



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



EBOOK

QUICKSTART TO DIGITAL ENTREPRENEURSHIP FOR WOMEN

DIGI-WOMEN PROJECT

TECHNISCHE INFORMATION EN

Projekt-Bezeichnung: DIGI-Women (Digitales Unternehmertum)

Projekt-Referenz: ADU-Bildung 2021-2-BE02-KA210-ADU-000049275

Programm: Erasmus+

Schlüsselaktion: Kleinere Projekte

Credits:



Projektkoordinator: Elnaz Shadras

Herausgeber: Maria José Sousa

Technisches Lektorat: Rasmus Pechuel

Projektteam und Autoren:

ITMA: Maria José Sousa und Álvaro Rocha

Stimmen der Welt: Elnaz Shadras Geniales

Wissen: Rasmus Pechuel

Projekt-Referenz: ADU-Bildung 2021-2-BE02-KA210-ADU-000049275

Redaktionelle Überarbeitung: Alle Autoren

DOI: 10.13140/RG.2.2.21293.87527

Lizenz CC BY 4.0



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

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Meinung der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung.....	4
Kapitel 1: Digitales Unternehmertum: Navigieren in einer sich wandelnden Landschaft.....	18
Kapitel 2 - Fallstudien zu digitalen Unternehmen.....	22
Kapitel 3: Der Geschäftsplan.....	40
Kapitel 4: Finanzmanagement.....	50
Kapitel 5: Marketingstrategie und Aufbau Ihrer Online-Präsenz.....	56
Kapitel 6: Rechtliche und regulatorische Erwägungen.....	62
Zu konsultierende Referenzen.....	64
DIGI - WOMEN Kurs.....	66
Liste der inspirierenden Unternehmen.....	68
Glossar der Begriffe des digitalen Unternehmertums.....	78

EINFÜHRUNG

Dieses eBook soll Menschen dazu inspirieren und ermutigen, ihre innovativen Ideen in erfolgreiche digitale Unternehmen zu verwandeln. Innovation ist die treibende Kraft des Fortschritts und hat die Macht, die Welt zu verändern.

Digitales Unternehmertum, die Nutzung digitaler Technologien und Plattformen zur Gründung und Verwaltung von Unternehmen, hat sich weltweit zu einer transformativen Kraft entwickelt. Im heutigen digitalen Zeitalter ist die aktive Beteiligung von Frauen am Unternehmertum nicht nur eine Frage der Gleichberechtigung, sondern ein strategischer Imperativ für die Weltwirtschaft. Unternehmerinnen bringen einzigartige Perspektiven und Erfahrungen mit, die wesentlich zu Wirtschaftswachstum und Innovation beitragen. Studien haben gezeigt, dass Unternehmen mit vielfältigen Führungsteams in der Regel innovativer und finanziell erfolgreicher sind. Von Frauen geführte digitale Unternehmen stehen an der Spitze der Entwicklung neuer Technologien, Produkte und Dienstleistungen, die ein breiteres Spektrum von Verbrauchern ansprechen.

Darüber hinaus bietet das digitale Unternehmertum eine einzigartige Gelegenheit, geschlechtsspezifische Ungleichheiten zu beseitigen. In der Vergangenheit stießen Frauen beim Zugang zu traditionellen Unternehmensressourcen und -netzen auf Hindernisse. Der digitale Bereich gleicht jedoch das Spielfeld aus und ermöglicht es Frauen, diese Barrieren zu überwinden und auf gleicher Augenhöhe mit Männern zu konkurrieren. Unternehmerinnen im digitalen Bereich dienen als starke Vorbilder, die künftige Generationen von Frauen dazu inspirieren, ihre eigenen unternehmerischen Vorhaben zu verfolgen. Ihr Erfolg erschüttert Stereotypen und zeigt, dass das Geschlecht kein Hindernis für die Verwirklichung der eigenen Träume sein sollte.

Außerdem sind Frauen im digitalen Unternehmertum gut positioniert, um die besonderen Herausforderungen anzugehen, mit denen Frauen in verschiedenen Lebensbereichen konfrontiert sind. Sie sind in der Lage, innovative Lösungen für Themen wie geschlechtsspezifische Gewalt, Gesundheit, Bildung und Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu entwickeln und zu fördern. Ihre aktive Beteiligung fördert ein integrativeres unternehmerisches Ökosystem, indem sie die Schaffung von Unterstützungsnetzen, Mentorenprogrammen und Finanzierungsmöglichkeiten speziell für Unternehmerinnen anregt. Dieses Umfeld ermöglicht es Frauen, sich zu entfalten und Unternehmen zu gründen, die auf die Bedürfnisse der verschiedenen Gemeinschaften eingehen.

Darüber hinaus ist die Förderung der Beteiligung von Frauen am digitalen Unternehmertum von entscheidender Bedeutung für die globale Wettbewerbsfähigkeit der Nationen. Um im digitalen Zeitalter wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen die Länder das Potenzial ihrer Bevölkerung voll ausschöpfen. Frauen bringen wertvolle Fähigkeiten, Talente und Kreativität mit. Sie sind maßgeblich an der Entwicklung digitaler Lösungen beteiligt, die ein breites Spektrum von Verbrauchern ansprechen, einschließlich des erheblichen Anteils von Frauen in fast allen Branchen. Dadurch wird nicht nur die Nachfrage der Verbraucher befriedigt, sondern es werden auch Arbeitsplätze geschaffen und die wirtschaftliche Stabilität gefördert.

Daher ist die aktive Beteiligung von Frauen am digitalen Unternehmertum von entscheidender Bedeutung für das Wachstum, die Innovation und die Inklusivität der globalen Wirtschaft. Ihre Beiträge tragen dazu bei, die Kluft zwischen den Geschlechtern zu schließen und künftige Generationen zu inspirieren. Durch die Einbeziehung und Unterstützung von Frauen in diesem Bereich positionieren sich Gesellschaften und Volkswirtschaften für den Erfolg im digitalen Zeitalter. Die Bedeutung von Frauen im digitalen Unternehmertum kann nicht hoch genug eingeschätzt werden - es ist eine Win-Win-Situation, von der Einzelpersonen, Unternehmen und Nationen gleichermaßen profitieren.

Um die Entwicklung des digitalen Unternehmertums zu operationalisieren, sollten Sie, wenn Sie an die Gründung eines Unternehmens denken, Folgendes in Betracht ziehen:

1. Machen Sie sich Ihre einzigartigen Ideen zu eigen: Jedes große digitale Unternehmen begann mit einer einzigartigen Idee. Scheuen Sie sich nicht, anders zu denken und den Status quo in Frage zu stellen.

2. Leidenschaft ist der Treibstoff für Innovation: Leidenschaft ist der Treibstoff, der Sie antreibt, wenn es schwierig wird. Glauben Sie von ganzem Herzen an Ihre Idee, und Ihr Enthusiasmus wird andere dazu inspirieren, sich Ihrer Sache anzuschließen.

3. Lernen und anpassen: Die digitale Landschaft entwickelt sich ständig weiter. Lernen Sie lebenslang und halten Sie sich über die neuesten Trends und Technologien auf dem Laufenden. Anpassungsfähigkeit ist der Schlüssel zum Erfolg.

4. Vorwärts scheitern: Scheitern ist nicht das Ende; es ist ein Sprungbrett zum Erfolg. Viele erfolgreiche Unternehmer haben Rückschläge erlitten, bevor sie ihre Ziele erreicht haben. Nutzen Sie Misserfolge als wertvolle Lernerfahrungen.

5. Bauen Sie ein starkes Netzwerk auf: Umgeben Sie sich mit Mentoren, Beratern und einem unterstützenden Netzwerk. Lassen Sie sich von denjenigen beraten, die den Weg vor Ihnen gegangen sind. Ihre Einsichten können unbezahlbar sein.

6. Fokus auf Nutzerbedürfnisse: Innovationen sollten ein Problem lösen oder ein Bedürfnis befriedigen. Hören Sie Ihrer Zielgruppe zu und verstehen Sie ihre Probleme. Ihre digitale Lösung sollte ihr Leben besser oder einfacher machen.

7. Iterieren und verfeinern: Ihre ursprüngliche Idee muss vielleicht noch verfeinert werden. Scheuen Sie sich nicht, zu iterieren und verbessern. Kontinuierliche Verbesserung ist das Markenzeichen erfolgreicher Unternehmen.

8. Bleiben Sie widerstandsfähig: Der Aufbau eines digitalen Unternehmens ist ein Marathonlauf, kein Sprint. Es wird Herausforderungen und Rückschläge geben, aber Durchhaltevermögen ist das, was Ihnen helfen wird, durchzuhalten und Ihre Ziele zu erreichen.

9. Feiern Sie kleine Siege: Warten Sie nicht auf den großen Erfolg, um ihn zu feiern. Anerkennen Sie und kleine Siege auf dem Weg zu feiern. Das hält die Motivation hoch.

10. Träumen Sie groß: Ihre innovative Idee kann eine globale Wirkung haben. Schränken Sie Ihre Vision nicht ein. Träumen Sie groß und arbeiten Sie unermüdlich daran, diesen Traum Wirklichkeit werden zu lassen.

11. Geben Sie etwas zurück: Während Ihr digitales Unternehmen wächst, sollten Sie überlegen, wie Sie Ihrer Gemeinde etwas zurückgeben oder Dinge unterstützen können, an die Sie glauben. Eine positive Wirkung zu erzielen, ist ein starker Motivator.

12. Niemals aufhören zu innovieren: Auch wenn Ihr digitales Unternehmen etabliert ist, sollten Sie nie aufhören, innovativ zu sein. Die Welt verändert sich ständig, und der Schlüssel zum langfristigen Erfolg liegt darin, innovativ zu bleiben.

Im Folgenden finden Sie einige Beispiele für Unternehmen, die von gefährdeten Frauen gegründet wurden:

FLORENCE DERCK UND DIANE VAN IMPE

Sie konzipierten "Demain Art" als digitalen Marktplatz zur Unterstützung aufstrebender Künstler in Belgien, die nicht von Galerien vertreten werden, und wollen die lokale Kunstgemeinschaft stärken. Sie streben an, dass Demain Art einen Ruf als führende Kraft in der Kunstwelt erwirbt, die für die Entdeckung und Förderung junger Talente bekannt ist und gleichzeitig hochwertige Kunstwerke zu erschwinglichen Preisen anbietet. Für ihre Idee und deren Umsetzung wurden sie mit dem Bold Future Award ausgezeichnet.

Website: <https://www.demainart.com/-home/>



SANDRA MANAY

Eine peruanische Einwanderin, die peruanische Kunsthandwerker und handgefertigte Stücke verkauft, um die Frauen ihrer Gemeinde in Peru zu stärken, indem sie ihre Produkte digital verkauft und so viel mehr Menschen erreicht, als es ein Laden auf dem Land könnte.

Geschichte: <https://www.youtube.com/watch?v=784ruzmebxg>

Website: <https://www.lunasundara.com>



DENISE WOODARD

Denise Woodard hatte es schwer, gesunde Snacks für ihre Tochter zu finden, bei der eine schwere Lebensmittelallergie diagnostiziert wurde. Aus Frustration über den Mangel an Möglichkeiten beschloss sie, ihr eigenes Unternehmen für verpackte Waren zu gründen, wurde aber von 86 Investoren (!) abgelehnt.

Nachdem sie sich die Investition gesichert und einen Shopify-Shop eingerichtet hatte, erlebte Woodard einen wahren Höhenflug ihres Unternehmens. Auf ihrer Website bietet sie eine Reihe leckerer Snacks an, die sie zusammen mit einem Produktentwickler selbst hergestellt hat.

