



T O O L K I T

**"Mentoring und Unterstützung von Senior:innen
und Erwachsenen mit unterschiedlichen
Fähigkeiten bei der Gründung eines digitalen
Sozialunternehmens"**

TITEL:

Toolkit „Mentoring und Unterstützung von Senior:innen und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten bei der Gründung eines digitalen Sozialunternehmens“

PROJEKT:

„Digitales Soziales Unternehmertum von Senior:innen und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten“, gefördert von der Nationalen Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung, der Deutschen nationalen Agentur für das Erasmus+ (Erwachsenenbildung) Programm.

Projektpartner sind:

- Outreach Hannover e.V., Deutschland
- LINK DMT SRL, Italien
- Learning Wizard d.o.o., Kroatien
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Kroatien
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbien
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbien
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italien

VERLEGER:

Outreach Hannover e.V., Deutschland

EDITOR:

Pavle Jevdic

AUTOR:INNEN:

Pavle Jevdic

Berna Xhemajli

Danijela Matorcevic

Stanče Matović

Jelena Ilić

Enrico Taddia

Čedo Velašević

AUS DEM ENGLISCHEN ÜBERSETZT:

Ardit Kola

GRAFIK-DESIGN:

Nikola Radovanović

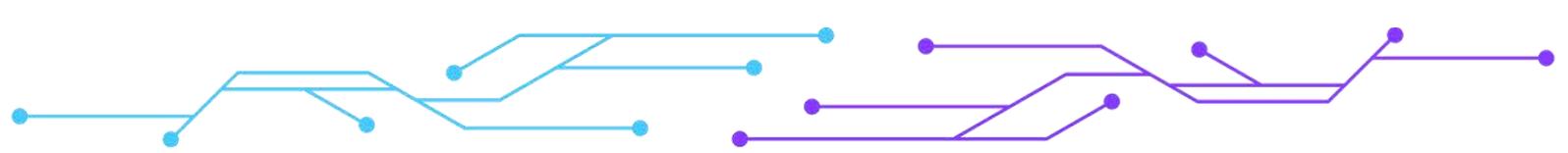
**Hannover, Deutschland
2023**



Inhaltsverzeichnis

ÜBER DAS PROJEKT	1
HINTERGRUND DES TOOLKITS.....	3
TEIL 1: Konzepte und Empfehlungen.....	5
1. Die Besonderheiten der Organisation von lokalen Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen.....	5
1.1 Gesamtbewertung der Gemeinschaft - Segmentierung der Gruppen.....	5
1.2 Wissen über Arten von Behinderungen.....	6
1.3 Bedarfsermittlung und Kompetenzniveau.....	6
1.4 Einbindung der sektorübergreifenden Zusammenarbeit.....	7
1.5 Besonderheiten bei der Durchführung der Workshops.....	7
1.6 Sensibilisierung für die Risiken der Digitalisierung.....	7
2. Bedürfnisse und Niveau der Fähigkeiten von Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Ausbildung in digitalem sozialen Unternehmertum	9
2.1 Benötigte Fähigkeiten bei Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Ausbildung zum digitalen sozialen Unternehmertum	9
3. Empfehlungen für Erwachsenenbildner, die mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums arbeiten	11
4. Mentoring der Begünstigten (Senioren und Erwachsene mit Behinderungen) im Anschluss an die Workshops bei der Gründung ihrer digitalen sozialen Unternehmen	13
4.1 Die sieben wichtigsten Schritte eines Mentoring-Programms.....	14
TEIL 2: Werkzeuge für den Einsatz im NFE bei der direkten Ausbildung und Betreuung von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen für digitale soziale Unternehmensgründungen (DSU).....	16
5. Crowdfunding.....	16
5.1 Kickstarter.....	16
5.2 Indiegogo.....	16
5.3 GoFundMe.....	17
5.4 Fundly.....	17
5.5 JustGiving.....	17
5.6 Facebook.....	18
6. Sponsoring von Posts, Kolumnen oder Videos auf YouTube-Kanälen	19
7. Markenbekanntheit	21
8. Storyboard	23

9. Video-Vorwurf	25
10. Bloggen	26
11. Erstellung von umfangreichem Material (E-Books, Tabellen, Infografiken, Tests, Tutorials, Vergleiche usw.) in DSU	28
12. Product Hunt	30
13. Quora	31
14. BetaList	32
15. ECommerce/ Online-Shops für DSU	33
15.1 Die 6 besten eCommerce-Plattformen	33
16. Nutzung von Sozial-Networking-Webseiten (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) zum Nutzen des Sozialkapitals der DSU bei Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen	36
16.1 Wie können Sozial-Networking-Webseiten zum Nutzen des Sozialkapitals eingesetzt werden?	36
16.2 Facebook-, Twitter-, LinkedIn- und TikTok-Nutzung zum Vorteil des Sozialkapitals der DSU von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen	37
Referenzen	1



ÜBER DAS PROJEKT

Projekttitel: "Digitales soziales Unternehmertum bei Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten"

Es gibt viele Senioren und Erwachsene mit Behinderungen, die keine Beschäftigung und kein regelmäßiges Gehalt/Einkommen haben. Angesichts der aktuellen Situation der Covid-19-Pandemie und der Tatsache, dass aufgrund der Abriegelung, Isolierung und anderer Maßnahmen, die von den Bürgern befolgt wurden, viele Arbeitgeber ihre Mitarbeiter zu Beginn der Pandemiemaßnahmen entlassen haben oder nicht genügend Einnahmen haben, um die Mitarbeiter ausreichend zu bezahlen. Trotz der wirtschaftlichen Unterstützung durch die Regierungen sind die Arbeitslosenquoten und das wirtschaftliche Niveau (vor allem bei unseren Zielgruppen) immer noch höher als vor Beginn der Pandemiemaßnahmen.

Oftmals reichen sowohl die Gehälter der erwerbstätigen Bürger als auch die Renten für die Senioren im Ruhestand - sofern vorhanden - nicht aus, um die hohen Lebenshaltungskosten im "höheren" Alter zu decken, wenn die Kinder und Jugendlichen die Haushalte verlassen haben, um ihre eigene Karriere zu verfolgen und in eigenen Haushalten zu leben. Immer mehr Senioren und Erwachsene (mit Behinderungen) freuen sich daher auf eine andere Art des regelmäßigen Geldeingangs in ihrem Haushalt. Hinzu kommt, dass Menschen mit Behinderungen häufig mit gesellschaftlichen Barrieren konfrontiert sind und Behinderung in vielen Gesellschaften negative Wahrnehmungen und Diskriminierung hervorruft.

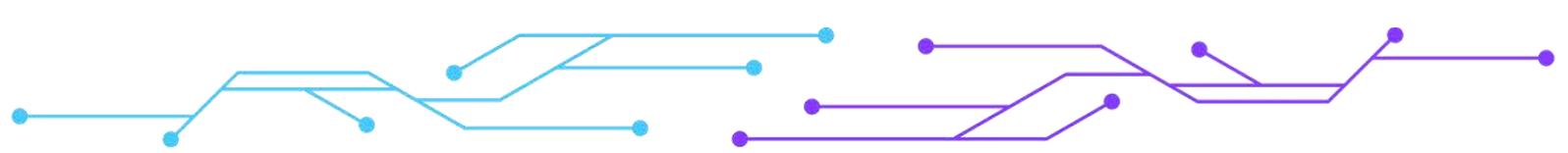
Für diese Zielgruppe nimmt die formale Bildung zu viel Zeit in Anspruch und ist keine bevorzugte Option, die sie aus verschiedenen Gründen oft nicht wahrnehmen können. Die Erwachsenenbildung wird sowohl von Senioren als auch von Erwachsenen mit Behinderungen sehr geschätzt und als bessere Option wahrgenommen, da es einfacher ist, sich für ein Erwachsenenbildungsprogramm anzumelden, die Kurse kürzer dauern und den neuesten Trends und Bedürfnissen der Gesellschaft und den bestehenden Möglichkeiten entsprechen.

Das Projekt entspricht den Bedürfnissen unserer Nutznießer und Organisationen, da es auf die Ergebnisse der durchgeführten Umfrage und der regelmäßigen Arbeit mit unseren Nutznießern und Pädagogen/Mitgliedern/Mitarbeitern unserer Organisationen reagiert, indem es sie befähigt und ihr digitales soziales Unternehmertum fördert.

Die Motivation der Partner in diesem Projekt ist es, Senioren und Erwachsene mit Behinderungen mit einer Reihe von Fähigkeiten "auszustatten", die für die persönliche Entwicklung in den Bereichen der digital-sozialen-unternehmerischen Intelligenz und der Schaffung von (Selbst-)Beschäftigungsmöglichkeiten proaktiv in der heutigen Realität der Beschäftigungsunsicherheit und der Welt des Aussterbens vieler bekannter Arbeitsplätze und Berufe jetzt und noch mehr in der Zukunft erforderlich sind. Mit diesem Projekt möchten wir, dass unsere Nutznießer, Senioren und Erwachsene mit Behinderungen, ihre digitalen sozial-unternehmerischen Fähigkeiten verbessern, und wir möchten auch mehr Erwachsenenbildner dazu befähigen, digitale sozial-unternehmerische Lernaktivitäten zu organisieren, im Einklang mit den neuesten Aktualisierungen.

Die Ziele des Projekts sind daher:

- Befähigung von Senioren und arbeitslosen Erwachsenen mit Behinderungen zur Gründung eines digitalen Sozialunternehmens durch die Entwicklung eines inspirierenden, innovativen und aktuellen Handbuchs sowie eines Online-Kurses.
- Befähigung unserer Erwachsenenbildner und Verbesserung des Wissensmanagements unserer Organisationen in Theorie und Praxis für den Aufbau von Kompetenzen von Erziehern im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums für Senioren und Erwachsene mit



Behinderungen durch LTTA, einen innovativen Lehrplan für die Ausbildung von Erziehern und ein nützliches Toolkit mit Workshops für die Begünstigten.

- Austausch bewährter Praktiken und Weiterentwicklung einer qualitativ hochwertigen strategischen Partnerschaft zwischen Partnern aus vier europäischen Ländern mit unterschiedlichen Realitäten in Bezug auf Beschäftigung und digitales/soziales Unternehmertum.

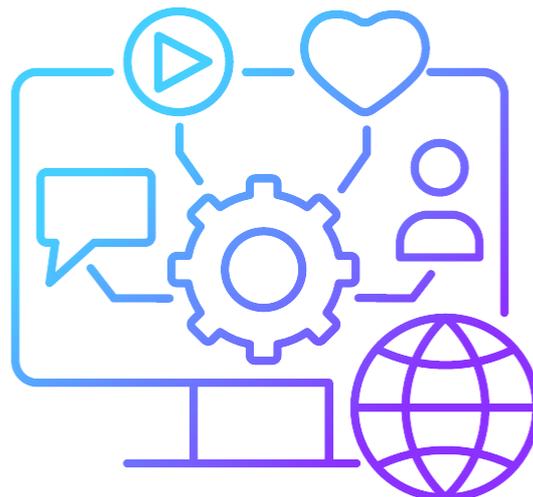
Die Projektaktivitäten sind:

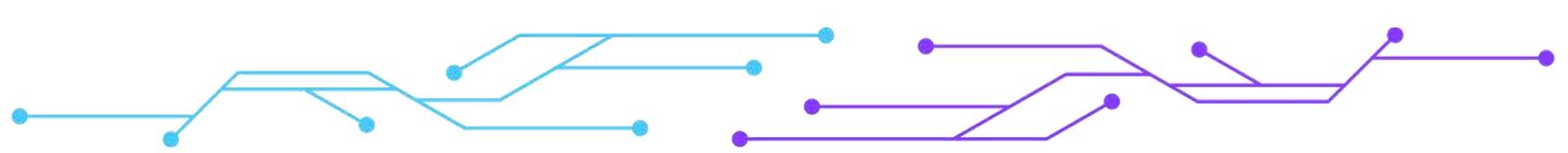
- A1 – Projektverwaltung
- M1 – Auftaktsitzung
- O1 – Handbuch "Untersuchung des digitalen sozialen Unternehmertums bei Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- M2 – Zweite Sitzung
- O2 – Lehrplan "Befähigung von Erwachsenenbildnern zur Förderung digitaler sozialer Unternehmensgründungen bei Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- O3 – Toolkit "Mentoring und Unterstützung von Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Gründung eines digitalen Sozialunternehmens"
- M3 – Dritte Sitzung
- O4 – E-Learning-Kurs "Digitales soziales Unternehmertum - Gründerkurs für Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten"
- C1 - LTTA Schulung der Ausbilder
- E1, E2, E3, E4 – Offene Konferenzen in HR, RS, IT, DE
- M4 – Auswertungssitzung M3 Dritte Sitzung

Am Ende dieses Projekts werden die Projektpartner sowie andere Organisationen und Interessenvertreter über effektivere Instrumente und kompetentere Mitarbeiter verfügen, um Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten zu digitalem sozialem Unternehmertum zu erziehen.

Projektpartner sind:

- Outreach Hannover e.V., Deutschland
- LINK DMT SRL, Italien
- Learning Wizard, d.o.o., Kroatien
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Kroatien
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbien
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNEELL), Serbien
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italien





HINTERGRUND DES TOOLKITS

Das Toolkit "Mentoring und Unterstützung von Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Gründung eines digitalen Sozialunternehmens" soll als theoretische und konzeptionelle Ressource für Andragogiker in Erwachsenenbildungseinrichtungen, Pädagogen und Professoren dienen, die eng mit Senioren und Erwachsenen in Organisationen, Schulen und Institutionen arbeiten.

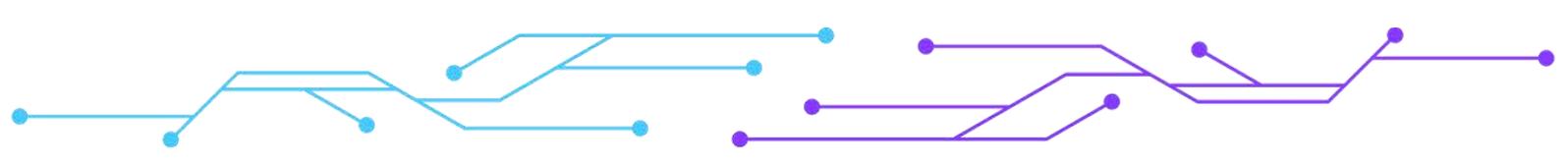
Die Bildungs- und Lehrmethoden für Erwachsene sind recht umstritten, da die klassischen Methoden keine praktischen Ansätze für ihr Lernen und ihre Bedürfnisse bieten. Sie binden sie nicht ausreichend ein und werden als eher wertlos erachtet. Zu diesem Zweck müssen sich Erwachsenenbildner mit innovativen Fähigkeiten, Kenntnissen und Einstellungen ausstatten, um ihre "Lehrmethode" in eine eher "erleichternde" Methode umzuwandeln, um die Eigenschaften der erwachsenen Lernenden zu nutzen. Sie müssen sich für Veränderungen einsetzen, Dogmatismus vermeiden und den Dialog und die Beteiligung der Lernenden fördern, nicht nur um die Unterschiede zwischen ihren eigenen Zielen und Erwartungen und denen der Lernenden zu erkennen, sondern auch um ihre eigenen Annahmen und die der Lernenden kritisch zu hinterfragen, um den Lernprozess zu fördern und positive Veränderungen herbeizuführen. Der Erwachsenenbildner muss also nicht nur über ausreichende Kenntnisse in seinem Fachgebiet verfügen, sondern auch über eine Reihe von Kenntnissen, Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich der Erwachsenenbildung.

Dieses Toolkit stellt Werkzeuge und Methoden zur Verfügung, die Pädagogen nutzen können, um die Bedürfnisse und Erwartungen der Lernenden zu bestimmen und zu nutzen, den Bildungsprozess entsprechend den Lernbedürfnissen anzupassen, effizient mit digitalen Werkzeugen zu kommunizieren und die aktive Teilnahme zu fördern. Das Toolkit besteht aus zwei Teilen. Der erste Teil umfasst theoretische Konzepte und Empfehlungen für Erwachsenenbildner und Trainer, die mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen zum Thema digitales soziales Unternehmertum arbeiten und sie bei der Gründung ihrer eigenen digitalen sozialen Unternehmen unterstützen/begleiten. Konkret besteht der erste Teil des Toolkits aus den folgenden Kapiteln:

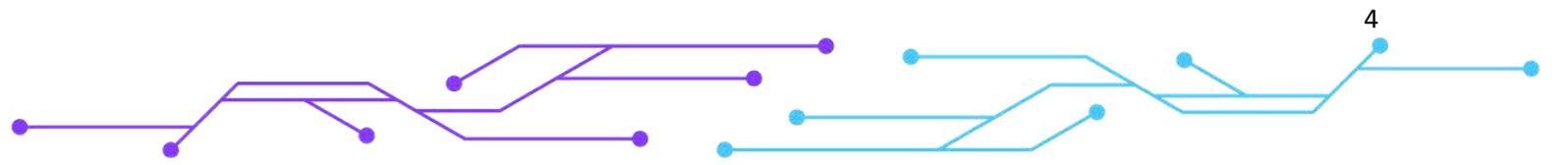
- Die Besonderheiten der Organisation von lokalen Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen;
- Bedürfnisse und Qualifikationsniveau von Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Ausbildung in digitalem sozialem Unternehmertum;
- Empfehlungen für Erwachsenenbildner, die mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten zum Thema digitales soziales Unternehmertum arbeiten;
- Mentoring der Begünstigten (Senioren und Erwachsene mit Behinderungen) im Anschluss an die Workshops bei der Gründung ihrer digitalen sozialen Unternehmen.

