



Handbuch zur Übertragbarkeit



**THE
MISSING
ENTREPRENEURS**



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

Project reference number: 2020-1-FR01-KA204-080632

Project title: The Missing Entrepreneurs: Promoting capacity building of Missing Entrepreneurs for inclusive digital entrepreneurship and digital transformation of businesses

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	4
2. Regionale Bedingungen	5
Österreich	6
Zypern	8
Frankreich	10
Italien	11
Portugal	12
Spanien	14
3. Ergebnisse – Pilotphase	15
4. Empfehlung zur Übertragung	148
SWOT-Analyse – mögliche Auswirkungen & Potenzial des Projekts	21
Fazit	22

1. Einführung

The Missing Entrepreneurs wurde in die bestehenden Programme zur Förderung von Unternehmertum integriert und folgt damit einer politischen Empfehlung des OECD-Berichts "The Missing Entrepreneurs 2019". Internationale Erhebungen zeigen, dass Frauen, Migrant*innen, Jugendliche und Senior*innen unter den digitalen Unternehmer*innen in der EU deutlich unterrepräsentiert sind (Eurostat, Arbeitskräfteerhebung, 2019). Die Gründe dafür sind vielfältig, u. a. fehlen Vorbilder für digitales Unternehmertum, ebenso mangelt es an digitalen Kompetenzen. Das Ziel dieses Projekts ist es, eine integrative Kultur für digitale Start-Ups zu schaffen und die Entwicklung digitaler und unternehmerischer Fähigkeiten bei unterrepräsentierten Gruppen wie Frauen, Migrant*innen, Jugendlichen und Senior*innen zu unterstützen.

Dieses Handbuch zur Übertragbarkeit wurde anhand eines Strategieplans entwickelt, der die Umsetzung der Projektergebnisse in anderen Ländern unterstützt. Es ist ein Instrument zur Verbreitung der Materialien und Schlussfolgerungen des Projekts und zur Förderung ihrer horizontalen Verbreitung auf internationaler Ebene. Das folgende Dokument hebt die wichtigsten Faktoren hervor, die bei der Übertragung der Ergebnisse dieses Projekts in andere Länder berücksichtigt werden müssen.

Um einen umfassenden Pfad für die internationale und/oder transnationale Umsetzung zu bieten, wurden jede Partnerregion und ihre individuellen Bedürfnisse beschrieben und analysiert. Darüber hinaus ermöglichten alle Partner einen Überblick über alle notwendigen Bestimmungen und Herausforderungen innerhalb ihres Umsetzungsprozesses. Des Weiteren wurden Stakeholder in Ländern, die nicht in dieser Partnerschaft vertreten sind, konsultiert und gebeten, sich mit den Hauptbereichen dieses Projekts zu befassen - d. h. "Unternehmertum", "Erwachsenenbildung" und "soziale Unterstützung".

2. Regionale Bedingungen

Das Projekt wurde von jedem Partner über verschiedene Kanäle und Verbreitungsnetzwerke durchgeführt. Alle Partner hatten entweder lokale und nationale Stakeholder, die sich ebenfalls für das Projekt engagierten, oder sie waren in der Lage, ihre eigenen Ressourcen und Netzwerke zu nutzen, um dem Projekt einen erheblichen Auftrieb zu geben.

Das Konsortium hat seine Partner und Stakeholder auf lokaler und nationaler Ebene genutzt, um die Plattform bekannt zu machen. Dies geschieht über regelmäßige Newsletter und spezielle Einladungen, Updates sowie Multiplikatorenveranstaltungen. Einige Partner erwarten, dass sie auch außerhalb des Bildungs- und Trainingsrahmens des Konsortiums Interesse wecken werden. Die Pilotierung und die Multiplikatorenveranstaltung für das Projekt waren in Zypern besonders erfolgreich: 76 Teilnehmer*innen besuchten beide Veranstaltungen.