Website: <https://partakefoods.com>



YAFFA LEVIN

Yaffa Levin stammt aus einer Reihe von Unternehmerinnen in Mexiko-Stadt. Ihr Handwerk ist die Herstellung von handgefertigten Halsketten mit Edelsteinen. Sie war immer der Meinung, dass Plattformen wie Amazon nur etwas für größere Unternehmen sind, aber sie nahm ihren Mut zusammen und begann, online zu verkaufen. Heute hat sie drei Marken gegründet, tritt in die Fußstapfen ihrer Großmutter und gibt diese Inspiration an ihre Kinder weiter.

Video zu ihrer Geschichte: <https://www.youtube.com/watch?v=xaO1zWu-2nQ>

Website: <https://umaiamber.com/collections/adult-amber-necklaces>



INAYAH MCMILLAN

Inayah Mcmillan ist eine 20-jährige junge Frau, die einer Minderheit angehört. Sie startet ein Online-Geschäft mit airbnb durch das Konzept der Miet-Arbitrage mit einem minimalen Startbetrag und wurde in kurzer Zeit sehr erfolgreich.

Mietarbitrage ist die Praxis der Vermietung einer Langzeitmiete auf kurzfristiger Basis, für sichere Praktiken, muss man mit ihren lokalen Gesetzen und mit ihrer rechtlichen Vereinbarung mit dem Hauseigentümer zu überprüfen.

Ihre Geschichte: <https://www.entrepreneur.com/business-news/how-a-20-year-old-airbnb-host-made-375000-in-revenue-in/450644>



ANDERE FÄLLE VON UNTERNEHMERTUM, DIE VON FRAUEN GESCHAFFEN WURDEN.

Weitere Beispiele für das Unternehmertum von Frauen.

Ein digitaler Unternehmer ist ein Geschäftsinhaber, der sein Unternehmen online führt. Podcaster, Blogger, digitale Einzelhändler, Online-Kursersteller und einige Arten von Freiberuflern, wie virtuelle Assistenten und Grafikdesigner, sind einige Beispiele für digitale Unternehmer.

Inspirierende Geschichten von Mädchen unter 15 Jahren, die Unternehmerinnen sind

<https://ultra.education/amazing-female-entrepreneurs-on-the-rise/>

Die 38 inspirierenden digitalen Geschäftsideen von

Amazon: <https://sell.amazon.com/learn/online-business-ideas>

10 brillante Shopify Inspirationsgeschichten

<https://wisepops.com/blog/shopify-success-stories>

Forbes hat in der Ausgabe 2018 die kreativen Ideen von 600 Unternehmern in 20 verschiedenen Branchen veröffentlicht. Die Liste der erfolgreichen Menschen wird durch Statistiken über einige Hauptaspekte unterstützt, die diese Unternehmer charakterisieren

KAPITEL 1: DIGITALES UNTERNEHMERTUM

In der sich ständig weiterentwickelnden Landschaft des digitalen Zeitalters hat das Unternehmertum eine neue Dimension angenommen. Die Verschmelzung von innovativen Ideen mit digitalen Technologien hat ein Phänomen hervorgebracht, das als digitales Unternehmertum bekannt ist. Dieser Aufsatz untersucht das Konzept des digitalen Unternehmertums, seine Bedeutung in der modernen Welt, die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen sowie die wichtigsten Eigenschaften, die erfolgreiche digitale Unternehmer auszeichnen.

Digitales Unternehmertum ist der Prozess der Gründung, Entwicklung und Verwaltung eines Unternehmens in der digitalen Welt. Dabei werden digitale Technologien, Online-Plattformen und das Internet genutzt, um Chancen zu erkennen, innovative Lösungen zu entwickeln und ein globales Publikum zu erreichen. Digitale Unternehmer sind Einzelpersonen oder Teams, die sich in diesen dynamischen Bereich vorwagen, angetrieben von der Vision, traditionelle Branchen zu stören, Probleme zu lösen und aus der digitalen Revolution Kapital zu schlagen.

DIGITALES UNTERNEHMERTUM VEKTOREN

1. Innovation und Disruption: Digitales Unternehmertum ist ein Synonym für Innovation. Es stört traditionelle Geschäftsmodelle, stellt den Status quo in Frage und verschiebt die Grenzen in verschiedenen Sektoren wie E-Commerce, Finanztechnologie, Gesundheitswesen und Bildung. Diese Innovation treibt das Wirtschaftswachstum an und gibt den Verbrauchern mehr Wahlmöglichkeiten an die Hand.

2. Globale Reichweite: Im Gegensatz zum traditionellen Unternehmertum ist das digitale Unternehmertum grenzenlos. Unternehmer können ein globales Publikum erreichen, ohne an geografische Grenzen gebunden zu sein, was ihnen ungeahnte Marktchancen eröffnet.

3. Schaffung von Arbeitsplätzen: Das digitale Ökosystem bringt zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten hervor. Von der Software-Entwicklung bis zum digitalen Marketing - digitales Unternehmertum fördert die Schaffung von Arbeitsplätzen und die wirtschaftliche Entwicklung.

MÖGLICHKEITEN DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS

Digitales Unternehmertum umfasst verschiedene Arten und Formen, von denen hier nur einige Beispiele genannt werden, und die Landschaft des digitalen Unternehmertums entwickelt sich ständig weiter, wobei mit dem technologischen Fortschritt neue Möglichkeiten entstehen.

- **Elektronischer Handel:** Der Online-Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen über eine Website oder Plattformen wie Shopify, Amazon oder eBay.
- **Erstellung von Inhalten:** Einkommensgenerierung durch Blogging, Vlogging, Podcasting oder andere Inhaltsplattformen durch Anzeigen, Sponsoring und Affiliate-Marketing.
- **Social Media Marketing:** Leitung von Agenturen für digitales Marketing, Verwaltung sozialer Medien Konten oder bieten Influencer-Marketing-Dienstleistungen an.
- **Partnerschaftsmarketing:** Das Anpreisen von Produkten oder Dienstleistungen anderer Unternehmen und das Verdienen einer Provision für jeden Verkauf, der durch Ihre Empfehlung zustande kommt.

- Dropshipping: Die Verwaltung eines Online-Shops, in dem Sie Produkte von Lieferanten verkaufen, aber nur Kaufartikel, wenn ein Kunde einen Kauf tätigt.

- Online-Beratung und -Coaching: Bereitstellung professioneller Beratungs- und Coachingdienste zu verschiedenen Themen, wie Wirtschaft, Gesundheit oder persönliche Entwicklung.

- App-Entwicklung: Erstellung und Verkauf von mobilen Apps oder Softwareanwendungen.
- Online-Ausbildung: Angebot von Online-Kursen, Webinaren oder digitalen Schulungsprogrammen zu verschiedenen Themen.
- Digitale Produkte: Erstellung und Verkauf digitaler Produkte wie E-Books, Vorlagen oder Software-Tools.
- Nischen-Websites für Partner: Aufbau von Websites, die sich auf bestimmte Nischen konzentrieren, und Erzielung von Einnahmen durch Affiliate-Marketing.
- Digitales Marketing und SEO: Angebot von digitalen Marketingdienstleistungen, Suchmaschinenoptimierung oder Pay-per-Click-Werbung.
- Freiberufliche Tätigkeit: Arbeit als freiberuflicher Digitalprofi, z. B. als Grafikdesigner, Webentwickler, Autor oder Digitalvermarkter.
- Entwicklung von Software als Dienstleistung: Entwicklung und Angebot von Softwarelösungen oder Anwendungen für Unternehmen und Verbraucher durch Abonnementmodelle.
- Virtuelle Unterstützung: Bereitstellung von administrativer, technischer oder kreativer Unterstützung für Unternehmen aus der Ferne.
- Drop Servicing: Auslagerung von Dienstleistungen an Freiberufler und Verkauf an Kunden zu einem Aufschlag.

In diesem eBook liegt der Schwerpunkt auf dem elektronischen Geschäftsverkehr, was jedoch nicht alle Formen des elektronischen Handels ausschließt.

Online-Unternehmertum.

HERAUSFORDERUNGEN DES DIGITALEN UNTERNEHMERTUMS

- 1. Wettbewerb:** Der digitale Raum ist hart umkämpft, mit zahlreichen Akteuren, die um Aufmerksamkeit und Marktanteile kämpfen. Unternehmer müssen Wege finden, sich zu differenzieren.
- 2. Cybersicherheit:** Mit dem digitalen Betrieb kommen die Bedrohungen der Cybersicherheit. Der Schutz sensibler Daten und die Gewährleistung der Sicherheit von Online-Transaktionen sind ein ständiges Anliegen.
- 3. Schnelle technologische Veränderungen:** Es ist wichtig, mit den sich entwickelnden Technologien und Trends Schritt zu halten. Unternehmer müssen sich eine Kultur des ständigen Lernens und der Anpassung zu eigen machen.

EIGENSCHAFTEN ERFOLGREICHER DIGITALER UNTERNEHMER

- 1. Vision:** Erfolgreiche digitale Unternehmer haben eine klare Vision davon, was sie erreichen wollen und wie sie den Markt verändern werden.
- 2. Anpassungsfähigkeit:** Die Fähigkeit, sich an veränderte Umstände und Technologien anzupassen, ist in der schnelllebigen digitalen Welt entscheidend.
- 3. Widerstandsfähigkeit:** Digitales Unternehmertum kann eine Herausforderung sein, und Rückschläge sind unvermeidlich. Resilienz ist der Schlüssel, um sich von Misserfolgen zu erholen.
- 4. Vernetzung:** Der Aufbau eines starken Netzwerks von Mentoren, Mitarbeitern und Unterstützern ist für Wachstum und Lernen unerlässlich.

Digitales Unternehmertum ist eine dynamische und transformative Kraft in der modernen Welt. Es befähigt Einzelpersonen und Teams, digitale Technologien zu nutzen, innovative Lösungen zu entwickeln und ein globales Publikum zu erreichen. Es bietet eine Fülle von Chancen, bringt aber auch eine Reihe von Herausforderungen mit sich. Erfolgreiche digitale Unternehmer verfügen über Eigenschaften wie Weitblick, Anpassungsfähigkeit, Belastbarkeit und Netzwerkfähigkeiten. Da sich die digitale Landschaft immer weiter entwickelt, bleibt das digitale Unternehmertum ein attraktiver Weg für alle, die im digitalen Zeitalter kreativ, innovativ und führend sein wollen.

Im Folgenden werden einige wichtige Schritte zur Gründung eines Unternehmens vorgestellt:

ASSESSING YOUR READINESS FOR ENTREPRENEURSHIP

SETTING CLEAR GOALS



KAPITEL 2 - FALLSTUDIEN ZU DIGITALEN UNTERNEHMEN

PORTUGAL

mio - <https://www.mioelectric.com/>

Mio ist ein portugiesisches Unternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, die Elektromobilität national und international zu vereinfachen. Die Werte von Mio beruhen auf Einfachheit, Transparenz und Zuverlässigkeit und dienen dem Laden von Elektrofahrzeugen für Endverbraucher und Unternehmen. Die App ermöglicht es Ihnen, Ihr Elektrofahrzeug an über 60.000 Ladestationen in drei großen europäischen Ländern aufzuladen: Portugal, Spanien und Frankreich, mit nur einer Karte oder Anwendung.

