

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 1

Entwicklungswege für eine erfolgreiche grenzüberschreitende Expansion

ENTWICKLUNGSWEGE FÜR EINE ERFOLGREICHE GRENZÜBERSCHREITENDE EXPANSION

Die Welt von heute wird durch die neuen digitalen Geschäftsmodelle und die jüngste COVID-Pandemie umgestaltet. Von Zuhause arbeiten hat in vielen Ländern an Popularität gewonnen, und IKT-Fähigkeiten werden heute mehr denn je gesucht.

Die internationale Expansion repräsentiert heute eine der wirkungsvollsten Lösungen im Kampf gegen den globalen Niedergang vieler kleiner und mittlerer Warenhersteller, aber nicht nur dieser.

Die internationale Expansion kann viele Vorteile bieten, aber auch eine Reihe von Risiken bergen.

In diesem Kapitel wollen wir Unternehmern helfen, ihr Wissen zu diesem Thema zu vertiefen und künftig fundierte Entscheidungen für ihr Unternehmen zu treffen.

Business Development



Was ist eine grenzüberschreitende Expansionsstrategie?



Die grenzüberschreitende Expansionsstrategie ist ein formeller, mehrstufiger strategischer Plan, den Unternehmen anwenden, um in ein neues Land einzutreten, eine wachsende Präsenz zu etablieren und schnell profitabel zu werden.

Um erfolgreich zu sein, muss diese Strategie klare Zeitpläne, Budgets, realistische Ziele, engagierte Talente und eine Menge Forschung beinhalten.

Bevor Sie diesen Weg einschlagen, sollten Sie sich **vergewissern, dass Sie genügend Zeit, Engagement und Ressourcen** für die Ausarbeitung Ihrer **Strategie** haben.

Und denken Sie daran...

...diese Entscheidung darf unter keinen Umständen auf die leichte Schulter genommen werden, denn es gibt eine Reihe von rechtlichen, finanziellen und strategischen Faktoren, die Sie abwägen müssen.

...warum brauchen Sie es?

Im Jahr 2020 hat Capital Global Employment Solutions 8 Gründe für eine internationale Expansion aufgezeigt.



- Erhöhung des Umsatzpotenzials
- Eintritt in neue Märkte
- Neuer Kundenstamm
- Expansion ermöglicht Ihnen eine Diversifizierung
- Besserer Zugang zu Talenten
- Einen Wettbewerbsvorteil erlangen
- Verbessern Sie den Ruf Ihres Unternehmens
- Kosteneinsparungen



Erhöhung des Umsatzpotenzials	Eintritt in neue Märkte	Neuer Kundenstamm	Expansion ermöglicht Ihnen eine Diversifizierung
Eine großartige Gelegenheit, Zugang zu mehr Kunden und Verkäufen zu erhalten, insbesondere wenn das Unternehmen sein Wachstum bereits in seinem Herkunftsland ausgeschöpft hat.	Wenn das Geschäft im Herkunftsland gut läuft, warum sollte man es nicht auf andere Länder ausweiten und den Markt ausnutzen?	Mehr Kunden sind eine großartige Gelegenheit, nicht nur die Produkte zu verkaufen, die das Unternehmen bereits hat, sondern auch über neue Produkte nachzudenken.	Wenn sich der Markt im Herkunftsland abschwächt, kann eine internationale Ausrichtung in wirtschaftlich schwächeren Zeiten hilfreich sein.
Besserer Zugang zu Talenten	Einen Wettbewerbsvorteil erlangen	Verbessern Sie den Ruf Ihres Unternehmens	Kosteneinsparungen
Die Einstellung internationaler Talente kann neue Formen des Denkens, Talente und Sprachkenntnisse vermitteln. Sie kann auch bei der Kundenbetreuung vor Ort helfen.	Gehen Sie einen Schritt vor anderen Unternehmen, insbesondere wenn es keine anderen Unternehmen gibt, die die gleichen Produkte wie Ihr Unternehmen vermarkten.	Mehr Kunden, mehr Veränderungen, um Glaubwürdigkeit und Anerkennung zu erlangen.	Dies kann z. B. der Fall sein, wenn Unternehmen ihre Produktion dorthin verlagern, wo die Arbeitskosten niedriger sind.

Wie man eine erfolgreiche grenzüberschreitende Expansionsstrategie entwickelt:

Wie wir bereits gesagt haben, sollten Sie sich vergewissern, dass Sie genügend Zeit, Engagement und Ressourcen für die Ausarbeitung Ihrer Strategie haben, bevor Sie einen Schritt nach vorne machen. Das sind einige der Schritte, die wir empfehlen.

1

- **Ihre Unternehmensziele kennen und festlegen**

Dies ist der wichtigste Schritt! Wo steht Ihr Unternehmen jetzt? Wo wollen Sie in Zukunft stehen? Sie müssen die Antworten auf diese Fragen zuerst kennen.

Mit dieser einfachen Übung können Sie feststellen, welche Aspekte Sie vorrangig behandeln müssen und wie viel Geld für jede Aufgabe benötigt wird.

Es gibt Rahmenwerke, die Unternehmen nutzen können, um erreichbare Ziele zu setzen, wie OKRs (Objectives & Key Results) und WIGs (Widely Important Goals).



OKRs

Dies sind einige der Punkte, die Unternehmen helfen sollen, messbare Ziele zu erreichen.

- Der Kunde steht immer an erster Stelle
- Sparen Sie nicht am Ehrgeiz
- OKRs mit größeren Unternehmenszielen verbinden
- Gerade genug Ziele und Schlüsselergebnisse sind genug
- Wenn man es nicht messen kann, ist es kein gutes Schlüsselergebnis
- Schlüsselergebnisse sind Ergebnisse - nicht Aufgaben
- Urheber den Schlüsselergebnissen zuweisen

WIGs

Versuchen Sie nicht, alles zu einem Ziel zu machen. Konzentrieren Sie sich auf die kleinen Schritte, die Ihr Unternehmen erreichen kann.

- Kein Team konzentriert sich auf mehr als zwei WIGs gleichzeitig
- Die Kämpfe, die du wählst, müssen den Krieg entscheiden
- Team-Leiter können ein Veto einlegen, aber nicht diktieren
- Alle WIGs müssen ein klar definiertes Ziel haben

Bitte prüfen Sie die Referenzen zu OKRs und WIGs, wenn Sie weitere Unterstützung benötigen.

2

• Erkunden Sie die Märkte

Sobald Sie Ihre Unternehmensziele festgelegt haben, müssen Sie einige Nachforschungen anstellen, um die Märkte zu verstehen, die Sie erschließen wollen. Dieser Schritt wird Ihnen helfen, mögliche Chancen, aber auch Schwierigkeiten zu erkennen, auf die Sie auf Ihrem Weg stoßen könnten, was die Rentabilität maximieren und die Risiken verringern kann.

Um Ihnen zu helfen, haben wir einige Fragen gefunden, die Sie zuerst beantworten müssen:



- Gibt es eine Nachfrage nach dem Produkt oder der Dienstleistung, die Sie verkaufen wollen?
- Wie sehen die Länder aus, die Sie erkunden wollen, was Kultur und Lebensbedingungen angeht? Ist der Zielmarkt bereit für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung?
- Was wird Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung an Neuem bieten? Werden Sie Konkurrenten haben?

Wenn Sie die Antworten haben, ist es an der Zeit, herauszufinden, wie sich Ihr Unternehmen weiterentwickeln kann. Es gibt viele Möglichkeiten für Unternehmen, auf internationalen Märkten Fuß zu fassen (durch Export, Import, Joint Ventures, Lizenzvergabe, Offshore-Produktion usw.).

3 • Klarer Zeitplan

Es ist wichtig, dass Sie einen realistischen, konsistenten, strukturierten und motivierenden Zeitplan aufstellen, in dem die einzelnen Schritte schriftlich festgehalten sind und innerhalb der jeweiligen Zeitspanne erledigt werden müssen. Vergessen Sie nicht, Raum für Anpassungen einzuplanen, falls Sie unterwegs Probleme haben.

Der Zeitplan muss auch auf Ihr bestehendes Geschäft abgestimmt sein, damit Sie nicht mit einem zu kleinen Team oder mit Mitarbeitern, die sich auf die falschen Aufgaben zur falschen Zeit konzentrieren, enden.



designed by freepik

4

• Partner sorgfältig auswählen

Irgendwann müssen Aufgaben geteilt werden, um eine erfolgreiche und gesunde Expansion zu gewährleisten. Bei diesem Schritt kann es praktisch sein, Partner zu haben, sei es für logistische, rechtliche, Marketing- oder andere Hilfe. Es gibt einige Anzeichen, die darauf hindeuten, dass der Partner zuverlässig ist und Ihnen helfen wird, Geld zu verdienen, aber wenn Sie nicht verstehen können, wie das geschehen soll, dann ist dieser Partner kein guter Partner.

Wenn der Partner über ein Portfolio von Kunden verfügt, die Ihren Anforderungen entsprechen, gute Referenzen derselben Kunden vorweisen kann, ein wettbewerbsfähiges Angebot für seine Dienstleistungen hat und einen hervorragenden Kundenservice bietet, dann kann er eine gute Option für Ihr Unternehmen sein.

Andererseits sollten Sie keine Entscheidungen treffen, ohne vorher eine Probezeit zu vereinbaren. So können Sie beide am besten herausfinden, wie gut Sie zusammenarbeiten können.



5 • Rat und Hilfe einholen

Leider gibt es kein Patentrezept, das Sie automatisch zum Erfolg führt. Jeder Fall ist anders, und nicht alle Unternehmen brauchen das Gleiche, um erfolgreich zu sein. Genauso wie die Suche nach Partnern vorteilhaft sein kann, gilt das auch für die Suche nach Hilfe und Unterstützung, wenn diese benötigt wird. Kulturelle, rechtliche und sogar behördliche Hindernisse können im Weg stehen, und die Suche nach Unterstützung kann Ihrem Unternehmen helfen, Geld zu sparen oder es vor dem Niedergang zu bewahren.



Handelskammern zum Beispiel sind private Wirtschaftsverbände, die die Entwicklung ihrer Mitglieder auf nationaler und internationaler Ebene fördern, aber es gibt viele andere Online-Organisationen, die Ihnen bei diesem großen Schritt helfen können.

Bitte schauen Sie sich auch die weiteren Kapitel dieses Handbuchs an. Sie können Ihnen in dieser Situation weiterhelfen.

6

• **Bringen Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auf den Markt und beobachten Sie sie**

Wenn die Zeit gekommen ist können Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung vorsichtig auf den Markt bringen. Der erste Eindruck ist sehr wichtig.

Wählen Sie die Kanäle, die Ihre internationale Strategie am besten unterstützen. Ob über soziale Kanäle, konventionelle Medien, lokale Veranstaltungen oder sogar Online-Messen.

Einmal gestartet, müssen Sie alle Fortschritte überwachen oder sogar die erste Strategie anpassen (Stichwort lebenslanges Lernen).

Ignorieren Sie nicht das mögliche Vorhandensein einer Versuchsgruppe, die Ihnen bei den ersten Bewertungen und Empfehlungen zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung helfen kann. Diese kleine Gruppe von Personen kann kleine Änderungen empfehlen, die Ihr Unternehmen auf dem Weg zum Erfolg weiterbringen können.



Welche Arten von internationalen Expansionsstrategien sind zu berücksichtigen?

Wenn Sie international expandieren wollen, gibt es viele Wege, die Sie wählen können. Jeder von ihnen hat seine Vor- und Nachteile. Einige Länder sind auch in Bezug auf die Gesetzgebung offener als andere, also nehmen Sie sich bitte die Zeit, sie zu untersuchen, bevor Sie irgendwelche Überlegungen anstellen.

Die gängigsten internationalen Expansionsstrategien sind: Lizenzvereinbarungen, Fusionen und Übernahmen, Export und Gründung von Unternehmen, PEO und EOR. Natürlich gibt es noch andere, aber wir werden über diese vier sprechen.

- **Lizenzierungsvereinbarungen**

Mit dieser Strategie können andere Unternehmen Ihr geistiges Eigentum nutzen. Es kann entweder exklusiv für ein Unternehmen, nicht-exklusiv oder exklusiv für einen Standort oder Anwendungsfälle sein.

Die Wahl dieses Weges kann Ihrem Unternehmen den Zugang zu bereits bestehenden Lieferketten und Vertriebsmethoden erleichtern, aber, wie wir bereits sagten, seien Sie vorsichtig bei der Wahl Ihrer Partner. Niemand möchte, dass sein Unternehmen mit unpopulären Markennamen in Verbindung gebracht wird.



Lizenzierungsvereinbarungen

PROS	CONS
<ul style="list-style-type: none">• Schneller Marktzugang• Nutzung der Erfahrung und der Marktposition des Lizenznehmers• Erhöhte Einnahmen und Reichweite auf neuen Märkten• Die Lizenzierung von geistigem Eigentum kann Kooperationsmöglichkeiten für weitere Innovationen schaffen	<ul style="list-style-type: none">• Grenzüberschreitende Rechtsvorschriften zum geistigen Eigentum können komplex sein• Die Anwaltskosten können hoch sein• Risiko eines Verstoßes durch eine dritte Partei

Laut Global Expansion in <https://www.globalexansion.com/blog/types-of-international-expansion-strategies-to-consider>

- **Fusionen und Akquisitionen**

Bei Fusionen und Akquisitionen fusioniert ein Unternehmen mit einem anderen Unternehmen oder übernimmt es.

Wenn sie erfolgreich durchgeführt wird, kann sie Ihrem Unternehmen die volle Infrastrukturkapazität einer eigenständigen Organisation bieten. Andererseits erfordert diese Strategie in der Regel eine jahrelange Vorbereitung, was zu höheren Ausgaben führen kann. Vor allem, wenn es unterschiedliche Wechselkurse und Zinssätze sowie unterschiedliche Währungen gibt.



Auch hier kann es zu rechtlichen Schwierigkeiten kommen.

Diesen Weg zu gehen, erfordert ein hohes Maß an Sorgfalt und Überlegung. Abgesehen davon, dass es sich um eine Expansionsmethode mit hohem Gewinn handelt, birgt sie auch ein hohes Risiko, dass die Dinge nicht wie geplant verlaufen.

Fusionen und Akquisitionen

PROS	CONS
<ul style="list-style-type: none">• Zugang zu einer vollständigen Vertriebsinfrastruktur• Neue Talent- und Innovationspools• Potenzial für eine stärkere Markenidentität	<ul style="list-style-type: none">• ressourcenintensiv, sowohl in Bezug auf Zeit als auch auf Geld• Hohe Misserfolgsquote: 40 bis 60 % der Fusionen und Übernahmen führen nicht zu einer Steigerung des Marktwerts• Risiko eines Kulturkonflikts

Laut Global Expansion in <https://www.globalexansion.com/blog/types-of-international-expansion-strategies-to-consider>

- **Exportieren**

Dies ist ein gängiger Weg, um die internationale Expansion zu beschleunigen und in der Regel die Expansionskosten für die Gründung von Tochtergesellschaften zu vermeiden.

In der Regel müssen Sie vertragliche Vereinbarungen mit Marketing-Agenturen, Vertriebshändlern, Einzelhändlern oder sogar mit allen zusammen suchen und abschließen.

Das Produkt oder die Dienstleistung, die Sie auf den Markt bringen wollen, muss als begehrenswert angesehen werden und bereits Kunden im Zielland haben. Es wird eine erhebliche Investition Ihrerseits erforderlich sein. Die Transportkosten können hoch sein und der Bestimmungsort muss gesichert sein. Es besteht immer das Risiko, dass die Ware beschädigt wird, gestohlen wird, zu spät geliefert wird oder während des Transports gegen die Regeln und Vorschriften einiger Länder verstößt.



Exportieren

PROS	CONS
<ul style="list-style-type: none">• Hohe Rentabilität• Verteilung des Risikos auf andere Marktplätze, wodurch die Wahrscheinlichkeit einer Verschlechterung gesenkt wird• Senkung der Produktionskosten aufgrund des möglichen Anstiegs der Nachfrage• Marktausgleich, da eine Nebensaison in Ihrem Land eine Hochsaison in einem anderen Land sein kann	<ul style="list-style-type: none">• erfordern unterschiedliche Verpackung, Handhabung und Frachtverfolgung• Zahlung, insbesondere wenn ein Kunde Waren auf Kredit nehmen will, was ein Loch in Ihren Cashflow oder Ihre Gewinne reißen kann• Zusätzliche Kosten wie Zollabfertigung, Gebühren, Steuern, Verwaltungskosten und andere

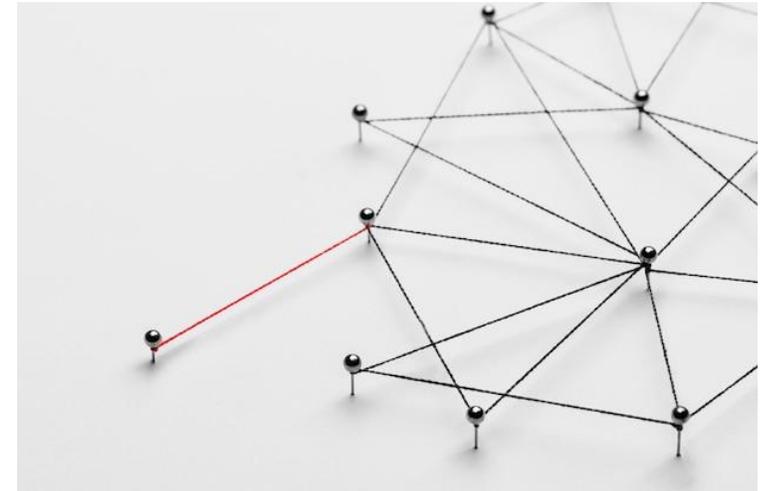
Nach Angaben von AramxPress in <https://aramexpress.aramex.com/what-are-the-pros-and-cons-of-exporting-goods-to-different-countries/>

- **Gründung von Unternehmen, PEO und EOR**

Dies ist keine Strategie an sich, sondern ein Mittel, um sicherzustellen, dass Ihre Expansion so perfekt verläuft, wie Sie es sich erträumen.

Bei der Gründung eines Unternehmens wird ein Unternehmen in einem anderen Land gegründet, z. B. durch die Registrierung seines Unternehmens oder Produkts. Sie wird häufig verwendet, wenn ein Unternehmen international expandieren will, ist aber eine ziemliche Herausforderung, insbesondere für Anfänger.

Da es ein bisschen teuer werden kann, da Sie möglicherweise Räumlichkeiten, Expatriierung, Steuerverpflichtungen, Versorgungsleistungen, Sicherheit und sogar Reinigung ausnutzen müssen, wäre es eine gute Wahl, mit einer Professional Employer Organization (PEO) sowie einem Employer of Record (EOR) zusammenzuarbeiten, um Ihnen zu helfen, diese Kosten zu senken und Talente im Ausland zu rekrutieren. Ein EOR kann auch bei spezifischen finanziellen, rechtlichen und kulturellen Unterschieden im Ausland hilfreich sein.



Gründung von Unternehmen, PEO und EOR

PROS

- Schnelle Markteinführung
- Maßgeschneidertes kulturelles Wissen
- Volle Konformität bei der Erweiterung garantiert
- Hintergrund-Screening
- 24/7 Unterstützung
- HR-Fähigkeiten im Land
- Technologischer Vorsprung durch Echtzeit und Kommunikation

CONS

- zusätzliche Kosten für Ihre Expansion darstellen
- Keine Garantie dafür, dass die gesamte Erweiterung ein Erfolg wird (obwohl dies hauptsächlich auf Umweltfaktoren zurückzuführen ist)

Laut Global Expansion in <https://www.globalexansion.com/blog/types-of-international-expansion-strategies-to-consider>

Häufige Fehler bei der internationalen Expansion

- **Internationale Expansion aus den falschen Gründen**

Die internationale Expansion ist nicht einfach, sie ist eine langfristige Investition und kann ziemlich teuer sein. Tun Sie es nur, weil es ein Trend ist, oder haben Sie echte Gründe dafür? Sie müssen sich vergewissern, dass Ihr Unternehmen strukturell und finanziell in der Lage ist, den Schritt zu wagen, dass es flexibel genug ist, um sich an die neuen Märkte anzupassen, dass es ein Team hat, das bereit ist, die Herausforderung anzunehmen, und dass es über die notwendigen Ressourcen verfügt, damit die Mitarbeiter an der Expansion arbeiten können, ohne andere Arbeiten zu beeinträchtigen.

- **keine internationale Expansionsstrategie zu haben**

Wir wissen, dass es immer aufregend ist, darüber nachzudenken, aber ohne einen Plan kommt man nicht voran. Ob man einen Plan hat oder nicht, könnte den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen.



- **Nicht die besten internationalen Talente einzustellen**

Unternehmen können ohne talentierte Mitarbeiter nichts erreichen, also müssen Sie bereit sein, für hervorragende Leistungen zu bezahlen.



- **Nicht an die Lokalisierung denken**

Lokalisierung ist der Prozess der Anpassung eines Produkts oder einer Dienstleistung an ein bestimmtes Publikum. Dies muss ein Hauptbestandteil sein. Erreichen Sie über Ihre Marketingkanäle die gewünschte Zielgruppe am besten? Welche Sprachen werden gesprochen? Wie ist das Verbraucherverhalten in Ihrem Zielmarkt?

- **Alleingänge**

Manche Unternehmen versuchen, auf eigene Faust zu expandieren, um beispielsweise Geld zu sparen. Allerdings ist es besser, dass man bei etwas, von dem man nicht viel versteht, um Hilfe bittet, um Geld und Zeit zu sparen.

- **Vermietung in anderen Ländern nicht berücksichtigt**

Manchmal müssen Sie sich um ein Büro im Ausland bemühen. Die Vorschriften sind von Land zu Land unterschiedlich, und Sie müssen sich über die Anforderungen, die Zuständigkeiten und die erforderlichen Mittel informieren, bevor Sie ein neues Büro suchen.

- **Sie gehen davon aus, dass die Kunden mit denselben Zahlungsmethoden wie auf Ihrem Heimatmarkt bezahlen werden.**

Jeder hat seine eigenen Vorlieben, was die Zahlungsmöglichkeiten angeht. Einige verwenden Kreditkarten, Schecks, PayPal und viele andere. Wenn Sie nicht die richtige Methode anbieten, entscheiden sich einige Kunden möglicherweise gegen einen Kauf, insbesondere wenn ein Konkurrent die gewünschte Methode anbietet.

- **Nicht auf Ihr Team hören**

Ihr Team ist die beste Quelle für reale und praktische Daten und kennt den lokalen Markt wahrscheinlich viel besser als Sie.



- **Interkulturelle Kommunikation als selbstverständlich ansehen**

Nicht in der Lage zu sein, Botschaften genau zu übersetzen. Zum Beispiel wurde der Name von Schweppes Tonic Water bei der Markteinführung in Italien in "Schweppes Toilet Water" übersetzt. Diese Art von Fehlern wollen Sie unbedingt vermeiden.

- **Fehlende Kulturforschung**

Sie müssen sicherstellen, dass jede Subkultur, mit der Sie in einer neuen Region interagieren wollen, ihre eigenen Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT) aufweist. Nur weil ein Plan zum Beispiel in Frankreich funktioniert, heißt das nicht, dass er in Deutschland genauso funktioniert.

- **Die Annahme, dass es keine Verrechnungspreisgesetze gibt**

Ein Schlupfloch, um weniger Steuern zu zahlen, gibt es nicht. Auch nicht, wenn Sie Ihre Waren und Dienstleistungen in einem Land mit niedrigen Steuergesetzen anbieten. Halten Sie sich immer an die Verrechnungspreisgesetze, sonst drohen Ihrem Unternehmen Strafen, wenn Sie sich nicht daran halten.

Referenzen

- <https://www.tmf-group.com/en/news-insights/articles/2021/september/cross-border-expansion/>
- <https://www.globalization-partners.com/blog/tips-for-developing-an-international-expansion-strategy/#What-Is-a-Foreign-Expansion-Strategy>
- <https://www.capital-ges.com/8-reasons-to-expand-internationally-in-2020/>
- <https://www.omnipresent.com/articles/how-to-create-a-global-expansion-strategy>
- <https://www.cio.com/article/222203/okr-objectives-and-key-results-defined.html> - OKRs verstehen
- <https://www.fastcompany.com/1835210/how-set-wildly-important-goals-and-what-theyll-do-you> - WIGs verstehen
- <https://www.omnipresent.com/articles/how-to-create-a-global-expansion-strategy>
- <https://www.forbes.com/sites/theyec/2013/10/08/five-steps-to-expand-your-business-globally/>
- <https://www.globalexansion.com/blog/types-of-international-expansion-strategies-to-consider>
- <https://localizejs.com/articles/4-common-international-expansion-mistakes-and-how-to-avoid-them/>
- <https://bradfordjacobs.com/blog/common-international-business-expansion-mistakes/>
- <https://aramexpress.aramex.com/what-are-the-pros-and-cons-of-exporting-goods-to-different-countries/>
- Clark, M. & Phelan, J. (2020). *Rhetorische Narratologie in der Diskussion: Über die synthetischen, mimetischen und thematischen Aspekte des Erzählens*. The Ohio University Press. <https://doi.org/10.26818/9780814214282>
- <https://gocardless.com/guides/posts/5-mistakes-international-expansion/>
- <https://snaphunt.com/resources/global-expansion/10-international-expansion-mistakes-to-avoid>
- <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/09/02/mistakes-companies-make-while-expanding-overseas/>

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

MODUL 2

Kompetenzen für die Internationalisierung





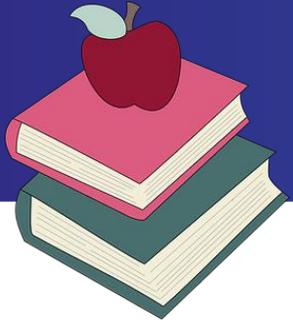
HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG EINFÜHRUNG (1/2)

EINFÜHRUNG

Die Internationalisierung macht die **Entwicklung von Fertigkeiten**, um sich neuen Märkten und dem globalen Wettbewerb zu stellen, zu einer Notwendigkeit, aber gerade der Mangel an Personal mit angemessenen Fertigkeiten ist eines der Haupthindernisse, denen sich die Warenhersteller gegenübersehen. Insbesondere mit dem Grad der Komplexität der Auslandspräsenz steigt die Bedeutung, die hohen Expertenressourcen beigemessen wird, während die geringe Größe der Unternehmen die Ausstattung mit den erforderlichen Fähigkeiten nicht vereinfacht.

Während große Unternehmen dazu neigen, Personal mit *besseren Qualifikationen zu beschaffen*, indem sie bereits qualifiziertes Personal auswählen und einstellen, das auch durch bessere Karriereaussichten angezogen wird, neigen KMU dazu, der Entwicklung von Qualifikationen des bereits im Unternehmen vorhandenen Personals Vorrang einzuräumen, da kleine Familienunternehmen dazu neigen, die Verwaltung strategischer Aspekte des Unternehmens nicht an ein Management außerhalb des Unternehmens zu delegieren. Dies bedeutet, dass die **Ausbildungsinitiativen, die Neuqualifizierung und die Aktualisierung der Kompetenzen des Unternehmers selbst und des internen Personals der KMU für die internationale Entwicklung entscheidend sind.**



DIE STRUKTUR DES HANDBUCHS

Dieses Modul bietet interessante und anregende Kapitel über die Entwicklung der wichtigsten Soft Skills, die für Unternehmer notwendig sind, die beabsichtigen, ihre kleinen und mittleren Unternehmen durch die Verbesserung der Kompetenzen im Bereich der Internationalisierung auf neue Märkte auszurichten. In diesem Modul werden die folgenden Fähigkeiten anhand von Definitionen, nützlichen Links und Videos beschrieben, um Ihr Wissen zu vertiefen und weitere Fähigkeiten im Bereich des Außenhandels zu erwerben:



KULTURELLES BEWUSSTSEIN



KOMMUNIKATION



FÜHRUNGSKRÄFTE



INNOVATION

Anhang 1 enthält außerdem ein **Glossar** mit den wichtigsten Begriffen in englischer Sprache für diejenigen, die sich Grundkenntnisse in Englisch aneignen wollen, um mit ausländischen Kunden und/oder Lieferanten zu kommunizieren oder sie besser zu verstehen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

Was bedeutet "kulturelles Bewusstsein"?

Kulturelles Bewusstsein bedeutet, bei der Kommunikation oder Interaktion mit Angehörigen anderer kultureller Gruppen für die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen zwei Kulturen sensibel zu sein. Kulturelle Sensibilität beinhaltet die Vermittlung von Werten, Einstellungen und Kenntnissen, die Offenheit und Respekt für andere Kulturen, Religionen, Sprachen, Kleidungsstile und Kommunikationsweisen zeigen.

