelemente enthalten. Ausgangspunkt sollte Ihre Break-Even-Analyse<sup>76</sup> sein; monatlicher Break-Even-Punkt, prognostizierter Gewinn und Verlust, Vergleich zwischen Gewinn- und Verlustjahren und Cashflow-Prognose. Darüber hinaus bekommen Sie durch die Erstellung einer prognostizierten Bilanz und das Befolgen einer Geschäftsration Einblicke, um Ihr Geschäft aufrechtzuerhalten.

<sup>74</sup> Wikipedia, *Finanzplan (Geschäft)*, [https://en.wikipedia.org/wiki/Financial\\_planning\\_\(business\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_planning_(business))

<sup>75</sup> Ebd.

<sup>76</sup> Bplans, *E-commerce Internet Geschäftsplan*, <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>

# DIGITALE STRATEGIE

Die digitale Strategie stellt einen Plan dar, der digitale Ressourcen nutzt, um Ziele zu erreichen, die für ein bestimmtes Unternehmen oder ein Start-up relevant sind. Es basiert auf dem Einsatz von Technologie, um Fähigkeiten zu schaffen, die für die Digitalisierung des Unternehmens erforderlich sind. Die digitale Strategie unterliegt Änderungen des Geschäftsmodells und kann auch ein Grund sein, das Modell des Unternehmens zu ändern.<sup>77</sup>

Die digitale Strategie sucht nach Wegen, um Technologie zu nutzen, um Aktivitäten und damit das Geschäft zu transformieren. Die digitale Strategie beschäftigt sich stattdessen mit den Aktivitäten und Prozessen, die geändert werden müssen, um einen besseren Kundenservice zu bieten. Dann sucht es nach der richtigen Kombination von Technologien und Strategien, die kombiniert werden können, um diese Erfahrungen zu schaffen. Digitale Leader haben durch diesen Strategiewechsel neue Wettbewerbsvorteile und Wachstumschancen gefunden.<sup>78</sup>

Der Aufbau einer erfolgreichen digitalen Strategie ist eine Frage, die sich jeder zukünftige Unternehmer bei der Entwicklung einer Idee für ein zukünftiges Unternehmen stellt. Ein Artikel aus dem Harvard Business Review<sup>79</sup> schlägt vor, dass fünf der folgenden Fragen mit hilfreichen Leitfaden sein könnten, um den Einfluss digitaler Technologien auf Unternehmen zu verstehen:

1. Verändert die digitale Technologie die Unternehmen, in denen Sie tätig sein sollten?
2. Wie könnte die digitale Technologie Ihren Mehrwert für Ihre Unternehmen verbessern?
3. Könnte die digitale Technologie Ihren Zielkunden verändern?
4. Beeinflusst die digitale Technologie das Wertversprechen Ihres Zielkunden?
5. Wie kann digitale Technologie die Fähigkeiten Ihres Unternehmens verbessern, die Sie von Ihrer Konkurrenz abheben?

## Zehn Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie

Im Artikel "Zehn Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie"<sup>80</sup> finden Sie einen 10-Schritte-Leitfaden mit Ratschlägen zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie. Diese Schritte sind:

### 1. Definition von "Warum"

Die Definition, warum Ihr Unternehmen existiert oder existieren sollte (wenn Sie gerade dabei sind, die Idee zu entwickeln), ist der Anfang.

Simon Sineks wegweisender TED Talk legt fachkundig dar, wie Sie mit seiner Golden-Circle-Methodik das „Warum“ in Ihrem Unternehmen finden. Er verknüpft die Punkte zwischen außergewöhnlichen Führungskräften, außergewöhnlichen Marken und der Vorstellung, dass Menschen nicht kaufen, „was Sie tun, sie kaufen, warum Sie es tun“. Sobald Sie den Kern identifizieren können „Warum?“ Ihres

<sup>77</sup> Jevđić et al. 2020, Handbuch "Digital Entrepreneurship Start-up", [https://issuu.com/pinconsulting/docs/3\\_o1\\_eng\\_final\\_digital\\_entrepreneurship\\_start-up](https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up) Zugriff am 24.03.2021.

<sup>78</sup> Christine Reyes, Digitale Strategie – Die sich entwickelnde Geschäftsstrategie, <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy> Zugriff am 24.03.2021.

<sup>79</sup> Ken Favaro, Entwerfen Sie keine digitale Strategie, nur weil alle anderen es sind, <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is> Zugriff am 24.03.2021.

<sup>80</sup> Jeff Rum, 10 Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> Zugriff am 24.03.2021.

Unternehmens wird es viel leichter, eine überzeugende Markengeschichte, authentische Botschaften und ansprechende Inhalte zu erstellen.<sup>81</sup>

## **2. Entwicklung der Markengeschichte**

Studien zeigten, dass Konsumenten täglich bis zu 20 000 Marken begegnen, von denen nur zwölf einen Eindruck hinterlassen.<sup>82</sup> Wenn ein Unternehmen oder ein Start-up zu diesen zwölf Marken gehören möchten, muss dieses Unternehmen eine Geschichte haben, die für die Menschen wichtig ist (lesen Sie Konsumenten/ Kunden/ Benutzer). Gute Geschichten verkaufen das Produkt, egal ob es um ein gewinnorientiertes, gemeinnütziges oder zweckgebundenes Unternehmen geht.

## **3. Definition der Ziele**

Bei der Definition der digitalen Strategieziele ist es wichtig, auf die Entwicklung erreichbarer Ziele zu achten, die am festgelegten Zeitraum erreicht werden. Darauf aufbauend ist es möglich, die Ziele später zu überwachen und die digitale Strategie weiterzuentwickeln/ anzupassen.

## **4. Entwicklung der Publikumpersönlichkeiten**

Um Kunden oder Konsumenten eines Unternehmens zu haben, ist es zunächst nötig zu verstehen, wer das Publikum ist, was sie mögen/ nicht mögen, was sie brauchen usw. In diesem Schritt ist es gut, drei bis vier Personas zu entwickeln, basierend auf der Art der Menschen, die es tun würden. Die vollständige Persona enthält Informationen über die Konsumenten, um ihren Hintergrund, ihre Karriere, ihre Ziele, Werte, Entscheidungstendenzen usw.<sup>83</sup>

## **5. Erstellung der Reisekarten**

Sobald die Personas des gewünschten Publikums entwickelt sind und klar ist, wer das erwartete Publikum ist, kommt als nächster Schritt die Erstellung einer Reisekarte. Eine Reisekarte hilft zu verstehen, wie Menschen mit der Online-Präsenz eines Unternehmens interagieren, und hilft bei der Anpassung der Online-Präsenz, wenn solche Anpassungen nötig sind. Bei der Entwicklung der Reisekarte sind Antworten auf folgende Fragen hilfreich:

- Wo trifft ein Benutzer online zum ersten Mal auf Ihr Unternehmen?
- Welche Berührungspunkte sind die wichtigsten, wenn ein Benutzer eine Entscheidung trifft?
- Was lässt sie gehen und was lässt sie zurückkommen?

## **6. Schlüsselkanäle**

Heute gibt es eine Reihe von Social Media und Apps. Mehr zu verschiedenen Social Media finden Sie im Kapitel „Bedeutung der Online-Netzwerk“. Viele Unternehmen machen einen Fehler und sind auf allen wichtigen Social-Media-Plattformen aktiv, was viel Ressourcen und Zeit beansprucht, insbesondere in der Anfangsphase eines Unternehmens/ Start-ups. Basierend auf der Reisekarte und der Reisekarte sollten die wichtigsten Kanäle für die Kommunikation mit dem gewünschten Publikum ausgewählt werden. Das bedeutet praktisch, dass, wenn die Zielgruppe hauptsächlich Facebook nutzt, keine aktiven Kanäle von Twitter, TikTok usw. nötig sind. Sie sollten sich darauf konzentrieren, eine Markengeschichte auf Facebook zu erstellen und zu präsentieren; Entwicklung organischer und bezahlter Reichweite, um mit dem aktuellen und zukünftigen Publikum in Kontakt zu treten.

## **7. Entwicklung der Inhaltsstrategie**

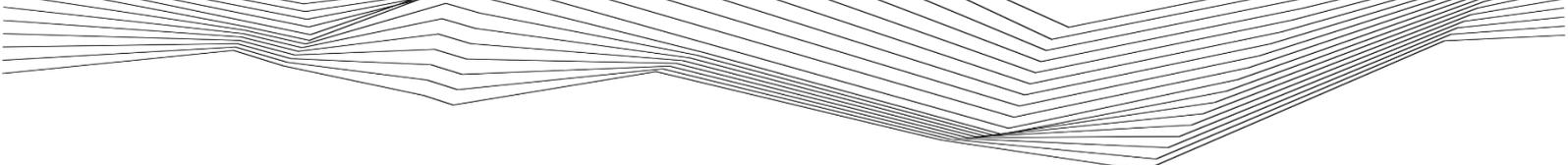
In der aktuellen Zeit ist Marketing überall um uns herum, besonders im digitalen Raum. Die Schlüsselfrage bei der Entwicklung einer Inhaltsstrategie lautet: „Ist mein Inhalt für die Zielgruppe nützlich?“

---

<sup>81</sup> Ebd.

<sup>82</sup> Ebd.

