

A photograph of a diverse group of young people, including a woman with curly hair, a woman with a bun, and a man, gathered around a laptop. They are all looking at the screen with interest and are smiling. The background is a blurred indoor setting, possibly a classroom or a meeting room.

Pilottests der Trainingskurse: Zusammenfassender Bericht



**THE
~~MISSING~~
ENTREPRENEURS**

Inhaltsverzeichnis

1. Details zum Dokument	3
2. Einführung	4
3. Pilottests der Trainingskurse	6
3.1. Pilottests mit Schüler*innen und Studierenden	6
3.2. Pilottests mit Jugendlichen	8
3.3. Pilottests mit Migrant*innen	9
3.4. Pilottests mit Frauen	10
3.5. Pilottests mit Senior*innen	11
4. Ergebnisse der Bewertungsfragebögen	13
5. Fazit	16

1. Details zum Dokument

Projekt-Acronym	The Missing Entrepreneurs
Projekttitel:	Förderung des Kapazitätenaufbaus von „Missing Entrepreneurs“ für integratives digitales Unternehmertum und die digitale Umgestaltung von Unternehmen
Projekt-Referenz	KA204-7145DFBF
Projekt-Website	https://themissingentrepreneurs.eu/
Name des Dokuments	Pilottest der Trainingskurse – Zusammenfassender Bericht
Organisierender Partner	APSU
Version des Dokuments	1

2. Einführung

Aktivität 3.1 des intellektuellen Outputs 5 dient dem Pilottest der personalisierten Trainingskurse, der Trainingsplattform für digitales Unternehmertum, die von der Partnerschaft des Projekts The Missing Entrepreneurs entwickelt wurde. Jeder Partner musste die Plattform mit fünf nationalen Teilnehmer*innen aus jeder der vier sozialen Gruppen testen, die im digitalen Unternehmertum unterrepräsentiert sind: Frauen, Immigrant*innen, Jugendliche und Senior*innen. Insgesamt mussten 20 Teilnehmer*innen aus diesen sozialen Gruppen plus 10 Schüler*innen/Studierende einbezogen werden. Daher mussten die Partner bei diesen Aktivitäten mindestens 30 Personen pro Land hinzuziehen.

Die Partner konnten frei entscheiden, wie und wo die Aktivität durchgeführt werden sollte. Einige Partner entschieden sich dafür, die Pilottests an einem einzigen Tag mit allen sozialen Gruppen durchzuführen oder sie an verschiedenen Tagen mit verschiedenen Gruppen durchzuführen. Diese Aktivitäten fanden in den Monaten Oktober, November und Dezember statt. Die erforderliche Gesamtzahl der Teilnehmer*innen an den Pilottests wurde erreicht. Ausgehend von den erforderlichen 180 Teilnehmer*innen hat die gesamte Partnerschaft **insgesamt 307 Teilnehmer*innen** für die Pilotversuche gewonnen: 40 Teilnehmer*innen in Frankreich (Amaris), 71 Teilnehmer*innen in Portugal (APSU), 80 Teilnehmer*innen in Spanien (Blue Room Innovation), 51 Teilnehmer*innen in Zypern (CSI), 31 Teilnehmer*innen in Österreich (Die Berater) und 34 Teilnehmer*innen in Italien (EGInA).

Jeder Partner war bestrebt, die Bereiche zu testen, für die er zuständig ist, sodass alle Bereiche getestet werden konnten. So testete Die Berater den Bereich Ideenfindung, EGInA den Bereich Minimum Viable Product (MVP), Amaris den Bereich Markteinführung und die Bereiche E-Commerce und digitale Geschäftsmodelle, APSU den Bereich Businessplan und Analytik, CSI das Projektmanagement und die Bereiche Rechnungsstellung, Buchhaltung und Gehaltsabrechnung und schließlich BRI den Bereich Branding und Kommunikation/Marketing.

Ziel dieser Aktivitäten war es, die Bevölkerung in das Projekt miteinzubeziehen, insbesondere die Zielgruppen, indem Informationen über das Projekt und seine Ziele ausgetauscht und die Trainingsplattform getestet wurden. Die Teilnehmer*innen wurden eingeladen, sich auf der Plattform zu registrieren und sie zu erkunden sowie einige ihrer Bereiche und Tools zu testen. Einige Teilnehmer*innen meldeten sich auf der Trainingsplattform an, andere wiederum nicht, da in einigen Sitzungen kein technisches Material zur Verfügung stand. Um konkrete Rückmeldungen von den Teilnehmer*innen zu erhalten, wurden ihnen Bewertungsfragebögen

zur Verfügung gestellt, damit das Konsortium analysieren kann, was verbessert werden muss, um die Plattform für alle effizienter und nachhaltiger zu gestalten.