"Indem wir die Elektromobilität einfacher und zugänglicher machen, öffnen wir die Türen für jeden, der auf ein Elektrofahrzeug umsteigen möchte." Daniela Simões - Mitbegründerin & CEO



Charging





Uniplaces - www.uniplaces.com

Uniplaces ist ein Beispiel für den Erfolg eines portugiesischen Start-ups, das weltweit tätig wurde. Uniplaces schafft eine vertrauenswürdige, globale Marke für Studentenunterkünfte. Seit dem Start im Jahr 2013 ist Uniplaces die am schnellsten wachsende internationale Website für die Buchung von Studentenunterkünften. Uniplaces hat die Suche nach einem Zimmer für Studenten auf der ganzen Welt vereinfacht.



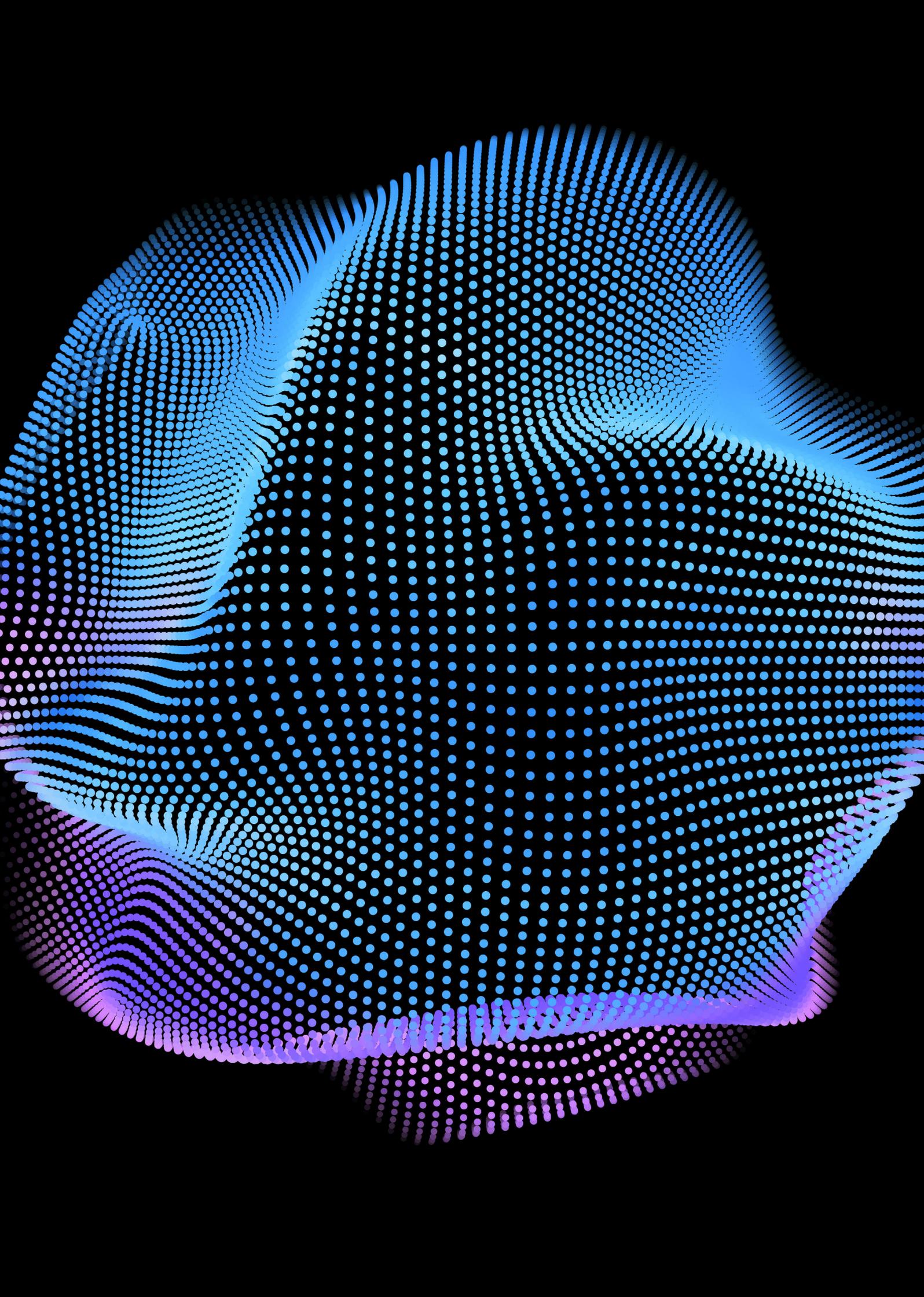


BOLD
by devoteam

Fettdruck - www.boldint.com

Bold war ein IT-Startup und ist jetzt ein großes Unternehmen und ein Beispiel für Unternehmertum, das auf dem WebSummit 2017 mit seinen Augmented-Reality-Lösungen vorgestellt wurde.

BOLD International bietet IT-Beratungsdienste an und hat sich auf die Bereitstellung technologischer und funktionaler Lösungen spezialisiert. Ziel ist es, Menschen zu inspirieren, mit Kreativität, Leidenschaft, Optimismus und Exzellenz zu arbeiten, aber vor allem kosteneffiziente und innovative technische Lösungen zu liefern, von denen die Kunden profitieren können.



BELGIEN

Merkmale Analytik - <https://features-analytics.com/>

Merkmale Analytik: Letzten Monat wurden Cristina Soviany und ihr Team für das Microsoft ScaleUp Programm ausgewählt und bestätigten damit ihren hohen Wachstumskurs. Features Analytics liefert KI-gestützte Überwachungslösungen für Finanzmärkte und Finanztransaktionen. Das Unternehmen arbeitet bereits mit einigen der weltweit führenden Investmentbanken in den USA und Europa zusammen.



STORMBEE

Stormbee - <https://stormbee.com/>

Stormbee: Stormbee ist ein Pionier für mobile Kartierungslösungen mit unbemannten Luftfahrzeugen. Im Jahr 2019 haben sie ihre internationale Expansion beschleunigt und 2020 sieht nach einem sehr vielversprechenden Jahr für Liesbeth Buyck und ihr Team aus.



C

37.0°C

37.2°C

ScriptBook

Drehbuch - <https://www.scriptbook.io/#/>

Scriptbook: Ist wahrscheinlich unser beliebtestes belgisches Startup. Nadira Azermai hat u. a. der Vogue und CNN Interviews über die KI-Analyse und Finanzprognosen von Drehbüchern gegeben. Sie perfektioniert derzeit ihr automatisiertes KI-Drehbuchschreiben und glaubt, dass die Zusammenarbeit zwischen Menschen und Maschinen bald zur Norm werden wird.

1950年10月1日 星期日 晴
10月2日 星期一 晴
10月3日 星期二 晴
10月4日 星期三 晴
10月5日 星期四 晴
10月6日 星期五 晴
10月7日 星期六 晴
10月8日 星期日 晴
10月9日 星期一 晴
10月10日 星期二 晴
10月11日 星期三 晴
10月12日 星期四 晴
10月13日 星期五 晴
10月14日 星期六 晴
10月15日 星期日 晴
10月16日 星期一 晴
10月17日 星期二 晴
10月18日 星期三 晴
10月19日 星期四 晴
10月20日 星期五 晴
10月21日 星期六 晴
10月22日 星期日 晴
10月23日 星期一 晴
10月24日 星期二 晴
10月25日 星期三 晴
10月26日 星期四 晴
10月27日 星期五 晴
10月28日 星期六 晴
10月29日 星期日 晴
10月30日 星期一 晴
10月31日 星期二 晴

DEUTSCHLAND

audEERING - <https://www.audeering.com/>

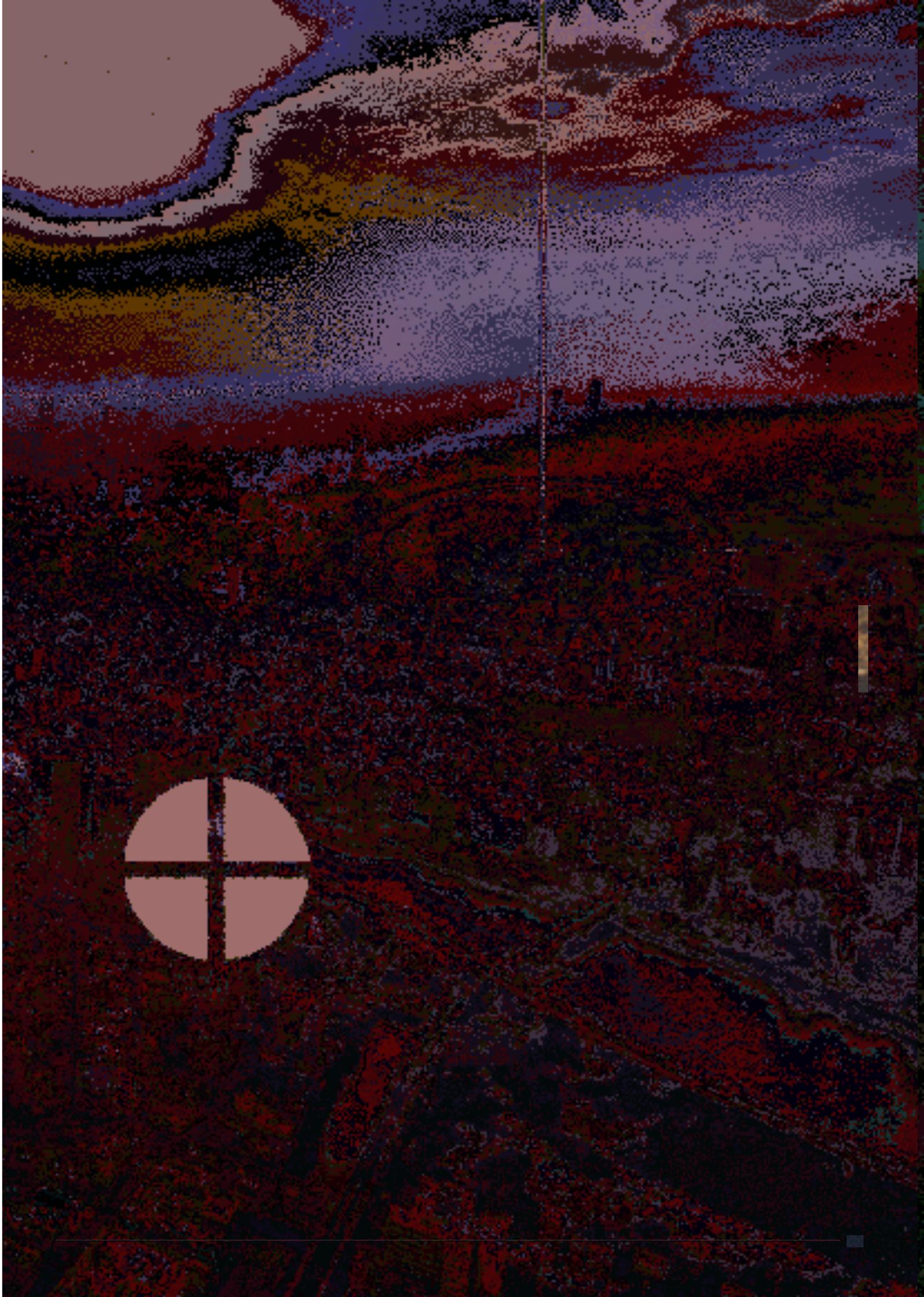
audEERING® ist ein deutsches Unternehmen für Sprach- und Audio-KI-Anwendungen. Es ist ein forschungsgetriebenes Unternehmen, das sich auf innovative B2B-Softwareprodukte für die Sprach- und Audioanalyse konzentriert. Die Wurzeln des Unternehmens gehen auf die KI-Forschungsgruppe von Prof. Björn Schuller (TUM) zurück. Gemeinsam mit Dagmar Schuller, Dr. Florian Eyben, Dr. Felix Weninger und Dr. Martin Wöllmer wurde das Unternehmen 2012 gegründet. audEERING® entwickelt Anwendungen für die Sprachanalyse, Emotionserkennung, Sprach-Biomarker zur Erkennung von Krankheiten.