<https://www.commisceo-global.com/blog/what-does-cultural-awareness-mean>

Cultural Awareness hilft Fachleuten, die Auswirkungen der Kultur **auf das Geschäftsleben zu** verstehen - sei es beim Aufbau von Beziehungen, bei Verhandlungen und im Management oder in Marketing, Vertrieb und Geschäftsentwicklung. Darüber hinaus hilft es, den Menschen die Fähigkeiten und Instrumente zu vermitteln, um mit kulturellen Unterschieden positiv umzugehen.

<https://www.commisceo-global.com/blog/cultural-awareness-in-international-business>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

DIE STUFEN DES KULTURELLEN BEWUSSTSEINS

Stufe 1: Blindheit – unabsichtlich und unbewusst

Die Menschen sind sich ihrer eigenen Art und Weise, die Dinge zu tun, bewusst und denken, dass ihre Art und Weise die einzige ist, und vernachlässigen so alle kulturellen Unterschiede.

Stufe 2 - Sensibilität - bewusst aber unabsichtlich

In dieser Phase sind sich die Menschen einiger anderer Vorgehensweisen bewusst, halten aber dennoch ihre Vorgehensweise für die beste unter allen anderen Möglichkeiten. Daher halten die Menschen die Auswirkungen kultureller Unterschiede für problematisch, so dass ihre Bedeutung reduziert wird.

Stufe 3 - Kompetenz - bewusst wahrnehmen

In dieser Phase sind sich die Menschen sowohl ihrer eigenen als auch der Vorgehensweisen anderer bewusst und wählen je nach den Umständen den besten Weg. Die Menschen verstehen, dass kulturelle Unterschiede sowohl problematisch als auch vorteilhaft sein können, aber sie sind bereit, sie zu nutzen, um neue Alternativen/Lösungen zu finden.

Stufe 4 - Fertigkeiten - unbewusstes wahrnehmen

Dies ist die letzte Phase, in der Menschen mit unterschiedlichem kulturellem Hintergrund zusammengebracht werden, um eine Kultur mit einem gemeinsamen Bedeutungskontext zu schaffen. Ständige Lösungen für Probleme werden möglicherweise durch neue Regeln und Treffen geschaffen

<https://www.cleverism.com/lexicon/cultural-awareness/>



NÜTZLICHE HINWEISE ZU KULTURELLEN UNTERSCHIEDEN

1. eine kritische Distanz und keine schnellen Urteile, bevor sie die andere Person bewerten oder definieren;
2. denken nicht, dass unsere Kultur einer anderen überlegen ist;
3. die Grundlagen der anderen Sprache kennen;
4. lernen mögliche Unklarheiten/Missverständnisse zu tolerieren;
5. versuchen, die kulturellen Codes des anderen Landes zu verstehen;
6. Denken Sie daran, dass auch nonverbale Kommunikation (Gesten, Schweigen usw.) je nach Kultur unterschiedlich interpretiert werden kann;
7. vertrauen nicht auf Stereotypen und haben keine Werturteile oder Vorurteile, bevor sie mit der anderen Kultur in Kontakt treten.

https://www.ao.camcom.it/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/PDF/scheda_interculturalita_def.pdf



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

LERNRESULTATE

- ein Verständnis für die Kommunikation innerhalb von und zwischen sozialen Gruppen und in Bezug auf sich selbst und ihre eigene Kultur entwickeln;
- Beispiele für kulturelle Voreingenommenheit zu ermitteln, um festzustellen, wo es zu Missverständnissen zwischen kulturellen Gruppen kommen kann;
- ein Verständnis für kulturelle Unterschiede im Vergleich zu ihrer eigenen Kultur zu zeigen und in der Lage zu sein, in einem multikulturellen Umfeld objektiver zu reflektieren und effektiv zusammenzuarbeiten;
- eine Sensibilität für die sozialen, kulturellen und politischen Fragen im Zusammenhang mit der Sprache zu zeigen;
- die Einflüsse und Auswirkungen der Geschichte auf Kultur und Sprache zu erkennen, um ein tieferes Verständnis einer ausgewählten Kultur und Sprache in der gewählten Fallstudie zu erlangen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

Mehr lesen und sehen:

<https://www.kent.ac.uk/courses/modules/module/ENLA4007>

https://www.ao.camcom.it/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/PDF/scheda_interculturalita_def.pdf

<https://www.commisceo-global.com/blog/what-does-cultural-awareness-mean>

<https://www.getimpactly.com/post/importance-of-cultural-awareness>

<https://www.cleverism.com/lexicon/cultural-awareness/>

Kultur und kulturelles Bewusstsein

<https://www.youtube.com/watch?v=CUnocjp0xSY>

Entwicklung eines kulturellen Bewusstseins

<https://www.youtube.com/watch?v=mklKePi10AI>

Kulturelles Bewusstsein am Arbeitsplatz

<https://www.youtube.com/watch?v=4Gwgls50J30>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION

Was bedeutet "Kommunikation"?

Kommunikation ist der Prozess des Sendens und Empfangens von Informationen durch verbale oder nonverbale Mittel, einschließlich Sprache oder mündliche Kommunikation, Schrift und grafische Darstellungen (wie Infografiken, Karten und Diagramme) sowie Zeichen, Signale und Verhalten. Einfacher ausgedrückt: Kommunikation ist "die Schaffung und der Austausch von Bedeutung". (Richard Nordquist, 2019) Die Methoden der Kommunikation variieren von Kultur zu Kultur. Das Thema interkulturelle Kommunikation spielt in der Wirtschaft eine große Rolle und mit der zunehmenden Bedeutung des Internets wächst auch die Bedeutung der kulturspezifischen Kommunikation im Webdesign. (Christina Kniewasser, 2017)



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION

Die internationale Geschäftskommunikation unterscheidet sich nicht von der normalen Geschäftskommunikation, nur dass sie kulturübergreifend stattfindet. Dies kann jedoch eine Herausforderung sein, da sich kulturelle Normen und Erwartungen von Land zu Land stark unterscheiden können.

Die internationale Kommunikation kann durch Sprachbarrieren, unterschiedliche Geschäftspraktiken und den Einsatz von Technologie zusätzlich erschwert werden. Mit einer sorgfältigen Planung, einer fachkundigen Schulung und einem grundlegenden Verständnis der Grundsätze der interkulturellen Kommunikation können Sie diese Herausforderungen jedoch meistern und internationale Geschäftsbeziehungen erfolgreich abwickeln.

<https://www.simonandsimon.co.uk/>



Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Interne Unternehmenskommunikation

Interne Unternehmenskommunikation ist die Kommunikation zwischen Mitarbeitern innerhalb eines Unternehmens. Einige gängige Arten der internen Unternehmenskommunikation sind:

- E-Mails
- Memos
- Berichte
- Sitzungen und Protokolle

Internationale Kommunikationsfähigkeiten sind für die interne Unternehmenskommunikation von entscheidender Bedeutung. Denn wenn verschiedene Abteilungen zusammenarbeiten, müssen sie in der Lage sein, problemlos miteinander zu kommunizieren, um produktiv zu sein und zusammenzuhalten.

Interne Kommunikation ist ein Bereich, in dem Sie keine Probleme haben wollen. Wenn E-Mails falsch interpretiert werden oder ein Memo nicht richtig verstanden wird, kann dies zu Verwirrung und Frustration bei den Mitarbeitern führen. Dies kann zu einer geringeren Produktivität und sogar zu Konflikten führen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Externe Unternehmenskommunikation

Externe Unternehmenskommunikation ist die Kommunikation zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden, Lieferanten oder anderen Unternehmen. Einige gängige Arten der externen Unternehmenskommunikation sind:

- Werbung
- Presseveröffentlichungen
- Inhalt der Website
- Direkte Anrufe/Online-Sitzungen

Internationale Kommunikationsfähigkeiten sind auch für die externe Unternehmenskommunikation von entscheidender Bedeutung. Denn wenn Unternehmen miteinander oder mit Kunden kommunizieren, müssen sie in der Lage sein, die Absichten und Bedürfnisse des anderen leicht zu verstehen.

Damit ein Unternehmen erfolgreich nach außen kommunizieren kann, muss es über Mitarbeiter verfügen, die in der internationalen Geschäftskommunikation versiert sind. Dazu gehört, dass sie die richtige Terminologie verstehen und verwenden können und sich der kulturellen Gegebenheiten bewusst sind.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Tipps für eine effiziente Kommunikation:

- Verwenden Sie eine klare und prägnante Sprache. -
- Vermeiden Sie Slang und Redewendungen.
- Nehmen Sie sich Zeit, um die Bedürfnisse Ihrer internationalen Kollegen/Kunden zu verstehen. -
- Verwenden Sie geeignete Kommunikationskanäle. Wenn Sie mit jemandem aus einem anderen Land kommunizieren, achten Sie darauf, dass Sie die entsprechenden Kommunikationskanäle nutzen.
- Achten Sie auf Ihre Körpersprache.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

LERNZIELE

Sie werden dazu in der Lage sein:

- Kenntnisse über menschliche Kommunikation und Sprachprozesse in verschiedenen Kontexten verstehen und anwenden;
- die wichtigsten theoretischen Ansätze, die im interdisziplinären Bereich der Kommunikation verwendet werden, zu verstehen und zu bewerten;
- die mit dem Studium der menschlichen Kommunikation verbundenen Forschungsmethoden verstehen und mindestens einen dieser Ansätze zur Analyse und Bewertung der menschlichen Kommunikation anwenden;
- Kenntnisse, Fähigkeiten und Urteilsvermögen im Bereich der menschlichen Kommunikation zu entwickeln, die ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit mit anderen erleichtern;
- sich mündlich und schriftlich wirksam zu verständigen.
- die Auswirkungen von Kultur auf Einzelpersonen, Teams und Organisationen im internationalen Geschäfts- und Marketingkontext erklären
- Entwicklung von Strategien im interkulturellen Business und Marketing auf der Grundlage von Wissen und Verständnis für die Dynamik interkultureller Interaktion



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Mehr lesen & sehen

Was ist Kommunikation: Die Kunst des Kommunizierens und wie man sie wirkungsvoll einsetzt

<https://www.thoughtco.com/what-is-communication-1689877>

Kommunikation Lernergebnisse

<https://usm.maine.edu/communication-media-studies/communication-learning-outcomes>

Bennett, M. J. (1988) Ein entwicklungsorientierter Ansatz für das Training interkultureller Sensibilität. Internationale Zeitschrift für interkulturelle Beziehungen.

Chen, G. M. und Starosta, W. J. (2005) Foundations of intercultural communication. Lanham, Maryland: University Press of America, Inc.

Videos:

Wie man das Zuhören verbessern kann

<https://www.youtube.com/watch?v=iWPkHHlchIero> Zuhören können - YouTube

Effektive Kommunikationsfähigkeiten

<https://www.youtube.com/watch?v=6pYSbdGiDY>

Kommunikation - Grundlagen und Wichtigkeit

<https://www.youtube.com/watch?v=2Lkb7OSRdGE&t=37>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

LEADERSHIP

Was bedeutet "Leadership"?

Führung ist die Kunst, eine Gruppe von Menschen zu motivieren, sich für ein gemeinsames Ziel einzusetzen. In einem Unternehmen kann dies bedeuten, Mitarbeiter und Kollegen mit einer Strategie zu leiten, um die Bedürfnisse des Unternehmens zu erfüllen.

<https://www.thebalancesmb.com/leadership-definition-2948275>

Unter Führung **in der Wirtschaft** versteht man die Fähigkeit des Managements eines Unternehmens, anspruchsvolle Ziele zu setzen und zu erreichen, bei Bedarf schnell und entschlossen zu handeln, die Konkurrenz zu übertreffen und andere zu Höchstleistungen zu inspirieren.

<https://www.investopedia.com>



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Kommunikationsfähigkeit

Die Führungskräfte müssen:

- Inspirieren und Motivieren von Mitarbeitern in verschiedenen Abteilungen;
- Aufgaben effektiv delegieren.
- Geben Sie konstruktives Feedback, das zur Verbesserung der Teamleistung beiträgt;
- Selbstbewusste Kommunikation in Teamsitzungen, unter vier Augen und mit vielen verschiedenen Persönlichkeitstypen.

Fähigkeiten zur Delegation

Die Führungskraft muss in der Lage sein:

- Weisen Sie Ihrem Team Aufgaben zu und steuern Sie gleichzeitig die strategische Ausrichtung mit einem praktischen Ansatz



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Organisatorische Fähigkeiten

Die Führungskraft muss über die folgenden Fähigkeiten und Fertigkeiten verfügen:

- Zeitmanagement;
- Prioritäten setzen;
- Terminplanung;
- Flexibilität und Anpassungsfähigkeit;
- Multitasking;
- Projektleitung.
- Fähigkeit, eine Arbeitsgruppe zu organisieren und effektiv zu leiten.

FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Zwischenmenschliche Fähigkeiten

Der Leader muss:

- Alle Teammitglieder motivieren
- Emotionale Intelligenz zeigen (Einfühlungsvermögen und Zuhören)
- Konfliktmanagement - sich in die Lage einer anderen Person versetzen, um ihre Gefühle, Gedanken und Handlungen zu verstehen und sich schließlich vorzustellen, wie sie sich fühlen muss.
- Beeinflussung - um die Leistung und Entwicklung ihres Teams zu fördern.
- Kommunikation: Effektive Kommunikation - sowohl verbal als auch nonverbal.



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Fähigkeiten zur Problemlösung

Problemlösung bezieht sich auf die Fähigkeit, Probleme zu analysieren, zu diagnostizieren und effektiv zu lösen.

Die Führungskraft ist in der Lage, bei Problemen erfolgreiche Entscheidungen zu treffen und umzusetzen, Lösungen für komplexe und unerwartete Situationen zu finden und gleichzeitig Projekte termingerecht abzuschließen.

Die wichtigsten Schritte zur Problemlösung sind die folgenden:

- Identifizieren und definieren Sie das Problem: Investieren Sie Zeit in das Verständnis und die Definition des Umfangs und der Art des Problems, um mehrere gute Lösungen zu finden, bevor Sie Maßnahmen ergreifen.
- Analysieren Sie das Problem:
- Entwicklung von Lösungen: Sobald das Problem identifiziert und analysiert ist, müssen Lösungen in einem Brainstorming erarbeitet werden.



FÜHRUNGSVORTEILE

Es gibt eine ganze Reihe wichtiger Vorteile von Führungskompetenzen am Arbeitsplatz. Die 4 wichtigsten Vorteile, die Führungsqualitäten den Organisationen bringen können.

1. **Bessere finanzielle Leistung**

Eine Person mit hervorragenden Führungsqualitäten kann die finanzielle Leistung des Unternehmens verbessern, indem sie die Prioritäten des Teams auf die Geschäftsziele abstimmt.

2. **Fähigkeit, Talente anzuziehen und zu halten**

Unternehmen mit einer hervorragenden Führungspersönlichkeit können die Mitarbeiterbindung verbessern, da sich ihre Teams von ihren Führungskräften unterstützt und motiviert fühlen.



FÜHRUNGSVORTEILE

3. Verbesserte Kundenbindungsraten

Unternehmen, die großartige Führungskräfte einstellen, können die Kundenbindungsraten verbessern, weil sich ihr Team von der Führungskraft unterstützt und geleitet fühlt, was gleichzeitig zu besseren Ergebnissen und einer positiveren Erfahrung für die Kunden führt.

4. Erhöhte geschäftliche Agilität

Großartige Führungskräfte sind selbstbewusst im Umgang mit organisatorischen Veränderungen. Sie bleiben während der Anpassungsphase kühl, ruhig und gelassen und sind bereit, ihren Mitarbeitern zu helfen, zu verstehen, warum und wie der Wandel stattfindet. Sie sind auch in der Lage, dafür zu sorgen, dass die Kunden während der Veränderungen zufrieden bleiben.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

LEADERSHIP vs. MANAGEMENT

Führung ist definiert als eine soziale Beziehung zwischen zwei oder mehr Personen, die voneinander abhängig sind, um bestimmte gemeinsame Ziele in einer Gruppensituation zu erreichen. Gute Führung hilft Einzelpersonen und Gruppen, ihre Ziele zu erreichen, indem sie sich auf die Bedürfnisse und Aufgaben der Gruppe konzentriert.

VS

Management wird allgemein definiert als der Prozess der Planung, Organisation, Leitung und Kontrolle der Aktivitäten von Mitarbeitern in Verbindung mit anderen Ressourcen, um die Ziele der Organisation zu erreichen. In gewisser Weise ist Management die Umsetzung des Führungskonzepts in die Praxis.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

E-LEADERSHIP

E-Leadership-Fähigkeiten sind die Fähigkeit, **digitale Technologien** in jeder Art von Organisation und innovative Technologien in dem spezifischen Marktsektor, in dem sie tätig ist, optimal zu nutzen.

Die digitalen Kompetenzen sind eng mit den für die Führungskraft typischen **transversalen Kompetenzen** und den spezifischen Kompetenzen des Sektors verbunden.

Der e-Leader ist in der Lage, digitale Technologien zu nutzen, um digitale Innovationsprojekte zu definieren und umzusetzen. Seine Professionalität ist das Ergebnis einer kontinuierlichen Integration von Fähigkeiten, die er in Ausbildungskursen oder auf seinem beruflichen Weg erworben hat.

LERNZIELE

- verstehen, wie aktuelle Technologien genutzt werden können, um im beruflichen Umfeld effektiv zu kommunizieren;
- Informationen zu sammeln, zu bewerten und zu nutzen, um fundierte und gut begründete Entscheidungen zu treffen;
- Anwendung von Führungstheorien zur Schaffung eines effektiven Teamumfelds am Arbeitsplatz;
- ein umfassendes Verständnis von effektiven Führungsrollen und -strategien haben und in der Lage sein, diese in einer Vielzahl von beruflichen, persönlichen und gesellschaftlichen Umfeldern anzuwenden.
- die Fähigkeit nachweisen, Kommunikationstheorien zu verstehen und anzuwenden, um in einer Vielzahl von Führungssituationen angemessene Veränderungen zu bewirken.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

Mehr lesen & sehen

Der unendliche Anführer

Lewis C. & Malgrem P. (2020). *Der unendliche Führer*. UK. Kogan Page.

Große Führungspersönlichkeiten: Wie sie Erfolg hatten

<https://www.resourcefulmanager.com/guides/successful-leaders/>

Problemlösung: Eine wichtige Führungskompetenz

<https://www.floridatechonline.com/blog/business/problem-solving-a-critical-leadership-skill/>

Videos:

Was ist E-Leadership?

<https://www.youtube.com/watch?v=sK48DH1vvVY>

Wie man eine Führungskraft wird - Motivationsrede von Simon Sinek

<https://www.youtube.com/watch?v=urrYhnaKvy4>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 4: INNOVATION

INNOVATION

Was bedeutet "Innovation" im Rahmen der Internationalisierung?



Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) durchlaufen verschiedene Lebenszyklen, die sich auf ihre Geschäftsmodelle auswirken, wenn sie versuchen, neue Märkte im Ausland zu erschließen. Obwohl Wissenschaftler, die sich mit internationalem Unternehmertum befassen, die Bedeutung der Erforschung der Gründung und des Wachstums von Unternehmen erkannt haben, gibt es nur wenige Studien, die sich mit der Frage befassen, wie die wichtigsten Entscheidungsträger ihr Geschäftsmodell beeinflussen, insbesondere wenn sie eine erfolgreiche Internationalisierung anstreben. Das gemeinsame Ziel bei der Gründung eines Unternehmens ist es, profitabel zu sein, die Wettbewerbsposition zu verbessern und die Leistung im In- und Ausland zu steigern. Unternehmen, die eine Internationalisierung anstreben, stehen vor der wichtigen Aufgabe, ihre Geschäftsmodelle neu zu konfigurieren und ihre Aktivitäten aufeinander abzustimmen, um Unsicherheiten zu bewältigen und erkannte Chancen effektiv zu nutzen.

INNOVATION

Betrachten Sie zunächst jeden Bereich als ein Portfolio. Betrachten Sie nun die Möglichkeiten und Experimente, die sich in jedem Bereich ergeben, und bewerten Sie diese:

- Die Auswirkungen, die dies auf den Markt haben könnte.
- Die Auswirkungen, die sie auf das Wachstum und die Erneuerung des Unternehmens haben könnte. Welches Potenzial hat der Bereich, um zur Schließung der Wachstumslücke Ihres Unternehmens beizutragen? Wie groß muss sie sein?
- Die Auswirkungen auf Ihre Fähigkeiten. Fördert sie die Entwicklung neuer Fähigkeiten? Werden bestehende Fähigkeiten neu genutzt?
- Reifegrad der einzelnen Projekte oder Chancen im Portfolio.

Nehmen Sie keine Aufgaben in Angriff, die entweder für sich allein nicht vielversprechend sind oder die nicht mit anderen Zielen in dem Bereich kombiniert werden können, um etwas Größeres zu schaffen.



INNOVATION

Tipps und Schritte für erfolgreiche Innovationen im Bereich der Internalisierung

Befolgung der Schritte und Rollen, die für die richtige Ausrichtung und das Engagement erforderlich sind, was zu einem erfolgreicherem und nachhaltigerem Innovationsprogramm oder Produkt führen wird:

- 1. Aufsicht durch Führungskräfte:** Vision, Sponsoring und Verantwortlichkeit
- 2. Forschung und Entwicklung:** Die Entdeckung neuer Horizonte für disruptive Produktfähigkeiten
- 3. Finanzen:** Neue Geschäftsmodelle und Verbraucheroptionen schaffen
- 4. Vertrieb und Marketing:** Die Art und Weise, wie wir auf den Markt gehen, verändert sich
- 5. Operationen:** Anpassung der Organisation an den raschen Wandel im Rahmen der Internalisierung

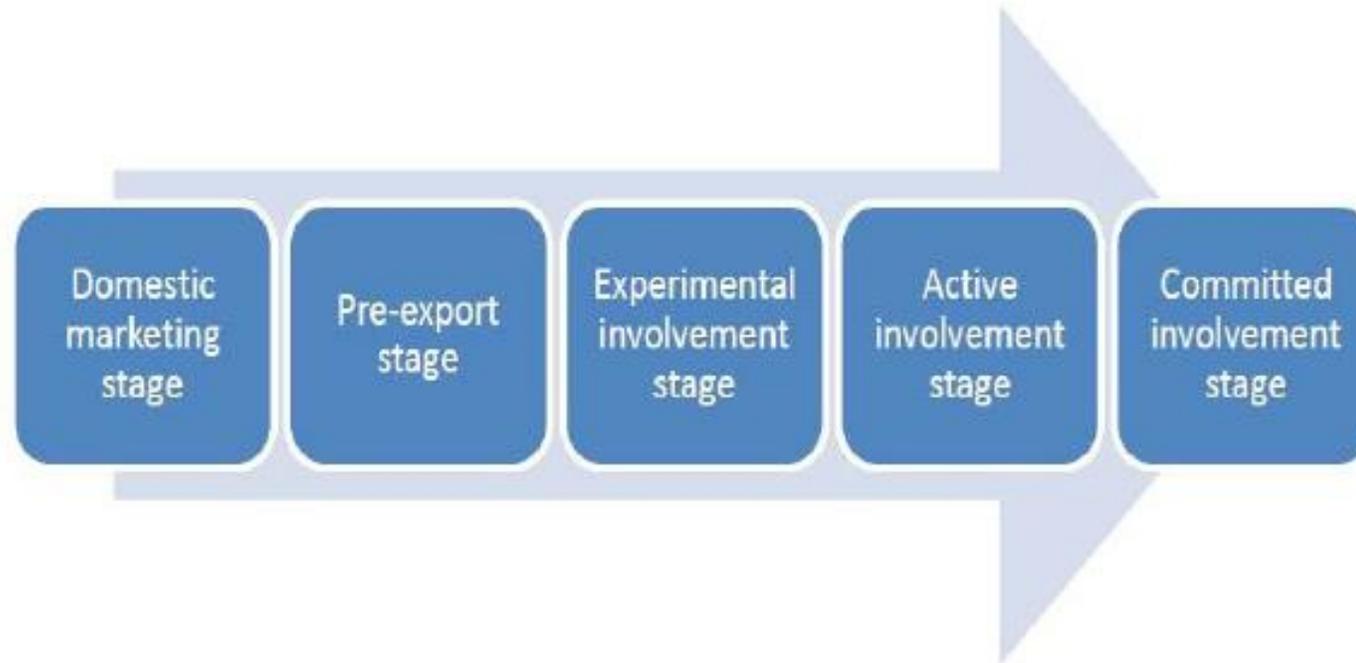


HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 4: INNOVATION

Schritte zur Entwicklung von Innovationen auf einem neuen Markt





LERNZIELE

Sie werden dazu in der Lage sein:

- Die Herausforderungen der Innovation aus der Perspektive eines breiten Spektrums von Sektoren, einschließlich der Dienstleistungs- und Kreativwirtschaft, zu verstehen;
- Verstehen Sie, wie neue Geschäftsmodelle verantwortungsvolle Innovationen fördern können und welche Herausforderungen die Innovation für die ökologische Nachhaltigkeit mit sich bringt;
- Lernen Sie, wie man eine Technologie, ein Unternehmen, einen Sektor oder ein Land recherchiert, um wichtige Fragen zu Innovationsmanagement, Strategie, Politik oder Zukunftstrends zu beantworten;
- Erfahren Sie, wie der Innovationsprozess funktioniert, wie Unternehmen Innovationen erfolgreich managen und wie neue innovative Produkte auf den Markt kommen;
- die Herausforderungen und Chancen neuer Technologien und die damit einhergehenden sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen zu erkennen.



PRAKTISCHE BEISPIELE UND NÜTZLICHE LINKS

Innovationsfähigkeiten: Definition und Beispiele

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovation-skills>

Der ultimative Leitfaden für Innovationsmanagement

<https://www.braineet.com/blog/innovation-management-guide>

Agnes Asemokha, Jackson Musona ,Ali Ahi, Lasse Torkkeli Sami Saarenketo (2021)

Geschäftsmodellinnovation bei der Internationalisierung von KMU: Die Rolle von Ursache und Wirkung

Bose, T. K. (2016). Critical Success Factors of Sme Internationalization. Journal of Small Business Strategy.

Was ist Innovation?

<https://www.youtube.com/watch?v=erNPuh1C1PU>

Was macht Innovation aus?

<https://www.youtube.com/watch?v=RUovVIU7UiA>

erche' l'innovazione e' piu' importante della politica

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 3

*Unterstützung bei Rechts- und Zollverfahren
in den EU-Mitgliedstaaten + Spezifizierung der
der grenzüberschreitenden Geschäftsstrategien auf
auf EU-Empfehlungen*



Inhalt des Moduls:

- Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?
- Wie man Waren in die Europäische Union einführt
- Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen
- Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll
- Zusammenfassung



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



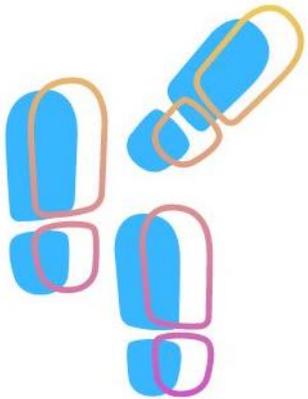
Plant Ihr Unternehmen, Waren in Länder außerhalb der EU zu exportieren? Dieser Abschnitt hilft Ihnen zu verstehen, ob Ihr Unternehmen für den Export bereit ist und beschreibt die verschiedenen Schritte des Exportprozesses.