Jene Partner mit einem akkreditierten Trainings- und Bildungsprogramm nutzen auch ihre internen Ressourcen, um auf das Projekt aufmerksam zu machen. So bieten sie auch jungen Lernenden innerhalb ihrer Programme die Möglichkeit, sich mit der Plattform zu beschäftigen. Darüber hinaus wurde die Plattform bereits an Volkshochschulen sowie an lokale und überregionale Schulen mit bestehenden Kooperationen herangetragen. Auch KMUs mit älteren Inhaber*innen zeigten ein gewisses Interesse am digitalen Unternehmertum.

Die folgenden Seiten geben einen Überblick über die regionale Analyse des Projekts. Durch die Konzentration auf das Engagement und die individuellen Anforderungen in jeder Region konnten drei klare Faktoren ermittelt werden.

1. Trotz unterschiedlicher Ursachen und Motivationen weisen alle Partnerregionen Ähnlichkeiten bei den Anforderungen und Bedürfnissen auf.

2. Die Corona-Pandemie war ein wichtiger Faktor für die steigende Nachfrage im elektronischen Handel und hat auch ältere Unternehmer*innen dazu veranlasst, sich stärker mit dem Thema auseinanderzusetzen.

3. In fast allen Regionen gehören Unternehmensplanung und -analyse zu den drei am häufigsten nachgefragten Qualifikationen.

Österreich

Die Plattform stieß auf großes Interesse. Für einige Zielgruppen blieb jedoch eine Sprachbarriere bestehen. Dies betrifft insbesondere Migrant*innen, die Schwierigkeiten mit der deutschen und englischen Sprache haben. Darüber hinaus ist es auch schwierig, einen leicht verständlichen Ansatz zu verfolgen, da die Plattform auch spezifische Themen behandelt, die eine spezielle Terminologie erfordern.

Grundlegende digitale Fähigkeiten sind eine Voraussetzung für die Nutzung der Plattform, und während viele Teilnehmer*innen diese bereits besaßen, waren einige von ihnen, insbesondere Senior*innen, nicht sicher im Umgang mit der Plattform. Bei den selbständigen Nutzer*innen handelte es sich daher vor allem um jüngere Erwachsene, während bei den Senior*innen der Bedarf an Workshops zur Einführung in das Medium deutlich wurde. Die verschiedenen kostenlosen Tools erwiesen sich als sehr benutzerfreundlich. Einige der etablierten Tools, wie Wordpress, Canva, Trello oder Google Workspace, erfreuen sich zudem großer Beliebtheit. Die Teilnehmer*innen sind also nicht nur daran interessiert, neue Fähigkeiten zu erwerben, sondern nutzen die Plattform auch, um ihr Wissen in bereits bestehenden Bereichen zu vertiefen.

Die Corona-Pandemie hatte zudem einen doppelten Effekt auf das Engagement der Senior*innen in Bezug auf die Plattform und das Thema Unternehmertum. Während sie einige dazu motivierte, sich mit Themen wie Digitalisierung und Technologie zu beschäftigen, behinderte sie gleichzeitig die dringend benötigten persönlichen Workshops.

Durch die Übersetzung der Lernplattform ins Deutsche wurde sie für alle deutschsprachigen Länder zugänglich, wodurch ein viel größeres potenzielles Publikum geschaffen wurde. Angesichts dessen, dass es in

Österreich eine große Gruppe intereuropäischer Migrant*innengemeinschaften gibt, hätte eine Übersetzung in andere (besonders osteuropäische) Sprachen den Vorteil, dass sowohl Menschen innerhalb als auch außerhalb des Landes angesprochen werden könnten. Für die am häufigsten nachgefragten Tools gibt es auch Video-Tutorials in fast jeder Sprache sowie Hilfs- und Unterstützungsangebote. Allerdings ist Englisch nach wie vor die vorherrschende Sprache, was für einige Nutzer*innen eine Barriere darstellen kann.