Terraloupe - www.terraloupe.com/

Das in München ansässige Unternehmen hat sich auf die Analyse von Luftbildern großflächiger Gebiete durch KI spezialisiert. Das Ziel ist es, digitale Modelle von Städten und Umgebungen zu erstellen. Mit der Vielfalt an Objekterkennungen hat das Startup bereits erfolgreich Unternehmen aus den Bereichen autonomes Fahren, Infrastruktur und Versicherungen unterstützt. So kann Terraloupe beispielsweise mittels Deep Learning aus Luftbildern hochpräzise HD-Karten für autonome Autos erstellen.

CEO und Mitgründerin Manuela Rasthofer studierte Elektrotechnik und arbeitete im Bereich Training und Simulation, bevor sie Terraloupe gründete. Im Jahr 2017 erhielt sie den ersten Preis des J.J.Darboven IDEE Award.



Omni:us - <https://omnius.com/>

Das Startup bietet eine Reihe von versicherungsspezifischen KI-Tools an, die zum Lesen und Interpretieren von Schadensdokumenten entwickelt wurden. Versicherer können ihre eigenen Module entwickeln und KI schnell in ihre Prozesse integrieren. Dadurch können sie die Dokumentenerfassung, die digitale Schadenbearbeitung und die Deckungsprüfung verbessern und beschleunigen. Omni:us hat seinen Hauptsitz in Berlin, eine Forschungspartnerschaft in Barcelona und Vertretungen in Großbritannien, Frankreich und den USA. Das Startup hat kürzlich eine Investitionsrunde über 13 Millionen Dollar abgeschlossen, die es dem Unternehmen ermöglicht, seine Expansion in den USA zu beschleunigen. CEO und Mitbegründerin Sofie Quidenus-Wahlforss ist eine Serienunternehmerin und gründete ihr erstes Unternehmen im Alter von 21 Jahren. Außerdem wurde sie 2018 vom Forbes-Magazin zu einer der Top 50 Women in Tech in Europa gewählt.



KAPITEL 3: DER GESCHÄFTSPLA N

1. WAS IST EIN GESCHÄFTSPLAN?

Ein Geschäftsplan ist ein Dokument, das ein Gründer erstellt und das die Ziele, Zielsetzungen, Strategien und detaillierten Aktionspläne für sein Unternehmen umreißt.

Ein Geschäftsplan hilft dem Gründer, eine bessere Vision des Unternehmens zu haben, er dient als Fahrplan, der einen strukturierten Rahmen für die Entwicklung und das Management seines Unternehmens bietet.

Ein Geschäftsplan wird häufig von staatlichen Einrichtungen, Banken und Investoren verlangt, wenn Sie Ihr Unternehmen gründen.

Ein gut ausgearbeitetes Geschäftskonzept hilft dem Unternehmer nicht nur bei der Klärung seines Geschäftskonzepts, sondern dient auch als Instrument, um Investoren zu gewinnen, Kredite zu sichern und das Wachstum und die Entwicklung des Unternehmens im Laufe der Zeit zu steuern.

Es ist ein entscheidendes Dokument sowohl für Neugründungen als auch für bestehende Unternehmen, die auf dem Weg zum Erfolg sind.

Ein typischer Geschäftsplan würde die folgenden Themen umfassen:

1. Executive Summary: Ein kurzer Überblick über das Unternehmen, seinen Auftrag und die wichtigsten Punkte des Geschäftsplans.

2. Beschreibung des Unternehmens: Detaillierte Informationen über die Art des Unternehmens, seine Produkte oder Dienstleistungen und seinen Zielmarkt.

3. Marktanalyse: Untersuchung der Branche, der Markttrends und eine Wettbewerbsanalyse, um die Position des Unternehmens auf dem Markt zu verstehen.

4. Organisation und Management: Details über die Struktur des Unternehmens, wichtige Personal und ihre Rollen.

5. Produkt- oder Dienstleistungslinie: Detaillierte Informationen über die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen, einschließlich ihrer Merkmale und Vorteile.

6. Marketing- und Verkaufsstrategie: Ein Plan für die Förderung und den Verkauf der Produkte oder Dienstleistungen, einschließlich Preis-, Vertriebs- und Werbestrategien.

7. Antrag auf Finanzierung (falls zutreffend): Wenn das Unternehmen eine Finanzierung beantragt, ist dieser Abschnitt skizzieren Sie den benötigten Betrag, den Zweck der Mittel und die Art ihrer Verwendung.

8. Finanzielle Prognosen: Prognostizierte Finanzberichte, einschließlich Gewinn- und Verlustrechnungen, Bilanzen und Cashflow-Rechnungen, die eine Momentaufnahme der finanziellen Situation des Unternehmens im Laufe der Zeit darstellen.

9. Anhang: Zusätzliche Unterlagen und Informationen, wie z. B. Lebensläufe der wichtigsten Teammitglieder, Marktforschungsdaten oder andere relevante Details.

Zusammenfassung:

Die Kurzfassung ist die unmittelbare Zusammenfassung des gesamten Geschäftsplans.

Normalerweise sollte man diesen Abschnitt zuletzt schreiben, nachdem man seinen

Geschäftsplan abgeschlossen hat, aber

UNTERNEHMEN/PRODUKT/PROJEKTTITEL

OYERYIEW

[Erläutern Sie in ein oder zwei Sätzen das Ziel des Unternehmens/Produkts/Projekts und warum es die Leser interessieren sollte.]

PROBLEMÜBERSICHT

[Geben Sie eine kurze Zusammenfassung des Problems, das Sie lösen wollen.

- Wie verbreitet ist das Problem? Welchen geschäftlichen Wert hat die Behebung des Problems?
- Wer ist die Zielgruppe, die mit diesem Problem konfrontiert wird?
- Was tun Menschen mit diesem Problem jetzt? Erörtern Sie auch wettbewerbsfähige Lösungen].

LÖSUNGSÜBERSICHT

[Fassen Sie das Unternehmen/die Lösung/das Produkt/das Projekt auf hohem Niveau zusammen, einschließlich:

- Wie Ihr Unternehmen/Produkt/Lösung/Projekt das Problem löst]

MARKTANALYSE

[Geben Sie in zwei oder drei Sätzen einen Überblick über die Größe des Marktes und die Positionierung Ihres Konzepts gegenüber der Konkurrenz. Erwägen Sie, unterstützende Grafiken, Diagramme und Recherchen beizufügen].

Digitaler Markt

SCHLÜSSELNDE NÄCHSTE SCHRITTE

[Nennen Sie die entscheidenden nächsten Schritte, die das Unternehmen/Produkt/die Lösung/das Projekt zum Erfolg führen werden.

- Wie wollen Sie eine Strategie für die Markteinführung entwickeln?
- Wie hoch sind die erforderlichen Vorabinvestitionen, und wann erreichen Sie den Break-even-Punkt?
- Wie sieht der Zeitplan dafür aus?]

FINANZIELLE ZUSAMMENFASSUNG

[Falls Sie eine Finanzierung anstreben, legen Sie eine Liste der bestehenden Finanzierungsquellen und Ihre dreijährigen Einnahmeprognozen vor].

2. GESCHÄFTSBESCHREIBUNG:

Der Abschnitt "Unternehmensbeschreibung" eines Geschäftsplans bietet einen umfassenden Überblick über das Unternehmen und enthält Einzelheiten, die dem Leser helfen, die grundlegenden Aspekte des Unternehmens zu verstehen.

In diesem Abschnitt legen Sie dar, was Ihr Unternehmen tut. Erläutern Sie die Branche oder den Sektor, in dem Ihr Unternehmen tätig ist, und geben Sie einen Überblick über die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen, wobei Sie alle einzigartigen Aspekte oder Innovationen hervorheben, die Ihr Unternehmen von anderen in derselben Branche abheben. Erläutern Sie die rechtliche Struktur des Unternehmens, den Standort, das Gründungsdatum, die Partner usw.

2.1 LERNAKTIVITÄT

Verwenden Sie ein Kreativitätswerkzeug, um Ihre Idee für ein soziales Geschäftsmodell zu definieren - zum Beispiel, die Mind Map.

Orientierungen für die Auflösung der Lernaktivität

Eine **Mind Map** ist ein Diagramm zur Darstellung von Wörtern, Ideen, Aufgaben oder anderen Elementen, die mit einem zentralen Konzept verbunden und radial um dieses Konzept herum angeordnet sind. Es ist ein Diagramm, das Verbindungen zwischen Informationen über ein Thema oder eine Aufgabe darstellt. Konzepte werden in Gruppen, Zweigen oder Bereichen organisiert.

Versuchen Sie auch dieses Quiz: <https://www.mindtools.com/a571978/how-creative-are-you>

Hier ist ein Beispiel für eine Mind Map:

How to win

quite positive with
low risk

$3+x=45$
 $y=91.100\%$
 $\sqrt{100-x(100)}$



... of you
(... 100% → ...)

Positive ideas are

→ ...

→ ...

Business:

- ...
- ...
- ...
- ...

Bright idea

... 10%

winning you

$\sqrt{10+x(100)}$
 $(...)$
 $n = ...$
 $10% \cdot ...$

+20% sales

$x+y = (real \dots) \rightarrow ... (x)$

0% cost strategy

to do list

... during

$x+y = ...$

Ability

(... 10% →)

- income
- strategy
- market
- decision

to do list

$x+y$

strategy ...

what are?

win!

win

⊗

win

- ...
- ...
- ...
- ...

stand

2.2 LERNAKTIVITÄT

Definieren Sie Ihre Vision, Mission, Werte und Ziele

Orientierungen für die Auflösung der Lernaktivität

So erstellen Sie eine Visionserklärung: Kennen Sie Ihre Ziele; und berücksichtigen Sie die Werte in Ihrem Unternehmen
Vision.

Beispiele für Unternehmensvisionen

Dies ist die Vision von Coca Cola.

"Unsere Vision ist es, die Marken und die Auswahl an Getränken zu schaffen, die die Menschen lieben, um sie in Körper und Geist zu erfrischen. Und das auf eine Art und Weise, die ein nachhaltigeres Geschäft und eine bessere gemeinsame Zukunft schafft, die einen Unterschied im Leben der Menschen, der Gemeinschaften und unseres Planeten macht."

Die Vision von Nike lautet:

"Wir sehen eine Welt, in der jeder ein Sportler ist - vereint in der Freude an der Bewegung. Angetrieben von unserer Leidenschaft für den Sport und unserem Instinkt für Innovation wollen wir jeden Sportler auf der Welt inspirieren und Sport zu einer täglichen Gewohnheit machen."

Leitbild

Ein Leitbild definiert das Geschäft der Organisation, ihre Ziele und wie sie diese Ziele zu erreichen.