<sup>83</sup> Jevđić et al. 2020, Handbuch "Digital Entrepreneurship Start-up", [https://issuu.com/pinconsulting/docs/3\\_o1\\_eng\\_final\\_digital\\_entrepreneurship\\_start-up](https://issuu.com/pinconsulting/docs/3_o1_eng_final_digital_entrepreneurship_start-up) Zugriff am 24.03.2021.



Inhaltlich muss das Rad nicht neu erfunden werden. Finden Sie heraus, was Ihr Publikum will und braucht, und stellen Sie es kreativ bereit. Die Menschen teilen, was gut ist, folgen dem, was regelmäßig ist, und reagieren auf das, was angemessen ist.<sup>84</sup>

#### **8. Enwerfen eines Inhaltskalenders**

Nach der Entwicklung der Inhaltsstrategie müssen wir die Termine festlegen und Schritte zur Umsetzung der entwickelten Strategie entwickeln. Ein klarer Überblick über wichtige Termine und Fristen in Form eines Kalenders hilft bei der Organisation und Weiterentwicklung des Unternehmens. Es ist notwendig, den Überblick zu behalten, was passiert, aber gleichzeitig sollte Sie es nicht daran hindern, Ihr Unternehmen zu verwalten.

#### **9. Planung der Ressourcen**

Ein wichtiges Prinzip für eine erfolgreiche digitale Strategie besteht darin, Pläne und Strategien auf der Grundlage der Ressourcen des jeweiligen Unternehmens zu erstellen, nicht der Ressourcen anderer Unternehmen.

#### **10. Messen der Arbeit**

Im digitalen Marketing herrscht kein Mangel an Daten. Alle großen Online-Plattformen und -Netzwerke haben Analyseangebote, und unzählige Plattformen von Drittanbietern bieten alle Arten von Datenberichten.<sup>85</sup> Machen Sie sich einen Überblick über die gesetzten Ziele (in Schritt 3) und sehen Sie, nach welchen Zahlen Sie suchen sollten. Sobald Sie die Zahl analysiert haben, wissen Sie, was funktioniert und was nicht.

---

<sup>84</sup> Ebd.

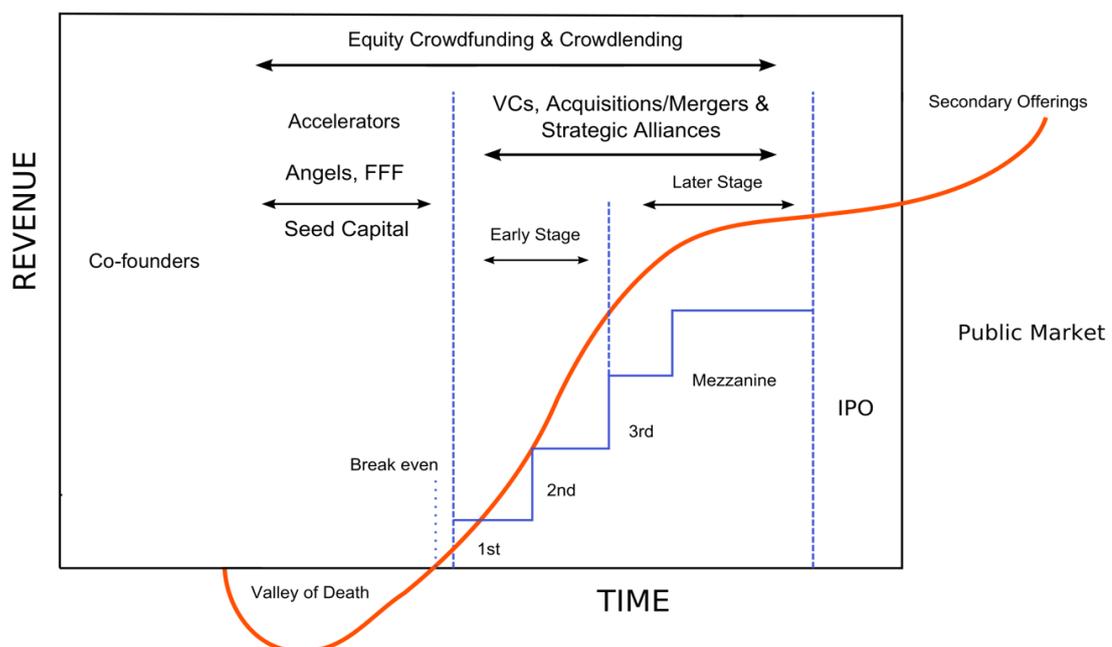
<sup>85</sup> Jeff Rum, 10 Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie, <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy> Zugriff am 24.03.2021.

# FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR DIGITALE UNTERNEHMER

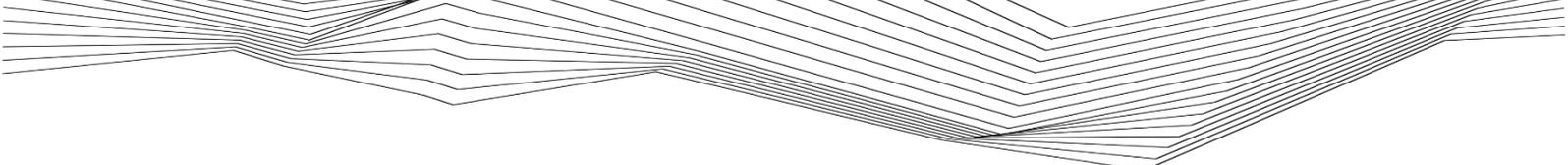
"Finanzierung ist die Bereitstellung der Ressourcen zur Finanzierung eines Bedarfs, Programms oder Projekts. Dies geschieht normalerweise in Form von Geld, kann aber auch in Form von Aufwand oder Zeit von einer Organisation oder einem Unternehmen erfolgen. Im Allgemeinen wird dieses Wort benutzt, wenn ein Unternehmen seine internen Reserven benutzt, um seinen Bargeldbedarf zu decken, während der Begriff Finanzierung verwendet wird, wenn das Unternehmen Kapital aus externen Quellen erwirbt."<sup>86</sup>

Finanzierung zu bekommen ist das Wichtigste in Ihrem Unternehmen, besonders wenn Sie sich entscheiden, Ihr eigenes Unternehmen zu gründen, muss finanzielle Stabilität erreicht werden. Ohne eine stabile finanzielle Situation können Sie Ihr Geschäft nicht abwickeln. Das Internet gab uns die Möglichkeit, unser Geschäft anzufangen, zu fördern und auszubauen. Es war nie leichter, sichtbar zu sein und Ihre Dienstleistungen oder Produkte potenziellen Kunden auf dem Weltmarkt anzubieten. Das gleiche gilt für die Suche nach einem potenziellen Investor. Es gibt so viele potenzielle Investoren auf dem Markt, aber das könnte schwierig sein. Mit einem größeren Markt kommen ein größerer Wettbewerb und die Chancen auf Finanzierung sind geringer. Deshalb sollten Sie Ihr Unternehmen bestmöglich präsentieren.

## Startup Financing Cycle



<sup>86</sup> Wikipedia-Mitwirkende, *Finanzierung*, 2021, Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Funding>



Der Start-up-Finanzierungszyklus<sup>87</sup> zeigt uns ein Finanzierungsdiagramm und den Weg eines Start-up-Unternehmens. Alle im Folgenden beschriebenen Fördermöglichkeiten finden Sie in dieser Grafik. Alle Start-ups werden über Stufen/ Phasen finanziert, und jede Phase hat ihren Investorenkreis. Logischerweise haben Investoren, die in der Frühphase handlungsbereit sind, größere Chancen zu scheitern. Dennoch steht ihnen auch ein großer Gewinn bevor, wenn das Unternehmen erfolgreich wird.

## Acht wichtige Finanzierungswege

Wenn wir über die Finanzierung sprechen, müssen wir erklären, dass es acht Hauptwege<sup>88</sup> gibt, um finanziert zu werden:

1. Beantragen eines Stipendiums
2. Crowdfunding
3. Familie und Freunde
4. Engel-Investor
5. Eigenfinanzierung
6. Suche nach Venture Capital
7. Bankkredit
8. Mikrofinanz der Bank

### 1. Beantragen eines Stipendiums

Nach Angaben der EU können Sie je nach Art Ihres Unternehmens oder Projekts auf zwei verschiedene Arten gewährt werden<sup>89</sup>: direkte Förderung und indirekte Förderung.

Aufforderungen zur Einreichung der Vorschläge werden auf dem [Förder- und Ausschreibungsportals](#)<sup>90</sup> definiert, wo Sie sich bewerben und alle notwendigen Bedingungen für eine Förderung prüfen können. Diese finanzielle Unterstützung wird auch von einige anderen Organisationen angeboten. In den USA kann man sich laut Bullock<sup>91</sup> um Gründungsstipendien bei Organisationen wie Small Business Innovation Research (SBIR), der National Association for the Self-Employed (NASE) und Idea Café.<sup>92</sup>

**Vorteile**<sup>93</sup> einer Förderung durch Stipendien sind:

- "Kostenloses Geld" – keine Rückzahlung nötig;

---

<sup>87</sup> Von Kmuehmel, VC20 - [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Startup\\_financing\\_cycle.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Startup_financing_cycle.svg), CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=41190293>

<sup>88</sup> Bullock, Wie man seine Start-up-Geschäftsidee finanziert, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

<sup>89</sup> EU-Förderprogramme, 2020, [https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm)

<sup>90</sup> Europäische Kommission, Förder- und Ausschreibungsprogramme, <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

<sup>91</sup> Bullock, Wie man seine Start-up-Geschäftsidee finanziert, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>

<sup>92</sup> Ebd.