In diesem allgemeinen Bericht wird eine Analyse jedes nationalen Berichts vorgenommen, indem die während der Aktivitäten erzielten Ergebnisse und das gesammelte Feedback zusammengefasst werden.

3. Pilottests der Trainingskurse

Jede Partnerorganisation wählte den besten Weg zur Durchführung ihrer Aktivitäten. Einige entschieden sich dafür, die Pilottests an einem bestimmten Tag für alle Zielgruppen durchzuführen, andere verteilten die Aktivitäten auf verschiedene Termine mit getrennten Gruppen. Einige Pilottests wurden auch virtuell durchgeführt, da einige Teilnehmer*innen nicht persönlich anwesend sein konnten. Die Partner mussten in jedem Land mindestens zehn Schüler*innen/Studierende, fünf Jugendliche, fünf Migrant*innen, fünf Frauen und fünf Senior*innen einbeziehen. Insgesamt sollten also 180 Personen an den Pilottests des Projekts The Missing Entrepreneurs teilnehmen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es den Partnern freigestellt war, diese Aktivitäten auf die für sie am besten geeignete Art und Weise durchzuführen, wobei sie das Gesamtziel der Teilnehmer*innen für das Projekt erreichen mussten.

In diesem Bericht werden die Ergebnisse der Pilottests für jede der Zielgruppen separat analysiert, da jede von ihnen bestimmte Merkmale und Perspektiven aufweist, die ihr Feedback und ihre Ansichten beeinflusst haben könnten. Daher werden in den nächsten Abschnitten dieses Berichts die Pilottests mit Schüler*innen/Studierenden, Jugendlichen, Migrant*innen, Frauen und Senior*innen analysiert.

3.1. Pilottests mit Schüler*innen und Studierenden

Bei der Durchführung der Pilotprojekte mit Schüler*innen/Studierenden musste jeder Partner mindestens zehn Schüler*innen pro Land hinzuziehen – eine Vorgabe, die von jedem Partner erfüllt wurde. Bei AMARIS waren es zehn Schüler*innen, bei APSU zwölf, bei BRI 55 Studierende, bei CSI 34, bei Die Berater zehn Schüler*innen und bei EGINA schließlich 14 S Schüler*innen. Es folgt eine kurze Analyse der von den einzelnen Partnern durchgeführten Aktivitäten:

In jeder Sitzung ermöglichte AMARIS allen Teilnehmer*innen, durch die Plattform zu navigieren und ein bestimmtes Tool aus einem bestimmten Trainingsbereich auszuwählen, das sie während des Pilottests verwenden wollten. An dieser Aktivität waren zehn Schüler*innen beteiligt. Sie testeten die Bereiche E-Commerce und Projektmanagement und gaben an, sie hätten Tools kennengelernt, die sie vorher nicht kannten. Im Allgemeinen gefiel allen Teilnehmer*innen das Design der Plattform, obwohl sie feststellten, dass einige Ressourcen nicht richtig funktionierten, woraufhin AMARIS diese identifizierte und mit der Partnerschaft teilte, um sie während des virtuellen runden Tisches zwischen dem Konsortium zu diskutieren.

APSU arbeitete mit drei lokalen Schulen (Externato Oliveira Martins, Escola Profissional de Cortegaça und Escola Profissional de Espinho) an den Aktivitäten mit Schüler*innen/Studierenden, Jugendlichen, Frauen und Migrant*innen. Für die Aktivitäten mit Schüler*innen wurden zwölf Teilnehmer*innen gewonnen. Die Aktivitäten begannen mit einem schnellen Kahoot-Spiel, bei dem die Teilnehmer*innen ihr Wissen über digitales Unternehmertum testen und somit eine Verbindung zu den Zielen des Projekts herstellen konnten. Nach dem Spiel wurden das Projekt und die Partnerschaft sowie die Trainingsplattform vorgestellt. Die Schüler*innen wurden aufgefordert, sich auf der Plattform zu registrieren und lernten, wie sie dies tun konnten. Der gewählte Bereich war Businessplan und Analytik, und nachdem sie sich mit allen Tools vertraut gemacht hatten, konzentrierte sich die Aufmerksamkeit auf LinkedIn. Die Mehrheit der Schüler*innen zeigte sich sehr zufrieden und interessiert an der Plattform und gab ein sehr positives Feedback. Die meisten von ihnen fanden die Plattform nützlich, insbesondere für ihre Klasse und für Personen, die am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen.