Wir haben 5 Schritte zum Export des Produkts unterschieden

Ihre Checkliste: 5 Schritte zum Export eines Produkts

Bevor Sie beginnen

- Konsultieren Sie die **Checkliste mit Fragen zur Bewertung der Exportfähigkeit** Ihres Unternehmens.
- Diskutieren und entscheiden Sie, ob Ihr Unternehmen für den Handel mit Nicht-EU-Ländern bereit ist oder welche Schritte zur **Vorbereitung auf künftige Handelsaktivitäten außerhalb der EU** unternommen werden müssen.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 1: Einen Markt und einen Käufer finden

- Wählen Sie Ihren neuen Exportmarkt.
- Beurteilen Sie das Geschäftspotenzial und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Produkts.
- Berücksichtigen Sie bei der Preisberechnung exportbezogene Kosten wie [Zölle](#), Transportkosten, Kosten für Agenten usw.
- Identifizieren Sie potenzielle Käufer.
- Bestimmen Sie eine Agentur/Institution/Partner für die Unterstützung bei den Formalitäten der Exportprozesse. Zum Beispiel bei der Ausarbeitung von Verträgen, der Festlegung von Zahlungsbedingungen, der Prüfung der Kreditwürdigkeit des Käufers und der Frage, ob es im Einfuhrland Beschränkungen für den Geldtransfer gibt.
- Legen Sie die Verantwortlichkeiten zwischen Verkäufer/Expporteur und Käufer/Importeur sorgfältig fest und teilen Sie sie auf, so dass nur diejenigen übernommen werden, die auch tatsächlich erfüllt werden können.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 2: Prüfen Sie die Ausführbedingungen in der EU und bewerten Sie die Anforderungen auf Ihrem Exportmarkt

- Identifizierung der rechtlichen Anforderungen an ein Exportgeschäft.
- Beantragen Sie eine EORI-Nummer (Economic Operators' Registration and Identification) (rechtzeitig beantragen).
- Wenn die EU mit dem Land, in das Sie exportieren möchten, ein Handelsabkommen geschlossen hat, prüfen Sie die regulären und präferenziellen Zölle, um die Präferenzspanne zu ermitteln. Prüfen Sie gegebenenfalls, ob Ihr Produkt den einschlägigen Ursprungsregeln entspricht, und ermitteln Sie den anwendbaren (präferenziellen) Zollsatz.
- Beantragen Sie die Zulassung eines Ermächtigten [Ausführers](#) oder registrieren Sie sich im REX-System, wenn Sie in ein Land exportieren wollen, mit dem die EU ein Handelsabkommen geschlossen hat, und Sie [Präferenzzölle](#) in Anspruch nehmen wollen.
- Prüfen Sie, ob in der EU Ausfuhrbeschränkungen oder -verbote für die Ausfuhr in Ihr Zielland oder für die Ausfuhr Ihres Produkts gelten.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 2: Prüfen Sie die Ausführbedingungen in der EU und bewerten Sie die Anforderungen auf Ihrem Exportmarkt

- Ermitteln Sie, welche Steuern und [zusätzlichen Abgaben](#) in Ihrem Exportmarkt gelten.
- Prüfen Sie, ob mögliche Handelsschutzmaßnahmen für Ihr Produkt gelten.
- Prüfen Sie, ob Sie eine Steuernummer benötigen, um Ihr Produkt auf Ihrem Exportmarkt zu verkaufen (wenn Sie direkt an Verbraucher verkaufen).
- Ermitteln Sie die geltenden Gesundheits-, Sicherheits- und technischen Anforderungen in Ihrem Exportmarkt.
- Bewertung des Zertifizierungsverfahrens und der im Bestimmungsland erforderlichen Unterlagen (einschließlich der Überprüfung der für die Tests und Zertifizierungen erforderlichen Labors).
- Prüfen Sie die Verpackungs- und Etikettierungsvorschriften auf dem Exportmarkt.
- Prüfen Sie, ob Sie das geistige Eigentum für Ihr Produkt auf dem Exportmarkt schützen müssen.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 3: Den Verkauf vorbereiten und den Transport organisieren

3

- Vorbereitung und Unterzeichnung des Vertrags mit dem Käufer, einschließlich einer Vereinbarung darüber, wer für was haftet und wie der Transportablauf organisiert wird.
- Erwägen Sie eine Exportversicherung
- Ermitteln Sie Institutionen, die Ihnen bei der Organisation des Exportprozesses helfen können, sowie mögliche Exportförderprogramme (falls erforderlich).

Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 4: Vorbereiten der Dokumente für die Exportabfertigung in der EU



- Füllen Sie die Ausfuhranmeldung aus und reichen Sie sie ein.
- Stellen Sie fest, welche zusätzlichen Dokumente erforderlich sein könnten, und planen Sie die Möglichkeit ein, dass die Zollbehörden weitere Unterlagen verlangen oder physische Kontrollen durchführen.
- Gestellen Sie Ihre Waren zur Ausfuhr bei den Zollstellen für die Ausfuhr und den Ausgang.

Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?

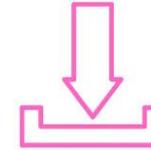


Schritt 5: Vorbereiten der Dokumente für die Einfuhrzollabfertigung im Bestimmungsland

5

- Stimmen Sie mit Ihrem Käufer ab, welche Dokumente von den zuständigen Behörden im Bestimmungsland verlangt werden. (Vereinbaren Sie mit dem Käufer, wer für die Beibringung welcher Dokumente verantwortlich ist und wer die Einfuhrabfertigung vornimmt und die Zölle sowie Steuern und [Zusatzabgaben](#) bezahlt. Übernehmen Sie nur Pflichten, die Sie auch erfüllen können)

Wie man Waren in die Europäische Union einführt



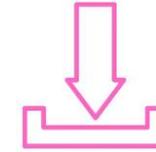
Ihre Checkliste: 4 Schritte zum Importieren eines Produkts

Schritt 1: Finden Sie einen Lieferanten im Ausland

- Bewertung der potenziell **interessierenden Länder** und Vergleich der Wettbewerbsfähigkeit potenzieller Anbieter (z. B. Preisvergleiche einschließlich importbezogener Kosten wie Zölle und Transportkosten).
- Identifizieren Sie **Geschäftspartner/Lieferanten**.
- Identifizieren Sie eine **Agentur/Institution/Partner für die Unterstützung** bei den Formalitäten des Importprozesses (z. B. für die Vorbereitung von Verträgen, Zahlungsbedingungen, Kreditwürdigkeit des Lieferanten).

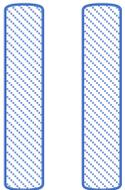


Wie man Waren in die Europäische Union einführt

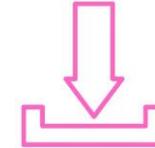


Schritt 2: Bewertung der Einfuhrbedingungen und -zölle und Sicherstellung, dass das Produkt den EU-Anforderungen entspricht

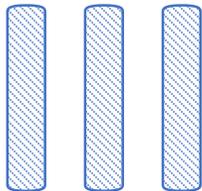
- Beantragen Sie eine **Registrierungsnummer für die Registrierung und Identifizierung von Wirtschaftsbeteiligten (EORI)** (rechtzeitig beantragen).
- Stellen Sie sicher, dass keine **Einfuhrbeschränkungen** gelten.
- Prüfen Sie, ob die EU mit dem Land, aus dem Sie einführen möchten, ein **Handelsabkommen** geschlossen hat.
- ob Ihre Ware den einschlägigen Ursprungsregeln entspricht und welcher **Zollsatz (Präferenzzollsatz)** gilt.
- Prüfen Sie, ob **andere Abgaben** (z. B. Handelsschutz) oder interne **Steuern** anfallen.



Wie man Waren in die Europäische Union einführt

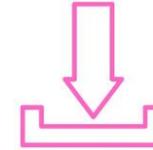


Schritt 3: Den Verkauf vorbereiten und den Transport organisieren



- Vorbereitung und Unterzeichnung des **Vertrags** mit dem Lieferanten, einschließlich einer Vereinbarung darüber, wer für was **haftet**, und Organisation des **Transports**.
- Koordinieren Sie sich mit potenziellen Institutionen, die **den Prozess unterstützen**.

Wie man Waren in die Europäische Union einführt



Schritt 4: Vorbereiten der Dokumente für die Zollabfertigung an der Grenze

- Wenden Sie sich im Zweifelsfall an einen Zollvertreter
- Sicherstellung der Verfügbarkeit der **summarischen Eingangsanmeldung**
- Vorbereitung **zusätzlicher Dokumente** für die Einfuhrzollabfertigung (Handelsrechnung, Transportdokumente, [Ursprungszeugnis](#) (z. B. Formblatt A, Eur.1/Eur.Med, REX-Mitteilung eines registrierten [Ausführers](#) oder [Ursprungserklärung](#) eines ermächtigten [Ausführers](#)), Einfuhrlizenz, Testergebnisse, Kontrollbescheinigungen (z. B. Gesundheits-, Veterinär- oder Pflanzengesundheitszeugnisse)
- Ausfüllen und Einreichen der **Einfuhranmeldung/des Einheitspapiers** ([SAD](#))

IV

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Ermöglicht Ihnen den Zugang zu Informationen, die Sie im Handel mit Drittländern benötigen, z. B. über Zölle, Steuern, Verfahren, Formalitäten und Anforderungen, Ursprungsregeln, Ausfuhrmaßnahmen, Statistiken, Handelshemmnisse und vieles mehr.

Außerdem haben Sie hier Zugang zu wichtigen Informationen, die Sie für den Handel mit Dienstleistungen sowie für Investitionen und die Beschaffung in Drittländern benötigen. Sie können sich auch über EU-Handelsabkommen informieren, wie Sie von ihnen profitieren können, und Geschichten über erfolgreiche Unternehmen lesen, die sie nutzen. Access2Markets ist hier, um Ihnen und Ihrem Unternehmen bei der Einfuhr und Ausfuhr zu helfen.



[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Wenn Sie ein kleines Unternehmen sind, das sich internationalisieren möchte, ist Access2Markets genau das Richtige für Sie.

Dieses Webportal vereint die Marktzugangsdatenbank, den EU Trade Helpdesk und vieles mehr in einem einzigen Tool. Egal, ob Sie gerade erst anfangen oder ein erfahrener Händler sind, wir haben **alles, was Sie brauchen**. [Einführungsvideo](#) ansehen

Bei Access2Markets finden Sie alles, was Sie über Zölle, Steuern, Produktvorschriften und Anforderungen für alle EU-Länder und über 120 weitere Märkte weltweit wissen müssen.

Schauen Sie sich die Informationen Produkt für Produkt in [Mein Handelsassistent an](#).



Über das Portal - [sehen Sie sich das Video an](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Jedes Produkt hat einen **Code**. Sie finden ihn auf Access2Markets. Sie benötigen den Code, um zu wissen, welche **Zölle** und **nationalen oder lokalen Steuern** Sie zahlen müssen. Finden Sie heraus, welche **Verfahren und Formalitäten** zu beachten sind.

Access2Markets listet die **Produktregeln und Anforderungen** nach Produkten auf.

Haben Sie Schwierigkeiten, die **Ursprungsregeln** für Ihr Produkt zu verstehen? Access2Markets' Selbstbewertungstool ROSA wird Ihnen helfen!

Haben Sie Probleme beim Importieren oder Exportieren?

Teilen Sie ihnen mit, wenn Sie in einem bestimmten Markt auf Hindernisse stoßen, oder suchen Sie in unserer Datenbank nach bestehenden Hindernissen.

Alle EU-Handelsabkommen auf einen Blick. Sehen Sie, wie Ihr Unternehmen von ihnen profitieren kann.

Access2Markets listet sie alle auf, mit Einzelheiten zu Ursprungsregeln, zum Schutz des geistigen Eigentums in der EU, zu Investitionen, zu Märkten für öffentliche Aufträge und vielem mehr.

[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Beantragen Sie Ihre Zollermäßigung. Um in den Genuss der [Zollermäßigung](#) zu kommen, müssen Sie den Zollbehörden des Einfuhrlandes die richtigen Dokumente vorlegen. In jedem EU-Handelsabkommen ist aufgeführt, welche Unterlagen Sie benötigen. Prüfen Sie, wie Sie den Ursprung Ihrer Ware nachweisen können oder ob Sie ein "registrierter [Ausführer](#)" sein müssen.

Wie können Sie Ihr Produkt auf den Markt bringen?

Access2Markets bietet Ihnen alle Informationen, die Sie benötigen, sei es über Konformitätsbewertungszertifikate für Maschinen, Gesundheitsbescheinigungen für Aquakulturprodukte oder die Kennzeichnung von verarbeiteten Lebensmitteln.

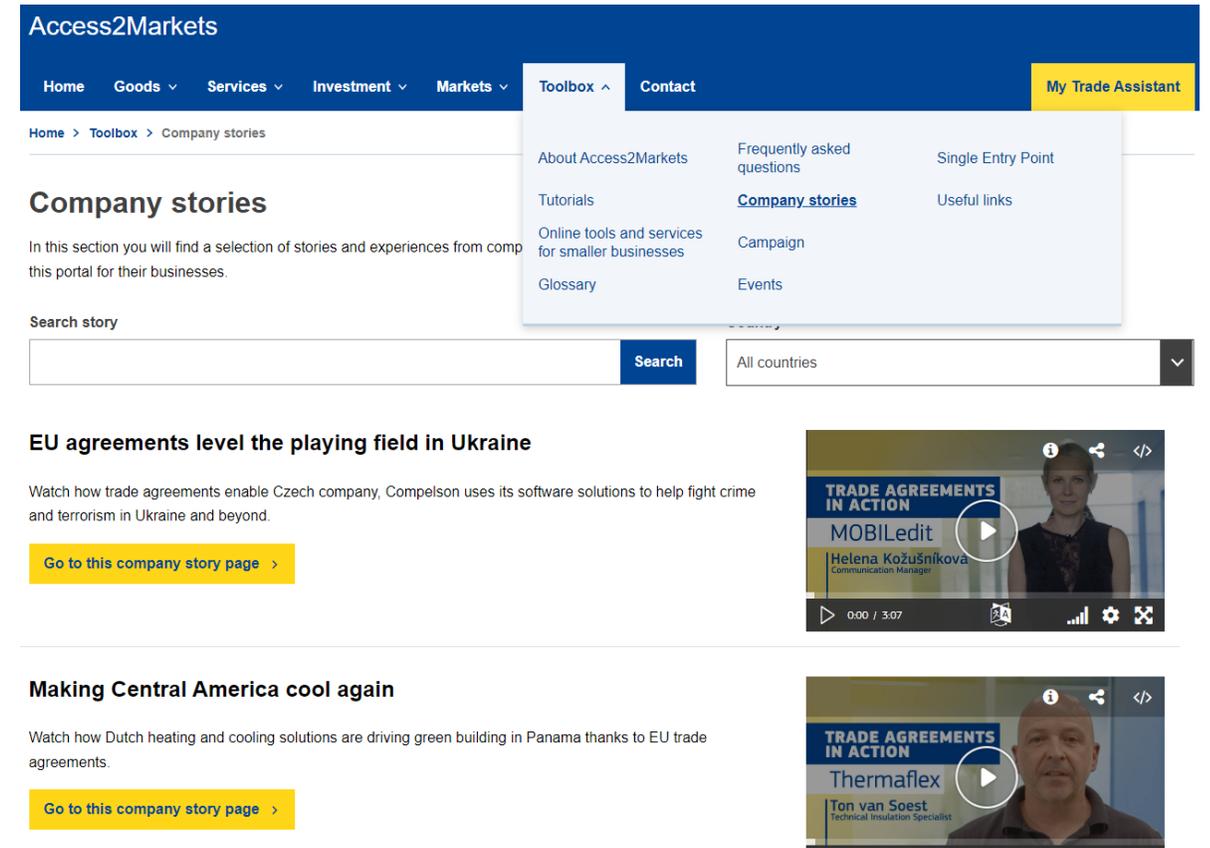
Access2Markets verfügt über Kontaktdaten von Zoll- und anderen Behörden in den EU-Ländern und im Ausland.

[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

In der Toolbox finden Sie "Unternehmensgeschichten" - Beispiele verschiedener Unternehmen - Exporteure und Importeure - die Sie inspirieren können.

[Access2Markets](#)



The screenshot shows the Access2Markets website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Goods, Services, Investment, Markets, Toolbox, and Contact. A 'My Trade Assistant' button is located on the right. Below the navigation bar, the breadcrumb trail reads 'Home > Toolbox > Company stories'. The main heading is 'Company stories', followed by a brief description: 'In this section you will find a selection of stories and experiences from companies in this portal for their businesses.' There is a search bar labeled 'Search story' and a 'Search' button. A dropdown menu for 'All countries' is visible on the right. A 'Toolbox' dropdown menu is open, showing options like 'About Access2Markets', 'Tutorials', 'Online tools and services for smaller businesses', 'Glossary', 'Frequently asked questions', 'Company stories', 'Campaign', 'Events', 'Single Entry Point', and 'Useful links'. Below the search bar, there are two featured stories. The first is titled 'EU agreements level the playing field in Ukraine' and includes a video player for 'MOBILedit' featuring Helena Kožušníková, Communication Manager. The second story is titled 'Making Central America cool again' and includes a video player for 'Thermaflex' featuring Ton van Soest, Technical Insulation Specialist. Both stories have a 'Go to this company story page' button.

ON - GOOD

Co-funded by
the European Union

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

Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

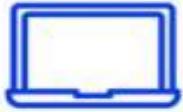


Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

Jedes Jahr erleichtert die Zollunion den Handel mit Waren im Wert von mehr als 3,5 Billionen Euro. Effiziente Zollabfertigung und -kontrollen sind unerlässlich, um einen reibungslosen Handel zu ermöglichen und gleichzeitig die Bürger, Unternehmen und die Umwelt in der EU zu schützen.

Am 28. Oktober 2020 schlug die Europäische Kommission eine neue Initiative vor, die es den verschiedenen an der Warenabfertigung an der Grenze beteiligten Behörden erleichtern wird, die von den Wirtschaftsbeteiligten übermittelten elektronischen Informationen auszutauschen. Das **"EU Single Window Environment for Customs"** soll einen schnelleren und effizienteren Austausch elektronischer Daten zwischen nationalen Zollverwaltungen und EU-Regulierungsbehörden in allen Politikbereichen ermöglichen. Nach seiner vollständigen Einführung wird das einheitliche Fenster die Prozesse für die Wirtschaftsbeteiligten straffen und vereinfachen, so dass sie die für die Einfuhr, den Transit oder die Ausfuhr von Waren erforderlichen Zoll- und Regulierungsinformationen nur einmal über eine einzige Anlaufstelle einreichen müssen, was die Handelserleichterungen deutlich erhöht. Die Zoll- und andere Behörden werden dann automatisch überprüfen können, ob die betreffenden Waren den EU-Anforderungen entsprechen und die erforderlichen Formalitäten erfüllt wurden. Es handelt sich um ein ehrgeiziges Projekt, das sowohl auf EU-Ebene als auch auf der Ebene der Mitgliedstaaten Investitionen erfordert, die in den nächsten zehn Jahren schrittweise umgesetzt werden.

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS



COLLABORATE

Enhances information sharing and digital cooperation between regulatory authorities



PROTECT

Promotes the safety and security of citizens, protection of the environment and financial interests of the EU Customs Union and its Member States



FACILITATE

Helps to smooth international trade and simplifies clearance processes for goods subject to non-customs formalities



SUPPORT

Helps to manage crises, such as the COVID-19 pandemic

Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

Warum hat die Kommission das Single Window vorgeschlagen?

Derzeit sind an den Formalitäten an den EU-Außengrenzen oft viele verschiedene Behörden beteiligt, die für unterschiedliche Politikbereiche zuständig sind, z. B. für Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Landwirtschaft, Fischerei, kulturelles Erbe sowie Marktüberwachung und Produktkonformität. Infolgedessen müssen die Unternehmen Informationen an mehrere verschiedene Behörden übermitteln, die jeweils ihr eigenes Portal und ihre eigenen Verfahren haben. Dies ist umständlich und zeitraubend für die Händler und schränkt die Fähigkeit der Behörden ein, bei der Bekämpfung von Risiken gemeinsam zu handeln.

Dieser Vorschlag ist der erste Schritt zur Schaffung eines digitalen Rahmens für eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen allen Grenzbehörden durch ein einziges Fenster. Das einheitliche Fenster wird es Unternehmen und Händlern ermöglichen, Daten in einem einzigen Portal in einem einzelnen Mitgliedstaat bereitzustellen, wodurch Doppelarbeit, Zeit und Kosten reduziert werden. Der Zoll und andere Behörden werden dann in der Lage sein, diese Daten gemeinsam zu nutzen, was ein vollständig koordiniertes Vorgehen bei der Warenabfertigung und einen klareren Überblick auf EU-Ebene über die Waren, die in die EU gelangen oder sie verlassen, ermöglicht.

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS

Before



- [-] Complex and fragmented goods clearance
- [-] Inefficient use of human and financial resources
- [-] Duplications in regulatory formalities
- [-] Delays for businesses and traders
- [-] Insufficient coordination between regulatory authorities
- [-] Ineffective application of rules in the Single Market (patchy and inconsistent monitoring of authorised goods)

After



- [+] **Better cooperation and interoperability** between regulatory authorities
- [+] **Better and more harmonised** use of data for border formalities
- [+] **Better processes and practices for clearing goods** including effective monitoring of authorised goods through **EU-wide quantity management**

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS

Before



- [-] Complex and fragmented goods clearance
- [-] Inefficient use of human and financial resources
- [-] Duplications in regulatory formalities
- [-] Delays for businesses and traders
- [-] Insufficient coordination between regulatory authorities
- [-] Ineffective application of rules in the Single Market (patchy and inconsistent monitoring of authorised goods)

After



- [+] **Better cooperation and interoperability** between regulatory authorities
- [+] **Better and more harmonised** use of data for border formalities
- [+] **Better processes and practices for clearing goods** including effective monitoring of authorised goods through **EU-wide quantity management**

Zusammenfassung

Sie sind nun mit den grundlegenden Instrumenten und Portalen vertraut, auf denen Sie die wichtigsten Informationen über den internationalen Handel finden können.

Sie kennen die grundlegenden Schritte, die zu unternehmen sind, wenn Sie Waren in die Europäische Union oder aus der Europäischen Union ein- und ausführen wollen, einschließlich der rechtlichen Vorschriften, aber auch der Soft Skills, wie Sie vorgehen müssen, damit Ihre Produkte/Waren auf einem Markt erfolgreich sind.

Wir hoffen, dass dieses Wissen und diese Fähigkeiten es Ihnen ermöglichen werden, Ihr Unternehmen zu vergrößern!



ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 4

*Finanzierungsmöglichkeiten und wo man Informationen auf EU-Ebene
findet*

Wo finden Sie Informationen? Enterprise Europe Network

Das **Enterprise Europe Network** ist das weltweit größte Unterstützungsnetz für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und hilft europäischen Unternehmen, die Geschäfts- und Technologiechancen in der EU und anderen wichtigen globalen Märkten optimal zu nutzen. <https://een.ec.europa.eu/>

Das Enterprise Europe Network bietet eine Vielzahl von **Beratungsdiensten an**, um KMU bei ihrem Wachstum und ihrer Expansion auf internationale Märkte zu unterstützen:

- Zugang zu Finanzmitteln und EU-Finanzierung
- Internationalisierung
- Aufbau von KMU-Kapazitäten
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Regionale Integration
- Gemeinsamer Markt
- Innovation

ON - GOOD



Co-funded by
the European Union



CO&SO



HANSE-PARLAMENT
Network for Small and Medium Enterprises



Enterprise Europe Network - Erbrachte Dienstleistungen

Das **Enterprise Europe Network** bietet eine ganze Reihe von Dienstleistungen für den Zugang zu Finanzmitteln und EU-Finanzierungen und fungiert als zentrale Anlaufstelle für:

- Informationen zu europäischen Programmen, Initiativen und Finanzierungsinstrumenten.
- Hinweise zu Finanzierungsmöglichkeiten
- Suche nach Partnern für die Teilnahme an Forschungsvorschlägen
- Unterstützung bei der Vorbereitung/Einreichung eines Vorschlags und der Projektdurchführung

Die EEN-Berater können Unternehmen auch dabei helfen, Finanzierungsquellen zu finden und sicherzustellen, dass das Unternehmen für Investoren bereit ist.

Jedes Unternehmen, das sich um eine EU-Förderung (z.B. Horizont 2021-2027) bewerben möchte oder bereits eine Förderung für ein Projekt erhalten hat, hat Anspruch auf kostenlose Unterstützung durch das Enterprise Europe Network.

Der lokale Partner des Enterprise Europe Network kann den KMU nicht nur mit praktischer Unterstützung bei der Verwaltung eines europäischen Projekts und der Finanzhilfvereinbarung helfen, sondern auch sicherstellen, dass ihr Projekt erfolgreich ist.



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (1)

Das Netzwerk verfügt über die Reichweite und das Fachwissen, um beispielsweise für KMU die richtigen internationalen Partner zu finden:

- Bei der Herstellung oder dem Vertrieb von Produkten
- Gewährung des Zugangs zu neuen Märkten
- In der Technologie, die Unternehmer benötigen, um Innovationen in ihrem Unternehmen voranzutreiben
- In der Forschungskooperation und Projektentwicklung

Wenn ein Unternehmer mit der lokalen Kontaktstelle des Netzes in Verbindung treten möchte, wählt er das Land aus, dann die Region, in der sein Unternehmen ansässig ist, und nimmt Kontakt zu den lokalen Beratern auf. Ein Experte wird:

- sich mit ihren Bedürfnissen und Zielen auseinandersetzen
- zu beurteilen, ob sie für internationale Partnerschaften bereit sind
- sie zu beraten, wie sie sich besser auf die Internationalisierung vorbereiten können
- den besten Weg zu finden, wie sie einen Partner finden, der ihren Bedürfnissen entspricht
- Suche nach geeigneten Partnern und Veranstaltungen . Die Experten des Netzwerks suchen nach potenziellen Partnern für das Unternehmen, was Zeit und Geld spart, und sie nutzen die **Online-Datenbank** des Netzwerks **mit Geschäftsmöglichkeiten**.



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (2)

Online-Datenbank für Geschäftsmöglichkeiten

- Das Netz verwaltet Europas größte Online-Datenbank für Geschäftsmöglichkeiten. Sie enthält Tausende von Kooperationsgesuchen und -angeboten von Unternehmen und Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen aus den Bereichen Wirtschaft, Technologie und Forschung. Die Datenbank ist kostenlos zugänglich.
- Unternehmer können nach Geschäfts- oder Hochschulpartnern für die Herstellung, den Vertrieb, die gemeinsame Entwicklung und Lieferung von Produkten, Ideen und Dienstleistungen suchen.
- Die Inhaber von KMU können auch die Berater des Netzwerks bitten, das Profil ihres Unternehmens hochzuladen. Das Profil enthält eine Beschreibung des Unternehmens und der Produkte, Vorteile und Innovationen, das Entwicklungsstadium der Produkte, die Art der Vereinbarung und die gesuchten potenziellen Partner. Die Datenbank ist hier zugänglich: [Aktuelle Möglichkeiten](#)

Referenzen: <https://een.ec.europa.eu/>, www.een.gr,



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (3)

Business-Matchmaking-Veranstaltungen

- Die Teilnahme an einer Veranstaltung des Enterprise Europe Network könnte für ein Unternehmen der erste Schritt zu neuen internationalen Geschäftsmöglichkeiten sein.
- Unternehmer, die sich über künftige Veranstaltungen von Networks informieren möchten, können
- Veranstaltungskalender
- Hier werden sie fündig:
- Maklerveranstaltungen - auch als "Speed-Dating" bekannt - bringen Unternehmen und andere Organisationen zusammen, die Partner suchen, um ihre Projekte voranzubringen.
- Handelsmissionen - auch bekannt als Unternehmensmissionen - sind internationale Besuche für kleine Gruppen von Unternehmen. Diese maßgeschneiderten Missionen führen dank gründlicher Vorbereitung und Ortskenntnis zu vielen erfolgreichen Partnerschaften.
- Konferenzen und Workshops. Konferenzen, Schulungen, Seminare und Workshops können Unternehmern helfen, ihr Unternehmen auf die internationale Expansion vorzubereiten.



Referenzen: <https://een.ec.europa.eu/>, www.een.gr, <https://www.localenterprise.ie/>

Wo finden Sie Informationen? Kammern

- **Eine Handelskammer** ist eine Form von Unternehmensnetzwerk. Zum Beispiel eine lokale Organisation von Unternehmen, deren Ziel es ist, die Interessen der Unternehmen zu fördern. Unternehmer in Städten und Gemeinden gründen diese lokalen Vereinigungen, um sich für die Belange der Wirtschaft einzusetzen. Eine Handelskammer kann ein freiwilliger oder obligatorischer Zusammenschluss von Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Sektoren sein. Sie fungieren als Sprecher und Vertreter einer Wirtschaftsgemeinschaft. Sie unterscheiden sich von Land zu Land.
- **EUROCHAMBRES**
- Sie wurde 1958 als direkte Reaktion auf die Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft gegründet. Eurochambres fungiert als Auge, Ohr und Stimme der Kammern und der Geschäftswelt.
- Eurochambres vertritt über 20 Millionen Unternehmen in Europa durch 45 Mitglieder (43 nationale Industrie- und Handelskammern und zwei transnationale Kammerorganisationen) und ein europäisches Netz von 1700 regionalen und lokalen Kammern.

Referenzen Wikipedia.com, <https://www.eurochambres.eu/>



Kammern - Erbrachte Dienstleistungen

Die Kammern können Unternehmen unterstützen:

- Beratungsdienste für den internationalen Handel
- Zollverfahren, Anmeldungen, Ausstellung von Handelspapieren
- Organisation von Unternehmensausstellungen,
- Unternehmensmissionen und internationale
- Fachveranstaltungen
- Finanzielle Beratung Zugang zu Kapital - Investitionen
- Ausbildung
- Digitalisierung
- Nachhaltigkeit Umwelt
- Innovation und Technologietransfer
- Mediation Dienstleistungen



Kammern -Internationale Handelsberatungsdienste (1)

Die Kammern können Unternehmen dabei helfen, sich in der Handelslandschaft zurechtzufinden, sie bieten Orientierungshilfen und Klarheit zu einer Vielzahl von damit verbundenen Themen und unterstützen sie bei der Erschließung neuer Märkte in rechtlicher, logistischer, geschäftlicher und kommerzieller Hinsicht.