<sup>93</sup> 8 Vor- und Nachteile der Geschäftsförderungen, 2018, <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>

- Leichte Zugänglichkeit der Informationen – alle Informationen darüber wie, wann und wer Stipendien bekommen kann, sind an einem Ort vorhanden;
- Wasserfalleffekt – Darunter versteht man die Tatsache, dass Sie sich, sobald Sie eine Zusage bekommen, für andere Organisationen als zuverlässiger Kandidat qualifizieren;
- Gewinn der Glaubwürdigkeit – Sie können durch Zuschüsse befördert werden, was Ihre Sichtbarkeit erhöht;

#### Nachteile<sup>94</sup>:

- Zeitaufwand – Bürokratie ist ein Begriff, der alles über diesen Nachteil sagt. Es ist ein langer Prozess, und Sie müssen in diesem riesigen Meer von Möglichkeiten das Richtige für sich finden. Zumindest wird das Ausfüllen von Papierkram durch besondere Anweisungen beschleunigt.
- Schwierig zu bekommen – Es gibt viel Konkurrenz und sie versuchen auch, finanziert zu werden.
- Unsichere Verlängerung – Nichts ist heute sicher, ebenso wenig wie der Verlängerungsvertrag. Wahrscheinlich müssen Sie von Jahr zu Jahr erneut ein Stipendium beantragen, und Ihr Geschäft muss stabil sein, wenn Sie Geld bekommen möchten.
- Strings Attached – Sie müssen sich an den Plan halten, den sie bei der Beantragung eines Stipendiums eingerichtet haben.

## 2. Crowdfunding

"Crowdfunding ist die Praxis, die erforderliche Finanzierung (wie für ein neues Unternehmen) zu bekommen, indem eine große Zahl von Personen, besonders aus der Online-Gemeinschaft, um Spenden gebeten wird"<sup>95</sup>. Crowdfunding ist wahrscheinlich das bekannteste Wort von allen diesen und es ist ein beliebter Weg der digitalen Wirtschaft. Ein großer Vorteil dieser Art der Finanzierung besteht darin, dass Sie kein finanziertes Geld zurückbekommen müssen, wenn alles nach Plan verläuft und Sie einen Betrag bekommen, den Sie als Ziel festlegten. Diese Art der Förderung wird hauptsächlich von Einzelpersonen finanziert. Die Entscheidung, Gelder über Online-Plattformen zu bekommen, kann zu einer größeren Medienaufmerksamkeit führen, und Sie können Feedback und Ratschläge zur Verbesserung Ihrer Geschäftsidee bekommen.

Liste der besten Crowdfunding-Plattformen<sup>96</sup> in verschiedenen Kategorien von [The Balance Small Business](#):

- **Bestes Gesamtergebnis:** [Kickstarter](#)
- **Zweitplatziertes, Gesamtbester:** [Indiegogo](#)
- **Bestes für gemeinnützige Organisationen:** [Causes](#)
- **Bestes für Keatoren:** [Patreon](#)
- **Bestes für persönliches Spenden:** [GoFundMe](#)
- **Bestes für Eigenkapital-Crowdfunding:** [CircleUp](#)

**Kickstarter** hat seit 2009 mehr als 5 Milliarden US-Dollar gesammelt. Sie sind als „Alles-oder-Nichts“-Plattform bekannt, was bedeutet, dass Sie kein Geld bekommen, bis das von Ihnen gesteckte Ziel erreicht ist. Die Zahlungsbearbeitungsgebühr beträgt 3% bis 5% und die Servicegebühr beträgt 5%.

**Indiegogo** ist ähnlich wie Kickstarter. Sie legen aber keine feste Finanzierungsgebühr fest, wenn Sie Ihr Ziel nicht erreichen. Indiegogo berechnet eine Gebühr von 5% für diejenigen, die flexible oder feste

<sup>94</sup> Ebd.

<sup>95</sup> *Crowdfunding*, The Merriam-Webster.Com Dictionary, 2021, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdfunding>

<sup>96</sup> Nguyen, Die besten Crowdfunding-Seiten, 2020, <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>

Fonds benutzen. Die Transaktionsgebühr beträgt 30 Cent pro Transaktion und die Servicegebühr 3%. Um Ihr finanziertes Geld zu bekommen, müssen Sie aber eine Bedingung erfüllen – 500 US-Dollar müssen für Ihre Kampagne finanziert werden, wenn Sie eine Auszahlung bekommen möchten.

**Causes** sind kostenlos. Der Hauptgrund dafür, dass Benutzer kostenlos bleiben, ist die Schaltung von Anzeigen. Causes ist eine soziale Netzwerkplattform, die Menschen mit gemeinsamen Interessen an sozialen, politischen und kulturellen Themen zusammenhält und ihnen hilft, für ihre Programme und Ideen Geld zu verdienen. Es ist nicht ausschließlich für gemeinnützige Organisationen gedacht; auch Einzelpersonen können unterstützt werden.

**Patreon** wurde für digitale Kreative, Podcaster, Blogger und ähnliche entwickelt. Sie arbeiten nach dem Abonnementmodell, bei dem der Ersteller jeden Monat oder durch Erschaffung Geld bekommen. Auf Patreon können Sie Ihren Abonnenten exklusive Kreationen schicken, um sie als ihre Investoren zu behalten. Abonnenten können ihr Abonnement kündigen, wenn sie feststellen, dass der Ersteller keine Inhalte mehr produziert. Die Gebühr beträgt 2,9% und sie nehmen 35 Cent pro Pfand.

**GoFundMe** kann als die am meisten veröffentlichte Crowdfunding-Plattform bezeichnet werden. GoFundMe-Spendeaktionen sammeln hauptsächlich für wohltätige Zwecke und werden hauptsächlich von Einzelpersonen erstellt, aber Unternehmen können sie nutzen. Ihre Servicegebühr beträgt 2,9% und 30 Cent für jede Spende. Diese Plattform hat kein Alles-oder-Nichts-Modell, was bedeutet, dass Sie alle Spenden bekommen. Interessante Sache – keine Gebühren für persönliche Kampagnen für persönliche Kampagnen für diejenigen, die in den Vereinigten Staaten ansässig sind.

**CircleUp** bietet Eigenkapital- und Kreditfinanzierungen an. Die Plattform ist als Netzwerk angelegt, in dem Sie Experten, Händler oder Unternehmer finden. Maschinelles Lernen von Helio treibt die gesamte Plattform an. Ihre Software sammelt und analysiert alle vorhandenen, notwendigen Daten, um einige Geschäfte zu bewerten und den zukünftigen Geschäftserfolg vorherzusagen.

### 3. Familie und Freunde

Diese Art der Finanzierung kann eine großartige Finanzierungsquelle sein. Warum? Diese Menschen kennen Sie am besten und wissen wahrscheinlich alles über Ihre Idee. Sie investieren und unterstützen Sie wegen Ihrer Beziehung zu ihnen. Diese persönliche Beziehung kann knifflig und herausfordernd sein, besonders wenn Sie persönliche und geschäftliche Beziehungen nicht trennen. Irgendwann können sie anfangen, ihre eigene Meinung zu äußern, mit der Sie möglicherweise nicht einverstanden sind, und das könnte ein Bruchpunkt in Ihrer intimen Beziehung sein. Dieses Risiko ist bei keiner anderen Finanzierungsart zu finden.

### 4. Engel-Investor

In jeder Stadt und jedem Land finden Sie eine vermögende Gruppe der Menschen, die bereit sind, in spannende Ideen oder Geschäftsmöglichkeiten zu investieren. Benutzen Sie Ihr lokales Netzwerk und kratzen Sie unter der Oberfläche und Sie werden sie finden. Diese Art von Investoren greift meistens in der „Seed“-Phase Ihres Wachstums. Die Seedphase ist eine Phase ganz am Anfang.

Wie bereits gesagt, sind sie bereit, in gute Gelegenheiten zu investieren, aber denken Sie daran, dass sie einige Ergebnisse sehen müssen, bevor sie investieren. Denken Sie auch daran, dass sie nicht bereit sind, Ihnen ein Darlehen zu gewähren. Sie sind hier, ein Teil Ihres Unternehmens zu werden, indem sie an Ihrem Geschäft teilnehmen. Manchmal können es 5 bis 10% des Eigenkapitals des Unternehmens sein. Auf der anderen Seite könnte es wegen ihrer Professionalität, ihres Wissens und ihres Netzwerks positiv auf Ihr Unternehmen sein. Engel-Investoren benutzen ihr eigenes Geld, und die dominierende Gruppe für ihre Investitionen sind Start-up-Unternehmen.

**EBAN**<sup>97</sup> ist eine der bekanntesten gemeinnützigen Organisationen und repräsentiert die europaweite Gemeinschaft von Early-Stage-Investoren, die Mitgliedsorganisationen und Einzelpersonen aus Europa und darüber hinaus zusammenbringt.