Der zweite Teil besteht aus 12 verschiedenen Werkzeugen, die für den Einsatz im NFE bei der direkten Ausbildung und Betreuung von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen für die Gründung eines digitalen sozialen Unternehmertums (DSU) untersucht und angepasst wurden. Die Werkzeuge, die in diesem Toolkit vorgestellt werden, sind:

- Crowdfunding
- Sponsoring von Beiträgen, Kolumnen oder Videos auf YouTube-Kanälen
- Markenbekanntheit
- Storyboard
- Video-Vorwurf
- Blogging
- Erstellung umfangreicher Materialien (E-Books, Tabellen, Infografiken, Tests, Anleitungen, Vergleiche usw.) in DSU
- Product Hunt



- Quora
- BetaList
- ECommerce/Online-Shops für DSU
- Nutzung von Social-Networking-Sites (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) zum Nutzen des Sozialkapitals der DSU von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen



TEIL 1: Konzepte und Empfehlungen

1. Die Besonderheiten der Organisation von lokalen Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen

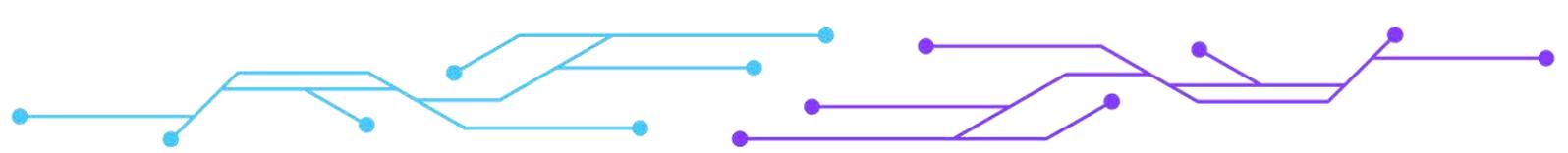
Behinderungen bei Senioren und Erwachsenen sind im Vergleich zu jungen Menschen häufiger anzutreffen. Daher sollten sich die Ansätze und Besonderheiten der Arbeit mit dieser Zielgruppe von denen unterscheiden, die für Jugendliche oder Kinder mit Behinderungen entwickelt wurden. Bei der Organisation lokaler Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen gibt es bestimmte Besonderheiten, die beachtet und angepasst werden müssen, einschließlich externer Faktoren/Umgebung. Die häufigsten Besonderheiten stehen im Zusammenhang mit der Bewertung der Gemeinschaft und der Segmentierung spezifischer Gruppen und ihrer Behinderungen, um ihre Bedürfnisse durch Workshops besser berücksichtigen zu können, dem Wissen über die Arten von Behinderungen, der Bewertung der Bedürfnisse und des Kompetenzniveaus von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen, dem Bewusstsein für die Risiken der Digitalisierung usw. Alle erwähnten Besonderheiten, einschließlich der damit verbundenen bestehenden Modelle und Theorien zur besseren Veranschaulichung der Organisation von lokalen Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen, werden in diesem Abschnitt vorgestellt.



Bild: Vorwärtsbewegung zur Unterstützung des Gemeinschaftslebens, Quelle: CHCR (2022, Mai 19). Abgerufen 2022, von <https://www.chcf.org/resource/focus-on-calaim/seniors-people-with-disabilities/>

1.1 Gesamtbewertung der Gemeinschaft - Segmentierung der Gruppen

Erwachsenenbildner und Trainer, die mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen arbeiten, werden täglich über bestimmte Fälle von Marginalisierung und verschiedene Formen von Diskriminierung informiert, denen diese Gruppen ausgesetzt sind. Daher ist es bei der Organisation von lokalen Workshops mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen wichtig, eine Bewertung in der Gemeinschaft durchzuführen und relevante Informationen über die Realität dieser marginalisierten Gruppen zu sammeln. Diese Bewertung sollte in kleinen Stadtteilen oder Orten/Gemeinden durchgeführt werden, um detailliertere Informationen und eine bessere Segmentierung der einzelnen Gruppen zu erhalten. Die Gemeindebewertung sollte die Erfassung von Daten über bestehende Randgruppen von Erwachsenen mit Behinderungen, ihre Beteiligung an Bildungsaktivitäten (insbesondere an nicht-formaler Bildung), ihre Herausforderungen, Motivationen



und die Ursachen ihrer Marginalisierung beinhalten. Die Erfassung dieser Informationen ist von entscheidender Bedeutung und dient als gute Grundlage für alle anderen Aspekte des Organisationsprozesses der Werkstätten sowie für die Arbeit mit Erwachsenen mit Behinderungen und ihren Betreuern. Diese direkte Kommunikation mit den ausgegrenzten Personen oder Gruppen liefert aktuelle Informationen und schafft einen Raum für die Herstellung des ersten Kontakts mit diesen Gruppen.

1.2 Wissen über Arten von Behinderungen

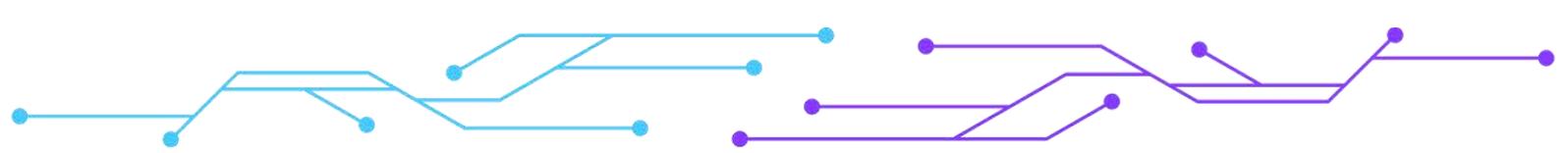
Bei der Organisation von Workshops für Erwachsene mit Behinderungen ist es wichtig, die verschiedenen Arten oder Kategorien von Behinderungen gut zu verstehen. Dies hilft bei der Gestaltung von Workshops, die für alle Beteiligten zugänglich und effektiv sind. Einige der häufigsten Kategorien und Arten von Behinderungen, die Ausbilder kennen sollten, sind:

- Geistige Behinderungen: Sie sind durch Einschränkungen der intellektuellen Fähigkeiten und des adaptiven Verhaltens gekennzeichnet. Ältere und erwachsene Menschen mit geistigen Behinderungen haben oft Schwierigkeiten beim Lernen und Verarbeiten von Informationen sowie bei den Aktivitäten des täglichen Lebens.
- Entwicklungsbedingte Behinderungen: Hierbei handelt es sich um Behinderungen, die die körperliche oder geistige Entwicklung einer Person beeinträchtigen. Beispiele hierfür sind Autismus, zerebrale Lähmung und Down-Syndrom.
- Sinnesbehinderungen: Dazu gehören Hör- und Sehbehinderungen. Senioren und Erwachsene mit Sinnesbehinderungen benötigen unter Umständen Hilfsmittel wie Gebärdensprachdolmetscher oder unterstützende Technologien, um uneingeschränkt an Workshops teilnehmen zu können.
- Behinderungen der Mobilität: Dazu gehören körperliche Beeinträchtigungen, die die Fähigkeit einer Person beeinträchtigen, sich fortzubewegen oder ihre Gliedmaßen zu benutzen. Senioren und Erwachsene mit Mobilitätsbehinderungen benötigen unter Umständen zugängliche Einrichtungen und Vorkehrungen wie Rampen, verbreiterte Türöffnungen und barrierefreie Sitzgelegenheiten.
- Psychische Behinderungen: Dazu gehören eine Reihe von Erkrankungen wie Depressionen, Angstzustände und bipolare Störungen. Es ist wichtig, ein unterstützendes und nicht vorurteilendes Umfeld für Teilnehmer mit psychischen Behinderungen zu schaffen.

Bei der Organisation von Workshops für Senioren und Erwachsene mit Behinderungen ist es wichtig, diese verschiedenen Arten von Behinderungen zu berücksichtigen und die erforderlichen Vorkehrungen zu treffen, um sicherzustellen, dass alle Teilnehmer uneingeschränkt teilnehmen können. Dies kann die Bereitstellung von zugänglichen Einrichtungen, Materialien und Technologien sowie die Schaffung eines einladenden und integrativen Umfelds beinhalten, das die besonderen Bedürfnisse jedes Teilnehmers berücksichtigt.

1.3 Bedarfsermittlung und Kompetenzniveau

Wie bereits erwähnt, sind verschiedene marginalisierte Gruppen von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen unterschiedlichen Formen von Diskriminierung oder Ausgrenzung ausgesetzt. Dies bedeutet, dass sie einzigartige Umstände, Bildungsniveaus, Fähigkeiten und Fertigkeiten haben. Bei der Organisation von lokalen Workshops oder Veranstaltungen für sie ist es daher wichtig, dass Pädagogen und Ausbilder Einzel- oder Kleingruppenbeurteilungen durchführen, um ihre Fähigkeiten genau einschätzen zu können. Dies wird ihre effektive Teilnahme oder Unterstützung bei der Organisation von Workshops sicherstellen, falls sie in den Organisationsprozess einbezogen werden.



1.4 Einbindung der sektorübergreifenden Zusammenarbeit

Die Eingliederung von marginalisierten Gruppen ist ein weltweites Anliegen, das sich über mehrere Branchen erstreckt. Vor allem die Bildung spielt eine entscheidende Rolle bei der Stärkung und Integration dieser Gruppen. Organisationen, Ausbilder und Pädagogen, die mit diesen Zielgruppen arbeiten, müssen über die bestehenden Programme, die staatliche Unterstützung und die ihnen zur Verfügung stehenden öffentlichen Dienste Bescheid wissen. Eine wirksame sektorübergreifende Zusammenarbeit ist für die Unterstützung von ausgegrenzten Gruppen sowohl in der formalen als auch in der nicht formalen Bildung und bei anderen organisierten Aktivitäten unerlässlich. Je nach den besonderen Umständen sollten verschiedene Interessengruppen und Sektoren einbezogen werden. Zu den möglichen Akteuren und Sektoren gehören gewählte Beamte/Gemeindevorsteher, Gesundheits- und Sicherheitsexperten, Strafverfolgungsbeamte, religiöse Führer, Fachleute aus Unternehmen und Wirtschaft, Fachleute aus dem Bereich der psychischen Gesundheit und des Sozialwesens, Pädagogen (einschließlich Fachleute aus dem Bereich der Sonderpädagogik), Eltern und Erziehungsberechtigte, soziale Aktivisten und Organisationen sowie Fachleute aus dem Bereich der Stadt- und Gemeindeerholung.

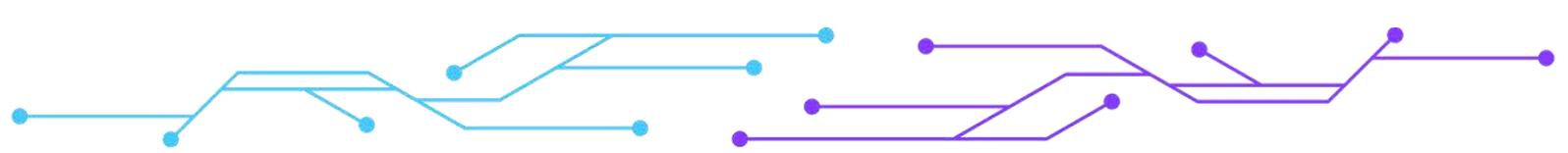
1.5 Besonderheiten bei der Durchführung der Workshops

Zusätzlich zu den entscheidenden Elementen und Überlegungen, die bei der Organisation von lokalen Workshops mit und für Senioren und Erwachsene mit Behinderungen zu beachten sind, gibt es spezifische Faktoren, die bei der Durchführung von Workshops der nicht-formalen Bildung zu berücksichtigen sind. Diese Faktoren sind wichtig für die Förderung einer besseren Eingliederung und Beteiligung dieser Gruppen und umfassen Folgendes:

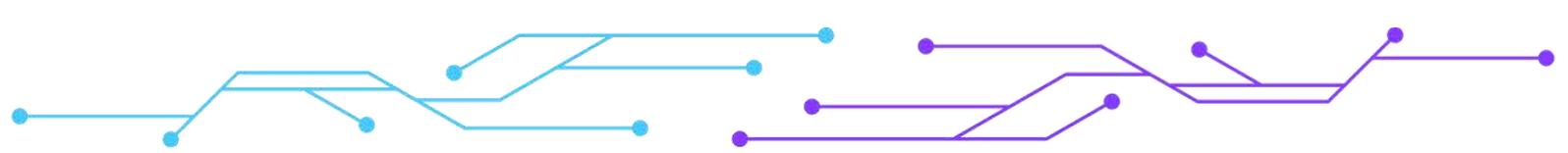
- Zeitliche Flexibilität: Es sollte keinen strikten Zeitplan für jede Aktivität geben, und es sollte Raum für Flexibilität zwischen den Übungen geben, damit die Gruppe die Energie und Aktivität genießen und ihr Engagement steigern kann.
- Integrativer Ansatz: Senioren und Erwachsene mit Behinderungen sind gelegentlich mit Ausgrenzung und Marginalisierung konfrontiert, und ein integrativer Ansatz ist notwendig, damit sie sich im Workshop wohl fühlen.
- Interaktive und spielerische Methoden: Ältere und erwachsene Menschen mit Behinderungen sind oft weniger an sozialen Kontakten interessiert und können asozial sein, daher ist die Wahl interaktiver und ansprechender Methoden notwendig, damit sie sich beteiligen können.
- Agilität bei der Durchführung: Der Trainer sollte während der Aktivitäten konzentriert und aufmerksam bleiben, um zu erkennen, ob ein bestimmtes Thema oder eine bestimmte Methode für einige der Teilnehmer sensibel ist.
- Ermutigung zur freien Meinungsäußerung: Gruppen, die mit Marginalisierung oder Diskriminierung konfrontiert sind, zögern vielleicht, sich zu äußern, und der Trainer sollte gemischte Methoden wie Kleingruppendiskussionen oder Paararbeit einsetzen, damit sie sich frei äußern können.

1.6 Sensibilisierung für die Risiken der Digitalisierung

Senioren und Erwachsene mit Behinderungen, die nur begrenzt mit digitalen Inhalten in Berührung kommen, sind anfälliger für potenzielle Risiken, die die Digitalisierung mit sich bringen kann, wie z. B. Cybermobbing, schädliche Online-Inhalte, Informationsblasen und mangelndes kritisches Denken sowie Fragen der Privatsphäre und des Datenschutzes. Ältere Menschen und Erwachsene, die stärker mit digitalen Inhalten in Berührung kommen, sind sich dieser Risiken vielleicht eher bewusst, aber sie sind immer noch anfällig für verschiedene Formen des Missbrauchs und des Cybermobbings. Ausbilder und Pädagogen, die mit Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen arbeiten, müssen sich dieser



Risiken bewusst sein und daran arbeiten, das Bewusstsein zu schärfen, um die Wahrscheinlichkeit einer Gefährdung zu minimieren. Das Risiko, für diese Phänomene anfällig zu sein, ist höher, wenn die Personen nur über begrenzte digitale Fähigkeiten verfügen. Wenn sie den oben genannten Risiken ausgesetzt sind, kann dies die Motivation für die Teilnahme und die Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten für den Umgang mit digitalen Inhalten verringern, insbesondere bei älteren Menschen und Erwachsenen mit Behinderungen, die bereits mit verschiedenen Formen von Ausgrenzung, Mobbing und Diskriminierung konfrontiert sind. In Anbetracht der Förderung ihrer Beteiligung am digitalen Unternehmertum ist die Sensibilisierung für die Risiken, die mit der Digitalisierung einhergehen können, und deren Prävention/Minimierung von größter Bedeutung.



2. Bedürfnisse und Niveau der Fähigkeiten von Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Ausbildung in digitalem sozialen Unternehmertum

Mit der zunehmenden Globalisierung der digitalen Technologie hat sich digitales soziales Unternehmertum als vielversprechender Weg erwiesen, um einen positiven sozialen Wandel zu bewirken und Einkommen zu erzielen. Für Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten kann digitales soziales Unternehmertum eine Möglichkeit sein, neue Fähigkeiten zu entwickeln, Einkommen zu erzielen und einen bedeutenden Einfluss auf die Gesellschaft auszuüben.

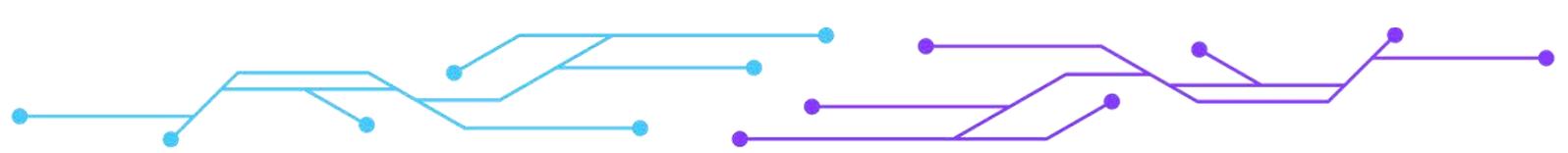
Um in diesem Bereich erfolgreich zu sein, benötigen sie eine Reihe von Fähigkeiten, die sowohl technischer als auch nicht-technischer Natur sind. Zu den technischen Fähigkeiten gehören grundlegende Computerkenntnisse wie die Nutzung des Internets, der Textverarbeitung und von Tabellenkalkulationsprogrammen. Sie müssen auch in der Lage sein, sich auf Social-Media-Plattformen zurechtzufinden, digitale Inhalte zu erstellen und zu veröffentlichen und digitale Marketing-Tools zu nutzen. Darüber hinaus müssen sie möglicherweise fortgeschrittenere technische Fähigkeiten wie Webdesign und Programmierung erlernen, wenn sie vorhaben, eine Website zu erstellen oder eine Softwareanwendung zu entwickeln. Nicht-technische Fähigkeiten sind ebenso wichtig und umfassen Fähigkeiten wie Kommunikation, kritisches Denken, Problemlösung, Kreativität und Anpassungsfähigkeit. Diese Fähigkeiten sind notwendig, um gesellschaftliche Probleme zu erkennen und anzugehen, innovative Lösungen zu entwickeln und ihre Ideen potenziellen Kunden, Partnern und Investoren effektiv zu vermitteln.

