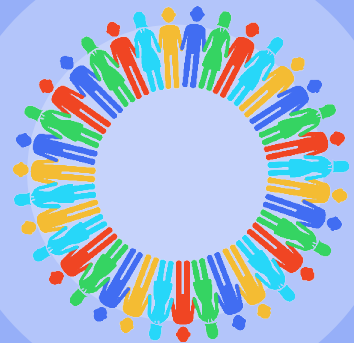




Erasmus+



Welcomeship

Building Inclusive Communities Through
Community-based Entrepreneurship

LERNSET

HANDBUCH



INHALTSVERZEICHNIS

MODUL 1. BEWUSSTSEIN ERWEITERN UND TÜREN ÖFFNEN

1. TEAMBUILDING
2. IDENTITÄT UND KULTUR
3. VIELFALT UND SOZIALE GERECHTIGKEIT FÖRDERN
4. INKLUSION UND INTERKULTURELLER DIALOG
5. ENTWICKLUNG VON GEMEINSCHAFTSSINN UND -GEIST

MODUL 2. ENTREPRENEURSHIP UND DIE COMMUNITY

1. DEFINITIONEN UND ARTEN VON ENTREPRENEURSHIP
2. COMMUNITY BASIERTES ENTREPRENEURSHIP
3. VORBILDER UND UNTERNEHMER IN IHRER COMMUNITY
4. ICH DER UNTERNEHMER: MEINE LEIDENSCHAFTEN UND TALENTE
5. COMMUNITY ANALYSE
6. ENTREPRENEURSHIP UND INKLUSION

MODUL 3. IDEEN ENTWICKLUNG

1. DIE RICHTIGEN FRAGEN STELLEN
2. MARKTFORSCHUNG
3. BEDÜRFNISSE UND PROBLEME IDENTIFIZIEREN, DIE GELÖST

WERDEN MÜSSEN

4. COMMUNITY-BASIERTE IDEEN
5. PROTOTYPING

MODUL 4. DER MARKT: VON DER IDEE ZUM BUSINESS

1. LEISTUNGSVERSPRECHEN UND (SOZIALES) BUSINESS MODELL
2. LEAN START-UP UND MVP
3. MARKETING UND KOMMUNIKATION
4. FINANZEN
5. RESSOURCEN FINDEN
6. NETZWERKEN UND PARTNERSCHAFTEN

MODUL 5. MARKTEINFÜHRUNG & SKALIERUNG

1. PRÄSENTATIONSTECHNIKEN
2. RISIKEN EINSCHÄTZEN
3. MANAGEMENT UND TEAMARBEIT
4. WIE SIE EINEN BUSINESSPLAN SCHREIBEN
5. RECHTLICHE STRUKTUREN
6. SKALIERUNG

Modul

1.

“We need to give each other the space to grow, to be ourselves, to exercise our diversity. We need to give each other space so that we may both give and receive such beautiful things as ideas, openness, dignity, joy, healing, and inclusion.”
— Max de Pree

Bewusstsein
erweitern und
Türen öffnen



“Exclusion is always dangerous. Inclusion is the only safety if we are to have a peaceful world.” – Pearl S. Buck

*“We need to give each other the space to grow, to be ourselves, to exercise our diversity. We need to give each other space so that we may both give and receive such beautiful things as ideas, openness, dignity, joy, healing, and inclusion.”
– Max de Pree*

Kurzbeschreibung

Das übergeordnete Ziel des Welcomeship-Projekts ist der Aufbau integrativer Communitys durch Community-basiertes Entrepreneurship. Wir glauben, dass die Zusammenarbeit zwischen jungen Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund, z.B. junge Migranten, junge Menschen mit Fluchterfahrung und einheimische Jugendliche, die gemeinsam lernen, denken, träumen, planen und kreieren, ein Weg ist, der zur Inklusion und zum positiven sozialen Wandel beiträgt. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit beginnt mit dem Aufbau einer Gruppenidentität und eines Vertrauens zwischen den Teilnehmern, der Vereinbarung gemeinsamer Regeln und Prinzipien und dem Erkennen der Hintergründe, der Identität und der Kultur des jeweils Anderen, um einen produktiven Austausch zu etablieren. Aus diesem Grund konzentriert sich das Modul 1 des Welcomeship-Kurses auf “Opening Minds & Doors”, die Bedeutung von Teambuilding, Identität und interkulturellem Dialog. Ebenso werden die Vorteile und Herausforderungen der Vielfalt und des Community Potenzials für Community-basierten unternehmerische Ideen in diesem Modul behandelt. Diese Themen bleiben während des gesamten Kurses erhalten

Lernziele

- Bilden Sie eine Gruppe um sich kennenzulernen
- Verstehen, wie Identitäten und Kulturen aufgebaut und ausgedrückt werden
- Erlernen der Prinzipien des Dialogs als Methode des Zuhörens, des Teilens und der Suche nach einer gemeinsamen Basis
- Lernen Sie die Schlüsselbegriffe der Inklusionsarbeit kennen, wie Diskriminierung, Vorurteile, Stereotypen, Toleranz usw.
- Sich bewusst machen, wie Vielfalt und soziale Gerechtigkeit gefördert werden können, um integrative Communitys aufzubauen
- Verständnis des Konzepts der Community, der lokalen und globalen Abhängigkeiten, der Macht- und Entscheidungsfindungsdynamik sowie des Wertes von Netzwerken

1. Team building

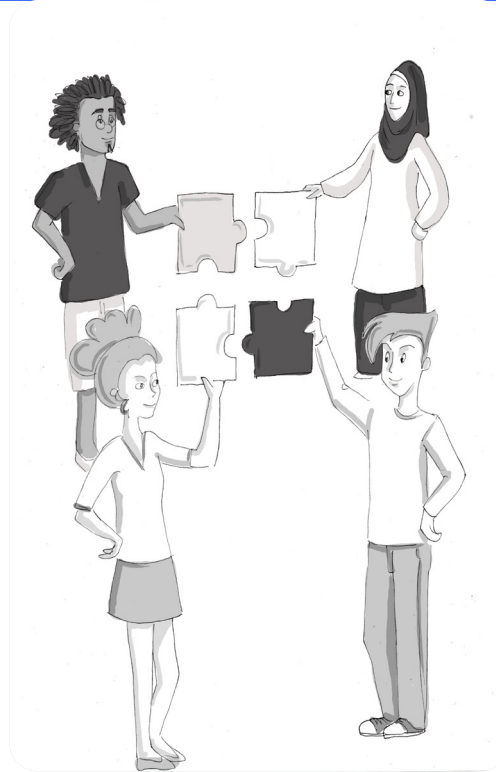
Teambuilding-Aktivitäten sind einfache Möglichkeiten, miteinander zu reden und einander zuzuhören, sich besser kennenzulernen und sich auf die Arbeit im Team vorzubereiten. Es ist auch der Weg, die Vielfalt der Menschen in der Gruppe anzuerkennen und Wissen und Verständnis über den Hintergrund des jeweils Anderen zu erlangen, um herauszufinden, wie man gemeinsam voranschreiten kann. Teambuilding-Aktivitäten sind eine gute Möglichkeit, um eine Gruppe zu bilden, sei es ein dreitägiges Training oder ein einjähriger Kurs. Teil davon sind Eisbrecher und Energizer. Sie können diese Aktivitäten aus verschiedenen Gründen und zu jedem Zeitpunkt nutzen: zum Aufwärmen oder Entspannen in der Gruppe, nach dem Mittagessen, um die Gruppe wieder in die Denkweise des Meetings zu bringen, um den nächsten Teil des Trainings kennenzulernen, oder um eine Herausforderung zu meistern, die Ihr Team (zusammen oder in kleinere Gruppen aufgeteilt) entweder bewältigen oder ansprechen muss.

Sie sollten Teambuilding-Aktivitäten an Ihre Gruppe und Ihre Situation anpassen. Achten Sie bei der Durchführung einer Aktivität auf die Besonderheiten Ihrer Gruppe, wie Alter, kultureller Hintergrund und Ausbildungs Fokus.

Stellen Sie sicher, dass Sie eine Aktivität ausführen, bei der alle Mitglieder der Gruppe teilnehmen können. Eisbrecher und Teambuilding-Aktivitäten eignen sich für Menschen jeden Alters. Es gibt kein "zu alt" dafür. Es ist in Ordnung sich zu entspannen, Spaß zu haben und das Loslassen zu genießen. Dies fördert auch die gemeinsame Lernerfahrung.¹

Die in diesem Lernset verwendeten Methoden sind Aktivitäten zur Förderung des informellen Lernens und der Zusammenarbeit als Gruppe. Alle Aktivitäten in Modul 1 können als Teambuilding-Aktivitäten betrachtet werden, die dem allgemeinen Zweck der Inklusion und des sich Bewusstwerdens von Vielfalt dienen. Sie können sich entscheiden, eine bestimmte Vielfalts-Aktivität auszuwählen, um Probleme zu erörtern, die Sie möglicherweise diskutieren möchten, potenzielle Probleme, mit denen andere Menschen konfrontiert sind, oder als Energizer, um als Gruppe einen gezielten Fokus zu setzen.

Jeder sollte in der Lage sein, sich während des Treffens gewünscht und geschätzt zu fühlen. Stellen Sie daher sicher, dass Sie sich mit den Grundregeln einverstanden erklären, bevor Sie eine Aktivität durchführen, einschließlich Eisbrecher.



Regeln und Prinzipien für das Arbeiten in einer vielfältigen Gruppe:

Verwenden Sie inklusive Sprache, um eine inklusive Atmosphäre zu schaffen und aufrechtzuerhalten: Verwenden Sie die Sprache der ersten Person (z.B. ein Flüchtlingskind gegenüber einem Kind mit Flüchtlingsstatus) und vermeiden Sie die Verwendung von Kennzeichnungen (z. B. der muslimische Typ) und normativen Vergleich (normale Personen vs. Behinderte Menschen, normale Esser vs. Diabetiker, sexuelle Mehrheit vs. sexuelle Minderheit usw.) - Etiketten sind schwächend und lassen die Menschen sich mehr auf den Unterschied konzentrieren

Unterschiede positiv anerkennen - Wege finden, Unterschiede zu feiern/einzubeziehen, wenn dies angemessen und möglich ist

Förderung von Offenheit und Ehrlichkeit im Dialog

Verhalten frei von Diskriminierung und Respekt für Vielfalt fördern

Diskriminierung und Gewalt gemäß der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte ablehnen

Ermutigen Sie alle, sich gegenseitig zu unterstützen, um im Kurs vollständig präsent zu sein. Denken Sie auch gemeinsam über die Hindernisse nach und wie die Teilnehmer sie überwinden können

Wenn Sie nicht zustimmen bleiben sie konstruktiv und respektvoll

Halten Sie sich an die vereinbarten Grundsätze. Dies gibt den Teilnehmern Kraft, die sich möglicherweise nicht in der Lage fühlen, vollständig aktiv teilzunehmen, und ermutigt andere, auch ihre Bedenken zu teilen. Wenn es dominante Teilnehmer gibt, besprechen Sie das Problem mit ihnen unter vier Augen Berücksichtigen Sie mögliche Partizipation Barrieren im Voraus, z.B. in Bezug auf Geschlecht, Sprache oder Teilnehmer aus einer Minderheitengruppe, oder ob Teilnehmer besondere Teilnahmevoraussetzungen haben, insbesondere für Menschen mit besonderen Bedürfnissen, die im Voraus berücksichtigt werden sollten.

2. Identität und Kultur

Dieser Abschnitt soll Ihnen helfen zu verstehen, wie sich Identitäten und Kulturen bilden und ausdrücken, und wie Kulturen miteinander verbunden werden. Sie entwickeln ein Bewusstsein für andere Kulturen, lernen unterschiedliche Perspektiven zu schätzen und üben, Ihre Annahmen sanft zu halten.

Um zu verstehen, wie Identitäten und Kulturen sich ausdrücken, verändern und miteinander verbunden werden, müssen wir uns bewusst machen, was unsere eigene Identität und Kultur ist und wie sie ausgedrückt wird.

Identität ist unser Selbstwertgefühl. Sie setzt sich aus allen Überzeugungen, Werten und Interessen zusammen, von denen wir glauben, dass sie diese als Individuum definieren. Unsere soziale Identität umfasst die Rasse, Religion, Sprache, Geschlechterrollen und Kulturen, mit denen wir in der Community identifiziert werden. Einige Elemente unserer Identität sind sichtbar, andere sind unsichtbar und einige (oder andere) Personen entscheiden sich nicht zu offenbaren. Wir sollten vorsichtig sein, wenn wir Annahmen über Personen treffen, die auf dem basieren, was wir sehen.

Jeder von uns hat mehrere soziale Identitäten wie z.B: Student, Sohn, Bruder, Musiker, Koch, Hundeliebhaber, Muslim und Iraker. In bestimmten Lebensphasen können sich unsere Identitäten ändern oder durch neue Rollen erweitert werden, die wir übernehmen, z.B. als Ehefrau / Ehemann, Elternteil, Gemeindeleiter oder Umweltaktivist. Manche Einflüsse erzeugen Spannungen, wenn sie gleichzeitig auftreten und miteinander in Konflikt stehen. Beispielsweise können Sie von traditionellen Familienwerten genauso beeinflusst werden wie Sie von der globalen Popkultur beeinflusst werden.

Bestimmte soziale Gruppen, z.B. Politiker, Medien, Kirchen oder heutzutage Blogger und Influencer beeinflussen unsere Sichtweise auf uns und andere.

Eine wichtige Tatsache ist, dass unsere Wahrnehmung von „Anderssein“ oder die Identität anderer Personen Auswirkungen auf das Niveau der Gleichheit und Gerechtigkeit in der Community hat. Unsere Annahmen, ob Frauen weniger Fähigkeiten als Männer haben oder ob LGBTQ-Personen weniger Rechte verdienen -wenn weit verbreitet - kann sogar rechtliche Auswirkungen und langfristige Konsequenzen haben.

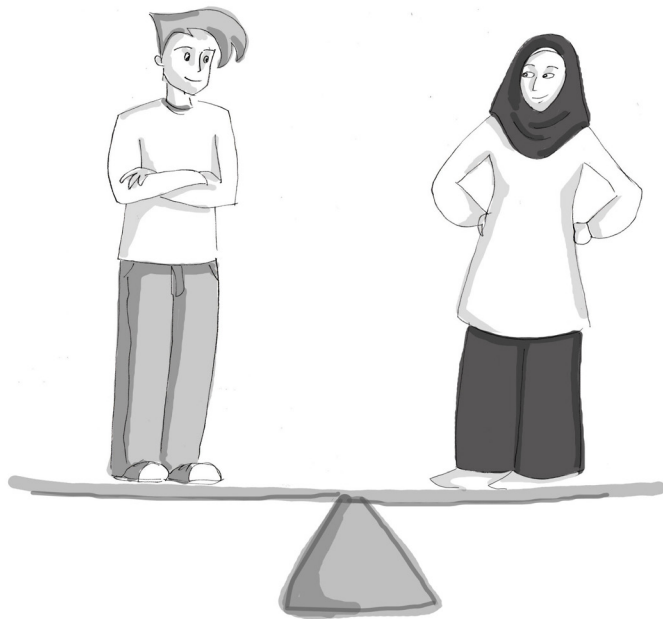
Wie wir unsere eigene Identität und die Identität anderer verstehen und einschätzen, bestimmt unsere Entscheidungen. Ein festes Gefühl der eigenen Identität kann zu einer Konfliktquelle und Rechtfertigung für die Unterdrückung anderer Individuen und Communitys mit unterschiedlichen Identitäten werden. Ein besseres Verständnis der Identität anderer befähigt uns gleichzeitig, Einflüsse, Meinungen, Einstellungen und Bedürfnisse verschiedener Menschen und Kulturen zu verstehen. Dies hilft uns wiederum dabei, konstruktives Denken und eine offene Haltung zu entwickeln. Während Identität ein persönliches und nicht immer sichtbares Selbstgefühl ist, ist Kultur eine Gruppe von Werten, Überzeugungen, Einstellungen und Verhaltensweisen, die in einer Community gelernt und geteilt werden. Kulturen sind oft sichtbar und erkennbar an Essen, Kleidung, Musik und Tanz. Kultur prägt auch die Art und Weise, wie Identität in unserer Familie oder Community ausgedrückt oder gelebt wird, als innerer Ausdruck der Haltung gegenüber Familie oder Natur.

Die kommunale Kulturpraxis hilft den Menschen, einander zu verstehen und vermittelt Schutz, Zugehörigkeit, Stolz und Identität. Gleichzeitig kann dies auch Erwartungen an andere Kulturen wecken, die auf dieselbe Weise leben, und Normen, an denen gemessen wird, ob andere den gleichen Prinzipien folgen, die eine Quelle für Urteile und Vorurteile sind.²

Wenn wir integrative Communitys aufbauen wollen, müssen wir sicherstellen, dass die Mitglieder die Identität und Kultur voneinander respektieren und dass Unterschiede angemessen und möglich sind.



3. Vielfalt und soziale Gerechtigkeit fördern



Vielfalt ist in unseren globalisierten Communities zur alltäglichen Realität geworden. Wir trinken italienischen Kaffee, gehen auf einen türkischen Markt, kaufen Kleidung aus Indien und fahren deutsche Autos. Beurteilen wir Vielfalt jedoch so sehr, wie wir ihre Vorteile sehen, oder leugnen wir sie manchmal?

Vielfalt in der Praxis bedeutet Erfahrung darin zu haben in Gruppen zu arbeiten, die sich hinsichtlich Rasse, Bildungsstand, Religion, ethnischer Zugehörigkeit, speziellen Bedürfnissen und Geschlecht unterscheiden. Es unterscheidet sich von der Arbeit mit einer heterogenen Gruppe, die gemeinsame Identität und Kultur teilt. Die Herausforderungen bei der Inklusion sind nicht so groß. Eine gemeinsame Identität hilft uns, uns in einer Gruppe sicher zu fühlen.

Mit zunehmender Vielfalt fühlen wir uns möglicherweise weniger sicher und von unserem sozialen Umfeld unabhängiger. Ereignisse auf der ganzen Welt zeigen, dass Menschen auf viele verschiedene Arten darauf reagieren können, indem sie entweder ihre Identität energisch "unter Druck" verteidigen oder Unterschiede bewerten, Vertrauen und Verständnis aufbauen und gemeinsame Identitäten zwischen verschiedenen Gruppen finden. Die Beispiele sind die Pegida-Bewegung in Deutschland, um die traditionelle deutsche Identität zu fördern und gleichzeitig den Islam und die muslimischen Kulturen abzulehnen und zu beanstanden. Andererseits soll der transnationale Jugendaustausch von der Europäischen Union unterstützt werden, um zu lernen, Stereotypen zu erkennen und zu korrigieren, Gemeinsamkeiten zu finden und mit Unterschieden innerhalb des Teams umzugehen.

Um Vielfalt zu fördern, müssen wir uns dazu verpflichten, mit Veränderungen zu arbeiten und eine ehrliche Feedback Kultur im Umgang mit negativen Einflüsse etablieren. Wir lernen kulturelle Missverständnisse, Stereotypen, Vorurteile und Diskriminierung mit bewiesenen und bewährten Verfahren und Innovationen, wie z.B. Community basierte unternehmerische Initiativen mit Menschen unterschiedlicher Hintergründe zu etablieren.

Vielfalt ist kein Thema, das nur gelegentlich im Klassenzimmer angesprochen werden muss. Vielfalt ist ein Thema, das permanent gepflegt, unterstützt und gestärkt werden muss. Es ist ein Prinzip der sozialen Gerechtigkeit, das zusammen mit Gleichheit und einem unterstützenden Umfeld gleiche Chancen für Wohlstand, persönliche Entwicklung und soziale Privilegien garantiert. Das Verständnis dieser Prinzipien und das Erkennen der Ungleichheiten stärken unser Verständnis von sozialer Gerechtigkeit, sodass wir sie in unserem Umfeld anwenden können. Wenn wir die Ähnlichkeiten und Unterschiede der Menschen würdigen und ihre Partizipation unterstützen, werden wir zu fähigeren Führungskräften.

Leider wird nicht jeder gleich behandelt. Wir stellen uns den grundlegenden Fragen der Fairness in unserem Alltag entweder direkt oder durch Freunde, Verwandte und Kollegen. Die besonders gefährdeten Gruppen in unserer Community - einige ethnische Minderheiten, Menschen mit Migrationshintergrund oder Menschen mit speziellen Nöten - sind durch ihre Beziehungen zu anderen Mitgliedern der Community Vorurteilen, Mythen und Konfliktlösungen ausgesetzt. Durch offene Diskussionen und strukturierte Aktivitäten können wir diese Themen in einer sicheren Umgebung untersuchen und ein Bewusstsein dafür schaffen, was Vielfalt bedeutet, was ihre Vorteile für eine Gesellschaft sind und warum die Menschen sich davor verschließen.

Die Aktivitäten in diesem Abschnitt zielen darauf ab, einen offenen und sicheren Rahmen für das Reflektieren von Unterschieden zu schaffen, kulturelle Hierarchien abzubauen und unsere Fähigkeiten zu stärken, um gesunde ethische Ansichten zu komplexen Themen zu entwickeln, einschließlich Vorurteilen, Diskriminierung, Fremdenfeindlichkeit, Rassismus usw. In den folgenden Modulen betrachten wir das Community basiertes Entrepreneurship als eines der Instrumente, um proaktiv zu werden und mehr verstärkt soziale Ressourcen in unserer Community zu schaffen.

4. Inklusion und interkultureller Dialog



In diesem Teil lernen Sie die Grundsätze des Dialogs, die Ansätze des Dialogs und die Verwendung des Dialogs für Eingliederung und gemeinschaftliches Handeln kennen. Viele benachteiligte Gruppen in der Community haben keine Stimme. Der Aufbau eines konstruktiven interkulturellen Dialogs bedeutet, Techniken des Zuhörens und Fragens zu nutzen und Räume zu schaffen, die inklusiv sind. Das Ziel des Welcomeship-Kurses ist es, einen Raum zu schaffen, in dem Toleranz, gegenseitiges Verständnis und Respekt gefördert und verstärkt werden.

Dialog ist ein Gespräch, in dem Menschen voneinander lernen und etwas miteinander teilen. Dialog unterscheidet sich von anderen Gesprächsformen wie Debatten, Diskussionen, Anwalts Gesprächen oder Verhandlungen. Ziel des Dialogs ist es, unterschiedliche Perspektiven zu verstehen und eine gemeinsame Basis zu finden. In Zeiten, in denen globale Systeme und globale Probleme, wie z.B. Migration und Klimawandel die lokale Community beeinflussen müssen wir in einen Dialog treten, um diese Themen effektiv anzugehen.