Es wird eine breite Palette von Beratungs- und Markterkundungsdienstleistungen angeboten, die von:

- Marktstudien und -forschung, Suche nach Partnern, Importeuren, Vertriebshändlern, Handelsvertretern, Planung von Geschäftstreffen, Teilnahme an Messen und andere maßgeschneiderte Dienstleistungen. Darüber hinaus werden alle logistischen Dienstleistungen rund um die Ansiedlung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter angeboten. Organisation von Geschäftsausstellungen, Unternehmensbesuchen und internationalen Handelsveranstaltungen.
- Die Kammern fördern auch Networking, Geschäftsausstellungen, Foren und internationale Handelsveranstaltungen. Sie unterstützen ihre Mitglieder bei der Suche nach Anbietern, Händlern, Partnern und Kunden im Ausland und helfen bei der Aushandlung von Geschäftsvereinbarungen sowie bei der Vorwegnahme und Schlichtung von Handelsstreitigkeiten. [Referenzen:https://www.londonchamber.co.uk/](https://www.londonchamber.co.uk/)



Kammern - Beratungsdienste für den internationalen Handel (2)

- Die Kammern können exportierende Unternehmen bei der Nutzung der Access2Markets-Plattform ([access2markets](https://www.access2markets.com)) beraten.
- Die Access2Markets-Plattform ermöglicht Unternehmen den Zugang zu Informationen für den Handel mit Drittländern. Die kostenlos online bereitgestellten Informationen betreffen Zölle, Steuern, Verfahren, Formalitäten und Anforderungen, Ursprungsregeln, Ausfuhrmaßnahmen, Statistiken, Handelshemmnisse und vieles mehr.
- Die Plattform ermöglicht exportierenden Unternehmen auch den Zugang zu wichtigen Informationen, die für den Handel mit Dienstleistungen sowie für Investitionen und die Beschaffung in Drittländern benötigt werden.
- Außerdem gibt es Informationen über EU-Handelsabkommen, wie man von ihnen profitieren kann, und man kann Berichte über erfolgreiche Unternehmen lesen, die diese Abkommen nutzen.



Kammern - Ausstellung von Handelsdokumenten (1)

Das Carnet ATA ist ein internationales Zolldokument, das die zoll- und steuerfreie vorübergehende Einfuhr von Waren für bis zu einem Jahr ermöglicht. Es enthält vorgefertigte einheitliche Zollanmeldungsformulare, die bei jeder Zollstelle an der Grenze zu verwenden sind, und dient als Garantie für Zollabgaben und Steuern. Mit dem Carnet ATA können Aussteller, Verkäufer, Künstler, Sportler, Fernseheteams, Techniker, Veranstaltungsteilnehmer und Geschäftsreisende:

- den Zoll zu passieren, ohne an jeder Zollgrenze Einfuhrzölle und Steuern zu zahlen
- ein einheitliches Dokument für alle Anmeldungen im In- und Ausland zu verwenden
- ein Dokument für mehrere Ziele und Reisen in seinem gesamten Lebenslauf zu verwenden
- einjährige Gültigkeit
- im Voraus Zollvereinbarungen zu vorher festgelegten Kosten treffen



Kammern - Ausstellung von Handelsdokumenten (2)

Ursprungszeugnisse Ursprungszeugnisse (CO) sind ein wichtiges internationales Handelsdokument, das bescheinigt, dass die Waren einer bestimmten Ausfuhrsendung vollständig in einem bestimmten Land gewonnen, erzeugt, hergestellt oder verarbeitet wurden. Sie deklarieren die "Nationalität" der Ware und dienen auch als Erklärung des Exporteurs, um Zoll- oder Handelsanforderungen zu erfüllen. Es gibt zwei Arten von COs, die die Kammern ausstellen können:

- Nicht-präferenzielle COs, die bescheinigen, dass die Waren keiner Präferenzbehandlung unterliegen.
- Präferenzbegleitscheine, die bescheinigen, dass für Waren ermäßigte Zölle oder Zollbefreiungen gelten, wenn sie in Länder ausgeführt werden, die diese Vergünstigungen gewähren.

Die Bescheinigung über höhere Gewalt ist ein Dokument zur Befreiung von der Verantwortung für die Nichterfüllung von Verpflichtungen oder die Verzögerung bei der Erfüllung von Verpflichtungen im Rahmen einer Transaktion, die durch einen unvorhersehbaren Umstand verursacht wurde.



Kammern - Dienstleistungen im Bereich Digitalisierung und Innovation

Digitalisierung. Chambers kann Beratung zu folgenden Themen anbieten:

- mit der digitalen Welt Schritt halten
- die Welt zu transformieren und Prozesse mit Agilität und einer schlanken Perspektive zu rationalisieren.
- Internet und elektronischer Geschäftsverkehr
- Suchmaschinenoptimierung, Website-Design, Internetrecht, Benutzerfreundlichkeit
- sichere Lösungen für Verbindungen und Kommunikation,
- Speicherung und digitale Verwaltung, betriebliche und verwaltungstechnische Effizienz.

Innovation und Technologietransfer.

- Unterstützung des Wissens- und Technologietransfers
- Technologie-Beratung
- Unterstützung der Innovationsbemühungen
- Wahrnehmung von Interessen und Informationen zum betrieblichen Umweltschutz und zu Energiefragen <https://www.cambrabcn.org/>, <https://www.frankfurt-main.ihk.de/>



Kammern-Vermittlungsdienste

- Die Mediation ermöglicht es den Parteien (Unternehmern), Kommunikationshindernisse zwischen ihnen zu beseitigen, ihre Differenzen zu erörtern und zu lösen, ihre grundlegenden Interessen oder Anliegen zu definieren, Kompromisse zu schließen oder Bereiche der Einigung zu finden und ihre Einigung in einen gemeinsam akzeptierten Text einzubringen.
- Kammern für die Erbringung von Mediationsleistungen:
- Informationen und Orientierungshilfen über die Art der Mediation und die Verfahren bereitzustellen
- Verwaltung der Streitfälle, die der Mediation übergeben werden, durch die administrative und technische Organisation der Mediationsverfahren.
- den interessierten Parteien bei der Auswahl von Mediatoren aus der Liste der zertifizierten Mediatoren behilflich zu sein



Referenz: <https://acci.gr/>

EDIHs Dienstleistungen

- **Die European Digital Innovation HUBs** sind auf lokaler und europäischer Ebene tätig. Die EDIHs wurden geschaffen, um den Transfer von digitalem Fachwissen im Rahmen des Programms "Digitales Europa" zu erleichtern. Die EDIHs werden Unternehmen bei ihrem Digitalisierungsprozess unterstützen, damit sie wettbewerbsfähiger werden.
- Durch den Zugang zu technischem Fachwissen und Experimenten sowie die Möglichkeit, "erst zu testen, dann zu investieren", helfen die EDIH den Unternehmen, ihre Geschäfts-/Produktionsprozesse, Produkte oder Dienstleistungen mithilfe digitaler Technologien zu verbessern. Sie bieten auch Innovationsdienstleistungen an, wie z. B. Finanzierungsberatung, Schulungen und Kompetenzentwicklung, die für eine erfolgreiche digitale Transformation erforderlich sind. Auch Umweltaspekte werden berücksichtigt, insbesondere im Hinblick auf den Energieverbrauch und niedrige Kohlenstoffemissionen.
- Die Liste der EDIHs finden Sie hier über dieses Tool:
<https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/digital-innovation-hubs-tool>



ON-GOOD

KAPITEL 4

Finanzierungsmöglichkeiten und wo man Informationen auf EU-Ebene findet

EU-FINANZIERUNG

VERFÜGBARE FINANZIERUNGSMITTEL

WARUM IST EINE FINANZIERUNG FÜR UNTERNEHMEN NOTWENDIG?

Die Unternehmen müssen häufig investieren, um sich zu entwickeln:

- Kosten reduzieren
- Einnahmen erhöhen
- Ihr Geschäft umwandeln
- Erhöhung der Produktqualität
- Einsatz innovativer Methoden und Werkzeuge erlernen
- ihre Unternehmen internationalisieren



Die Finanzierung der europäischen KMU erfolgt über EU-Finanzierungsinstrumente,
oder durch private Finanzierungsquellen.

WAS IST DER MEHRJÄHRIGE FINANZRAHMEN DER EU?

Der mehrjährige Finanzrahmen (MFR) für den Programmplanungszeitraum 2021 - 2027 umfasst (in laufenden Preisen) insgesamt 2,18 Billionen Euro (1210,9 langfristige Haushaltsmittel und 806,9 Mittel der nächsten Generation), die sich wie folgt aufteilen:

Nr.	Name des Programms	Haushalt in Mrd. €
1	BINNENMARKT, INNOVATION UND DIGITALISIERUNG	149,512
2	ZUSAMMENHALT, WIDERSTANDSFÄHIGKEIT UND WERTE	426,694
3	NATÜRLICHE RESSOURCEN UND UMWELT	400,996
4	MIGRATION UND GRENZVERWALTUNG	25,699
5	SICHERHEIT UND VERTEIDIGUNG	14,922
6	NACHBARSCHAFT UND DIE WELT	110,597
7	EUROPÄISCHE ÖFFENTLICHE VERWALTUNG	82,474



021, <https://data.europa.eu/doi/10.2761/808559>

WELCHE FINANZIERUNGSMITTEL ZUR VERFÜGUNG STEHEN

KMU von Warenherstellern in der gesamten EU könnten von einschlägigen Finanzierungsinstrumenten profitieren, die sie für die Umstellung ihrer Unternehmen auf wirksame grenzüberschreitende Online-Aktivitäten nutzen könnten.

Der nationale strategische Rahmenplan, der vom **Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EDRF)** finanziert wird, sieht in jedem EU-Land die Finanzierung von KMU durch operationelle oder sektorale Programme vor.

Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) soll den wirtschaftlichen, sozialen und territorialen Zusammenhalt in der Europäischen Union stärken, indem er Ungleichgewichte zwischen den Regionen ausgleicht. Im Zeitraum 2021-2027 wird er **Investitionen in ein intelligenteres, umweltfreundlicheres, besser vernetztes und sozialeres Europa** ermöglichen, **das näher bei seinen Bürgern ist.**

*Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, Regionalpolitik, Finanzierungen,
https://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf/*



WELCHE FINANZIERUNGSINSTRUMENTE ZUR VERFÜGUNG STEHEN

Die Förderschwerpunkte für den EFRE 2021-2027 sind:

- **Wettbewerbsfähiger und intelligenter** durch Innovation und Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen sowie durch Digitalisierung und digitale Konnektivität
- **Grüner**, kohlenstoffarm und widerstandsfähig
- **Bessere Vernetzung** durch mehr Mobilität
- **Sozialere Maßnahmen** zur Förderung von effektiver und integrativer Beschäftigung, Bildung, Qualifikationen, sozialer Eingliederung und gleichberechtigtem Zugang zur Gesundheitsversorgung sowie zur Stärkung der Rolle der Kultur und des nachhaltigen Tourismus
- **Näher an den Bürgern**, Unterstützung der lokalen Entwicklung und der nachhaltigen Stadtentwicklung in der gesamten EU

Interessierte KMU sollten die Websites ihrer zwischengeschalteten Verwaltungsbehörden durchsuchen, da der EFRE Finanzmittel in geteilter Verantwortung zwischen der EG und den Mitgliedstaaten bereitstellt. Das bedeutet, dass die Verwaltung der Mitgliedstaaten für die Auswahl der zu finanzierenden Projekte und für die laufende Verwaltung zuständig ist.

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, Regionalpolitik, Finanzierungen,
https://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf/



WELCHE FINANZIERUNGSMITTEL ZUR VERFÜGUNG STEHEN

Die Mitgliedstaaten rufen zur Finanzierung von KMU auf, damit diese wettbewerbsfähig, umweltfreundlicher, intelligenter und widerstandsfähiger werden. KMU im Exportsektor, die ihre Dienstleistungen digitalisieren möchten, können sektorale NSRF-Finanzierungsprogramme nutzen, die kleinen Unternehmen die Möglichkeit bieten, Zugang zu digitalen Werkzeugen zu erhalten, um intelligenter zu werden und sich besser an die internationalen Standards des internationalen Handels anzupassen.

Der Aktionsbereich **Binnenmarkt, Innovation und Digitales** des mehrjährigen Finanzrahmens 2021-2027 verfügt über ein Budget von 149,512 Mrd. Euro und umfasst Mittel für Forschung und Innovation, europäische strategische Investitionen, Binnenmarkt und Raumfahrt.

Die Ziele des **Binnenmarktes** sind Lebensmittelsicherheit, Verbraucherschutz, Unterstützung für KMU, ein effektiverer Binnenmarkt, qualitativ hochwertige europäische Statistiken und effektive europäische Normen.

Die Finanzierungsinstrumente für den Agrar- und Ernährungssektor, die Bedürfnisse der KMU und die **Gemeinsame Agrarpolitik** sind in der Tabelle auf der nächsten Seite zu finden (Quelle: EEN):



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 4

WELCHE FONDS SIND IM AGRIFO-NAHRUNGSMITTELSEKTOR VERFÜGBAR (GAP)

Name des Programms	Programmname mit Link	Einrichtung	Bewerbung für:	Website
Darlehen für den privaten Sektor	Darlehen für den privaten Sektor	EIB	Aktiengesellschaften, Midcaps	https://www.eib.org/en/products/loans/private-sector.htm
Zwischengeschaltete Darlehen für KMU und Midcap-Unternehmen	Zwischengeschaltete Darlehen für KMU und Midcap-Unternehmen	EIB	KMU, Midcaps	https://www.eib.org/en/products/loans/sme-mid-caps.htm
CEF-Schuldtitle	CEF-Schuldtitle	EIB	KMU, öffentliche und private Einrichtungen	https://www.eib.org/en/products/blending/cef/index.htm
InnovFin	InnovFin	EIF	KMU durch Finanzintermediäre	https://www.eib.org/en/products/blending/innovfin/index.htm
Globaler Innovationsfonds	Globaler Innovationsfonds	Andere	KMU, NROs, Andere	https://www.globalinnovation.fund/
Seedrs	Seedrs	Andere	KMU, Sonstige	https://www.seedrs.com/

ON-GOOD

PRIVATE FINANZIERUNG

BUSINESS ANGELS - ANGELS INVESTOREN

"Du kannst dein eigenes Glück in diesem Leben machen, indem du dich neben die Leute stellst, die bereits gewinnen." Jason Calacanis, Engel-Investor

PRIVATE FINANZIERUNG BUSINESS ANGELS - ENGEL INVESTOREN

Im letzten Jahrzehnt hat die Rolle des Unternehmertums erheblich an Bedeutung gewonnen.

Die Wirtschaft hat die Idee der Business Angels entwickelt, um das Wachstum und die Entwicklung von Start-ups und Unternehmen in der Frühphase zu unterstützen, die von Existenzgründern geführt werden.

Ein Business Angel ist eine Privatperson, die einen Teil ihres Vermögens direkt in neue und wachsende Privatunternehmen investiert. Neben Kapital stellen Business Angels dem Unternehmer in der Regel auch Managementenerfahrung, Fähigkeiten und Kontakte zur Verfügung. Sie spielen eine immer wichtigere Rolle als Anbieter von Risikokapital und tragen zum Wirtschaftswachstum und zum technologischen Fortschritt bei.



PRIVATE FINANZIERUNG

Top 5 der Angel-Investitionen 2021 und eine Liste der 5 wichtigsten Business Angels, die Geld suchen

Die Top 5 der Engel-Investitionen des Jahres 2021 :

1. Tikino
2. MerciApp
3. Mitternachtszüge
4. DNTRO
5. Quarz

Die Top 5 Business Angels der Jahre 2021 - 2022 :

1. Bertrand Altmayer, Mitbegründer von Marcel (von Renault übernommen) und GM bei Cityscoot.
2. Patrick Amiel, Gründer und CEO von 321founded.
3. Jonathan Anguelov, Mitbegründer und CEO von Aircall.
4. Marc Azoulay, Studioleiter und Chefproduzent des Künstlers JR.
5. Mikael Benfredj, Gründer von Patchwork.co.



<https://www.linkedin.com/pulse/my-15-angel-investments-2021-list-50-top-business-angels-simon-dawlat/>

PRIVATE FINANZIERUNG INVESTITIONSFONDS

Ein Investmentfonds ist eine Möglichkeit, Geld zusammen mit anderen Anlegern zu investieren, um von den Vorteilen der Arbeit in einer Gruppe zu profitieren, wie z. B. die Verringerung der Risiken der Investition um einen erheblichen Prozentsatz.

Zu diesen Vorteilen gehört die Fähigkeit,:

- Beauftragen Sie professionelle Anlageverwalter, die bessere Renditen und ein angemesseneres Risikomanagement bieten können;
- Sie profitieren von Skaleneffekten, d. h. von niedrigeren Transaktionskosten;
- Erhöhen Sie die Diversifizierung der Vermögenswerte, um ein gewisses unsystematisches Risiko zu verringern.

<https://ec.europa.eu> <https://www.hsbc.gr>



PRIVATE FINANZIERUNG *Eigenmittel / Persönliche Mittel*

Je nachdem, wie viel Kapital ein Unternehmen benötigt, kann der Einsatz von Privatkapital die beste Option sein.

Persönliche Mittel - Die Eigenfinanzierung Ihres Unternehmens bedeutet, dass Sie die anfänglichen Mittel zur Gründung Ihres Unternehmens aus eigenen Mitteln aufbringen. Die Eigenfinanzierung Ihres Unternehmens kann persönliche Mittel und Vermögenswerte, Kreditkarten und persönliche Darlehen umfassen

Die häufigste Finanzierung für kleine Unternehmen stammt aus den persönlichen Ersparnissen der Gründer/Eigentümer.

Die Eigenfinanzierung ermöglicht es den Eigentümern/Gründern eines Unternehmens, Eigenkapital im Unternehmen zu halten, ohne dass das Unternehmen in der Anfangsphase mit laufenden Schuldenzahlungen belastet wird.



<https://www.nibusinessinfo.co.uk/> https://ec.europa.eu/growth/access-finance/policy-areas/business-angels_en

WO SIE INFORMATIONEN ERHALTEN KÖNNEN? BANKS

- ✓ Die Finanzierung Ihres Unternehmens ist eine der ersten - und wichtigsten - finanziellen Entscheidungen, die die meisten Geschäftsinhaber treffen.
- ✓ Die Art und Weise, wie Sie Ihr Unternehmen finanzieren, kann sich auf die Struktur und den Betrieb Ihres Unternehmens auswirken.
- ✓ Die finanzielle Situation und die Vision für Ihr Unternehmen werden die finanzielle Zukunft Ihres Unternehmens bestimmen.
- ✓ Wenn Sie die volle Kontrolle über Ihr Unternehmen behalten wollen, aber nicht über genügend Mittel für den Start verfügen, sollten Sie einen Kredit für Kleinunternehmen in Betracht ziehen.
- ✓ Um Ihre Chancen auf einen Kredit zu erhöhen, sollten Sie einen Geschäftsplan, eine Kostenaufstellung und Finanzprognosen für mindestens die nächsten fünf Jahre vorlegen.
- ✓ Sobald Sie Ihre Unterlagen fertig haben, wenden Sie sich an Banken und Kreditgenossenschaften, um einen Kredit zu beantragen.



<https://ec.europa.eu> <https://www.hsb.com> <https://www.worldbank.org/>

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS-
UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 6

*Teilnahme und Präsentation von Produkten
auf Online-Messen oder Veranstaltungen*



Einführung

Das Aufkommen von Online-Messen - die Zukunft ist virtuell

- Was ist eine Online-Messe und wie funktioniert sie?

Online-Versionen von Veranstaltungen, bei denen Waren und Dienstleistungen ausgestellt werden, sind entstanden, insbesondere während der Covid-19-Pandemie. All dies geschieht in der digitalen Welt.

Verschiedene Unternehmen und Organisationen stellen ihre Produkte und Dienstleistungen aus, informieren über sie und können auf Online-Messen sogar Verkäufe tätigen.

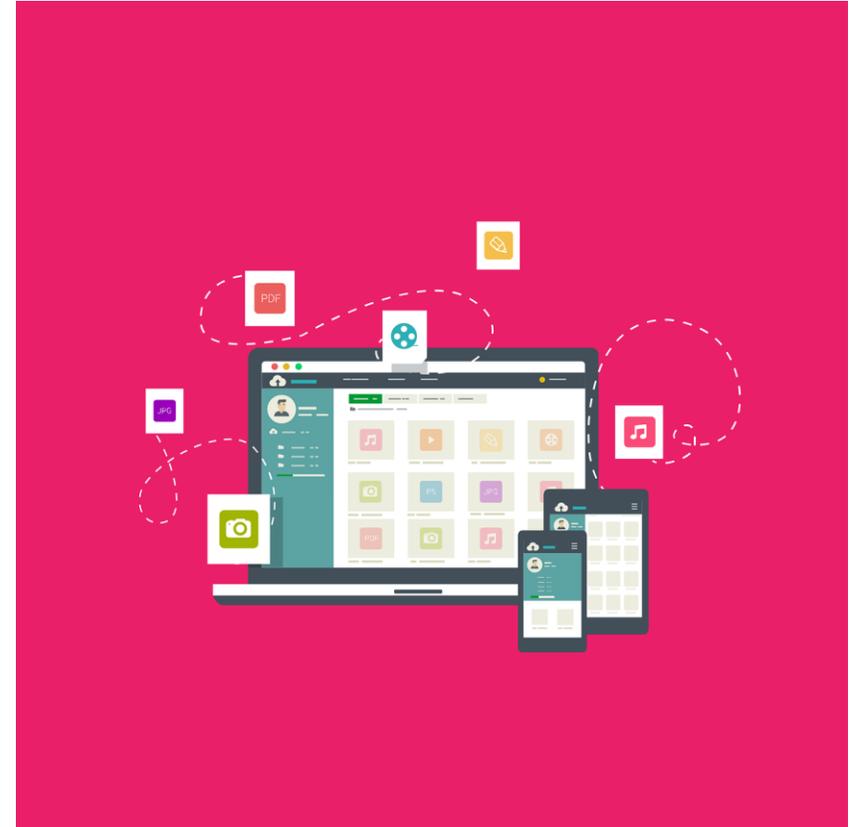


Einführung

Das Aufleben von Online-Messen - die Zukunft ist virtuell

Da die Technologie die Berufswelt ständig umgestaltet, verfügen virtuelle Handelsumgebungen heute über mehrere Elemente einer "Live-Messe", von virtuellen Lobbys und Auditorien bis hin zu Ausstellungshallen und virtuellen Messeständen.

Die Teilnehmer können sich an den Ständen der Aussteller umsehen, mit Vertretern sprechen, Broschüren herunterladen, Links zu Websites und/oder Produktshops aufrufen - und das alles bequem von zu Hause aus.



Einführung

Vorteile von Online-Messen

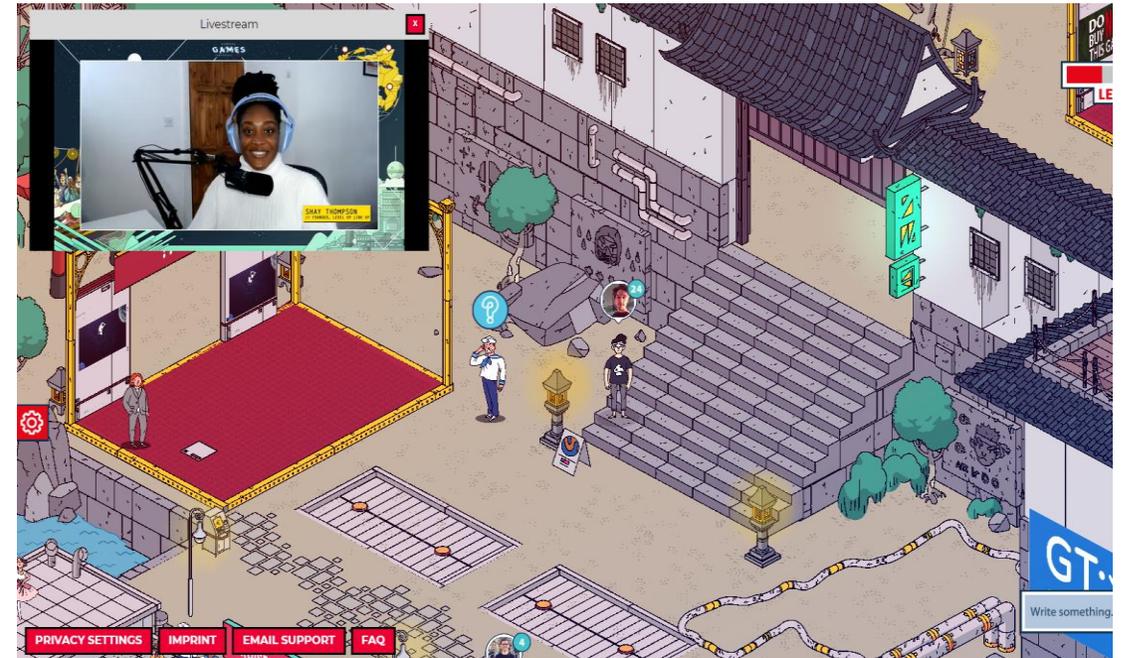
- Ein globales Publikum (erreichen Sie Besucher aus der ganzen Welt)
- Die Teilnehmerzahl ist in der Regel frei von Größenbeschränkungen
- Umweltfreundlich (minimaler Papierabfall, minimaler Reiseaufwand = Verringerung des Reiseaufkommens und der Kohlenstoffemissionen)
- Barrierefreiheit, Beseitigung physischer Barrieren und Beseitigung von Hindernissen für den Zugang zu digitalen Inhalten (z. B. Schriftgrößen, Untertitelungsoptionen)
- Begrenzte Terminkonflikte (Verfügbarkeit auf Abruf und Web-Streaming)



Einführung

Vorteile von Online-Messen

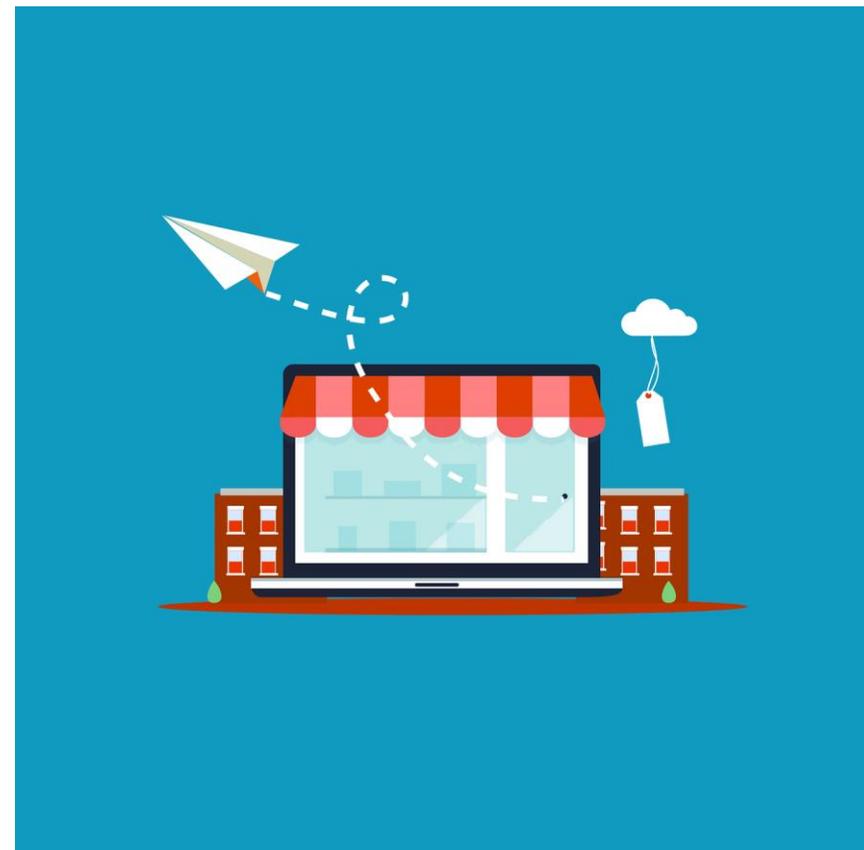
- Fesselnde Erfahrung:
 - Interaktive Avatare
 - Digitale Messestände
 - Chat-Lounges
 - Gruppensitzungen und Webinare
- Individuelles KPI-Reporting* - jeder digitale Teilnehmer-Fußabdruck wird in der Regel von Beginn bis zum Ende der Veranstaltung nachverfolgt (z. B. wie viele Teilnehmer Ihren Stand besucht haben, auf Ihren Website-Link geklickt haben, mit Ihrem digitalen Vertreter gechattet haben, virtuelle Visitenkarten ausgetauscht haben)