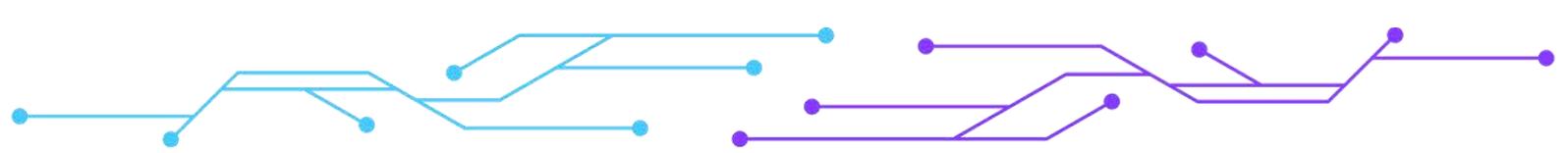
Schließlich ist es wichtig zu erkennen, dass Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten besondere Herausforderungen und Anforderungen haben können, wenn es um die Ausbildung zum digitalen sozialen Unternehmertum geht. Pädagogen und Ausbilder müssen sich dieser Unterschiede bewusst sein und ein unterstützendes Lernumfeld schaffen, das auf ihre spezifischen Bedürfnisse eingeht. Durch die Bereitstellung der erforderlichen technischen und nicht-technischen Fähigkeiten und die Schaffung eines integrativen Lernumfelds können Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten das Potenzial des digitalen sozialen Unternehmertums freisetzen, um positive soziale Auswirkungen und wirtschaftliche Chancen zu schaffen.

2.1 Benötigte Fähigkeiten bei Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die Ausbildung zum digitalen sozialen Unternehmertum

Es ist schwierig, das Niveau der Fähigkeiten von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen im Hinblick auf die für die Ausbildung in digitalem sozialem Unternehmertum erforderlichen spezifischen Fähigkeiten zu verallgemeinern. Die Fähigkeiten von Menschen mit Behinderungen können je nach Art und Schwere der Behinderung sowie Faktoren wie Zugang zu Bildung, Ausbildung und Technologie sehr unterschiedlich sein.

Es ist jedoch anzumerken, dass Menschen mit Behinderungen seit jeher mit Barrieren beim Zugang zu Bildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten konfrontiert sind, was ihre Möglichkeiten, digitale Fähigkeiten zu entwickeln, eingeschränkt haben könnte. Im Folgenden werden verschiedene Fähigkeiten vorgestellt, die diese Zielgruppe haben muss, um eine Ausbildung im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums zu verfolgen:

- 
- Grundlegende Computerkenntnisse: Erwachsene mit Behinderungen sollten mit grundlegenden Computerkenntnissen vertraut sein, z. B. mit dem Tippen, dem Umgang mit der Maus und der Navigation in Software-Oberflächen.
 - Digitale Kommunikation: Gute Kommunikationsfähigkeiten sind in der digitalen Welt unerlässlich. Dazu gehören E-Mail-Etikette, Kommunikation über soziale Medien und Online-Netzwerke.
 - Digitales Marketing: Erwachsene mit Behinderungen müssen möglicherweise darin geschult werden, wie sie digitale Marketing-Tools nutzen können, um ihr Unternehmen online zu bewerben.
 - Zeitmanagement: Ein effektives Zeitmanagement ist für digitale Unternehmer unerlässlich, damit sie ihr Arbeitspensum bewältigen und Fristen einhalten können.
 - Problemlösung: Digitale Unternehmer müssen in der Lage sein, Probleme zu erkennen und innovative Lösungen zu finden, um sie zu überwinden.
 - Widerstandsfähigkeit: Die Gründung eines Unternehmens ist eine Herausforderung, und Rückschläge sind unvermeidlich. Erwachsene mit Behinderungen müssen belastbar sein und sich von Misserfolgen und Rückschlägen erholen können.
 - Marketing über soziale Medien: Für digitales soziales Unternehmertum ist es unerlässlich, dass sie wissen, wie sie soziale Medienplattformen nutzen können, um ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zu bewerben.
 - Aufbau einer Gemeinschaft: Die Fähigkeit, eine Gemeinschaft von Kunden, Unterstützern und Mitarbeitern aufzubauen, ist für digitales soziales Unternehmertum entscheidend.
 - Netzwerkarbeit: Die Fähigkeit, Netzwerke zu knüpfen und Beziehungen zu anderen im gleichen Bereich oder in der gleichen Branche aufzubauen, ist wichtig für den Zugang zu Ressourcen und die Ausweitung ihres Geschäfts.
 - Analyse der sozialen Auswirkungen: Die Bewertung der sozialen Auswirkungen des Unternehmens und deren Einbeziehung in das Marketing und den Markenauftritt kann dazu beitragen, sozial bewusste Kunden und Investoren zu gewinnen.
 - Kundenbetreuung: Ein guter Kundenservice ist entscheidend für den Aufbau eines treuen Kundenstamms und die Aufrechterhaltung eines positiven Rufs. Dies ist besonders wichtig, wenn das Unternehmen durch die Unterstützung eines sozialen Anliegens gegründet wurde und so die Zahl der Unterstützer und die Loyalität der bestehenden Kunden erhöht.
 - Flexibilität und Anpassungsfähigkeit: Die digitale Welt ist in ständigem Wandel begriffen, daher müssen digitale Unternehmer anpassungsfähig sein und mit neuen Technologien und Trends Schritt halten können. Wer in der Lage ist, sich an Veränderungen auf dem Markt oder in der Branche anzupassen und in seinem Geschäftsansatz flexibel ist, kann seinen langfristigen Erfolg sichern.
 - Finanzmanagement: Grundlegende Kenntnisse im Finanzmanagement, wie Budgetierung, Prognosen und Verfolgung von Ausgaben, sind für jede Art von Unternehmertum erforderlich, auch für das digitale soziale Unternehmertum.



3. Empfehlungen für Erwachsenenbildner, die mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums arbeiten

Erwachsenenbildner sind bereits über die Realitäten ihrer Zielgruppe informiert und wissen, wie sie deren Herausforderungen angehen und auf ihre Bedürfnisse eingehen können. Je nach Thema und Bedürfnissen müssen die Ausbilder jedoch sicherlich mit spezifischem Wissen ausgestattet werden, das bestimmte Probleme besser angeht. Bei der Arbeit mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums gibt es mehrere Empfehlungen, die Erwachsenenbildner befolgen können. Es ist wichtig, eine integrative und zugängliche Lernumgebung zu schaffen, die den Bedürfnissen aller Lernenden gerecht wird, unabhängig von ihren körperlichen oder kognitiven Fähigkeiten. Dies kann den Einsatz von unterstützenden Technologien oder alternativen Lernmethoden beinhalten, um sicherzustellen, dass jeder effektiv teilnehmen und lernen kann.

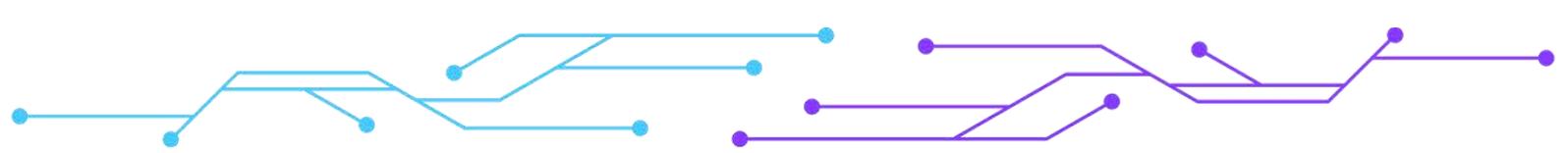
Pädagogen und Ausbilder sollten sich darüber im Klaren sein, dass Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten andere Lernbedürfnisse und -vorlieben haben als jüngere Lerner und sollten daher den Lehrplan entsprechend gestalten. Eine altersgerechte Sprache und ansprechende Lehrmethoden können dazu beitragen, dass die Lernenden das Material verstehen und behalten können.

Die Entwicklung grundlegender digitaler Fähigkeiten ist für diese Zielgruppe ebenfalls wichtig. Dazu gehören grundlegende digitale Fähigkeiten wie der Umgang mit E-Mails, das Navigieren im Internet und das Erstellen und Teilen digitaler Inhalte. Durch die Vermittlung einer soliden Grundlage in diesen Fertigkeiten sind die Lernenden besser gerüstet, um weiterführende Kurse im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums zu besuchen.

Bei der Arbeit mit dem relativ neuen Konzept des digitalen sozialen Unternehmertums können Lehrkräfte Beispiele aus der Praxis und Fallstudien verwenden, um die Grundsätze des digitalen sozialen Unternehmertums zu veranschaulichen und den Teilnehmern zu helfen, das Potenzial für die Schaffung eines positiven sozialen Wandels und die Generierung von Einkommen zu erkennen. Die Förderung von Kreativität und Innovation bei der Problemlösung ist ebenfalls wichtig für die Entwicklung dieser Zielgruppe, da diese Fähigkeiten im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums unerlässlich sind. Die Bereitstellung von Möglichkeiten für die Lernenden, ihre Ideen und Produkte zu entwickeln und zu testen, sowie das Anbieten von Feedback und Anleitung können in dieser Hinsicht von Vorteil sein. Natürlich ist dieses Element eher für langfristige Programme relevant, die sich mit diesem Thema befassen. Schließlich ist die Förderung der Zusammenarbeit und der Vernetzung für die Teilnehmer wichtig, um unterstützende Beziehungen aufzubauen, die während ihrer gesamten beruflichen Laufbahn wertvoll sein können.

Neben diesen allgemeinen Empfehlungen ist es sinnvoll, Pädagogen mit Empfehlungen für technische Fragen und den gesamten Organisationsprozess auszustatten, wenn sie mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten zum Thema digitales soziales Unternehmertum arbeiten. Einige relevante Empfehlungen sind die folgenden:

- Helfen Sie bei technischen Problemen: Pädagogen sollten sich bewusst sein, dass Senioren und Erwachsene mit unterschiedlichen Fähigkeiten Schwierigkeiten mit Software oder Hardware haben können. Es ist wichtig, den Lernenden persönlich oder aus der Ferne technische Unterstützung und Fehlerbehebung zu bieten, um sicherzustellen, dass sie digitale Werkzeuge effektiv für ihre Projekte zum sozialen Unternehmertum nutzen können.

- 
- Flexible Zeitplanung und Format: Um den Bedürfnissen von Senioren und Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten gerecht zu werden, sollten die Lehrkräfte bei der Planung und Gestaltung der Kurse flexibel sein. Dies kann bedeuten, dass Abend- oder Wochenendkurse, Online- oder hybride Optionen oder Kurse angeboten werden, die mit Hilfe von Hilfsmitteln leicht zugänglich sind.
 - Vereinfachung komplexer Konzepte: Um sicherzustellen, dass die Lernenden die Informationen verstehen und effektiv anwenden können, müssen die Lehrkräfte komplexe Konzepte und den Fachjargon, der im digitalen sozialen Unternehmertum verwendet wird, aufschlüsseln. Die Verwendung einer einfachen, präzisen Sprache und die Bereitstellung praktischer Beispiele sind wichtig, damit die Teilnehmer den Zusammenhang verstehen.
 - Hilfsttechnologien einbeziehen: Bei der Arbeit mit Senioren und Erwachsenen mit unterschiedlichen Fähigkeiten empfiehlt es sich, unterstützende Technologien in den Lernprozess einzubinden, um sie bei ihren unterschiedlichen Fähigkeiten zu unterstützen, z. B. Bildschirmlesegeräte, Spracherkennungssoftware oder andere Tools. Dies wird ihnen auch den Zugang zu und die Navigation in digitalen Inhalten erleichtern.
 - Förderung von Peer-Learning und Mentoring: Peer-Learning und Mentoring sind bei der Einführung in ein neues Thema oder einen neuen Prozess unerlässlich. Pädagogen sollten die Teilnehmer dazu ermutigen, voneinander zu lernen und einander zu unterstützen. Dazu kann es gehören, dass Teilnehmer mit unterschiedlichem Erfahrungsstand zusammengebracht werden, dass sie einander unterrichten und unterstützen können und dass sie Zugang zu einem Netzwerk von Mentoren und Branchenexperten erhalten.
 - Bieten Sie praktische Anwendungsmöglichkeiten: Pädagogen und Ausbilder sollten den Teilnehmern die Möglichkeit geben, die erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse in realen Situationen anzuwenden, z. B. im Rahmen von Praktika, Kooperationsprojekten mit lokalen Unternehmen oder Organisationen oder anderen erfahrungsbasierten Lernerfahrungen.
 - Erfolge und Fortschritte anerkennen und feiern: Es ist sehr wichtig, den Erfolg oder Fortschritt der Teilnehmer in einem bestimmten Thema oder Prozess zu würdigen, wenn sie im Lernprozess vorankommen und ihre Fähigkeiten im Bereich des digitalen sozialen Unternehmertums weiterentwickeln. Dies kann Zertifikate, Auszeichnungen oder öffentliche Anerkennung sowie kontinuierliche Unterstützung und Ermutigung beinhalten, während die Lernenden auf ihre Ziele hinarbeiten.

4. Mentoring der Begünstigten (Senioren und Erwachsene mit Behinderungen) im Anschluss an die Workshops bei der Gründung ihrer digitalen sozialen Unternehmen

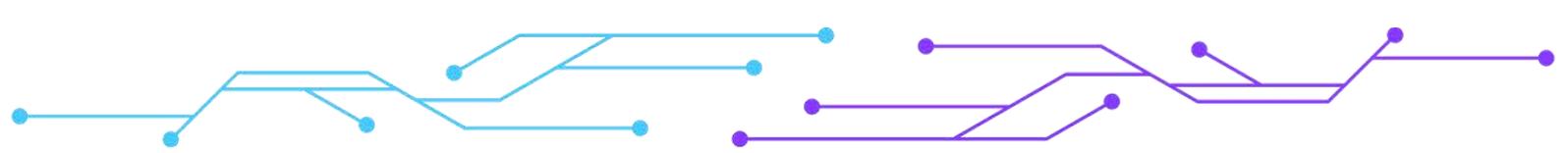
Die Bereitstellung von Aktivitäten, Workshops und Kursen, die Senioren und Erwachsene mit Behinderungen in die Lage versetzen, digitale soziale Unternehmen zu gründen, ist wirksam für ihre Bildung, Beschäftigung und digitale Selbstbestimmung. Um jedoch eine größere Wirkung und langfristige Vorteile zu erzielen, sind Folgemaßnahmen und langfristige Programme erforderlich, die sie weiter unterstützen. Mentoring-Programme sind besonders für Senioren und Erwachsene mit Behinderungen von Vorteil, die persönliche Unterstützung benötigen, um ihre spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen bei der Schaffung neuer Produkte/Dienstleistungen in ihren Gemeinschaften zu bewältigen. Mentoring kann ein entscheidender Bestandteil des Prozesses der Gründung digitaler sozialer Unternehmen unter Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen sein. Die aktive Teilnahme und das Engagement sowohl des Mentors als auch der Mentees sind für eine erfolgreiche Mentoringerfahrung unerlässlich.

Darüber hinaus gibt es acht entscheidende Elemente, die ein erfolgreiches Mentoring gewährleisten, wie in der Abbildung unten dargestellt.



Bild: 8 Elemente des Mentoring, Quelle: Washington State University, Carson Hochschule der Wirtschaft. (2020, Juli 21). 10 Aspekte, die bei der Suche nach einem professionellen Mentor zu beachten sind. WSU Online MBA. Abgerufen 2022, von <https://onlinemba.wsu.edu/blog/10-things-to-consider-when-looking-for-a-professional-mentor/>

Die Washington State University, Carson Hochschule der Wirtschaft (2020) hat in ihrem Artikel über Mentoring ein Bild vorgestellt, das die entscheidenden Elemente für ein erfolgreiches Mentoring hervorhebt. Zu diesen Elementen gehören Anleitung, Coaching, Unterstützung, Zielsetzung, Schulung, Motivation und Beratung - alles wichtige Qualitäten, nach denen man bei der Suche nach einem professionellen Mentor suchen sollte. Durch die Einbeziehung dieser Elemente kann ein Mentoring-



Programm Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen hochwertige Unterstützung bieten, um ihre notwendige Ausbildung und die Gründung digitaler Sozialunternehmen zu fördern.