Im Dialog steht das Lernen im Mittelpunkt. Er wertet unterschiedliche Perspektiven und trägt zu mehr kollektiver Weisheit bei. Der Fokus auf das Teilen schafft gegenseitiges Vertrauen und Einfühlungsvermögen. Auf diese Weise sehen wir nicht nur die Handlungen und Worte, sondern auch die Überzeugungen und Motivationen, die dahinterstehen. Lernen und Teilen sind die Prinzipien der Partizipation. So bauen wir stärkere und integrative Communitys auf. Voraussetzung für einen erfolgreichen Dialog ist ein echtes Interesse an der jeweils anderen Perspektive. Die Barriere besteht in Diskriminierung oder ungleichen zugeschriebenen sozialen Positionen zwischen den Partnern im Dialog, die sich besonders auf benachteiligte Gruppen auswirken³

Es gibt viele Fähigkeiten, die uns im Dialog unterstützen könnten, z.B. Zuhören und Fragetechniken, sowie Methoden, mit denen Gespräche so organisiert werden, dass effektives Lernen und Teilen möglich sind. Dies sind die Fähigkeiten, die Sie als Führungskraft, Unternehmer oder Aktivist auf allen Ebenen der Community benötigen. Wenn Sie in einen Dialog verwickelt sind, versuchen Sie, Ihre Annahmen in Frage zu stellen, neue Ideen zu begrüßen, Ihr Einfühlungsvermögen mit unterschiedlichen Ansichten zu steigern, die Hindernisse zu verstehen, die zwischen anderen und einer sinnvolle Teilnahme im Weg stehen. Erweitern oder ändern sie möglicherweise die Sichtweise einer anderen Person, finden Sie Gemeinsamkeiten und halten Sie den Dialog am Leben. Einige der Aktivitäten und Übungen zielen darauf ab, diese Fähigkeiten auf praktische Weise aufzubauen.

5. Entwicklung von Gemeinschaftssinn und Bewusstsein

In diesem Teil lernen Sie das Konzept einer Community, der lokalen und globalen gegenseitigen Abhängigkeit, der Macht- und Entscheidungsfindung Dynamik sowie den Wert für Netzwerke und Konfliktmanagement in fragilen Communitys kennen. In den nächsten Modulen werden wir darüber sprechen, wie community-basiertes Entrepreneurship zur nachhaltigen Entwicklung der Community beitragen kann. Sie lernen, wie Sie Community-Mapping durchführen, um sich über die Bedürfnisse zu informieren und Communitys-basierte Ideen zu entwickeln.

Eine Community ist eine Gruppe von Menschen, die sich an einem geografischen Ort befinden und gemeinsame Interessen hinsichtlich der Qualität und der Möglichkeiten dieses Ortes haben. Communitys können auch durch eine Reihe gemeinsamer Werte und Interessen erstellt werden, beispielsweise:

- Beschäftigung: Berufsverbände, Gewerkschaften, informelle Praxis Communitys gemeinsamer Glaube
- Menschen mit dem gleichen ethnischen Hintergrund
- Personen des gleichen Geschlechts und / oder Sexualität
- Interesse an Freizeitaktivitäten: Sport, Musik
- Sich für gemeinsame Ziele einsetzen z.B. gegen den Klimawandel, für Kinderrechte und Gleichstellung der Geschlechter.

Manche Communitys werden auf der bewussten Entscheidung der Menschen gegründet, Teil davon zu sein („Musiker im Dialog“), und andere basieren auf den Umständen und der Geschichte (Flüchtlinge oder Zugezogene, muslimische Community). Eine Einzelperson kann sich mit mehreren Communitys, ihren Werten und Entscheidungen identifizieren.

Auf diese Weise trägt jede Community zur Identität einer Person bei.

Communitys können klein und groß sein, fokussiert und vage sein oder sogar widersprüchliche Interessen verfolgen.

In diesem Projekt Welcomeship müssen wir, wenn wir über eine inklusive Community sprechen, die geografischen Grenzen definieren, in denen Inklusion stattfindet und innerhalb derer alle Menschen an Entscheidungsprozessen teilnehmen können und gleiche Möglichkeiten haben, Zugang zu Ressourcen zu erhalten.

Eine integrative Community unterstützt die Stärkung von Individuen, so dass zuvor exkludierte Gruppen an der Entscheidungsfindung teilnehmen können. Es erfordert ein Verständnis der Entscheidungsbefugnisse, der praktischen Hindernisse für die Teilnahme und der Frage, wie Netzwerke und Community-basiertes Entrepreneurship die Inklusion fördern können⁴



Weitere Ressourcen & Learnings

Teambuilding

- [10 Quick and Easy Team Building Activities](#) Kurzbeschreibung
- [Great icebreakers](#) Video von Eisbrechern

Identität und Kultur

- [Healthy conversations with young people](#) Leitfaden für Jugendarbeiter und Trainer
- [We Are Not All That Different: Race and Culture Identity](#) Seconde Nimenya TED Talk

Vielfalt und soziale Gerechtigkeit fördern

- [‘Fasian’: Fake Asian - It’s \(past\) time to appreciate cultural diversity](#) Hayley Yeates TED Talk
- [TED Talks to help you understand social justice](#) Auswahl von 9 TED videos

Inklusion und interkultureller Dialog

- [Dialogue Guides](#) – eine Sammlung kostenloser Ressourcen zu häufig diskutierten interkulturellen Themen (von Humor zu Rassismus) durch das Sustained Dialogue Institute
- [In defense of dialogue](#) Jonas Gahr Støre TED Talk

Communitysgefühl & -geist

- [What makes a welcoming and inclusive community](#) Video zur mentalen Checkliste aus der Stadt St. Albert (CA)
- [Building Inclusive Communitys](#) Schritt für Schritt Anleitung und Werkzeugkasten für die Entwicklung von Communitysgeist. Checklisten-Video aus der Stadt St. Albert (CA)
- [Introduction to power analysis](#) Powercube-Methode zu Community & Power-Beziehungen

Modul

2.

“Every great dream begins with a dreamer. Always remember, you have within you the strength, the patience, and the passion to reach for the stars to change the world.”

- Harriet Tubman

Entrepreneurship und die Community



“Every great dream begins with a dreamer. Always remember, you have within you the strength, the patience, and the passion to reach for the stars to change the world.”

- Harriet Tubman

Kurzbeschreibung

In diesem Modul ist es wichtig, den Kontext festzulegen. Das Ziel des Moduls ist es, die verschiedenen Arten von Entrepreneurship sowie die Rolle von Unternehmern in unserer Community zu verstehen: Wer sind die (sozialen) Unternehmer, zu denen Sie aufschauen, von welchen Ideen fühlen Sie sich inspiriert und wer sind Ihre Vorbilder, um Communityliche Veränderungen in der Community herbeizuführen? Wenn Sie es noch nicht wissen, beginnt Ihre Entdeckung hier.

In diesem Modul ist es auch hilfreich zu verstehen, wo Ihre Interessen, Fähigkeiten, Erfahrungen, Ziele und Leidenschaften liegen, um sich als zukünftiger (sozialer) Unternehmer zu identifizieren. Wenn Sie ein erfolgreicher Unternehmer sein möchten, müssen Sie diese Interessen, Fähigkeiten und Erfahrungen mit einem sozialen Problem oder Problem in Einklang bringen, und diese Kombination aus Herz und Verstand wird die Grundlage für den Erfolg des Wachstums schaffen!

Lernziele

- Erkennen Sie die Rolle der Unternehmer in der Community und in Ihrer Community
- Ermitteln Sie die Bereiche unserer Wirtschaft / Community, in denen Unternehmer arbeiten
- Diskutieren Sie, was community-basiertes Entrepreneurship ist und wie es sich von klassischen und sozialem Entrepreneurship unterscheidet
- Identifizieren Sie Ihre Vorbilder und wer und was Sie inspiriert
- Verstehen Sie, wie Ihre eigenen Leidenschaften, Interessen, Fähigkeiten und Erfahrungen mit Ihren potenziellen unternehmerischen Zielen übereinstimmen können

1. Definitionen und Arten von Entrepreneurship



In der YEPP-Definition war Entrepreneurship ein Instrument zur Stärkung des Einzelnen und der Communitys, um deren Potenzial auszuschöpfen und nachhaltige Geschäftsmodelle zu schaffen, die auf der Zusammenarbeit lokaler Akteure beruhen, sozial verantwortlich sind und die lokalen Bedürfnisse mit den Community Ressourcen verbinden.

Die Haupttypen sind unternehmerisches und soziales Entrepreneurship .
Unternehmerisches Entrepreneurship ist in kleine Unternehmen unterteilt - die Mehrheit aller Unternehmen, die auf ihre kleinen Lieferketten angewiesen sind, sowie skalierbare Startups, die Risikokapital für Wachstum und Expansion anziehen, und

große Unternehmen, die durch nachhaltige Innovationen wachsen und neue Produkte anbieten, die deren Kernprodukte bilden.

Soziales Entrepreneurship ist die Art des Entrepreneurships, bei der soziale Unternehmer*Innen Innovationen voranbringen, die sich auf die Schaffung von Produkten und Dienstleistungen konzentrieren, welche soziale Bedürfnisse und Probleme lösen. Ihr vorrangiges Ziel ist es, die Welt zu einem besseren Ort zu machen, nicht Marktanteile zu gewinnen oder Reichtum für die Gründer zu schaffen. Sie können gemeinnützig, gewinnorientiert oder hybride sein.

Der Unterschied zwischen unternehmerischem und sozialem Entrepreneurship wurde in der Vergangenheit deutlicher. In der heutigen Welt müssen Sie soziale und ökologische Aspekte berücksichtigen, auch wenn Ihr Endziel, wie in der Geschäftswelt sein sollte, Gewinne zu generieren.

Community-basiertes Entrepreneurship ist eine Art soziales Entrepreneurship mit dem Ziel, Community Ressourcen zu nutzen und ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung zu schaffen, die den Bedürfnissen der Community entsprechen (dazu mehr im nächsten Abschnitt).

Andere Arten und Formen des Entrepreneurships werden je nach Zielgruppe der unternehmerischen Aktivitäten (Frauen, Veteranen, Geflüchtete), Betätigungsfeld (Umwelt), Auswirkungen und Art der Reinvestition der Gewinne definiert.

Während die Unterschiede häufig eine Frage von Definitionen sind, ist es wichtig, dass Sie herausfinden, welche Art von Unternehmer Sie sein möchten und welche Ziele Sie haben.

Wenn es Ihr Endziel ist, einen sozialen Wandel zu bewirken und ein sozialer Unternehmer zu werden, ist die Verwendung von Tools und Methoden aus dem unternehmerischen Entrepreneurship von entscheidender Bedeutung, um die Nachhaltigkeit Ihres Projekts sicherzustellen.

Nachhaltigkeit basiert auf einem einfachen Prinzip: Alles, was wir zum Überleben und Wohlbefinden brauchen, hängt direkt oder indirekt von unserer natürlichen Umwelt ab. Nachhaltigkeit schafft und erhält die Bedingungen, unter denen Mensch und Natur in produktiver Harmonie existieren können, die es ermöglichen, die sozialen, wirtschaftlichen und anderen Anforderungen der gegenwärtigen und zukünftigen Generationen zu erfüllen.

Nachhaltigkeit ist wichtig, um sicherzustellen, dass Wasser, Materialien und Ressourcen zum Schutz der menschlichen Gesundheit und unserer Umwelt zur Verfügung stehen.

Während dies den Begriff der Nachhaltigkeit im Allgemeinen gut definiert, wenn wir unternehmerisch über ein nachhaltiges (soziales) Geschäftsmodell sprechen, meinen wir ein Modell, das ein ausreichendes und dauerhaftes Einkommen generiert, das es dem (sozialen) Unternehmen ermöglicht, nicht nur zu überleben, sondern auch weiterentwickeln und -wachsen.

2. Community basiertes Entrepreneurship



Community basiertes Entrepreneurship gilt als wichtiges Instrument zur Realisierung von Potenzialen, insbesondere in Randgruppen und benachteiligten Communities, die von der Mainstream-Ökonomie isoliert sind. Es ist ein Instrument, um durch gemeinsame kulturelle Werte, Ressourcen und Vertrauen soziale Aufwertung zu erreichen, die durch enge persönliche Beziehungen für das Funktionieren wirtschaftlicher Aktivitäten gepflegt werden. Wie die Wissenschaftler Parwez und Sazzad im Journal of Innovation and Entrepreneurship 2017⁵ darauf hinweisen, haben unternehmerische Aktivitäten zur Schaffung lokaler öffentlicher Güter für eine Community einen komparativen Vorteil gegenüber den absolut marktorientierten Aktivitäten.

Im Welcomeship-Projekt verwenden wir die folgende Definition von community-basiertem Entrepreneurship:

Community basiertes Entrepreneurship bedeutet, dass unternehmerische Ideen von Menschen die unmittelbar mit der Community verbunden sind, in der sie leben, zu der sie gehören oder sich verbunden fühlen. Diese Ideen entstehen aus einer Situationsanalyse und spiegeln die Bedürfnisse und Ressourcen der Community wider. Die Ideen werden

in Zusammenarbeit mit Community-Stakeholdern umgesetzt. Das auf der Community basierende Lernen in Bezug auf unternehmerische Initiative fördert den Unternehmergeist, die Fähigkeiten und Kompetenzen; dienen als Mittel zur Förderung einer aktiven Bürgerschaft und Eingliederung; und erhöht die soziale Wirkung.

Beispiele für Communitylich basiertes Entrepreneurship:

[Floating park made out of collected and recycled plastic in Rotterdam](#), in den Niederlanden .

In der YEPP Community: [Butterfly House](#) in Odorheiu Secuiesc, Rumänien , um Tourismus in der Region zu fördern

22 Tolle Social Enterprise Business Ideen <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>

Sehen Sie sich das Welcomeship-Tutorial an: Community-basiertes Entrepreneurship & Community-Analyse

Brainstormen und diskutieren Sie in der Gruppe Ihre Definition von Entrepreneurship in den Aktivitäten des Handbuchs und erkunden Sie andere Definitionen.

3. Vorbilder und Unternehmer in Ihrer Community

Die Entwicklung des Entrepreneurships hat der Community geholfen, einige der dringlichsten Probleme zu lösen. Das Verständnis des umfassenderen Systems von Innovation und Entrepreneurship in verschiedenen Bereichen ist für ein größeres Bild unabdingbar. Es ist wichtig zu verstehen, welche Rolle Unternehmer in der Community spielen. Kennen Sie die Erfolge von Unternehmern wie Steve Jobs oder Richard Branson? Haben Sie von Sozialunternehmern wie Muhammad Yunus und dem Beitrag, mit dem er einen Nobelpreis erhalten hat, gehört? Kennen Sie andere Unternehmer, von denen Sie begeistert sind,



sogar in Ihrem eigenen Land oder in Ihrer Gemeinde? Was haben diese Unternehmer getan, die Sie mögen oder nicht mögen? Was ist ihre Geschichte, wie wurden sie zu erfolgreichen Unternehmern und was hat sie zur Welt oder zu Ihrer Community beigetragen? Denken Sie an Bereiche wie Wirtschaft, Finanzen, Kultur, Wissenschaft, Technologie, Gesundheit oder Philanthropie, in denen Unternehmer eine wichtige Rolle gespielt haben.

Ethik und soziale Auswirkung

Wenn es um Ethik geht, stehen Unternehmer vor vielen Dilemmata, wenn sie an ihrer unternehmerischen Idee arbeiten und ihr (soziales) Business starten. Es ist nicht immer leicht, die Grenze zu ziehen und Entscheidungen zu treffen, die sowohl für die Menschen als auch für den finanziellen Gewinn gut sind. Wenn es beispielsweise um die Idee geht, wer sollte die Idee besitzen? Können Sie eine Idee verfolgen, auch wenn sie ursprünglich von einer anderen Person stammt? Können Sie in Bezug auf Ressourcen den Computer oder das Telefon Ihres derzeitigen Arbeitgebers verwenden, um Ihre Idee zu verfolgen? Ist es fair, Familie und Freunde zu bitten, Ihre Idee zu finanzieren? Wer hat ein Recht im Team zu sein? Wo ist beim Verkauf Ihrer Idee die Grenze zwischen Übertreibung und Präsentation Ihrer Idee gut? Ist "Fake it until you make it" ethisch vertretbar? Was sind Ihre Pflichten gegenüber Ihren Mitarbeitern? Es werden immer wieder Situationen auftauchen, in denen Sie entscheiden müssen ob etwas ethisch vertretbar ist.⁶

Es ist auch wichtig, über die sozialen Auswirkungen nachzudenken, die Ihr Unternehmen in Ihrem Team, Ihrer Community, Ihren Kunden und der Umgebung haben wird. Versuchen Sie vor allem, wenn Sie an einer sozial unternehmerischen Idee arbeiten, klar zu definieren, wie Sie soziales Wohl schaffen, wie genau Sie ein soziales Problem lösen und wie Ihr Unternehmen positive soziale Veränderungen bewirkt. Es sollte authentisch sein und das Hauptziel und Kernelement Ihres Geschäftsmodells sein. Es ist auch wichtig, dass Ihr Team davon überzeugt ist, bevor Sie versuchen, die Außenwelt zu überzeugen und nach außen zu kommunizieren. Es muss sich mit Ihrer Mission und Vision verbinden. Wenn Sie es aus falschen Gesichtspunkten tun, nur um Einkommen zu generieren oder ein gutes Image für Ihr Unternehmen zu schaffen, werden die Leute dies bemerken!

Ein guter Unternehmer ist ein sozial verantwortlicher Bürger: jemand, der darauf bedacht ist, faire Gehälter für den Umgang mit „ethischen“ Verkäufen und Fairplay-Techniken zu zahlen. Auch wenn es in Ihrem Unternehmen nicht um soziale Veränderung geht, ist dies auch in Ordnung. Es gibt jedoch Möglichkeiten, sozial verantwortlich zu sein, Ihre Mitarbeiter gut zu behandeln oder sich an gemeinnützigen Aktivitäten zu beteiligen, ohne ein soziales Unternehmen zu sein.⁷

Beim Nachdenken über sich selbst als Unternehmer möchten Sie vielleicht studieren, was andere (soziale) Unternehmer für die Community geleistet oder dazu beigetragen haben, und zu den Vorbildern - den Menschen, die Sie inspirieren - aufblicken, um Qualitäten und Eigenschaften zu definieren Fähigkeiten, Methoden oder Einstellungen, die Sie selbst entwickeln möchten.

4. Ich der Unternehmer: Meine Leidenschaften und Talente

Nachdem Sie nun etwas über Ihre Community und Ihre Umgebung sowie über die Menschen, die Sie inspirieren, kennengelernt haben, besteht der nächste Schritt darin, eine Verbindung zu Ihrer Idee zu erstellen, und dies muss auf Ihrer Identität, Ihren Interessen, Erfahrungen, Ihrer Leidenschaft und Ihrem Verhalten basieren.

In diesem Schritt erkennen Sie, was Sie wirklich motiviert, wofür Sie brennen, worin Sie gut sind und was Sie wirklich gerne machen.

Verwenden Sie die Papierpuppen Übungen, Bewertung Test (Assessment tests) und das Spiel der Talente (game about talents), um herauszufinden, wo Ihre Interessen liegen. Besprechen Sie es mit Ihren Kollegen. Schreiben Sie sich einen Brief (letter to myself), um anzugeben, wo Sie sich zukünftig sehen möchten, und öffnen Sie ihn am Ende des Projekts



5. Community Analyse

Eine Community Analyse ist eine Analyse der Situation in der Community, um allgemeine Probleme und Herausforderungen sowie Ressourcen und Akteure in der Community zu erkennen.

Eine gründliche Analyse der Situation in der Community ist ein Meilenstein, um Ihre Community besser zu verstehen, die Besonderheiten der Region, die verschiedenen Bevölkerungsgruppen und die Bedürfnisse kennenzulernen, die Wirtschaftsstruktur zu verstehen sowie die wichtigsten Interessengruppen und Ressourcen zu ermitteln, um zu berücksichtigen, welche unternehmerischen Ideen in Ihrer Region benötigt werden.

Die Situationsanalyse ist aus Folgenden Gründen eine wichtige Methode:

- Eine gründliche Analyse der verfügbaren Ressourcen hilft, neue Kontakte zu bestehenden lokalen Organisationen, Projekten und Initiativen herzustellen.
- Aktivitäten, bei denen Sie die Community-Mitglieder konsultieren müssen, erweitern die Kontakte mit der lokalen Bevölkerung, insbesondere mit Jugendlichen.

Ihre aktive Beteiligung an der Community-Analyse (z. B. durch das Entwerfen von Fragebögen, Durchführen von Interviews mit Bewohnern, Analysieren der Interviewdaten usw.) ist eine integrierende und team bildende - Aktivität für Ihre neu gegründete Gruppe. Darüber hinaus bietet es Ihnen die Möglichkeit, von Anfang an an etwas Konkretem und Erlebbar zu arbeiten.

- Die Analyse der vorhandenen Services hilft, Lücken und Unterteilungen bei der Servicebereitstellung zu erkennen. Der vollständige Bericht ist hilfreich für die Gewinnung hochrangiger politischer Entscheidungsträger.

Im Allgemeinen entwickeln sich die Projekte, die als direkte Antwort auf die erkannten lokalen Bedürfnisse konzipiert sind, erfolgreicher.

- Die systematische Communitys-Analyse kann dazu beitragen, zusätzliche Mittel zu beschaffen.

Andere Methoden für die Community-Analyse sind Community-Mapping - Analyse der Bedürfnisse, Probleme, Probleme, Möglichkeiten und Ressourcen und Photo Safari - interaktive Methode, um die Orte in Ihrer Gemeinde (positive Orte, Lernorte, negative Orte, Nr Zugangsstellen) durch das Objektiv einer Kamera. Beide sind in den Aktivitäten beschrieben.

Weitere Methoden:

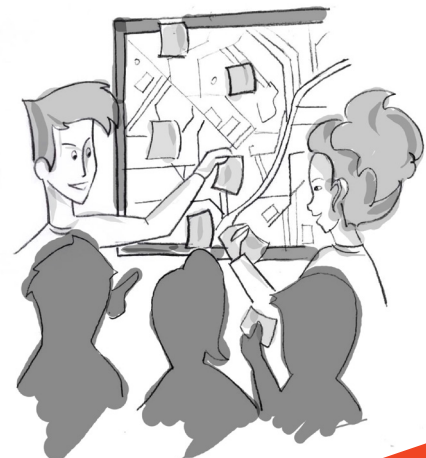
- Partizipatorische Beurteilung: Einbindung von Community-Mitgliedern und das Erstellen einer Karte, die die Ansichten der Community darstellt
- Community Asset Mapping: Konzentration auf die Ressourcen, Fähigkeiten und Ressourcen in der Community
- Der Problem-Wurzel-Ansatz: Gehen Sie tiefer, um die Ursachen von Problemen in der Community zu finden

Überprüfen Sie weitere Ressourcen für die Links zu diesen Methoden.