Quelle: *Super Crowd Entertainment Pressemappe*

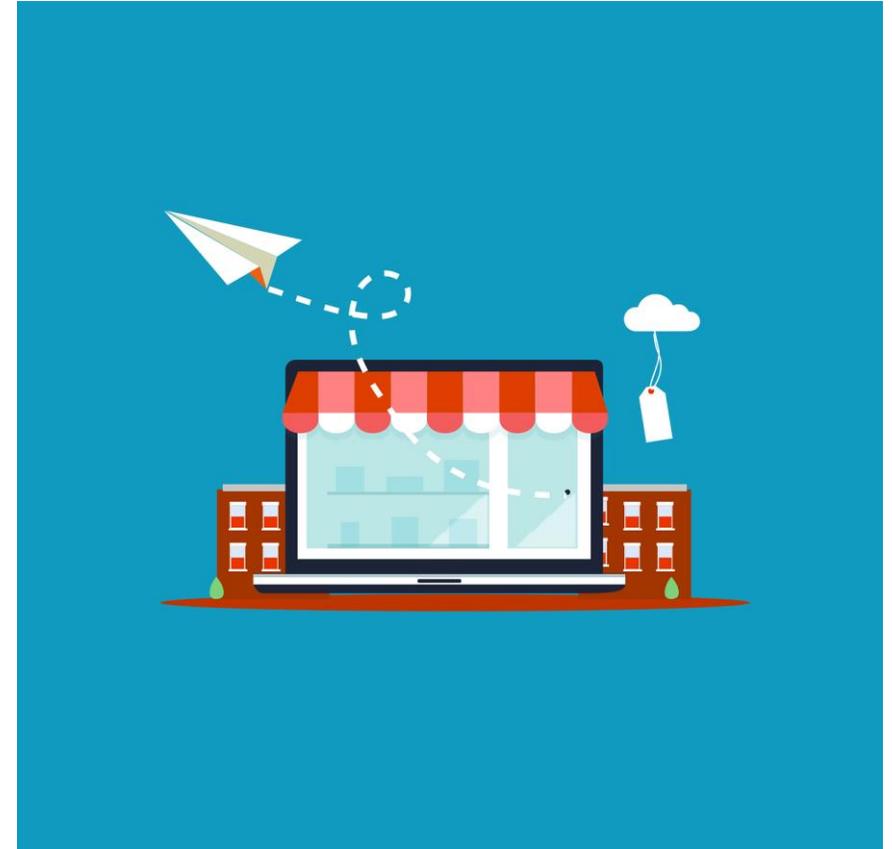
Vorbereitung von Online-Messen

- Wählen Sie die richtige Online-Messe mit Hilfe eines Online-Verzeichnisses (z. B. <https://10times.com/tradeshows>)
 - Format wählen - Messe
 - Geben Sie "online" in das Feld für den Standort ein.
 - Kategorie auswählen (wählen Sie Ihre Geschäftskategorie, z. B. Bauwesen)



Vorbereitung von Online-Messen

- Eine Vision/Zielsetzung festlegen
 - Präsentation eines neuen Produkts
 - Vernetzung
 - Präsenz bei wichtigen Branchenveranstaltungen
 - Beschaffung von Kontaktdaten von potenziellen Kunden
 - Einholung von Feedback usw.
- Versuchen Sie, bestimmte KPIs mit diesen Zielen zu verknüpfen.
 - z.B. X Anmeldungen für den Newsletter innerhalb der Messedauer
 - 10% mehr Umsatz innerhalb der Messedauer



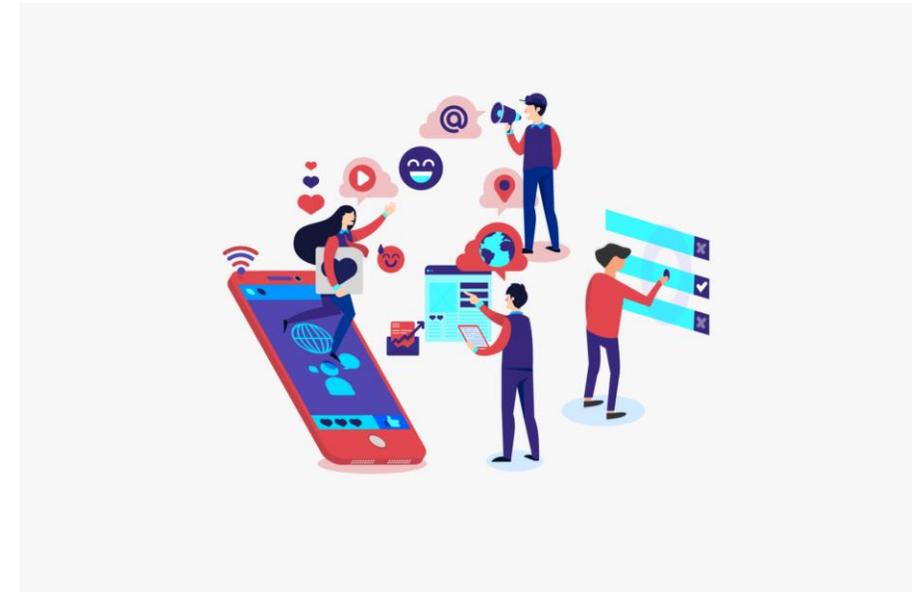
Vorbereitung von Online-Messen

Sorgfältige Prüfung

- Erkunden Sie die Website der Messe
- Überprüfen Sie die Arten von Paketen und das Messeangebot
- Bestätigen Sie, welche Art von Dateien Sie benötigen, um Ihr Unternehmen zu präsentieren und Ihre Dienstleistungen/Produkte vorzustellen.

(Design, Video, Profil in den sozialen Medien)

- Prüfen Sie, welche Art von KPIs vom Messeveranstalter verfolgt wird und wie diese geliefert werden
- Rechtzeitig anmelden und über die Veranstaltung auf dem Laufenden bleiben
- Prüfen Sie alle Vernetzungsmöglichkeiten (Voranmeldung virtueller Treffen, Business Speed Dating, Webinare usw.)



Vorbereitung von Online-Messen

Sorgfältige Prüfung

- Denken Sie strategisch über die Vertreter nach, die Sie zur Online-Messe "schicken" wollen
- Bereiten Sie Inhalte und Fragen vor, die Ihre Kunden anlocken und/oder sie dazu bringen, Ihr Produkt, Ihr Unternehmen oder Ihre Dienstleistung zu erkunden.



Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

- Einführung in QR-Codes

Was ist ein QR-Code?

QR steht für Quick Response. Es ist ein Code, mit dem Sie (und Ihre Kunden, Geschäftspartner usw.) durch Scannen eines zweidimensionalen Codes schnell auf Informationen zugreifen können.



Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

- Öffnen Sie die Kamera-App auf Ihrem Mobiltelefon
- Bewegen Sie Ihre Kamera so, dass sich der QR-Code im Rahmen befindet, und tippen Sie auf das gelbe Pop-up

QR-Codes können verwendet werden, um auf URLs (Websites, Feedback-Umfragen usw.), PDFs, Bilder (Broschürenposter, Datenblätter), vCards, App Stores, Social Media (eine Liste von Links mit mehreren Social-Media-Kanälen zur Auswahl ist möglich) und noch mehr Optionen zu verlinken.

QR-Codes können auf digitalen Kommunikationsmitteln angezeigt werden (in Newslettern, E-Mails, auf Bildschirmen usw.) und können auf gedruckten Materialien verwendet werden.

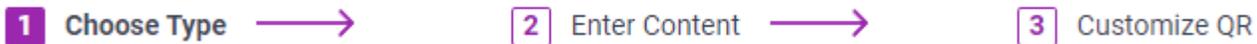


Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

QR-Code-Generator - <https://me-qr.com/> (kostenloses Konto verfügbar)

Wählen Sie die Art des QR-Codes, geben Sie den gewünschten Inhalt ein (Links, Dokumente, Bilder), passen Sie Ihren QR-Code bei Bedarf an und laden Sie die Datei herunter.



Sie können die Anzahl der Scans pro QR-Code verfolgen und haben Zugriff auf ein Dashboard mit verschiedenen Daten (siehe nächste Folie).

Bitte scannen Sie den QR-Code auf der rechten Seite, um ein Beispiel für einen QR-Code für den Eintrag eines Unternehmens in den sozialen Medien zu sehen (verschiedene zusätzliche soziale Medienkanäle können hinzugefügt werden).



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 6

Your QR-codes

Import from csv Add domain to user CREATE NEW QR

Code type: All types Sort by: Scans Search entry by id or title



CHANGE DESIGN

Main Website QR code

03.08.22

https://me-qr.com/jvsrHx

Link

BUSINESS AND FINANCE

Edit content



Total QR scan

1



Unique scans

1

SETTINGS

STATISTICS

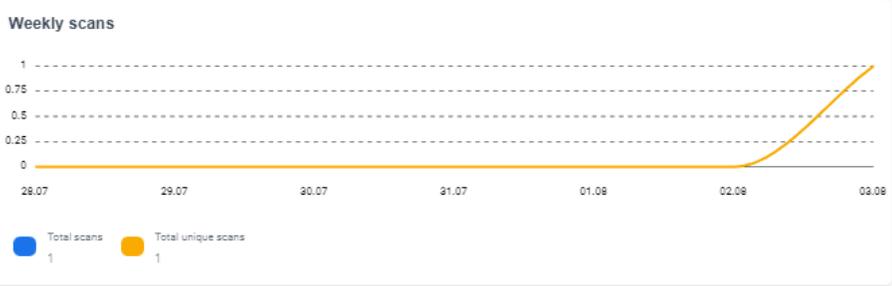
DOWNLOAD QR

DELETE QR

HIDE

Last-scanned: August 03, 2022 12:48

Weekly scans



Legend: Total scans (blue), Total unique scans (orange)

All visitors

Rows on page 5 < 1 of 1 >

Date	Country	City	OS
2022-08-03	Germany	Munich	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 15_0 like Mac OS X) AppleWebKit/605.1.15 (KHTML, like Gecko) Chrome/103.0.5060.63 Mobile/15E148 Safari/604.1

[Get CSV](#)

Unique visitors

Rows on page 5 < 1 of 1 >

Date	Country	City	OS
2022-08-03	Germany	Munich	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 15_0 like Mac OS X) AppleWebKit/605.1.15 (KHTML, like Gecko) Chrome/103.0.5060.63 Mobile/15E148 Safari/604.1

[Get CSV](#)

Vorbereitung von Online-Messen

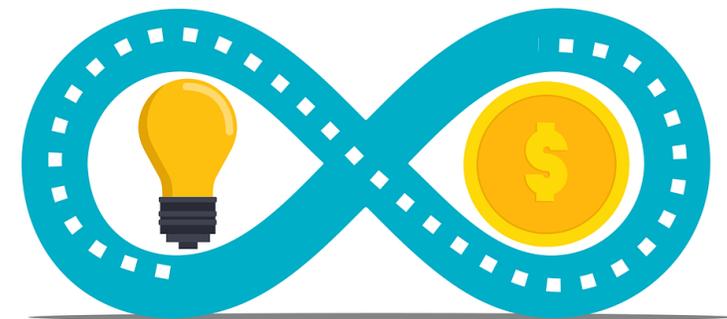
Fiverr - freiberufliche und automatisierte

Designdienstleistungen

Ein kostenloses Konto kann mit einer E-Mail oder einem Facebook-Konto eingerichtet werden.

In Fiverr gibt es einen automatischen Logo-Maker. Sie können ganz einfach ein Logo entwerfen (Schritt für Schritt auf den nächsten Folien erklärt) und ein Paket mit Designdateien zu einem relativ niedrigen Preis erwerben.

Fiverr listet auch zahlreiche Freiberufler auf, die ihre Dienste in verschiedenen Geschäftsbereichen anbieten (Grafik & Design, digitales Marketing, Schreiben & Übersetzung, Video & Animation und viele mehr).



Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte

STEP 1 / 3

Make your logo in a few steps

Let's get to know you better and create a logo you love.

Add your brand name 

On-Good 

Add your slogan (Or add it later)

For example, "Get it done".

STEP 2 / 3

Tell us about your brand

Share your story to get a logo that shows and tells it best.

Select your industry (Up to 3) 

Business consulting × |

Add elements you'd like your logo to include (Optional)

E.g., sun, dog, book, etc.

Separate keywords with the Enter key

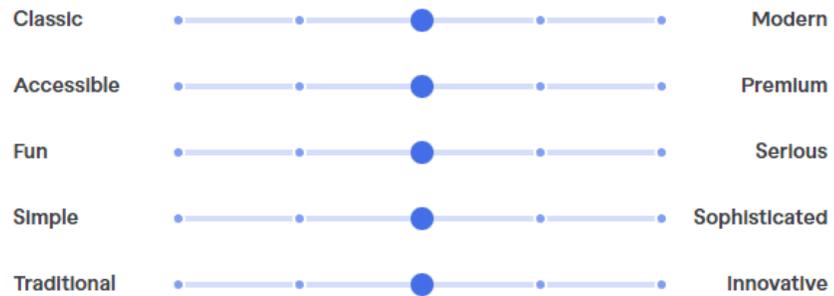
Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte

STEP 3 / 3

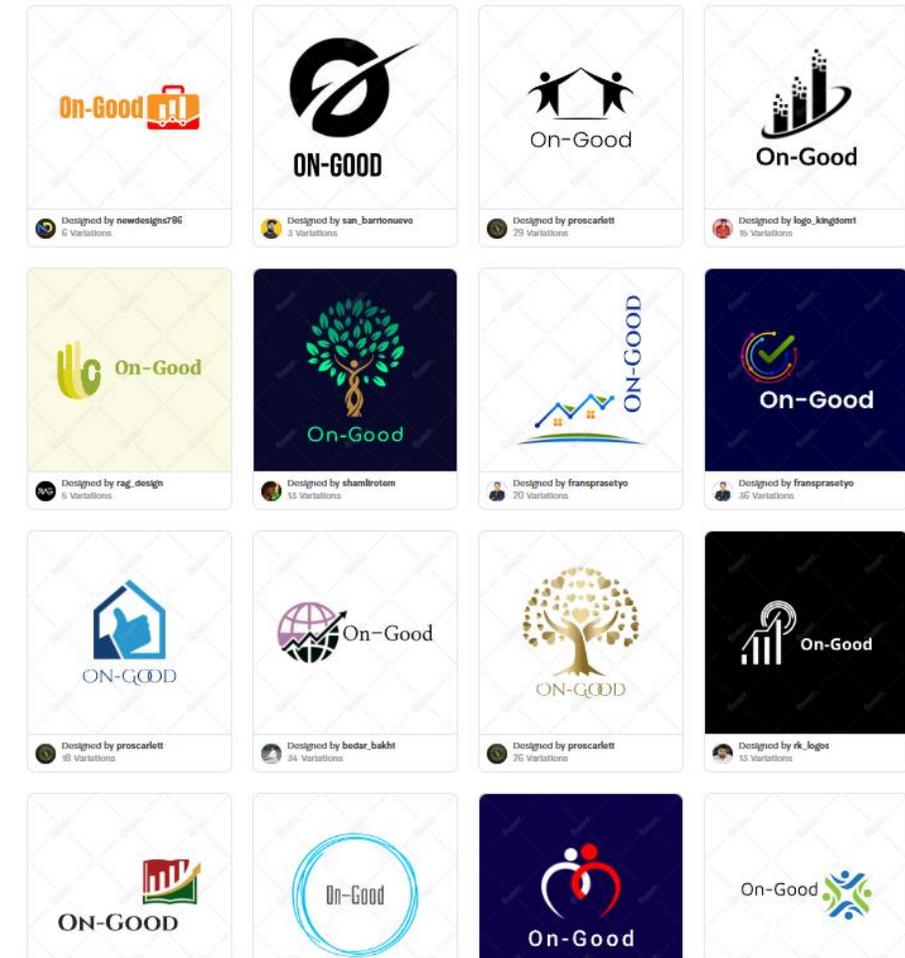
Define your brand's personality

How strongly do these values represent your brand? Slide left or right.



← Back

Make My Logo →



Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte
Designdienstleistungen



Choose your logo package

Build a strong brand with high-quality logo files you can use everywhere-on your website, social media, in print, and much more.

[Preview Your Logo](#)

Gegen eine einmalige Zahlung erhalten Sie Zugang zu einer Reihe von Basisdateien (je nach dem von Ihnen gewählten Paket).

€56 POPULAR

Professional

All the logo files you need for websites, social media, print, and branding.

[Buy Now](#)

[Download a sample of this package](#)

- Full Commercial Rights
- High-quality PNG logo
- Transparent Background
- Print ready
- Editable and resizable logo
- Websites & app logo files
- Social media kit
- Brand style guidelines
- Zoom Backgrounds

€31

Essential

High-quality PNG logos for digital use.

[Buy Now](#)

[Download a sample of this package](#)

- Full Commercial Rights
- High-quality PNG logo
- Transparent Background

Vorbereitung von Online-Messen

Canva - ein einfaches und kostenloses Grafikdesign-Tool

Kostenloses Konto kann mit E-Mail oder Facebook-Konto eingerichtet werden

Zugang zu einer umfangreichen Mediathek mit über einer Million kostenloser Stockfotos, Videos, Grafiken usw.

Zugang zu 250 000 kostenlosen Vorlagen (Videos, Präsentationen, Flugblätter, Poster)

Zugang zum Herunterladen von Dateien in verschiedenen Formaten (PNG, JPG, MP4,

Kostenloser 30-Tage-Zugang zu Canva Pro, der umfangreiche Zugriffsmöglichkeiten bietet

Mehrere kostenlose Schritt-für-Schritt-Tutorials im Internet (z. B. [hier](#))

Log in or sign up in seconds

Use your email or another service to continue with Canva (it's free!)



Continue with Google



Continue with Facebook

Continue with email

Continue another way

By continuing, you agree to Canva's [Terms of Use](#).
Read our [Privacy Policy](#).

 Sign up with your work email

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 6

Vorbereitung von Online-Messen

Canva

Beispiele für Vorlagen, die auf Canva kostenlos verwendet und angepasst werden können:



Berge Reisen Abenteuer Logo ...
Logo by Christin Stapff



Bäckerei Logo Icon Simple Na...
Logo by Noelle's Design's



Logo Boutique Modegeschäft ...
Logo by Christin Stapff

Trending Near You



Fashion socia...
Your Story by Ys...



Hand Drawn Back t...
A4 Document by Canv...



Red and Blue Photo Independence Day Twitter Post
Twitter Post by Canva Creative Studio

Durchführung von Online-Messen

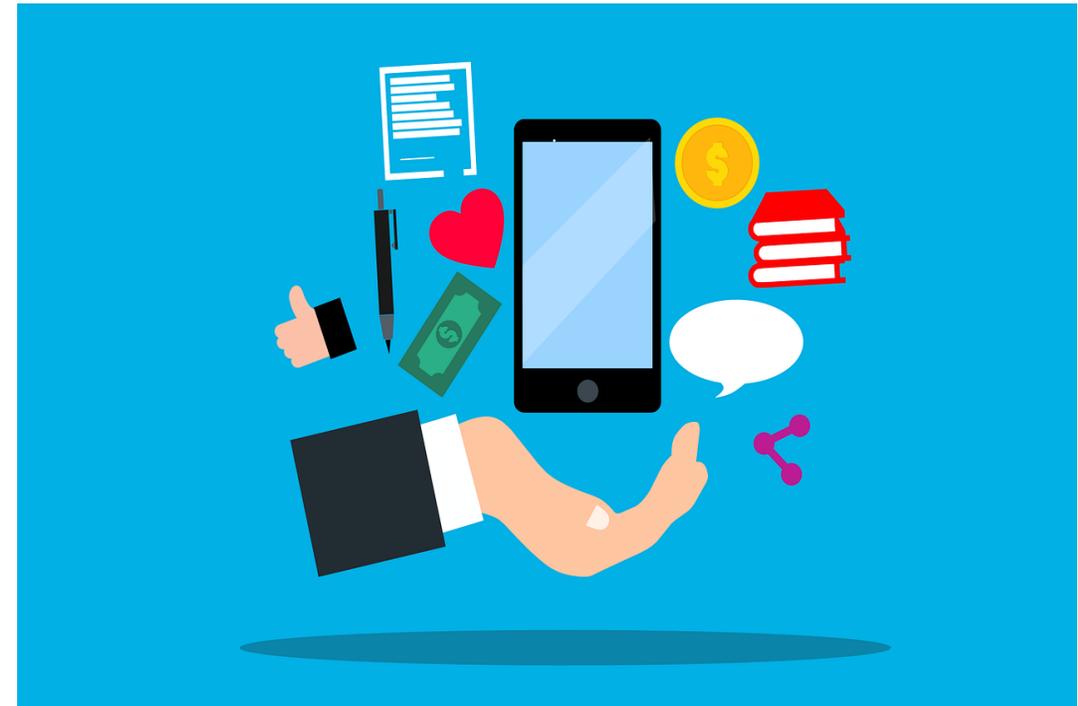
Kunden ansprechen

- Mit den Besuchern am Stand ins Gespräch kommen

Finden Sie Wege, um sie ansprechend und interaktiv zu gestalten, z. B. eine einfache Umfrage mit einem kurzen und unterhaltsamen Fragebogen zu einem Problem, mit dem die meisten Menschen konfrontiert sind und das Ihr Dienst löst.

Bieten Sie Unterhaltung und Werbegeschenke an (z. B. bitten Sie die Teilnehmer, sich für den Newsletter anzumelden, und kündigen Sie an, dass 5 Personen beim nächsten Kauf Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung einen Rabatt von 10 % erhalten werden).

Veranstaltungsmitbringsel - Ermöglichen Sie Ihren Besuchern, alles herunterzuladen, was sie an Ihrem Stand vorfinden (Broschüren, Poster usw.). Sie können QR-Codes verwenden, um Codes für herunterladbare Dateien zu erzeugen. Sie können dies als eine virtuelle Version des Verteilens von Flyern betrachten.



Durchführung von Online-Messen

Kunden ansprechen

- Stellen Sie während der Messe einen Vertreter zur Verfügung, der an Live-Elementen teilnimmt (Webinare, Live-Meetings, Meet-to-Match).
- Bereiten Sie Einblicke in Ihr Unternehmen vor, wie Ihre Dienstleistung besonders ist/ein Problem löst, was das Alleinstellungsmerkmal ist?



Durchführung von Online-Messen

Sammeln von Daten

Kontaktdaten von Besuchern sammeln - Leads gewinnen



Send us an email!

Verwenden Sie Online-Visitenkarten, um Ihre Unternehmensdaten anzugeben



Durchführung von Online-Messen

Produktpräsentation

- Prüfen Sie regelmäßig, ob die Präsentation Ihrer Produkte reibungslos funktioniert

Vergewissern Sie sich, dass alle digitalen Elemente Ihres Messestandes korrekt angezeigt werden und dass alle QR-Links und alle anderen Möglichkeiten, Leads zu generieren, funktionieren.

- Präsentation der Produkte

Finden Sie interessante Möglichkeiten, Ihre Produkte darzustellen (erstellen Sie Infografiken oder verwenden Sie vorhandene kostenlose Dateien von Canva, machen Sie ein lustiges Foto, erklären Sie einen internen Prozess). Die kostenlose Datei (Quelle: Canva) auf der rechten Seite kann für ein Unternehmen aus den Bereichen Bücher, Verlagswesen, Selbstpflege usw. verwendet werden).



Nachbereitung von Online-Messen

KPIs

Fordern Sie alle KPIs an, die die Messe bietet:

Die von den Messen bereitgestellten KPIs sind unterschiedlich, sie können unter anderem Folgendes umfassen:

- Anzahl der Interaktionen (Klicks) mit Ihrem Vertreter auf dem Messestand
- Anzahl der Klicks (Engagement) auf digitale Plakate, Produktanzeigen
- Anzahl der Gäste, die die Online-Messe insgesamt besuchten



Nachbereitung von Online-Messen

KPIs

Erstellen Sie einen Zeitplan (z. B. die Dauer der Messe) und verfolgen Sie ihn:

- Ihre eigenen KPIs durch Verfolgung der QR-Code-Statistiken
- Ihre eigenen Statistiken in den sozialen Medien
- Ihre eigenen Statistiken über die Newsletter-Anmeldungen
- Ihre eigene Statistik über die per QR-Code empfangenen E-Mails
- Ihre eigenen Statistiken über die Verkäufe

Analysieren Sie diese Statistiken und vergleichen Sie sie mit Ihren Standard-KPIs, um festzustellen, ob es in bestimmten Bereichen eine Steigerung gibt.

Wenn Sie noch nie auf einer Online-Messe waren, können Sie Ihre Vergleiche als Benchmark betrachten.



Nachbereitung von Online-Messen

Durchführung eines Lessons Learned mit dem Team

- Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern, strategisches Feedback zur Online-Messe zu geben.
- Austausch von KPI-Ergebnissen mit Mitarbeitern
- Besprechen, was beim nächsten Mal besser gemacht werden kann

Kontaktieren Sie alle Besucher mit einer Nachfass-E-Mail

- Halten Sie Ihre Leads mit einer Nachfassaktion warm
- Engagieren Sie sich und vernetzen Sie sich mit bestehenden Kontakten



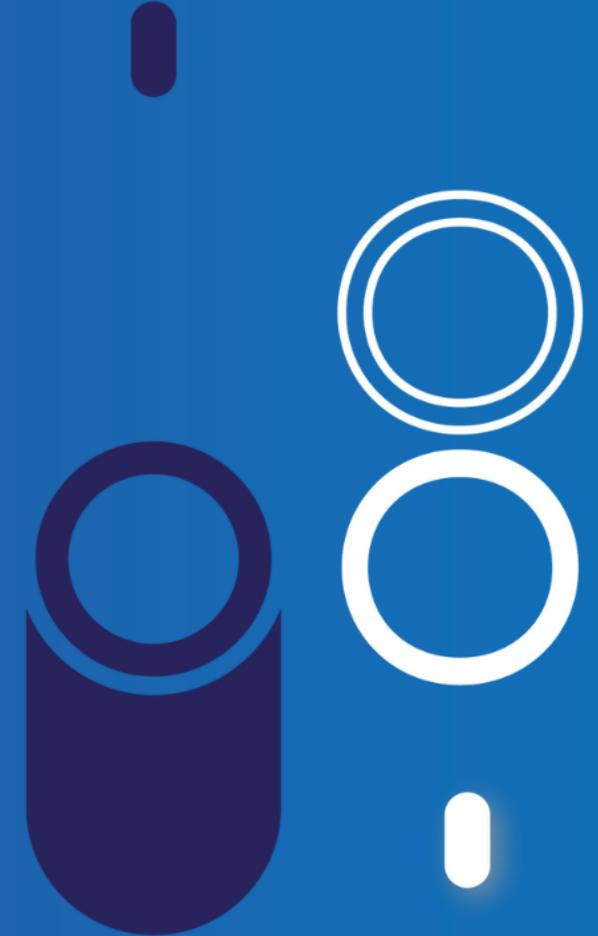
*Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und
viel Spaß bei der nächsten Online-Messe!*



ON-GOOD

KAPITEL 7

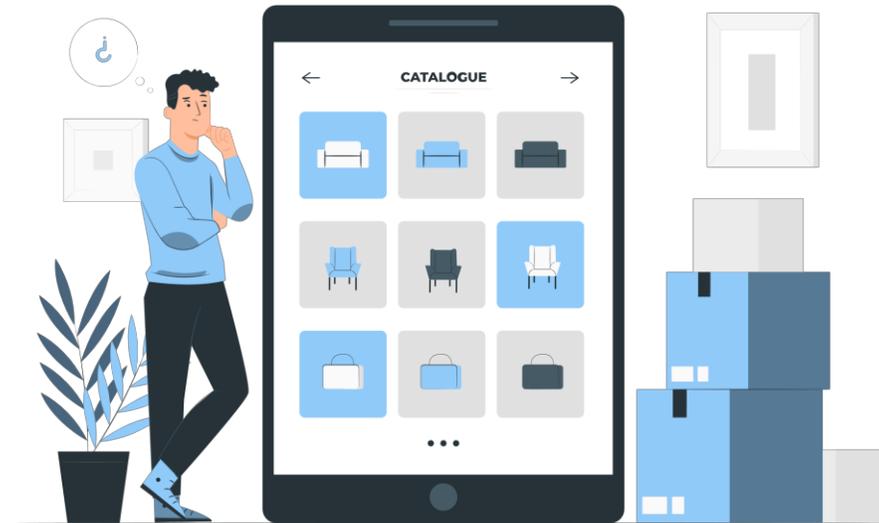
E-COMMERCE



Einführung

Inhalt des Moduls:

- Einführung
- Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung
- Kundenbetreuung
- M-Commerce
- Sicherheit
- Nützliche Tools



Einführung

Der elektronische Geschäftsverkehr ist für kleine und mittlere Unternehmen von großer Bedeutung und kann viele neue Möglichkeiten zur Steigerung des Absatzes, der Wettbewerbsfähigkeit und letztlich zur Verbesserung der Geschäftsabläufe bieten.