4.1 Die sieben wichtigsten Schritte eines Mentoring-Programms

Die obige Abbildung zeigt ein Modell des Mentoring, das acht entscheidende Elemente beschreibt, darunter Anleitung, Coaching, Unterstützung, Zielsetzung, Schulung, Motivation und Beratung, die letztlich zum Erfolg des Mentoring führen. Dies ist zwar nur eine von mehreren bestehenden Theorien, die die Elemente und den Prozess des Mentoring beschreiben, aber es ist ein nützliches Modell, das man in Betracht ziehen sollte, da es praktisch und leicht zu verstehen ist. Für die Entwicklung eines wirksamen Mentoring-Programms ist es jedoch wichtig, es auf das spezifische Thema oder die spezifische Situation und die Bedürfnisse der beteiligten Personen zuzuschneiden, wie z. B. ihre erworbenen Fähigkeiten, Kenntnisse, Einstellungen und Realitäten. Um ein Mentoring-Programm zu entwickeln, das auf die Bedürfnisse und die Einbeziehung von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen bei der Gründung ihrer eigenen digitalen Sozialunternehmen eingeht, haben Experten auf diesem Gebiet einen siebenstufigen Mentoring-Prozess entwickelt. Dieser Prozess umfasst die Förderung des persönlichen Kontakts zwischen Mentor und Mentee, die Förderung von Bildung und Orientierung, die Festlegung von Zielen und Vorgaben, die Ausarbeitung eines Aktionsplans, die Umsetzung des Plans und die Erleichterung der Kommunikation, die Nachbesprechung der abgeschlossenen Aktivitäten und die Aufrechterhaltung des Aktionsplans. Im Folgenden werden die einzelnen Schritte und der Gesamtprozess ausführlich erläutert.

Schritt 1: Förderung des persönlichen Kontakts – Mentor und Mentee

Dieser erste Schritt ist wichtig für den Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung zwischen Mentor und Mentee. Der Mentor sollte sich die Zeit nehmen, den Mentee, seine Stärken, Herausforderungen, Interessen und Ziele kennen zu lernen. Eine positive und unterstützende Beziehung zwischen Mentor und Mentee trägt dazu bei, dass das Mentoring-Programm erfolgreich ist.

Schritt 2: Ermächtigung zur Bildung und Orientierung

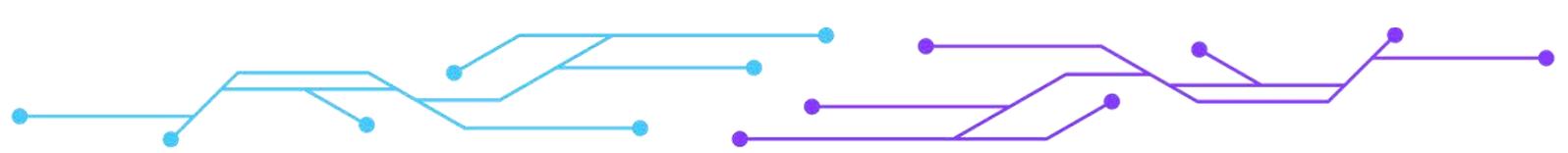
In diesem Schritt bietet der Mentor dem Mentee eine Orientierungssitzung an, um ihm zu helfen, die Grundlagen des sozialen Unternehmertums und der digitalen Werkzeuge zu verstehen. Diese Sitzung sollte eine Einführung in das Konzept des sozialen Unternehmertums beinhalten, einschließlich der wichtigsten Grundsätze und Praktiken, sowie einen Überblick über die verschiedenen digitalen Tools, die zur Unterstützung des Unternehmens genutzt werden können. Der Mentor kann auch Ressourcen wie Online-Schulungsmaterialien, Videos und Fallstudien bereitstellen, damit der Mentee in seinem eigenen Tempo lernen kann.

Schritt 3: Festlegung von Zielen und Vorgaben

In diesem Schritt arbeiten der Mentor und der Mentee zusammen, um spezifische Ziele für das digitale soziale Unternehmen des Mentees zu ermitteln. Der Mentor kann dem Mentee helfen, den Zweck, die Mission und die Vision des Unternehmens zu definieren und die spezifischen Ergebnisse zu bestimmen, die sie erreichen wollen. Es ist wichtig, dass die Ziele und Vorgaben spezifisch, messbar, ausführbar, relevant und terminiert sind (SMART).

Schritt 4: Erstellung eines Aktionsplans

Der Mentor und der Mentee erarbeiten gemeinsam einen Aktionsplan, in dem die konkreten Schritte zur Erreichung der Ziele des Mentees festgelegt sind. Der Plan sollte realistisch und realisierbar sein und auf die individuellen Bedürfnisse und Fähigkeiten des Mentees zugeschnitten sein. Der Mentor kann dem Mentee helfen, die Ressourcen, Hilfsmittel und Unterstützung zu finden, die er für die Umsetzung des Plans benötigt. Der Aktionsplan sollte auch Zeitvorgaben, Kontrollpunkte und



Meilensteine enthalten, um sicherzustellen, dass der Mentee auf dem richtigen Weg bleibt. Der Mentee kann anhand der folgenden Fragen in diesem Prozess angeleitet werden:

- Warum will ich dieses besondere Ziel erreichen?
- Was ist das Endziel dieses Vorhabens?
- Welche Ressourcen habe ich für den Erfolg dieses Ziels?
- Was geschieht, nachdem das Ziel erreicht ist?¹

Schritt 5: Umsetzungsphase und aktive Kommunikation

In diesem Schritt bietet der Mentor fortlaufende Unterstützung und Anleitung, während der Mentee an der Umsetzung des Aktionsplans arbeitet. Der Mentor kann dem Mentee helfen, Herausforderungen und Hindernisse zu überwinden, ihm Feedback zu seinen Fortschritten geben und Verbesserungsvorschläge machen. Es sollten klare Kommunikationskanäle eingerichtet werden, um sicherzustellen, dass der Mentor und der Mentee effektiv zusammenarbeiten. Der Mentor kann verschiedene Kommunikationsmittel und -methoden nutzen, z. B. E-Mail, Telefon, Videokonferenzen und persönliches Treffen.

Schritt 6: Nachbesprechung der abgeschlossenen Aktivitäten

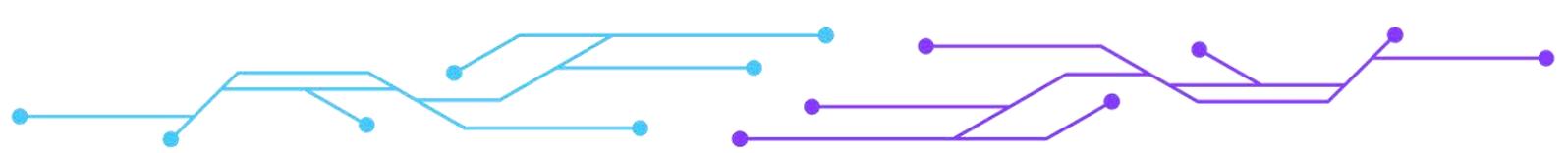
Nach der Umsetzungsphase nutzen der Mentor und der Mentee eine oder mehrere Sitzungen zur Nachbesprechung der abgeschlossenen Aktivitäten. In diesem Schritt werden die Erfolge und Herausforderungen des Aktionsplans reflektiert, verbesserungswürdige Bereiche identifiziert und der Plan bei Bedarf angepasst, um den weiteren Erfolg sicherzustellen. Der Mentor kann dem Mentee Feedback zu seinen Leistungen geben, seine Erfolge feiern und ihm helfen, aus Fehlern oder Misserfolgen zu lernen. Dieser Schritt ist entscheidend, um dem Mentee zu helfen, als digitaler Sozialunternehmer weiterzuwachsen und sich zu entwickeln.

Schritt 7: Aufrechterhaltung des Aktionsplans

In diesem letzten Schritt konzentrieren sich Mentor und Mentee auf die Aufrechterhaltung des digitalen sozialen Unternehmens des Mentees und seiner Prozesse/Funktionalität. Der Mentor kann den Mentee beim Wachstum und der Entwicklung des Unternehmens kontinuierlich unterstützen und anleiten. Dieser Schritt beinhaltet die Unterstützung des Mentees bei der Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, bei der Identifizierung neuer Wachstumsmöglichkeiten und bei der Herstellung von Kontakten zu anderen Unternehmern und Interessenvertretern in ihrer Branche. Der Mentor kann dem Mentee auch dabei helfen, einen Plan zur Messung und Bewertung der Auswirkungen seines Unternehmens auf die Gemeinschaft zu entwickeln.

Dieses 7-stufige Mentoring-Programm bietet einen umfassenden und systematischen Ansatz zur Unterstützung von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen auf ihrem Weg zum digitalen sozialen Unternehmertum. Das Programm soll die Teilnehmer mit dem Wissen, den Fähigkeiten und dem Selbstvertrauen ausstatten, die sie benötigen, um erfolgreiche Unternehmen aufzubauen, die positive soziale Auswirkungen haben und mit Hilfe digitaler Tools Einkommen generieren.

¹ Usanmaz, O. (2022, Februar 18). Wichtige Schritte vor und während eines Mentoring-Programms: Ein Überblick über das Mentoring-Programm. Gooper. Abgerufen 2022, von <https://www.gooper.io/blog/key-steps-to-follow-before-and-during-mentorship-programs-a-mentoring-program-outline>



TEIL 2: Werkzeuge für den Einsatz im NFE bei der direkten Ausbildung und Betreuung von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen für digitale soziale Unternehmensgründungen (DSU)

5. Crowdfunding

Crowdfunding ist eine Möglichkeit, Geld für eine Person oder eine Organisation zu sammeln, indem man Spenden von Familienmitgliedern, Freunden, Bekannten, Fremden, Unternehmen und anderen Personen erhält. Durch die Nutzung sozialer Medien können die Menschen mehr potenzielle Spender erreichen als mit traditionellen Formen des Fundraisings. Crowdfunding-Websites bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, Unterstützung für ihre Geschäftsidee zu erhalten, Werbung zu machen, Investoren, Partner und potenzielle Kunden zu finden. Außerdem können die Nutzer die Bedürfnisse der Zielgruppe verstehen, was ihnen bei der Ansprache helfen kann, und sie können die benötigten Finanzmittel mit einem viel geringeren Risiko erhalten.

Crowdfunding ist ein riesiger Wirtschaftszweig, dessen Kapazitäten ständig erweitert werden. Es gibt viele Crowdfunding-Websites, die genutzt werden können, um das benötigte Geld für Start-ups zu beschaffen. Einige der beliebtesten sind Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe, Fundly, JustGiving und Facebook.

5.1 Kickstarter

KICKSTARTER

Kickstarter

Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.kickstarter.com/>

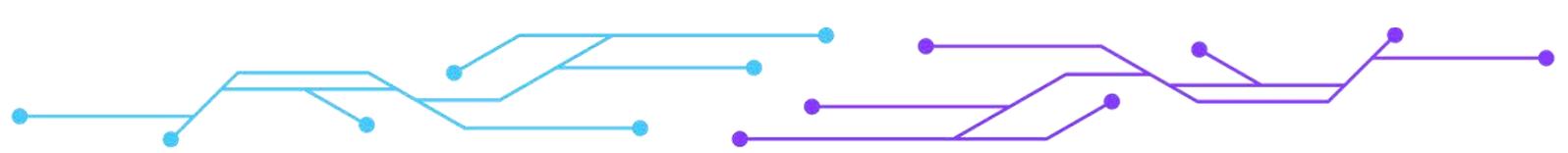
Kickstarter ist eine der beliebtesten Crowdfunding-Websites. Sie hat rund 15 Millionen Unterstützer und eine niedrige Zahlungsgebühr/einen niedrigen Prozentsatz des Geldes, das durch die Crowdfunding-Kampagnen eingenommen wird. Sie gilt als eine der besten für Tech-Start-ups, Kunst- und Design-Start-ups. Es ist wichtig zu wissen, dass es bei Kickstarter eine 14-tägige Wartezeit gibt, um das Geld entgegenzunehmen, und auch die Einzahlung dauert etwa 5 bis 7 Arbeitstage. Auch wenn die Reaktionszeit bei Kickstarter sehr kurz ist, sind die Supportzeiten per E-Mail begrenzt. Es ist auch wichtig zu betonen, dass es einen Genehmigungsprozess bei Kickstarter gibt, wenn eine Spendenaktion gestartet wird.

5.2 Indiegogo



Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.indiegogo.com/>

Indiegogo ist eine der größten Crowdfunding-Plattformen der Welt und bietet eine breite Palette von Investitionsmöglichkeiten mit nur 5 % Plattformgebühr. Sie ist sehr empfehlenswert für Start-ups



insgesamt und Start-ups in der Frühphase. Indiegogo ist eher auf Technologie und die Einführung von Hardware-Produkten spezialisiert. Sie bieten regelmäßige Unterstützung per E-Mail, einschließlich Marketing und Unterstützung bei der Entwicklung einer Kampagnenstrategie.

5.3 GoFundMe



GoFundMe

Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.gofundme.com/>

GoFundMe ist eine gute Crowdfunding-Plattform vor allem für soziale Unternehmer und gemeinnützige Organisationen mit einer Zahlungs-/Transaktionsgebühr von nur 2,9 %. Sie gilt auch als die beste für umweltfreundliche Start-ups. Laut Crowdfunding (n.d.) sind einige der wichtigsten Merkmale dieser Plattform folgende:

- Abhebungen und Einzahlungen können schnell eingerichtet werden und dauern durchschnittlich 2-5 Werktagen;
- Coaching und Kontosupport während des gesamten Fundraising- und Spendenprozesses;
- Benutzerfreundliche Fundraising-Tools ermöglichen eine schnelle Einrichtung (z. B. mobile App und hervorragende Funktion zum Hinzufügen von Begünstigten);
- Die GoFundMe-Spendengarantie - in dem sehr seltenen Fall, dass etwas mit einer Spendensammlung nicht in Ordnung ist, haben Spender Anspruch auf eine 100%ige Rückerstattung ihrer Spende².

5.4 Fundly



Fundly

Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://fundly.com/>

Fundly wurde geschaffen, um gemeinnützige Organisationen, Wohltätigkeitsorganisationen und Vereine bei der Beschaffung von Mitteln für eine Vielzahl von Zwecken zu unterstützen. Die Mitarbeiter können mit dem Tool Spendenseiten erstellen, Bilder und Videos hochladen und Beiträge verfolgen. Die über diese Plattform gesammelten Gelder können innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums von 2-5 Werktagen abgehoben werden. Der Support per E-Mail ist im Vergleich zu anderen Plattformen eher begrenzt.

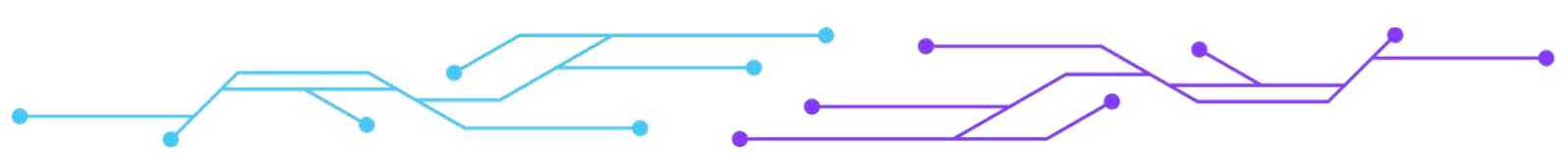
5.5 JustGiving



JustGiving

Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.justgiving.com/>

² Crowdfunding. (n.d.). <https://www.crowdfunding.com/>



JustGiving ist eine großartige Plattform für den persönlichen Gebrauch, die dabei hilft, Geld für persönliche Zwecke, Bedürftige, Vereine, Schulen und Gemeinden zu sammeln. Sie hat mehr als 22 Millionen Unterstützer. JustGiving wurde 2010 ins Leben gerufen. Damals lag der Schwerpunkt auf der Unterstützung von Wohltätigkeitsveranstaltungen und -projekten, die durch Online-Tools aus der ganzen Welt finanziell unterstützt werden. Im Laufe der Jahre wuchs JustGiving zu einer größeren Plattform heran und erweiterte seine Aktivitäten mit der Entwicklung weiterer Crowdfunding-Kampagnen. JustGiving bleibt jedoch stets seiner ursprünglichen Idee treu, der Gemeinschaft zu dienen, und lässt daher keine politischen Kampagnen, keine Kampagnen für ungeprüfte medizinische Behandlungen und keine Kampagnen zu, die der Gemeinschaft indirekt schaden oder soziale Ausgrenzung fördern könnten.

5.6 Facebook

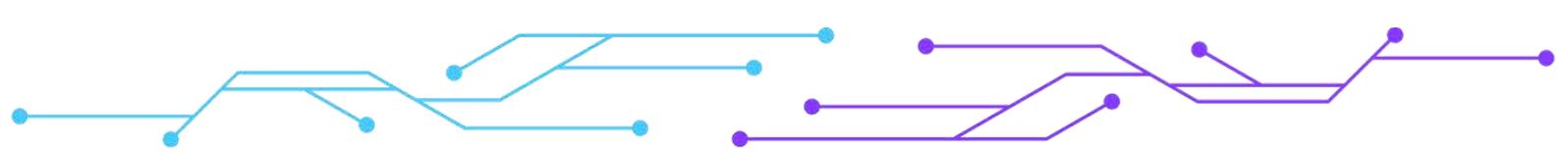


Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.facebook.com/>

Facebook kann auch genutzt werden, um Geld für verschiedene Zwecke und persönliche Ziele zu sammeln, um jemandem zu helfen. Auch wenn es sich nicht um eine typische Crowdfunding-Plattform handelt, ist sie als Online-Fundraising-Tool erfolgreich und unterstützt viele Initiativen. Der größte Nachteil von Facebook ist, dass es zwar sehr beliebt ist, um Spenden zu sammeln, es aber Nutzern aus der ganzen Welt nicht erlaubt, eine Spendenaktion zu starten. Wenn es für wohltätige Zwecke genutzt wird, erhebt Facebook keine Transaktionsgebühren. Crowdfunding (n.d.) hebt die folgenden Merkmale von Facebook als Online-Fundraiser hervor:

- Abhebungen sind sofort möglich, Einzahlungen dauern mehr als 7 Tage;
- Gemeinnützige Organisationen müssen sich einem 24-stündigen Verifizierungsverfahren unterziehen, was die Einrichtung verlangsamt;
- Keine Spendergarantie³.