Die folgenden Aspekte sind nach ihrem potenziellen Einfluss und Nutzen in Österreich geordnet:

1. Kommunikation und Marketing (Branding)
2. Projektmanagement
3. Produkteinführung/MVP
4. Ideenfindung
5. Geschäftsplan und Analytik

Zypern

Die Plattform stieß von Anfang an auf großes Interesse – selbst die nur auf Englisch verfügbare Version fand großen Anklang, was eine fundierte Analyse der Bedürfnisse und des Interesses innerhalb der teilnehmenden Gruppen ermöglichte.

Die wichtigsten ermittelten Bedarfswelder waren:

- Wie gründet man ein Unternehmen?
- Wie schreibt man einen Geschäftsplan?
- Wie findet man Finanzmittel?

Eine spezielle Zielgruppe waren Frauen mit Migrationshintergrund, die ebenfalls großes Interesse an der englischen Plattform zeigten, aber nicht über die notwendigen digitalen Fähigkeiten verfügten, um sie vollständig zu nutzen. Während der offenen Pilotphase, in der keine Registrierung erforderlich war, wurde die Plattform in hohem Maße genutzt. Nach der Einführung einer Registrierungsschranke ging das Engagement zurück bzw.

konnte nicht auf die ursprünglichen Nutzer*innen zurückgeführt werden, sondern verlagerte sich auf eine andere Gruppe von Nutzer*innen.

Im Allgemeinen stehen KMUs in Zypern vor der Schwierigkeiten der Unternehmensgründung sowie vor Problemen bei der Verwaltung von Einnahmen, Ausgaben und der Verteilung von Gehältern.

Vielen Arbeitgeber*innen und Arbeitnehmer*innen mangelt es auch an Fähigkeiten, ihren Arbeitsalltag zu organisieren und praktische Techniken und Software zu nutzen. Sie sehen sich mit einem kleinen Markt konfrontiert, der ein gutes Netzwerk und hohe Marketingfähigkeiten erfordert, können sich aber nicht sicher auf ihm bewegen.

Der zypriotische Markt hat sich in den letzten Jahren verändert und viele Unternehmen sind dazu übergegangen, ihre Dienstleistungen online anzubieten (auch aufgrund der Corona-Pandemie). Die Fähigkeit, mit der Zunahme des elektronischen Geschäftsverkehrs umzugehen, ist daher von großer Bedeutung.

Die folgenden Aspekte sind nach ihrem potenziellen Einfluss und Nutzen in Zypern geordnet:

1. Geschäftsplan & Analytik
2. Projektmanagement
3. Kommunikation und Marketing
4. Elektronischer Handel
5. Fakturierung, Buchhaltung und Gehaltsabrechnung

Frankreich

Die Untersuchung der Bedürfnisse in Frankreich zeigte, dass die Mehrzahl der Personen mit Unternehmertum vertraut war, die meisten jedoch Probleme mit dem Finanz- und Zeitmanagement hatten und nicht wussten, wie man ein Unternehmen führt / anpasst.

Darüber hinaus mangelte es an allgemeinem Wissen zu digitalem Unternehmertum. Die meisten Teilnehmer*innen zogen entweder die Möglichkeit einer digitalen Unternehmertätigkeit nicht in Betracht oder

verfügten nicht über genügend technisches Wissen, um eine solche Initiative zu verwirklichen. Darüber hinaus erwies sich die Webentwicklung als ein stark vernachlässigter, aber wichtiger Aspekt für digitale Unternehmen.

Von den Unternehmensgründer*innen hatten einige wenige Probleme mit der Entwicklung solider Geschäftspläne und der umfassenden Nutzung von Datenanalysen. Die Ausbildung dieser Fähigkeiten ist nach wie vor wichtig für das Wachstum und die Nachhaltigkeit von neuen Unternehmen.