Sehen Sie sich das nächste Video an, um besser zu verstehen, wie man einen Unternehmensauftrag definiert:
https://www.youtube.com/watch?v=LJhG3HZ7b4o&t=2s&ab_channel=FastCompany

HO. KOMPONENT ANMERKUNG

A	KUNDEN	WER SIND DIE KUNDEN DES UNTERNEHMENS?
B	PRODUKT ODER DIENSTLEISTUNG	Was sind die Produkte von FIRu uJoR ODER DIENSTLEISTUNGEN
C	MÄRKTE	Y/WO STEHT DAS UNTERNEHMEN IM WETTBEWERB?
	TECHNOLOGI E	Was/WAS IST DIE BASISTECHNOLOGIE DES UNTERNEHMENS?
E	SORGE UM ÜBERLEBEN, WACHSTUM UND RENTABILITÄT	WIE ENGAGIERT SICH DAS UNTERNEHMEN FÜR WIRTSCHAFTLICHE ZIELE?
F	PHILOSOPHIE	WAS SIND DIE GRUNDLEGENDEN ÜBERZEUGUNGEN, DIE ZENTRALEN WERTE, BESTREBUNGEN UND PHILOSOPHISCHEN
G	SELBST - KONZEPT	WAS SIND DIE WICHTIGSTEN STÄRKEN UND WETTBEWERBSVORTEILE DES UNTERNEHMENS?
H	SORGE UM DAS ÖFFENTLICHE	Was/WAS IST DAS ÖFFENTLICHE IMAGE DER FIRIDE?
I	SORGE UM DIE ARBEITNEHMER	WIE IST DIE EINSTELLUNG/ORIENTIERUNG DES UNTERNEHMENS GEGENÜBER DEN MITARBEITERN?

Werte

Um die Werte Ihres Unternehmens zu definieren, gehen Sie wie folgt vor:

1. Brainstorming über Werte.
2. Gruppieren und eliminieren.
3. Festlegung der Grundwerte.
4. Vermitteln Sie die Werte Ihres Unternehmens.

Weitere Informationen über Werte finden Sie unter diesem Link:

<https://www.workhuman.com/blog/company-values-examples/>

Ziele

1. Bestimmen Sie die kurzfristigen Geschäftsziele Ihres Unternehmens für einen bestimmten Zeitraum.
2. Zerlegen Sie jedes Ziel in umsetzbare Geschäftsziele.
3. Stellen Sie sicher, dass Ihre Ziele messbar sind.
4. Weisen Sie den Mitarbeitern zielbezogene Aufgaben zu.
5. Messen Sie regelmäßig die Fortschritte.

EXAMPLES OF VALUES:

INTEGRITY AND ETHICS

RESPECT

INNOVATION

SUSTAINABILITY

QUALITY

EXAMPLES OF GOALS:

MAXIMIZE PROFITS.

INCREASE REVENUE.

LAUNCH NEW PRODUCTS.

IMPROVE CUSTOMER SERVICE.

**INCREASE THE COMPANY'S SOCIAL
MEDIA PRESENCE.**

3. MARKTFORSCHUNG:

Marktforschung ist ein Prozess, bei dem der Gründer wichtige Informationen über einen Markt sammelt, analysiert und herausfindet, z. B. wer Ihre Konkurrenten sind und wie die Branche insgesamt aussieht.

Marktforschung ist einer der wichtigsten Schritte vor der Gründung eines Unternehmens, denn sie liefert wertvolle Erkenntnisse, die wichtige Entscheidungen beeinflussen und die Erfolgchancen erhöhen können. Hier ein Überblick über die wichtigsten Komponenten und Zwecke der Marktforschung: Sie hilft, die Branche, den Zielmarkt und die Wettbewerber zu verstehen. Es ist wichtig, die Marktgröße, die Trends und das Wachstumspotenzial zu analysieren.

1. Definieren Sie Ziele: Skizzieren Sie klar die Forschungsziele und was Sie erreichen wollen durch Marktforschung.

2. Zielpublikum identifizieren: Bestimmen Sie das ideale Kundenprofil, einschließlich demografischer Daten, Präferenzen und Schmerzpunkte.

3. Analyse der Mitbewerber: Studieren Sie die Wettbewerber im digitalen Bereich und analysieren Sie ihre Produkte, Marketingstrategien, Preisgestaltung und Kundenrezensionen.

Die Analyse der Wettbewerber ist ein wichtiger Bestandteil eines jeden Projekts für digitales Unternehmertum. Sie hilft Ihnen, die Konkurrenz zu verstehen und Chancen und Gefahren auf dem Markt zu erkennen. Im Folgenden erfahren Sie, wie Sie eine umfassende Konkurrenzanalyse für Ihr digitales Projekt durchführen:

1. Identifizieren Sie die Konkurrenten: Ermitteln Sie zunächst, wer die wichtigsten Wettbewerber sind. Dazu gehören direkte Konkurrenten, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten, und indirekte Konkurrenten, deren Angebote indirekt dieselben Kundenbedürfnisse erfüllen können.

2. Analysieren Sie die digitale Präsenz des Unternehmens: Untersuchen Sie die Online-Präsenz des Unternehmens, einschließlich der Website, der Social-Media-Profile, des Blogs, des E-Mail-Marketings und anderer digitaler Kanäle, die das Unternehmen nutzt. Betrachten Sie das Design, den Inhalt, die Benutzerfreundlichkeit und die Gesamtfunktionalität der digitalen Ressourcen.

3. Produkt- oder Dienstleistungsvergleich: Vergleichen Sie die Produkt- oder Dienstleistungsangebote mit denen der Wettbewerber. Was sind die Merkmale, Preise und Alleinstellungsmerkmale (USPs) ihrer Angebote? Wie schneidet das Projekt in Bezug auf Qualität und Wert ab?

4. Kundenrezensionen und Feedback: Lesen Sie Kundenrezensionen und -feedback auf verschiedenen Plattformen wie Google Reviews, Yelp, Trustpilot, App-Stores oder sozialen Medien. Achten Sie darauf, was Kunden an den Produkten oder Dienstleistungen der Konkurrenz mögen und was nicht.

5. Marktpositionierung: Ermitteln Sie, wie sich die Wettbewerber auf dem Markt positionieren. Zielen sie auf eine bestimmte Nische oder Bevölkerungsgruppe ab? Wie sehen ihr Markenimage und ihre Botschaften aus?

6. Preisstrategie: Analysieren Sie die Preisstrategie des Unternehmens. Verwenden sie Rabatte, Abonnementmodelle oder andere Preistaktiken? Wie stehen ihre Preise im Vergleich zum wahrgenommenen Wert?

7. Marketing und Werbung: Überprüfen Sie ihre Marketingstrategien. Welche Marketingkanäle werden genutzt, und welche Art von Inhalten werden beworben? Achten Sie auf ihre Schlüsselwörter, Werbekampagnen und die Häufigkeit ihrer Marketingmaßnahmen.

8. Analyse der sozialen Medien: Analysieren Sie ihre Präsenz in den sozialen Medien.

auf denen sie aktiv sind, und wie oft posten sie? Untersuchen Sie ihr Engagement bei den Followern, die Art der Inhalte, die sie teilen, und ihr Follower-Wachstum.

9. SEO und Inhaltsstrategie: Bewerten Sie die Bemühungen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO). Auf welche Schlüsselwörter zielen sie ab, und wie gut ranken sie auf den Suchmaschinenergebnisseiten (SERPs)? Bewerten Sie die Content-Marketing-Strategie, einschließlich Blogbeiträge, Artikel, Videos und andere Inhalte.

Stellen Sie die von Ihnen gesammelten Informationen in einem umfassenden Branchenforschungsbericht zusammen. Nutzen Sie diese Erkenntnisse als Grundlage für Ihre Projektstrategie für digitales Unternehmertum, einschließlich Produktentwicklung, Marketing und Wettbewerbspositionierung.

Nachdem Sie alle Informationen analysiert und den Markt kennengelernt haben, legen Sie Ihren Marktplan fest. in einem **5-stufigen Prozess**, um ein Produkt begehrenswerter zu machen:

- 1) Analyse der Vermarktungsmöglichkeiten;**
- 2) Auswahl der Zielmärkte;**
- 3) Entwicklung von Marketingstrategien;**
- 4) Entwicklung von Marktprogrammen;**
- 5) Durchführung oder Verwaltung der Marketingmaßnahmen.**

Es ist wichtig zu beachten, dass es für die Erhebung von Daten verschiedene veröffentlichte Quellen gibt.

Arten von Datensammlungen

1. Erhebungsmethode oder Fragebogenmethode: entweder durch mündliche Kommunikation von Angesicht zu Angesicht oder durch andere Mittel wie Telefon, E-Mail usw.
2. Beobachtungsmethode: Der Akt des sorgfältigen Erkennens und Notierens von Fakten oder Ereignissen. Es gibt 2 Arten: Lebendige Beobachtung und aufgezeichnete Beobachtung.
3. Panel-Methode: Die Panel-Methode ist eine Hybridmethode. Alle Methoden werden verwendet, um Daten aus dem Panel zu sammeln. Ein Panel kann definiert werden als: Eine feste und relativ dauerhafte Stichprobe/Gruppe von Befragten, die kontinuierlich oder intermittierend (periodisch) Informationen erhalten.
4. Social Media Listening: Überwachen Sie Social-Media-Plattformen auf Unterhaltungen, Erwähnungen und Diskussionen im Zusammenhang mit dem Projekt, der Branche oder der Konkurrenz. Tools wie Hootsuite oder Mention können beim Social Listening helfen.

LERNAKTIVITÄT 3

Entwickeln Sie eine Marktforschungsumfrage für Ihr Unternehmen. Zum Beispiel, eine Umfrage oder ein Skript für Fokusgruppen

KAPITEL 4:

FINANZVERWALTUNG

Die Erstellung eines Finanzplans für das digitale Unternehmertum ist entscheidend für die Beschaffung von Finanzmitteln. Er beinhaltet die Schätzung zukünftiger Einnahmen, Ausgaben und der finanziellen Gesamtleistung auf der Grundlage von Forschungsergebnissen, um die Marktgröße, den Umsatz und die Kosten für das Projekt abzuschätzen.

Hier finden Sie eine schrittweise Anleitung:

1. Bestimmen Sie Ihre Hauptkosten: Beginnen Sie mit der Ermittlung der Kosten für Materialien, Marketing und Humanressourcen.