³ Crowdfunding. (n.d.). <https://www.crowdfunding.com/>



6. Sponsoring von Posts, Kolumnen oder Videos auf YouTube-Kanälen

Was ist Sponsern?

Sponsern ist eine Beziehung auf geschäftlicher Ebene zwischen zwei Parteien, bei der der Anbieter von Ressourcen, Geldmitteln oder Dienstleistungen eine bestimmte Organisation, Person oder Veranstaltung in irgendeiner Form unterstützt. Sponsern wird auch als das mächtigste Instrument im Marketingspektrum angesehen. Es gibt vier Arten von Sponser, die alle für den Marketingplan hilfreich sein können:

- **Finanzielle Unterstützung**

Die Rolle eines Sponsors besteht darin, eine Organisation oder eine besondere Veranstaltung finanziell zu unterstützen und gleichzeitig einen gewissen Bekanntheitsgrad zu erlangen. Hierfür gibt es verschiedene Ansätze, z. B. die direkte Bezahlung von Veranstaltungsorten, die Aufstockung von Spendengeldern, die Bereitstellung von WLAN für eine Veranstaltung und sogar die Bezahlung von Catering. Im Wesentlichen tauscht der Sponsor Geld gegen Markenbekanntheit und Werbung.

- **Sponsoring in Form von Sachleistungen**

Anstelle von Bargeld stellt der Sponsor kostenlose Dienstleistungen oder Produkte zur Verfügung. Diese Spende kann vom Einsatz eigener Lautsprecher für eine Musikveranstaltung über die Bereitstellung von Mahlzeiten für ein Festival bis zum Druck von Plakaten und Flyern reichen.

- **Mediensponsoring**

Mediensponsoring ist die Förderung der Tätigkeit einer anderen Person über die Medien. Diese Werbung kann in Form von Beiträgen in sozialen Medien, Blogbeiträgen und der Weitergabe von Informationen über Sendungen erfolgen. Ein lokaler Fernsehsender kann über die Veranstaltung berichten und so eine wertvolle Medienberichterstattung erzeugen.

- **Marketing-Partner**

Zu den Werbepartnern gehören wie bei den Mediensponsoren in der Regel Personen wie Social-Media-Influencer und Blogger, die eine Aktivität oder Veranstaltung über mehrere Kommunikationsplattformen bewerben. Infolgedessen können diese Personen einen Redeplatz auf der bevorstehenden Konferenz erhalten oder auf andere Weise profitieren.

Arten von Sponsorschaften auf YouTube und der Prozess

Sponsoring auf YouTube ist für alle Accounts möglich, die ein engagiertes Publikum haben. YouTube-Sponsoring, auch bekannt als gesponserte Inhalte, sind Filme, die ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Dienstleistung auf nahtlose Weise bewerben. Marken zahlen für YouTube-Sponsoring entweder mit Geld oder mit Produkten.

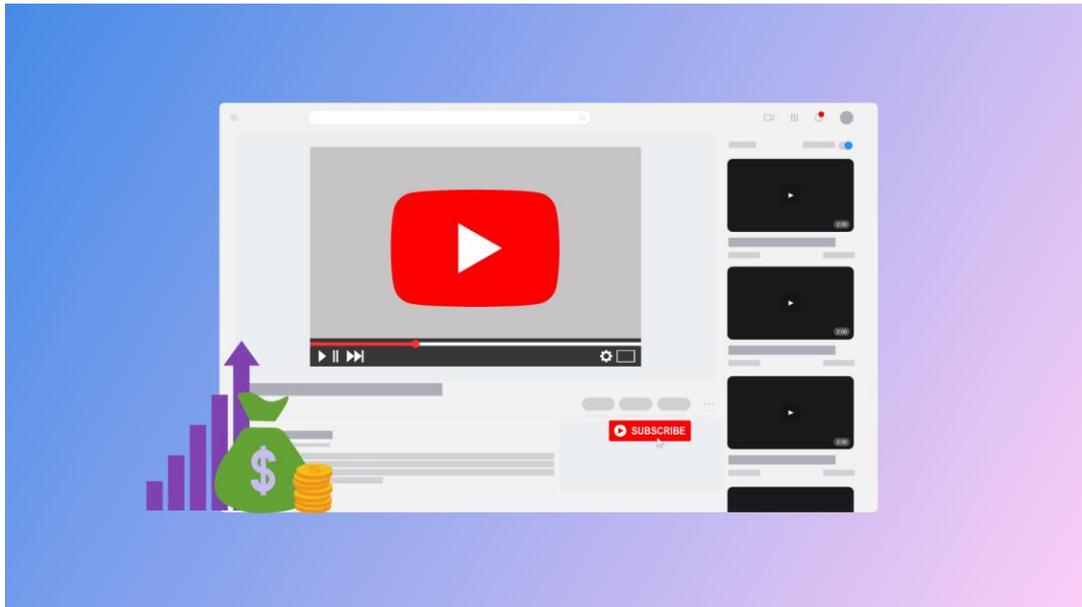


Bild: YouTube Sponsoring (2023), Source: Passaris, C. (2023, Februar 13). Wie man auf YouTube gesponsert wird. Clipchamp Blog. <https://clipchamp.com/en/blog/how-get-sponsored-on-youtube/#:~:text=Product%20sponsorships%2C%20affiliate%20sponsorships%2C%20and,video%20that%20a%20brand%20sponsors>

Youtuber arbeiten in der Regel mit Unternehmen zusammen, die für das Genre, die Themen und die persönlichen Interessen ihres Kanals relevant sind, was zu einem gesponserten Video führt, das für Follower und Zielgruppen attraktiv ist. Sponsoring auf YouTube ist für alle Konten möglich, die ein engagiertes Publikum haben. Es gibt auch Möglichkeiten, Ihren Kanal auf das Sponsoring vorzubereiten. Für jeden Youtuber ist es wichtig, mit den YouTube-Richtlinien vertraut zu sein, ein professionelles Konto zu haben, ein klares Publikum zu haben und qualitativ hochwertige Videos in seinen Kanälen zu haben.

Wie funktioniert das Sponsoring eines Posts, einer Kolumne oder eines Videos auf YouTube?

YouTube bietet ein sehr einfaches Verfahren, um bezahltes Sponsoring oder jede Art von Produktplatzierung zu erreichen, die eine Offenlegung gegenüber den Zuschauern in diesem Inhalt erfordert. Die Organisation oder Person muss ein Google-Konto haben (das automatisch mit YouTube verbunden ist), um Inhalte auf YouTube sponsern zu können. Dann muss er/sie nur die folgenden 6 einfachen Schritte befolgen:

1. Anmeldung im YouTube-Studio (Link: <https://studio.youtube.com/>);
2. Anklicken des Abschnitts "Inhalt" – auf der linken Seite des Fensters;
3. Auswählen oder Hochladen des Videos, das gesponsert werden soll;
4. Auf die Option "Mehr" klicken;
5. Anklicken des Kästchens neben dem Satz "Mein Video enthält bezahlte Werbung wie eine Produktplatzierung, Sponsoring oder Befürwortung";
6. Auf "Speichern" klicken.

7. Markenbekanntheit



Bild: Markenbekanntheit, Quelle: Sumrak, J. (2022, Dezember 27). 8 kinderleichte Strategien zur Erhöhung der Markenbekanntheit im Jahr 2023. Foundr. <https://foundr.com/articles/marketing/brand-awareness>

Was ist Markenbekanntheit?

Die Markenbekanntheit ist eine der Komponenten des Markenwerts. Die Markenbekanntheit misst, wie gut das Zielpublikum eine Marke erkennen und verstehen kann. Bei der Vermarktung und Werbung für ein Unternehmen und seine Produkte ist es vor allem in der Anfangsphase wichtig, ein Markenbewusstsein aufzubauen. Im Allgemeinen gibt es zwei Arten von Markenbekanntheit - gestützte und ungestützte Markenbekanntheit. Laut Qualtrics (2022) ist die ungestützte Markenbekanntheit das, was man als Markenerinnerung kennt, während die gestützte Markenbekanntheit als Markenwiedererkennung bekannt ist.

- Markenerinnerung

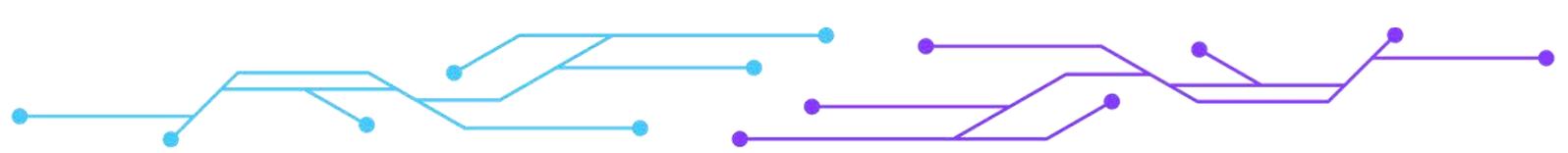
Die Markenerinnerung ist das, was eine Verbindung zwischen einer Produktkategorie und einer Marke herstellt. Die meisten Menschen können drei Bezeichnungen für Produktkategorien nennen. Manche Menschen können sich an fünf erinnern, andere nur an eine. Diese Reaktion zeigt das Interesse der Verbraucher an der Produktkategorie.

- Markenwiedererkennung

Die erste Art der Markenbekanntheit ist die Markenwiedererkennung, die dann eintritt, wenn ein Verbraucher eine Marke wiedererkennt. Eine charakteristische Farbe oder ein charakteristisches Logo wird von den Kunden eher wiedererkannt.

Schaffung und Stärkung des Markenbewusstseins

Obwohl die digitale Welt heutzutage eine Vielzahl von Tipps und Tricks zur Steigerung des Markenbewusstseins bietet, ist der effektivste Weg zur Schaffung und Steigerung des Markenbewusstseins die Entwicklung eines soliden Marketingprogramms, das im Einklang mit der Markenstrategie steht. Dieser Plan sollte sorgfältig ausgearbeitet, umgesetzt, überwacht und bewertet werden. Die Strategie selbst sollte ein Gleichgewicht zwischen kurzfristiger Akquisition und langfristigem Markenaufbau herstellen. Laut Qualtrics (2022) bringt ein integrierter Ansatz, der auf die Zielgruppe zugeschnitten ist, die besten Ergebnisse, wenn es um den Aufbau von Markenbewusstsein geht. Denn in der heutigen Zeit sind die Kundenbedürfnisse differenziert, es gibt



mehrere Medien und viel mehr Marken, die um Aufmerksamkeit konkurrieren. Auf diese Weise können Sie Ihr Publikum an mehr Stellen erreichen⁴.

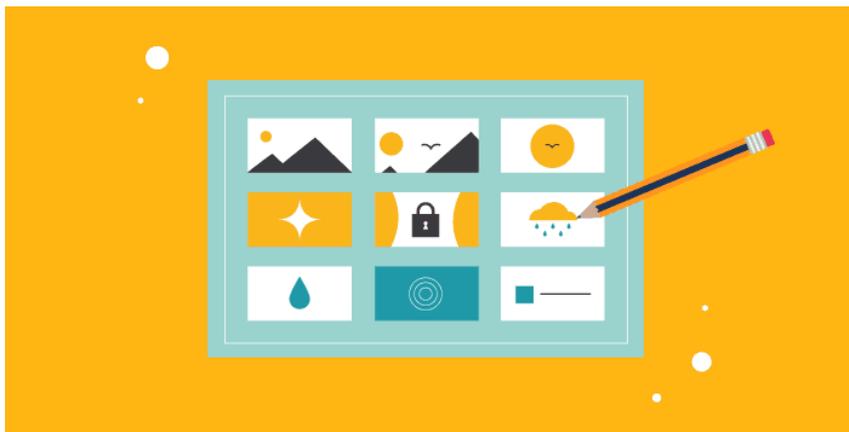
Darüber hinaus stellt Qualtrics (2022) einige der häufigsten Taktiken vor, die für den Aufbau der Markenbekanntheit verwendet werden:

- Werbung über soziale Medien, Fernsehen, Website und andere Instrumente;
- Aufbau einer effektiven Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (PR) mit den Medien und Einflussnehmern;
- Sponsoring von verschiedenen Anlässen und Veranstaltungen, die die Bekanntheit der Marke fördern;
- Aufbau von Partnerschaften;
- Teilnahme an Veranstaltungen und Treffen mit neuen Leuten;
- Markenaktivierungen/Launches;
- Programm zur Vordenkerrolle;
- Priorisierung der Arbeit an der Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimisation, SEO)⁵.

⁴ Markenbekanntheit: Was ist das und wie kann man sie 2023 erhöhen?. (2022, Dezember 13). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>

⁵ Markenbekanntheit: Was ist das und wie kann man sie 2023 erhöhen? (2022, Dezember 13). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>

8. Storyboard



Bildquelle: <https://www.wyzowl.com/what-is-a-storyboard/>

Was ist ein Storyboard?

Ein Storyboard ist ein visuelles Planungsinstrument, das dabei hilft, eine Erzählung zu organisieren oder ein Ziel zu formulieren. Die Erstellung eines Storyboards mit einer speziellen Software ist eine effektive Methode, um Informationen auf visuell ansprechende Weise zu präsentieren. Storyboards verwenden eine lineare Abfolge von Zellen, die sich ideal für das Erzählen von Geschichten, das Erklären von Prozessen und das Veranschaulichen des Zeitablaufs eignen. Im Wesentlichen bestehen Storyboards aus einer Reihe von Zeichnungen, die wichtige Punkte illustrieren und eine Geschichte erzählen. Die Aufteilung der Geschichte in kleinere, überschaubare Teile ermöglicht es dem Autor, sich ohne Ablenkung auf jede Zelle zu konzentrieren. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass der Text konsistent ist und klar und prägnant wiedergegeben wird. Storyboarding ist auch eine nützliche Methode, um einem Publikum während des Planungsprozesses Ideen zu vermitteln.

Arten von Storyboards

Traditionelles Storyboard

Bei dieser Art von Storyboard werden die Skizzen mit einem Bleistift auf Papier gezeichnet. Diese Methode wurde in den Anfängen der Videoproduktion und der Filmindustrie angewandt, als andere Hilfsmittel noch nicht zur Verfügung standen.

Vorschaubild

Jedes Bild muss in diesem Stil akribisch gezeichnet werden. Diese Art von Storyboard ist so detailliert und gut durchdacht, dass der Produktionsprozess einfach wird.

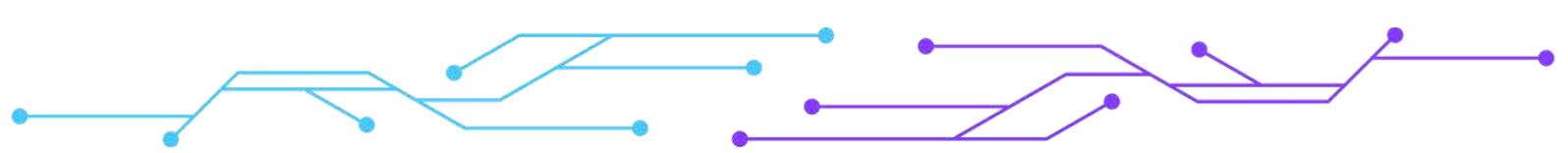
Digital

Digitale Storyboards werden mit einer speziellen Software erstellt. Dies ist die moderne Methode, die es ermöglicht, mit einem einfachen Storyboard zu beginnen, um die erste Idee zu veranschaulichen, und dann mehr und mehr Komplexität hinzuzufügen, indem ein Voiceover und andere Aspekte hinzugefügt werden.

Was beinhaltet ein Storyboard?

Das beste Storyboard enthält in der Regel die folgenden Elemente:

- **Bildformat**, das dem Verhältnis zwischen Breite und Höhe der Bilder entspricht.
- **Der Rahmen**, der das Geschehen an einem bestimmten Punkt Ihrer Geschichte definiert.
- **Die Aufnahme** als Abfolge von Bildern.
- **Rohskizzen**, Zeichnungen für jedes Bild.
- **Das Drehbuch** als einer der wichtigsten Ausgangspunkte für die Erstellung eines Storyboards.

- 
- **Das Voiceover**, das den Erklärer auf dem Storyboard darstellt.