Daher wurden die folgenden Aspekte nach ihrem potenziellen Einfluss und Nutzen in Frankreich geordnet:

1. Kommunikation und Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)
2. Geschäftsplan und Analytik
3. Produkteinführung / MVP (Webentwicklung)
4. Fakturierung, Buchhaltung und Gehaltsabrechnung (Finanzen)

Italien

Die Fokusregion ist vor allem durch kleine und familiengeführte Unternehmen geprägt, die nach traditionellen Geschäftsmodellen arbeiten und sich daher noch nicht in den digitalen Raum gewagt haben. Diese Konstellation führt dazu, dass die jüngeren Generationen die ersten sind, die daran interessiert sind, ihre bestehenden Familienunternehmen digital zu erweitern. Die Online-Präsenz ist immer wichtiger geworden, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Die Plattform ist daher vor allem für junge Berufstätige und Studierende interessant, während ältere Menschen von diesem Sektor weitgehend abgeschnitten sind. Allerdings sind die digitalen Kompetenzen in Italien generell gering, das Land rangiert an letzter Stelle in Europa.

Außer bei Senior*innen fand die Plattform auch bei Migrant*innen wenig Anklang, die zudem Schwierigkeiten bei der Nutzung der Plattform aufgrund von Sprachbarrieren angaben.

Die Zahl der Start-Ups in Italien nimmt stetig zu, sodass ein großer Bedarf an Kenntnissen über die Gründung und Planung eines Unternehmens und die

Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit entsteht. Darüber hinaus ist auch die Nachfrage nach organisatorischem Fachwissen stark angestiegen. Die Plattform bietet daher Tools, die sich für alle Arten von Unternehmen eignen.

Abschließend wurden die folgenden Aspekte nach ihrem potenziellen Einfluss und Nutzen geordnet:

1. Kommunikation und Marketing, E-Commerce
2. Geschäftsplan und Analytik
3. Projektmanagement

Portugal

Auf dem portugiesischen Markt gibt es einen Mangel an Personen, die in digitalen Unternehmen oder als digitale Unternehmer*innen tätig sind. Die Menschen besitzen in der Regel "physische" Unternehmen und nutzen Social Media nur, um für ihre Arbeit/Produkte zu werben – so bleibt das volle Potenzial der digitalen Welt ungenutzt.

Während des gesamten Prozesses erwies es sich als besonders schwierig, mit Fachleuten und digitalen Unternehmer*innen, insbesondere aus Migrant*innengruppen, in Kontakt zu treten. Die Testteilnehmer*innen waren daher hauptsächlich Studierende und junge Erwachsene, obwohl die meisten von ihnen kein Interesse am Unternehmertum hatten. Es erwies sich als äußerst schwierig, Engagement zu wecken und Anmeldungen zu verbuchen – auch aufgrund einer fehlenden Unternehmerkultur bei den Zielgruppen.

In Portugal gibt es viele KMUs (99,3 % der portugiesischen Unternehmen sind klein oder mittelgroß), und eine der größten Herausforderungen für diese Unternehmer*innen ist es, zu wissen, wie man ein Unternehmen gründet/plant und wie man es erfolgreich und einzigartig hält. Einer beträchtlichen Anzahl von KMU-Inhaber*innen mangelt es auch an finanziellen Kenntnissen, um ihr Unternehmen gewinnbringend zu führen. Diese Unternehmer*innen haben oft große Schwierigkeiten, sich von der Konkurrenz abzuheben – oder auch nur mit ihr mitzuhalten.

Die große Mehrheit der lokalen Unternehmer*innen nutzt Social Media (wie Facebook und Instagram) nur, um für ihr Unternehmen zu werben. Für einige mag das ausreichen, aber Webentwicklung und -programmierung bieten einen Mehrwert und sind der Schlüssel zur weiteren Geschäftsentwicklung. Die Zahlen zeigen auch, dass viele Unternehmen ohne die richtigen Managementfähigkeiten arbeiten, was sich in einer geringen Motivation der Angestellten widerspiegelt.