Schätzen Sie die Betriebskosten, zu denen Gehälter, Marketingausgaben, Büromiete, Versorgungsleistungen, Software-Abonnements und andere wiederkehrende Ausgaben gehören können. Unterteilen Sie diese Ausgaben in feste (z. B. Miete) und variable (z. B. Marketing). Zum Beispiel:

2 GEHÄLTER DES PERSONALS**4** MIETE/PACHT VON MASCHINEN**6** GESCHÄFTSBEDARF**7** LIEFERUNGSEXPEHSE / TRAHSPÖITATIOH**8** TELEFON, FAX, INTERNETSERVICE**9** ELECTRICTY / POWER BILL**10** ANDERE VERSORGUNGSUNTERNEHMEN

IHSURAHCE

12 STEUERN EINSCHLIESSLICH ARBEITSVERSICHERUNG**§3** IHTEREST**ù** RECHTSKOSTEN UND SONSTIGE HONORARE**15** UNTERHALTSKOSTEN**16** MISCELLAHEOUS**AUSGABEN NUR FÜR DIE INBETRIEBNAHME DES BUSTHESS**

EINRICHTUNGSGEGENSTÄNDE UND AUSRÜSTUNG

1 DEKORIEREN UND UMGESTALTEN**3** INSTALLATION VON FIXTURBS AHD EQUIPIDEHT**5** RECHTSKOSTEN UND SONSTIGE HONORARE**6** EINLAGEN BEI ÖFFENTLICHEN VERSORGUNGSUNTERNEHMEN**7** LIZENZEN AKD PERIDITS

WERBUNG UND PROMOTION FÜR DIE ERÖFFNUNG

9 DAS ANFANGSKAPITAL DES UNTERNEHMENS "PÂNY**10**

2. Definieren Sie Ihr Einkommen: In erster Linie die Verkaufserlöse.

Als Nächstes wird eine Vorlage für einen Finanzplan für Start-ups vorgestellt:

SALES	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
SALES FOR PRODUCT/SERVICE #1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SALES FOR PRODUCT/SERVICE #2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL SALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COST OF SALES													
PURCHASES													
MATERIALS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRODUCTION EXPENSES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL COSTS OF SALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
GROSS PROFIT BEFORE LABOUR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	



Beispiel für einen Finanzplan für ein Unternehmen

<https://www.commbank.com.au/content/dam/commbank/business/betterbusiness/tools-templates/financial-plan-template/financial-plan-template.xls>

Sehen Sie sich diese Videos an:

Video 1: Preise für Dienstleistungen und Produkte festlegen

https://www.youtube.com/watch?v=jY_0vZ1kv48

Video 2: Grundlegendes Konzept der Buchhaltung

<https://www.youtube.com/watch?v=N2YyiVAO5Do>

3. Beschaffung von Finanzmitteln: Geben Sie an, wie viel Geld Sie benötigen und wie Sie es verwenden werden. Wenn Sie eine externe Finanzierung anstreben, erläutern Sie die Art (z. B. Eigenkapital, Schulden) und die Bedingungen.

Video 1: Was ist Crowdfunding?/ Investors Trading Academy

<https://www.youtube.com/watch?v=y6dKoWlJif4>

Video 2: Was ist Risikokapital?/ Investors Trading Academy

https://www.youtube.com/watch?v=B3FHsVq3_-k

Crowdfunding-Plattformen

[Kickstarter](#)

[Indiegogo](#)

[Razoo](#)

[CrowdRise](#)

[Bolstr](#)

[AppsFunder](#)

[MicroVentures](#)

[Crowdfunder](#)

[FundersClub](#)

[CircleUp](#)

[SeedInvest](#)

[Fundable](#)

[EarlyShares](#)

LERNAKTIVITÄT 4

Struktur Ihres Business Case:

1. Einführung

2. Die Idee

3. Marketing-Strategie

4. Finanzinstrumente

5. Unterstützungsmechanismen

6. Schlussfolgerung

7. Referenzen

Anhang zum Geschäftsplan:

- Fügen Sie alle zusätzlichen Informationen bei, z. B. Lebensläufe der wichtigsten Teammitglieder, Marktforschungsdaten, Produkt-/Dienstleistungsprototypen und rechtliche Dokumente.

KAPITEL 5: MARKETING STRATEGIE UND AUFBAU IHRER ONLINE-PRÄSENZ

Die Schaffung einer Online-Präsenz für digitale Unternehmen ist entscheidend für die Sichtbarkeit, das Markenbewusstsein und die Gewinnung potenzieller Kunden - definieren Sie Ihre Marketingstrategie.

Marketing beschränkt sich nicht auf die Werbung und den Verkauf von Produkten, sondern ist ein Prozess der Planung und Entwicklung von Produkten unter Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse und der Markttrends. Daher ist es ein sehr dynamischer und sich ständig verändernder Prozess, der für die Menschen hilfreich ist, da er die Bedürfnisse der Menschen befriedigt.

Marketing-Mix

Hier finden Sie eine schrittweise Anleitung, wie Sie eine starke Online-Präsenz für digitale Geschäftsplan:

PRODUCT

PRODUCT VARIETY, QUALITY, DESIGN
FEATURES, BRAND NAME, PACKAGING,
SIZES, SERVICES, WARRANTIES, RETURNS

PRICE

LIST PRICE, DISCOUNTS, ALLOWANCES,
PAYMENT PERIOD, CREDIT TERMS,
PAYMENT METHODS, STRATEGY

MARKETING MIX

PLACE

CHANNELS, COVERAGE, ASSORTMENTS,
LOCATIONS, INVENTORY, TRANSPORT

PROMOTION

SALES PROMOTIONS, ADVERTISING,
SALES FORCE, PUBLIC RELATIONS,
DIRECT MARKETING, SOCIAL MEDIA

1. Online-Vermarktung**2. Website-Entwicklung:**

- Registrieren Sie einen Domännennamen, der Ihre Marke oder Ihr Unternehmen widerspiegelt.
- Wählen Sie einen zuverlässigen Webhosting-Anbieter.
- Entwickeln Sie eine professionelle, benutzerfreundliche und auf mobile Endgeräte reagierende Website. Sie können Plattformen wie WordPress, Wix oder Squarespace nutzen, um eine Website ohne umfangreiche Programmierkenntnisse zu erstellen.

3. Suchmaschinen-Optimierung (SEO):

- Optimierung der Website für Suchmaschinen, um ihre Sichtbarkeit in den Suchergebnissen zu verbessern.
- Führen Sie eine Keyword-Recherche durch, um die von der Zielgruppe verwendeten Keywords zu ermitteln.
- Optimieren Sie On-Page-Elemente (Titel-Tags, Meta-Beschreibungen, Überschriften und Inhalte) mit relevanten Schlüsselwörtern.
- Bauen Sie hochwertige Backlinks zu Ihrer Website aus seriösen Quellen auf.

4. Erstellung von Inhalten:

- Entwickeln Sie wertvolle und relevante Inhalte für Ihr Zielpublikum. Dies kann Blogbeiträge, Artikel, Videos, Infografiken und Podcasts umfassen.
- Erstellen und teilen Sie regelmäßige Inhalte, die Sie als Experten auf Ihrem Gebiet positionieren und auf die Bedürfnisse und Interessen des Publikums eingehen.

5. Präsenz in den sozialen Medien:

- Einrichtung und Pflege aktiver Profile auf den für das Unternehmen relevanten Social-Media-Plattformen und Publikum (z. B. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest).
- Teilen Sie ansprechende Inhalte, interagieren Sie mit Ihren Followern und nutzen Sie Werbung in den sozialen Medien, um ein breiteres Publikum zu erreichen.

6. E-Mail-Marketing:

- Bauen Sie eine E-Mail-Liste mit interessierten Abonnenten auf, indem Sie Anreize wie Newsletter anbieten, E-Books oder exklusive Inhalte.
- Erstellen Sie gezielte E-Mail-Kampagnen, um Leads zu pflegen, Kunden anzusprechen und Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben.

7. Online-Werbung:

- Nutzen Sie Online-Werbepattformen wie Google Ads und Werbung in sozialen Medien (z. B. Facebook Ads, Instagram Ads), um Ihre Zielgruppe zu erreichen.
- Entwicklung von Werbekampagnen mit überzeugenden Texten und auffälligem Bildmaterial zur Steigerung der Besucherzahlen und Konvertierungen.

8. Online-Gemeinschaften und Foren:

- Beteiligen Sie sich an Online-Foren, Diskussionsgruppen und Gemeinschaften, in denen Zielgruppen Publikum versammelt. Bieten Sie hilfreiche Ratschläge an und tragen Sie zu Diskussionen bei, während Sie subtil

ONLINE MARKETING PLAN

SEARCHING ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

PROCESS OF GETTING TRAFFIC FROM THE “FREE”, “ORGANIC”, “EDITORIAL” OR “NATURAL” LISTINGS ON SEARCH ENGINES.

PAY PER CLICK

PAY PER CLICK IS USED ON A WIDE RANGE OF WEBSITES, INCLUDING SEARCH ENGINES, WHERE THE ADVERTISERS ONLY PAYS IF A WEB USER CLICK ON THEIR AD.

ADVERTISERS PLACE BIDS ON KEYWORDS THAT THEY THINK THIER TARGET AUDIENCE WOULD TYPE IN A SEARCH FIELD IN SEARCH OF SPECIFIC GOODS OR SERVICES

SOCIAL MEDIA MARKETING

SOCIAL MEDIA MARKETING USES SOCIAL MEDIA AS A MARKETING SUPPORT; IT GIVES EMPHASIS TO THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM, AND THE MEDIUM IS ONLY A VEHICLE THAT AMPLIFIES SOCIAL BEHAVIOR.

CONTENT MARKETING

CONTENT MARKETING CREATES MEDIA CONTENT WITH THE INTENTION OF CHANGING OR ENHANCING CONSUMERS BEHAVIOR AND IT FOCUSES ON OWNING MEDIA, NOT RENTING IT.

BASICALLY, ONE CAN SAY THAT CONTENT MARKETING IS WHAT YOU GET WHEN YOU DEVELOP SEO AND SOCIAL MEDIA DRIVEN CONTENT

Förderung von Fachwissen und Unternehmen.

9. Plattformen für den elektronischen Handel:

- Wenn Sie Produkte online verkaufen, sollten Sie einen E-Commerce-Shop auf Plattformen wie Shopify, WooCommerce oder Magento einrichten. Sorgen Sie für ein reibungsloses Einkaufserlebnis für Ihre Kunden.

10. Online-PR und Gast-Blogging:

- Schreiben Sie Gast-Blogbeiträge für renommierte Websites in der Branche. Dies hilft Ihnen, Autorität aufzubauen und Backlinks zu Ihrer Website zu erhalten.
- Kontaktaufnahme mit Online-Medien, Influencern und Bloggern, um Berichterstattung für Ihr Unternehmen zu erhalten oder Produkt.

11. Wie man ein Shopify erstellt

Das Erstellen eines Shopify-Shops ist ein unkomplizierter Prozess, und Shopify bietet eine benutzerfreundliche Plattform zum Einrichten und Verwalten eines Online-Shops. Hier finden Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie einen Shopify-Shop einrichten:

1. Registrieren Sie sich bei Shopify:

- Besuchen Sie die Shopify-Website (www.shopify.com).
- Klicken Sie auf "Get Started" oder "Start Free Trial".

2. Konto erstellen:

- Füllen Sie die erforderlichen Informationen aus, einschließlich E-Mail-Adresse, Passwort und Shop-Name.

3. Geben Sie die Shop-Details ein, passen Sie sie an und fügen Sie Produkte hinzu:

- Nach der Anmeldung werden Sie aufgefordert, weitere Angaben zum Geschäft zu machen.
- Geben Sie Informationen wie die Anschrift und die Art des Unternehmens an.
- Füllen Sie die Produktdaten aus, einschließlich Titel, Beschreibung, Preis und Bilder.

7. Zahlungsgateways einrichten:

- Gehen Sie zu "Einstellungen" und dann zu "Zahlungen".
- Wählen Sie die Zahlungsgateways, die Sie Ihren Kunden anbieten möchten. Shopify bietet eine Vielzahl von Optionen, darunter Shopify Payments, PayPal und mehr.

8. Konfigurieren Sie die Versandoptionen:

- Klicken Sie im Bereich "Einstellungen" auf "Versand und Lieferung".
- Definieren Sie Versandzonen, -tarife und -methoden.

KAPITEL 6: RECHTLICHE UND REGULATORISCH E ERWÄGUNGEN

- **Die Wahl der richtigen Unternehmensstruktur**
- **Registrierung Ihres Unternehmens**
- **Steuern und Einhaltung von Gesetzen**
- **Rechte an geistigem Eigentum**

1 - Die rechtliche Struktur des Unternehmens

Bei der Gründung eines Unternehmens ist es wichtig, über die Rechtsform oder Struktur des Unternehmens zu entscheiden.