Storyboarding Werkzeuge

Die Werkzeuge, die für die Erstellung eines Storyboards erforderlich sind, unterscheiden sich je nach Art des Storyboards, das entwickelt werden soll. Für skizzierte Storyboards werden Papierstücke benötigt, und es gibt Online-Storyboard-Vorlagen, die einfach Kästchen vorgeben, in die der Ersteller kritzeln kann. Für animierte Storyboards gibt es spezielle Software, die zur Erstellung eines aufwändigeren Storyboards verwendet werden kann, z. B. Adobe Illustrator zur Entwicklung von Bildern und Google Slides zur Erstellung einer Präsentation. Es gibt viele Tools und Software für die Erstellung von Storyboards, und je nach Gerät und Budget kann man sich für die Erstellung von Storyboards aus der folgenden Liste entscheiden:

- Storyboarder: <https://wonderunit.com/storyboarder/>
- Plot: <https://theplot.io/>
- StudioBinder: <https://www.studiobinder.com/>
- Milanote: <https://milanote.com/>
- Miro: <https://miro.com/>
- Boords: <https://app.boords.com/signup>
- FrameForge: <https://www.frameforge.com/>
- Storyboard Quick: <https://www.powerproduction.com/storyboardquick/index.html>
- Camera-Storyboard: <https://itunes.apple.com/us/app/camera-storyboard/id1176392577?mt=12>
- Storyboard Fountain: <http://storyboardfountain.com/>
- Panel Forge: <https://www.panel-forge.com/>
- Storyboard That: <https://www.storyboardthat.com/>
- Toon Boom Storyboard Pro: <https://www.toonboom.com/products/storyboardpro>
- Canva: <https://www.canva.com/create/storyboards/>
- Make Storyboard: <https://makestoryboard.com/>
- MovieStorm: <http://www.moviesstorm.co.uk/>

9. Video-Vorwurf



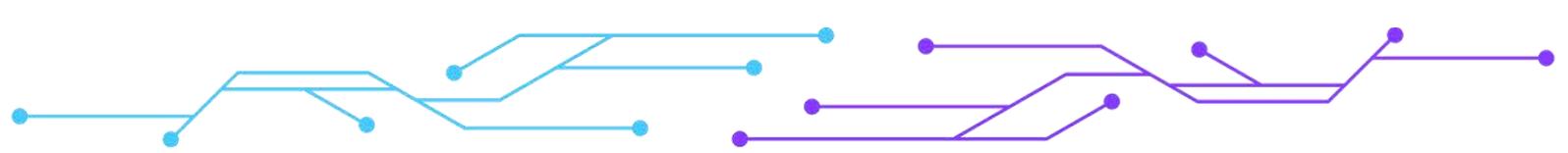
Bildquelle: <https://articles.bplans.com/where-to-get-feedback-on-your-business-pitch/>

Die Vorwurf-Videos werden verwendet, um Ideen und Produkte in wesentlich kürzerer Zeit zu bewerben. Wenn man von einem Vorwurf-Video-Konzept spricht, ist damit im Wesentlichen ein Marketing-Video gemeint. Vorwurf-Videos sind heutzutage sehr beliebt, und aufstrebende Unternehmer haben eine Vielzahl von Methoden genutzt, um ihre Produkte und Ideen zu bewerben. Einige dieser Strategien umfassen die Erstellung einer Videopräsentation, die Nutzung einer Website oder App oder die Erstellung einer Produktdemo.

Vorwurf-Videos sind nützlich für die Mittelbeschaffung und insbesondere für neue Unternehmen. Sie sind auch nützlich, wenn man einem Vorgesetzten eine neue Idee vorstellt oder wenn man Investoren ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung vorstellt. Vorwurf-Videos können verwendet werden, um eine neue Unternehmensidee vorzustellen oder für fast jeden anderen Zweck, bei dem es darum geht, die Aufmerksamkeit und Unterstützung des Publikums zu gewinnen, damit es die Idee gut findet.

Es gibt einige Tipps, die bei der Erstellung eines Vorwurf-Videos zu beachten sind:

- Halten Sie es kurz und einfach. Halten Sie Ihre Präsentation um die 5 Minuten lang, um das Interesse der Leute nicht zu verlieren und es ihnen zu ermöglichen, Ihre Präsentation leicht in ihre Web-Surfzeit einzupassen.
- Fügen Sie die wichtigsten Informationen hinzu, z. B. warum Ihre Idee/Ihr Produkt das beste ist.
- Verwenden Sie greifbare Beweise wie Fotos, Videoclips Ihrer Arbeit, Zeugnisse von anderen und so weiter. Stellen Sie visuell dar, wofür Sie stehen.
- Verwenden Sie Untertitel, um jede Art von Verwirrung zu vermeiden.
- Sorgen Sie für einen guten Einstieg, damit Sie von Anfang an die Aufmerksamkeit auf sich ziehen.



Vor- und Nachteile des Bloggens

Das Bloggen wird heutzutage als sehr flexibler und mobiler Weg angesehen und ist eine großartige Option für Menschen, die ein Lifestyle-Unternehmer sein wollen, aber natürlich hat es wie jede andere Plattform seine Vor- und Nachteile.

Vorteile

- Gut für SEO: Die Häufigkeit, mit der Blogs aktualisiert werden, ist ein Unterscheidungsmerkmal, und die neuen Inhalte tragen zur Verbesserung der SEO-Leistung einer Website bei.
- Hält den Kontakt zu den Kunden aufrecht: Blogbeiträge sind eine gute Möglichkeit, Verbraucher und Kunden auf dem Laufenden zu halten, sie über neue Angebote zu informieren und ihnen Ratschläge zu geben.
- Baut Beziehungen zu Kunden auf: Blogs bieten die Möglichkeit, Kommentare abzugeben und mit den Bloggern in Kontakt zu treten. Diese Art des Engagements und der Interaktion erhöht die Chancen, eine bessere Beziehung aufzubauen, die zu Käufen führen kann.
- Zusätzliche Einnahmequelle: Erfolgreiche Blogs können selbständig Einnahmen generieren.

Nachteile

- Zeitaufwendig: Der Erfolg eines Blogs hängt davon ab, dass die Leute wiederkommen, und sie kommen nur zurück, wenn es neue Inhalte zu lesen gibt.
- Es werden ständig neue Ideen benötigt: Zahlreiche Beiträge pro Woche sind ineffektiv, wenn die Ideen nicht neu und interessant sind.
- Der Erfolg stellt sich erst mit Verzögerung ein: Einer der meist frustrierenden Aspekte des Bloggens ist, dass es zeitaufwendig ist und sich anfangs kaum auszahlt. Der Aufbau einer Leserschaft und einer Eigendynamik braucht Zeit.

11. Erstellung von umfangreichem Material (E-Books, Tabellen, Infografiken, Tests, Tutorials, Vergleiche usw.) in DSU



Bildquelle: <https://www.brafton.com.au/blog/creation/rich-content/>

Was ist umfangreicher Inhalt?

Unter umfangreicher Inhalt versteht man alle Medientypen wie Video, Ton und Grafiken, die den Verbraucher dazu anregen, sich mit dem zugrunde liegenden Produkt/Dienstleistung zu beschäftigen und zu interagieren. Das ist der Grund dafür, dass weiße Textanzeigen sowie Anzeigen mit lebendigen Bildern das Engagement des Publikums erhöhen.⁶

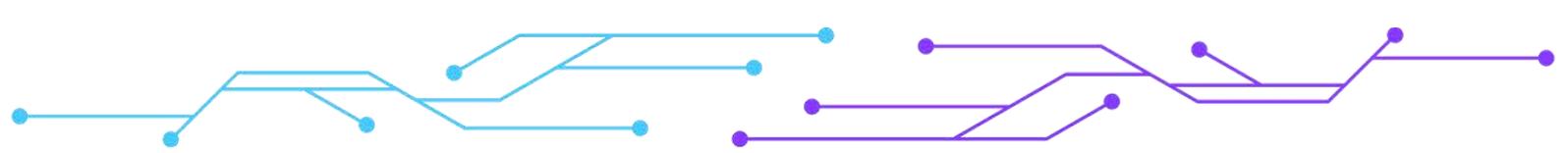
Es gibt verschiedene Arten von umfangreiche Medieninhalte, darunter Website-Videos, Bilder für soziale Medien, Infografiken, Podcasts und GIFs. Live-Übertragungen von relevanten Webinaren sind eine weitere Quelle für großartige Inhalte. Umfangreicher Inhalt kann ein starkes Instrument zur Verbesserung der digitalen Kommunikation und zur Schaffung von Benutzererfahrungen sein, die so natürlich erscheinen wie die Interaktion mit Freunden oder der Familie. Da sich das Verbraucherverhalten in einer zunehmend digitalen Welt verändert, müssen Marken über alle möglichen Kommunikationskanäle erreichbar sein. Mit einer Fülle von Kommunikationsmöglichkeiten wie Messaging-Apps, Live-Chat, Social-Media-Netzwerken, Video-Chat und Telefon erwarten Internetnutzer eine schnelle Verbindung mit ihren Lieblingsmarken und Antworten, die sich in jeder Phase des Kaufprozesses authentisch und persönlich anfühlen.

Umfangreiches Material zum digitalen sozialen Unternehmertum

Umfangreiche Materialien spielen beim digitalen sozialen Unternehmertum eine entscheidende Rolle, da sie durch die Verwendung von Videos, Bildern, Podcasts, Infografiken und interaktiven Elementen zum Erfolg und Wachstum eines digitalen Unternehmens beitragen können. Im Einzelnen kann die Verwendung dieser Tools und Methoden zu Folgendem beitragen:

- Nutzerbindung: Umfangreiche Inhalte können die Aufmerksamkeit des Publikums schneller auf sich ziehen, da sie verschiedene Arten von Medien und nicht nur reinen Text enthalten.
- Teilbarkeit: Durch die Verwendung von umfangreichen Inhalten besteht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass eine größere Anzahl von Inhalten in den sozialen Medien geteilt wird, da der Inhalt selbst die Sichtbarkeit der Marke erhöht und neue Kunden anzieht.
- SEO-Vorteile: Die Einbindung von umfangreichen Inhalten kann die Platzierung in Suchmaschinen verbessern und eine bessere Nutzererfahrung bieten, was zu SEO-Vorteilen führt.
- Etablierung von Autorität: Durch die Bereitstellung wertvoller und gut recherchierter Inhalte können sich digitale Unternehmer als Experten auf ihrem Gebiet etablieren und Glaubwürdigkeit, Loyalität und Vertrauen bei ihren neuen und alten Kunden aufbauen.
- Reichhaltige Inhalte können dazu beitragen, die Kunden über ein Produkt oder eine Dienstleistung mit Hilfe der illustrierten Methoden aufzuklären, was zu besser informierten

⁶ Was ist umfangreicher Inhalt? - Gepard PIM. <https://gepard.io/glossary/what-is-rich-content>



und zufriedeneren Kunden führt. Einfache Textinhalte sind für Bildungszwecke nicht immer attraktiv.

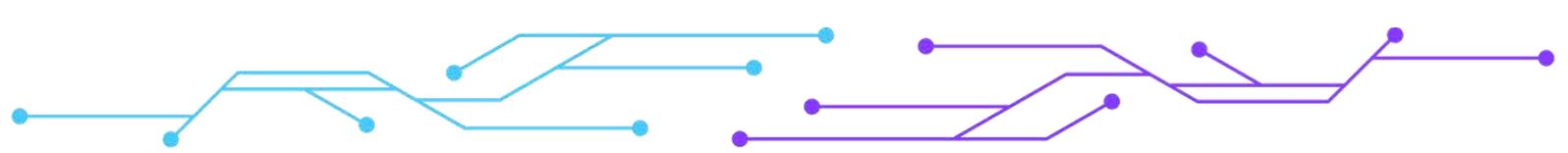
- **Geschichtenerzählung:** Geschichtenerzählen ist ein weiteres wichtiges Element für jeden Unternehmer, um die Kunden mit der Idee hinter dem Unternehmen und den von ihm unterstützten Anliegen zu verbinden. Mit umfangreichen Inhalten können digitale Sozialunternehmer ihre Markengeschichte auf eine eindringlichere und fesselndere Art und Weise erzählen und so emotionale Verbindungen mit dem Publikum schaffen.
- **Wettbewerbsvorteil:** Dies ist einer der wichtigsten Aspekte für jedes Unternehmen, um auf dem Markt, auf dem es tätig ist, zu überleben und erfolgreich zu sein. Die Einbeziehung einer Vielzahl von umfangreichen Inhaltsmaterialien in ihre Marketingstrategie kann digitalen Unternehmern einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten verschaffen, die nur textbasierte Inhalte verwenden.

Wie man qualitativ hochwertige Inhalte produziert

Die Aufgabe eines jeden Unternehmens ist es, einzigartige, hochwertige Inhalte zu liefern. Man kann damit beginnen, die Zielgruppe zu erforschen und zu analysieren, mit welchen Inhalten sie am liebsten interagieren, ob es sich um Fotos, Videos oder animierte GIFs handelt. Eine Untersuchung der Demografie kann der Organisation auch dabei helfen, den richtigen Inhaltstyp zu bestimmen, der das Engagement fördert.

Wann sollte man umfangreiche Inhalte verwenden?

Umfangreicher Inhalt kann für alle Schritte der Kundenansprache im Unternehmen verwendet werden. Virtuelle Rundgänge, hochauflösende Bilder und Tabellen vor Ort können dazu beitragen, die Sichtbarkeit von Produkten zu erhöhen und Kunden zu helfen, sie besser zu verstehen.



12. Product Hunt



Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.producthunt.com/>

Was ist Product Hunt?

Product Hunt ist eine Community-gesteuerte Plattform, auf der Produktentwickler und Vermarkter ihre Produkte einem technisch versierten Publikum vorstellen können. Die Community beschäftigt sich mit Produkten durch Abstimmungen und Bewertungen und gibt gleichermaßen Lob und Feedback - wesentliche Bestandteile in den frühen Phasen der Produktentwicklung⁷. Auf Product Hunt kann man einige der neuesten Hardware-, Anwendungs- und Softwareprodukte finden. Viele Erfinder und Unternehmer nutzen die Website, um ihr neues Produkt effektiv auf den Markt zu bringen, und andere Mainstream-Produkte werden von anderen Mitgliedern der Community aufgespürt.

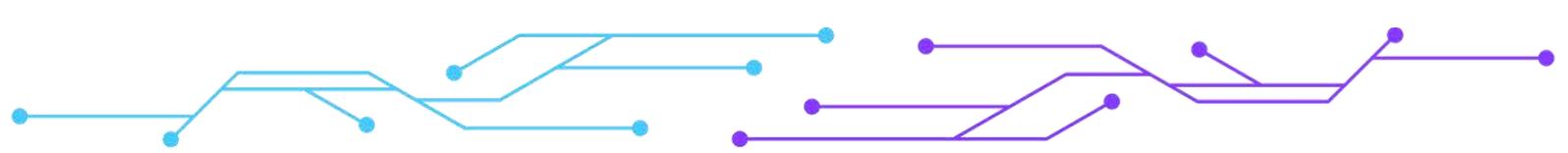
Wer kann es nutzen?

Jeder kann Product Hunt nutzen, aber die Plattform bietet drei primäre Nutzertypen: Mitglieder, Jäger und Macher. Jeder, der Product Hunt beitrifft, wird ein Mitglied der Plattform. Die meisten Mitglieder hingegen nutzen Product Hunt einfach, um die neuesten Produkte auf der Plattform zu entdecken. Jäger sind Nutzer, die Produkte hochladen, damit andere sie leicht finden können, während Hersteller diejenigen sind, die ein Produkt herstellen und es anschließend auf der Plattform anbieten.

Wie wird man ein Hersteller?

Das Verfahren ist sehr einfach. Zunächst muss ein persönliches Konto erstellt werden, danach muss der Nutzer einige Schritte befolgen. Um ein neues, vom Nutzer entwickeltes Produkt auf Product Hunt einzustellen, klicken Sie auf die orangefarbene Schaltfläche "Submit" in der oberen rechten Ecke der Homepage, geben Sie die Produkt-URL ein und klicken Sie dann auf "Get Started". Auf dem folgenden Bildschirm muss der Nutzer Informationen wie den Namen des Produkts, den Slogan, die Links und die Beschreibung angeben und bestimmte Themen auswählen, um das Produkt zu kategorisieren.

⁷ Wie man ein Produkt auf Product Hunt einführt - eine Schritt-für-Schritt-Anleitung - Userpilot.
<https://userpilot.com/blog/how-to-launch-a-product-on-product-hunt/>



13. Quora

Quora

Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: <https://www.quora.com/>

Quora ist eine Website für Fragen und Antworten, die im Jahr 2009 ins Leben gerufen wurde und mehr als 300 Millionen Nutzer hat. Aufgrund ihrer hohen Suchprominenz gilt sie als nützliche Website, um den Bekanntheitsgrad von Unternehmen durch die Beantwortung von Fragen zu steigern. Quora ist eine Plattform, auf der Nutzer Fragen zu verschiedenen Themen stellen und beantworten können. Die Community teilt leidenschaftlich gerne Wissen, und die Plattform hat den Ruf, qualitativ hochwertige Antworten zu liefern. Die Benutzer können Themen oder anderen Benutzern folgen, um über die neuesten Diskussionen auf dem Laufenden zu bleiben, und die Plattform umfasst eine Blogging-Funktion und ein Abstimmungssystem für Antworten. Quora ist ein leistungsfähiges Werkzeug, um zu lernen, Wissen zu teilen und sich an durchdachten Diskussionen mit Menschen aus der ganzen Welt zu beteiligen.

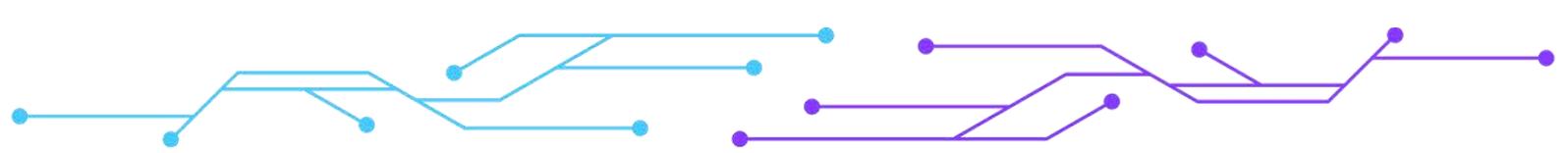
Wie wird man Nutzer?