Der BRI-Pilotversuch wurde in einer Sitzung mit 55 Universitätsstudierenden (50 von Universitäten in Syrien und Jordanien und fünf von der ESERP Business & Law School) durchgeführt. Zu Beginn wurden der Bereich Marketing und Kommunikation und die auf der Plattform enthaltenen Tools erläutert. Die Teilnehmer*innen hatten auch Zeit, sich in anderen Bereichen und Tools umzusehen und zu erkunden, und sie konnten Fragen stellen und Feedback geben. Sie interessierten sich auch für den E-Commerce-Bereich und die entsprechenden Tools, sodass auch hierzu ein Überblick gegeben wurde.

CSI engagierte 34 Studierende. Sie alle erkundeten die Plattform des Projekts und fanden sie sehr hilfreich und einfach zu bedienen. Obwohl es beim Testen einige Lücken gab, wie z.B. fehlende Videos oder einige nicht funktionierende Links, fanden sich alle zurecht und konnten die Plattform ausprobieren.

Die Berater entschieden sich bei allen Aktivitäten mit allen Zielgruppen dafür, bestimmte Tools vorzustellen und den Teilnehmer*innen dann Zeit zum selbständigen Erkunden zu lassen, sodass sie die Möglichkeit hatten, sich den allgemeinen Inhalt der Plattform anzueignen und ihn gründlich zu analysieren. Die Testung der Plattform fand in einem so genannten „Jugendkolleg“ statt, sodass alle Jugendlichen gleichzeitig Schüler*innen waren. Die Teilnehmer*innen empfanden die Lernplattform als benutzerfreundlich und nützlich.

EGINA begann die Aktivität mit einem kurzen Überblick über das Projekt, dann wurde die Plattform erklärt, wobei der Schwerpunkt auf Funktionalitäten, Zielen, Belohnungssystemen

und dem Forum lag. Die Schüler*innen wurden in zwei Gruppen eingeteilt und nachdem sie einige Zeit die Plattform erkundet und Ideen ausgetauscht hatten, wurden alle Bereiche der Plattform getestet. Anschließend gaben sie ihr Feedback ab. Sie empfanden es als sehr positiv, dass die Plattform kostenlos ist und für eine internationale Perspektive entwickelt wurde, auch die verwendeten Grafiken und Farben wurden hervorgehoben. Es wurde auch geäußert, dass es von Vorteil wäre, mehr Sprachen zur Verfügung zu haben, sowie eine umfassendere Erklärung des Zwecks und der Aufgabe der Plattform, damit die Nutzer*innen genau wissen, wo und wie sie die Kurse beginnen können. Sie schlugen auch vor, anklickbare Schaltflächen einzubauen, die direkt zu den Ressourcen führen.

3.2. Pilottests mit Jugendlichen

Für die Pilottests mit Jugendlichen musste jeder Partner mindestens fünf Jugendliche pro Land hinzuziehen – eine Vorgabe, die von jedem Partner erfüllt wurde. Bei AMARIS waren neun Jugendliche beteiligt, bei APSU 22 Jugendliche, bei BRI zehn Jugendliche, bei CSI sechs Jugendliche, bei Die Berater zehn Jugendliche und bei EGINA schließlich fünf Jugendliche. Es folgt eine kurze Analyse der von den einzelnen Partnern durchgeführten Aktivitäten:

AMARIS engagierte für die Aktivitäten mit Jugendlichen neun Teilnehmer*innen. Sie testeten die Bereiche Projektmanagement, Markteinführung, Rechnungsstellung und Minimum Viable Product. Allen Teilnehmer*innen gefielen das Aussehen und die Farben der Plattform, aber sie fanden einige Mängel in den Materialien, und einige von ihnen waren der Meinung, dass es besser wäre, einen Leitfaden zu erstellen, um den Lernenden zu vermitteln, wie sie die Plattform richtig nutzen können.

Für diese Aktivität hat APSU ebenfalls mit den bereits erwähnten Schulen zusammengearbeitet. Die Struktur der Präsentation war die gleiche, ebenso wie die getesteten Bereiche und Tools. Das Feedback der Jugendlichen war sehr wichtig für die Verfeinerung des Projektmaterials. Neben einigen mündlichen Rückmeldungen beantworteten die Teilnehmer*innen auch den Online-Fragebogen, in dem sie die Plattform als sehr nützlich bezeichneten und betonten, dass sie optisch sehr ansprechend und auch für ihre Zukunft interessant sei. Sie bewerteten die Plattform positiv und das Feedback war sehr zufriedenstellend.