Unternehmen. Dies hat Auswirkungen auf Steuern und

Buchhaltung. Die am häufigsten verwendeten Rechtsformen

für Unternehmen sind:

1. Kommanditgesellschaft: Eine Kommanditgesellschaft ist eine Unternehmensstruktur, bei der zwei oder

mehrere Personen ein Unternehmen leiten. Diese Struktur umfasst Komplementäre, die das Unternehmen betreiben und unbeschränkt für die Schulden des Unternehmens haften, und Kommanditisten, die in das Unternehmen investieren, aber nur beschränkt haften, d. h. ihr potenzieller Verlust ist auf ihre Investition beschränkt.

2. Alleinige Inhaberschaft: Ein Einzelunternehmen ist die einfachste Unternehmensform, bei der eine Einzelperson das Unternehmen führt und besitzt. Bei dieser Form gibt es keine rechtliche Unterscheidung zwischen dem Unternehmen und dem Eigentümer, d. h. der Eigentümer haftet uneingeschränkt für die Schulden des Unternehmens. Außerdem hat er Anspruch auf den gesamten Gewinn.

3. Gesellschaft mit beschränkter Haftung (LLC): Eine LLC ist eine hybride Unternehmensstruktur, die ihren Eigentümern (Mitgliedern) eine beschränkte Haftung bietet und gleichzeitig die Durchgangbesteuerung einer Partnerschaft oder eines Einzelunternehmens ermöglicht. Sie kombiniert die Vorteile der beschränkten Haftung einer Kapitalgesellschaft mit der Flexibilität und Steuereffizienz einer Personengesellschaft.

4. Gesellschaft: Eine Aktiengesellschaft ist eine juristische Person, die von ihren Eigentümern (Aktionären) getrennt ist. Sie befindet sich im Besitz von Aktionären, wird von einem Vorstand verwaltet und von leitenden Angestellten geleitet. Kapitalgesellschaften bieten ihren Aktionären eine beschränkte Haftung, was bedeutet, dass ihr persönliches Vermögen vor den Verbindlichkeiten des Unternehmens geschützt ist. Außerdem haben sie im Vergleich zu anderen Unternehmensstrukturen komplexere rechtliche und betriebliche Anforderungen.

5. S-Körperschaft: Eine S-Corporation ist eine besondere Art von Unternehmen, die sich dafür entscheidet, Unternehmenseinkünfte, Verluste, Abzüge und Gutschriften für Bundessteuerzwecke an ihre Aktionäre weiterzuleiten. Sie ähnelt einer normalen Kapitalgesellschaft, hat aber den Vorteil der Durchgangbesteuerung, d. h. das Unternehmen selbst wird nicht besteuert, sondern die Aktionäre geben das Einkommen in ihren individuellen Steuererklärungen an.

Jede dieser Unternehmensstrukturen bringt ihre eigenen Vor- und Nachteile mit sich, so dass die Wahl der Struktur häufig von den spezifischen Bedürfnissen und Zielen des

Unternehmens und seiner Eigentümer abhängt.

2 - Geistiges Eigentum und Warenzeichen

Vor der Wahl des offiziellen Firmennamens ist es wichtig, dass Sie zunächst eine sorgfältige Recherche durchführen. Finden Sie heraus, ob es ein anderes Unternehmen gibt, das unter demselben Namen wie das neue Unternehmen tätig ist. So können Sie vermeiden, dass Sie die Marke eines anderen Unternehmens verletzen und in eine Markenwiderspruchsklage verwickelt werden.

Sobald der offizielle Firmenname feststeht, sollten Sie erwägen, den Handelsnamen und das Logo als Marke eintragen zu lassen. Dadurch wird verhindert, dass andere ihr Unternehmen unter demselben Namen eintragen lassen.

Beachten Sie die folgenden Punkte zum geistigen Eigentum:

1. Urheberrechte: Schützen Sie Ihren Softwarecode, Website-Inhalte, Designs und alle Originalinhalte, die von Ihrem Startup erstellt wurden. Das Urheberrecht gibt Ihnen das exklusive Recht, diese Werke zu vervielfältigen, zu verbreiten und auszustellen.

2. Patente: Wenn Ihr Startup eine einzigartige Erfindung oder ein einzigartiges Verfahren hat, sollten Sie in Erwägung ziehen, Patente zum Schutz Ihrer Innovationen anzumelden. Im digitalen Bereich kann es sich dabei um einzigartige Algorithmen, Softwareprozesse oder technologische Lösungen handeln.

3. Geschäftsgeheimnisse: Schützen Sie sensible Informationen wie Algorithmen, Kundenlisten oder einzigartige Prozesse, indem Sie sie vertraulich behandeln. Schließen Sie Vertraulichkeitsvereinbarungen für Angestellte und Mitarbeiter ab.

4. Servicebedingungen und Datenschutzrichtlinien: Entwerfen Sie umfassende Nutzungsbedingungen und Datenschutzrichtlinien für Ihre digitale Plattform. In diesen Vereinbarungen wird dargelegt, wie Nutzer mit Ihrem Produkt interagieren können, welche Rechte sie haben und wie mit ihren Daten umgegangen wird.

Denken Sie daran, dass es sehr empfehlenswert ist, sich von einem auf geistiges Eigentum spezialisierten Anwalt beraten zu lassen, um den ordnungsgemäßen Schutz und die Durchsetzung der Rechte an geistigem Eigentum Ihres Unternehmens sicherzustellen.

3 - Lizenzen

Vor der Eröffnung eines Unternehmens sind mehrere Arten von Lizenzen oder Genehmigungen erforderlich. Wie viele Lizenzen das Unternehmen benötigt, hängt von der Art der Niederlassung ab. Zumindest benötigt das Unternehmen eine Geschäftslizenz, eine Handelslizenz und eine Umsatzsteuergenehmigung. Erkundigen Sie sich bei der zuständigen Behörde, welche Genehmigungen erforderlich sind.

4 - Versicherung

Für einige Unternehmen ist es je nach Land erforderlich, eine Betriebshaftpflichtversicherung abzuschließen. Versicherung.

5 - Vertraulichkeits- und Geheimhaltungsvereinbarungen

Bei der Zusammenarbeit mit Lieferanten und anderen Partnern sind Vertraulichkeits- und Geheimhaltungsvereinbarungen erforderlich. Diese Parteien werden Zugang zu Geschäftsinformationen haben, die Sie vielleicht geheim halten wollen, und deshalb sollten Sie diese Verträge vorbereiten. Vergewissern Sie sich, dass die Partner und Lieferanten sie ebenfalls unterzeichnen.

Verwenden Sie außerdem Verträge für Angestellte, Freiberufler und Partner, in denen eindeutig festgelegt wird, dass die Produkte oder Dienstleistungen, die während ihrer Arbeit für das Unternehmen entstehen, dem Unternehmen gehören. Wettbewerbsverbote und Geheimhaltungsvereinbarungen können Ihre Interessen weiter schützen.

REFERENZEN, DIE UNTER ABGERUFEN WERDEN KÖNNEN:

1. Bücher:

- "Das schlanke Startup" von Eric Ries: Dieses Buch erforscht die Prinzipien der Schaffung erfolgreicher digitale Startups mit schlanken Methoden.
- "Zero to One" von Peter Thiel: Peter Thiel, ein Mitbegründer von PayPal, gibt Einblicke in Aufbau eines erfolgreichen Tech-Startups.
- "Die vier Schritte zur Epiphanie" von Steve Blank: Dieses Buch konzentriert sich auf den Kunden Entwicklungsprozess für Start-ups.
- "The Innovator's Dilemma" von Clayton Christensen: Christensen erklärt, wie Unternehmen können durch digitales Unternehmertum innovativ sein und die Märkte verändern.

2. Online-Kurse:

- Coursera (coursera.org) und edX (edx.org) bieten verschiedene Kurse zu digitalen Unternehmergeist von Spitzenuniversitäten und -institutionen.

3. Blogs und Websites:

- TechCrunch (techcrunch.com): Eine beliebte Tech-Nachrichten-Website, die über Startups und Unternehmertum berichtet.
- Unternehmer (entrepreneur.com): Bietet Artikel und Ressourcen für Unternehmer, einschließlich digitaler Unternehmer.
- Der Blog von Neil Patel (neilpatel.com/blog): Neil Patel gibt Einblicke in digitales Marketing und Unternehmertum.

4. Podcasts:

- "How I Built This" von NPR: Dieser Podcast enthält Interviews mit Gründern und Unternehmern, die darüber sprechen, wie sie ihre Unternehmen aufgebaut haben.
- "StartUp" von Gimlet Media: Ein Podcast, der einen Einblick in die Kämpfe und Erfolge bei der Gründung eines Unternehmens gibt.
- "Die Tim Ferriss Show": Tim Ferriss interviewt Spitzenkräfte, darunter auch Unternehmer, und erörtert ihre Strategien und Taktiken.

5. Online-Gemeinschaften:

- Reddit's /r/entrepreneur: Ein Subreddit für Unternehmer, um über digitales und traditionelles Unternehmertum zu diskutieren.
- Indie Hackers (indiehackers.com): Eine Gemeinschaft von Solo-Gründern und Indie Unternehmern, die ihre Erfahrungen und Ratschläge weitergeben.

6. YouTube-Kanäle:

- GaryVee (Gary Vaynerchuk): Gary Vaynerchuk gibt Einblicke in das Unternehmertum, Marketing und Wirtschaft im digitalen Zeitalter.

- Valuetainment (Patrick Bet-David): Der Kanal von Patrick Bet-David deckt ein breites Spektrum von Unternehmerthemen ab.

7. Akademische Fachzeitschriften:

- Akademische Forschung zum Thema digitales Unternehmertum finden Sie in Fachzeitschriften wie der Journal of Small Business Management und das Journal of Business Venturing.

8. Inkubatoren und Beschleunigungszentren:

- Informieren Sie sich bei bekannten Startup-Inkubatoren und Acceleratoren wie Y Combinator, Techstars und 500 Startups über Ressourcen, Beratung und Mentoren.

9. Soziale Medien:

- Folgen Sie einflussreichen digitalen Unternehmern und Vordenkern auf Plattformen wie Twitter und LinkedIn, um über Trends und Erkenntnisse auf dem Laufenden zu bleiben.

10. Online-Foren:

- Auf Plattformen wie Quora und Stack Exchange gibt es häufig Diskussionen zum Thema digitales Unternehmertum.