Der Beitritt zu Quora ist ganz einfach. Alles, was eine Einzelperson/ein Unternehmen tun muss, ist, sich bei Quora anzumelden und mit dem Beantworten von Fragen zu beginnen. Die Website ist größtenteils selbst-moderiert, wobei hervorragende Antworten hochgestuft und Spam-Antworten heruntergestuft werden. Mitglieder von Quora können auch missbräuchliche oder Spam-Antworten melden. Quora hat Moderatoren, die die gemeldeten Antworten prüfen. Im Folgenden finden Sie die einfachen Schritte, die Sie durchlaufen müssen, um ein Benutzer zu werden:

1. Ein Konto erstellen: Melden Sie sich mit einem E-Mail-, Google- oder Facebook-Konto an.
2. Einrichten eines Profils: Hinzufügen eines Profilbildes, einer Biografie und Interessen.
3. Themen finden: Suche nach Themen, die den Unternehmer interessieren, oder Verfolgen bestimmter Themen und Fragen, um auf dem Laufenden zu bleiben.
4. Fragen stellen: Erstellen einer neuen Frage mit einem klaren und präzisen Titel und Angabe des Kontextes.
5. Beantworten von Fragen: Durchsuchen von Fragen und Bereitstellen hilfreicher und detaillierter Antworten.
6. Hoch- oder Herunterstufen: Ein digitaler sozialer Unternehmer kann Antworten herauf- oder herabstufen, um ihre Qualität anzuzeigen.
7. Nutzern folgen: Anderen Nutzern folgen, um deren Fragen und Antworten zu sehen.
8. Beiträge schreiben: Nutzung der Blogging-Funktion von Quora, um Wissen und Erkenntnisse zu bestimmten Themen zu teilen.

Nützlichkeit von Quora für das digitale Sozialunternehmertum

Quora.com ist wichtig für digitales soziales Unternehmertum, da es die Möglichkeit bietet, den Bekanntheitsgrad der Marke zu erhöhen, Leads zu generieren, Kontakte/Netzwerke mit anderen Unternehmen in ihrer Branche aufzubauen, Marktforschung zu betreiben und die Suchmaschinenoptimierung zu verbessern. Durch die Beantwortung relevanter Fragen zu ihrer Branche auf Quora können sich digitale Sozialunternehmer als Vordenker etablieren und potenzielle Kunden ansprechen, die an ihren Produkten oder Dienstleistungen interessiert sind. Außerdem bietet Quora eine Plattform für Unternehmer, um mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten und Einblicke in die Probleme und Herausforderungen ihrer Zielgruppe zu gewinnen.



14. BetaList



Offizielle Website für den Zugriff auf das Tool: https://betalist.com/faq#what_is_betalist

Beta List ist eine Website, die es Besuchern ermöglicht, die neuesten Internet-Start-ups zu finden und frühzeitig Zugang zu ihnen zu erhalten. Sie ermöglicht es Unternehmern, ihr Start-up an eine Gruppe von Early Adopters zu vermarkten, die bereit sind, Feedback zu geben. Diese Plattform gilt als eine gute Quelle für den Kontakt mit Kunden. BetaList ist eine Plattform, die Ressourcen und Werkzeuge für den Erfolg von Start-ups bereitstellt, darunter einen Newsletter, eine Job-Börse und ein Verzeichnis von Ressourcen. Die Plattform verwendet einen selektiven Auswahlprozess, um sicherzustellen, dass hochwertige Produkte vorgestellt werden. Dies kann Start-ups helfen, auf sich aufmerksam zu machen, Feedback zu erhalten und mit potenziellen Kunden und Investoren in Kontakt zu treten.

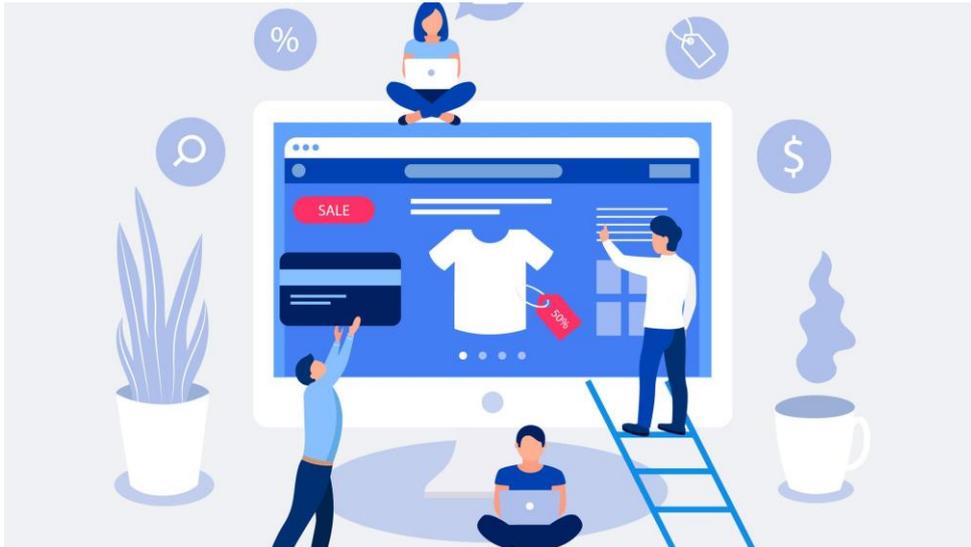
Wie kann man als Start-up auf BetaList werben?

Bei den Start-ups muss es sich um Technologie-Start-ups handeln, denn Beta List ist auf Technologie ausgerichtet. Jedes Start-up erhält zwei Gelegenheiten, vorgestellt zu werden. Einmal vor dem Start und einmal während des Starts. Zwischen diesen Beiträgen sollten mindestens ein paar Wochen liegen. Ein sehr wichtiger Hinweis ist, dass das Produkt entweder erst kürzlich auf den Markt gebracht oder noch unveröffentlicht sein sollte. Produkte, über die bereits in der Presse berichtet wurde, werden mit großer Wahrscheinlichkeit nicht aufgenommen.

Der Einstieg bei Beta List ist sehr einfach und besteht aus den folgenden Schritten:

1. Ein Konto erstellen: Um Beta List nutzen zu können, muss jede Person / Einheit ein Konto erstellen. Das Konto kann mit einer gültigen E-Mail-Adresse oder einem Konto in sozialen Medien erstellt werden.
2. Einreichen des Produkts: Wenn das Konto erstellt ist, kann der Unternehmer das Produkt zur Prüfung einreichen. Eine detaillierte Beschreibung, Fotos/Screenshots und Videos sollten beigefügt werden.
3. Warten auf den Überprüfungsprozess: Das eingereichte Produkt wird vom Beta List-Team geprüft. Falls es ausgewählt wird, wird es auf der Website und im Newsletter vorgestellt.
4. Kontaktaufnahme mit der Gemeinschaft: Sobald das Produkt auf der Website erscheint und für jedermann zugänglich ist, hat der Unternehmer die Möglichkeit, sich mit der Community auszutauschen, indem er auf Kommentare und Feedback reagiert, um wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen.
5. Andere Beta-Listen-Ressourcen nutzen: Der Unternehmer sollte die Job-Börse von Beta List und das Verzeichnis der Ressourcen für Unternehmer nutzen, um sein digitales Sozialunternehmen auszubauen.
6. Kontaktaufnahme mit Investoren und Kunden: Da Beta List ein großes Publikum von Investoren und Early Adopters hat, sollte der Unternehmer diese Plattform aktiv nutzen, um mit potenziellen Kunden und Investoren in Kontakt zu treten, die sein digitales Unternehmen unterstützen und ihm beim Wachstum helfen können.

15. ECommerce/ Online-Shops für DSU



Bildquelle: <https://ewm.swiss/en/blog/future-e-commerce-what-trends-we-need-look-out>

Was ist eine eCommerce-Plattform?

Eine E-Commerce-Plattform ist die Software, die ein Online-Unternehmen verwendet, um alle Anforderungen des Händlers und des Verkäufers zu verwalten. Produktseiten, Bewertungen, Transaktionen, Auftragsabwicklung, Kundenbetreuung und Rücksendungen sind Beispiele für diese Anforderungen.

15.1 Die 6 besten eCommerce-Plattformen

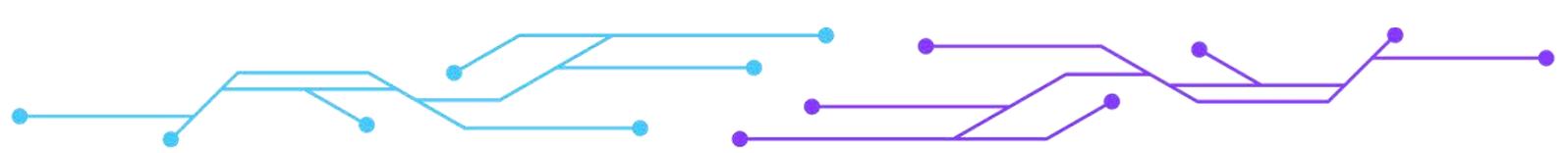
Shopify - für den schnellen Start ins Geschäft.

Shopify gibt es seit mehr als 16 Jahren und es wurden bereits fast vier Millionen Shops eingerichtet. Shopify gilt als eine großartige Option für kleine Unternehmen, die schnell einen Online-Shop einrichten möchten. Der Anmeldeprozess ist sehr einfach - der Benutzer kann sich für einen 14-tägigen kreditkartenfreien Testzeitraum anmelden und erhält eine erste Version des Shops. Danach führt der Einführungsassistent durch den Prozess des Hinzufügens von Artikeln, des Änderns des Layouts des Shops, des Verbindens der eigenen Domain und des Einrichtens der Zahlungsannahme. Selbst wenn jemand noch nie eine Website erstellt hat, wird er sich in der benutzerfreundlichen Web-App von Shopify nicht verirren. Alles ist gut beschriftet, und die Anweisungen zur Einrichtung sind ausführlich.

Shopify bietet 11 kostenlose Themes und über 100 teure Themes, die ab \$180 kosten. Außerdem kann man auf ThemeForest aus über 1.300 Vorlagen auswählen oder einen professionellen Designer beauftragen, der mit der Plattform bereits vertraut ist, um eine maßgeschneiderte Vorlage für sie zu erstellen. Wenn das gewählte Theme nicht in Shopify integriert ist, kann man im App-Store eine Erweiterung, ein Plug-in oder einen Dienst finden, der dies ermöglicht. Dazu navigieren Sie einfach zu apps.shopify.com, wählen die gewünschte App aus und klicken auf App hinzufügen.

Square - für den Verkauf im Laden und online.

Square ist eine der besten Optionen für kleine Unternehmen, die sowohl persönlich verkaufen wollen, z. B. auf einem Bauernmarkt oder einer Handwerksmesse, als auch online. Die Online- und Offline-Bestellungen werden alle über ein einziges Dashboard verwaltet. Dadurch entfällt die Notwendigkeit,



zwischen verschiedenen Apps hin- und herzuspringen, Kundendaten in einzelnen Tabellenkalkulationen zu suchen oder die Artikel nachträglich manuell einzugeben.

Square bietet eines der besten Onboarding-Systeme der Branche. Nach der Anmeldung gibt es ein Interview, das mit Details und Anforderungen bezüglich der Organisation/des Unternehmens ausgefüllt werden muss, und es hilft dabei, alles einzustellen, was zu diesen Anforderungen passt. Square macht es einfach, Artikel zu verkaufen, die auf den Wünschen der Kunden basieren. Je nach Bedarf können Benutzer eine einzelne Einkaufsseite, eine einkaufbare Instagram-Seite oder eine umfassende Website und einen Online-Shop erstellen. Das Standardthema wird außerdem an die vom Nutzer gewählte Geschäftskategorie angepasst.

Ecwid - von Lightspeed für den Start mit einem kostenlosen Plan - dann wachsen

Ecwid gilt als einer der besten Orte, um ein Online-Geschäft mit minimalen Anfangsausgaben zu starten. Ecwid bietet einen kostenlosen Plan, der den Verkauf der ersten 10 Produkte ohne implizierte Kosten ermöglicht, und nachdem das Unternehmen beginnt, Gewinn zu erzielen, beginnen die Upgrade-Stufen bei 14 \$/Monat. Es gibt auch keine zusätzlichen Transaktionsgebühren zusätzlich zu den Gebühren des Zahlungs-Gateways, so dass kein Gewinn durch versteckte Gebühren abgeschöpft wird.

Bei der Anmeldung bietet Ecwid die Möglichkeit, einen bestehenden Shop in Plattformen wie WordPress, Weebly oder Drupal zu integrieren. Das Dashboard zeigt eine große, fettgedruckte To-Do-Liste an, die durch den Prozess der Einrichtung der Website, das Hinzufügen der ersten Produkte, die Lokalisierung des Shops und die Entscheidung, wie die Waren vertrieben und bezahlt werden sollen, führt.

BigCommerce - für großvolumige Verkäufer

BigCommerce wird hauptsächlich von multinationalen Unternehmen genutzt. Die Plattform richtet sich an Unternehmen, die bereits viel verkaufen, entweder in Einheiten oder in Dollar. Sie bietet die Möglichkeit, den Shop von überall aus zu entwickeln und zu pflegen, wenn der Nutzer Zugang zu einem Webbrowser und dem Internet hat. Ein weiterer Vorteil dieser Plattform besteht darin, dass sie eine Vielzahl konfigurierbarer Vorlagen zur Verfügung stellt, die bei der Gestaltung des Online-Shops helfen. Unabhängig davon, welche Artikel die Benutzer verkaufen möchten, BigCommerce macht es einfach, sie zu präsentieren und bietet eine Fülle von effektiven Tools, die bei der Vermarktung an ein Online-Publikum helfen.

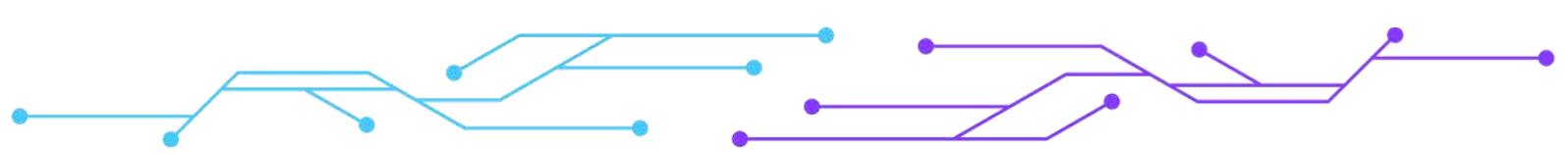
WooCommerce - für das Hinzufügen eines Warenkorbs zu einer bestehenden WordPress-Website

WooCommerce ist eine flexible Open-Source-Softwarelösung, die für WordPress-basierte Websites entwickelt wurde. Sie wird vor allem zur Erstellung von Online-Shops für den elektronischen Handel verwendet. Mit dieser Softwarelösung kann jeder seine normale Website in einen voll funktionsfähigen Online-Shop verwandeln, der über alle erforderlichen E-Commerce-Funktionen verfügt. Mit WooCommerce können die Benutzer ihre Online-Shops ganz einfach verwalten, von der Einrichtung von Produktanzeigen über die Verwaltung von Bestellungen bis hin zur Annahme mehrerer Zahlungsgateways.

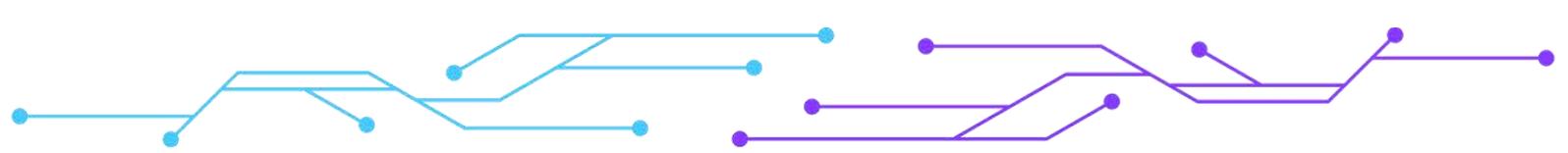
Die Nutzung dieser Lösung ist kostenlos! Benutzer können das WooCommerce-Plugin einfach aus dem offiziellen WordPress-Plugin-Verzeichnis herunterladen. Einer der Gründe, warum sich viele Unternehmen für WooCommerce entscheiden, ist die einsteigerfreundliche Benutzeroberfläche, so dass die Benutzer keine IT- oder Kodierungsexperten sein müssen, um zu beginnen.

Wix - für die Erstellung einer kompletten Website

Wix gilt als die beste Option für die Erstellung einer vollständigen Website, bei der der Online-Shop Teil der Website ist, und ist eine großartige Option für kleine und mittlere Unternehmen. Die Website



selbst ist sehr benutzerfreundlich. Zunächst muss der Benutzer auswählen, welche Art von Website er/sie erstellen möchte, und die Konzepte, mit denen die Website den Besuchern helfen soll, die Website zu besuchen. Es gibt eine breite Palette von Optionen, die der Nutzer je nach dem von dem Unternehmen abgedeckten Thema auswählen kann. Wix bietet seinen Nutzern eine kostenlose Plattform, auf der sie ihre Ideen nach Belieben umsetzen können. Außerdem gibt es viele vorgefertigte Vorlagen, die die Nutzer nach ihren Wünschen verwenden können. Was Wix zu einer innovativen Lösung macht, ist auch die Option der künstlichen Design-Intelligenz, die eine Website mit einer gewissen menschlichen Logik entwirft.