In diesem Kapitel gehen wir auf allgemeine Informationen zu Service und Bestellung ein und konzentrieren uns dann auf das Wissen, das Sie haben sollten, bevor Sie ein Online-Geschäft einrichten. Wir werden auch auf die sehr wichtigen Themen Kundenservice, M-Commerce und Sicherheit eingehen. Am Ende dieses Kapitels finden Sie nützliche Hilfsmittel, die Ihnen helfen, das Thema besser zu verstehen und Ihre Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Mobilität auf europäischer Ebene zu verbessern, wobei Sie die Notwendigkeit berücksichtigen, Wege der Zusammenarbeit und des Lernens mit digitalen und virtuellen Methoden zu entwickeln.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung

Der elektronische Handel ist das Segment des Handels, das in den letzten Jahren am schnellsten gewachsen ist. Der Hauptgrund für dieses Wachstum war die Covid-19-Pandemie, die in vielen Branchen eine Krise verursachte. Aufgrund der eingeschränkten Mobilität litten viele Sektoren. Die erzwungene Isolation und die Arbeit aus der Ferne führten dazu, dass sich immer mehr Menschen für den Online-Einkauf entschieden, so dass die

Der Bereich E-Commerce verzeichnete ein sehr hohes Wachstum und hohe Transaktionswerte.

Eine wichtige Rolle beim Betrieb eines Online-Shops spielen der Einkaufsprozess und seine Struktur. Die Kunden Ihres Shops sollten in allen Phasen ihres Einkaufs unterstützt werden. Wenn Sie gerade ein E-Commerce-Geschäft starten, sollten Sie auf zwei wichtige Dinge achten - den **Kundenservice** und den **Logistikprozess**.



Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung

Zum Betrieb Ihres Online-Shops gehört die Planung des **Logistikprozesses**, der für den **Online-Verkauf** sehr wichtig ist. Eine gute Logistik ermöglicht einen effizienten Warenversand sowie die Rückgabe und Erstattung.

Der erste Schritt besteht darin, den Markt zu erforschen und zu entscheiden, **WO** Sie Ihre Produkte anbieten wollen und **WER** Ihre Zielgruppe ist. Achten Sie besonders auf die Integration Ihrer Lagerfläche mit Ihrem Online-Shop.

Wenn Sie kein Experte auf diesem Gebiet sind, sollten Sie wissen, dass es viele Unternehmen gibt, die Logistikdienstleistungen anbieten und sich auf E-Commerce-Logistik spezialisiert haben. Es lohnt sich, sich auf dem Markt umzusehen und ein externes Unternehmen zu finden, das professionelle Dienstleistungen und Lagerhaltung anbietet und zudem über viel Erfahrung verfügt. Dies wird sich sicherlich auf die Anlaufphase Ihres E-Commerce-Geschäfts auswirken.



Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung

Was sind die Vorteile einer gut funktionierenden Logistik für ein E-Commerce-Unternehmen?

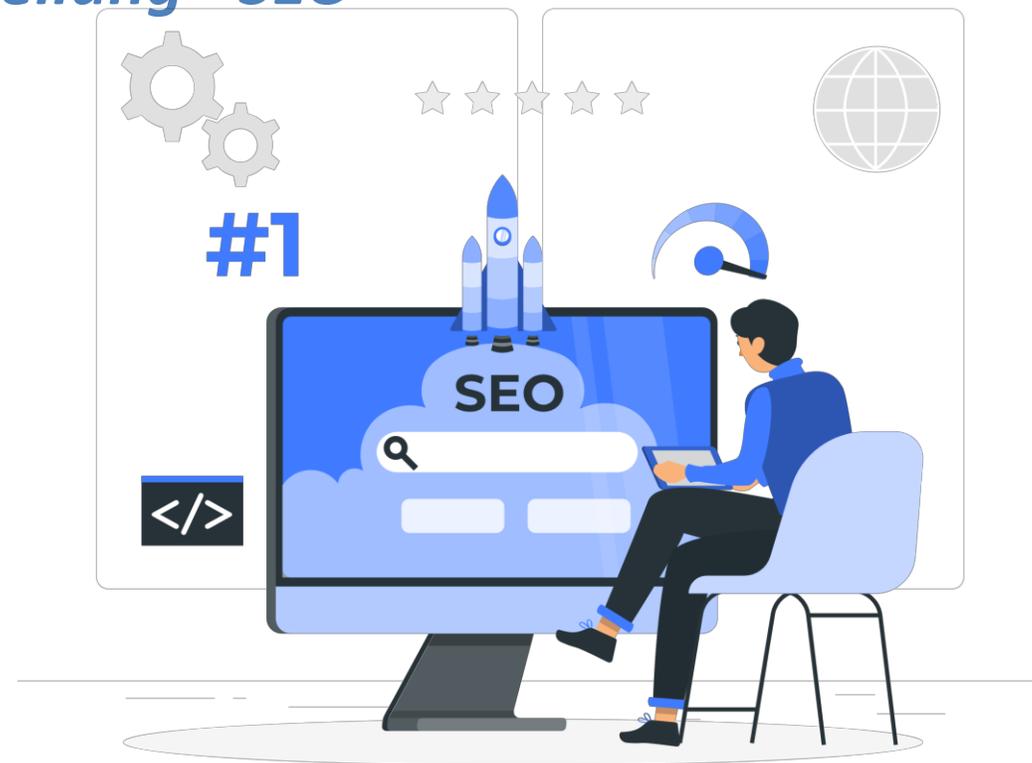
- **Kundenzufriedenheit** - Ein unkomplizierter Bestellvorgang macht unsere Kunden glücklich, so dass die Wahrscheinlichkeit groß ist, dass sie auch in Zukunft wieder eine Bestellung aufgeben werden.
- **Zeitersparnis** - Wenn Sie sich dafür entscheiden, die Logistik an ein externes Unternehmen auszulagern, gewinnen Sie viel Zeit, die Sie für andere Prozesse der Unternehmensführung nutzen können.
- **Wettbewerbsfähigkeit** - Menschen, die Waren online bestellen, sind an einen schnellen und problemlosen Versand gewöhnt. Wenn Sie den Anforderungen des Marktes gerecht werden, erhöht sich Ihre Wettbewerbsfähigkeit erheblich.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Damit potenzielle Kunden in Ihrem Online-Shop einkaufen können, müssen Sie dafür sorgen, dass Sie **im Internet sichtbar** sind. Deshalb sollten Sie sich um die Suchmaschinenoptimierung Ihres Online-Shops kümmern.

Wirksames SEO erhöht die Sichtbarkeit Ihrer Produkte in den Suchergebnissen.

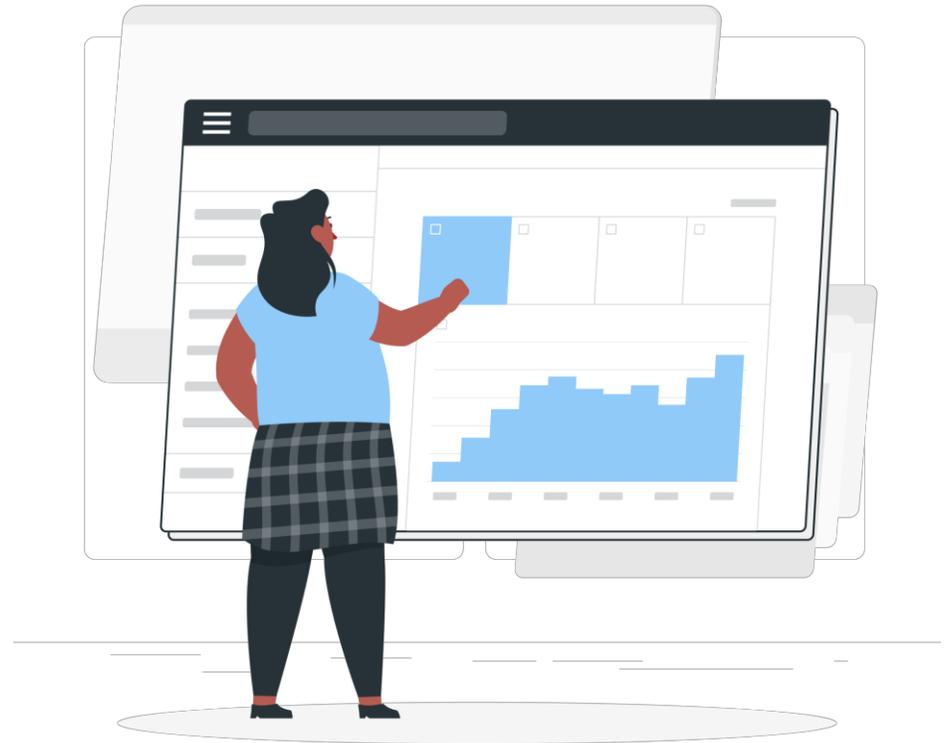


Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Was ist SEO?

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist ein Prozess, der die Sichtbarkeit Ihrer Website in Suchmaschinen erhöht. Dieser Prozess wurde geschaffen, um Inhalte zu bewerten (um Seitenrankings zu erstellen). Der Wert, der das Ranking bestimmt, ist die Anzahl der Links, die zu einer solchen Seite führen.

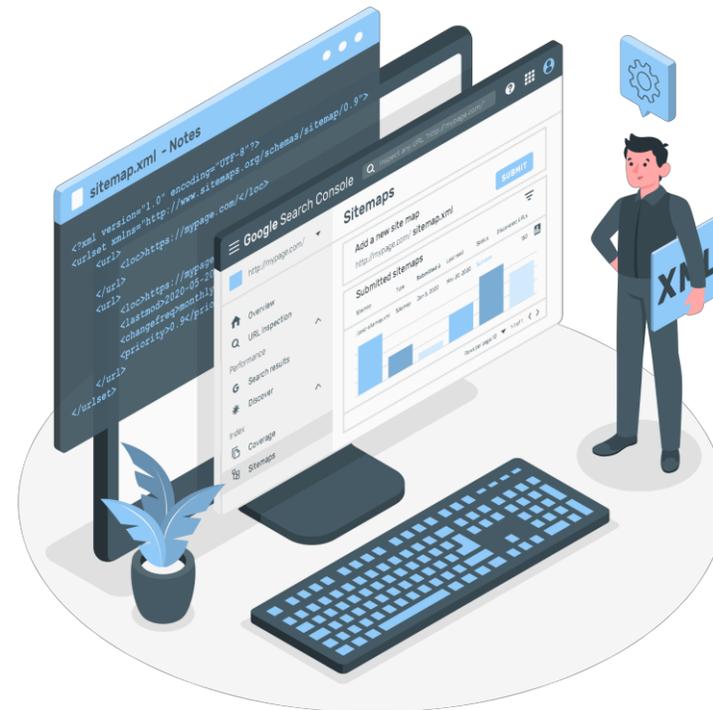
Allerdings zwang eine große Menge an unethischem Verhalten Google dazu, seine Algorithmen zu ändern, um schlechte Praktiken einzudämmen. Eine solche Änderung wirkt sich direkt auf die Positionierung Ihrer Website aus. Also, die Aktion wird hier sein, sozusagen, um die Website des Ladens, um den Suchalgorithmus anzupassen.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Kontrollieren Sie bei der Positionierung Ihres Online-Shops den Inhalt und die Namen Ihrer Links, d. h. Unterseiten, Produkte usw. Es ist auch eine gute Idee, Tools zu verwenden, die diesen Prozess für Sie wesentlich erleichtern.

Es gibt Schlüsselwortplaner (Google Adwords Keyword Planner), die Ihnen bei der Planung von Schlüsselwörtern helfen, die für Ihr Unternehmen relevant sind, damit Sie Inhalte erstellen können, die SEO-konform sind.



Kundenbetreuung

Der Kundendienst ist ein Prozess, der mit Verkauf und Logistik zusammenhängt. Um die Erwartungen der Kunden erfüllen zu können, müssen wir sie verstehen. Das grundlegende Wissen, das wir uns aneignen müssen, ist, wie wir den Kunden kontaktieren können. Die Möglichkeiten, die wir haben, sind sehr groß, denn wir können sowohl per E-Mail als auch über soziale Medien und LiveChat Kontakt aufnehmen.

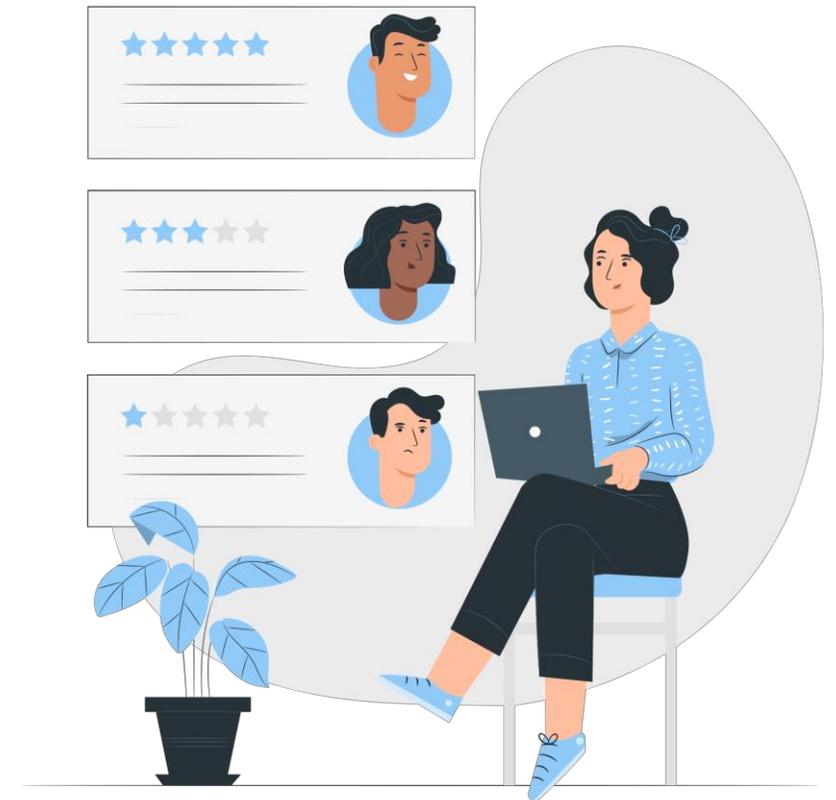
Worauf sollten Sie beim Kundenservice in Ihrem Online-Geschäft achten?

- **Genauere Produktbeschreibungen** - Damit die Kunden die Informationen, die sie interessieren, leicht finden können, sollte Ihr Online-Shop über genaue Beschreibungen der Produkte verfügen, die Sie verkaufen. Überlegen Sie, nach welchen Informationen Ihre Kunden suchen, und stimmen Sie den Inhalt darauf ab. Um den Inhalt attraktiver zu gestalten, sollten Sie Fotos, Grafiken oder Videos verwenden, damit die Kunden das Produkt genau verstehen.



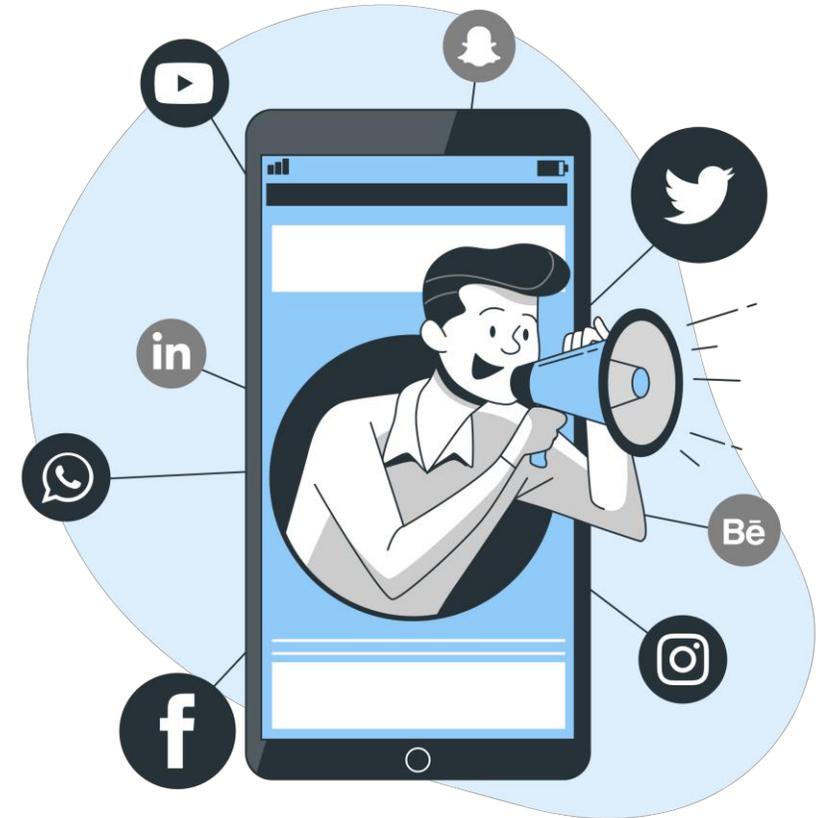
Kundenbetreuung

- **Lieferung** - Wie wir bereits erwähnt haben, ist die Lieferung des Produkts entscheidend. Bevor der Kunde sich zum Kauf entscheidet, muss er die Versandbedingungen und die Zahlungsmodalitäten lesen.
- **FAQ** - Um viele Fragen Ihrer Kunden zu vermeiden, ist es eine gute Idee, einen Abschnitt mit Informationen über den Kauf und die Rückgabe von Waren oder einen FAQ-Abschnitt zu erstellen. Auf diese Weise können Ihre Kunden leicht alle Informationen finden, die sie über Ihre Dienstleistungen benötigen.
- **Bewertungen** - Zufriedene Kunden schreiben normalerweise Bewertungen auf Ihrer Website. *Aber was ist mit denen, die nicht zufrieden sind?* Dieser Personenkreis schreibt möglicherweise negative Bewertungen auf anderen Websites. Suchen Sie also von Zeit zu Zeit online nach Ihrem Unternehmen und beobachten Sie dieses Verhalten, und reagieren Sie auf alle negativen Kommentare.



Kundenbetreuung

- Eine gute Praxis für Ihren Online-Shop ist es, einen **Kommentarbereich** in Ihre Produkte aufzunehmen. Zufriedene Kunden loben ein Produkt sehr wahrscheinlich, was künftige Käufer dazu ermutigen kann, in Ihrem Online-Shop zu kaufen.
- **Ständiger Kontakt mit den Kunden** - Im Zeitalter der sozialen Medien ist es wichtig, in ständigem Kontakt mit Ihren Kunden zu stehen. Erstellen Sie einen guten Marketingplan und richten Sie Social-Media-Kanäle ein, in denen sich Ihre Zielgruppe am ehesten engagiert. Seien Sie kreativ und präsentieren Sie Ihre Produkte auf unkonventionelle Weise.



M-Commerce

Ein weiteres Konzept, das Sie kennen sollten, ist der **M-Commerce**. Er ist ein Teil des umfassenderen Konzepts des elektronischen Geschäftsverkehrs. M-Commerce wird immer beliebter und ist jedes Jahr ein größerer Teil des E-Commerce.

Einfach ausgedrückt ist M-Commerce der Prozess des Online-Kaufs und -Verkaufs über (wie der Name schon sagt) mobile Geräte, d. h. Smartwatches, Smartphones, Tablets usw. Dieser Bereich umfasst Aktivitäten wie Online-Handel, Zahlungen über Apps, Online-Banking usw.

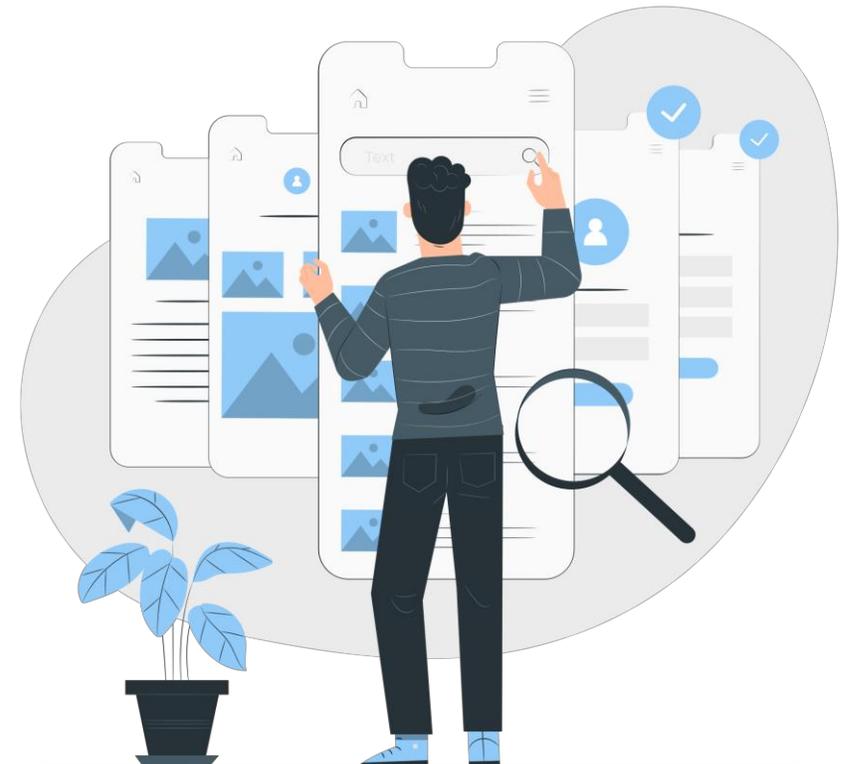
Die Entwicklung des M-Commerce ist sehr schnell, daher sollte Ihr Aktionsplan auch diesen Bereich umfassen.



M-Commerce

Bei der Einführung des M-Commerce ist die so genannte **mobile Lücke** zu beachten. Dieser Begriff wird verwendet, um den Unterschied in der Konversion zwischen mobilen und Desktop-Geräten zu beschreiben. Er definiert das Verhältnis zwischen dem über mobile Geräte generierten Traffic und den damit erzielten Einnahmen.

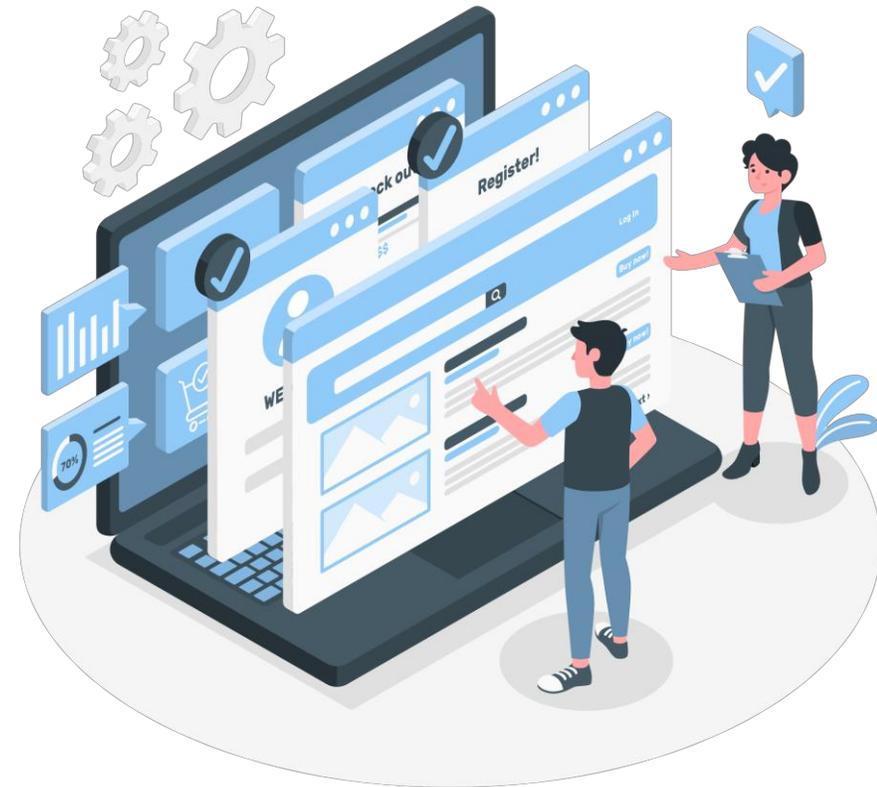
Mit anderen Worten: Die Mobilitätslücke ist ein Begriff, der das Verhältnis zwischen dem über Mobilgeräte generierten Datenverkehr und der Umsatzgenerierung (tatsächlich verkaufte Artikel) definiert. Und dieses Verhältnis ist niedriger als die Konversionsraten bei der Verwendung von Desktop-Geräten zum Stöbern und Einkaufen, weshalb es auch als mobile Lücke bezeichnet wird.



M-Commerce

Worauf ist zu achten, damit Ihr Online-Shop für mobile Geräte die bestmögliche Leistung erbringt?

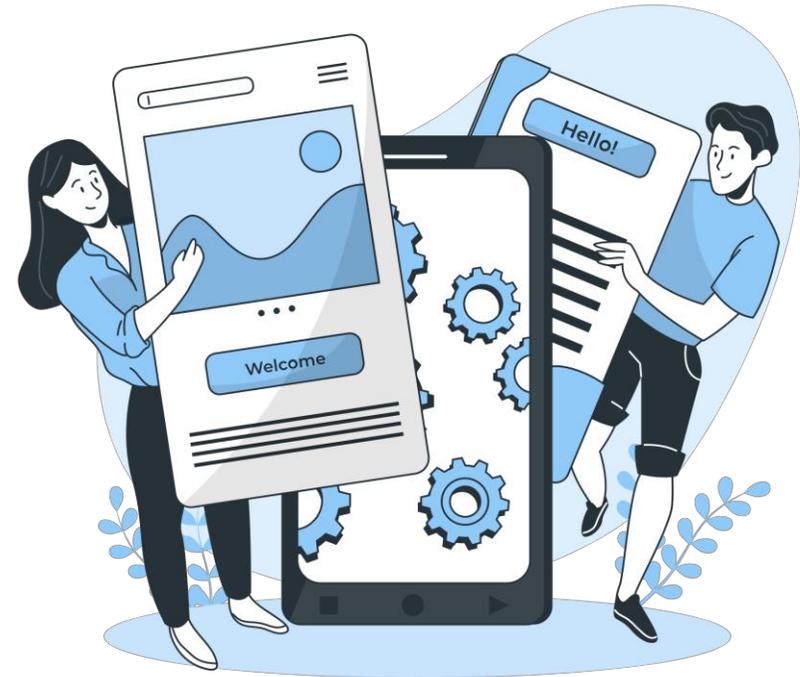
- **Optimierung** - Ihr Online-Shop sollte sowohl optisch ansprechend als auch funktional sein. In diesem Fall lohnt es sich, die PWA-Technologie (Progressive Web App) zu verwenden, die eine Kombination aus einer Website und einer mobilen Anwendung ist. Der Vorteil dieser Technologie ist die Kostenersparnis, da wir keine mobile Anwendung erstellen müssen, sondern Ihre Website nur als Verknüpfung auf dem Bildschirm eines mobilen Geräts speichern(1).



(1) IdoSell Shop. (b.d.). Sklep internetowy uruchamiany jak aplikacja na urządzeniach mobilnych w technologii (PWA). Pozyskane z <https://www.idosell.com/pl/shop/mobile/pwa/progressive-web-app-pwa-sklep-internetowy-uruchamiany-jak-aplikacja-na-telefonie-komorkowym/>.

M-Commerce

- **Präsentation der Produkte/Dienstleistungen** - Die Darstellung von Angeboten auf mobilen Geräten unterscheidet sich von der Darstellung auf einem Desktop-Computer. Mobile Geräte haben bestimmte Einschränkungen, einschließlich der Bildschirmgröße. Achten Sie daher bei der Erstellung eines Online-Shops, der auf mobilen Geräten zugänglich sein soll, darauf, wie Ihre Kunden durch den Shop navigieren werden. Stellen Sie sicher, dass die Navigation durch den Shop intuitiv, aber auch visuell ansprechend ist. Die Namen und Preise der Produkte sollten auf der Seite hervorstechen, und die Schriftart sollte entsprechend angepasst werden.



Sicherheit

Die Sicherheit beim Online-Shopping ist ein wesentliches Element bei der Einführung des elektronischen Geschäftsverkehrs in Ihrem Unternehmen. Die Kunden sind vielen verschiedenen Risiken ausgesetzt, daher müssen Sie sich über die Gefahren des Online-Shoppings im Klaren sein.

Der Betrieb eines Online-Shops beinhaltet die Speicherung sensibler Daten Ihrer Kunden, was einen potenziellen Angriff durch Hacker mit sich bringt.

Deshalb ist es eine gute Idee, sich bereits in den ersten Phasen der Einrichtung Ihres Online-Shops/ihrer Plattform um die Sicherheit zu kümmern.



Sicherheit

Wie sorgen Sie für die Sicherheit Ihres Online-Shops?