---

<sup>97</sup> <https://www.eban.org/>

## 5. Eigenfinanzierung

Die meisten Start-ups nutzen dieses Finanzierungsmodell ganz am Anfang. Eigentümer investieren ihr eigenes Geld, meist aus Ersparnissen. Einige von ihnen warteten Jahre und Jahre, um genug Geld zu sparen, um mit der Entwicklung ihrer Idee anzufangen. Diese Investitionen sind im Allgemeinen nicht signifikant, aber sie reichen aus, um ein Unternehmen zu gründen. Erwähnenswert; der Vorteil der Selbstfinanzierung; im Erfolgsfall sind wir zu 100% Eigentümer die vollständige Kontrolle über unser Geschäft.

Sie können erfolgreich werden, und es gibt nicht nur einen Weg, dieses Ziel zu erreichen. Finanzexperten sind sich einig, dass eine SMART-Strategie und ein Zeitmanagement mit angemessenen Finanzen Ihre Chancen erhöhen können, mit Ihrem Unternehmen erfolgreich zu sein.

## 6. Suche nach Venture Capital

Venture capital<sup>98</sup> ist eine Private-Equity-Finanzierung durch Venture-Capital-Firmen und -Fonds. Diese Art von Kapital, das von Venture-Capital-Firmen bereitgestellt wird, wird in der frühen Phase der Gründung oder des Unternehmens gegen Eigenkapital investiert. Sie werden wie „Hazard Player“ dargestellt, weil sie zunächst das Risiko einer Unternehmensfinanzierung eingehen und hoffen, dass einige von ihnen erfolgreich werden. In dem Wissen, dass Start-up-Unternehmen vor einer ungewissen Zukunft des Erfolgs stehen und dass sie keine stabilen Unternehmen sind, stehen Venture-Capital-Investitionen vor einer großen Zahl von Misserfolgen. Auf der anderen Seite warten, wie bereits erwähnt, Start-up-Unternehmen auf die Chancen, und wenn sie eine Chance bekommen, werden sie „explodieren“, und dann steht der Venture-Capital-Investor vor beachtlichem Erfolg. Warum ist es für sie interessant, in Start-up-Unternehmen zu investieren? Oft entwickelt sich ein Start-up-Unternehmen in einem hochprofitablen Geschäftsbereich, der Informationstechnologie – IT. In diesem Geschäftsbereich begegnen wir weltverändernden Geschäftsmodellen und der innovativsten Technologie mit globaler Wirkung.

Venture-Capital-Investoren ergreifen Maßnahmen in der Zeit, nachdem Sie die Startfinanzierung bekommen haben. Laut Bullock (2019)<sup>99</sup> versuchen Venture-Capital-Investitionen, ihre Investition zurückzugewinnen, einen Gewinn zu erzielen und das nächste „frische“ Start-up zu finden.

## 7. Bankkredit

Ein Bankkredit ist wahrscheinlich eine alte und sichere Art der Finanzierung. Es kann ein bisschen kompliziert sein, aber wenn Sie eine gute Bonität und eine gute Kreditgeschichte haben, werden Sie keine Probleme haben, diese Art von Finanzierung zu bekommen. Die positive Seite der Aufnahme eines Bankkredits, wie Ihre Finanzierungsoption widerspiegelt, ist die Erhaltung des gesamten Eigenkapitals. Auf der negativen Seite eines Kredits müssen Sie den gesamten Kredit zuzüglich Zinsen zurückzahlen. Die Konsequenz, dass kein guter Plan für die Investition von Bankkrediten erstellt wird, kann zur Anzeige führen.

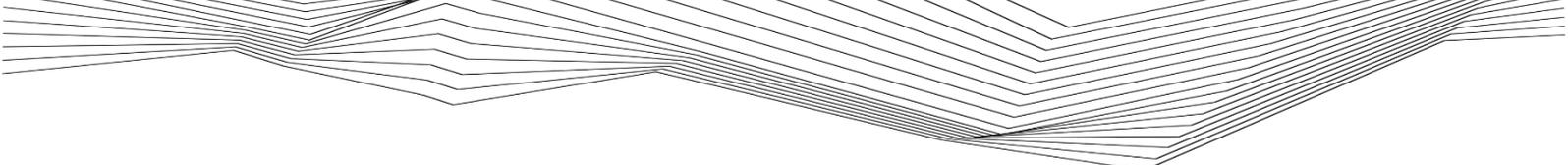
## 8. Mikrofinanz der Bank

Die Finanzierung Ihres Unternehmens durch Mikrofinanzinstitute ist eine ausgezeichnete Gelegenheit für Menschen mit schlechter Bonität. Diese Personen gelten als Hochrisikogruppe, was dazu führt, dass für einen regulären Bankkredit kein grünes Licht gegeben wird. Mikrofinanzierung stellt eine bescheidende Art von Kredit dar und in den meisten Fällen müssen Sie vor der Genehmigung viele

---

<sup>98</sup> Wikipedia, 2021, 'Venture capital', [https://en.wikipedia.org/wiki/Venture\\_capital](https://en.wikipedia.org/wiki/Venture_capital)

<sup>99</sup> Bullock, How To Fund Your Start-Up Business Idea, 2019, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=63aed4dc70f7>



Unterlagen vorbereiten. Nach Angaben der Europäischen Kommission<sup>100</sup> gibt es mehrere Gründe, warum Sie von dieser Art der Finanzierung profitieren könnten:

- Wenn Sie sich selbstständig machen oder ein Kleinunternehmen aufbauen möchten
- Wenn Sie arbeitslos sind
- Eine Auszeit vom Arbeitsmarkt genommen haben
- Schwierigkeiten haben, regelmäßige Kredite zu bekommen (zu alt, zu jung, Angehöriger einer Minderheit, Sie haben eine Behinderung, usw.).

Unter diesem [Link](#) können Sie überprüfen, ob Sie in Ihrem Land eine solche Finanzierungsmöglichkeit haben.

---

<sup>100</sup> Die Europäische Kommission, *EU-Mikrofinanzierungsunterstützung*,  
<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=836>

# WICHTIGKEIT DER ONLINE- VERNETZUNG

Die digitale Vernetzung baut Beziehungen über soziale Medien auf. So wie traditionelles Netzwerk bedeutet, an Veranstaltungen teilzunehmen, Hände zu schütteln und Visitenkarten auszutauschen, lesen Sie die Beiträge der Menschen, kommentieren und teilen Sie sie in der digitalen Welt. Sie interagieren.



<https://www.thesmallbusinesssite.co.za/>

Soziale Netzwerke sind kein neues Konzept; es gab sie schon immer, aber in verschiedenen Formen. Das sind Netzwerke, die einen Freundeskreis darstellen, der es zu pflegen und zu erweitern sucht. Die meisten Internetnutzer nutzen das Internet hauptsächlich, um auf soziale Netzwerke zuzugreifen, die aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken sind. Die Zahl der Nutzer sozialer Netzwerke wächst täglich. Der Zugang zu sozialen Netzwerken wird zur Hauptaktivität beim Zugang zu Internetnutzern. In den letzten fünf Jahren sind soziale Netzwerke extrem berühmt geworden. Millionen von Menschen erstellen ihre sozialen Profile, um ihre Fotos, Erfahrungen, Meinungen und alles andere, was sie interessiert, mit anderen Benutzern zu teilen. Soziale Medien können eine Organisation in eine nicht beneidenswerte Position für die Konkurrenz bringen. Neben dem Privatleben sind soziale Netzwerke auch in der Geschäftsentwicklung sehr beliebt geworden.

Soziale Netzwerke ermöglichen zahlreiche Aktivitäten, wie zum Beispiel:

- Empfehlungen, d.h. die Anwendung von Mundmarketing,

- Marktforschung,
- Erstellung und Validierung der Ideen,
- Entwicklung neuer Produkte,
- Kundenbeziehungsmanagement,
- Alle Formen von Werbung und Kommunikation.

Soziale Netzwerke gehören zum Alltag, sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich. Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile von Social Media im eigenen Geschäft, sowohl für die Kommunikation mit potenziellen Kunden als auch für die Kundenbindung und die Gewinnung neuer Talente für das Unternehmen. Die Kommunikation über soziale Netzwerke findet täglich statt und die Interaktion ist nicht mehr einseitig. Durch strategisch durchdachte Beiträge, Texte, Fotos, Videos und Werbung schaffen Unternehmen ihr Image und werden auf dem Markt erkennbar.

Einige der beliebtesten sozialen Netzwerke heutzutage sind Facebook, Instagram, Twitter und LinkedIn.