Bei der Durchführung einer Situationsanalyse kann es sinnvoll sein, mehrere dieser Methoden anzuwenden und zu kombinieren!

Wählen Sie die beste Methode (oder mehrere davon) aus den Übungen, um die Situationsanalyse durchzuführen. Besprechen Sie Ihre Ergebnisse in der Gruppe.

Die Situationsanalyse ist keine fundierte Marktforschung, die Gegenstand des nächsten Moduls ist. Es ist jedoch ein hilfreiches Instrument, um Ihre Community durch die Brille eines Unternehmers auf neue Weise zu betrachten.



6. Entrepreneurship und Inklusion

Inklusion, Vielfalt und Innovation werden als modernes Geschäft Konzept für unternehmerischen Erfolg bezeichnet.

Eine Community wird stärker, wenn alle Stimmen gehört und befähigt werden, unabhängig von ihrem Glauben, ihrem Hintergrund, ihrer Benachteiligung, ihren speziellen Bedürfnissen oder ihrem Alter. Wenn Menschen das Gefühl haben, einen Ort, ein wahres Zuhause, ein Gefühl der Zugehörigkeit, ein Gefühl des Selbsts zu haben, und von Anderen respektiert werden, können sie wirklich in einer gemeinsamen Zukunft partizipieren.

Schauen Sie sich bei der Entwicklung Ihrer Community-basierten unternehmerischen Idee in Ihrer Gemeinde um. Welche Bedürfnisse, Themen, Probleme, Möglichkeiten und Vermögenswerte sehen Sie?

- Wo sind die Kunden und wie erreichen Sie sie?
- Wie kann Ihre Idee einer bestimmten Gruppe helfen, ihre Bedürfnisse zu befriedigen? Welche Produkte/ Dienstleistungen gibt es in diesem Bereich bereits?
- Gibt es Wettbewerber oder potenzielle Partner in dem Bereich, in dem Sie tätig sein möchten?

Besprechen Sie Ihr Verständnis von Inklusion mit einer Gruppe und untersuchen Sie Beispiele unternehmerischer Ideen zur Inklusion in die Aktivitäten.



Weitere Ressourcen und Learnings

Definitionen und Arten von Entrepreneurship

- [Becoming an Entrepreneur](#) infographic
- [Types of Entrepreneurship](#) matrix by Ben Casnocha
- [20 experts define entrepreneurship](#) quotes
- [World Version - Entrepreneurs can change the world](#) international video

Community basiertes Entrepreneurship

- [Social Entrepreneurs – 5 stories](#) video from the World Economic Forum
- [10 greatest social entrepreneurs of all time in pictures](#)
- [30 historical business entrepreneurs that have influenced the world](#) in pictures

Vorbilder & Unternehmer in der Community / Ihrer Community

- John Bird, Founder UK's The Big Issue: [The Rise and Rise of Good Business](#)
- Bill Drayton, founder of Ashoka Network: ["Nothing More Powerful"](#)
- Albina Ruiz, Peruvian social entrepreneur: [Albina Ruiz - Ciudad Saludable](#)
- [The world's most and least ethical companies of the last 25 years](#)
- [10 most unethical business practices in big business](#)
- [7 international worst aid ideas](#)
- [Entrepreneurship Ecosystem Model](#)

Ich der Unternehmer - Ich - meine Leidenschaften und Talente

- [How to find your passion](#) step-by-step guide
- [What really motivates you to start up](#) tutorial from Günter Faltn
- [Top 10 Motivational](#) YouTube Videos for Entrepreneurs

Community Analyse

- [Community asset mapping](#) to harness the latent wealth of resources, knowledge, talents and passions on an example of an Australian community leader
- [Toolkit for mapping assets](#) in your community
- [The Problem Tree](#) video illustrating an example
- [Participatory Appraisal](#) guide

Entrepreneurship und Inklusion

- [Jobs, SMEs and Refugees](#) – best practice at Volkswagen in Germany
- [Inclusive entrepreneurship](#) – European Commission
- [Supporting investment in immigrant talent](#) and business worldwide
- [OECD policy framework for inclusive entrepreneurship](#) in Europe supporting different groups (youth, women, people with disabilities, etc.)

Modul

3.

Creativity is a great motivator because it makes people interested in what they are doing. Creativity gives hope that there can be a worthwhile idea. Creativity gives the possibility of some sort of achievement to everyone. Creativity makes life more fun and more interesting.

— Edward de Bon

Ideen Entwicklung



Creativity is a great motivator because it makes people interested in what they are doing. Creativity gives hope that there can be a worthwhile idea. Creativity gives the possibility of some sort of achievement to everyone. Creativity makes life more fun and more interesting.

— Edward de Bon

Kurzbeschreibung

In Modul 2 haben Sie erfahren, was Entrepreneurship ist und welche unterschiedlichen Arten von Entrepreneurship es gibt, insbesondere das community-basierte Entrepreneurship. Wir haben uns auch die Rolle von Unternehmern in der Community angesehen und Sie haben herausgefunden, wo Ihre Beweggründe und Leidenschaften liegen. Wir haben auch untersucht, wie Sie Ihre Community analysieren und herausfinden können, welche Themen und Probleme es gibt, aber auch, wo sich potenzielle Ressourcen, Partner oder Möglichkeiten in der Community befinden.

In Modul 3 werden wir untersuchen, wie diese Analyse weiter vertieft und eine geeignete Marktforschung durchgeführt werden kann, wie die zu lösenden Bedürfnisse oder Probleme ermittelt werden, wie community-basierte unternehmerische Ideen entstehen und wie sie weiterentwickelt werden können.

Die Analyse vorhandener Akteure in der Community durch Tools wie das Stellen der richtigen Fragen und die SWOT-Analyse sind wichtige Elemente in Modul 2. Ideenentwicklung Fähigkeiten, das Festlegen von SMART-Zielen für Ihre Idee und Prototyping sind Werkzeuge, mit denen Sie auch experimentieren können.

Lernziele

-
- Lernen Sie, wie Sie die richtigen Fragen stellen, um eine ordnungsgemäße Marktforschung durchzuführen
- Analysieren Sie bestehende Unternehmen in Ihrer Community, indem Sie die richtigen Fragen stellen
- Entdecken Sie Techniken wie Mind Mapping, um Ideen zu generieren
- Lernen Sie die Unterschiede zwischen einer Idee und einer Chance kennen und erfahren Sie, wie Sie eine Chance auf dem Markt erkennen
- Neue Fähigkeiten erwerben und neue Werkzeuge wie SWOT-Analyse erwerben, S.M.A.R.T einstellen. Ziele oder Prototyping.

1. Die richtigen Fragen stellen

Bevor Sie anfangen, community-basierte unternehmerische Ideen für sich selbst zu entwickeln, sollten Sie die bestehenden Beispiele von Unternehmern, Unternehmen und Sozialunternehmen in Ihrer Gemeinde weiter analysieren und einige wichtige Fragen dazu stellen, wie sie funktionieren, was ihre Produkte oder Dienstleistungen sind und wie sie sich von anderen Wettbewerbern unterscheiden, wer ihre Kunden sind, welche Partner sie haben und was sie zu einem erfolgreichen Akteur in der Community machen. Wenn Sie die Schlüsselemente dieser Unternehmen oder sozialen Unternehmen, ihre Geschäftsmodelle und ihre Beziehung zu Markt Komponenten verstehen, werden Sie später bei der Entwicklung Ihrer eigenen community-basierten Idee hilfreich sein. Hier sind einige wichtige Fragen zur Analyse bestehender (sozialer) Unternehmen:



Wertversprechen

- Welche Kundenprobleme lösen sie und welche Bedürfnisse erfüllen sie?
- Welche Produkte und Dienstleistungen setzen sie ein, um dies zu erreichen?
- Welchen Wert oder Nutzen schaffen sie für Kunden?

Kanäle

- Über welche Kanäle (Shop, Internet, Medien usw.) erreichen sie ihre Kundensegmente

Kunden

- Welche Kundensegmente⁸ bedienen sie hauptsächlich?
- Wer sind ihre wichtigsten Kunden?

Schlüsselaktivitäten

- Wie produzieren sie ihre Produkte / Dienstleistungen?
- Welche Kompetenzen und Schlüsselaktivitäten benötigen sie?

Kundenbeziehung

- Welche Art von Beziehungen haben sie zu ihren Kunden?
- Wer beeinflusst ihre Kunden (Meinungsführer, Interessengruppen, Benutzer)?
- Welche Beziehungen haben ihre Konkurrenten zu ihren Kunden?

Schlüsselressourcen

- Welche Schlüsselressourcen stehen hinter ihrem Angebot in Bezug auf:
 - das IT System?
 - Humanressourcen?
 - materielle Ausrüstung?
 - Lokalisierung?

Kosten

- Was sind ihre Hauptkosten?

Schlüsselpartner

- Wer sind ihre Partner?

Erlöse

- Wie sind die Einnahmequellen des Unternehmens?
- Wie hoch ist der Preis für ihr Produkt?

Lassen Sie sich inspirieren

Bei der Analyse eines bestehenden (sozialen) Unternehmens, in dem diese Schlüsselfragen gestellt werden, können Sie die Antworten auf diese Fragen mithilfe von Mind Mapping veranschaulichen. Hierbei handelt es sich um ein visuelles Werkzeug zur Strukturierung von Informationen und eine einfache Methode zur grafischen Darstellung von Ideen und Konzepten. Es hilft beim Strukturieren von Informationen und hilft dabei, neue Ideen zu analysieren, zu verstehen, zu formulieren, zu erinnern und zu generieren. Beim Mindmapping zeichnen Sie Informationen in ein Diagramm, anstatt Sätze zu schreiben. Beginnend mit einem Bild in der Mitte verzweigt es sich und wiederholt das Aufteilen in neue Äste und nimmt das Format eines Baums an.



Abgesehen davon, dass es Spaß macht, ist es eine analytische und künstlerische Art, Ideen zu strukturieren, und es erleichtert das Denken.

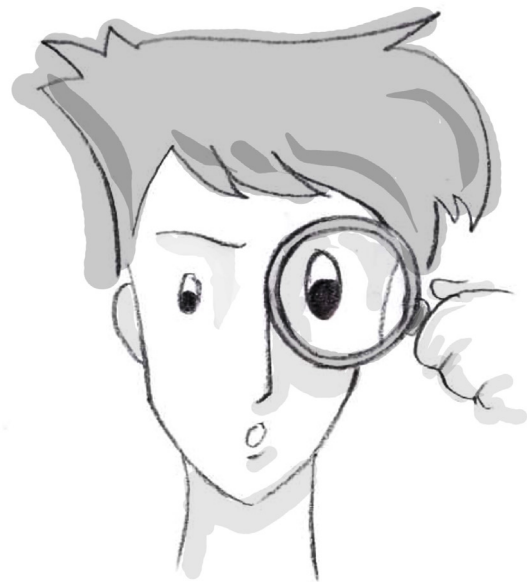
2. Marktforschung

Marktforschung ist ein Instrument, mit dem Sie Ihre Analysen über eine Branche oder bestehende (soziale) Unternehmen in Ihrer Community vertiefen und deren Beziehung zum Markt, zu Mitbewerbern und Partnern verstehen können. Über das Internet, Statistiken und Feldforschungen über eine bestimmte Branche oder (soziale) Wirtschaft erhalten und durch das Interviewen von Menschen erfahren Sie mehr darüber, warum bestimmte (soziale) Unternehmen erfolgreich sind, welchen Wert sie für Kunden haben und warum Kunden bereit sind für ihre Produkte und Dienstleistungen zu bezahlen.

Wenn Sie später Ihre eigene unternehmerische Idee entwickeln, müssen Sie Marktforschung betreiben, um den Kunden Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung oder den Begünstigten Ihres sozialen Services zu verstehen. Der Kunde muss im Mittelpunkt der Entwicklung Ihrer (sozialen) Geschäftsidee und Ihres Konzepts stehen. Sie müssen seine Bedürfnisse vollständig verstehen und wissen, wie sich diese Bedürfnisse im Laufe der Zeit weiter entwickeln. Aus diesem Grund ist Marktforschung zu Beginn der Entwicklung Ihrer Idee ebenso wichtig wie später, sobald Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auf den Markt kommt. Marktforschung kann wichtige Informationen über Gewohnheiten, Vorlieben, Meinungen und Bedürfnisse aktueller und potenzieller Kunden liefern.

Bevor wir die gängigsten Methoden der Marktforschung erläutern, hier eine Übersicht über die Vorteile der Marktforschung.⁹

1. Sie bleiben auf den Kunden ausgerichtet und können die Kundenbedürfnisse verstehen und ständig erfüllen.
2. Es hilft Ihnen, Prioritäten zu setzen und sich auf das zu konzentrieren, was Ihren Kunden wirklich wichtig ist
3. Es hilft Ihnen, Chancen zu quantifizieren und sich auf die lukrativsten Bedürfnisse oder die Bedürfnisse mit dem höchsten Potenzial zu konzentrieren
4. Sie bleiben zukunftsorientiert und können sich an veränderte Kundenbedürfnisse anpassen
5. Es reduziert die Ausfallrisiken, verbessert die Entscheidungsfindung und optimiert Ihre Strategie



Einige der am Häufigsten verwendeten Methoden der Marktforschung sind¹⁰:

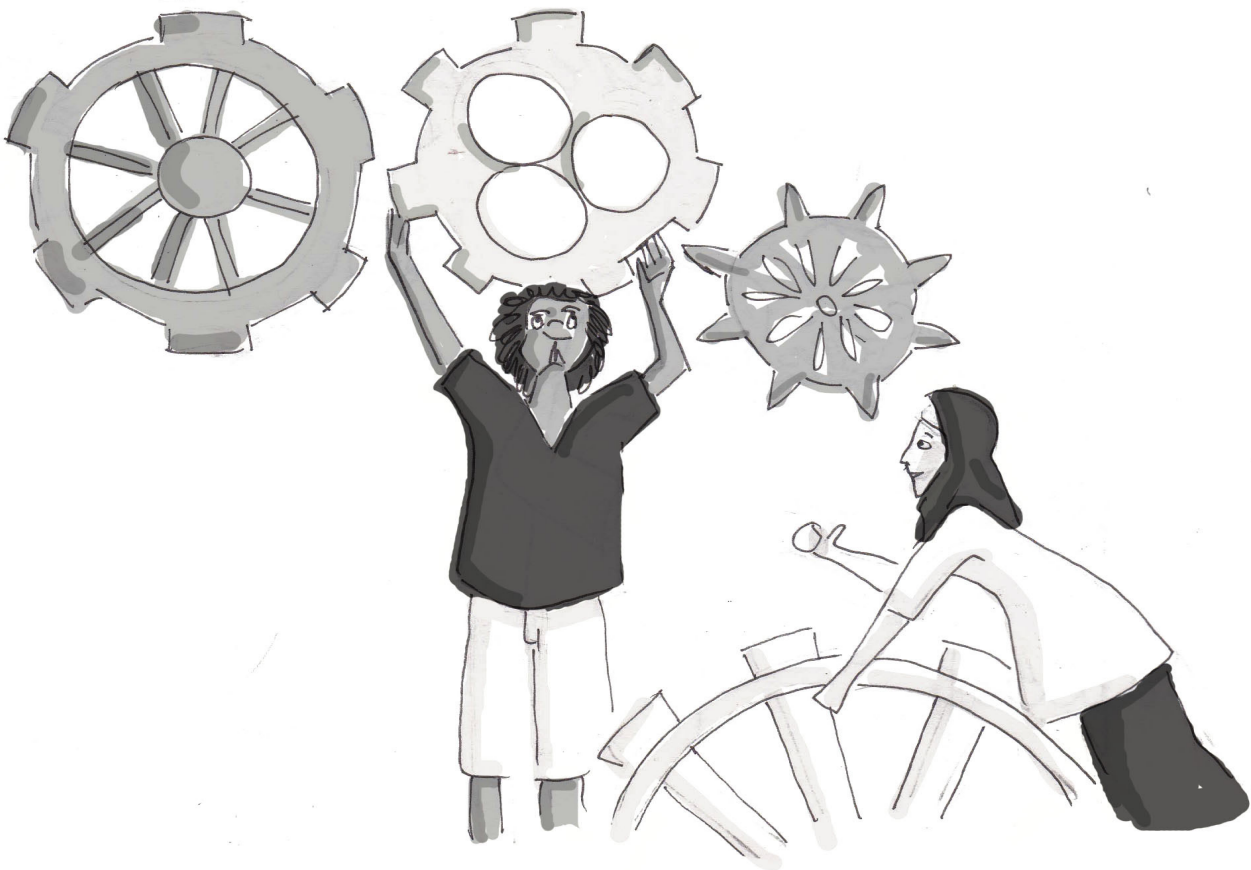
- Umfragen (Mit Hilfe von Fragebögen, die Einzelinterviews durchführen, telefonisch oder per E-Mail oder Online-Umfragen)
- Fokusgruppen (in einer Gruppe wird ein Diskussionsleitfaden von einem Moderator verwendet)
- persönliche Interviews (um mehr subjektive Daten zu erhalten, als Sie durch Umfragen erhalten würden, werden unstrukturierte und offene Fragen gestellt)
- Beobachtung (Beobachten Sie die Nutzer des Produkts in Aktion)
- Feldversuche (Ein neues Produkt in ausgewählten Geschäften platzieren, um es zu testen)

Die Auswahl zwischen diesen Methoden hängt von der Art der Daten ab, nach denen Sie suchen, und der Art des Budgets, das Sie zuweisen möchten / können.

3. Bedürfnisse und Probleme identifizieren, die gelöst werden müssen

Bei der Analyse der Community in Modul 1 haben Sie die verschiedenen Themen und Probleme untersucht, die bestehen und wo Verbesserungen in Ihrer Community vorgenommen werden könnten, aber auch Vermögen oder Ressourcen und potenzielle Partner, die in Ihrer Community vorhanden sind und bei der Entwicklung Ihrer community-basierten unternehmerischen Idee verwendet werden könnten.

Wenn Sie sich die richtigen Fragen stellen, wenn Sie bestehende (soziale) Unternehmen analysieren, Ihr eigenes Geschäftsmodell entwickeln und lernen, wie Sie Marktforschung betreiben, erhalten Sie die richtigen Werkzeuge, um Ihre Analyse der Community weiter zu vertiefen. Der Ausgangspunkt jeder auf community-basierenden unternehmerischen Idee ist das spezifische und klar definierte Problem, das Sie lösen möchten, oder die Notwendigkeit, auf die Sie reagieren möchten. Diese Probleme und Bedürfnisse zu erkennen und vollständig zu verstehen, ist der Schlüssel bei der Entwicklung einer Idee, die soziale Veränderungen bewirken soll.



Um ein Bedürfnis oder Problem einer Community oder einer Gruppe in der Community vollständig zu verstehen, gibt es verschiedene Techniken wie Community-Dialog, Community-Asset-Mapping, Problem- und Lösungs-Baum oder einfach nur das Sprechen und Zuhören mit den Menschen, deren Leben Sie beeinflussen möchten mit Ihrer Idee und wer die künftigen Nutznießer und / oder Kunden des Produkts oder der Dienstleistung, die Sie entwickeln möchten, sind. Es ist auch wichtig, klar zu definieren, welchen Wert Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Begünstigte oder Kunden bietet. Dies wird weiterentwickelt, wenn wir untersuchen, wie ein Wertversprechen erstellt wird.

4. Community-basierte Ideen

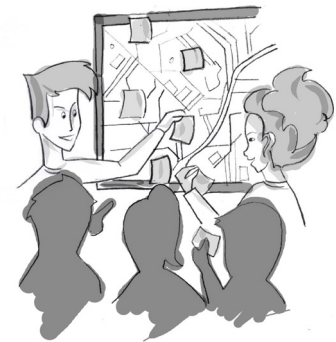
Bei der Entwicklung Ihrer Community basierten unternehmerischen Idee und der Suche nach Möglichkeiten in Ihrer Community ist es wichtig zu analysieren, welche Bedürfnisse, Themen, Probleme, Möglichkeiten und Vermögenswerte gefunden werden können.

Manchmal befinden sich die Begünstigten oder Kunden nicht in der lokalen Umgebung, sondern außerhalb der lokalen Community. Daher ist es hilfreich, Informationen über Lieferketten¹¹ zu erhalten. Wo sind die Kunden und wie erreichen Sie sie? Wie kann Ihre Idee einer bestimmten Gruppe von Menschen helfen, diese Bedürfnisse zu befriedigen? Welche Produkte / Dienstleistungen gibt es bereits - Gibt es bereits Wettbewerber oder potenzielle Partner in dem Bereich, in dem Sie tätig sein möchten?¹²

Im Bereich des Social Entrepreneurship ist das "Community Asset Mapping"¹³ ein interessanter Ansatz zur Überprüfung der Vermögenswerte Ihrer Community. Zu Beginn des Prozesses müssen Sie eine vielfältige Gruppe von Menschen aus der Community zusammenbringen - Jung und Alt, Arbeiter und Arbeitnehmer, Frauen und Männer, Lehrer und Schulleiter, Beamte und Angestellte. Es ist wichtig, die Beteiligung vieler Vertreter zu ermutigen, um unterschiedliche Perspektiven bei der Festlegung von Strategien für eine nachhaltige Entwicklung zu gewinnen.

In dieser Phase besteht das Ziel darin, Fragen zu stellen und Community-Mitglieder zu befragen, um sich über Themen und Probleme in der Community und deren Ursachen zu informieren. In einem Team können Sie die Daten sammeln, auswerten und entscheiden, auf welches Thema oder Problem Sie sich konzentrieren möchten.

Bei der Erhebung der Daten ist es auch wichtig, alle Dienstleistungen zu bewerten, darunter kleine Unternehmen, Einzelhandelsgeschäfte, Gemeindegruppen, Kirchen, Synagogen, Moscheen, Tempel, Nichtregierungsorganisationen und staatliche Behörden, die auf die Verbesserung der Community abzielen. Am Ende des Prozesses können Sie eine physische Karte mit allen Organisationen in der Community, physischen Adressen und den von den Organisationen bereitgestellten Diensten zeichnen. Der letzte Schritt besteht darin, der Community eine Zusammenfassung der Ergebnisse zu präsentieren und in Zusammenarbeit mit den Community-Mitgliedern, denen Sie dienen möchten, einen Aktionsplan zu entwickeln.



Kreativitätstechniken



Jedes (soziale) Unternehmen oder unternehmerische Projekt beginnt mit einer Idee. Es geht oft darum, Prozesse und Funktionen grundlegend zu überdenken und kreativ zu überdenken, welche unterschiedlichen oder neuen Verwendungsmöglichkeiten den Dingen gegeben werden können und welche neuen Bedürfnisse geschaffen bzw. Probleme gelöst werden können. Bei der Entwicklung Ihrer unternehmerischen Idee geht es oft darum, Potenzial in bereits Bestehendem zu entwickeln, oder um die Mehrfachnutzung von Dingen und Räumen; die Rekombination und Innovation beim Kombinieren von Dingen, die bereits existieren. Es gibt viele Techniken, um Ihre Kreativität zu fördern und Ihre Ideen weiterzuentwickeln.