- Um die Sicherheit Ihrer Kunden zu gewährleisten, müssen Sie **Ihre Systeme** ständig **aktualisieren**, und Ihr Entwickler muss Ihnen einen Schutz bieten, der Sie vor potenziellen Hackerangriffen bewahrt.
- Ein weiterer Aspekt ist die **Datenschutzgrundverordnung (GDPR)**, die beim Betrieb eines eigenen Online-Shops Priorität haben sollte (mehr über GDPR: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>). Die Kunden sollten über Datenschutzrichtlinien und Datenschutz informiert werden.



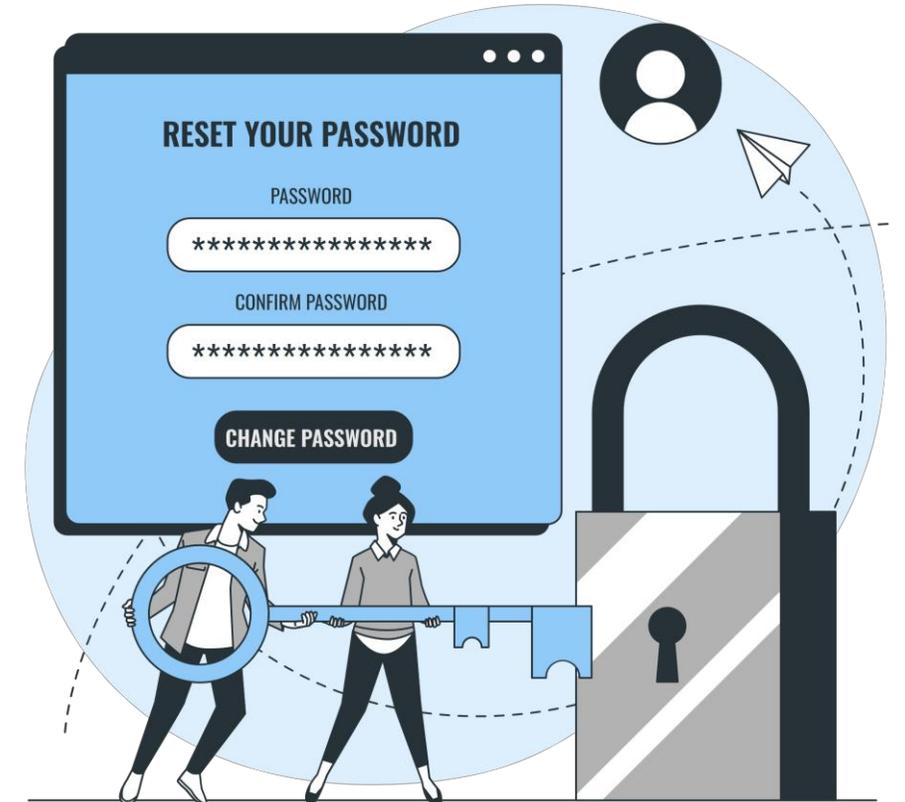
Sicherheit

- Achten Sie bei der Auswahl einer E-Commerce-Plattformvorlage darauf, dass Sie Bewertungen der Plattform lesen und eine Plattform wählen, die auf dem Markt gut etabliert ist.
- Ein weiteres sehr wichtiges Thema sind **Secure Sockets Layer (SSL)**-Zertifikate für Kartentransaktionen. Die Kunden sind zunehmend anfällig für Hackerangriffe und achten daher darauf, ob der Online-Shop, in dem sie einkaufen, sicher ist. Daher sollte das "Vorhängeschloss", das während des Zahlungsvorgangs angezeigt wird, eine Priorität sein.



Sicherheit

- Die Daten, die Sie in Ihrem Online-Geschäft sammeln, sind Ihr Schatz, den Sie gut schützen sollten. Es gibt Methoden, um Ihre Daten automatisch zu sichern, so dass Sie dies nicht manuell tun müssen.
- Alle Mitarbeiter, die Sie einstellen, sollten entsprechend in den Sicherheitsrichtlinien geschult werden. Sorgen Sie dafür, dass auch die Kunden wissen, wie sie Ihr Geschäft sicher nutzen können (schlagen Sie bei der Einrichtung eines Kontos die Wahl eines sicheren Passworts vor usw.).



Nützliche Tools

Dieses Modul soll Sie in die Funktionsweise des elektronischen Handels einführen. Da es sich um ein sehr umfangreiches Thema handelt, haben wir im letzten Abschnitt ein Toolkit vorbereitet, das Ihnen helfen wird, dieses Thema zu vertiefen.

Achten Sie bei Ihren eigenen Recherchen auf das Profil Ihres eigenen Unternehmens und Ihre Erfahrung.

All diese Faktoren wirken sich darauf aus, wie Sie Ihr E-Commerce-Geschäft.



Nützliche Tools

Artikel:

<https://ecommerce-platforms.com/glossary/ecommerce> - Ein Artikel über den elektronischen Handel. Eine Sammlung von Schlüsselkonzepten und Tools.

<https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/#advantages-of-ecommerce> - Vorteile des elektronischen Geschäftsverkehrs

<https://www.thebalancesmb.com/best-e-commerce-books-1141449> - Eine Sammlung der besten Bücher zum Thema E-Commerce

<https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/ecommerce-trends/> - Trends im elektronischen Handel



Nützliche Tools

Kostenlose Online-Tools:

<https://websitesetup.org/best-ecommerce-platform/> - Ein Überblick über Plattformen und kostenlose Online-Tools, die Sie beim Betrieb Ihres Online-Shops unterstützen.

<https://www.ecommerceceo.com/ecommerce-tools/> - Überblick über E-Commerce-Tools für Unternehmen

<https://influencermarketinghub.com/top-ecommerce-tools/> - Die besten Online-Tools für Ihren Erfolg im elektronischen Handel

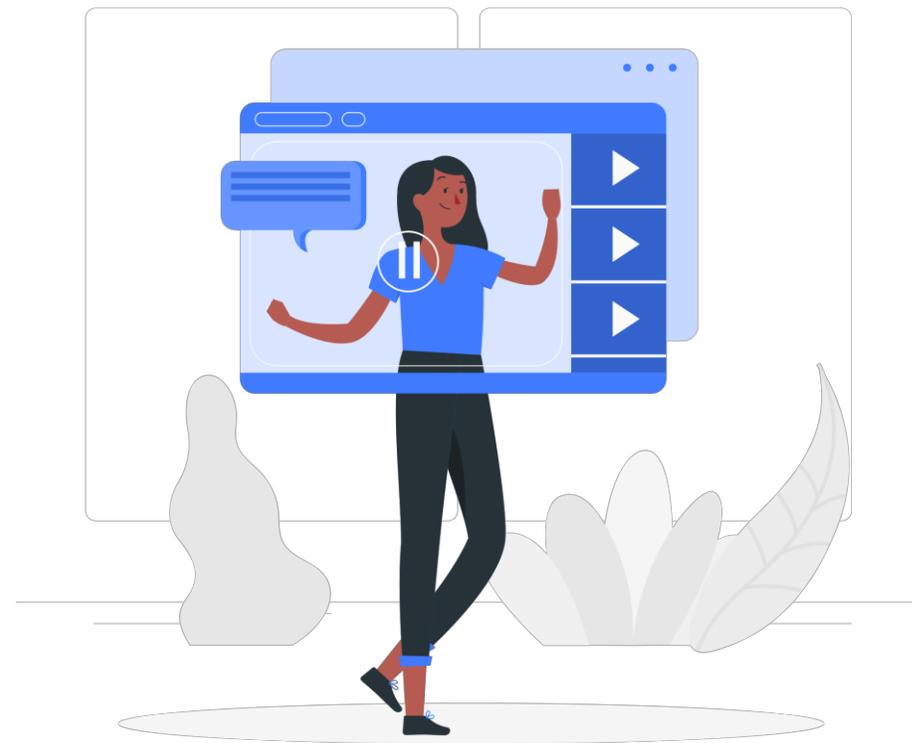


Nützliche Tools

Video/Webinare:

<https://www.youtube.com/watch?v=VOppRAaOmw4> - e-Commerce, wie fängt man an?

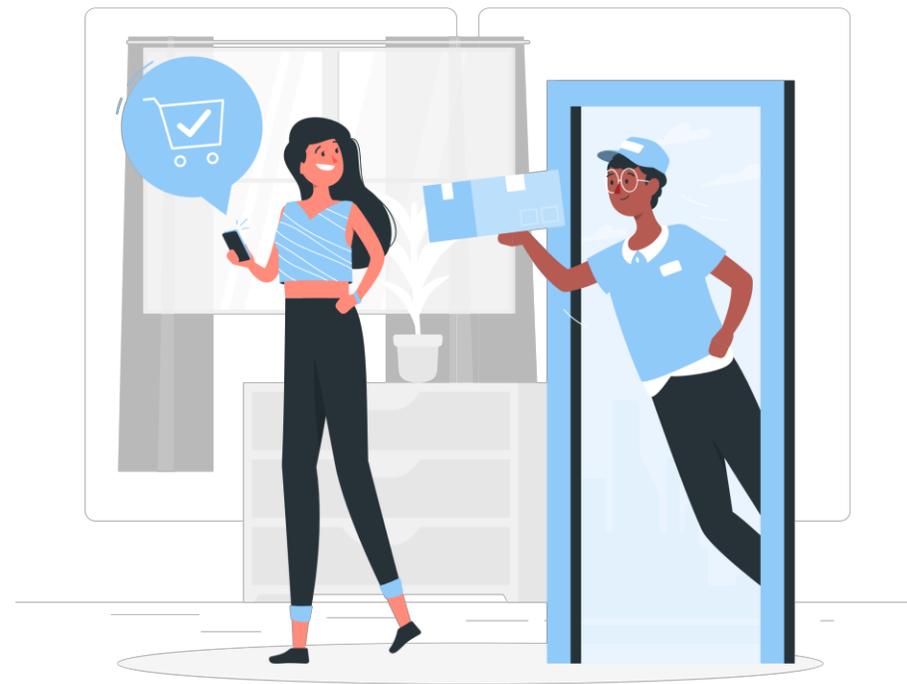
<https://www.youtube.com/watch?v=MnrhZdsTzQY> - Eine Sammlung von Erfolgsgeschichten aus dem Bereich des elektronischen Handels



Zusammenfassung

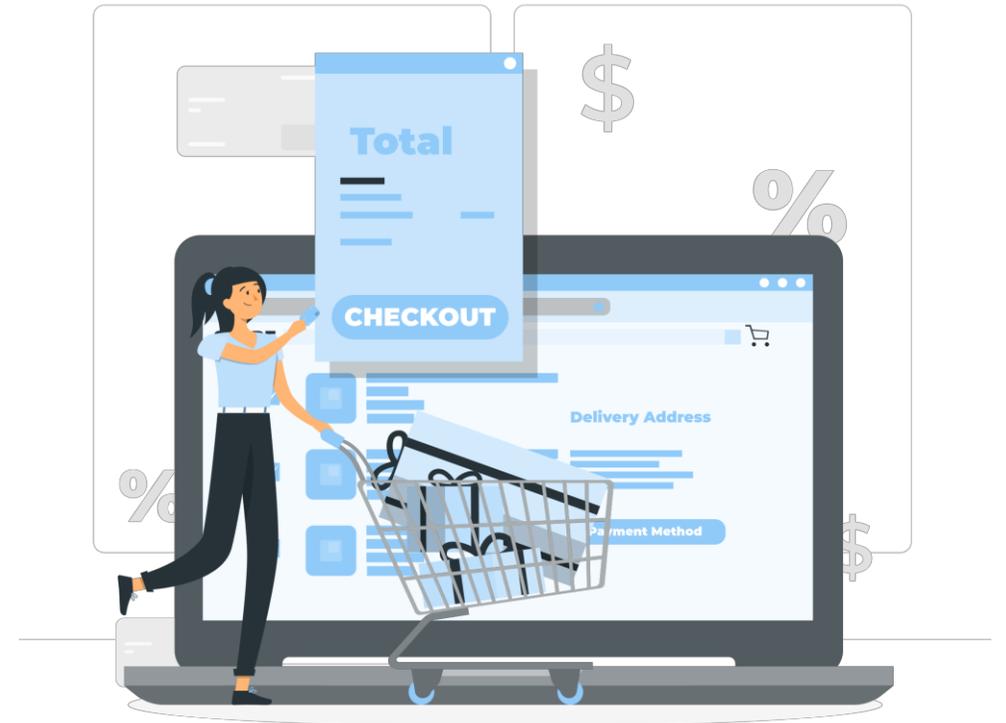
Einige Tipps, die Ihnen beim Betrieb Ihres Online-Shops helfen:

- Stellen Sie eine verständliche Rückgabepolitik auf Ihre Website. Wenn Sie Ihre Kunden darüber informieren, welche Waren sie zurückgeben können, welche Bedingungen erfüllt sein müssen und wie sie eine Rückgabe beantragen können, vermeiden Sie unangenehme Situationen.
- Wählen Sie Ihre Lieferanten mit Bedacht aus - alle Dienstleistungen, die Sie auslagern, sollten von Fachleuten erbracht werden, die Experten auf ihrem Gebiet sind. Wählen Sie bewährte Unternehmen und berücksichtigen Sie dabei Ihre finanziellen Möglichkeiten.



Zusammenfassung

- Achten Sie auf die Kosten, die Sie verursachen, und treffen Sie Ihre Entscheidungen nach Abwägung der Risiken.
- Informieren Sie sich über den Markt und die Konkurrenz, bevor Sie Maßnahmen planen.
- Passen Sie das visuelle Thema Ihres Online-Shops an die Waren an, die Sie verkaufen, und sorgen Sie für gute Werbung. Kennen Sie Ihr Zielpublikum und seien Sie in den sozialen Medien aktiv.
- Denken Sie daran, dass die Sicherheit Ihres Online-Shops **oberste Priorität haben** sollte!



ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

MODUL 2

Kompetenzen für die Internationalisierung





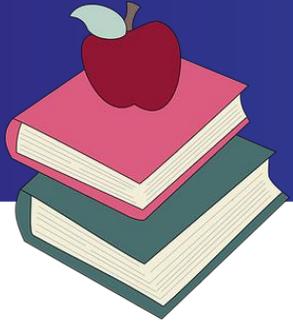
HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG EINFÜHRUNG (1/2)

EINFÜHRUNG

Die Internationalisierung macht die **Entwicklung von Fertigkeiten**, um sich neuen Märkten und dem globalen Wettbewerb zu stellen, zu einer Notwendigkeit, aber gerade der Mangel an Personal mit angemessenen Fertigkeiten ist eines der Haupthindernisse, denen sich die Warenhersteller gegenübersehen. Insbesondere mit dem Grad der Komplexität der Auslandspräsenz steigt die Bedeutung, die hohen Expertenressourcen beigemessen wird, während die geringe Größe der Unternehmen die Ausstattung mit den erforderlichen Fähigkeiten nicht vereinfacht.

Während große Unternehmen dazu neigen, Personal mit *besseren Qualifikationen zu beschaffen*, indem sie bereits qualifiziertes Personal auswählen und einstellen, das auch durch bessere Karriereaussichten angezogen wird, neigen KMU dazu, der Entwicklung von Qualifikationen des bereits im Unternehmen vorhandenen Personals Vorrang einzuräumen, da kleine Familienunternehmen dazu neigen, die Verwaltung strategischer Aspekte des Unternehmens nicht an ein Management außerhalb des Unternehmens zu delegieren. Dies bedeutet, dass die **Ausbildungsinitiativen, die Neuqualifizierung und die Aktualisierung der Kompetenzen des Unternehmers selbst und des internen Personals der KMU für die internationale Entwicklung entscheidend sind.**



DIE STRUKTUR DES HANDBUCHS

Dieses Modul bietet interessante und anregende Kapitel über die Entwicklung der wichtigsten Soft Skills, die für Unternehmer notwendig sind, die beabsichtigen, ihre kleinen und mittleren Unternehmen durch die Verbesserung der Kompetenzen im Bereich der Internationalisierung auf neue Märkte auszurichten. In diesem Modul werden die folgenden Fähigkeiten anhand von Definitionen, nützlichen Links und Videos beschrieben, um Ihr Wissen zu vertiefen und weitere Fähigkeiten im Bereich des Außenhandels zu erwerben:



KULTURELLES BEWUSSTSEIN



KOMMUNIKATION



FÜHRUNGSKRÄFTE



INNOVATION

Anhang 1 enthält außerdem ein **Glossar** mit den wichtigsten Begriffen in englischer Sprache für diejenigen, die sich Grundkenntnisse in Englisch aneignen wollen, um mit ausländischen Kunden und/oder Lieferanten zu kommunizieren oder sie besser zu verstehen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

Was bedeutet "kulturelles Bewusstsein"?

Kulturelles Bewusstsein bedeutet, bei der Kommunikation oder Interaktion mit Angehörigen anderer kultureller Gruppen für die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen zwei Kulturen sensibel zu sein. Kulturelle Sensibilität beinhaltet die Vermittlung von Werten, Einstellungen und Kenntnissen, die Offenheit und Respekt für andere Kulturen, Religionen, Sprachen, Kleidungsstile und Kommunikationsweisen zeigen.

<https://www.commisceo-global.com/blog/what-does-cultural-awareness-mean>

Cultural Awareness hilft Fachleuten, die Auswirkungen der Kultur **auf das Geschäftsleben zu** verstehen - sei es beim Aufbau von Beziehungen, bei Verhandlungen und im Management oder in Marketing, Vertrieb und Geschäftsentwicklung. Darüber hinaus hilft es, den Menschen die Fähigkeiten und Instrumente zu vermitteln, um mit kulturellen Unterschieden positiv umzugehen.

<https://www.commisceo-global.com/blog/cultural-awareness-in-international-business>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

DIE STUFEN DES KULTURELLEN BEWUSSTSEINS

Stufe 1: Blindheit – unabsichtlich und unbewusst

Die Menschen sind sich ihrer eigenen Art und Weise, die Dinge zu tun, bewusst und denken, dass ihre Art und Weise die einzige ist, und vernachlässigen so alle kulturellen Unterschiede.

Stufe 2 - Sensibilität - bewusst aber unabsichtlich

In dieser Phase sind sich die Menschen einiger anderer Vorgehensweisen bewusst, halten aber dennoch ihre Vorgehensweise für die beste unter allen anderen Möglichkeiten. Daher halten die Menschen die Auswirkungen kultureller Unterschiede für problematisch, so dass ihre Bedeutung reduziert wird.

Stufe 3 - Kompetenz - bewusst wahrnehmen

In dieser Phase sind sich die Menschen sowohl ihrer eigenen als auch der Vorgehensweisen anderer bewusst und wählen je nach den Umständen den besten Weg. Die Menschen verstehen, dass kulturelle Unterschiede sowohl problematisch als auch vorteilhaft sein können, aber sie sind bereit, sie zu nutzen, um neue Alternativen/Lösungen zu finden.

Stufe 4 - Fertigkeiten - unbewusstes wahrnehmen

Dies ist die letzte Phase, in der Menschen mit unterschiedlichem kulturellem Hintergrund zusammengebracht werden, um eine Kultur mit einem gemeinsamen Bedeutungskontext zu schaffen. Ständige Lösungen für Probleme werden möglicherweise durch neue Regeln und Treffen geschaffen

<https://www.cleverism.com/lexicon/cultural-awareness/>



NÜTZLICHE HINWEISE ZU KULTURELLEN UNTERSCHIEDEN

1. eine kritische Distanz und keine schnellen Urteile, bevor sie die andere Person bewerten oder definieren;
2. denken nicht, dass unsere Kultur einer anderen überlegen ist;
3. die Grundlagen der anderen Sprache kennen;
4. lernen mögliche Unklarheiten/Missverständnisse zu tolerieren;
5. versuchen, die kulturellen Codes des anderen Landes zu verstehen;
6. Denken Sie daran, dass auch nonverbale Kommunikation (Gesten, Schweigen usw.) je nach Kultur unterschiedlich interpretiert werden kann;
7. vertrauen nicht auf Stereotypen und haben keine Werturteile oder Vorurteile, bevor sie mit der anderen Kultur in Kontakt treten.

https://www.ao.camcom.it/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/PDF/scheda_interculturalita_def.pdf



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

LERNRESULTATE

- ein Verständnis für die Kommunikation innerhalb von und zwischen sozialen Gruppen und in Bezug auf sich selbst und ihre eigene Kultur entwickeln;
- Beispiele für kulturelle Voreingenommenheit zu ermitteln, um festzustellen, wo es zu Missverständnissen zwischen kulturellen Gruppen kommen kann;
- ein Verständnis für kulturelle Unterschiede im Vergleich zu ihrer eigenen Kultur zu zeigen und in der Lage zu sein, in einem multikulturellen Umfeld objektiver zu reflektieren und effektiv zusammenzuarbeiten;
- eine Sensibilität für die sozialen, kulturellen und politischen Fragen im Zusammenhang mit der Sprache zu zeigen;
- die Einflüsse und Auswirkungen der Geschichte auf Kultur und Sprache zu erkennen, um ein tieferes Verständnis einer ausgewählten Kultur und Sprache in der gewählten Fallstudie zu erlangen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 1: KULTURELLES BEWUSSTSEIN

Mehr lesen und sehen:

<https://www.kent.ac.uk/courses/modules/module/ENLA4007>

https://www.ao.camcom.it/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/PDF/scheda_interculturalita_def.pdf

<https://www.commisceo-global.com/blog/what-does-cultural-awareness-mean>

<https://www.getimpactly.com/post/importance-of-cultural-awareness>

<https://www.cleverism.com/lexicon/cultural-awareness/>

Kultur und kulturelles Bewusstsein

<https://www.youtube.com/watch?v=CUnocjp0xSY>

Entwicklung eines kulturellen Bewusstseins

<https://www.youtube.com/watch?v=mklKePi10AI>

Kulturelles Bewusstsein am Arbeitsplatz

<https://www.youtube.com/watch?v=4Gwgls50J30>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION

Was bedeutet "Kommunikation"?

Kommunikation ist der Prozess des Sendens und Empfangens von Informationen durch verbale oder nonverbale Mittel, einschließlich Sprache oder mündliche Kommunikation, Schrift und grafische Darstellungen (wie Infografiken, Karten und Diagramme) sowie Zeichen, Signale und Verhalten. Einfacher ausgedrückt: Kommunikation ist "die Schaffung und der Austausch von Bedeutung". (Richard Nordquist, 2019) Die Methoden der Kommunikation variieren von Kultur zu Kultur. Das Thema interkulturelle Kommunikation spielt in der Wirtschaft eine große Rolle und mit der zunehmenden Bedeutung des Internets wächst auch die Bedeutung der kulturspezifischen Kommunikation im Webdesign. (Christina Kniewasser, 2017)



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

INTERNATIONALE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION

Die internationale Geschäftskommunikation unterscheidet sich nicht von der normalen Geschäftskommunikation, nur dass sie kulturübergreifend stattfindet. Dies kann jedoch eine Herausforderung sein, da sich kulturelle Normen und Erwartungen von Land zu Land stark unterscheiden können.

Die internationale Kommunikation kann durch Sprachbarrieren, unterschiedliche Geschäftspraktiken und den Einsatz von Technologie zusätzlich erschwert werden. Mit einer sorgfältigen Planung, einer fachkundigen Schulung und einem grundlegenden Verständnis der Grundsätze der interkulturellen Kommunikation können Sie diese Herausforderungen jedoch meistern und internationale Geschäftsbeziehungen erfolgreich abwickeln.

<https://www.simonandsimon.co.uk/>



Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Interne Unternehmenskommunikation

Interne Unternehmenskommunikation ist die Kommunikation zwischen Mitarbeitern innerhalb eines Unternehmens. Einige gängige Arten der internen Unternehmenskommunikation sind:

- E-Mails
- Memos
- Berichte
- Sitzungen und Protokolle

Internationale Kommunikationsfähigkeiten sind für die interne Unternehmenskommunikation von entscheidender Bedeutung. Denn wenn verschiedene Abteilungen zusammenarbeiten, müssen sie in der Lage sein, problemlos miteinander zu kommunizieren, um produktiv zu sein und zusammenzuhalten.

Interne Kommunikation ist ein Bereich, in dem Sie keine Probleme haben wollen. Wenn E-Mails falsch interpretiert werden oder ein Memo nicht richtig verstanden wird, kann dies zu Verwirrung und Frustration bei den Mitarbeitern führen. Dies kann zu einer geringeren Produktivität und sogar zu Konflikten führen.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Externe Unternehmenskommunikation

Externe Unternehmenskommunikation ist die Kommunikation zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden, Lieferanten oder anderen Unternehmen. Einige gängige Arten der externen Unternehmenskommunikation sind:

- Werbung
- Presseveröffentlichungen
- Inhalt der Website
- Direkte Anrufe/Online-Sitzungen

Internationale Kommunikationsfähigkeiten sind auch für die externe Unternehmenskommunikation von entscheidender Bedeutung. Denn wenn Unternehmen miteinander oder mit Kunden kommunizieren, müssen sie in der Lage sein, die Absichten und Bedürfnisse des anderen leicht zu verstehen.

Damit ein Unternehmen erfolgreich nach außen kommunizieren kann, muss es über Mitarbeiter verfügen, die in der internationalen Geschäftskommunikation versiert sind. Dazu gehört, dass sie die richtige Terminologie verstehen und verwenden können und sich der kulturellen Gegebenheiten bewusst sind.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Arten der internationalen Geschäftskommunikation

Tipps für eine effiziente Kommunikation:

- Verwenden Sie eine klare und prägnante Sprache. -
- Vermeiden Sie Slang und Redewendungen.
- Nehmen Sie sich Zeit, um die Bedürfnisse Ihrer internationalen Kollegen/Kunden zu verstehen. -
- Verwenden Sie geeignete Kommunikationskanäle. Wenn Sie mit jemandem aus einem anderen Land kommunizieren, achten Sie darauf, dass Sie die entsprechenden Kommunikationskanäle nutzen.
- Achten Sie auf Ihre Körpersprache.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

LERNZIELE

Sie werden dazu in der Lage sein:

- Kenntnisse über menschliche Kommunikation und Sprachprozesse in verschiedenen Kontexten verstehen und anwenden;
- die wichtigsten theoretischen Ansätze, die im interdisziplinären Bereich der Kommunikation verwendet werden, zu verstehen und zu bewerten;
- die mit dem Studium der menschlichen Kommunikation verbundenen Forschungsmethoden verstehen und mindestens einen dieser Ansätze zur Analyse und Bewertung der menschlichen Kommunikation anwenden;
- Kenntnisse, Fähigkeiten und Urteilsvermögen im Bereich der menschlichen Kommunikation zu entwickeln, die ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit mit anderen erleichtern;
- sich mündlich und schriftlich wirksam zu verständigen.
- die Auswirkungen von Kultur auf Einzelpersonen, Teams und Organisationen im internationalen Geschäfts- und Marketingkontext erklären
- Entwicklung von Strategien im interkulturellen Business und Marketing auf der Grundlage von Wissen und Verständnis für die Dynamik interkultureller Interaktion



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 2: KOMMUNIKATION

Mehr lesen & sehen

Was ist Kommunikation: Die Kunst des Kommunizierens und wie man sie wirkungsvoll einsetzt

<https://www.thoughtco.com/what-is-communication-1689877>

Kommunikation Lernergebnisse

<https://usm.maine.edu/communication-media-studies/communication-learning-outcomes>

Bennett, M. J. (1988) Ein entwicklungsorientierter Ansatz für das Training interkultureller Sensibilität. Internationale Zeitschrift für interkulturelle Beziehungen.

Chen, G. M. und Starosta, W. J. (2005) Foundations of intercultural communication. Lanham, Maryland: University Press of America, Inc.

Videos:

Wie man das Zuhören verbessern kann

<https://www.youtube.com/watch?v=iWPkHHlchIero> Zuhören können - YouTube

Effektive Kommunikationsfähigkeiten

<https://www.youtube.com/watch?v=6pYSbdGiDY>

Kommunikation - Grundlagen und Wichtigkeit

<https://www.youtube.com/watch?v=2Lkb7OSRdGE&t=37>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

LEADERSHIP

Was bedeutet "Leadership"?

Führung ist die Kunst, eine Gruppe von Menschen zu motivieren, sich für ein gemeinsames Ziel einzusetzen. In einem Unternehmen kann dies bedeuten, Mitarbeiter und Kollegen mit einer Strategie zu leiten, um die Bedürfnisse des Unternehmens zu erfüllen.

<https://www.thebalancesmb.com/leadership-definition-2948275>

Unter Führung **in der Wirtschaft** versteht man die Fähigkeit des Managements eines Unternehmens, anspruchsvolle Ziele zu setzen und zu erreichen, bei Bedarf schnell und entschlossen zu handeln, die Konkurrenz zu übertreffen und andere zu Höchstleistungen zu inspirieren.