Die Aspekte der Plattform, die das größte Potenzial für die Nutzung in Portugal haben, sind wie folgt geordnet:

1. Geschäftsplan und Analytik
2. Fakturierung, Buchhaltung und Gehaltsabrechnung (Finanzen)
3. Kommunikation und Marketing (Branding)
4. Produkteinführung/MVP (Webentwicklung)
5. Projektmanagement

Spanien

Die Haupthindernisse, denen sich Unternehmer*innen in Spanien bei der Gründung digitaler Unternehmen gegenübersehen, sind Zeitmangel, wirtschaftliche Probleme und gelegentlich der hohe bürokratische Aufwand, der mit der Gründung eines Unternehmens einhergeht. Eines der wichtigsten ermittelten Bedürfnisse ist das Interesse der Unternehmer*innen an der Digitalisierung. Die meisten Teilnehmer*innen des Pilotprojekts und der Multiplikatorenveranstaltung waren sich einig, dass eine Online-Präsenz heutzutage unerlässlich ist. Kleine Unternehmen versuchen, ihre Effizienz zu steigern, indem sie Online-Shops betreiben und ihre Dienstleistungen und Produkte über soziale Netzwerke bewerben.

Außerdem hat die Corona-Pandemie vielen spanischen Unternehmer*innen das Potenzial und die Notwendigkeit eines Online-Shops vor Augen geführt. Dies führte zu einem grundlegenden Umdenken, und die Unternehmer*innen versuchen, ihre Dienstleistungen und Produkte online zu bewerben.

Unternehmer*innen, die ein kleines Unternehmen gründen, benötigen grundlegende Projektmanagement-Tools, da sie ihnen helfen, ihre Projekte und Aktivitäten zu organisieren und zu überblicken. Spanische Unternehmer*innen haben nach der COVID-19-Krise das Potenzial und die Notwendigkeit von Online-Shops erkannt. Aus diesem Grund wollen die meisten Unternehmer*innen, unabhängig von der Dienstleistung oder dem Produkt, das sie verkaufen, online präsent sein.

Die Schwierigkeiten, mit denen sie konfrontiert sind, sind jedoch ein Mangel an Informationen und Schwierigkeiten bei der Umsetzung.

1. Kommunikation und Marketing
2. Projektmanagement
3. E-Commerce

3. Ergebnisse – Pilotphase

Zwischen Oktober und Januar bereitete das Konsortium "The Missing Entrepreneurs" die im Rahmen des Projekts entwickelte Arbeit, 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: Studierende, junge Menschen, Migrant*innen, Frauen und Senior*innen.

Insgesamt wurde die endgültige Anzahl an Teilnehmer*innen erreicht, allerdings bestand die größte Schwierigkeit dieses intellektuellen Outputs darin, die notwendigen Personen für die Pilotphase zu finden, insbesondere die Senior*innen. Einige Partner waren nicht in der Lage, die benötigten Teilnehmer*innen zu finden. Diese Schwierigkeit wurde jedoch durch zusätzliche Teilnehmer*innen anderer Partner gelöst, die in der Lage waren, mehr ältere Teilnehmer*innen als die erforderliche Mindestanzahl zu finden. Eine weitere Schwierigkeit bestand darin, diese Anzahl an Teilnehmer*innen mit den Anmeldungen auf der Plattform in Einklang zu bringen. Einige Partner stellten fest, dass manche 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 Pilotversuche war es, heterogenes Feedback von den Teilnehmer*innen auf Basis ihrer unterschiedlichen Perspektiven zu sammeln und so die Stärken, Schwächen und Gefahren der Plattform sowie Verbesserungsvorschläge zu ermitteln. Mit diesem wertvollen Feedback wird die Partnerschaft nicht nur in der Lage sein, die Relevanz ihrer Arbeit und der Plattform zu erfassen, sondern auch, das Projekt nachhaltig zu gestalten. Anhand der Rückmeldungen, die bei den nicht-nationalen Rundtischgesprächen, den Pilottests und den virtuellen Rundtischgesprächen (zwischen den Projektpartnern) gesammelt wurden, wird die Trainingsplattform zwischenzeitlich und auch in Zukunft verbessert werden. Geplant ist, die Plattform alle drei bis sechs Monate zu aktualisieren, um sie auf dem neuesten Stand zu halten (z. B. durch die Auswechslung