DIGI - FRAUEN KURS

ZEITPLAN UND INHALT DER AUSBILDUNG

Tag 1 (Unternehmertum)

Am Ende des Tages werden die Teilnehmer:

- das Konzept des Unternehmertums und des digitalen Unternehmertums verstehen
- verstehen, wie man Marktforschung betreibt
- die notwendige Marktforschung für ihre Geschäftsidee durchgeführt haben
- eine klar definierte Geschäftsidee haben (Innovation / Preis / Nachfrage / Qualität)

Tag 2 (Finanzen)

Am Ende des Tages werden die Teilnehmer:

- ein Verständnis für Finanzen haben (wie man Gewinn und Kosten, Steuern usw. berechnet)
- einen Finanzplan erstellt haben
- die Regeln und Vorschriften verstehen, insbesondere in Bezug auf Steuern
- Haben gelernt, jetzt das Gewerbe anzumelden oder sich selbstständig zu machen

Tag 3 (Marketing und Management)

Am Ende des Tages werden die Teilnehmer:

- verstehen, was Marketing ist und wie man es einsetzt
- verstehen, welche sozialen Medien sie für die Vermarktung ihres Unternehmens nutzen können
- haben eine einfache Website für ihr Unternehmen erstellt
- eine Marketingstrategie für ihr Unternehmen entwickelt haben
- verstehen, wie man eine Marke schafft

Tag 4 (Unternehmensstrategie)

Am Ende des Tages werden die Teilnehmer:

- eine Geschäftsstrategie entwickelt haben
- gelernt haben, wie man in der Fachsprache kommuniziert
- das Konzept und gute Beispiele des Kundendienstes verstehen

Tag 5 (Geschäftsplan und Management)

Am Ende des Tages werden die Teilnehmer:

- eine endgültige Website und eine Präsenz in den sozialen Medien erstellt haben
- einen einfachen Geschäftsplan erstellt haben
- haben eine Liste für die nächsten Schritte mit Fristen erstellt



LISTE DER INSPIRIERENDEN UNTERNEHMEN

Die Europäische Kommission hat mehrere politische Maßnahmen zugunsten von europäischen Start-ups vorgeschlagen, wie die Kapitalmarktunion, die Binnenmarktstrategie oder den digitalen Binnenmarkt. Sie präzisiert die Initiativen und Maßnahmen der Mitgliedstaaten, die Unternehmen unterstützt haben, die heute Marktführer sind, wie z. B. :

SPOTIFY

Spotify ist ein Musik-, Podcast- und Video-Streaming-Dienst, der im Oktober 2008 offiziell gestartet wurde. Er wird vom Start-up Spotify AB in Stockholm, Schweden, entwickelt. Spotify bietet Zugang zu mehr als 30 Millionen Songs. Im Juni 2017 hatte Spotify mehr als 140 Millionen monatlich aktive Nutzer und mehr als 70 Millionen zahlende Abonnenten (Stand 4. Januar 2018) (Quelle: Wikipedia.org).

DELIVEROO

Deliveroo ist eine britische Tech-Erfolgsgeschichte. Nach dem Umzug von New York nach London war unser Gründer überrascht, dass es fast unmöglich war, qualitativ hochwertiges Essen geliefert zu bekommen.

Er hat es sich zur persönlichen Aufgabe gemacht, großartige Restaurants näher an ihre Kunden heranzubringen.

Heute sind wir in über 100 Städten im Vereinigten Königreich tätig, beschäftigen über 600 Software-Ingenieure und Mitarbeiter in unserer britischen Zentrale, arbeiten mit mehr als 8.000 Partner-Restaurants zusammen und engagieren 15.000 Fahrer (Quelle: Wikipedia.org).

KLARNA

Klarna ist eine schwedische Bank, die Online-Finanzdienstleistungen wie Zahlungslösungen für Online-Shops, Inkasso, Kreditzahlungen und mehr anbietet. Ihre Hauptdienstleistung besteht darin, die Zahlungsforderungen der Shops zu übernehmen und die Zahlungen der Kunden abzuwickeln, wodurch das Risiko für Verkäufer und Käufer beseitigt wird. Etwa 40 % des gesamten E-Commerce-Umsatzes in Schweden wird über Klarna abgewickelt. Das Unternehmen hat mehr als 1600 Mitarbeiter, von denen die meisten in der Zentrale in Stockholm arbeiten. Im Jahr 2014 wickelte das Unternehmen Online-Verkäufe im Wert von rund 10 Milliarden US-Dollar ab (Quelle: Wikipedia.org).

CABIFY

Cabify ist ein spanisches Transportnetzunternehmen. Es bietet Fahrzeuge zur Vermietung über seine Smartphone-App an. Die Fahrzeuge werden von ihren Besitzern gefahren, die ein strenges Auswahlverfahren durchlaufen müssen. Das Unternehmen ist in Lateinamerika, Spanien und Portugal tätig und bietet zwei Dienste an: einen für Unternehmen und einen für Privatpersonen. Als eines der größten Transportnetzwerkunternehmen in der spanisch- und portugiesischsprachigen Welt ist Cabify in Mexiko, Chile, Kolumbien, Peru, Brasilien, Panama, Ecuador, Portugal, Spanien, Argentinien, der Dominikanischen Republik und Uruguay tätig. Anfang 2016 meldete Cabify über eine Million Installationen weltweit, von denen die meisten in Lateinamerika und der Rest in Spanien waren (Quelle: Wikipedia.org).

N26

N26 , das 2014 gegründete deutsche Startup, das seinen Namen vom Rubik-Würfel hat, hat über 50 Millionen Dollar eingesammelt und hat 300 Tausend Kunden in Europa. Es ermöglicht die Eröffnung und Verwaltung eines Kontos nur mit dem Smartphone (Quelle: Wikipedia.org).

GLOSSAR DER BEGRIFFE DES DIGITALEN UNTERNEHMERGEISTES

- 1. Beschleunigungsprogramm:** Ein Programm, das Start-ups Mentoring, Networking und Finanzierungsmöglichkeiten im Austausch gegen Eigenkapital bietet.
- 2. Agile Entwicklung:** Eine Softwareentwicklungsmethodik, bei der Flexibilität im Vordergrund steht, Zusammenarbeit und schrittweiser Fortschritt.
- 3. Agiles Marketing:** Anwendung der Grundsätze der agilen Entwicklung auf das Marketing, um die schnelle, datengesteuerte Anpassungen der Kampagnen.
- 4. Engel-Investor:** Eine vermögende Privatperson, die Start-ups im Austausch gegen Eigenkapital oder wandelbare Schuldtitel finanziell unterstützt.
- 5. B2B (Business-to-Business):** Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen für andere Unternehmen und nicht für Verbraucher anbieten.
- 6. B2C (Business-to-Consumer):** Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen direkt an einzelne Verbraucher.
- 7. Bootstrapping:** Die Praxis, ein Startup mit minimaler externer Finanzierung aufzubauen, oft Sie stützen sich auf persönliche Ressourcen und die Einnahmen aus dem Unternehmen.
- 8. Geschäftsmodell:** Ein strategischer Plan, der beschreibt, wie ein Unternehmen Geld verdienen will, einschließlich Einnahmequellen und Kostenstruktur.
- 9. Inhaltmarketing:** Erstellung und Verbreitung wertvoller Inhalte, um ein Zielpublikum anzusprechen und zu binden; wird häufig für Branding und Lead-Generierung eingesetzt.
- 10. Kundenakquisitionskosten (CAC):** Die mit der Gewinnung eines neuen Kunden verbundenen Kosten, einschließlich Marketing- und Vertriebskosten.
- 11. Kundenbindung:** Die Praxis, bestehende Kunden zu binden und zufrieden, um die Loyalität zu fördern.
- 12. Digitales Marketing:** Die Nutzung digitaler Kanäle, wie z. B. soziale Medien und E-Mail, um für Produkte oder Dienstleistungen zu werben.
- 13. Digitaler Nomade:** Eine Person, die aus der Ferne arbeitet und reist, während sie die digitale Technologie für ihre Arbeit nutzt.
- 14. Elektronischer Handel:** Der Kauf und Verkauf von Produkten und Dienstleistungen über das Internet.
- 15. Elevator Pitch:** Eine prägnante und überzeugende Zusammenfassung des Wertversprechens eines Startups, in der Zeit, die man für eine Aufzugsfahrt benötigt.
- 16. Entrepreneur:** Eine Person, die ein Unternehmen initiiert, organisiert und leitet, oft mit innovativen oder bahnbrechenden Ideen.
- 17. Inkubator:** Eine Organisation, die Ressourcen, Mentorenschaft und Unterstützung für Start-ups in der Anfangsphase, um ihnen beim Wachstum zu helfen.
- 18. Innovation:** Die Einführung neuer Ideen, Verfahren oder Produkte, oft im Zusammenhang mit der Lösung von Problemen oder der Erfüllung von Marktanforderungen.

- 19. Lifetime Value (LTV):** Der prognostizierte Nettogewinn, den ein Unternehmen von einem Kunden erwarten kann. Kunden während der gesamten Dauer ihrer Beziehung.
- 20. Marktforschung:** Der Prozess des Sammelns und Analysierens von Informationen über eine Zielgruppe Markt, einschließlich Kundenpräferenzen und Wettbewerb.
- 21. MVP (Minimum Viable Product):** Die einfachste Version eines Produkts, die es einem Startup ermöglicht, sein Konzept zu testen und Nutzerfeedback zu erhalten.
- 22. GuV-Rechnung (Gewinn- und Verlustrechnung):** Ein Finanzbericht, der die Einnahmen, Kosten und Ausgaben eines Unternehmens während eines bestimmten Zeitraums zusammenfasst.
- 23. Pitch Deck:** Eine Präsentation, die den Geschäftsplan eines Start-ups, den Zielmarkt und die finanzielle Projektionen bei der Beantragung von Finanzmitteln.
- 24. Pivot:** Eine strategische Änderung der Ausrichtung oder des Produkts eines Start-ups, um sich an veränderte Marktbedingungen oder Kundenfeedback anzupassen.
- 25. Produkt-Markt-Fit:** Das Stadium, in dem ein Produkt oder eine Dienstleistung die Bedürfnisse des Zielmarktes erfüllt. Bedürfnisse und Anforderungen.
- 26. ROI (Return on Investment):** Ein Maß für die Rentabilität einer Investition oder Marketing-Kampagne, oft in Prozent ausgedrückt.
- 27. SaaS (Software as a Service):** Ein Softwarebereitstellungsmodell, bei dem die Software gehostet wird in der Cloud und auf Abonnementbasis bereitgestellt.
- 28. Skalierbarkeit:** Die Fähigkeit eines Unternehmens, zu wachsen, ohne dass es zu einem proportionalen Anstieg der Ressourcen oder Kosten.
- 29. Scale-up:** Die Phase, in der eine Neugründung ein schnelles Wachstum erfährt, das häufig mehr Ressourcen und Infrastruktur erfordert.
- 30. Seed-Finanzierung:** Anfängliches Kapital, das einem Start-up-Unternehmen zur Verfügung gestellt wird, um sein Konzept zu beweisen und zu entwickeln einen Prototyp.
- 31. SEO (Search Engine Optimization, Suchmaschinenoptimierung):** Die Praxis der Optimierung einer Website zu Rang höher in den Suchmaschinenergebnissen, was den organischen Verkehr erhöht.
- 32. Startup:** Ein neu gegründetes Unternehmen, typischerweise in der Technologie- oder Digitalbranche, das schnell wachsen soll.
- 33. Nachhaltigkeit:** Die Fähigkeit eines Start-ups, seinen Betrieb und sein Wachstum über auf lange Sicht.
- 34. SWOT-Analyse:** Ein strategisches Planungsinstrument, das die Stärken eines Unternehmens bewertet, Schwächen, Chancen und Gefahren.
- 35. Nutzerakquise:** Der Prozess der Gewinnung neuer Nutzer oder Kunden für ein digitales Produkt oder eine digitale Dienstleistung.
- 36. Benutzererfahrung (UX):** Das Gesamterlebnis, das ein Nutzer bei der Interaktion mit einem Produkt oder einer Website hat, einschließlich Benutzerfreundlichkeit und Zufriedenheit.
- 37. Risikokapital:** Finanzmittel, die von Risikokapitalfirmen für Start-ups im Austausch gegen eine Beteiligung am Unternehmen bereitgestellt werden.

DIGI-WOMEN PROJECT



EMPOWER DIGITAL
WOMEN ENTREPRENEURS