Abgesehen von der Mind Mapping-Technik, die oben vorgestellt wurde, finden Sie in der weiteren Lektüre Informationen zu weiteren Kreativitätstechniken wie [Scamper Creativity Technique](#), [Design Thinking](#), [Appreciative Inquiry Technique](#) und viele weitere.

Developing new sight lines

“Developing new sight lines” ist eine andere Methode, die von Dr. Günter Faltn entwickelt wurde, und besteht darin, an Ihrer anfänglichen unternehmerischen Idee tiefer zu arbeiten und neue Blickwinkel zu entwickeln. Dies ist sehr hilfreich bei der Weiterentwicklung Ihres Konzepts. Eine gute Möglichkeit, neue „Sichtlinien“ zu entwickeln, ist das Mindmapping.

Beispielsweise könnte die Methode angewendet werden, wenn die unternehmerische Idee der Eröffnung eines Cafés in Betracht gezogen wird. Sie beginnen mit der Analyse der verschiedenen Gründe, warum Menschen in ein Café gehen. z.B. um Kaffee zu trinken, oder... um Kuchen zu essen, neuen Klatsch zu erfahren, Musik zu hören, sich mit Leuten zu treffen, einen Partner zu finden, mit einem Laptop zu arbeiten, sich mit modischer Kleidung zu zeigen, usw. Der Grund, warum die Leute in ein Café gehen würden, ist vielfältig und der Wert, den Sie potenziellen Kunden bringen würden, wäre daher sehr unterschiedlich. Diese Übung kann dabei helfen, neue Konzepte zu finden, und die anfängliche Idee, ein Café zu gründen, könnte zu einer völlig neuen Idee werden, z.B. zu einem Catering-Service, einer Partnervermittlung oder einem Co-Working-Space.

Weitere Informationen zu dieser Methode finden Sie am Ende dieses Moduls.



Von der Idee zur Chance

Die Begriffe „Idee“ und „Chance“ werden oft selbst unter Experten gemischt, aber es ist wichtig, den Unterschied zwischen ihnen zu beachten.

Eine Idee ist der erste Schritt bei der Gründung eines (sozialen) Unternehmens. Jedes erfolgreiche Unternehmen begann irgendwann als Idee. Es ist ein Gedanke oder ein Konzept, mit dem etwas in der Welt um Sie herum verändert werden kann, um Geld zu verdienen oder beides. Die Geschäftsidee konzentriert sich häufig auf ein Produkt oder eine Dienstleistung, die angeboten werden kann und die potenzielle Kunden schätzen würden. Die soziale Idee kann als mögliche Lösung für ein soziales Problem beginnen, das den Begünstigten soziale Veränderungen bringen kann.

Während die Geschäftsidee das Potenzial hat, Geld zu verdienen, hat sie bis zu ihrem ersten Kundenstrom keinen kommerziellen Wert. Es ist wichtig zu prüfen, ob eine Idee in eine Geschäftsmöglichkeit umgewandelt werden kann.¹⁴

Eine Geschäftsmöglichkeit ist ein bewährtes Konzept, das ein laufendes Einkommen generiert. Es ist eine Idee, die recherchiert, verfeinert und in ein vielversprechendes Unternehmen gepackt wurde, das startbereit

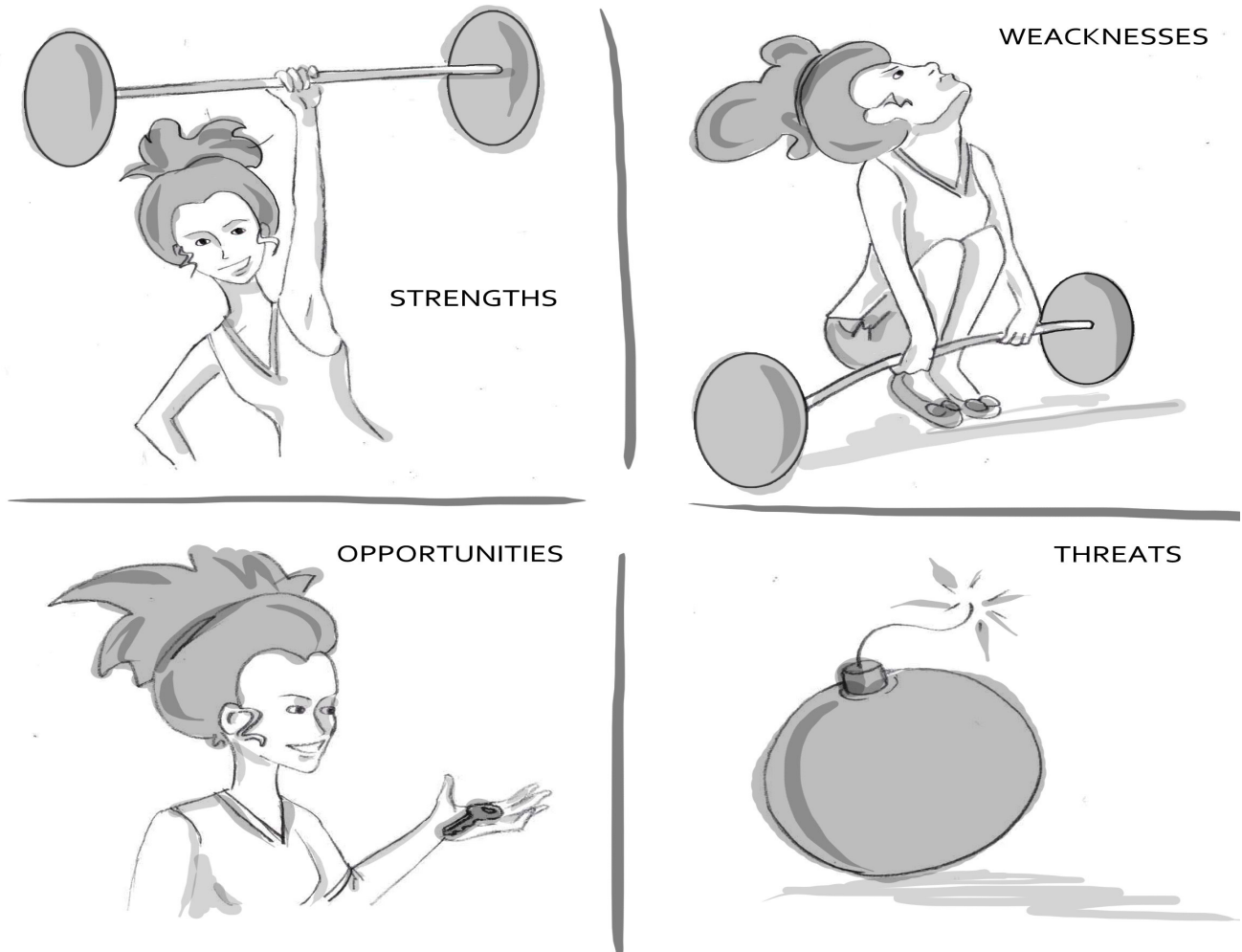
ist. Die Geschäftsidee verwandelt sich in eine Geschäftsmöglichkeit, wenn Kunden bereit sind Geld für das angebotene Produkt oder die angebotene Dienstleistung zu zahlen. Dann ist die Chance real.¹⁵

Um eine soziale oder community-basierte Unternehmensmöglichkeit zu bewerten, ist es wichtig, zuerst zu ermitteln, ob ein soziales Bedürfnis besteht und ob dieses soziale Bedürfnis bereits von anderen Organisationen bedient wird. Es ist auch wichtig zu analysieren, ob es in der Umgebung eine Gelegenheit gibt, die Schwung in die Idee bringt, z.B. eine technologische Innovation, Umweltveränderungen oder eine Gesetzesänderung, die Ihre Social Business-Idee positiv beeinflusst. Der nächste Schritt ist die Identifizierung einer Zielcommunity (Begünstigte oder Kunden), die in der Lage und willens ist, das Produkt oder die Dienstleistung zu nutzen (oder zu kaufen). Um das soziale Geschäft aufrechtzuerhalten, ist es wichtig, über eine Einkommensquelle zu verfügen, um das Unternehmen zu finanzieren.



SWOT Analyse

Ein interessantes Instrument zur Analyse der Beziehungen Ihrer community-basierten unternehmerischen Idee zu wichtigen Markt Komponenten ist die SWOT-Analyse. Durch diese Analyse definieren Sie, was Ihre Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken) sind. Stärken und Schwächen basieren auf internen Faktoren, die Chancen und Risiken auf externen Faktoren.¹⁶ Weitere Informationen zur SWOT-Analyse finden Sie auf der MindTools-Webseite.



SMART Ziele

Bei der Definition von Zielen für die Umsetzung und Entwicklung Ihrer Idee ist es wichtig, SMART-Ziele festzulegen. SMART steht für:

- Specific (spezifisch): Ziele sollten so konkret wie möglich sein
- Measurable (messbar): Man kann einschätzen, ob und in welchem Umfang die Ziele erreicht wurden.
- Attainable (erreichbar): Das Ziel sollte ansprechend und erstrebenswert sein
- Realitic (realistisch): Sie sollten wirklich daran glauben, dass Sie Ihre Ziele erreichen können.
- Timely (fristgerecht): Ein Ziel sollte in einem relativ kurzen Zeitraum (einige Monate oder höchstens ein Jahr) festgelegt werden.

Dies ist ein interessanter Weg, um Indikatoren für den Community Wandel zu ermitteln und zu bestimmen, wie viel Zeit Ihre Idee die Community verändern würde und in welcher Weise.

Sehen Sie sich das Welcomeship Tutorial an: SMART Goals and Key Performance Indicators (KPI)

5. Prototyping

Abhängig von Ihren unternehmerischen Ideen, kann es sehr nützlich sein einen Prototyp Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung anzufertigen, damit Sie die Idee testen, von diesem Prozess lernen und die Menschen von den Stärken und Vorteilen der Idee überzeugen können und warum sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung verwenden oder kaufen sollten.

Prototyping¹⁷ ist eine Methode, um Ihre unternehmerische Idee frühzeitig zu entwickeln, zu testen und zu verbessern, bevor Sie die Idee mit umfangreichen Ressourcen umsetzen. Durch das Prototyping machen Sie Ihre Idee erlebbar, und indem Sie in einem Team arbeiten, experimentieren, lernen, bewerten, anpassen und verfeinern, um eingehend zu erforschen, bevor Sie Schlussfolgerungen ziehen. Es ist wichtig, von Anfang an relevante Personen mit einzubeziehen, die die Idee mit Ihnen weiterentwickeln und versuchen, Antworten auf Fragen zu finden und Lösungen für die Probleme zu finden, die Sie für Ihre Aufgabe lösen.

Prototyping ist der Schritt vor dem pilotieren (piloting)¹⁸ Es kann sogar hilfreich sein, um herauszufinden, dass Ihre Idee oder zumindest, wie Sie ursprünglich darüber nachgedacht haben, funktionieren wird. Sie sparen also Zeit und Geld für einen Piloten. Es kann Ihnen auch dabei helfen, bessere Spezifikationen und Funktionalitäten für das, was ein Pilot in einer zukünftigen Phase sein könnte, zu erstellen und Ihnen ein möglichst realistisches Produkt näher zu bringen (MVP)¹⁹.

Einige der Vorteile von prototyping²⁰:

- Sie können Dinge ausprobieren mögliche Fehler sind nicht weiter schlimm.
- Sie können die Funktionalität Ihrer unternehmerischen Idee und Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung testen und verfeinern.
- Sie können die Leistung verschiedener Materialien testen.
- Sie können ein breites Spektrum von Stakeholdern in diese Testphase einbeziehen und ein besseres Verständnis dafür liefern, wie Ihre Ideen funktionieren.
- Sie können Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung effektiver beschreiben.
- Es gibt Ihnen mehr Glaubwürdigkeit und andere machen Sie ernster, da Sie ein greifbares Objekt zeigen, das die Stärken Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung veranschaulicht.
- Es ist ein kostengünstiger Prozess im Vergleich zur Pilotierung und kann innerhalb eines kurzen oder mittleren Zeitrahmens durchgeführt werden.
- Sie können viel von Ihrer eigenen Idee lernen und Ihre Idee anpassen oder ändern, um sie weiterzuentwickeln.

Lassen Sie sich inspirieren

Wie mache ich einen Karton Prototyp – "[Tosty](#)", der interactive Toaster



Weitere Ressourcen und Learnings

Marktforschung

- Fünf Gründe [Why Market Research Matters](#) (und Fünf Tipps diese anzuwenden) von Brian Fletcher, April 25, 2013
- [Market Research Techniques](#)

Ideenentwicklung

- [Preparing a Productive Brainstorming session](#)
- [Creative Writing Exercises](#)
- [Creativity Techniques Explained](#)
- [Creativity Tools](#)
- Video: [Scamper Creativity Technique](#)
- Video: [Design Thinking Tutorial](#)
- Video: [Appreciative Inquiry Technique](#)
- How to create a [mind map](#) (video)
- [Bubbl](#), a programme to create Mind Maps
- [Mindmeister](#), a programme to create Mind Maps
- Mind mapping and its [benefits](#)
- [Developing new sight lines](#)

Von der Idee zur Chance

- [Difference between an Idea and an Opportunity](#)
- Ajaero Tony Martins, my [top business ideas](#)
- [Conducting a Community Needs Assessment](#)
- 7 Steps to [Defining Your Niche Market](#)

SWOT Analyse

- [SWOT analysis](#)

Prototyping

- [Creating a Product Prototype](#) - From your mind's eye to the palm of your hand, learn what steps are needed to prototype your invention
- A German project called "[Prototype Commons](#)"
- [Sylvia's super awesome maker show](#)
- Emily Pilloton speaks about [Project H](#)
- [FabLearn Fellows](#) - a research project at the Stanford University

Modul

4.

“Profit in business comes from repeat customers; customers that boast about your product and service, and that bring friends with them.”

W. Edwards Deming

Der Markt:
Von der Idee
zum Business



Profit in business comes from repeat customers; customers that boast about your product and service, and that bring friends with them.

W. Edwards Deming

Kurzbeschreibung

In Modul 3 haben Sie gelernt, wie Sie vorhandene (soziale) Geschäftsideen in Ihrer Community anhand der richtigen Fragen weiter analysieren können. Sie haben auch gelernt, wie Sie Community-basierte unternehmerische Ideen auf kreative Weise entwickeln können, indem Sie Ihre Leidenschaften und Interessen mit den Bedürfnissen und Problemen der Community kombinieren, die Lösungen erfordern.

In Modul 4 werden wir untersuchen, wie Sie ein Geschäftsmodell entwickeln und Ihre Idee in Bezug auf die wichtigsten Markt Komponenten betrachten. Sie lernen, wie Sie einen Wertbeitrag für Ihre eigene community-basierte unternehmerische Idee formulieren können, wie Sie ein Geschäftsmodell entwickeln und wie Sie sich darauf konzentrieren können, welchen Wert potenzielle Kunden mithilfe des Business Model Canvas auf Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung erhalten.

Das LEAN-Gründungsmodell wird ebenfalls vorgestellt und Sie lernen, wie Sie nach den notwendigen Ressourcen für Ihre unternehmerische Idee suchen, wie die Anschubfinanzierung, Investoren oder Partner. Die Etablierung einer Kommunikations- und Marketingstrategie und die Entwicklung wirksamer Werbe- und Verkaufswerkzeuge sowie ein Netzwerk von Partnern in der Community wird ebenfalls Teil von Modul 4 sein. Darüber hinaus befassen wir uns mit der Bedeutung der Finanzen und der Erstellung und Verwaltung eines Budgets für Ihre community-basierte unternehmerische Idee.

Lernziele

- Einführung in das Business Model Canvas (BMC)
- Verstehen Sie, wie Sie Produkte, Dienstleistungen und Erfahrungen bereitstellen können, um in den Augen des Kunden einen Mehrwert zu schaffen
- Lernen Sie die LEAN-Start Up-Methode und ihren Feedback-Zyklus kennen
- Sie können Marketing- und Kommunikationsstrategien festlegen
- Verstehen und demonstrieren Sie effektive Promotion Taktiken und Verkaufstechniken
- Erfahren Sie, wie wichtig die Finanzen sind und wie Sie ein Budget erstellen
- Wissen, wie Sie die notwendigen Ressourcen für Ihre unternehmerische Idee / Ihr Projekt erwerben
- Verstehen Sie, wie Sie Partnerschaften und Ihr Netzwerk aufbauen

1. Leistungsversprechen und (soziales) Business Model

(Soziales) Leistungsversprechen

Ein (soziales) Leistungsversprechen ist ein Wertversprechen, das Kunden oder Begünstigten (und ihrer Community) eines sozialen Unternehmens geliefert werden soll. Dies ist der Hauptgrund, warum ein Interessent von Ihnen kaufen sollte. Dies ist eine klare Aussage, in der beschrieben wird, wie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung die Probleme von Kunden oder Begünstigten löst oder ihre Situation verbessert, indem sie bestimmte Vorteile bringt und erklärt, warum Kunden anstelle von Mitbewerbern bei Ihnen kaufen sollten. Für soziales Entrepreneurship ist es wichtig, dass der Wert für die Ziel Community transparent ist²¹.



Weitere Informationen: [Leistungsversprechen](#) im sozialen Entrepreneurship

Das Business Modell Canvas

In Modul 3 haben wir untersucht, wie Sie die richtigen Fragen stellen, um (soziale) Unternehmen in Ihrer Community zu analysieren und ihr Geschäftsmodell zu identifizieren. Dies sind die wichtigsten Fragen, die Ihnen beim Erstellen Ihres eigenen Geschäftsmodells mithilfe des Geschäftsmodells Canvas helfen. Das Business Model Canvas ist ein strategisches Management- und unternehmerisches Instrument. Es ermöglicht Ihnen, Ihr Geschäftsmodell zu beschreiben, zu entwerfen, zu hinterfragen, zu erfinden und zu entwickeln.

Sie können an Ihrem Geschäftsmodell arbeiten, indem Sie eine Leinwand drucken (es steht auch eine Web-App zur Verfügung) und können nachträglich neun wichtige Komponenten oder Bausteine Ihres Geschäftsmodells definieren, wie:

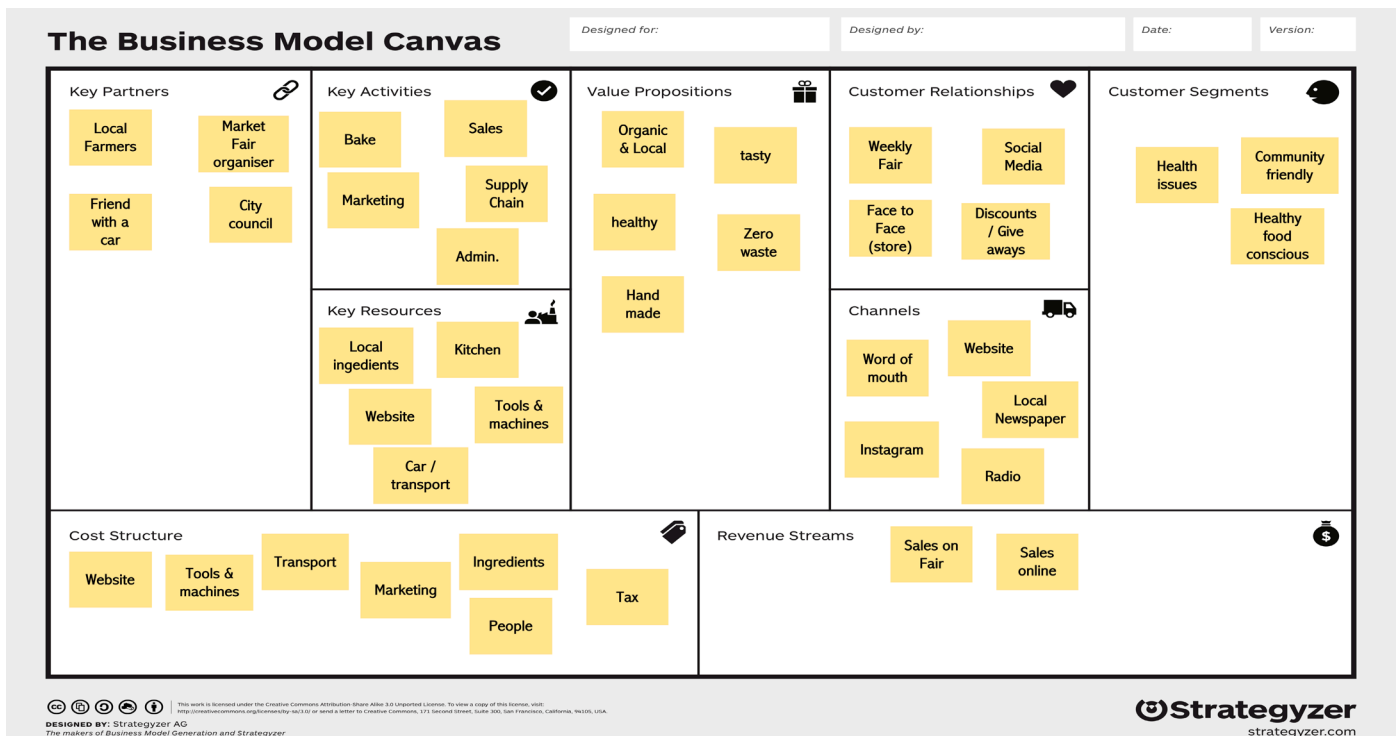
1. Wertversprechen
2. Kundenbeziehungen
3. Kundensegmente
4. Kanäle
5. Schlüsselaktivitäten
6. Schlüsselressourcen
7. Schlüsselpartner
8. Kostenstruktur
9. Einnahmen Ströme



Mit dieser Methode können Sie Ihr Geschäftsmodell ständig anpassen und verbessern. Lernen Sie mehr über das [Business Modell Canvas](#) auf der offiziellen Webseite der Business Model Generation, welches ein 2 Minuten Video enthält, in dem das Konzept erklärt wird. Es gibt außerdem einige Tutorials bei Youtube wie dieses.