veralteter Ressourcen) und die Teilnehmer*innen kontinuierlich einzubinden. Das bedeutet auch, dass dieses Pilotprojekt auch in anderen Ländern und Regionen außerhalb der Partnerschaft eingesetzt werden könnte.

Daher lieferten die Bewertungsfragebögen, mit denen das Feedback gesammelt wurde, einige wichtige Ideen, welche Art von Verbesserungen an der Trainingsplattform vorgenommen werden müssen. Diese Vorschläge wurden bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt und werden die Verfeinerung der Materialien und Inhalte der Trainingsplattform und des Projekts selbst bestimmen. Die Mehrheit der Teilnehmer*innen glaubt an die Kontinuität und Nachhaltigkeit des Projekts. Daher ist es die Aufgabe der Partner, dies zu verwirklichen.

4. Empfehlung zur Übertragung

Um ein umfassendes Verständnis einer internationalen und/oder transnationalen Umsetzung zu ermöglichen, konsultierte jeder Projektpartner Stakeholder in Ländern, die nicht in der Partnerschaft vertreten sind, zu den Themen “Unternehmertum”, “Erwachsenenbildung” und “Soziale Unterstützung”.

Die virtuellen Rundtischgespräche bestanden aus zwei Teilen:

Teil 1 – Präsentation des Projekts und seiner Ergebnisse - diese wurden unter “2. regionale Bedingungen” und “3. Ergebnisse – Pilotphase” zusammengefasst

Teil 2 – Rundtischgespräche über die Übertragbarkeit der Projektergebnisse auf Länder, die nicht im Konsortium vertreten sind

Die Ergebnisse der Rundtischgespräche zeigten, dass die Projektplattform aufgrund ihres intuitiven und durchdachten Designs sowie ihres klaren und zugänglichen Inhalts gut angenommen wird. Das Konzept erwies sich als flexibel und anpassungsfähig für eine einfache Übertragung auf andere Systeme. Ein entscheidender Aspekt der Übertragbarkeit war die persönliche Beteiligung der Teilnehmer*innen. Durch die Berücksichtigung globaler Fähigkeiten und Kompetenzen und die Verwendung eines umfassenden Ansatzes erwies sich die Plattform als anpassungsfähig für jede individuelle Nutzung innerhalb der Partnerländer und als sehr vielversprechend für andere Länder.

Der umfassende Ansatz war besonders nützlich für Personen, die ihre Fähigkeiten in bestimmten Bereichen erweitern wollten, aber auch für den Einsatz in Bildungseinrichtungen. Dies zeigte jedoch auch die Unterschiede in den nationalen Strukturen sowie die Stärke des auf Fähigkeiten und Kompetenzen ausgerichteten Ansatzes. Indem jede*r Nutzer*in die Freiheit erhält, einen spezifischen Lernplan nach den eigenen Bedürfnissen zusammenzustellen, werden sowohl individuelle als auch kollektive Lernsituationen abgedeckt. Die vermittelten notwendigen

unternehmerischen Fähigkeiten waren daher für jedes Partnerland und jede Region gleichermaßen geeignet.

Die wichtigsten Ergebnisse der oben erwähnten Rundtischgespräche sind im Folgenden zusammengefasst. Die teilnehmenden Länder waren Bulgarien, Deutschland, Malta, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Slowenien und die Türkei.

Die Teilnehmer*innen lobten die Plattform sehr, insbesondere das Layout/Design der Plattform und die Auswahl der Inhalte. Sie äußerten sich dahingehend, dass sowohl die ausgewählten Bereiche als auch die Tools für das digitale Unternehmertum und die beteiligten Zielgruppen sehr relevant seien.