Die von BRI hinzugezogenen Jugendlichen waren zwischen 20 und 25 Jahre alt. Sie testeten die Kommunikations- und Marketingbereiche und deren Tools. Die fünf Teilnehmer*innen waren

sich einig über die benutzerfreundliche Gestaltung und Struktur der Plattform sowie über die Relevanz und den Nutzen der Ressourcen für ihre berufliche Zukunft.

Am selben Tag wie bei der vorangegangenen Aktivität führte CSI die Pilottests mit sechs Jugendlichen durch. Sie waren zwischen 18 und 27 Jahre alt und sowohl weiblich als auch männlich. Sie erkundeten die Plattform, und alle fanden die Materialien der Plattform sehr interessant. Sie gaben an, einige der digitalen Werkzeuge auch in ihrem täglichen Leben einsetzen zu wollen.

Das Feedback der EGINA-Teilnehmer*innen fiel insgesamt positiv aus. Das Layout der Plattform wurde als interaktiv und benutzerfreundlich gelobt, da es einen autonomen Weg ermögliche und eine nationale und internationale Perspektive biete. Als Hauptnachteil wurden Fehler in der Plattform genannt und die Tatsache, dass sie ein wenig „zerstreut“ ist.

3.3. Pilottests mit Migrant*innen

Für das Pilotprojekt mit Personen mit Migrationshintergrund musste jeder Partner mindestens fünf Teilnehmer*innen pro Land gewinnen – diese Vorgabe wurde von jedem Partner erfüllt. Bei AMARIS waren sechs Migranten beteiligt, bei APSU fünf, bei BRI, CSI und EGINA ebenfalls fünf, und bei Die Berater wurden zehn Migrant*innen hinzugezogen. Es folgt eine kurze Analyse der von den einzelnen Partnern durchgeführten Aktivitäten:

Im Rahmen des Pilottests mit Migrant*innen zog AMARIS sechs Teilnehmer*innen hinzu. Sie testeten die Bereiche e-Commerce und MVP. Sie stellten fest, dass einige Links nicht richtig funktionierten, wodurch diese von AMARIS identifiziert und korrigiert werden konnten.

Für die Tests mit den Migrant*innen entschied sich APSU für einen gemischten Ansatz. Schüler*innen mit Migrationshintergrund aus den Schulen, die an den vorangegangenen Aktivitäten teilgenommen hatten, sowie eine Frau mit Migrationshintergrund, die online teilnahm, wurden einbezogen. Die Organisation der Tätigkeiten war ähnlich wie bei den anderen Aktivitäten. Der getestete Bereich war Wirtschaft und Analytik, und die Rückmeldungen waren sehr positiv, obwohl die Teilnehmer*innen mehr Artikel und Videos auf Portugiesisch und Spanisch (ihren Muttersprachen) vorschlugen.

Insgesamt fünf Migrant*innen nahmen an den Tests von BRI teil. Sie konzentrierten sich auf die Bereiche Projektmanagement, Marketing und Kommunikation sowie die entsprechenden Tools. Die Teilnehmer*innen warfen auch einen Blick auf die Bereiche Branding und E-Commerce. Sie

waren sich einig, dass die Plattform leicht zu verstehen sei, aber mehr Sprache benötigt würde, um die Plattform inklusiver zu gestalten.

CSI konnte fünf Migrant*innen für die Pilottests der Trainingsplattform gewinnen. Ihre Nationalitäten waren griechisch, spanisch, rumänisch und bulgarisch. Sie alle erkundeten die Plattform in englischer Sprache und fanden sie sehr interessant und interaktiv.

Für einige der von Die Berater hinzugezogenen Migrant*innen, die nicht über ausreichende Deutschkenntnisse verfügten, war es schwierig, die Inhalte zu verstehen. Es wäre notwendig gewesen, alles in einfacher Sprache und mit weniger technischen Erklärungen herunterzubrechen. Daher wechselten einige zur englischen Version, was in diesem Fall ein Vorteil war. Anderen wiederum konnte der Trainer bei der Erklärung der Inhalte weiterhelfen.

Bei EGINA waren Migrant*innen aus Kolumbien, Algerien und Polen beteiligt, die alle Bereiche der Plattform getestet haben. Sie waren sehr begeistert von der Initiative, da diese den Menschen helfen könne, neue und unbekannte Möglichkeiten zu erkunden. Sie äußerten jedoch die Befürchtung, die Plattform sei zu technologieorientiert und biete nicht genügend Sprachoptionen an.