#### ⇒ **Facebook**

Facebook ist ein soziales Netzwerk, das sich ausschließlich auf die Studenten bestimmter amerikanischer Universitäten konzentrierte. Daher war es nicht für alle gedacht, besonders nicht für die Menschen, die es heute benutzen. Die Geschichte von Facebook fing im Jahr 2004 an, als die Studenten Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz und Chris Hughes, Mitbewohner der Harvard University, die Facebook-Seite gründeten.<sup>101</sup> Die Idee von Facebook war es, Menschen zu verbinden, die sich bereits im wirklichen Leben kennen, aber über das Internet. Auf diese Weise können Nutzer mit nahen Verwandten, Arbeitskollegen sowie Freunden und Bekannten kommunizieren. Voraussetzung für den Aufruf der Seite war eine gültige E-Mail-Adresse, und wenn jemand Facebook nicht mehr nutzen wollte, konnte er diese schnell löschen oder sein Profil deaktivieren. Das Hauptmerkmal von Facebook ist die Gelegenheit, virtuelle Grußkarten und Geschenke, zahlreiche Quizfragen und verschiedene Spiele zu bekommen und die Tatsache, dass es kostenlos ist (Grbavac, 2014: 212). Das sind selbstverständlich nur einige der Gründe für seine Popularität. Rückblickend auf die Geschäftswelt hat Facebook in den letzten Jahren die traditionelle Werbung abgelöst, und es ist unmöglich geworden, auf der Titelseite nach unten zu scrollen, ohne von mindestens einer Anzeige „bombardiert“ zu werden. Die Popularität von Facebook ist nicht überraschend, weil Sie heute alle notwendigen Informationen finden können. Stellen- oder Wohnungsanzeigen, Nachrichten aus aller Welt und jeder hat die Möglichkeit, sich Gruppen für verschiedene Berufsfelder anzuschließen.

Aus geschäftlicher Sicht ist Facebook aufgrund fehlender geografischer Barrieren zum perfekten Netzwerk geworden, um das gewünschte Publikum zu erreichen und die gewünschte Botschaft zu verbreiten, weg von der traditionellen Marketingwerbung. Es ist viel leichter geworden, die Zielgruppe zu erreichen. Ein großes Plus von Facebook ist, dass sein Marketingwert direkt durch Facebook Analytics gemessen werden kann.

#### ⇒ **Twitter**

Twitter ist ein bekanntes soziales Netzwerk und ein öffentlicher Microblogging-Dienst, der kurze Textnachrichten, sogenannte Tweets mit bis zu 280 Zeichen, veröffentlicht und empfängt, daher der Name Microblogging. Twitter kann über einen Browser in einer Werbsumgebung, als Anwendung auf mobilen Geräten und über einen SMS-Dienst genutzt werden.<sup>102</sup> Wenn man über die Auswirkungen des Internets auf die Kommunikationskultur und die damit verbundenen Trends nachdenkt, ist Twitter als einen der wichtigsten Internetdienste hervorzuheben, die populär geworden sind, die Verwendung

<sup>101</sup> Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: S. 97.

<sup>102</sup> Ebd.

von Hashtags mit dem Ziel, veröffentlichte Inhalte zu kategorisieren.<sup>103</sup> Mit den richtigen Hashtags könnten sich die Leute mit ihren Posts unter den meistgelesenen Tweets platzieren. Die Besonderheit von Twitter ist, dass mehrere Posts pro Tag nicht als Spam angesehen werden. Das unterscheidet es von Facebook. Auf Twitter ist es sehr einfach, die Marke eines Unternehmens zu formen und ein bestimmtes Bild davon zu schaffen, was aus geschäftlicher Sicht positiv ist. Außerdem ist es sehr leicht, auf Twitter Kommentare zum Unternehmen zu finden oder sich über aktuelle Themen zu informieren und so immer im Trend zu liegen (Lake, 2018).

#### ⇒ Instagram

Instagram ist ein soziales Netzwerk ähnlich wie Facebook und Twitter, aber mit dem Hauptfokus auf Fotografie und Video. Außerdem ist Instagram in erster Linie für die Nutzung auf mobilen Geräten gedacht. Auf Instagram werden keine Status gepostet – der Fokus liegt auf dem Visuellen. Wie auf Twitter können Sie auch hier Ihre Follower haben und die Reichweite erreichen Sie am besten über den Hashtag (#). Kevin Systrom und Mike Krieger haben dieses soziale Netzwerk vor neun Jahren gegründet, 2012 wurde es von Facebook gekauft.<sup>104</sup> Die unglaubliche Kraft von Instagram besteht darin, dass es bei jungen Menschen so beliebt ist, die unter anderem sein Potenzial und seine Kraft erkannt und begonnen haben, es zu ihrem Vorteil zu nutzen. So ist Instagram zu einer perfekten Plattform für die Werbung von Kleidung, Schuhen, Konzerten geworden und ein ganz neuer Beruf ist entstanden – Instagram Influencer.

Da Instagram fast ausschließlich ein visuelles soziales Netzwerk ist und Menschen visuelle Wesen sind, ist es eine Plattform, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Geschichte vollständig durch Fotografie und/ oder Video zu erzählen.

#### ⇒ LinkedIn

LinkedIn ist ein amerikanischer geschäfts- und beschäftigungsorientierter Online-Dienst, der über Webseite und mobile Apps funktioniert. Die am 5. Mai 2003 gestartete Plattform dient hauptsächlich dem beruflichen Networking und ermöglicht es Arbeitssuchenden, ihren Lebenslauf zu veröffentlichen und Arbeitgebern, Stellen zu veröffentlichen. Ab 2015 stammten die meisten Einnahmen aus dem Verkauf des Zugangs zu Informationen über seine Mitglieder an Personalvermittler und Vertriebsprofis. Seit Dezember 2016 ist es eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Microsoft. Im Februar 2021 hatte LinkedIn 740 Millionen registrierte Mitglieder aus 150 Ländern.<sup>105</sup>

LinkedIn ermöglicht Mitgliedern (sowohl Arbeitnehmern als auch Arbeitgebern), Profile zu erstellen und sich in einem sozialen Online-Netzwerk miteinander zu „verbinden“, das reale berufliche Beziehungen darstellen kann. Mitglieder können jeden (ob ein bestehendes Mitglied oder nicht) einladen, eine „Verbindung“<sup>106</sup> zu werden.

Anfangs konzentrierte sich die größte Zahl der Unternehmen, die von sozialen Netzwerken betroffen waren, auf mehrere großen Netzwerke, darunter zweifellos Facebook, Twitter und LinkedIn. Allerdings entstehen Tag für Tag neue soziale Netzwerke. Während einige noch relativ erfolglos sind, haben andere große Erfolge erlebt, wie Pinterest und Tumblr, die Unternehmen unzählige neue Möglichkeiten bieten, spannende Inhalte in verschiedenen Varianten zu erstellen und so neue Zielgruppen zu erreichen. Daher ist es für Unternehmen selbstverständlich geworden, mit sozialen Netzwerken zu recherchieren und zu experimentieren, und alles wird gemacht, um die gewünschte Zahl von Benutzern oder Kunden zu erreichen. Diese Diversifikation hat sich sehr erfolgreich gezeigt,

<sup>103</sup> Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. E-Marketing: S. 107.

<sup>104</sup> Instagram-Gründer Systrom und Krieger verlassen Facebook-Unternehmen, 2018,

[https://www.bbc.com/news/technology-](https://www.bbc.com/news/technology-45635736#:~:text=The%20co%2Dfounders%20of%20photo,more%20than%20a%20billion%20users.)

[45635736#:~:text=The%20co%2Dfounders%20of%20photo,more%20than%20a%20billion%20users.](https://www.bbc.com/news/technology-45635736#:~:text=The%20co%2Dfounders%20of%20photo,more%20than%20a%20billion%20users.)

<sup>105</sup> Wikipedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>, Zugriff am 28.02.2021.

<sup>106</sup> Über LinkedIn, <https://about.linkedin.com/>

da sie unter anderem den Wert des Unternehmens oder der Person durch bessere Anerkennung aufbaut.<sup>107</sup>

Die Kommunikation zwischen Unternehmen und zwischen Unternehmen und Kunden ist längst nicht mehr dieselbe. Soziale Netzwerke helfen Unternehmen seit geraumer Zeit, Beziehungen zwischen Kunden und ihren Mitarbeitern aufzubauen und zu pflegen, neue Kontakte zur Erbringung von Dienstleistungen für den Kunden zu knüpfen, Kunden in die Markenförderung einzubinden, eine führende Position im Markt aufzubauen und zahlreiche andere Marketingaktivitäten und Strategien.<sup>108</sup>

Unternehmen begannen zum Beispiel, das soziale Netzwerk Twitter zunehmend für Marketing- und Werbezwecke zu nutzen. Durch das ständige Wachstum und die Entwicklung von Social-Media-Plattformen hat jedes Unternehmen größere Möglichkeiten für eine häufigere und intensivere Interaktion mit seinen Kunden entwickelt.

Das bot die Möglichkeit, wertvolle Daten zu sammeln, die weiter benutzt werden können, um neue, immer reichhaltigere Erfahrungen für seine Kunden zu schaffen.<sup>109</sup> Im Laufe der Zeit reifen soziale Netzwerke und ihre Bedeutung im Geschäftsleben nimmt zu. Unternehmen haben angefangen zu erkennen, dass es sinnvoll ist, ihre sozialen Netzwerke zu sponsern. So fing zum Beispiel das bekannte amerikanische Unternehmen Starbucks an, eine Initiative zur Überarbeitung und Erneuerung seiner Marke und begann zu diesem Zweck, seine Webseite mystarbucksidea.com in sozialen Medien zu bewerben, wodurch Kunden Teil ihrer Strategie werden konnten. Kunden durften nämlich ihre Vorschläge machen und sehen, wie sich dies auf die Verbesserung des Produkts und des Unternehmens selbst auswirkt oder nur das „Starbucks-Erlebnis“<sup>110</sup> verbessert. Ein solcher Ansatz hat eine signifikante Verbindung zwischen den Kunden und dem Unternehmen geschaffen.