Die Teilnehmer*innen waren der Meinung, das Forum auf der Plattform habe ein großes Potenzial und solle genutzt werden, um die Reichweite und den Einfluss des Projekts zu vergrößern und ein Netzwerk von Unternehmer*innen, Interessierten und Menschen, die in diesem Bereich tätig werden wollen, zu schaffen. Die Mehrheit der Teilnehmer*innen an den Rundtischgesprächen war sich auch einig, dass die Plattform das Potenzial habe, auch in Bereichen genutzt zu werden, die nicht mit dem Unternehmertum zusammenhängen, wie z. B. allgemeines Grafik- und Web-Design.

Diese Teilnehmer*innen erwähnten, dass die Plattform für neue Unternehmer*innen in ihren Wohnsitzländern sehr nützlich und hilfreich wäre und auch in ihren Klassen (einige von ihnen waren Lehrkräfte) verwendet werden könnte. Allerdings merkten sie auch an, dass es schwieriger sein könnte, ältere Menschen zu erreichen - eine Erfahrung, die auch schon während des Pilotprojekts gemacht wurde. Generell wird das digitale Umfeld jedoch Menschen mit bereits vorhandenen digitalen Kenntnissen viel mehr entgegenkommen als anderen. Diese würden auch in der Selbstlernphase viel besser abschneiden als diejenigen, die nicht über genügend Kenntnisse und Erfahrungen verfügen.

Viel Potenzial wurde auch in den Bereichen Kommunikation und Marketing sowie E-Commerce gesehen. Insbesondere für ländliche Gebiete bietet die

Plattform ein großes Potenzial für die Förderung des digitalen Unternehmertums im Agrarsektor.

Ein wichtiger Faktor für alle Stakeholder waren Sprachbarrieren. Alle Teilnehmer*innen waren sich einig, dass die Plattform zumindest in den Landessprachen verfügbar sein müsse, um eine sinnvolle Wirkung zu entfalten. Eine Übersetzung in weitere Sprachen, um auch Migrant*innengruppen einzubinden, wäre zusätzlich von großem Wert. So könnten Plug-in-Übersetzer – auch wenn sie nicht immer die beste Option sind – den Nutzer*innen zumindest eine Erleichterung bringen. Die englische Version bietet aber auch die Möglichkeit, sich mit der spezifischen englischen Terminologie vertraut zu machen und das internationale Profil eines Unternehmens zu verbessern.

Viele Teilnehmer*innen stimmten auch darin überein, dass weitere Informationen darüber, wie man ein Unternehmen im Land des Wohnsitzes gründen kann, von zusätzlichem Nutzen wären. Dazu würden auch regionalspezifische Informationen über Finanzen, Steuern, Rechnungen, Buchhaltung, “Wie macht man das?”, “Mit wem muss man sprechen?”, “Wie geht man mit allen Hindernissen im Zusammenhang mit einer Unternehmensgründung um?”, Ansprechpartner*innen und Institutionen, Fragen der sozialen Sicherheit usw. gehören. Um dies überschaubar zu halten und zu vermeiden, dass die Informationen veralten, wären Verweise und Links zu offiziellen Websites ein ratsamer erster Schritt.

Bei den Rundtischgesprächen wurde auch festgestellt, dass die Plattform nur mit rudimentären digitalen Kenntnissen erfolgreich genutzt werden kann, weshalb es ratsam wäre, sie mit wiederkehrenden Workshops und mehr Anleitung für die Nutzer*innen zu ergänzen. Es wurde auch erwähnt, dass diese Workshops auch auf Themen wie rechtliche Anforderungen für Unternehmensgründungen sowie Datenschutz- und Urheberrechtsfragen ausgeweitet werden könnten. Diese könnten in Partnerschaft mit den jeweiligen lokalen Einrichtungen und Organisationen durchgeführt werden.