3.4. Pilottests mit Frauen

Für die Pilotprojekte mit Frauen musste jeder Partner mindestens fünf Teilnehmerinnen pro Land einbeziehen - diese Vorgabe wurde von jedem Partner erfüllt. Bei AMARIS nahmen 15 Frauen teil, APSU hatte 22 Teilnehmerinnen, bei BRI, CSI und EGINA waren es 5 Frauen und bei Die Berater acht Frauen. Es folgt eine kurze Analyse der von den einzelnen Partnern durchgeführten Aktivitäten:

Die Aktivitäten im Rahmen der Pilottests zielten ebenfalls auf die Einbindung von Frauen ab. Bei AMARIS nahmen 15 Frauen teil, was die Erwartungen übertraf. Sie testeten die Bereiche E-Commerce, Projektmanagement, Branding, Minimum Viable Product und Launching. Einige von ihnen bemängelten das Fehlen eines „Hilfe“-Bereichs sowie einer Option zum Chatten mit anderen Nutzer*innen.

Auch APSU übertraf die Erwartungen, da 22 Frauen an den Pilottests teilnahmen. Bei den Teilnehmerinnen handelte es sich auch um Schülerinnen der Partnerschulen. Sie testeten den Bereich Businessplan und Analytik. Ihr Feedback war sehr positiv, da sie die Plattform als sehr leicht verständlich und übersichtlich empfanden, sie decke die benötigten Bereiche und Tools

ab und sei eine großartige Möglichkeit zur Weiterbildung im Bereich der Unternehmensführung und zur Entwicklung von Fähigkeiten. Auch die Testimonial-Videos fanden großen Anklang.

BRI beteiligte insgesamt fünf Frauen an den Pilottests. Geprüft wurden die Bereiche Projektmanagement und Marketing sowie Kommunikation. Die Teilnehmerinnen fanden auch die Bereiche Rechnungsstellung, Buchhaltung und Gehaltsabrechnung sehr interessant und testeten sie, da sie diese als nützlich und zeitsparend erachteten.

CSI gewann fünf Frauen für das Pilotprojekt. Sie gaben ein ähnliches Feedback wie die vorherigen Teilnehmerinnen und sagten alle, sie würden versuchen, die Plattform zu nutzen, um bessere Möglichkeiten zu finden, ihr Wissen über digitale Tools in all diesen verschiedenen Bereichen zu erweitern.

Acht Frauen nahmen an den Tests von Die Berater teil. Sie wiesen darauf hin, dass einige Schritte ein wenig verwirrend waren, weshalb ein einführender Informationstext einen zusätzlichen Nutzen darstellen würde.

Die von EGINA engagierten Frauen testeten alle Bereiche und waren mit der Plattform sehr zufrieden. Allerdings wiesen sie auf einige Kritikpunkte hin: Die Plattform und die damit verbundenen Inhalte seien für die meisten Nutzer*innen, insbesondere für Anfänger*innen, möglicherweise nicht verständlich; es brauche mehr Klarheit zu den einzelnen Schritten auf der Plattform und mehr Hinweise auf nationale Initiativen/Fördermaßnahmen.

3.5. Pilottests mit Senior*innen

Die Aktivitäten mit den Senior*innen schließlich stellten die Partnerschaft vor größere Schwierigkeiten. Einige Partner waren nicht in der Lage, die erforderliche Mindestzahl an älteren Teilnehmer*innen zu erreichen, andere Partner versuchten jedoch, diese Lücken zu schließen, und die Gesamtzahl wurde erreicht. Die Tatsache, dass es an der Teilnahme von Senior*innen mangelt, zeigt, wie wenig diese soziale Gruppe auch in der Welt des Unternehmertums vertreten ist und wie unterrepräsentiert Senior*innen im Kreis der Unternehmer*innen sind. AMARIS war nicht in der Lage, ältere Teilnehmer für diese Aktivität zu gewinnen, aber APSU und BRI engagierten jeweils 10 Senior*innen und EGINA fünf Senior*innen. CSI gewann eine Person und Die Berater drei Senior*innen. Somit wurde die Gesamtzahl erreicht. Es folgt eine kurze Analyse der von den einzelnen Partnern durchgeführten Aktivitäten:

APSU hatte das Ziel, neun Personen der Senioruniversität Esmoriz sowie eine Lehrkraft aus einer der beteiligten Schulen zu gewinnen. Da alle von ihnen über einen Computer verfügten, wurden sie bei der Erstellung ihrer Konten auf unserer Plattform unterstützt. Der Schwerpunkt lag jedoch auf dem Canva-Tool, nachdem die Teilnehmer*innen nach der Präsentation und Erläuterung der Plattform aufgefordert wurden, eine Weihnachtskarte mit diesem Tool zu erstellen. Das allgemeine Feedback war sehr positiv, sie fanden die Plattform sehr nützlich und ansprechend, insbesondere für Studierende oder Personen, die ihr Unternehmen gründen oder ein Studium aufnehmen. Sie gaben auch an, die Plattform sei nicht optimal für Senior*innen geeignet, insbesondere für diejenigen, die größere Schwierigkeiten im Umgang mit Computern haben: einige Wörter seien nicht so gut erkennbar (die Farben seien nicht kräftig genug), der Inhalt sei ein wenig komplex, sie bräuchten mittelfristig eine Schulung zur Plattform und den Tools, da sie nicht selbstständig mit dem Computer umgehen könnten, außerdem seien Studierende diejenigen, die mehr von der Plattform profitieren könnten. Sie schlugen auch vor, dieses Training in den bestehenden Senioruniversitäten als Trainingskurs für sie zu implementieren.

Insgesamt fünf Senior*innen waren an den Pilottests von BRI beteiligt. Getestet wurden die Bereiche Projektmanagement, Marketing und Kommunikation. Sie testeten auch Branding und das Canva-Tool und hatten Zeit, die „Teste dich selbst“-Aktivität durchzuführen.

CSI konnte lediglich eine ältere Teilnehmerin für die Tests gewinnen. Auch diese Teilnehmerin war sehr zufrieden mit der Plattform. Es traten einige Fragen auf, die der CSI-Moderator jedoch sofort beantwortete, und die Teilnehmerin entschied, die Plattform in ihrer Freizeit weiter erkunden zu wollen.

Drei Senior*innen nahmen an den von Die Berater angebotenen Pilottests teil. Leider war es in den Zeiten der Pandemie schwierig, die Senior*innen zu erreichen. Einige der Anweisungen waren für sie nicht klar verständlich. Ohne den Trainer, der ihnen die Seite zeigte, hätten sie zum Beispiel nicht gewusst, dass sie sich einloggen und Abzeichen verdienen mussten.

EGINA engagierte fünf Senior*innen für die Pilotphase. Die Hauptkritik der Zielgruppe war die mangelnde Zugänglichkeit der Plattform (grafisch und funktionell). Sie betonten, dass die Plattform zu viele Wörter und Listen enthalte und der Lernpfad nicht klar sei.

4. Ergebnisse der Bewertungsfragebögen

Am Ende jeder Aktivität, die von den Projektpartnern angeboten wurde, wurden den Teilnehmer*innen Bewertungsfragebögen ausgehändigt. Diese Fragebögen waren entscheidend, um das Feedback der Teilnehmer*innen über die Plattform und die getesteten Bereiche und Tools einzuholen. Mit diesem Feedback und anderen Vorschlägen, die während der internationalen Rundtischgespräche und Diskussionen zwischen den Partnern eingingen, wird die Trainingsplattform nicht nur bis zum Ende des Projekts, sondern auch danach verbessert werden. Ziel ist es, die Plattform nachhaltig zu gestalten, indem sie bei Bedarf ständig aktualisiert und verbessert werden kann.

In diesem Abschnitt des Berichts werden die Ergebnisse der Fragebögen aller Partner in Stärken, Schwächen, Risiken und Vorschläge unterteilt. Es sollte beachtet werden, dass, obwohl dieses Feedback im Folgenden zusammengefasst dargestellt wird, ein Teil davon unter Berücksichtigung der Eigenschaften und Perspektiven der einzelnen Zielgruppen gegeben wurde und daher manchmal durch deren Antworten und Ansichten beeinflusst worden sein könnte.

Die wichtigsten gesammelten Rückmeldungen waren die folgenden:

Stärken

- Benutzerfreundlich und leicht zu erkunden
- Gut durchdacht und einfach zu bedienen
- Visuell ansprechend
- Multidisziplinäre Plattform, obwohl sie sich auf den Bereich des digitalen Unternehmertums konzentriert
- Sehr nützlich für Personen, die ein Unternehmen gründen wollen oder gerade ihre Berufslaufbahn beginnen
- Reich an interessanten Themen, viele Inhalte für jedes Thema
- Alle Tools vermitteln den Nutzer*innen neue Fähigkeiten oder helfen, diese zu verbessern
- Einführungsvideos in jedem Bereich
- Ermöglicht autonomes Lernen und passt sich den Zeitkapazitäten der Lernenden an
- Das Thema des Projekts selbst, das den Menschen wirklich helfen kann, Möglichkeiten zu finden
- Es führt die Nutzer*innen zu externen Ressourcen und Inhalten