Wir können die Bedeutung sozialer Netzwerke auch am Facebook-Experiment ablesen. Im Jahr 2012 experimentierte Facebook, um zu bestätigen, dass der Algorithmus die politischen Entscheidungen und Handlungen der Nutzer beeinflussen kann. Sie kann das Wahlergebnis beeinflussen. Die Ergebnisse wurden zwei Jahre später in der renommierten Fachzeitschrift *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Kramer, Guillory and Hancock 2014) veröffentlicht<sup>111</sup>.

Die digitale Vernetzung kann jedem verschiedene Möglichkeiten bieten, die durch den Aufbau solider Beziehungen zu anderen realisiert werden, von Möglichkeiten für persönliches und berufliches Wachstum bis hin zu wirtschaftlichem Erfolg. Durch die Nutzung der Leistungsfähigkeit von Netzwerken durch digitale Technologie können wir Beziehungen entdecken, verbessern, unterstützen und verwalten, die die Flexibilität dieser Fähigkeiten schaffen. Die Nutzung von Online-Aktivitäten kann dazu beitragen, mehr Möglichkeiten zu schaffen – mehr Lernen, mehr Wachstum und Erfolg. Indem wir das Bedürfnis nach physischer Nähe in unserem sozialen Umfeld durch digitale Technologie reduzieren, können wir eine zusätzliche Möglichkeit schaffen, Netzwerke zu erweitern und weltweit persönliche oder berufliche Beziehungen aufzubauen. Wir sind nicht mehr darauf beschränkt, durch persönliche, physische Interaktion Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Die Kommunikation über digitale Kanäle ermöglicht es uns, Hindernisse, die ansonsten unsere Verbindungen gefährden könnten, leicht zu beseitigen. Diese Art zu arbeiten und zu kommunizieren gibt zusätzliche Flexibilität und Sicherheit bei der Aufrechterhaltung unserer geschäftlichen und persönlichen Beziehungen trotz Veränderungen am Arbeitsplatz, an unserem Wohnort oder im Umfeld. Es bietet auch die Möglichkeit

---

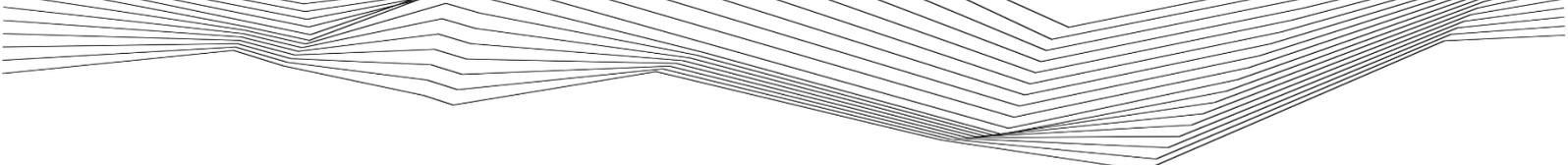
<sup>107</sup> Ružić, Drago; Biloš, Antun; Turkalj, Davorin. 2014. *E-Marketing*: S. 357.

<sup>108</sup> Panian, Željko; Strugar, Ivan. 2013. *Informatizacija poslovanja*: S. 217.

<sup>109</sup> Ebd., S. 222.

<sup>110</sup> Ebd., S. 229.

<sup>111</sup> Facebook's fehlerhaftes Emotionsexperiment: Antisoziale Forschung zu Nutzern sozialer Netzwerke, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1747016115579535>



zur Weiterentwicklung und zum persönlichen Wachstum durch mehr Vielfalt in unseren sozialen Netzwerken.

Durch die digitale Vernetzung öffnen wir unsere sozialen Netzwerke für die Interaktion mit Menschen aus einer anderen Umgebung als unserer. Auf diese Weise lernen wir andere Kulturen, Sprachen, neue religiöse Besonderheiten kennen, werten unser Weltbild auf und werden toleranter gegenüber dem Unterschiedlichen. Weil das Weltwirtschaftsforum die zunehmende Vielfalt der Belegschaft betont hat, war die digitale Vernetzung für unsere gesellschaftliche Entwicklung noch nie so wichtig wie heute.

Der Spruch “Ihr Netzwerk ist Ihr Vermögen” ist im Geschäftsleben unverzichtbar. Die digitale Vernetzung trägt dazu bei, verschiedene berufliche Vorteile zu schaffen, von der Entdeckung von Möglichkeiten für Empfehlungen zur Stellensuche oder dem Austausch von besten Praxen und dem Lernen in Ihrem Arbeitsbereich. Es hilft auch, Beziehungen zu Partnern oder Kunden aufzubauen und zu pflegen und fördert selbstverständlich den Verkauf. Wenn es Ihnen gelingt, eine solide und erkennbare Geschäfts- oder Privatmarke in den sozialen Medien zu entwickeln, kann die digitale Vernetzung den Zugang zu vielen Veranstaltungen, Workshops und verschiedenen Investitionen ermöglichen.

Die digitale Vernetzung fängt mit der Dateneingabe an. Wir nutzen und führen sie online durch, indem wir verschiedene kleinere und größere Informationsgruppen aus allen Netzwerken erstellen und zusammenführen. Vernetzte digitale Netzwerke können Social-Media-Daten und andere Kanäle nutzen, um die Identität des gesamten Benutzers besser zu verstehen und zu erstellen.

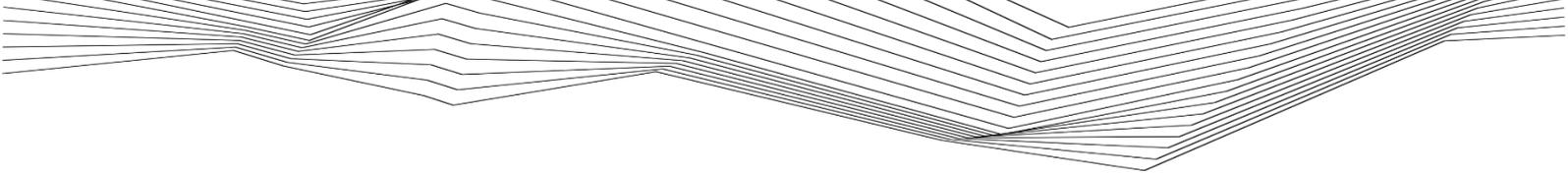
Durch die Analyse und Beobachtung des Netzwerks einer Person können wir eine Handvoll Informationen finden und ein umfassenderes Bild der Person oder des Unternehmens oder der Marke erstellen, die wir beobachten. Auf diese Weise werden Gruppen mit ähnlichen und ganz unterschiedlichen Personen gebildet, die angezogen werden könnten. Mithilfe verschiedener Analysewerkzeuge, wie zum Beispiel LinkedIn Insights on Alumni oder Twitter Follower Analyse-Werkzeug, können wir potenzielle Schwachstellen in unserem Netzwerk erkennen und Ausschau halten und so berufliche Ziele schaffen.

Egal für welchen Beruf Sie sich entscheiden und welchen Beruf Sie ausüben, unabhängig von Bereich oder Wunsch, die digitale Vernetzung bietet unzählige Vorteile zur Verbesserung des persönlichen und beruflichen Lebens in allen Bereichen. Je mehr sie Ihr Netzwerk erweitern, desto schneller werden Sie Fortschritte machen.

Ein Student ist auf der Suche nach einem Praktikumsplatz, ein Wissenschaftler auf der Suche nach Platz und Partnern weltweit, der seine Arbeit online zeigt oder ein Lehrer auf der Suche nach Wegen und Tipps, um seine Schüler zum Nachdenken anzuregen, ein Jungunternehmer, der Investoren findet und seine Träume durch Vernetzung entwickelt. Es ist schwer, Ziele zu finden, die mit Hilfe von Netzwerken nicht erreicht werden können. Sobald wir persönliche oder berufliche Ziele gefunden und festgelegt haben, können wir mit der Suche anfangen. Der digitalen Vernetzung sind keine Grenzen gesetzt.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Donnelly, DIE KUNDTS UND WISSENSCHAFT DER DIGITALEN KOMMUNIKATION IM MASSTAB, <https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>



# DIGITALE WERKZEUGE FÜR DIE ARBEIT UND WERKZEUGE, DIE VON MENSCHEN MIT UNTERSCHIEDLICHEN FÄHIGKEITEN VERWENDET WERDEN KÖNNEN

In diesem letzten Abschnitt werden verschiedene praktische Werkzeuge für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten vorgestellt, um in das digitale Unternehmertum einzutauchen. Diese Werkzeuge wurden wegen ihres Werts ausgewählt, den Technologieeinsatz im Alltag zu vereinfachen. Es ist aber wichtig zu beachten, dass alle anderen Werkzeuge und Programme, die von Unternehmern weltweit verwendet werden, hauptsächlich für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten zugänglich sind. Während einige die Fußmaus oder Screenreader als hilfreiches Zubehör bei der Verwaltung eines bestimmten Programms brauchen, sind alle anderen Werkzeuge wie Schreibprogramme, Produktivitätsprogramme, Designprogramme oder soziale Medien alle zugänglich, und ihre Funktionen hängen von der Kreativität der Benutzer ab.