SWOT-Analyse der möglichen Auswirkungen und des Potenzials des Projekts



STRENGTHS/STÄRKEN

- Optisch ansprechend und intuitiv
- Einfache/klare Benutzeroberfläche
- Kompakt gesammelte und kuratierte Informationen
- Umfassender Ansatz
- Struktur und Inhalt
- Einsatz von Erklärungsvideos
- Abzeichen als Motivation zum Lernen
- Inhalte sind frei zugänglich



WEAKNESSES/SCHWÄCHEN

- Zugang für ältere Menschen
- Zugang für Personen mit geringen digitalen Kenntnissen
- Sprachbarriere für Migrant*innen
- Fehlende Einführung in digitale Kompetenzen



OPPORTUNITIES/MÖGLICHKEITEN

- Einbeziehung relevanter regionaler Informationen
- Vielfältigkeit des Kurses – es können mehr Personengruppen angesprochen werden
- Mehr Informationen darüber, wie man angehenden Unternehmer*innen helfen kann, ihr eigenes Unternehmen zu gründen, je nach Land, in dem sie wohnen
- Der Umfang des Kurses ist sehr breit gefächert, die Teilnehmer*innen können sich mit allen Bereichen und Instrumenten beschäftigen und nur jene auswählen, die ihnen wichtig sind
- Einbindung der Plattform in den Lehrplan von Schulen oder als Trainingskurs für Ausbildungszentren oder sogar Universitäten für Senior*innen..



THREATS/BEDROHUNGEN

- Übersetzungen der Plattform in verschiedene Sprachen
- Kein zusätzliches Trainingsangebot für die Zielgruppen in Bezug auf nicht-technische Fähigkeiten, wie z. B. Soft Skills
- ständige Aktualisierung der Ressourcen
- Angebot zusätzlicher Trainings für die Zielgruppen zur Nutzung der Plattform oder zu anderen Fähigkeiten
- Fehlen weiterer Sprachen
- Materialien, die nicht mehr zugänglich sind
- Keine regelmäßigen Aktualisierungen der Plattform
- Fehlende Eigenmotivation für das selbständige Lernen

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Projekt bei Partnern, Stakeholdern und Teilnehmer*innen ein überwältigendes Echo gefunden hat. Es wurde viel Lob für die Zusammenstellung und Anpassung der Inhalte sowie für das Design, die Benutzeroberfläche und die Benutzerfreundlichkeit ausgesprochen.

Die für jeden Abschnitt vorgestellten Instrumente wurden sorgfältig ausgewählt und entsprechen in hohem Maße den jeweiligen Bedürfnissen. Die Vielfalt der ausgewählten Tools trägt auch zu den unterschiedlichen Bedürfnissen und Qualifikationsniveaus der Nutzer*innen bei. Darüber hinaus wurde die spielerische Gestaltung des Lernprozesses durch die Verwendung von Abzeichen sehr positiv aufgenommen. Es wurde auch vorgeschlagen, die Plattform in die Lehrpläne von Schulen aufzunehmen, um die Lernenden auf den Arbeitsmarkt und die Berufslaufbahn vorzubereiten.

Darüber hinaus könnten spezifische Abschnitte für unterrepräsentierte Zielgruppen (z. B. personalisierte Rückmeldungen für Frauen/Migrant*innen) in die Trainingsinhalte aufgenommen werden. So würden beispielsweise Senior*innen eine Anleitung erhalten, wie sie schrittweise in das Training einsteigen können, wenn sie keine technischen Kenntnisse haben. Darüber hinaus könnten die Zielgruppen auch zusätzliche Trainings zu nicht-technischen Fähigkeiten, wie etwa Soft Skills, erhalten.

Es wird davon ausgegangen, dass die Plattform im Rahmen anderer Projekte zum Thema Unternehmertum beworben und verbreitet werden wird, da sich die Materialien als sehr hilfreich für potenzielle Unternehmer*innen erwiesen haben.