Sehen Sie sich das Welcomeship Tutorial an: Business Model

Hier ist ein einfaches Beispiel für ein ausgefülltes Business Model Canvas, das auf der Idee eines „Healthy Cake Shop“ basiert, das auch im Welcomeship-Tutorial enthalten ist

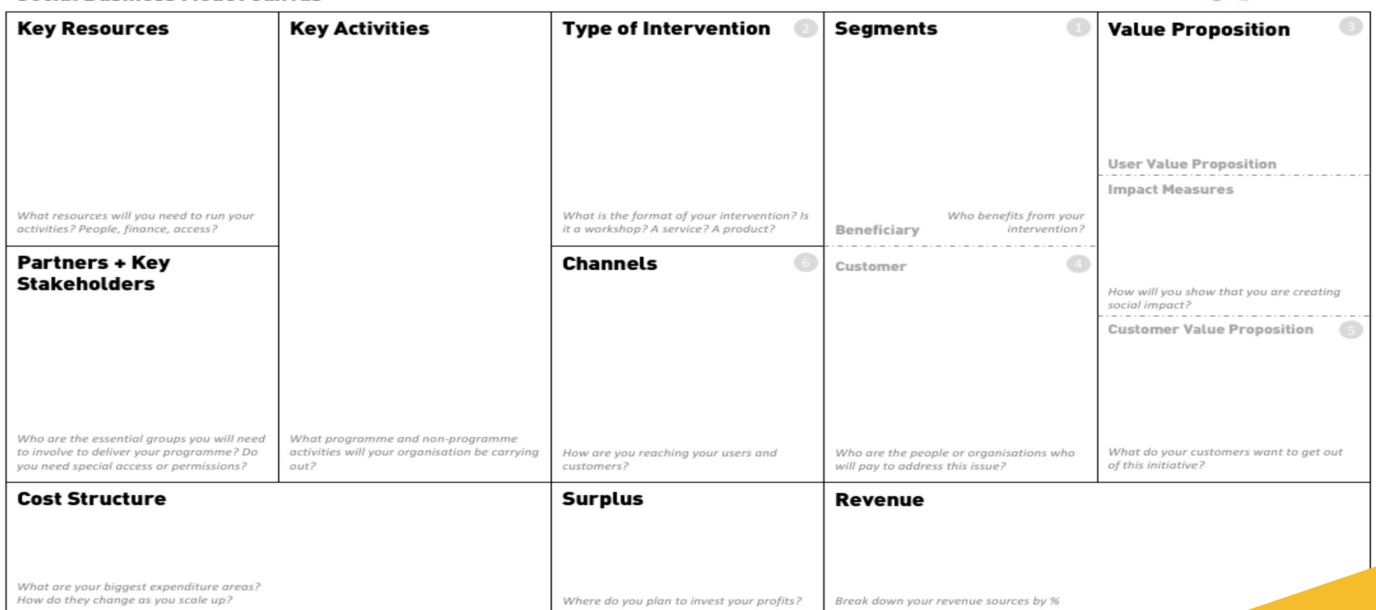


Das soziale Business Modell Canvas

Für community-basierte unternehmerische Ideen ist die soziale Wirkung, die Sie mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung erzielen, von Bedeutung, und daher gibt es einige zusätzliche Komponenten, die dem Canvas für Geschäftsmodelle hinzugefügt werden, so wie²²:

- Begünstigter und Kundenversprechen
- Begünstigte und Kundensegmente
- Art der Intervention
- Wirkungsmessung
- Überschuss

Social Business Model Canvas



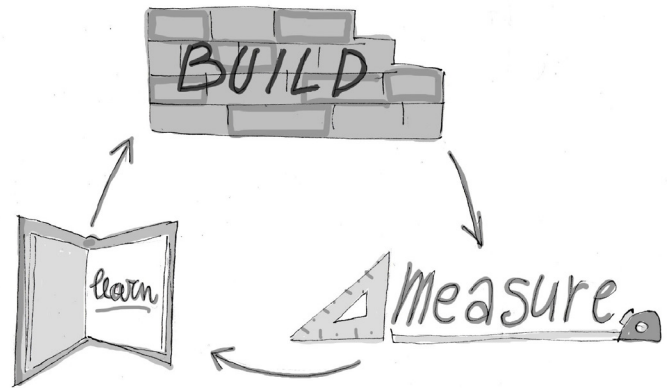
2. Lean Start-Up und MVP

Lean Start-Up Methode

Die Lean Start-Up Methode wurde entwickelt und veröffentlicht in einem Buch von Eric Ries.

Das Lean-Geschäftsmodell ist darauf ausgelegt, Verschwendung in Geschäftsprozessen zu reduzieren.

Unter Abfallreduzierung versteht man einen geringeren Bargeldbedarf, weniger Fehler, höherwertige Produkte und schnellere Lieferungen an Kunden. Dies sind die wahrscheinlichen



Ergebnisse für Organisationen, die dieses Modell sorgfältig anwenden.

Viele Start-Ups verschwenden viel Zeit, Ressourcen und Anstrengungen bei der Entwicklung und Herstellung einer Dienstleistung oder eines Produkts, um erst nach vielen Monaten oder sogar Jahren herauszufinden, dass der Kunde sie nicht will oder nicht bereit ist, sie zu kaufen.

Die Lean Startup-Methode zielt darauf ab, die Produktentwicklungszyklen durch die Kombination von (Hypothesen gesteuertem) Experimentieren, interaktiven Produktfreigaben und validiertem Lernen durch Feedback von Kunden zu verkürzen.

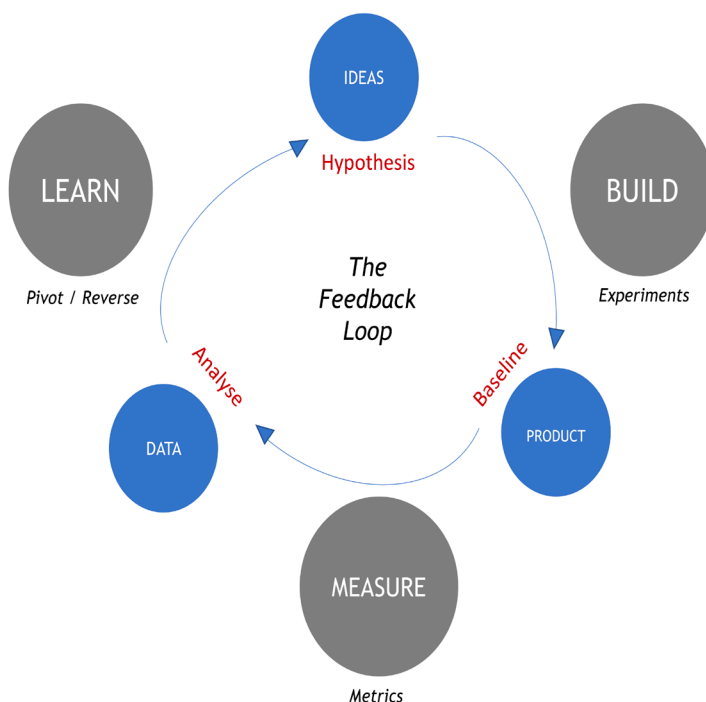
Die Methodik spiegelt sich in der folgenden Grafik gut wider:

Eine Kernkomponente der Lean-Startup-Methode ist die Feedback-Schleife für Build-Measure-Learn.

Der erste Schritt besteht darin, das zu lösende Problem, herauszufinden und anschließend ein möglichst realisierbares Produkt (MVP) zu entwickeln, um den Lernprozess so schnell wie möglich zu beginnen.

Ein weiteres Kernkonzept ist ein Pivot, bei dem es sich um eine strukturierte Kurskorrektur handelt, mit der eine neue grundlegende Hypothese über das Produkt, die Dienstleistung oder das Geschäftsmodell getestet werden soll. Es ist besser als eine neue strategische Hypothese zu verstehen, die ein neues MVP (Minimum Viable Product) zum Testen erfordert²³.

Sehen Sie sich dieses [Video](#) des Lean Start-Ups an - Eric Ries - Animated Book Review welches die Methode in einem sehr bildhaften und einfachem Weg aufzeigt.



Das Minimum viable Product (MVP)

Durch die Ausarbeitung eines MVP²⁴(minimal funktionsfähiges Produkt) wird ein neues Produkt mit ausreichenden Eigenschaften entwickelt, um die ersten Benutzer zufrieden zu stellen. Der endgültige, vollständige Funktionssatz wird nur unter Berücksichtigung der Rückmeldungen der ursprünglichen Benutzer des Produkts entworfen und entwickelt.

Es ist ein Lern Vehikel, mit dem Sie eine Idee testen können, indem Sie der Zielgruppe und -kunden eine frühe Version Ihres Produkts zeigen, die relevanten Daten sammeln und daraus lernen.

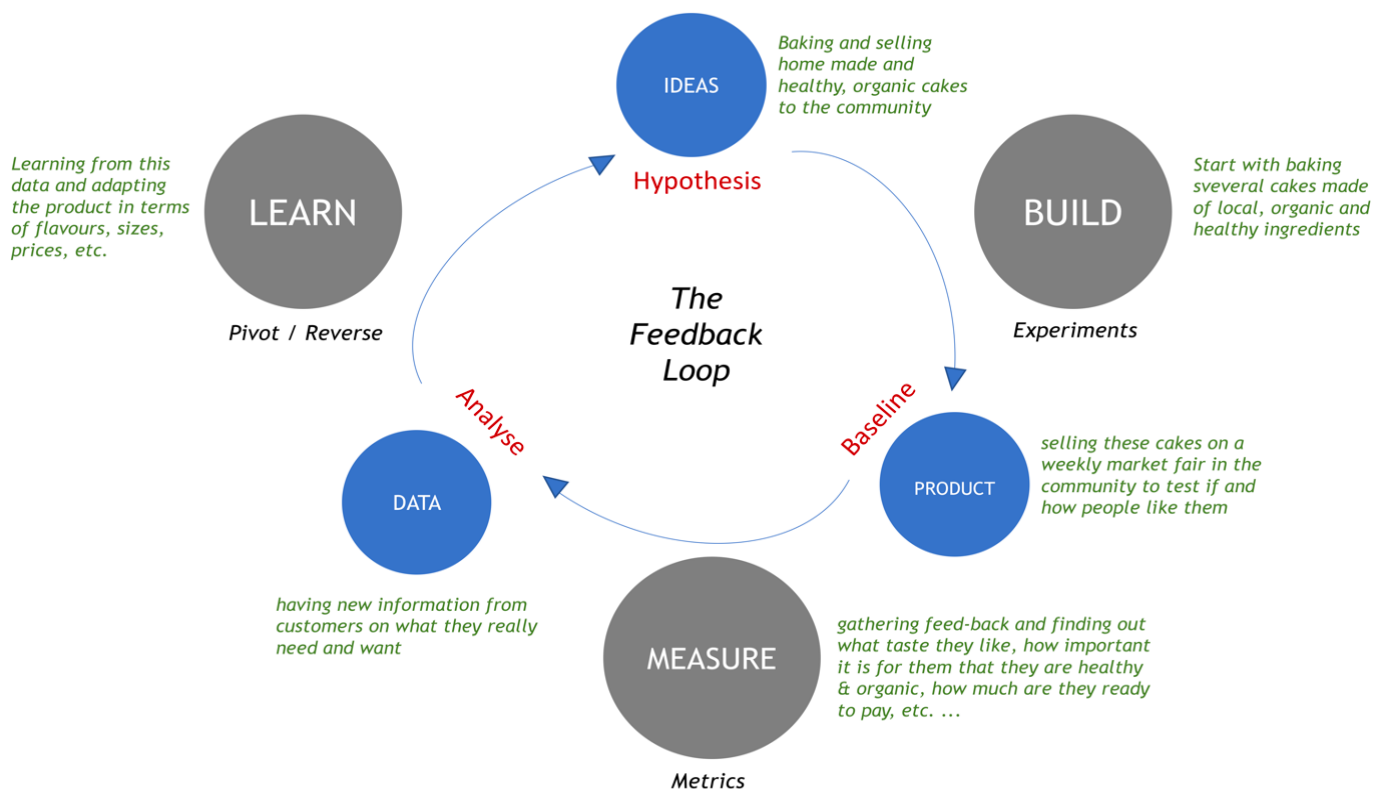
Eric Ries definierte einen MVP als die Version eines neuen Produkts, die es einem Team ermöglicht, mit minimalem Aufwand das Maximum an validiertem Wissen über Kunden zu sammeln.

Ein MVP ist kein Prototyp, sondern ein Produkt mit gerade ausreichenden Eigenschaften, um die ersten Anwender anzulocken. Während ein Prototyp eher einem Entwurf ähnelt, ist ein MVP wie ein separates Produkt an sich, eine Mindestversion des Endprodukts und wird sofort auf den Markt gebracht.

Wie kann man dies auf eine community-basierte unternehmerische Idee anwenden?

Sie können dies leicht auf eine community-basierte, unternehmerische Idee anwenden und regelmäßig MVPs erstellen, um Feedback von frühen Nutzern zu erhalten. Das Pivoting und die Weiterentwicklung und Anpassung Ihres Produkts oder Services basierend auf den Rückmeldungen, die Sie jedes Mal erhalten, wenn Sie ein MVP auf dem Markt testen, ist ein wichtiger Aspekt dieser Methode, mit dem Sie auf lange Sicht Zeit, Mühe und Ressourcen einsparen können.

Nehmen Sie das Beispiel der Idee für eine gesunde Konditorei in Ihrer Gemeinde zur Veranschaulichung.



Wiederholen Sie den Zyklus, indem Sie jedes Mal Ihre Produkte an den neuen Daten, die von Ihren früheren Nutzern / Kunden erhoben wurden, anpassen.

Durch diese wiederholten Tests können Sie die genauen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden erfahren, was ihnen gefällt, wie viel sie bereit sind zu zahlen, ob sie online oder eher in einem Geschäft kaufen würden, wenn ein Spezialisierungsbedarf besteht (Hochzeits- oder Tauf-Kuchen) usw.

Indem Sie Ihre Ideenentwicklung auf der LEAN-Methode aufbauen, stellen Sie sicher, dass Sie nahe an den Kundenbedürfnissen sind, und vermeiden, dass Sie Ihr Unternehmen auf die „falsche Art“ entwickeln oder aufbauen.

Zum Beispiel, anstatt sich in die Idee einer Konditorei zu verlieben, diese Idee zu durchdenken und viel in ein Geschäft zu investieren; können Sie im LEAN-Prozess feststellen, dass die Leute es vorziehen, online zu bestellen, und es wäre weitaus profitabler, nur online und auf Wochenmärkten zu verkaufen, anstatt einen Laden mit hohen Kosten zu haben.

3. Marketing und Kommunikation

Marketing Strategien

Mit einer guten Marketingstrategie können Sie Ihre Vision, Mission und Geschäftsziele definieren und die verschiedenen Schritte beschreiben, die Sie zum Erreichen dieser Ziele unternehmen müssen. Eine Marketingstrategie definiert Ihr (soziales) Geschäft und seine Produkte und Dienstleistungen, erläutert die Position Ihrer Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt, profiliert Ihre Kunden und Ihre Konkurrenz und identifiziert die Marketingstrategien, die Sie verwenden möchten.

Beim Verfassen und Entwickeln einer Marketingstrategie müssen einige wichtige Komponenten einbezogen werden²⁵:

- Es beginnt mit der Identifizierung Ihrer Geschäftsziele. Diese Ziele sollten S.M.A.R.T. (Spezifisch, messbar, erreichbar, relevant, zeitgebunden).

In der Marketingstrategie ist es auch wichtig, Ihre potenziellen Kunden/Begünstigten anhand der durchgeführten Marktforschung zu zeichnen und deren Bedürfnisse zu ermitteln.

- Die Konkurrenten, Organisationen, die die gleichen Bedürfnisse wie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ansprechen, sollten ebenfalls profiliert werden und Ihr Wettbewerbsvorteil sowie Ihre Stärken und Schwächen im Vergleich zu Konkurrenten sollten skizziert werden.

- Eine Analyse der 4Ps: Produkt (product), Preis (price), Ort (place) und Werbung (promotion) sollte ebenfalls Teil der Marketingstrategie sein.

- Es ist auch wichtig, die verschiedenen Zielmärkte zu identifizieren und maßgeschneiderte Strategien zu entwickeln, um diese durch Ihre Kommunikation zu erreichen. Sie müssen die richtige Nachricht bestimmen, die Sie übertragen möchten, die richtige Zielgruppe für diese Nachricht ermitteln, den richtigen Zeitpunkt für Ihre Kommunikation und die richtigen Kommunikationskanäle auswählen, um die Zielgruppe zu erreichen.

- Bei der Festlegung Ihrer Marketingstrategie kann es nützlich sein, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung mit Familie, Freunden, Mitarbeitern oder Mitgliedern Ihrer Community zu testen, um zu überprüfen, was funktioniert und was nicht

Es gibt viele Beispiele für Marketingfehler, die dazu beitragen können, Marketing im Entrepreneurship besser zu verstehen.

Kommunikationsstrategien

„Eine Idee oder ein Projekt, über das niemand Bescheid weiß, gibt es nicht!“ Damit Sie und Ihr Unternehmen effektiv kommunizieren und Ihre Kernziele erreichen können, müssen Sie eine Kommunikationsstrategie entwerfen. Es ist in gewisser Weise ein Plan, Ihre Marketingstrategie einem definierten Publikum mitzuteilen und Ihr unternehmerisches Projekt / Ihre Idee sowohl internen als auch externen Stakeholdern vorzustellen. In Ihrer Kommunikationsstrategie müssen Sie die Kommunikationswerkzeuge in Abhängigkeit von dem Budget festlegen, das Sie zuweisen möchten.

Es gibt mehrere Schritte, die in einer Kommunikationsstrategie definiert werden müssen:

1. Setzen Sie sich Kommunikationsziele
2. Entwickeln Sie Kernaussagen welche die Zielgruppe perfekt ansprechen
3. Identifizieren Sie effektive Kommunikationskanäle, Techniken und Werkzeuge
4. Planen Sie zugängliche Kommunikationsressourcen
5. Setzen und überwachen Sie Zeitpläne, Meilensteine und Indikatoren in einem Aktionsplan.



Beispiel

Denken Sie über die Idee nach, einen Nachtbus Service in einer ländlichen Community einzuführen:

1. Legen Sie die Kommunikationsziele fest:

- a) Sensibilisierung der Jugendlichen und ihrer Eltern für den neuen Nachtbus.
- b) Sicherstellung der Verpflichtung junger Menschen zur Nutzung des Dienstes und der Eltern zur Unterstützung der Nutzung dieser Dienste.
- c) Beeinflussung lokaler und regionaler Entscheidungsträger wie Bürgermeister und Gemeindevertreter, damit die Nachtbus Dienste durch die lokalen Behörden in der gesamten Region unterstützt und gefördert werden.

2. Entwickeln Sie Schlüsselbotschaften, welche die Zielgruppen effektiv ansprechen

Das Haupt Publikum sind junge Leute. Also eine Nachricht oder einen Slogan wie "Nicht trinken und fahren!" Benutze den Bus nachts. Muss entwickelt und auch für die verschiedenen Kommunikationskanäle angepasst werden. Da Sie auch die Eltern und die lokalen Behörden erreichen möchten, muss die Nachricht möglicherweise auch an diese Zielgruppen angepasst werden

3. Identifizieren Sie effektive Kommunikationskanäle, Techniken und Werkzeuge

Sie können zwischen lokalen Radiosendern und lokalen Zeitungen, Plakaten an wichtigen Orten in der ländlichen Gemeinde und Werbeveranstaltungen wählen (z.B. wird am ersten Wochenende der Nachtbus-Service komplett kostenlos angeboten und es werden Flyer verteilt, um den Service zu fördern). Es gibt viele andere Möglichkeiten, Sie müssen kreativ sein!

4. Planen Sie zugängliche Kommunikationsressourcen

Z.B. Durch die Unterstützung und Kontakte in der lokalen Gemeinde erhalten Sie möglicherweise kostenlose Werbung in der lokalen Zeitung. Der Sprecher des Lokalradios ist Ihr Freund. Er kann den Dienst bewerben oder Sie sogar zu seiner Show einladen, um über den neuen Nachtbus zu sprechen. In Ihrem Team haben Sie einen Grafikdesigner, der die gesamte Print-Werbekampagne (Poster, Flyer usw.) kostenlos oder zu einem sehr günstigen Preis für den Tausch ausführt. Planen Sie alle möglichen Ressourcen auf, die Sie bereits haben, und diejenigen, die Sie noch benötigen.

5. Legen Sie im Aktionsplan Zeitpläne, Meilensteine und Indikatoren fest und überwachen Sie diese.

Z.B. In den nächsten 2 Monaten haben Sie eine intensive Kampagne in verschiedenen Medien (Presse, Radio, Außenbahn Haltestellen usw.), und in den nächsten 6 Monaten erhalten Sie einen zusätzlichen Beitrag pro Monat. Sie müssen einen genauen Medien-/Kommunikationsplan mit Kosten und erwarteten Ergebnissen erstellen, z.B.: Sie erwarten, dass die Nutzung Ihres Dienstes in den nächsten 2 Monaten drastisch zunehmen wird (aufgrund der intensiven Kampagne) von 20 bis 50 Benutzern pro Woche/Wochenende und danach wird es sich in den nächsten 6 Monaten stabilisieren.

Werbungs- und Verkaufstechniken

Um Ihren Zielmarkt zu erreichen, gibt es verschiedene Werbetechniken, um zu kommunizieren. Die Kombination dieser Techniken macht Ihren Werbemix aus.

Die von Ihnen angewandten Techniken können direkt sein (persönliche Kommunikation oder Verkauf und Direktmarketing) oder indirekt (über Massenkommunikation wie Presse, Fernsehen, Radio oder das Internet durch Werbung, Öffentlichkeitsarbeit oder Verkaufsförderung).



Hier sind einige der am Häufigsten verwendeten Techniken²⁶:

- Werbung

Wird verwendet, um für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu werben, um eine große Anzahl von Verbrauchern oder Begünstigten in Massenmedien anzusprechen.

Öffentlichkeitsarbeit

Ist der Versuch, mit verschiedenen öffentlichen Kategorien zu kommunizieren, die möglicherweise Interesse an Ihren Aktivitäten haben (Kunden, Partner, Investoren usw.), um ein vertrauensvolles Klima und ein positives Image zu schaffen. Sie können persönliche Kanäle und auch die Medien verwenden.

- Verkaufsförderung

Ziel ist es, einen Verbraucher zu sofortigen Maßnahmen in Bezug auf den Kauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung zu führen. Sie können einen Vorteil anbieten, wie z.B. einen Rabatt, einen kostenlosen Service, ein Geschenk, eine größere Menge usw. Eine Verkaufsförderung ist immer zeitlich begrenzt.

- Verkaufsstellen Aktionen

Bewirbt Ihre Produkte oder Dienstleistungen bei Besuchern Ihres Point of Sale. Sie können Banner, Poster, Regale, Video- und Audio Mitteilungen, Werbegeschenke usw. verwenden.

- Direktmarketing

Besteht aus der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln, wobei die Kunden jedoch individuell angesprochen werden. Sie können E-Mails, Briefe oder Kataloge an Verbraucher senden und haben die Möglichkeit, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu bestellen.

- Persönlicher Verkauf

Besteht aus einem Verkäufer, der Häuser besucht oder versucht, Menschen an öffentlichen Orten anzusprechen.

- Werbegeschenke

Setzen Sie Ihr Logo oder Informationen zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung auf Stifte, Feuerzeuge, Agenden usw.