- Förderung der Autonomie der Nutzer*innen, die frei lernen können, wann und wie sie wollen, indem sie die Ressourcen der Plattform, aber auch externe Ressourcen nutzen
- Die Plattform ist sehr nützlich für das tägliche Leben der Menschen, auch für diejenigen, die weniger an einer unternehmerischen Karriere interessiert sind
- Die Abzeichen sind eine Art Zertifizierung für die Nutzer*innen, die ihre Fähigkeiten in diesem Bereich nachweisen

Schwächen

- Videos auf der Plattform, die nicht funktionieren
- Die Plattform wurde für verschiedene Zielgruppen geschaffen, die möglicherweise über sehr unterschiedliche digitale Kompetenzen verfügen
- Der Abschnitt auf der Homepage, in dem die Funktionsweise der Plattform erklärt wird, ist nicht klar und nicht interaktiv; außerdem sollten die einzelnen Schritte auf der Homepage ersichtlich sein
- Der Name der Plattform ist zu lang und schwierig
- Einige Inhalte der Tabellen auf der Plattform sind schwer zu lesen
- Die verwendete Sprache ist zu technikbezogen
- Die verwendete Fachsprache macht einen kleinen Teil der Zugänglichkeit der Plattform aus
- Einige Inhalte sind für die Mehrheit der Nutzer*innen nicht verständlich
- Die Inhalte der Plattform sind zu synthetisch für Menschen, die ihr Wissen vertiefen wollen
- Einige der freigegebenen Videos (z. B. Tutorials) haben keine Untertitel in anderen Sprachen

Risiken

- Die Farben der Plattform sind nicht entspannend
- Die Plattform hat viele Listen und Wörter
- Die Plattform ist über Google schwer zu finden, sie taucht nicht auf, wenn man nach dem Projekt sucht
- Eine dynamische Plattform, bei der man nicht durch die Seiten scrollen muss, würde den Inhalt interaktiver machen
- Die wichtigsten Punkte und Ziele des Kurses sollten stärker betont werden

- Einige Ressourcen sind auf Englisch, was sie für Nicht-Englischsprachige unzugänglich macht
- Die Plattform weist in verschiedenen Abschnitten eklatante Fehler auf
- Das Layout und die Inhalte der Plattform könnten etwas unübersichtlich sein, sodass die Gefahr besteht, dass die Nutzer*innen das Interesse verlieren
- Ohne tatsächliches Training (für Studierende oder Auszubildende) haben die Abzeichen am Ende jedes Quiz vielleicht nicht so viel Wert
- Für Senior*innen könnte die Plattform zu komplex sein und einige Inhalte sind nicht so leicht zu erkennen
- Ohne den Hinweis, dass eine Registrierung erforderlich ist, um ein Abzeichen zu erhalten, könnten die Teilnehmer*innen die Registrierung überspringen oder sogar ihre Kurse auf halbem Weg verlassen

Vorschläge

- Die Nutzer*innen sollten in der Lage sein, auf die verschiedenen auf der Homepage beschriebenen Schritte zu klicken, um zu den einzelnen Abschnitten zu gelangen und/oder ein Popup bzw. eine Erklärung zu diesem speziellen Schritt zu erhalten; außerdem sollten die Schritte nummeriert sein
- Hinzufügen dynamischer Inhalte auf der Grundlage der Aktionen anderer Nutzer*innen, wobei Nachrichten, Kommentare und Empfehlungen hinzugefügt werden können
- Ein Chatbot wäre nützlich, falls einige Teilnehmer*innen während des Kurses Schwierigkeiten haben
- Optimierung der Reaktionsfähigkeit und der Fehlerkorrektur sowie der Gestaltung, um die Plattform ansprechender zu machen; Beachtung der Intuitivität aufgrund der Klickregel
- Implementierung der Plattform an Schulen oder sogar Aufnahme in die laufenden nationalen Bildungsprogramme
- Längere Trainings für die Plattform könnten in den Hochschulen durchgeführt werden
- Quizfragen sollten besser sichtbar sein oder eine auffälliger Farbe haben
- Die Quizfragen könnten mehr Fragen enthalten
- Wann und wie man ein Abzeichen erhält, sollte genauer erklärt werden, da es für die Nutzer*innen nicht klar ist
- Es sollten ein Glossar und ein Abschnitt mit häufig gestellten Fragen (FAQs) eingerichtet werden: Sie würden den Auszubildenden auf ihrem Ausbildungsweg helfen.