16. Nutzung von Sozial-Networking-Webseiten (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) zum Nutzen des Sozialkapitals der DSU bei Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen

Internet-Communities wie Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok und viele andere haben die Art und Weise, wie wir miteinander interagieren und kommunizieren, grundlegend verändert. Diese Plattformen haben es Gleichgesinnten aus der ganzen Welt ermöglicht, sich zu vernetzen, zu kommunizieren und Informationen in Echtzeit auszutauschen. Mit dem exponentiellen Wachstum der Internetnutzer sind Social-Networking-Sites zu einem wichtigen Aspekt des sozialen Lebens der Menschen geworden. Die Menschen nutzen diese Plattformen, um zu kommunizieren, Beziehungen aufzubauen, Ideen auszutauschen und mit anderen zusammenzuarbeiten, die ähnliche Interessen teilen. Diese Online-Gemeinschaften vermitteln ein Gefühl der Zugehörigkeit und bieten den Menschen die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu treten und sich mit ihnen zu beschäftigen, die sie sonst vielleicht nicht kennengelernt hätten.

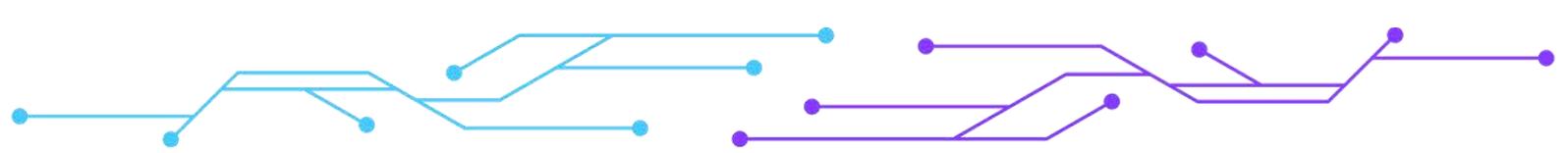
Diese Plattformen haben auch eine wichtige Rolle bei der Verbreitung von Informationen und Nachrichten gespielt. Soziale Medien haben sich für viele Menschen zu einer Hauptquelle für Nachrichten und Informationen entwickelt. Sie ermöglichen es dem Einzelnen, sich über aktuelle Ereignisse zu informieren, seine Ansichten mitzuteilen und sich an Diskussionen mit anderen zu beteiligen. In vielerlei Hinsicht haben die sozialen Medien den Zugang zu Informationen demokratisiert, so dass jeder, der über einen Internetanschluss verfügt, seine Stimme und seine Sichtweise einbringen kann.

16.1 Wie können Sozial-Networking-Webseiten zum Nutzen des Sozialkapitals eingesetzt werden?

Soziales Kapital kann entweder als bindendes oder als überbrückendes Kapital kategorisiert werden. Das bindende Sozialkapital umfasst in der Regel enge Beziehungen zu Familie und Freunden, während sich das überbrückende Sozialkapital auf eher zufällige Verbindungen zwischen Einzelpersonen bezieht. Im Zusammenhang mit dem Aufbau von Beziehungen hat das bindende Sozialkapital im Allgemeinen eine größere positive Wirkung, da es starke, dauerhafte Bindungen fördert. Im Gegensatz dazu schafft das überbrückende Sozialkapital eher schwächere, kurzfristige Verbindungen.

Mit dem Sozialkapital wird häufig eine breite Palette von positiven sozialen Ergebnissen in Verbindung gebracht. Wenn Menschen Informationen austauschen, werden sie sachkundiger über Themen wie Finanzmärkte, öffentliche Gesundheit, Religion, Spitzentechnologie, Krankheiten, soziale Fragen und vieles mehr. Soziales Kapital erhöht auch die Wahrscheinlichkeit kollektiver Maßnahmen gegen soziale Probleme oder zur Unterstützung verschiedener Anliegen. Trotz des Missbrauchspotenzials wird dem Sozialkapital im Allgemeinen ein positiver Einfluss auf die Gesellschaft zugeschrieben.

Social-Networking-Plattformen spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung des Sozialkapitals. Indem sie Gleichgesinnte miteinander verbinden, erleichtern diese Plattformen Diskussionen über gemeinsame Interessen und helfen, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Auf diese Weise tragen Social-Networking-Seiten sowohl zum verbindenden als auch zum überbrückenden Sozialkapital bei, indem sie es den Menschen erleichtern, auf Informationen zuzugreifen und sinnvolle Verbindungen aufzubauen. Letztendlich liegt die primäre Auswirkung von Social-Networking-Seiten auf das Sozialkapital in der Vereinfachung des Prozesses, Wissen zu erlangen und entsprechende Beziehungen zu pflegen.



16.2 Facebook-, Twitter-, LinkedIn- und TikTok-Nutzung zum Vorteil des Sozialkapitals der DSU von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen

Facebook, Twitter, LinkedIn und TikTok werden von digitalen und sozialen Unternehmen häufig genutzt, um für ihre Marke zu werben und mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten. Jede Plattform hat ihre eigenen Stärken und kann auf unterschiedliche Weise genutzt werden, um verschiedene Ziele zu erreichen. Im Folgenden wird dargestellt, wie diese Plattformen zum Nutzen des Sozialkapitals der digitalen Sozialunternehmen im Bereich Senioren und Erwachsene mit Behinderungen eingesetzt werden können.

Facebook:

- Einrichtung und Verwaltung von Interessengruppen, um Senioren und Erwachsene mit Behinderungen mit Gleichaltrigen und Unterstützungsnetzen in Kontakt zu bringen.
- Bereitstellung relevanter Artikel, Videos und Ressourcen zu den Themen Gesundheitsfürsorge, Barrierefreiheit, finanzielle Unterstützung und mehr.
- Veranstalten von Live-Events, wie Frage- und Antwortrunden, Konferenzen, Webinare oder Workshops, um das Publikum einzubinden und wertvolle Informationen oder Fähigkeiten zu vermitteln.
- Nutzung der Werbetoole von Facebook, um ein größeres Publikum zu erreichen und das Bewusstsein für die Bedürfnisse und Rechte von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen und deren Teilnahme am digitalen Unternehmertum zu schärfen.

Twitter:

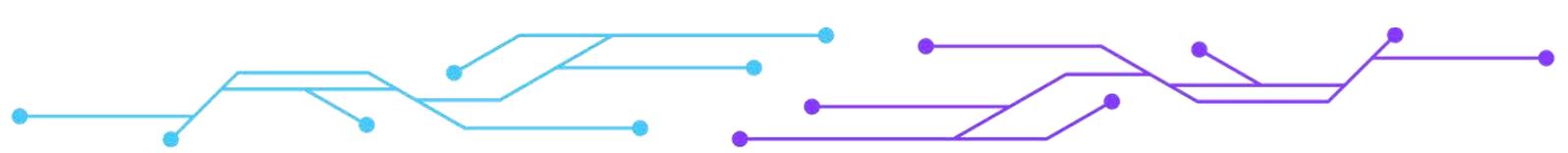
- Teilen von kurzen, zeitnahen Updates über Neuigkeiten, Veranstaltungen und Ressourcen, die für Senioren und Erwachsene mit Behinderungen relevant sind.
- Verwendung von Hashtags, um an Gesprächen zu bestimmten Themen wie Barrierefreiheit, Gesundheitsversorgung oder Behindertenrechte teilzunehmen und diese zu fördern.
- Kontaktaufnahme mit Beeinflussern, Organisationen und politischen Entscheidungsträgern, um sich für die Bedürfnisse und Rechte von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen einzusetzen.
- Retweeten und sich mit relevanten Inhalten anderer Nutzer auseinandersetzen, um ein Gefühl der Gemeinschaft und Zugehörigkeit zu fördern.

LinkedIn:

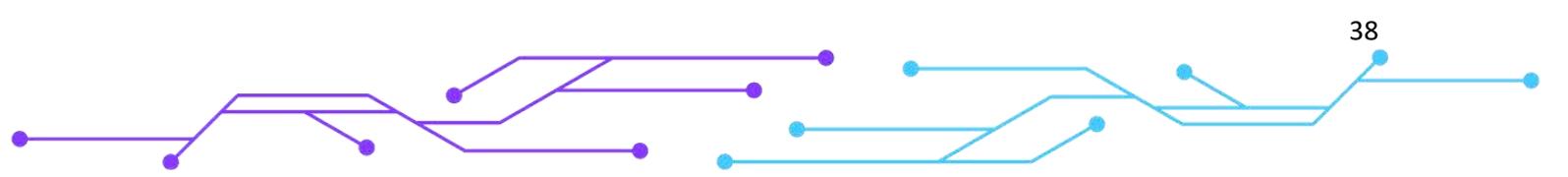
- Schaffung eines professionellen Netzwerks für Senioren und Erwachsene mit Behinderungen, über das sie mit potenziellen Arbeitgebern, Partnern oder Mentoren in Kontakt treten können.
- Weitergabe von Stellenangeboten, Freiwilligenangeboten und Bildungsressourcen, die auf die Bedürfnisse von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen zugeschnitten sind.
- Veröffentlichung von Artikeln und Führungsinhalten, die die Fähigkeiten, Talente und Beiträge von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen in der Arbeitswelt präsentieren.
- Zusammenarbeit mit Unternehmen, Organisationen und Fachleuten, um integrative Einstellungspraktiken und -strategien zu fördern.

TikTok:

- Erstellung und Verbreitung kurzer, ansprechender Videos, die Senioren und Erwachsene mit Behinderungen aufklären, informieren oder unterhalten.
- Nutzung des TikTok-Algorithmus, um ein größeres Publikum zu erreichen und das Bewusstsein für die Bedürfnisse und Rechte von Senioren und Erwachsenen mit Behinderungen zu schärfen.



- Zusammenarbeit mit Influencern, Befürwortern und Autoren von Inhalten, um Botschaften zu verbreiten und ein Gemeinschaftsgefühl zu fördern.
- Teilnahme an Trend-Challenges oder Hashtags, um das Publikum einzubinden und ein positives, integratives Umfeld zu fördern.



Referenzen

- 14 beste Storyboard-Software-Tools von 2022 (kostenlos und kostenpflichtig) | Boords. (2022, August 11). boords.com. <https://boords.com/best-storyboard-software>
- Bay20. (2020, Mai 29). Überblick über den eCommerce und Arten von eCommerce-Websites - Bay20 Software. Bay20 Software - ein Anbieter von e-Commerce-Lösungen. <https://www.bay20.com/overview-of-ecommerce-and-types-of-ecommerce-websites/>
- Markenbekanntheit: Was ist das und wie kann man sie 2023 stärken?. (2022, Dezember 13). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>
- Crowdfunding. (n.d.). <https://www.crowdfunding.com/>
- Duermyer, R. (2022, November 29). Was ist Bloggen? The Balance. <https://www.thebalancemoney.com/blogging-what-is-it-1794405>
- E. (2021b, Februar 5). Erstellung von eBooks und umfangreichen Materialien - iSONEW Digital. iSONEW Digital. <https://isonew.digital/en/specialtes/creation-of-ebooks-and-rich-materials/>
- Fünf Gründe, warum digitale Arbeit die Integration von Jugendlichen mit Behinderungen fördern kann | eTrade for all. (2021, May 18). <https://etradeforall.org/news/five-reasons-why-digital-work-may-help-promote-inclusion-of-youth-with-disabilities/>
- Gepard PIM. (2023, Februar 9). Umfangreicher Inhalt. <https://gepard.io/glossary/what-is-rich-content>
- Greving, J. (2020, Dezember 28). Was ist BigCommerce? IWD Agency. <https://www.iwdagency.com/blogs/news/what-is-bigcommerce>
- Guinness, H. (2023, Januar 3). Die 6 besten eCommerce-Plattformen zum Aufbau eines Online-Shops im Jahr 2023. <https://zapier.com/blog/best-ecommerce-shopping-cart-software/>
- I. (2023, Januar 23). Was ist umfangreicher Inhalt? <https://www.iadvize.com/en/blog/rich-content-definition#:~:text=Rich%20content%20refers%20to%20the,in%20an%20instant%20messaging%20conversation>
- iMatrix (2021c, Mai 12). 8 Gründe, warum Sie heute einen Online-Shop brauchen. iMatrix. <https://imatrix.com/blog/advantages-of-e-commerce/>
- Indiegogo, A. A. (2022, April 20). 6 Tipps für ein gutes Vorwurf-Video - Indiegogo Education Center. Indiegogo Education Center. <https://entrepreneur.indiegogo.com/education/article/6-tips-for-a-good-pitch-video/>
- Integrity Inc. (2022, Juni 1). Wichtige Eigenschaften für die Arbeit mit Menschen mit Entwicklungsstörungen. Integrity, Inc. <https://www.integrityinc.org/important-qualities-to-have-when-working-with-developmentally-disabled/>
- Jewiss, C. (2022, Januar 17). Was ist Product Hunt und wie nutzen Sie es? MUO. <https://www.makeuseof.com/what-is-product-hunt/>
- Krüger, D., & David, A. (2020). Unternehmerische Bildung für Menschen mit Behinderungen - ein Ansatz der sozialen Innovation für integrative Ökosysteme. *Frontiers in Education*, 5. <https://doi.org/10.3389/feduc.2020.00003>
- M. (2022, November 21). Wie man ein Videokonzept präsentiert: Vollständiger Leitfaden [Mit Beispielen, Tipps & Tricks] • Filmmaking Lifestyle. Filmmaking Lifestyle. <https://filmlifestyle.com/pitch-video-concept/>
- Minaev, A. (2022, Dezember 26). Was ist ein Blog? - Definition der Begriffe Blog, Bloggen und Blogger. FirstSiteGuide. <https://firstsiteguide.com/what-is-blog/>
- Movsisyan, A. (2021, Dezember 8). Was ist ein Storyboard und wie erstellt man ein perfektes Storyboard?. <https://www.yansmedia.com/blog/what-is-storyboard#tag09>
- Passaris, C. (2023, Februar 13). Wie man auf YouTube gesponsert wird. Clipchamp Blog. <https://clipchamp.com/en/blog/how-get-sponsored-on-youtube/#:~:text=Product%20sponsorships%2C%20affiliate%20sponsorships%2C%20and,video%20that%20a%20brand%20sponsors>

- Pedamkar, P. (2023, März 13). Was ist WIX? EDUCBA. <https://www.educba.com/what-is-wix/>
- Safira, A. P. (2022, Oktober 11). Was ist WooCommerce? Ein Leitfaden für WordPress e-Commerce. MultilingualPress. <https://multilingualpress.org/what-is-woocommerce/>
- Senioren und Menschen mit Behinderungen - California Stiftung für das Gesundheitswesen. (2023, April 17). California Health Care Foundation. <https://www.chcf.org/resource/calaim-in-focus/seniors-people-with-disabilities/>
- Sparling, C. (2022, September 13). Was ist umfangreicher Inhalt, und warum ist er für Ihr Marketing so wichtig? (Infografik) | Brafton. Brafton. <https://www.brafton.com.au/blog/creation/rich-content/>
- Stimac, B. (2021, Mai 23). as ist Quora und wie man es richtig nutzt. Wix Blog. https://www.wix.com/blog/2019/10/what-is-quora-how-to-use-it-right/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=16242205830%5e136002928760&experiment_id=%5e%5e582527080206%5e%5e_DSA&gclid=CjwKCAiAuaKfBhBtEiwAh-t6H74yu4mZNL1HVfs0fDfvsAQ5Nk72_YFrLkEc_7YrSkSD8EHYtF4JkZhoChWMQAvD_BwE
- Sumrak, J. (2022, Dezember 27). 8 kinderleichte Strategien zur Steigerung der Markenbekanntheit im Jahr 2023. Foundr. <https://foundr.com/articles/marketing/brand-awareness>
- Talib, R. I. A., Sunar, M. S., & Mohamed, R. (2019). Digitale Gesellschaft und Wirtschaft für Menschen mit Behinderungen in der Industrie 4.0: Malaysia Perspectives. EAI Endorsed Transactions on Creative Technologies, 6(20), 162949. <https://doi.org/10.4108/eai.30-7-2019.162949>
- Team, W. (2022, Mai 21). Markenbekanntheit. WallStreetMojo. <https://www.wallstreetmojo.com/brand-awareness/>
- Timar, A. (2021, Dezember 15). Wie man ein Produkt auf Product Hunt einführt - eine Schritt-für-Schritt-Anleitung. Gedanken zu Produktakzeptanz, Benutzereinführung und guter UX | Userpilot Blog. <https://userpilot.com/blog/how-to-launch-a-product-on-product-hunt/#:~:text=Remember%2C%20Product%20Hunt%20is%20a,early%20stages%20of%20product%20development>
- Die besten E-Commerce-Websites, die der Industrie zum Wachstum verhelfen (2022). (2023, Februar 16). The Official Cloudways Blog. <https://www.cloudways.com/blog/top-ecommerce-websites/>
- Von Der Osten, B. (2022, Oktober 3). Der ultimative Leitfaden für Marketing und Sponsoring. Rock Content. <https://rockcontent.com/blog/marketing-sponsorship/>
- *Was ist ein Storyboard und wie erstellt man es?* | Wyzowl. (n.d.). Wyzowl. <https://www.wyzowl.com/what-is-a-storyboard/>

Outreach Hannover e.V., Deutschland



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.