- Internetwerbung

Verwendet Banner, Pop Ups, Links zu Ihrer Website, Newsletter, Pressemitteilungen usw. auf Internetseiten, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung online zu bewerben

- Social Media

Ist die Nutzung von Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram zum Aufbau einer Online-Community, um Neuigkeiten, Updates und Geschichten über Ihr Unternehmen schnell und häufig mit echten und potenziellen Kunden zu teilen.

Weitere Informationen:

11 wichtige Techniken der [Sales Promotion](#)

4. Finanzen



Finanzkompetenz

Finanzielle Kompetenz ist die Fähigkeit zu verstehen, wie Geld in der Welt funktioniert: wie jemand es verdient, wie diese Person es verwaltet, wie sie es investiert (in mehr verwandeln) und wie diese Person es spendet, um anderen zu helfen.

Wenn Sie Ihr eigenes (soziales) Unternehmen gründen, ist es wichtig zu verstehen, wie Geld funktioniert. Unternehmer zu sein, könnte die Eintrittskarte für die persönliche Autonomie und finanzielle Unabhängigkeit sein, die Sie sich schon immer gewünscht haben, aber es könnte Ihre persönlichen Finanzen stören, wenn es nicht klappt. Daher ist es ratsam, einen Plan zu haben, um sicherzustellen, dass Ihr persönliches Vermögen geschützt wird, unabhängig davon, wie sich Ihr Unternehmen in der Zukunft entwickelt²⁷.

Es ist wichtig, nicht alles auf eine Karte zu setzen. Stellen Sie sicher, dass Sie nicht Ihr gesamtes Geld in Ihr Unternehmen investieren. Wenn etwas schief geht und Ihr Unternehmen scheitert, könnte dies bittere Konsequenzen haben. Abgesehen von der goldenen Regel, die Geschäftskosten und die persönlichen Ausgaben voneinander zu trennen (stellen Sie sicher, dass Sie getrennte Buchhaltungssysteme haben!), ist es bei der Unternehmensgründung auch ratsam, einen ausreichenden Notgeld-Puffer aufrechtzuerhalten, insbesondere zu Beginn des Unternehmens. Es dauert mehrere Monate, bis Sie stabile Einnahmen erzielen. Stellen Sie außerdem sicher, dass Sie ausreichend versichert sind. Es ist eine gute Idee, mit einem Finanzprofi zu sprechen, um herauszufinden, wo Versicherungspolizen hilfreich sein können, um bestimmte Risiken zu mindern. Und vergessen Sie nicht zuletzt die Steuerbehörde (das Finanzamt) in Ihrem Land. Die Regeln können streng und kompliziert sein. Es ist daher ratsam, einen lokalen Steuerexperten zu konsultieren, um sicherzustellen, dass Sie Ihre Unternehmensstruktur richtig einrichten und Ihre Abzüge maximieren.

Das Budget

Im Mittelpunkt der Entwicklung Ihrer unternehmerischen Idee muss ein Budget stehen, das Ihnen die unterschiedlichen Kosten für Ihr (soziales) Business sowie das Einkommen zeigt, das Sie benötigen, um die Kosten zu decken und im Idealfall einen Gewinn zu erzielen.

Dieses Dokument stellt eine Prognose dar und ist für Sie entscheidend, um wichtige Entscheidungen in Bezug auf Ihre Kostenstruktur und die Einnahmen und Erträge zu treffen, die Sie anstreben müssen. Das Budget ist eine einfache Kalkulationstabelle, und im Internet sind zahlreiche Vorlagen kostenlos verfügbar. Zu Beginn nutzen Sie eine einfache Excel Sheet, in der Sie die Einnahmen, den zu erwartenden Kosten gegenüberstellen.

Der Cash Flow

Der Cash Flow repräsentiert die Geschäftstätigkeit einer Organisation und bezieht sich auf das ein- und ausgehende Geld. Es ist der Nettobetrag, den eine Organisation während eines bestimmten Zeitraums erhält und ausbezahlt. Es ist äußerst wichtig, einen positiven Cashflow aufrechtzuerhalten, um keine \ernsthaften Probleme mit Ihrer Organisation zu verursachen.

Sie benötigen ausreichend Bargeld, um Ihre Ausgaben zu bezahlen. Daher ist es sehr wichtig, Ihren Cashflow zu prognostizieren und zu überwachen, um zu zeigen, wie viel Geld Ihr (soziales) Unternehmen erwartet, damit es sich in den nächsten Wochen, Monaten und Jahren auszahlt.

Viele Start-Ups und neue soziale Unternehmen scheitern an Cashflow-Problemen. Planen Sie Ihren Cashflow daher sorgfältig im Voraus.

Ein Beispiel, bei dem Sie in Schwierigkeiten geraten können, ist, wenn Sie einerseits stabile Kosten haben (feste Kosten wie Miete, Nutzungskosten usw., die jeden Monat fast gleich sind). und andererseits sind Ihre Verkäufe und Ihr Einkommen instabil oder zeitgemäß (z.B. eine Eisdiele, die während der wärmeren Perioden viel verkauft und die Verkäufe während der Winterperioden sehr niedrig sind). In einem solchen Fall müssen Sie sicherstellen, dass Sie genügend Bargeld aus den Perioden hoher Umsätze einbehalten, um Reserven für den Winter zu haben, für die noch feste Kosten wie Miete und Nebenkosten gezahlt werden müssen.

5. Ressourcen finden

Jedes Geschäftsmodell erfordert Schlüsselressourcen, um einen Wertbeitrag zu bieten, Märkte zu erreichen, Kundenbeziehungen zu pflegen, Umsätze zu erzielen und insgesamt eine Wirkung zu erzielen. Die wichtigsten Ressourcen, die Sie für Ihr Unternehmen benötigen, können physische (Gebäude, Fahrzeuge, Maschinen usw.), intellektuelle (Marken, Patente, Partnerschaften, Kundendatenbanken usw.), Mitarbeiter (Mitarbeiter, Ehrenamtliche, Familienangehörige usw.) und / oder finanziell (Bargeld, Kreditlinien usw.) sein. Es ist wichtig zu analysieren, welche Ressourcen Sie für Ihr (soziales) Geschäft benötigen, welche Ressourcen bereits vorhanden sind und welche Sie noch erwerben müssen. Das Mapping von Partnern und einigen Ressourcen, die Sie möglicherweise kostenlos erhalten, kann eine gute Übung sein. Es hilft Ihnen bei der Definition von Strategien und Aktionsplänen, mit denen Sie die fehlenden Ressourcen erhalten. Für die Anschubfinanzierung gibt es Tools wie Crowdfunding oder andere Online-Fundraising-Webseiten sowie andere gängige Quellen wie Familie, Freunde und Unterstützer, um Ihr ursprüngliches Startkapital zu erhalten. Einige der gebräuchlichsten Wege, um Ihr Unternehmen zu finanzieren, sind²⁸:

Bootstrapping

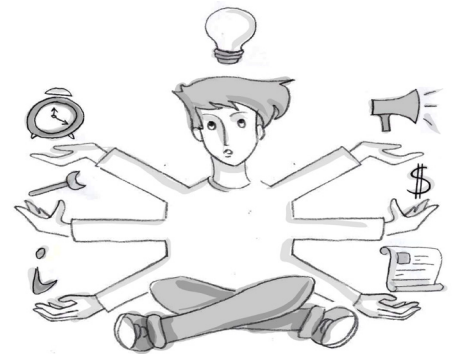
Ist, wenn Sie ihr eigenes Geld, Ersparnisse oder Ihren Kreditrahmen nutzen, um Ihr eigenes Business zu starten.

Freunde und Familie

Die in Ihr Business investieren können, ohne einer Garantie, dass Sie Ihr Geld wiederbekommen. Normalerweise investieren sie eher in Sie als Persönlichkeit, als in Ihr Business.

Crowdfunding

ist ein großartiges Werkzeug, um eine Anschubfinanzierung für Ihr Unternehmen zu erhalten und einen Pool kleinerer Investoren mit weniger Einschränkungen zu erreichen. Es gibt viele Crowdfunding-Plattformen, hier einige Beispiele: [Kickstarter.com](https://www.kickstarter.com), [StartSomeGood.com](https://www.startsomegood.com), [Indiegogo.com](https://www.indiegogo.com), [RocketHub.com](https://www.rockethub.com), [Pozible.com](https://www.pozible.com), [Causes.com](https://www.causes.com), [Razoo.com](https://www.razoo.com), [Crowdrise.com](https://www.crowdrise.com))



Angel Investoren

Sobald ihr (soziales) Business bereits solide Erträge erzielt, können Sie sich an Angel-Investoren wenden, die Einzelpersonen oder Personengruppen sind, die Kapital für die Gründung Ihres Unternehmens bereitstellen können und in der Regel ein gewisses Eigenkapital in Ihrem Unternehmen eintauschen möchten. Sie können viel investieren, sind aber auch sehr anspruchsvoll und erwarten hohe Ergebnisse.

Kredit (Darlehen)/Risikokapital

Zu einem späteren Zeitpunkt, wenn das (soziale) Business läuft und stabile Einnahmen erzielt, benötigen Sie möglicherweise einen Kredit von einer Bank, um in das Wachstum des (sozialen) Geschäfts investieren zu können. Eine gute Idee kann sein, sich gleich zu Beginn mit einer Bank oder einem Finanzinstitut in Verbindung zu setzen (nicht, um zunächst einen Kredit zu erhalten), um ein Girokonto, eine Kreditkarte usw. zu erhalten. Im Laufe der Zeit wird sich die Bank mit Ihrem Geschäft vertraut machen und es wird es Es ist einfacher, zu einem späteren Zeitpunkt nach zusätzlichen Bankprodukten wie einem Darlehen zu fragen.

Lassen Sie sich inspirieren

- Sehen Sie sich dieses Video des CEOs von Indiegogo an, der [3 Pro Tipps](#) zeigt, wie man eine erfolgreiche Crowdfunding Kampagne startet
- Entdecken Sie weitere nützliche Informationen zum Auffinden von Ressourcen für Ihr (soziales) Unternehmen
- 4 Crowdfunding-Fehler, die Social Entrepreneurs vermeiden sollten
- 55 great [productivity tools](#) and, resources for startups and entrepreneurs
- 60 Great [Tools and Resources](#) for Entrepreneurs and Startups
- From taking payments to building websites to talking to customers to team collaboration and finding investors... and much more.

6. Netzwerken und Partnerschaften

Die erfolgreiche Umsetzung einer Community-basierten, unternehmerischen Idee erfordert, dass der Aufbau eines Netzwerks, das Finden von Verbündeten, Kunden, Freunden, Unterstützern und Partnern eine wichtige Rolle spielt.

Bei der Entwicklung und Umsetzung einer Community-basierten unternehmerischen Idee kann Ihr Netzwerk in mehreren Phasen des Prozesses aufgebaut werden und wachsen:

1) Forschungszeitraum: Bei einer Community Analyse werden Themen und Probleme in der Community, aber auch Ressourcen und Personen, Organisationen und (soziale) Unternehmen ermittelt, die bereits in der Community aktiv sind. Es ist eine erste Gelegenheit, mit ihnen in Kontakt zu treten.

2) Ideenentwicklung: Ein Entwerfen und Entwickeln einer Community-basierten unternehmerischen Idee. Ihre Idee stellt eine Lösung für ein Problem, ein Thema oder einen Bedarf in der Community dar und sollte daher in der Nähe der Menschen sein. Vor allem, weil Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung unter Menschen testen, nach Feedback fragen und Ihre Verbesserungen auf der Grundlage des Feedbacks des Marktes, der Ihre Community ist, stützen. Bei der Weiterentwicklung Ihres Geschäftsmodells ermitteln, untersuchen und stehen Sie in engem Kontakt mit Ihren Kunden, Vertriebskanälen, Lieferanten und Partnern.

3) Markteinführung & Skalierung: Wenn Sie die Idee umsetzen und Ihr (soziales) Business starten, arbeiten Sie weiterhin eng mit Lieferanten, Partnern und Kunden zusammen. Wenn Sie Ihr Geschäft skalieren, indem Sie neue Märkte oder Ihre Auswirkungen erkunden, indem Sie anderen dabei helfen, Ihr Modell zu kopieren und in Ihrer Community anzuwenden, entwickeln und stärken Sie Ihr Netzwerk natürlich weiter.

Bei der Erforschung eines bestimmten Handlungsfeldes sollte besonderes Augenmerk auf Ressourcen gelegt werden, die bereits vorhanden sind und die bei ordnungsgemäßem Einsatz einen Unterschied in der Community ohne zusätzliche Kosten bewirken könnten. Möglicherweise suchen auch Organisationen, die bereits in diesem Bereich tätig sind, nach Partnern.

Weitere Ressourcen & Learnings

Leistungsversprechen & (Soziale) Business Modelle

- Useful [Value Proposition Examples](#) (and How to Create a Good One)
- [Value proposition in social entrepreneurship](#)
- [Business Model Generation](#)
- Business Model Canvas ([video](#))
- [Business Model Canvas](#)
- [Social Business Model Canvas](#)

Lean start-up & MVP

- Top 10 Tips: [How to Run a Lean Startup](#)

Marketing & Kommunikations Strategien

- [Top 10 Marketing Failures](#): Coke, Ford, Netflix
- [Learning from Failure](#) – Classic cases and [What Entrepreneurs Get Wrong](#)
- [10 epic marketing fails of 2012](#)
- The [5 Most Disastrous Marketing Failures](#) of All Time

Promotion & Sales

- Help for non-profits, [Promotional techniques](#)
- [11 Important Techniques](#) of Sales Promotion
- [7 Popular Marketing Techniques For Small Businesses](#)
- [Social Media 101](#)
- [5 Social Media Tips](#) for Social Entrepreneurs
- Social Media [Tips for NGOs](#)

Finanzen

- [8 Financial Tips](#) for Entrepreneurs Launching a Startup
- [10 Top Financial Tips](#) for Early-Stage Startups

Ressourcen finden

- [Community resource mapping](#)
- [5 Ways of Funding A Business](#): How To Get Your Piece Of The Pie
- [Kiva](#) – loans that change lives
- [Microcredits](#) for small start ups
- [4 Crowdfunding Mistakes](#) for Social Entrepreneurs to Avoid
- [55 great productivity tools](#) and, resources for startups and entrepreneurs
- [60 Great Tools and Resources for Entrepreneurs and Startups](#) From taking payments to building websites to talking to customers to team collaboration and finding investors... and much more.

Netzwerken & Partner

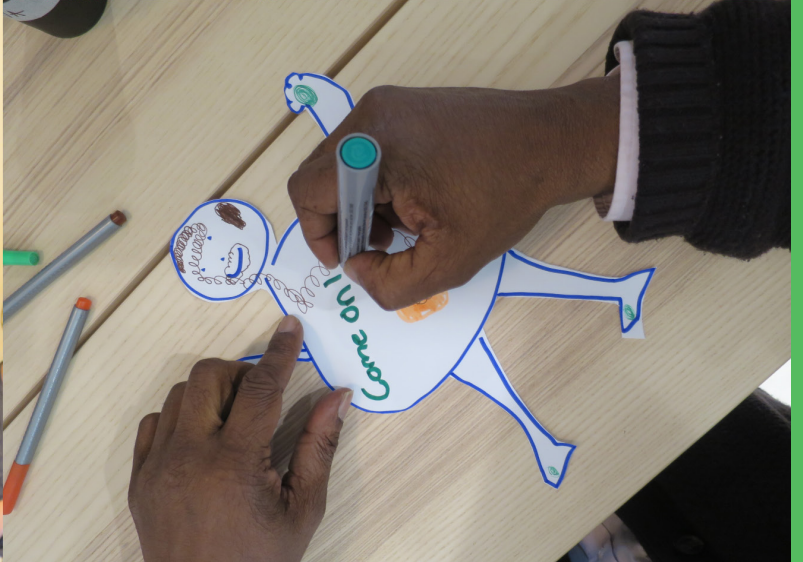
- [13 Tips to Create the Perfect Partnership](#)
- [7 Tips for a Successful Business Partnership](#)

Modul

5.

“Remember to celebrate milestones as you prepare for the road ahead.”
Nelson Mandela, South African Leader

Markteinführung & Skalierung



*“Remember to celebrate milestones as you prepare for the road ahead.”
Nelson Mandela, South African Leader*

*“What do you need to start a business? Three simple things: know your product better than anyone, know your customer, and have a burning desire to succeed.”
Dave Thomas, Founder, Wendy’s*

*“Act enthusiastic and you will be enthusiastic.”
Dale Carnegie, Author and Motivational Speaker*

Kurzbeschreibung

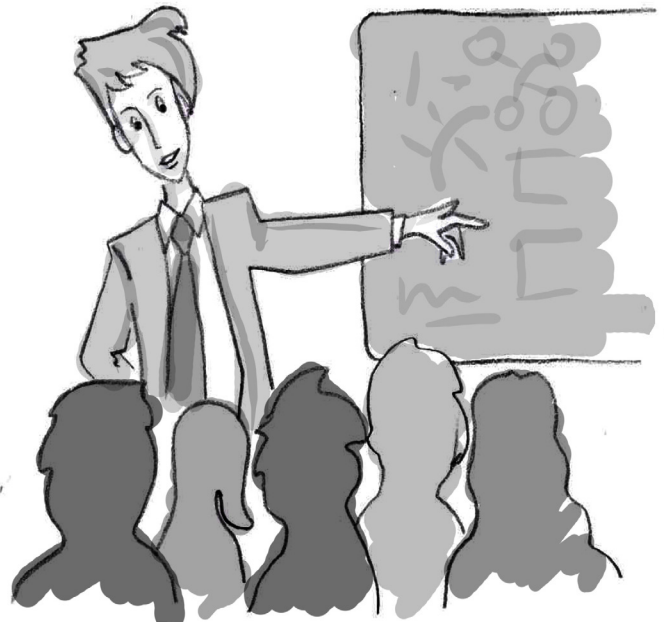
In diesem Modul werden Sie erfahren, wie Sie ihre Idee auf eine effektive Art potenziellen Kunden, Investoren oder Partnern präsentieren. Wir werden auch untersuchen, wie Risiken und die Bedeutung des Managements bei der Gründung und Führung eines (sozialen) Geschäfts bewertet werden können, sowie die Bedeutung eines Businessplans und dessen Erstellung. Sie erfahren, welche rechtlichen Strukturen für Ihre community-basierte unternehmerische Idee zur Verfügung stehen, sodass Sie diejenige auswählen können, die am besten passt. Während Sie planen, wie Sie Ihr Unternehmen aufrechterhalten und skalieren können, erfahren Sie auch, wie Sie die Gesamtleistung Ihrer Organisation reflektieren und Ressourcen für das Wachstum aus externen Quellen beschaffen. Wir werden ebenso schauen, wie man Risiken vermeidet und die wir werden auch untersuchen, wie Risiken und die Bedeutung des Managements bei der Gründung und Führung eines (sozialen) Geschäfts und die Bedeutung eines Businessplans und dessen Erstellung bewertet werden können. Sie erfahren, welche rechtlichen Strukturen für Ihre community-basierte unternehmerische Idee zur Verfügung stehen, sodass Sie diejenige auswählen können, die am besten passt. Während Sie planen, wie Sie Ihr Unternehmen aufrechterhalten und skalieren können, erfahren Sie auch, wie Sie die Gesamtleistung Ihrer Organisation reflektieren und Ressourcen für das Wachstum aus externen Quellen beschaffen.

Lernziele

- Lernen Sie wie Sie Ihre Idee vorstellen
- Risiken bewerten für Ihr Start-Up oder Ihr Projekt
- Verstehen Sie die Bedeutung von Management und Teamarbeit
- Schreiben Sie einen Businessplan das ein neues Unternehmen kreiert
- Analysieren Sie, welche rechtliche Struktur am besten zu Ihrer Idee past
- Erfahren Sie, wie Sie Ihr Unternehmen aufrechterhalten und ausbauen können und Ressourcen für das Wachstum von externen Quellen erwerben

1. Präsentationstechniken

Es kann einfach sein, Ideen zu entwickeln, aber es ist viel schwieriger, sie an Fremde zu verkaufen. Die Aufgabe, jemand eine Idee zu präsentieren, der die Macht hat, etwas damit zu tun, der über Ressourcen verfügt, die man braucht, wird als Pitch bezeichnet. Es ist wichtig, dass Sie die Fähigkeit erlangen, Ihre Ideen an andere weiterzugeben, und potenzielle Investoren oder Partner in sehr kurzer Zeit vom Wert Ihrer Ideen und von Ihnen als Person überzeugen zu können. Menschen auf der Empfängerseite können die Idee und ihren Wert häufig anhand der Fähigkeit und der Kreativität des Pitchers beurteilen, diesen Wert zu vermitteln. Die Menschen verurteilen Sie im Allgemeinen und versuchen, Sie in eine Kiste zu packen. Dies geschieht sehr schnell. Studien zeigen, dass der Einfluss, den Sie in den ersten Sekunden Ihrer Begegnung auf die Menschen ausüben, sehr stark ihre Urteile über Sie, Ihren Charakter und Ihre Fähigkeiten beeinflusst. In einer Pitch-Präsentation ist es wichtig, klar zu sein, was genau Sie von einer anderen Person erwarten. Das Ziel ist es, es jemandem so leicht wie möglich zu machen, „Ja“ zu sagen, und wenn Sie das bekommen wollen, wonach Sie fragen, müssen Sie vorbereitet sein. Hier sind einige hilfreiche Tipps für einen erfolgreichen pitch²⁹ :



Bereiten Sie die Ideen Präsentation und sich selbst vor. Investoren investieren häufig zuerst in den Unternehmer und sein Team, nicht in den Geschäftsplan. Sie müssen den Eindruck einer schnellen, intelligenten und effizienten Person vermitteln, die in der Lage ist, die Idee vorzustellen, sie aufrechtzuerhalten und wachsen zu lassen.

Informieren Sie sich über Ihre Investoren oder Partner. Es ist wichtig im Vorfeld etwas über sie herauszufinden. Sind sie bereits in Ihrem Sektor aktiv, haben sie dort bereits investiert und wenn ja, wie erfolgreich.

Fokussieren Sie sich auf das Wesentliche. Für Investoren und potenzielle Partner ist die Darstellung oft wichtiger als der Businessplan. Sie müssen in weniger als 5 Minuten in der Lage sein, das Konzept der Idee, die Kapitalrendite und die Strategie der Zukunft und des Wachstums des Unternehmens zu erläutern. Seien Sie also kurz und prägnant und bis zu dem Punkt, an dem Sie Ihre Geschäftsidee präsentieren. Investoren oder Partner müssen sicherstellen, dass Sie potenzielle Kunden gewinnen können. Wenn sie in kurzer Zeit Ihr Konzept nicht verstehen und von Ihrem Konzept begeistert werden, werden sie denken, dass die Kunden dies ebenfalls nicht tun werden.