Man könnte argumentieren, dass einige Werkzeuge und Programme nicht benutzerfreundlich sind, wenn die Benutzer Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten sind. Weil die meisten dieser Geschäftslösungen für die breite Öffentlichkeit entwickelt wurden, haben einige die Gelegenheit, sie an persönliche Bedürfnisse anzupassen.

Bei so viele Werkzeugen und Programmen auf dem Markt, von jeden jedes auf verschiedene Geschäftsbereiche und Sektoren spezialisiert ist, würde es eine sehr lange Liste geben, sie alle zu nennen. Unter Berücksichtigung von Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten bieten wir diese Vorschläge:

1. **Fußmaus**<sup>113</sup> - die fußgesteuerte Maus ist eine Art Computermaus, mit der Benutzer den Cursor bewegen und mit den Füßen auf die Maustasten klicken können. Es ist besonders nützlich für Menschen mit motorischen Behinderungen. Sie ist langsamer als die normale Computermaus, kann aber in Verbindung mit einer Tastatur eine gute Alternative sein.
2. **Angepasste Tastatur** für Menschen mit Sehschwäche und Hand-Augen-Koordination – obwohl angepasste Tastaturen seit der Verbreitung von Tablets weniger verwendet werden, spielen diese Geräte immer noch eine wichtige Rolle für Benutzer von Desktop-Computern. Es gibt mehrere angepasste Tastaturen auf dem Markt, und die Benutzer können je nach Bedarf auswählen – einige haben größeren Text, andere sind bunt und einige können auf dem Bildschirm angezeigt werden. Auf die Windows-Bildschirmtastatur kann mit Maus oder

---

<sup>113</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Footmouse>, Zugriff am 1.3.2021.

Mausalternative, Schalter oder Augenblick zugegriffen werden, wenn Sie über die entsprechende Hardware verfügen. Zu den Upgrades der Windows-Bildschirmstastatur gehören die Software Clicker, ACAT und The Grid. ACAT ist das freie Open-Source-System von Stephen Hawking.

3. **Sip-and-puff-Systeme**<sup>114</sup> (SNP-System) für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, wie Lähmungen oder motorischen Behinderungen – Assistenztechnologie, die verwendet wird, um Signale an ein Gerät zu schicken, das Luftdruck durch „Nippen“ (Einatmen) oder „Puffen“ (Ausatmen) auf einem Strohhalm, Schlauch oder „Stab“. Es wird hauptsächlich von Menschen verwendet, die ihre Hände nicht benutzen können. Es wird häufig verwendet, um einen motorisierten Rollstuhl von Menschen mit Tetraplegie mit sehr hoher Rückenmarksverletzung oder Menschen mit ALS zu steuern. Ein Sip-and-pull-Eingabegerät in Kombination mit einer Computer-Accessibility-Software bedeutet, dass viele tastaturzugängliche Programme mit diesem Gerät verwendet werden können.
4. **Screen reader** für Blinde oder Sehbehinderte wie Intel Reader oder Kurzweil 3000 – eine Software für Blinde oder Sehbehinderte. Einfach ausgedrückt überträgt ein Screenreader jeden Text, der auf dem Computerbildschirm angezeigt wird, in eine Form, die ein sehbehinderter Benutzer verarbeiten kann (normalerweise taktil, akustisch oder eine Kombination aus beidem). Während die einfachsten Screenreader blinden Benutzern nicht helfen, einen Computer zu navigieren, können diejenigen mit zusätzlichen Funktionen Menschen mit Sehbehinderung viel mehr Unabhängigkeit verschaffen. Die meisten Screenreader arbeiten mit einer synthetischen Stimme, die Text laut vorliest; andere können auch Daten über eine aktualisierbare Braillezeile übermitteln. Solche Bildschirmlesegeräte verwenden Kristalle, die sich bei bestimmten Spannungspegeln ausdehnen können (dank eines Phänomens, das als Piezo-Effekt bekannt ist), sodass sehbehinderte Benutzer den auf dem Bildschirm angezeigten Text mit ihren Fingern lesen können.<sup>115</sup> Aber während Bildschirmlesesoftware erschwinglich sein kann, ist solche Hardware normalerweise teuer.
5. **Korrekturlesesoftware** für Menschen mit Legasthenie, Dysgraphie oder anderen Lernstörungen – einfache Software, die als Erweiterung zu einem Internetbrowser hinzugefügt oder auf einen Computer heruntergeladen werden kann. Es verfolgt alles, was auf einem bestimmten Computer geschrieben wird, und bietet Grammatikvorschläge und -korrekturen. Ein Werkzeug wie Ginger beinhaltet die folgenden Funktionen – Grammatikprüfung, Wortvorhersage und Satzumformulierung, TTS-Funktionalität, damit eine Person hören kann, was sie schreiben usw. Die meisten Software, einschließlich Ghotit oder Grammarly, sind kostenlos.
6. **Organisieren von Software** für Menschen mit ADHD, Angstzuständen oder PTSD wie OneNote oder Evernote – Grafik-Organizer arbeiten, indem sie einer Person helfen, eine Vorgehensweise zu planen. Abhängig von der Art des Schreibens kann der Grafikorganizer den Autor auffordern, ein Objekt zu beschreiben, einen Ablauf zu planen oder eine andere Aufgabe auszuführen, die bei der Planung des Stücks hilft. Grafische Organizer unterscheiden sich je nach Typ und technologischer Raffinesse<sup>116</sup>. OneNote ist Teil der Microsoft Office-Suite, während Evernote kostenlos ist und über eine mobile App verfügt.

---

<sup>114</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Sip-and-puff>, Zugriff am 1.3.2021.

<sup>115</sup> "10 kostenlose Screenreader für blinde oder sehbehinderte Benutzer" 2021, <https://australia.ataseroqiqok.gq> Zugriff am 23.03.2021.

<sup>116</sup> 5 unterstützende Technologie-Werkzeuge, die einen Unterschied, <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/> Zugriff am 22.03.2021.

# BIBLIOGRAPHIE

- Blackwell, Edward. 2011. Wie man einen Geschäftsplan erstellt. London, Großbritannien: Kogan-Seite.
- Bughin, Jacques, und James Manyika. 2012. Internetangelegenheiten – Essays zur digitalen Transformation. McKinsey & Company.
- Bužinkić, Emina, Bojana Čulum, Martina Horvat, und Marko Kovačić. 2015. "Jugendarbeit in Kroatien: Sammeln von Stücken für ein Mosaik". Kinder- und Jugendhilfe 36 (1): 30-55. doi:10.1080/0145935x.2015.1015879.
- Carretero, Stephanie, Riina Vuorikari, und Yves Punie. n.d. Digcomp 2.1. Europäische Kommission.
- Dollinger, Marc J. 2008. Unternehmertum. 4. Auflage. Lombard, Ill.: Marsh Publications.
- Ferrari, Anusca, Yves Punie, und Barbara N Brečko. 2013. DIGCOMP. Luxembourg: Publications Office.
- Grbavac, Jacinta, und Vitomir Grbavac. 2014. "Pojava Društvenih Mreža Kao Globalnog Komunikacijskog Fenomena". Medien, Kultur und Öffentlichkeitsarbeit 5 (2): 206-219.
- Jevđić, Pavle, Milica Milović Kinoli, Nedim Micijevic, Amar Hamzic, Armin Cerkez, Franjo Brkan, Vedran Raic, und Steve Wright. 2020. Handbuch "Digitale Start-up Unternehmertum". Belgrad: PIN consulting.
- Mautuit, Dominique. 1995. "Uintégration Sociale Et Professionnelle Des Personnes En Situation De Handicap: Des Concepts À L'évaluation Des Actions". Revue Europeenne Du Handicap Mental 2 (7): 15-24.
- Mendelow, A.L. 1981. "Environmental Scanning—Die Auswirkungen des Stakeholder-Konzepts". <https://www.semanticscholar.org/paper/Environmental-Scanning-The-Impact-of-the-Concept-Mendelow/7b361652157989c77ed442dd387ec9b1a9b99632?p2df>.
- Panian, Željko, und Ivan Strugar. 2013. Informatizacija Poslovanja. Zagreb: Ekonomski fakultet.
- Ružić, Drago, Antun Biloš, und Davorin Turkalj. 2014. E-Marketing. 3. Auflage. Osijek: Ekonomski fakultat u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku.
- Shaw, David. 2015. "Facebooks fehlerhaftes Emotionsexperiment: Antisoziale Forschung über Nutzer sozialer Netzwerke". Forschungsethik 12 (1): 29-34. doi:10.1177/1747016115579535.
- Taddia, Enrico, Armin Cerkez, Maja Katinic Vidovic, Danijela Matorčević, Miloš Matorčević, Željko Pasuj, und Čedo Velašević. 2020. Nutzung der NFE- und Sportmethodik zur Einbeziehung von Jugendlichen mit Behinderungen. 1. Auflage. Berlin: Youth Power.
- Vineela, G. Siva. 2018. "Digitales Unternehmertum". Internationale Zeitschrift für innovative Forschung in den Ingenieurwissenschaften und multidisziplinären physikalischen Wissenschaften 6 (4).
- Zuss, Mark. 2012. Die Praxis der theoretischen Neugier. Dordrecht: Springer.