- Die kostenlosen Tools sollten deutlicher hervorgehoben werden: die meisten sind kostenlos, und es sollte darauf hingewiesen werden, welche nicht kostenlos sind.
- Die nach Schwierigkeitsgrad gegliederten Trainingstools bieten unterschiedliche Trainingspfade für Nutzer*innen, die von verschiedenen Punkten aus starten (dies sollte auf der Plattform besser sichtbar sein)
- Den Nutzer*innen sollte zu Beginn ein Quiz vorgeschlagen werden, damit sie verstehen, welche Art von unternehmerischen Initiativen ergriffen werden können
- Einige Beispiele von Online-Unternehmen könnten in die Plattform aufgenommen werden
- Mehr Informationen über den Schwierigkeitsgrad, die Ziele oder die für jedes Programm benötigte Zeit zur Verfügung stellen, um ein besseres Vorverständnis für jeden Trainingsabschnitt zu ermöglichen

5. Fazit

Zwischen Oktober und Januar bereitete das „The Missing Entrepreneurs“-Konsortium die im Rahmen des Projekts entwickelten Werke, insbesondere die Trainingsplattform, vor und präsentierte sie. Ziel war es, die von jedem Partner geschaffenen Bereiche und Instrumente mit den Zielgruppen des Projekts zu testen: Schüler*innen bzw. Studierende, Jugendliche, Migrant*innen, Frauen und Senior*innen.

Insgesamt wurde die angestrebte Anzahl an Teilnehmer*innen erreicht. Die größte Schwierigkeit dieses intellektuellen Outputs bestand jedoch darin, die erforderlichen Personen und Gruppen für die Pilottests zu finden, insbesondere im Falle der Senior*innen. Einigen Partnern gelang es nicht, die erforderlichen Teilnehmer*innen zu finden. Dieses Problem wurde jedoch durch zusätzliche Teilnehmer*innen von anderen Partnern ausgeglichen, die in der Lage waren, mehr ältere Teilnehmer*innen zu gewinnen als die erforderliche Mindestanzahl. Eine weitere Schwierigkeit bestand darin, die Anzahl der Teilnehmer*innen bei den Anmeldungen auf der Plattform einzuhalten. Manche Partner stellten fest, dass einige Teilnehmer*innen nicht mit einem Computer an den Aktivitäten teilnahmen oder sich nicht anmelden wollten, was es schwierig machte, eine gute Anzahl von Anmeldungen auf der Plattform zu erreichen.

Eines der Hauptziele dieser Pilottests war es, heterogenes Feedback von den Teilnehmer*innen auf der Grundlage ihrer unterschiedlichen Perspektiven zu sammeln und so die Stärken, Schwächen und Risiken der Plattform sowie Vorschläge zu ermitteln. Mit diesem wertvollen

Feedback wird die Partnerschaft nicht nur in der Lage sein, ihre Arbeit und die Relevanz der Plattform zu erfassen, sondern auch, das Projekt nachhaltiger zu gestalten. Anhand der Rückmeldungen, die bei den internationalen Rundtischgesprächen, den Pilottests und den virtuellen Rundtischgesprächen (zwischen den Projektpartnern) gesammelt wurden, wird die Trainingsplattform in der Zwischenzeit und in der Zukunft verbessert werden. Es ist beabsichtigt, die Plattform alle 3 bis 6 Monate zu aktualisieren, sie auf dem neuesten Stand zu halten (z. B. durch Austausch veralteter Ressourcen) und die Teilnehmer*innen ständig miteinzubeziehen. Das bedeutet auch, dass dieses Pilotprojekt auch in anderen Ländern und Regionen außerhalb der Partnerschaft nützlich sein könnte.

Daher lieferten die Bewertungsfragebögen, in denen Feedback gesammelt wurde, einige wichtige Ideen, welche Art von Verbesserungen an der Trainingsplattform vorgenommen werden müssen. Diese Vorschläge wurden bereits im vorherigen Abschnitt genannt und werden die Weiterentwicklung der Materialien und Inhalte der Trainingsplattform und des Projekts selbst bestimmen. Auch wenn einige der Vorschläge aus dem Feedback der Teilnehmer*innen bereits berücksichtigt (und die Plattform entsprechend verbessert) wurden, besteht der Kompromiss des Konsortiums darin, die Plattform so oft wie möglich zu aktualisieren, zum Beispiel durch neue Inhalte und Materialien. Die Mehrheit der Teilnehmer*innen glaubt an die Fortsetzung und Zukunftsfähigkeit des Projekts; die Aufgabe der Partner ist es nun, dies in die Tat umzusetzen.