Überzeugen Sie mit wahren Fakten und Zahlen (Bleiben Sie bei der Wahrheit!). Investoren oder Partner suchen nach Garantien und Risiken mit geringem Risiko. Wenn Sie also bereits Erfolge vorweisen und bereits regelmäßige Einnahmen erzielen oder Kunden haben, ist es einfacher, als nur auf Prognosen und einem Geschäftsplan zu stützen. Bevor Sie große Investitionen anstreben, ist es immer besser, Ihre Geschäftsidee getestet oder pilotiert zu haben, um Daten und Fakten präsentieren zu können.

Begeistern Sie Investoren mit Ihrer langfristigen Vision, aber seien Sie realistisch. Sie werden Sie nicht ernst nehmen, wenn Sie unrealistische Zahlen projizieren. Eine gute Idee kann sein, Zahlen für drei Versionen der Zukunft vorzulegen: Best Case, Moderate Case und Worst Case.

Dies muss auf Daten, Analysen und realistischen Annahmen über Ihr gegenwärtiges und zukünftiges Geschäft, den Wettbewerb, den Markt usw. basieren.

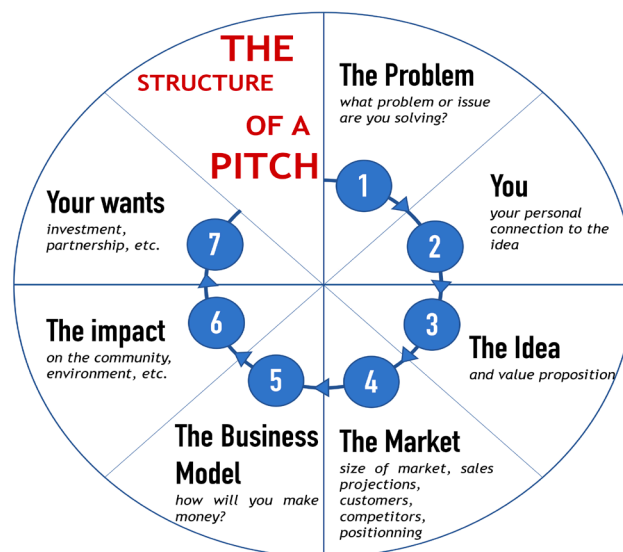
Zeigen Sie, dass Sie kostengünstig sind, das Beste aus Ihren Dingen herausholen und nicht zu hohe Gehälter oder nicht optimierte Ausgaben erwarten. Günstig sein ist in Mode!

Seien Sie ambitioniert, aber nicht größenwahnsinnig. Ein solides Geschäft wächst Schritt für Schritt. Es gibt keine Eile, also fordern Sie nicht Millionen von Euro für eine weltweite Expansion Ihres Unternehmens und eine breite Palette von Produkten. Gehen Sie eher langsam, werden Sie in einem Marktsegment und / oder einem Produkt gut und lernen Sie von Ihren Erfolgen und Misserfolgen, bevor Sie nach den Sternen greifen.

Die Struktur eines Pitch

Hier sind die wichtigsten Schritte, die Sie durchlaufen müssen, wenn Sie Ihre community-basierte unternehmerische Idee entwickeln:

- Das Problem – Welche Probleme oder Themen lösen Sie?
- Sie – Wie ist Ihre persönliche Verbindung zur (sozialen) Businessidee?
- Die Idee – Was ist Ihre Idee und Ihr Leistungsversprechen?
- Der Markt – Wie groß ist Ihr Markt, wie hoch sind Ihre (Verkaufs-) Prognosen, wer sind Ihre Kunden, wer sind Ihre Konkurrenten und wie positionieren Sie sich auf dem Markt?
- Das Business Modell – Was ist Ihr Business Modell, wie wollen Sie Geld verdienen?
- Der Einfluss – Welchen Einfluß schaffen Sie in Ihrer Community?
- Ihre Bedürfnisse – Was möchten Sie von der Person, welcher Sie präsentieren (z.B. Investition, Partnerschaft usw.)?



Sehen Sie sich das Welcomeship Tutorial über das Pitching mit einem Beispiel eines Pitch für eine gesunde Konditorei-Idee

Lassen Sie sich inspirieren

Sehen Sie sich die Videos mit jungen Unternehmern an, die während der britischen Fernsehsendung „Dragon’s Den“ ihre Karriere sarten. Überlegen Sie, welche Werkzeuge und Methoden die Unternehmer einsetzen, um die Anleger davon zu überzeugen, in ihre Geschäftsidee zu investieren.

Pitch 1: [Mainstage Travel](#)

Pitch 2: [Snack business](#)

Finden Sie mehr darüber heraus wie man effektiv pitcht:

[How to Pitch](#) a Brilliant Idea

[6 Steps](#) to the Perfect Pitch

2. Wie Sie Risiken einschätzen und bewältigen

Die Idee der Gründung eines eigenen Unternehmens egal welcher rechtlichen Struktur kann ein beängstigender und einschüchternder Gedanke sein. Daher ist es wichtig, die Risiken früh genug zu verstehen und einzuschätzen, damit Sie angemessen darauf eingehen und Ihre Erfolgchancen erhöhen können. Es gibt verschiedene Arten von Risiken³⁰ :

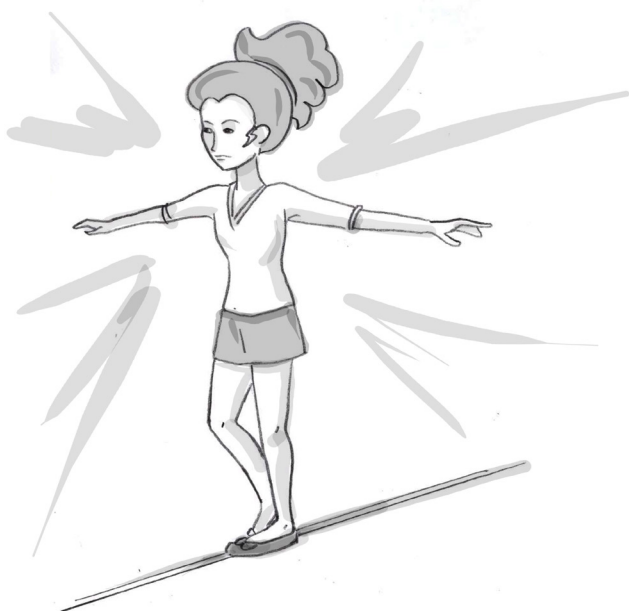
Produktisiken. Es ist wichtig, dass Sie Ihr Produkt/Dienstleistung gut kennen, ebenso die Probleme, die es löst. Seien Sie sich sicher, dass der Markt groß genug ist und es der richtige Zeitpunkt ist zu veröffentlichen. Ihre Marktforschung ist vor dem Start von entscheidender Bedeutung.

Marktrisiken Kennen Sie Ihren Kunden und warum, wo und wie er ähnliche Produkte/ Dienstleistungen kauft. Ein frühzeitiger Markteintritt mit sehr guten Marktkenntnissen durch Forschung kann Ihnen Wettbewerbsvorteile verschaffen und das Ausfallrisiko senken.

Finanzielle Risiken. Es gibt wirksame Instrumente für neue Unternehmer, um Geld über Crowdfunding-Plattformen zu beschaffen. Freunde und Familie oder sogar Angel-Investoren können auch eine gute Start Finanzierungsquelle sein. Stellen Sie außerdem sicher, dass Sie in Ihrem Unternehmen wichtige Meilensteine Ihres Geschäftsplans und Ihrer Wachstumsziele erreichen, um das Vertrauen in potenzielle neue Anleger zu stärken. Eine sorgfältige Budgetierung und Verwaltung der Finanzen und des Cashflows ist auch für das Überleben Ihres (sozialen) Businesses entscheidend.

Team Risiken. Ein gutes Team ist entscheidend. Sie können nicht alles alleine machen! Stellen Sie sicher, dass Sie Leute um sich haben, die Sie um Rat bitten können, z. B. Team Mitglieder, Freunde und Familienmitglieder, einen Mentor oder sogar einen Start Up Gründer. So stehen Sie nicht alleine vor den verschiedenen Herausforderungen, die sich daraus ergeben. Wenn Sie in einem Team von Menschen arbeiten, die wirklich an Ihr (soziales) Business und die Produkte / Dienstleistungen glauben, erhöhen Sie Ihre Erfolgchancen, wenn Sie Ihr Unternehmen gründen und weiterentwickeln. Ein starkes Team ist auch in schwierigen Situationen von entscheidender Bedeutung.

Umsetzungsrisiken. Finden Sie die Balance zwischen dem Mikromanagement, der Nähe zu den operativen Details Ihres Unternehmens und der strategischen und visionären Rolle eines Unternehmers. Vor allem am Anfang ist es wichtig, sehr nah am Detail zu sein und gleichzeitig einen Überblick über die Abwicklung des Geschäfts zu haben. Um Risiken zu mindern, benötigen Sie Ratschläge von Experten und erfahrenen Personen, um Tücken zu vermeiden. Es ist jedoch auch wichtig, gelegentlich (begrenzte und messbare) Risiken einzugehen und mutig zu sein.



Versuchen Sie es!

Unternehmerrisiken [assessment quiz](#). Diese Testfragen helfen Ihnen, die folgenden Schritte zur Gründung Ihres eigenen Unternehmens zu beginnen.

Don't Make These 10 [Startup Mistakes](#)
The 4 [Pitfalls](#) Small Businesses Face

3. Management und Teamarbeit

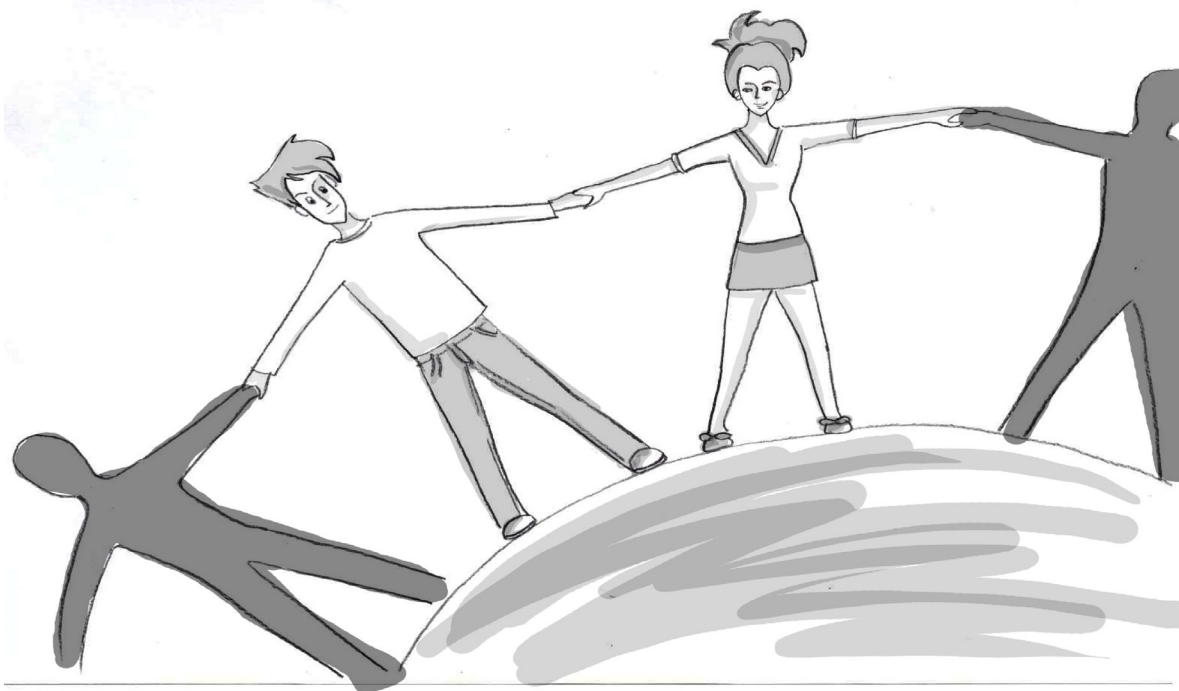
Als Unternehmer ist das Management von Zeit, Finanzen und Menschen von entscheidender Bedeutung, und je effektiver Sie sind, desto besser.

Zeitmanagement

Für das Zeitmanagement ist es wichtig, klare Ziele für Ihr (soziales) Geschäft zu haben und dass alle Aktivitäten, die Sie durchführen, diesen Zielen dienen³¹. Alles andere ist eine potenzielle Zeitverschwendung. Stellen Sie daher sicher, dass Ihre Aufgaben und Aktivitäten in direktem Zusammenhang mit der Generierung von Einkommen und dem Wachstum Ihres (sozialen) Geschäfts stehen. Es ist auch wichtig, Prioritäten zu setzen und zu unterscheiden, was dringend ist und was nicht, und mit Listen und Werkzeugen wie Kalendern, Erinnerungen usw. weit voranzuplanen. Ein weiterer wichtiger Aspekt des Zeitmanagements ist die Beseitigung von Ablenkungen (z.B. durch ein Mobiltelefon, soziale Medien usw.) und die Übertragung von Aufgaben an andere Mitglieder des Teams. Es gibt viele weitere Tipps und Tricks zum Zeitmanagement, die Sie im Internet finden können. Denken Sie daran, dass jeder Tag nie mehr als 24 Stunden hat, Sie könnten das Beste daraus machen!

Finden Sie mehr heraus: 20 schnelle Tipps für besseres Zeitmanagement

<https://www.youtube.com/watch?v=bzNZh-HoUU>



Mitarbeiterführung

Ihr Team und Ihre Mitarbeiter werden Sie als Anleitung und Inspiration betrachten, so dass Sie mit gutem Beispiel vorangehen müssen. Wenn es um das Management und die Motivation Ihrer Mitarbeiter oder Ihres Teams geht, ist gute Kommunikation der Schlüssel zum Erfolg. Es kann sich um die Ziele handeln, um die Erwartungen, die Sie und sie haben oder was täglich geschieht. Zum Aufbau einer positiven Arbeitsbeziehung gehört es auch, das persönliche Leben der Teammitglieder zu kennen und daran interessiert zu sein. Die Anerkennung der guten Arbeit der Teammitglieder ist ein wichtiges Instrument, um sie motiviert zu halten. Wenn sie um Rat und Hilfe gebeten werden, kann dies auch zu einer positiven Atmosphäre und zu Vertrauen führen, die für das Management von entscheidender Bedeutung sind. Das Delegieren an die richtigen Personen, das Managen von Konflikten und das Durchsetzungsvermögen sind ebenfalls wichtige Fähigkeiten eines guten Managers³².

Finanzmanagement

Einer der wichtigsten und auch herausforderndsten Aspekte bei der Verwaltung Ihrer (sozialen) Geschäfte ist die Verwaltung Ihrer Finanzen. Alles hängt davon ab! Eines der wichtigsten Instrumente des Finanzmanagements ist das Budget. Es ist wichtig, dass Sie Ihr Geschäftsjahr und sogar Ihre Quartale sorgfältig planen und auch Ihren Geldfluss (cash-flow) überwachen. Die Trennung Ihrer persönlichen Finanzen von Ihrem (sozialen) Geschäft sowie ein gut organisiertes Kontensystem sind auch für das Finanzmanagement von entscheidender Bedeutung. Selbst wenn Sie über ein gutes Planungs- und Abrechnungssystem verfügen, sollten Sie sich der Kunden bewusst sein, die Sie mit Verspätung bezahlen. Sie können ernste Geldfluss-Probleme verursachen. Genügend Bargeldreserven zu haben, ist ebenso wichtig, und unnötige Ausgaben zu vermeiden ist von entscheidender Bedeutung. Als neues (soziales) Unternehmen brauchen Sie in Ihrem Büro keine Luxusmöbel³³!

Partnermanagement

In vorherigen Modulen haben wir uns mit der Darstellung potenzieller Partner und der Bedeutung des Aufbaus von Partnerschaften in der Community befasst. Im Bereich des community-basierten Entrepreneurships ist der Aufbau von Partnerschaften von entscheidender Bedeutung, da im Mittelpunkt einer community-basierten unternehmerischen Idee die Lösung eines Problems oder eines Bedarfs der Community oder bestimmter Mitglieder der Community steht. Der Erfolg eines community-basierten Unternehmens liegt im Interesse der gesamten Community. Ein gutes Argument, wenn Sie versuchen, Ihre Ideen für Partner zu erreichen.

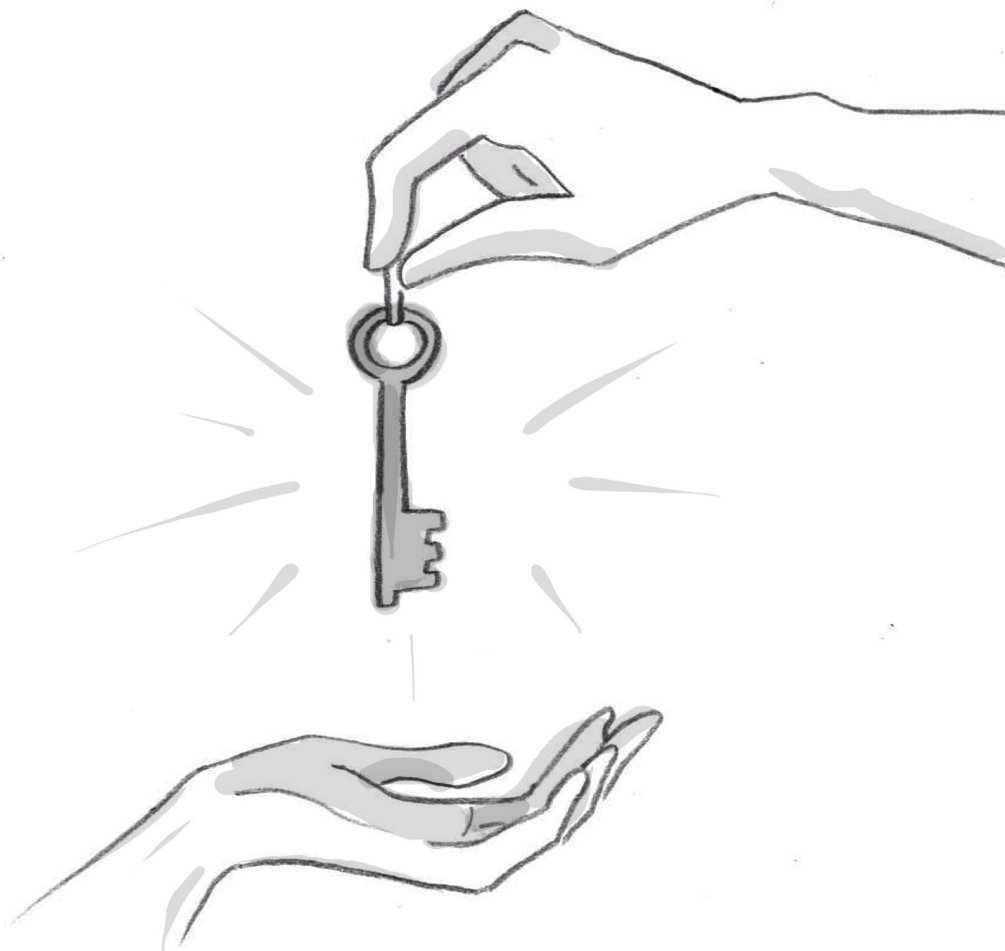
Wenn Sie Partner haben, ist es auch wichtig, diese Beziehungen gut zu verwalten, um Konflikte zu vermeiden oder sogar Ihr (soziales) Business zu gefährden. Stellen Sie sicher, dass Ihre Partner die gleichen Ziele und Visionen haben wie Sie und dass die Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb der Partnerschaft klar definiert sind und auch durch einen Vertrag oder eine Vereinbarung schriftlich niedergelegt werden. Eine solche Vereinbarung sollte auch angeben, was passieren wird und wie Angelegenheiten in einer Situation behandelt werden, in der Dinge schief laufen, Erwartungen nicht erfüllt werden oder der Wunsch besteht, die Partnerschaft zu beenden. Selbst wenn Rollen und Verantwortlichkeiten definiert sind, trägt es häufig zum Erfolg bei, wenn Sie die Stärken der einzelnen Personen in der Partnerschaft aufbauen und optimieren. Dies kann auch erheblich zur Motivation und zur guten Atmosphäre in der Partnerschaft beitragen (z.B. einer Ihrer zuständigen Partner, zuständig für die Versorgung von Rohmaterial verfügt möglicherweise auch über einen hervorragenden Grafikdesigner, und Sie benötigen ein gutes Grafikdesign. Die Optimierung Ihrer Partner Ressourcen oder der Stärken für Ihre Bedürfnisse kann zur weiteren Stärkung der Partnerschaft beitragen. Es kann auch von großem Nutzen sein, sich bei Unklarheiten gegenseitig zu helfen³⁴

Aufgabenverteilung

Als (sozialer) Unternehmer müssen Sie einige Aufgaben an andere Teammitglieder delegieren, da Sie nicht immer alles selbst machen können. Delegieren bedeutet jedoch mehr als nur jemanden zu bitten, etwas zu tun. Wenn Sie effektiv delegieren möchten, müssen Sie sich und die Person, an die Sie delegieren, gegenseitig abstimmen. Es ist wichtig, die Reaktionen und Ideen der Teammitglieder einzuholen und Vertrauen, Unterstützung und offene Kommunikation für den Prozess aufzubauen. Hier sind einige Tipps für eine effektive Delegation/Verteilung³⁵:

1. Erläutern Sie genau, was die Person tun soll, und stellen Sie sicher, dass sie oder sie ihre Verantwortlichkeiten und den Zeitplan von Anfang bis Ende kennt.
2. Erläutern Sie die spezifischen Ziele, die mit den Aufgaben verbunden sind, welche Ergebnisse Sie erwarten und wie Sie Erfüllung der Aufgabe messen oder bewerten können.
3. Erteilen Sie die zum Ausführen der Aufgabe erforderliche Berechtigung. Wenn Sie eine Aufgabe delegieren, müssen Sie auch die erforderliche Berechtigung und die Berechtigung zum Treffen von Entscheidungen delegieren (verteilen).

4. Lassen Sie sich bestätigen, dass die Person die Aufgabe versteht und ihr zustimmt. Informieren Sie sich im Voraus, ob Sie Zweifel, Fragen oder Vorschläge haben. Geben Sie den Menschen die Freiheit, die Aufgabe so zu erledigen, wie sie sie für am effektivsten halten, ansonsten beschränken Sie Kreativität und Initiative und verringern gleichzeitig das Selbstwertgefühl.
5. Richten Sie ein System ein, um herausragende Leistungen zu belohnen. Teilen Sie der Person im Vorfeld sowohl die positiven als auch die negativen Folgen mit, die Sie für hervorragende und schlechte Leistungen erwarten können.
6. Überprüfen Sie die Arbeit. Auf diese Weise können Sie Probleme erkennen und Menschen motivieren, da Sie der Arbeit, die sie erledigen, Aufmerksamkeit schenken.
7. Beheben Sie alle auftretenden Probleme. Planen Sie mit der Person einen Plan, um mit der ordnungsgemäßen Ausführung der delegierten Aufgaben zu beginnen. Versuchen Sie, den Prozess der Arbeit zu überwachen, damit Sie auf eventuell auftretende Probleme reagieren können.