# SITOGRAFIE

- "10 kostenlose Screenreader für blinde oder sehbehinderte Benutzer". 2021. Australia.Ataseroqiqok.Gq. Zugriff am 23.03. <http://australia.ataseroqiqok.gq>.
- "5 unterstützende Technologie-Werkzeuge, die einen Unterschied machen". 2019. Alvernia Online. <https://online.alvernia.edu/articles/5-assistive-technology-tools-that-are-making-a-difference/>.
- "8 Vor- und Nachteile der Geschäftsförderungen". 2021. *Businessgrants.Org*. Zugriff am 24.02. <https://www.businessgrants.org/2018/12/8-advantages-and-disadvantages-of-business-grants.html>.
- Blank, Steve. 2021. "Steve Blank Sie sind kein echter Unternehmer". *Steve Blank*. <https://steveblank.com/2010/06/10/you-re-not-a-real-entrepreneur/>.
- Bullock, Lilach. 2021. "Wie finanziert man seine Start-up-Geschäftsidee". *Forbes*. Zugriff am 21.02. <https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/02/25/how-to-fund-your-start-up-business-idea/?sh=4b181b3770f7>.
- "Digitale Fähigkeiten sind entscheidend für Arbeitsplätze und soziale Eingliederung". 2018. *UNESCO*. <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>.
- Donnelly, Rory. 2017. "Was ist digitale Vernetzung?" – Digitale Straße?. <https://www.digitalroad.io/blog/what-is-digital-networking>.
- "E-Commerce-Internet-Geschäftsplan - Finanzplan". 2021. *Bplans: Ressourcen für die Geschäftsplanung und kostenlose Muster für Geschäftspläne*. Zugriff am 22.02. <https://www.bplans.com/e-commerce-internet-business-plan/financial-plan/>.
- "EU-Förderprogramme". 2021. *Dein Europa*. Zugriff am 22.02. [https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_en.htm).
- Europäische Kommission. 2021. "Unterstützung des Unternehmertums – Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und SME – Europäische Kommission". *Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und SME – Europäische Kommission*. [https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en).
- Eurostat. 2021. "Jährliche Unternehmensstatistiken für spezielle Aktivitätsaggregate (NACE Rev. 2)". *Appsso.Eurostat.Ec.Europa.Eu*. [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs\\_na\\_sca\\_r2&lang=en](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_na_sca_r2&lang=en).
- Favaro, Ken. 2016. "Entwerfen Sie keine digitale Strategie, nur weil alle anderen es machen". *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2016/03/dont-draft-a-digital-strategy-just-because-everyone-else-is>.
- "Für Menschen mit Behinderungen ist die Arbeit von zu Hause aus mithilfe von Technologie eine Erleichterung – und ein Kampf | Heinrich Böll Stiftung | Brussels Office – Europäische Union". 2021. *Heinrich-Böll-Stiftung*. <https://eu.boell.org/en/2020/08/11/people-disabilities-working-home-using-tech-relief-and-struggle>.
- "Geschäftspläne 101: Wie man einen Geschäftsplan schreibt". 2021. *Accion*. Zugriff am 28.02. <https://us.accion.org/resource/business-plans-101/>.

- "Globaler Aktionsplan der WHO für Menschen mit Behinderungen 2014-2021". 2014. *Weltgesundheitsorganisation*. <https://www.who.int/disabilities/actionplan/en/>.
- "Grundlagen über die Autismus-Spektrum-Störung (ASD) | NCBDDD | CDC". 2021. *Zentren für die Kontrolle und Prävention von Krankheiten*. Zugriff am 22.03. <https://www.cdc.gov/ncbddd/autism/facts.html>.
- Harris, Kitty. 2021. "Der Unterschied zwischen Start-ups und SME | Brighterblog". *Brighterbox.Com*. [https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20\(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured](https://brighterbox.com/blog/article/difference-between-startups-and-smes#:~:text=Startups%20and%20SMEs%20(small%20and,on%20growth%2C%20profitability%20and%20survival.&text=In%20contrast%20to%20the%20startup,SME%20is%20far%20more%20structured).
- "Internationale Klassifikation von Beeinträchtigungen und Behinderungen: Ein Handbuch zur Klassifikation in Bezug auf die Folgen von Krankheiten, veröffentlicht in Übereinstimmung mit der Resolution WHA29.35 der Neunundzwanzigsten Weltgesundheitsversammlung, Mai 1976". 2021. *Apps.Who.Int*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/41003>.
- Kenton, Will. 2021. "Geschäft-zu-Kunde: Was Sie wissen müssen". *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp#:~:text=The%20term%20business%2Dto%2Dconsumer,referred%20to%20as%20B2C%20companies>.
- Lake, Laura. 2018. "Verwenden Sie Twitter, um Ihr Geschäft auszubauen". *The Balance Small Business*. <https://www.thebalancesmb.com/twitter-a-valuable-marketing-tool-2296167>.
- Lestand, Guillaume. 2016. "Wichtige Fragen, die beim Ausfüllen eines Canva-Geschäftsmodells beantwortet werden müssen". *LinkedIn*. <https://www.linkedin.com/pulse/key-questions-answered-when-you-fill-up-business-model-lestand>.
- "Marketingplan-Komponente Ihres Geschäftsplans ". 2021. *Bizfilings*. Zugriff am 18.02. <https://www.bizfilings.com/toolkit/research-topics/launching-your-business/planning/marketing-plan-component-of-your-business-plan#:~:text=The%20marketing%20portion%20of%20a,into%20a%20commercially%20viable%20reality>.
- Monnet, Théau. 2019. "Ruandas Tourismus punktet trotz Kritik nach Arsenal-Deal". *The Africa Report.Com*. <https://www.theafricareport.com/16937/rwandan-tourism-scores-big-after-arsenal-deal-despite-criticism/>.
- Morrongiello, Julia. 2020. "Kartierung der europäischen B2B-Marktplatzlandschaft (Ausgabe 2020)". *Medium*. <https://medium.com/point-nine-news/mapping-the-european-b2b-marketplace-landscape-the-2020-edition-48d72cb33d88>.
- Nguyen, Stacey. 2021. "Die sieben besten Crowdfunding-Seiten des Jahres 2021". *The Balance Small Business*. <https://www.thebalancesmb.com/best-crowdfunding-sites-4580494>.
- "OECD Ilibrary | Unternehmertum auf einen Blick 2017". 2021. *Dx.Doi.Org*. [https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur\\_aag-2017-en](https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en).
- Osterwalder, Alexander, und Alexander Osterwalder. 2005. "Was ist ein Geschäftsmodell? — Geschäftsmodell Alchemist". *Geschäftsmodell Alchemist*. <http://businessmodelalchemist.com/2005/11/what-is-business-model.html>.
- Reh, F. John. 2019. "KSA: Wie man das Modell für Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten verwendet". *The Balance Careers*.

<https://www.thebalancecareers.com/understanding-knowledge-skills-and-abilities-ksa-2275329>.

- Reyes, Christine. 2021. "Digitale Strategie – Die sich entwickelnde Geschäftsstrategie | Liferay". *Liferay.Com*. Zugriff am 24.03. <https://www.liferay.com/resources/l/digital-strategy>.
- Rum, Jeff, und Jeff Rum. 2016. "10 Schritte zum Aufbau einer effektiven digitalen Strategie". *Social Media Heute*. <https://www.socialmediatoday.com/marketing/10-steps-building-effective-digital-strategy>.
- Shukla, Saamil. 2017. "Aufstrebendes Geschäftsmodell: C2C". *SPM PDPU*. <https://spmpdpu.wordpress.com/2017/11/26/emerging-business-model-c2c/>.
- Tarver, Evan. 2020. "Der beste Kunde für Kundenverkäufer können Menschen wie Sie sein". *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp>.
- "Unternehmertum und kleine und mittlere Unternehmen (SME) – Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und SME – Europäische Kommission". 2021. *Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und SME – Europäische Kommission*. [https://ec.europa.eu/growth/smes\\_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20\(SMEs\)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy](https://ec.europa.eu/growth/smes_en#:~:text=Small%20and%20medium%2D-sized%20enterprises%20(SMEs)%20are%20the%20backbone,every%20sector%20of%20the%20economy).
- Uzialko, Adam. 2020. "Was ist B2B?". *Businessnewsdaily.Com*. <https://www.businessnewsdaily.com/5000-what-is-b2b.html>.
- "Übereinkommen über die Rechte der Menschen mit Behinderung". 2021. *Globale Gesundheitsrechte*. Zugriff am 21.03. <https://www.globalhealthrights.org/wp-content/uploads/2013/10/Convention-on-the-Rights-of-Persons-with-Disabilities-CRPD.pdf>.
- "Verschiedene Arten der Behinderungen - Personaldienste - ANU". 2021. *Services.Anu.Edu.Au*. Zugriff am 22.03. <https://services.anu.edu.au/human-resources/respect-inclusion/different-types-of-disabilities>.
- "Was ist SME? – Kleine und mittlere Unternehmen (SME) – Unternehmen und Industrie". 2015. *Web.Archive.Org*. [https://web.archive.org/web/20150208090338/http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_en.htm](https://web.archive.org/web/20150208090338/http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm).

VERÖFFENTLICHUNG:

Outreach Hannover e.V., Deutschland



With the support of the Erasmus+ programme of the European Union



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.