Holen Sie sich einen Mentor

Es ist auch wichtig, einen Mentor zu gewinnen, dem Sie vertrauen, ihn bewundern und respektieren, wenn Sie beabsichtigen, Ihr Unternehmen zu gründen. Ein Mentor kann ein positives Vorbild sein, das großes Interesse an Ihnen und Ihrem (sozialen) Geschäft zeigt. Er oder sie motiviert Sie, gibt Anleitung und konstruktives Feedback und ist bereit, Wissen und Erfahrung zu einer Reihe von Themen auszutauschen. Er oder sie sorgt dafür, dass Sie bei wichtigen Entscheidungen nicht allein sind, hilft Ihnen, Stolpersteine zu vermeiden, und hilft Ihnen, aus Fehlern zu lernen, und führt Sie in die richtige Richtung.

Lassen Sie sich inspirieren

Kim Kaupe, co-founder of ZinePak, describes the [four types of mentor](#) that every leader should have.

4. Wie Sie einen Businessplan schreiben

Ein Businessplan ist nicht nur ein Mittel zur Geldbeschaffung, sondern viel mehr. Es hilft Ihnen, sich selbst und Ihr (soziales) Geschäft zu managen. Es ist ein Werkzeug, mit dem Sie Ihre Fortschritte analysieren und überwachen und verstehen können, wie Ihr Unternehmen zusammengestellt wird. Sie können es auch als Verkaufsinstrument einsetzen, um Investoren oder Mitarbeiter für Ihr Unternehmen zu gewinnen. Es ist ein Plan, der Ihnen dabei hilft, Leistungsziele festzulegen, Vorhersagen zu treffen und Ziele in Bezug auf Ihren Umsatz, Ihre Kunden, die Einstellung von Mitarbeitern usw. zu setzen. Er kann ein Schlüssel zum Erfolg sein, wenn Sie erwägen, Ihr Geschäft auszubauen oder wettbewerbsfähiger zu sein. Sie müssen nicht monatelang eingesperrt sein und ein Dokument mit 50 Seiten verfassen. Sie können in Teilzeit daran arbeiten und ein Präsentationsformat wie PowerPoint verwenden, um Zeit zu sparen und es einfacher zu machen, Ihren Plan zu teilen und im Laufe der Zeit weiterzuentwickeln.



Hier sind einige Vorteile eines Businessplans³⁶:

- 1) Sie haben Zugang zu Finanzmitteln. Investoren und Banken möchten Ihren Geschäftsplan sehen und davon überzeugt sein, dass Ihr Unternehmen profitabel ist, bevor Sie Geld leihen. So hilft es Ihnen, Ihre Vision zu kommunizieren und die Menschen davon zu überzeugen, dass Ihre unternehmerische Idee eine Investition wert ist.
- 2) Das Erstellen eines Geschäftsplans hilft Ihnen, Prioritäten zu setzen. Der Plan hilft Ihnen, Ihre langfristigen Ziele und die Strategien zu deren Erreichung festzulegen. Dies hilft Ihnen, Ihre Energie und Ressourcen auf das zu konzentrieren, was wirklich zählt, und zukünftige Hindernisse vorherzusehen, und darauf vorbereitet sein, sich ihnen zu stellen, wenn sie auftreten. Es hilft Ihnen auch, sich die richtigen Fragen zu stellen, was der Kunde wirklich will, wie wir Kunden anziehen können usw.
- 3) Sie bekommen die Kontrolle. Wenn Sie an Ihrem Geschäftsplan arbeiten, können Sie einen Schritt zurücktreten und das Gesamtbild erkennen, was gut funktioniert und was verbessert werden muss. Wenn Sie sich die Zeit nehmen, um an Ihrem Geschäftsplan zu arbeiten, haben Sie auch ein Gefühl der Kontrolle über die Zukunft.
- 4) Sie können große Fehler vermeiden. Wenn Sie planen, dass Sie die Zukunft sind und wie Sie Ihre unternehmerische Idee wachsen lassen möchten, hilft dies, (finanzielle) Prognosen zu erstellen und zu berechnen, ob alles sinnvoll ist. (Wenn Sie beispielsweise planen, im ersten Jahr 1000 Einheiten Ihrer Produkte pro Monat zu verkaufen und trotzdem nur einen Verkaufs Angestellten haben, passt etwas nicht. Vielleicht ist Ihre Prognose nicht realistisch und/oder Ihre Vertriebsorganisation muss verstärkt werden.
- 5) Sie haben einen Bezugspunkt. Wenn Sie aufgrund aktueller Ereignisse in Ihrem Unternehmen positive oder negative Impulse erhalten, können Sie mit einem Geschäftsplan einen Schritt zurücktreten und einen objektiven Blick auf das, was Sie tun, und warum Sie es tun, bekommen. Außerdem können Sie alle Personen (Partner, Familie, Freunde usw.) in Ihrem Unternehmen auf dieselbe Seite bringen. Es bringt Kohärenz und sorgt dafür, dass sich alle in dieselbe Richtung und auf dieselbe Mission zubewegen.

Die wichtigsten Elemente, die empfohlen werden, in einen Geschäftsplan aufgenommen zu werden, umfassen: Zusammenfassung, Unternehmensüberblick, Branchenanalyse, Kundenanalyse, Wettbewerbsanalyse, Marketingplan, Management Team, Betriebsplan, Finanzplan

Versuchen Sie es!

Es gibt eine einfache Methode, um das Schreiben eines Geschäftsplans mit Hilfe eines eintägigen Businessplans die Geschäftsplanung zu üben. Wenn Sie eine unternehmerische Idee haben, füllen Sie sie aus und sehen Sie, was noch klarer definiert werden muss.






Finden Sie weitere Richtlinien zum Erstellen eines Business Plans:

[Business Plan Template](#) and Guide

Wie erstellen Sie einen Businessplan an einem Tag?

The One Day Business Plan™ Worksheet

Summarize your business vision, company goals, marketing strategies, financial objectives, and support plans:

<p>Business VISION</p> <p>What do you want your company to be?</p> <p>Why is "now" the "right time" to start your company?</p>	 <p>Vision</p> <p>Why now?</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Company GOALS</p> <p>How will you achieve your vision?</p> <p>What is your central purpose or mission?</p> <p>What do you promise your customers?</p>	 <p>G1 G2 G3 G4</p> <p>Mission Statement</p> <p>Brand Promise</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Marketing STRATEGIES</p> <p>How will you grow your business? What works in the industry?</p> <p>How will you reach customers?</p> <p>What opportunities exist?</p>	 <p>S1 S2 S3 S4</p> <p>Marketing Approach</p> <p>SWOT Analysis</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Financial OBJECTIVES</p> <p>What must you accomplish after one year of operation?</p> <p>How will you know goals are being met?</p> <p>How will you measure your success?</p>	 <p>O1 O2 O3 O4</p> <p>Sales Revenue</p> <p>Profitability</p> <p>Market Share</p> <p>Key Pl's</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Support ACTION PLANS</p> <p>What specific actions are you taking to achieve your vision?</p> <p>When will key projects be completed?</p> <p>How much will each project cost?</p>	 <p>A1 A2 A3 A4</p> <p>Primary Project</p> <p>Main Tasks</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

5. Rechtliche Strukturen

Strukturen, die zu meinem
Unternehmergeist passen

Wenn Ihre unternehmerische Idee weiterentwickelt, getestet und pilotiert wurde und Sie über ausreichende Ressourcen verfügen, um sie auf den Markt zu bringen, ist es wichtig, darüber nachzudenken, welche rechtlichen Strukturen am besten zu Ihren unternehmerischen Zielen passen. Sollte es eine Einzelunternehmung, eine Partnerschaft, ein Unternehmen, eine Community mit beschränkter Haftung (GmbH) oder eine NGO sein?

Es hängt alles von Ihren Zielen und Zielen ab. Die von Ihnen gewählte Rechtsstruktur wird einen wichtigen Einfluss auf Ihre Steuern, Ihre rechtlichen Auswirkungen, Verwaltungsfragen wie Papierkram und die Flexibilität in Bezug auf Aktivitäten und Mittel zur Mittelbeschaffung haben. Es ist also eine wichtige Entscheidung, bei der Sie auch die zukünftigen Bedürfnisse berücksichtigen sollten, wenn Sie diese Entscheidung treffen³⁷.



Die rechtlichen Strukturen in den einzelnen Ländern und ihre rechtlichen Implikationen sind unterschiedlich. Daher sollten Sie sich an örtliche Experten wenden, wie z.B. andere Unternehmer, Entrepreneurship-Entwicklungsagenturen in Ihrer Region, die manchmal kostenlose Start-Ups beraten, oder Anwälte und analysieren Sie sorgfältig alle Vor- und Nachteile und die Bedürfnisse Ihres (sozialen) Unternehmens und seiner Eigentümer.

Weitere Informationen

Wie Sie die beste Rechtsform für Ihr Start Up herausfinden

Die Wahl einer rechtlichen Struktur für Ihr soziales Unternehmen

6. Skalierung

Wie kann ich mein Geschäft / Projekt aufrechterhalten und skalieren?

Sobald Ihr (soziales) Geschäft in Betrieb ist, erscheint die Frage nach dem Wachstum und der Skalierung als natürlicher nächster Schritt. Es muss jedoch sorgfältig durchdacht werden. Wachstum ist der Schlüssel zum Erfolg eines Unternehmens, aber gut kalkuliertes und vorsichtiges Wachstum ist in der Regel intelligenter als eine sehr schnelle Expansion, die Sie möglicherweise nicht bewältigen können.

Wenn Sie über die Vergrößerung Ihres Unternehmens nachdenken, sollten Sie sich wichtige Fragen zur Zukunftsaussicht Ihres Unternehmens stellen. Bevor Sie also ein neues Produkt herausbringen oder einen neuen Markt erschließen, sollten Sie sich zunächst auf die Optimierung Ihres aktuellen Geschäftsmodells konzentrieren. Analysieren Sie sorgfältig den Wettbewerb und versuchen Sie vorherzusagen, wie er mögliche alternative Lösungen in der Zukunft entwickeln und vorstellen kann. Denken Sie auch an Ihre aktuellen Kunden. Können Sie nach dem schnellen Wachstum die gleiche Qualität liefern? Dies könnte sich auf Ihren Ruf und Ihr Image auswirken³⁸.

Das Wachstum Ihres (sozialen) Geschäfts erfordert oft Investitionen, haben Sie also ausreichend Kapital und Infrastruktur für diesen nächsten Schritt? Denken Sie bei der Planung auch daran, realistische Zeitpläne und Prognosen zu erstellen und sicherzustellen, dass Ihre Wachstumsstrategie zu Ihrer langfristigen Vision passt. Bevor Sie eine wichtige Wachstumsstrategie verfolgen, ist es wichtig, den aktuellen Stand Ihres derzeitigen Geschäfts gründlich zu analysieren, sorgfältig zu planen, um mögliche Fallstricke zu vermeiden, und an einer durchdachten Strategie für nachhaltiges Wachstum zu arbeiten.

Ein übliches Instrument, um Ihr Geschäft auszubauen, kann darin bestehen, Ihren Gesamtansatz beim Verkauf zu überdenken und neue Einnahmequellen zu finden. Wichtig ist auch die Steigerung der organisatorischen Gesamtleistung, um effizienter zu werden und somit Ihre Gewinnmargen steigern zu können.

Nachdem Sie beispielsweise bei der Herstellung Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung immer besser geworden sind, ist es oft ratsam, die Preise nicht so niedrig wie möglich zu halten, sondern sich auf den Wert zu konzentrieren, den Sie den Kunden liefern, anstatt sie zu senken. Dadurch konzentrieren Sie sich auf den Wert, den Sie erzielen, indem Sie Ihren Kunden Ihre Produkte und Dienstleistungen besser zur Verfügung stellen. Rechtsanwälte und Klempner arbeiten nach diesem Modell. Sie berechnen Ihnen Opportunitätskosten für deren Verfügbarkeit und spezielle Schulungen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, Ihre Kosten zu überarbeiten und Wege zu finden, um Ihre Betriebs- oder Produktionskosten zu senken, um Ihre Margen zu optimieren. Bessere Margen bedeuten, dass Sie mehr Mitarbeiter einstellen und ausbilden oder in den Ausbau Ihres (sozialen) Geschäfts investieren können.



Ein anderer Ansatz, mit dem Sie Ihr (soziales) Geschäft vergrößern können, ist die Erzeugung wiederkehrender Einnahmen. Die vollständige Abhängigkeit vom Verkauf alles, was Sie produzieren, macht es schwierig, Ihr Geschäft zu skalieren. Beispiele für vorhersagbare Umsatzströme, die aus Abonnements oder „Bedarfsgütern“ stammen, können ein großartiges Modell sein, das Sie skalieren lässt, da Sie nur das produzieren, was die Kunden bestellen, und es Ihnen einen vorhersagbaren monatlichen Umsatz garantiert.

Sie können sich auch vergrößern, indem Sie mit anderen Organisationen zusammenarbeiten, die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Sie verkaufen³⁹.

Ein Partner, der über ein bestehendes Netzwerk und eine vorhandene Infrastruktur verfügt, um Ihr Produkt in mehreren Ländern zu verkaufen, würde Ihnen Zeit und Geld sparen, um in Ihr eigenes Netzwerk und Ihre eigene Infrastruktur zu investieren.

Beispiel: Eco Briketts & Scaling-up durch Partnerschaften

Berücksichtigen Sie die sozial unternehmerische Idee von Ecobriquettes, um durch Partnerschaften das Wachstum zu steigern: <https://www.youtube.com/watch?v=LLErpCYgLsw>

Sobald die Verkäufe von Eco Briketts im Dorf Kecerovce (wo sie hergestellt werden) und den umliegenden Dörfern stabil sind und die Kapazität zur Produktion und zum Verkauf höherer Mengen etabliert ist, könnte der nächste Schritt darin bestehen, die neuen Märkte zu erschließen und zu verkaufen in der Region. In der Ostslowakei gibt es viele Roma-Siedlungen, die neue potenzielle Märkte für den Verkauf von Eco Briketts darstellen. Eine Möglichkeit könnte sein, Partnerschaften mit Kirchen und NGOs in anderen Dörfern der Region aufzubauen. Sie könnten eine große Anzahl von Eco Briketts kaufen, sie in ihr Dorf transportieren und an die Einheimischen verkaufen. Sie verfügen bereits über ihre Infrastruktur, in der sie die Eco Briketts lagern und verkaufen können, und sie könnten als Wiederverkäufer des Produkts fungieren.

Diskussion: Welche anderen Ideen haben Sie, um Eco Briketts außerhalb der Slowakei aufzubauen?

Weitere Ressourcen & Learnings

Präsentationstechniken & Pitching

- [How to Pitch a Brilliant Idea](#)
- #38 – [How to pitch an idea](#)
- [6 Steps to the Perfect Pitch](#)
- [7 Tips For Pitching Your Entrepreneurial Idea, Whether To Angels Or Sharks](#)
- [Shark Tank Video Library](#) of successful and unsuccessful pitches

Risiken einschätzen

- When Launching Your Startup, Consider These [5 Risks](#)
- Don't Make These [10 Startup Mistakes](#)
- The [4 Pitfalls Small Businesses Face](#)
- Entrepreneur [Risk Assessment Quiz](#)

Management & Team Work

- [7 Time Management Tips](#) for Busy Entrepreneurs
- [6 Time Management Tips](#) for Busy Entrepreneurs
- [6 Money Management Tips](#) for First-Time Entrepreneurs

Wie schreibe ich einen Businessplan

- [Why you need a business plan](#)
- [Business plan for startups](#)
- [One day business planning worksheet](#)
- [Why You Must Have a Business Plan](#)
- [Three reasons why you need a business plan](#)
- [5 Reasons Why You Need a Business Plan](#)
- [Business Plan Template and Guide](#)
- [How to finish your Business Plan in one day?](#)

Geschäftsmodelle

- [Choose Your Business Structure](#)
- [How to Choose the Best Legal Structure for Your Startup](#)
- [Choosing a Legal Structure for Your Social Enterprise](#)
- Starter kits for social [entrepreneurs](#) by Ashoka

Skalierung

- [5 Simple Steps to Scaling Your Business](#)
- [Before You Decide to Scale Your Business, Answer These 4 Questions](#)
- [5 Tips For Keeping Your Startup Business Growing](#)

Endnotes

- 1 Diversity & Inclusion activities. West Virginia University: https://www.uh.edu/cdi/diversity_education/resources/activities/pdf/Inclusion_Activities_Book.pdf
- 2 Source: Active Citizens Facilitators' Toolkit. Globally Connected, Locally Engaged. British Council 2017
- 3 Source: Active Citizens Facilitators' Toolkit. Globally Connected, Locally Engaged. British Council 2017.
- 4 Source: Active Citizens Facilitators' Toolkit. Globally Connected, Locally Engaged. British Council 2017.
- 5 Source: https://www.researchgate.net/publication/318421056_Community-based_entrepreneurship_evidences_from_a_retail_case_study
- 6 Source: The Unavoidable Ethical Dilemmas That Entrepreneurs Face. <http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/startup-dilemmas.html>
- 7 Source: 3 Ways to Make a Social Impact with Your Startup <https://businesscollective.com/3-ways-to-make-a-social-impact-with-your-startup/>
- 8 Kunden Segmentation ist der Prozess, seine Kunden in verschiedene Gruppen zu unterteilen Basierend auf Faktoren wie Alter, Interessen, Verhaltensmustern, Geschlecht und ähnlichen. Dies hilft um jede Gruppe angemessen und zielgerichtet anzusprechen.
- 9 Source: "Five Reasons Why Market Research Matters (and Five Tips for Using It)" by Brian Fletcher, April 25, 2013
- 10 Source: Market Research Techniques <http://www.allbusiness.com/the-five-basic-methods-of-mark>
- 11 A supply chain is the network of all the individuals, organizations, resources, activities and technology involved in the creation and sale of a product, from the delivery of source materials from the supplier to the manufacturer, through to its eventual delivery to the end user.
- 12 Source: Robert Nelson and Debbi D. Brock (2009) for the Know About Business curriculum.
- 13 Source: Concepts on the Community mapping come from Kretzmann and McKnight, 2005. A Community Building Workbook, Asset Based Community Development Institute. Retrieved on 10 February 2009, from www.northwestern.edu/ipr/abcd.html.
- 14 Source: Ajaero Tony Martins, my top business ideas <http://www.mytopbusinessideas.com/ideas-vs-opportunities/>
- 15 Source: Brock, D.D., 2010 'Opportunity recognition: seizing new business opportunities' in Developing an Effective Business Plan, Anderson, Indiana, Anderson University.
- 16 Source: Ajaero Tony Martins, my top business ideas <http://www.mytopbusinessideas.com/ideas-vs-opportunities/>
Source: Brock, D.D., 2010 'Opportunity recognition: seizing new business opportunities' in Developing an Effective Business Plan, Anderson, Indiana, Anderson University.
- 17 A GUIDE TO PROTOTYPING NEW IDEAS von Nesta http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/prototyping_framework.pdf
- 18 Ein Pilot kann verschiedene Formen haben. Er kann eine kleine Kampagne, eine Umfrage oder sogar eine Testanlage sein. Ziel ist es die Bedingungen bei der Produktion zu testen und erstes Feedback von möglichen Kunden einzusammeln.
- 19 A minimum viable product (MVP) is a product with just enough features to satisfy early customers, and to provide feedback for future product development. See Also Module 4
- 20 Creating a Product Prototype - From your mind's eye to the palm of your hand, learn what steps are needed to prototype your invention <http://www.entrepreneur.com/article/80678>
- 21 Source: Useful Value Proposition Examples (and How to Create a Good One) <https://conversionxl.com/value-proposition-examples-how-to-create/>
- 22 Source: Tandemic <http://www.socialbusinessmodelcanvas.com>
- 23 Source: The Lean Start Up Methodology <http://theleanstartup.com/principles>
- 24 Source: Techopedia <https://www.techopedia.com/definition/27809/minimum-viable-product-mvp>
- 25 Source: Business and industry portal of Queensland Government <https://www.business.qld.gov.au/business/running/marketing/develop-marketing-strategy>

- 26 Source: Help for non-profits, Promotional techniques: <http://www.gb3group.com/promotional-techniques.php>
- 27 Source: 6 Tips For Avoiding Financial Disaster When Starting a Business: <http://www.entrepreneur.com/article/245076>
- 28 Source: 5 Ways of Funding A Business: How To Get Your Piece Of The Pie: <http://www.forbes.com/sites/alanhall/2012/10/20/5-means-of-funding-a-small-business-how-to-get-your-piece-of-the-pie/>
- 29 Source: 7 Tips For Pitching Your Entrepreneurial Idea, Whether To Angels Or Sharks: <http://www.forbes.com/sites/mattsymonds/2013/10/24/7-tips-for-pitching-your-entrepreneurial-idea-whether-to-angels-or-sharks/>
Source: 6 Steps to the Perfect Pitch: <http://www.entrepreneur.com/article/201826>
- 30 Source: When Launching Your Startup, Consider These 5 Risks: <http://www.entrepreneur.com/article/234094>
- 31 Source: 15 Time Management Tips for Achieving Your Goals: <https://www.entrepreneur.com/article/299336>
- 32 Source: 8 Tips for Managing Your Team Effectively: <https://theundercoverrecruiter.com/manage-team-effectively/>
- 33 Source: 6 Financial Management Tips for Small Business Owners: <http://businessingambia.com/financial-management-tips/>
- 34 Source: 7 Tips for a Successful Business Partnership: <https://www.businessknowhow.com/startup/partnership-tips.htm>
- 35 Source: 7 Tips to help you delegate more effectively (by Peter Economy, The Leadership Guy): <http://www.inc.com/peter-economy/7-steps-to-more-effective-delegation-starting-today.html>
- 36 Sources: Why You Must Have a Business Plan: <http://www.entrepreneur.com/article/74194>
- 37 Source: Choose Your Business Structure: <http://www.entrepreneur.com/article/38822>
- 38 Source: 5 Simple Steps to Scaling Your Business <http://www.inc.com/eric-holtzclaw/5-simple-steps-to-scaling-your-business.html>, Before You Decide to Scale Your Business, Answer These 4 Questions: <http://www.entrepreneur.com/article/238163>
- 39 How to Establish Partnerships for Scale up, <http://www.lencd.org/learning/howto-partnerships>



Erasmus+



Welcomeship

Building Inclusive Communities Through
Community-based Entrepreneurship