<https://www.investopedia.com>



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Kommunikationsfähigkeit

Die Führungskräfte müssen:

- Inspirieren und Motivieren von Mitarbeitern in verschiedenen Abteilungen;
- Aufgaben effektiv delegieren.
- Geben Sie konstruktives Feedback, das zur Verbesserung der Teamleistung beiträgt;
- Selbstbewusste Kommunikation in Teamsitzungen, unter vier Augen und mit vielen verschiedenen Persönlichkeitstypen.

Fähigkeiten zur Delegation

Die Führungskraft muss in der Lage sein:

- Weisen Sie Ihrem Team Aufgaben zu und steuern Sie gleichzeitig die strategische Ausrichtung mit einem praktischen Ansatz



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Organisatorische Fähigkeiten

Die Führungskraft muss über die folgenden Fähigkeiten und Fertigkeiten verfügen:

- Zeitmanagement;
- Prioritäten setzen;
- Terminplanung;
- Flexibilität und Anpassungsfähigkeit;
- Multitasking;
- Projektleitung.
- Fähigkeit, eine Arbeitsgruppe zu organisieren und effektiv zu leiten.

FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Zwischenmenschliche Fähigkeiten

Der Leader muss:

- Alle Teammitglieder motivieren
- Emotionale Intelligenz zeigen (Einfühlungsvermögen und Zuhören)
- Konfliktmanagement - sich in die Lage einer anderen Person versetzen, um ihre Gefühle, Gedanken und Handlungen zu verstehen und sich schließlich vorzustellen, wie sie sich fühlen muss.
- Beeinflussung - um die Leistung und Entwicklung ihres Teams zu fördern.
- Kommunikation: Effektive Kommunikation - sowohl verbal als auch nonverbal.



FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Fähigkeiten zur Problemlösung

Problemlösung bezieht sich auf die Fähigkeit, Probleme zu analysieren, zu diagnostizieren und effektiv zu lösen.

Die Führungskraft ist in der Lage, bei Problemen erfolgreiche Entscheidungen zu treffen und umzusetzen, Lösungen für komplexe und unerwartete Situationen zu finden und gleichzeitig Projekte termingerecht abzuschließen.

Die wichtigsten Schritte zur Problemlösung sind die folgenden:

- Identifizieren und definieren Sie das Problem: Investieren Sie Zeit in das Verständnis und die Definition des Umfangs und der Art des Problems, um mehrere gute Lösungen zu finden, bevor Sie Maßnahmen ergreifen.
- Analysieren Sie das Problem:
- Entwicklung von Lösungen: Sobald das Problem identifiziert und analysiert ist, müssen Lösungen in einem Brainstorming erarbeitet werden.



FÜHRUNGSVORTEILE

Es gibt eine ganze Reihe wichtiger Vorteile von Führungskompetenzen am Arbeitsplatz. Die 4 wichtigsten Vorteile, die Führungsqualitäten den Organisationen bringen können.

1. **Bessere finanzielle Leistung**

Eine Person mit hervorragenden Führungsqualitäten kann die finanzielle Leistung des Unternehmens verbessern, indem sie die Prioritäten des Teams auf die Geschäftsziele abstimmt.

2. **Fähigkeit, Talente anzuziehen und zu halten**

Unternehmen mit einer hervorragenden Führungspersönlichkeit können die Mitarbeiterbindung verbessern, da sich ihre Teams von ihren Führungskräften unterstützt und motiviert fühlen.



FÜHRUNGSVORTEILE

3. Verbesserte Kundenbindungsraten

Unternehmen, die großartige Führungskräfte einstellen, können die Kundenbindungsraten verbessern, weil sich ihr Team von der Führungskraft unterstützt und geleitet fühlt, was gleichzeitig zu besseren Ergebnissen und einer positiveren Erfahrung für die Kunden führt.

4. Erhöhte geschäftliche Agilität

Großartige Führungskräfte sind selbstbewusst im Umgang mit organisatorischen Veränderungen. Sie bleiben während der Anpassungsphase kühl, ruhig und gelassen und sind bereit, ihren Mitarbeitern zu helfen, zu verstehen, warum und wie der Wandel stattfindet. Sie sind auch in der Lage, dafür zu sorgen, dass die Kunden während der Veränderungen zufrieden bleiben.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

LEADERSHIP vs. MANAGEMENT

Führung ist definiert als eine soziale Beziehung zwischen zwei oder mehr Personen, die voneinander abhängig sind, um bestimmte gemeinsame Ziele in einer Gruppensituation zu erreichen. Gute Führung hilft Einzelpersonen und Gruppen, ihre Ziele zu erreichen, indem sie sich auf die Bedürfnisse und Aufgaben der Gruppe konzentriert.

VS

Management wird allgemein definiert als der Prozess der Planung, Organisation, Leitung und Kontrolle der Aktivitäten von Mitarbeitern in Verbindung mit anderen Ressourcen, um die Ziele der Organisation zu erreichen. In gewisser Weise ist Management die Umsetzung des Führungskonzepts in die Praxis.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

E-LEADERSHIP

E-Leadership-Fähigkeiten sind die Fähigkeit, **digitale Technologien** in jeder Art von Organisation und innovative Technologien in dem spezifischen Marktsektor, in dem sie tätig ist, optimal zu nutzen.

Die digitalen Kompetenzen sind eng mit den für die Führungskraft typischen **transversalen Kompetenzen** und den spezifischen Kompetenzen des Sektors verbunden.

Der e-Leader ist in der Lage, digitale Technologien zu nutzen, um digitale Innovationsprojekte zu definieren und umzusetzen. Seine Professionalität ist das Ergebnis einer kontinuierlichen Integration von Fähigkeiten, die er in Ausbildungskursen oder auf seinem beruflichen Weg erworben hat.

LERNZIELE

- verstehen, wie aktuelle Technologien genutzt werden können, um im beruflichen Umfeld effektiv zu kommunizieren;
- Informationen zu sammeln, zu bewerten und zu nutzen, um fundierte und gut begründete Entscheidungen zu treffen;
- Anwendung von Führungstheorien zur Schaffung eines effektiven Teamumfelds am Arbeitsplatz;
- ein umfassendes Verständnis von effektiven Führungsrollen und -strategien haben und in der Lage sein, diese in einer Vielzahl von beruflichen, persönlichen und gesellschaftlichen Umfeldern anzuwenden.
- die Fähigkeit nachweisen, Kommunikationstheorien zu verstehen und anzuwenden, um in einer Vielzahl von Führungssituationen angemessene Veränderungen zu bewirken.



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 3: LEADERSHIP

Mehr lesen & sehen

Der unendliche Anführer

Lewis C. & Malgrem P. (2020). *Der unendliche Führer*. UK. Kogan Page.

Große Führungspersönlichkeiten: Wie sie Erfolg hatten

<https://www.resourcefulmanager.com/guides/successful-leaders/>

Problemlösung: Eine wichtige Führungskompetenz

<https://www.floridatechonline.com/blog/business/problem-solving-a-critical-leadership-skill/>

Videos:

Was ist E-Leadership?

<https://www.youtube.com/watch?v=sK48DH1vvVY>

Wie man eine Führungskraft wird - Motivationsrede von Simon Sinek

<https://www.youtube.com/watch?v=urrYhnaKvy4>



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 4: INNOVATION

INNOVATION

Was bedeutet "Innovation" im Rahmen der Internationalisierung?



Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) durchlaufen verschiedene Lebenszyklen, die sich auf ihre Geschäftsmodelle auswirken, wenn sie versuchen, neue Märkte im Ausland zu erschließen. Obwohl Wissenschaftler, die sich mit internationalem Unternehmertum befassen, die Bedeutung der Erforschung der Gründung und des Wachstums von Unternehmen erkannt haben, gibt es nur wenige Studien, die sich mit der Frage befassen, wie die wichtigsten Entscheidungsträger ihr Geschäftsmodell beeinflussen, insbesondere wenn sie eine erfolgreiche Internationalisierung anstreben. Das gemeinsame Ziel bei der Gründung eines Unternehmens ist es, profitabel zu sein, die Wettbewerbsposition zu verbessern und die Leistung im In- und Ausland zu steigern. Unternehmen, die eine Internationalisierung anstreben, stehen vor der wichtigen Aufgabe, ihre Geschäftsmodelle neu zu konfigurieren und ihre Aktivitäten aufeinander abzustimmen, um Unsicherheiten zu bewältigen und erkannte Chancen effektiv zu nutzen.

INNOVATION

Betrachten Sie zunächst jeden Bereich als ein Portfolio. Betrachten Sie nun die Möglichkeiten und Experimente, die sich in jedem Bereich ergeben, und bewerten Sie diese:

- Die Auswirkungen, die dies auf den Markt haben könnte.
- Die Auswirkungen, die sie auf das Wachstum und die Erneuerung des Unternehmens haben könnte. Welches Potenzial hat der Bereich, um zur Schließung der Wachstumslücke Ihres Unternehmens beizutragen? Wie groß muss sie sein?
- Die Auswirkungen auf Ihre Fähigkeiten. Fördert sie die Entwicklung neuer Fähigkeiten? Werden bestehende Fähigkeiten neu genutzt?
- Reifegrad der einzelnen Projekte oder Chancen im Portfolio.

Nehmen Sie keine Aufgaben in Angriff, die entweder für sich allein nicht vielversprechend sind oder die nicht mit anderen Zielen in dem Bereich kombiniert werden können, um etwas Größeres zu schaffen.



INNOVATION

Tipps und Schritte für erfolgreiche Innovationen im Bereich der Internalisierung

Befolgung der Schritte und Rollen, die für die richtige Ausrichtung und das Engagement erforderlich sind, was zu einem erfolgreicherem und nachhaltigerem Innovationsprogramm oder Produkt führen wird:

- 1. Aufsicht durch Führungskräfte:** Vision, Sponsoring und Verantwortlichkeit
- 2. Forschung und Entwicklung:** Die Entdeckung neuer Horizonte für disruptive Produktfähigkeiten
- 3. Finanzen:** Neue Geschäftsmodelle und Verbraucheroptionen schaffen
- 4. Vertrieb und Marketing:** Die Art und Weise, wie wir auf den Markt gehen, verändert sich
- 5. Operationen:** Anpassung der Organisation an den raschen Wandel im Rahmen der Internalisierung

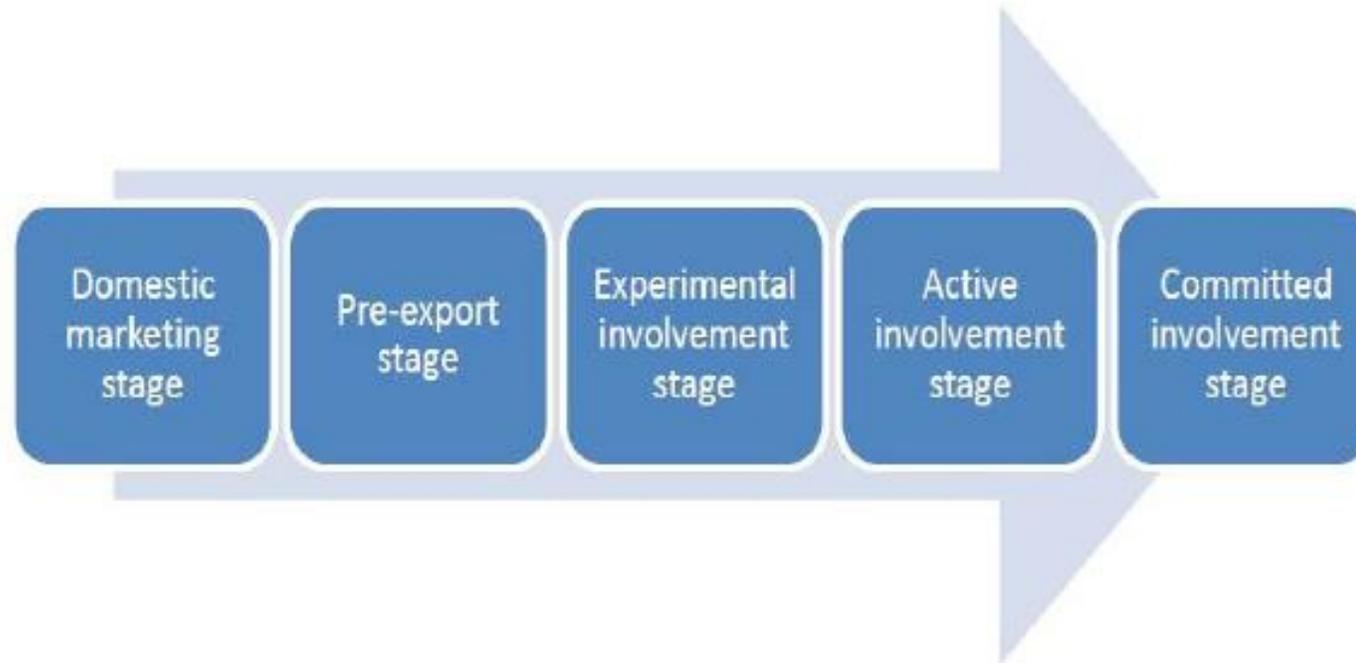


HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

Modul 2: SKILLS FÜR DIE INTERNATIONALISIERUNG

Kapitel 4: INNOVATION

Schritte zur Entwicklung von Innovationen auf einem neuen Markt





LERNZIELE

Sie werden dazu in der Lage sein:

- Die Herausforderungen der Innovation aus der Perspektive eines breiten Spektrums von Sektoren, einschließlich der Dienstleistungs- und Kreativwirtschaft, zu verstehen;
- Verstehen Sie, wie neue Geschäftsmodelle verantwortungsvolle Innovationen fördern können und welche Herausforderungen die Innovation für die ökologische Nachhaltigkeit mit sich bringt;
- Lernen Sie, wie man eine Technologie, ein Unternehmen, einen Sektor oder ein Land recherchiert, um wichtige Fragen zu Innovationsmanagement, Strategie, Politik oder Zukunftstrends zu beantworten;
- Erfahren Sie, wie der Innovationsprozess funktioniert, wie Unternehmen Innovationen erfolgreich managen und wie neue innovative Produkte auf den Markt kommen;
- die Herausforderungen und Chancen neuer Technologien und die damit einhergehenden sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen zu erkennen.



PRAKTISCHE BEISPIELE UND NÜTZLICHE LINKS

Innovationsfähigkeiten: Definition und Beispiele

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/innovation-skills>

Der ultimative Leitfaden für Innovationsmanagement

<https://www.braineet.com/blog/innovation-management-guide>

Agnes Asemokha, Jackson Musona ,Ali Ahi, Lasse Torkkeli Sami Saarenketo (2021)

Geschäftsmodellinnovation bei der Internationalisierung von KMU: Die Rolle von Ursache und Wirkung

Bose, T. K. (2016). Critical Success Factors of Sme Internationalization. Journal of Small Business Strategy.

Was ist Innovation?

<https://www.youtube.com/watch?v=erNPuh1C1PU>

Was macht Innovation aus?

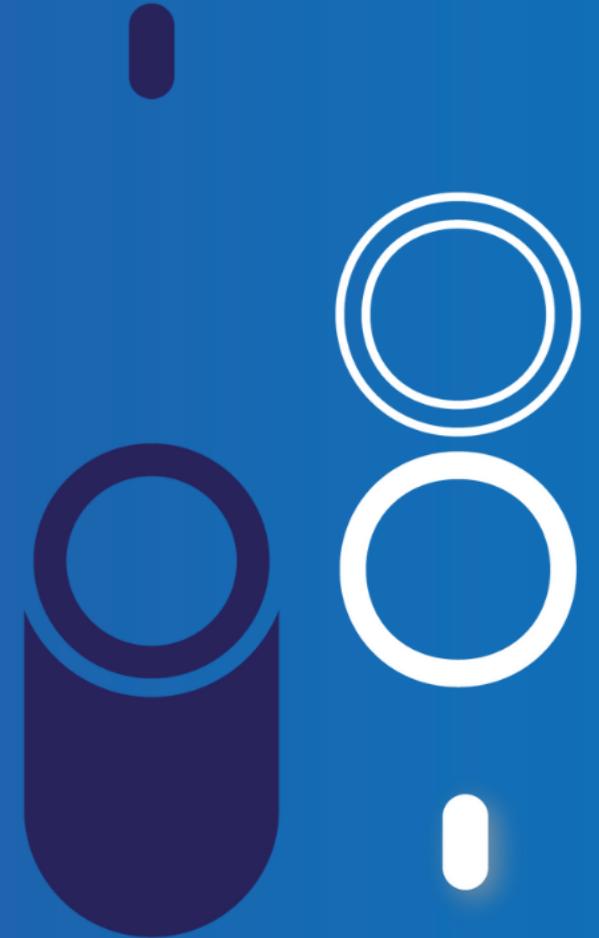
<https://www.youtube.com/watch?v=RUovVIU7UiA>

erche' l'innovazione e' piu' importante della politica

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 3

*Unterstützung bei Rechts- und Zollverfahren
in den EU-Mitgliedstaaten + Spezifizierung der
der grenzüberschreitenden Geschäftsstrategien auf
auf EU-Empfehlungen*



Inhalt des Moduls:

- Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?
- Wie man Waren in die Europäische Union einführt
- Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen
- Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll
- Zusammenfassung



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



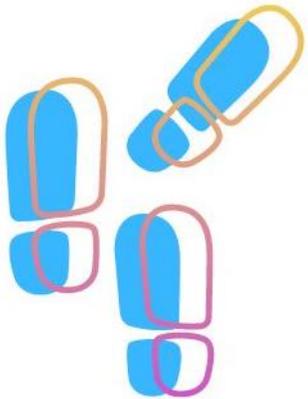
Plant Ihr Unternehmen, Waren in Länder außerhalb der EU zu exportieren? Dieser Abschnitt hilft Ihnen zu verstehen, ob Ihr Unternehmen für den Export bereit ist und beschreibt die verschiedenen Schritte des Exportprozesses.

Wir haben 5 Schritte zum Export des Produkts unterschieden

Ihre Checkliste: 5 Schritte zum Export eines Produkts

Bevor Sie beginnen

- Konsultieren Sie die **Checkliste mit Fragen zur Bewertung der Exportfähigkeit** Ihres Unternehmens.
- Diskutieren und entscheiden Sie, ob Ihr Unternehmen für den Handel mit Nicht-EU-Ländern bereit ist oder welche Schritte zur **Vorbereitung auf künftige Handelsaktivitäten außerhalb der EU** unternommen werden müssen.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 1: Einen Markt und einen Käufer finden

- Wählen Sie Ihren neuen Exportmarkt.
- Beurteilen Sie das Geschäftspotenzial und die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Produkts.
- Berücksichtigen Sie bei der Preisberechnung exportbezogene Kosten wie [Zölle](#), Transportkosten, Kosten für Agenten usw.
- Identifizieren Sie potenzielle Käufer.
- Bestimmen Sie eine Agentur/Institution/Partner für die Unterstützung bei den Formalitäten der Exportprozesse. Zum Beispiel bei der Ausarbeitung von Verträgen, der Festlegung von Zahlungsbedingungen, der Prüfung der Kreditwürdigkeit des Käufers und der Frage, ob es im Einfuhrland Beschränkungen für den Geldtransfer gibt.
- Legen Sie die Verantwortlichkeiten zwischen Verkäufer/Expporteur und Käufer/Importeur sorgfältig fest und teilen Sie sie auf, so dass nur diejenigen übernommen werden, die auch tatsächlich erfüllt werden können.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 2: Prüfen Sie die Ausführbedingungen in der EU und bewerten Sie die Anforderungen auf Ihrem Exportmarkt

- Identifizierung der rechtlichen Anforderungen an ein Exportgeschäft.
- Beantragen Sie eine EORI-Nummer (Economic Operators' Registration and Identification) (rechtzeitig beantragen).
- Wenn die EU mit dem Land, in das Sie exportieren möchten, ein Handelsabkommen geschlossen hat, prüfen Sie die regulären und präferenziellen Zölle, um die Präferenzspanne zu ermitteln. Prüfen Sie gegebenenfalls, ob Ihr Produkt den einschlägigen Ursprungsregeln entspricht, und ermitteln Sie den anwendbaren (präferenziellen) Zollsatz.
- Beantragen Sie die Zulassung eines Ermächtigten [Ausführers](#) oder registrieren Sie sich im REX-System, wenn Sie in ein Land exportieren wollen, mit dem die EU ein Handelsabkommen geschlossen hat, und Sie [Präferenzzölle](#) in Anspruch nehmen wollen.
- Prüfen Sie, ob in der EU Ausfuhrbeschränkungen oder -verbote für die Ausfuhr in Ihr Zielland oder für die Ausfuhr Ihres Produkts gelten.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 2: Prüfen Sie die Ausführbedingungen in der EU und bewerten Sie die Anforderungen auf Ihrem Exportmarkt

- Ermitteln Sie, welche Steuern und [zusätzlichen Abgaben](#) in Ihrem Exportmarkt gelten.
- Prüfen Sie, ob mögliche Handelsschutzmaßnahmen für Ihr Produkt gelten.
- Prüfen Sie, ob Sie eine Steuernummer benötigen, um Ihr Produkt auf Ihrem Exportmarkt zu verkaufen (wenn Sie direkt an Verbraucher verkaufen).
- Ermitteln Sie die geltenden Gesundheits-, Sicherheits- und technischen Anforderungen in Ihrem Exportmarkt.
- Bewertung des Zertifizierungsverfahrens und der im Bestimmungsland erforderlichen Unterlagen (einschließlich der Überprüfung der für die Tests und Zertifizierungen erforderlichen Labors).
- Prüfen Sie die Verpackungs- und Etikettierungsvorschriften auf dem Exportmarkt.
- Prüfen Sie, ob Sie das geistige Eigentum für Ihr Produkt auf dem Exportmarkt schützen müssen.



Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 3: Den Verkauf vorbereiten und den Transport organisieren

3

- Vorbereitung und Unterzeichnung des Vertrags mit dem Käufer, einschließlich einer Vereinbarung darüber, wer für was haftet und wie der Transportablauf organisiert wird.
- Erwägen Sie eine Exportversicherung
- Ermitteln Sie Institutionen, die Ihnen bei der Organisation des Exportprozesses helfen können, sowie mögliche Exportförderprogramme (falls erforderlich).

Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?



Schritt 4: Vorbereiten der Dokumente für die Exportabfertigung in der EU



- Füllen Sie die Ausfuhranmeldung aus und reichen Sie sie ein.
- Stellen Sie fest, welche zusätzlichen Dokumente erforderlich sein könnten, und planen Sie die Möglichkeit ein, dass die Zollbehörden weitere Unterlagen verlangen oder physische Kontrollen durchführen.
- Gestellen Sie Ihre Waren zur Ausfuhr bei den Zollstellen für die Ausfuhr und den Ausgang.

Wie exportiert man Waren in Länder außerhalb der Europäischen Union?

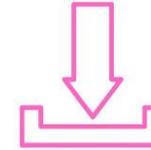


Schritt 5: Vorbereiten der Dokumente für die Einfuhrzollabfertigung im Bestimmungsland

5

- Stimmen Sie mit Ihrem Käufer ab, welche Dokumente von den zuständigen Behörden im Bestimmungsland verlangt werden. (Vereinbaren Sie mit dem Käufer, wer für die Beibringung welcher Dokumente verantwortlich ist und wer die Einfuhrabfertigung vornimmt und die Zölle sowie Steuern und [Zusatzabgaben](#) bezahlt. Übernehmen Sie nur Pflichten, die Sie auch erfüllen können)

Wie man Waren in die Europäische Union einführt



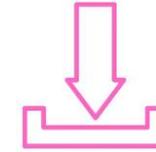
Ihre Checkliste: 4 Schritte zum Importieren eines Produkts

Schritt 1: Finden Sie einen Lieferanten im Ausland

- Bewertung der potenziell **interessierenden Länder** und Vergleich der Wettbewerbsfähigkeit potenzieller Anbieter (z. B. Preisvergleiche einschließlich importbezogener Kosten wie Zölle und Transportkosten).
- Identifizieren Sie **Geschäftspartner/Lieferanten**.
- Identifizieren Sie eine **Agentur/Institution/Partner für die Unterstützung** bei den Formalitäten des Importprozesses (z. B. für die Vorbereitung von Verträgen, Zahlungsbedingungen, Kreditwürdigkeit des Lieferanten).

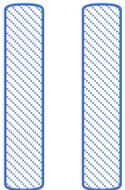


Wie man Waren in die Europäische Union einführt

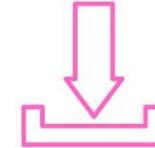


Schritt 2: Bewertung der Einfuhrbedingungen und -zölle und Sicherstellung, dass das Produkt den EU-Anforderungen entspricht

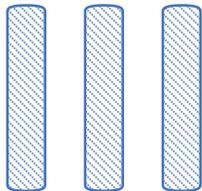
- Beantragen Sie eine **Registrierungsnummer für die Registrierung und Identifizierung von Wirtschaftsbeteiligten (EORI)** (rechtzeitig beantragen).
- Stellen Sie sicher, dass keine **Einfuhrbeschränkungen** gelten.
- Prüfen Sie, ob die EU mit dem Land, aus dem Sie einführen möchten, ein **Handelsabkommen** geschlossen hat.
- ob Ihre Ware den einschlägigen Ursprungsregeln entspricht und welcher **Zollsatz (Präferenzzollsatz)** gilt.
- Prüfen Sie, ob **andere Abgaben** (z. B. Handelsschutz) oder interne **Steuern** anfallen.



Wie man Waren in die Europäische Union einführt

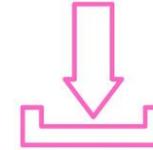


Schritt 3: Den Verkauf vorbereiten und den Transport organisieren



- Vorbereitung und Unterzeichnung des **Vertrags** mit dem Lieferanten, einschließlich einer Vereinbarung darüber, wer für was **haftet**, und Organisation des **Transports**.
- Koordinieren Sie sich mit potenziellen Institutionen, die **den Prozess unterstützen**.

Wie man Waren in die Europäische Union einführt



Schritt 4: Vorbereiten der Dokumente für die Zollabfertigung an der Grenze

- Wenden Sie sich im Zweifelsfall an einen Zollvertreter
- Sicherstellung der Verfügbarkeit der **summarischen Eingangsanmeldung**
- Vorbereitung **zusätzlicher Dokumente** für die Einfuhrzollabfertigung (Handelsrechnung, Transportdokumente, [Ursprungszeugnis](#) (z. B. Formblatt A, Eur.1/Eur.Med, REX-Mitteilung eines registrierten [Ausführers](#) oder [Ursprungserklärung](#) eines ermächtigten [Ausführers](#)), Einfuhrlizenz, Testergebnisse, Kontrollbescheinigungen (z. B. Gesundheits-, Veterinär- oder Pflanzengesundheitszeugnisse)
- Ausfüllen und Einreichen der **Einfuhranmeldung/des Einheitspapiers** ([SAD](#))

IV

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Ermöglicht Ihnen den Zugang zu Informationen, die Sie im Handel mit Drittländern benötigen, z. B. über Zölle, Steuern, Verfahren, Formalitäten und Anforderungen, Ursprungsregeln, Ausfuhrmaßnahmen, Statistiken, Handelshemmnisse und vieles mehr.

Außerdem haben Sie hier Zugang zu wichtigen Informationen, die Sie für den Handel mit Dienstleistungen sowie für Investitionen und die Beschaffung in Drittländern benötigen. Sie können sich auch über EU-Handelsabkommen informieren, wie Sie von ihnen profitieren können, und Geschichten über erfolgreiche Unternehmen lesen, die sie nutzen. Access2Markets ist hier, um Ihnen und Ihrem Unternehmen bei der Einfuhr und Ausfuhr zu helfen.



[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Wenn Sie ein kleines Unternehmen sind, das sich internationalisieren möchte, ist Access2Markets genau das Richtige für Sie.

Dieses Webportal vereint die Marktzugangsdatenbank, den EU Trade Helpdesk und vieles mehr in einem einzigen Tool. Egal, ob Sie gerade erst anfangen oder ein erfahrener Händler sind, wir haben **alles, was Sie brauchen**. [Einführungsvideo](#) ansehen

Bei Access2Markets finden Sie alles, was Sie über Zölle, Steuern, Produktvorschriften und Anforderungen für alle EU-Länder und über 120 weitere Märkte weltweit wissen müssen.

Schauen Sie sich die Informationen Produkt für Produkt in [Mein Handelsassistent an](#).



Über das Portal - [sehen Sie sich das Video an](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Jedes Produkt hat einen **Code**. Sie finden ihn auf Access2Markets. Sie benötigen den Code, um zu wissen, welche **Zölle** und **nationalen oder lokalen Steuern** Sie zahlen müssen. Finden Sie heraus, welche **Verfahren und Formalitäten** zu beachten sind.

Access2Markets listet die **Produktregeln und Anforderungen** nach Produkten auf.

Haben Sie Schwierigkeiten, die **Ursprungsregeln** für Ihr Produkt zu verstehen? Access2Markets' Selbstbewertungstool ROSA wird Ihnen helfen!

Haben Sie Probleme beim Importieren oder Exportieren?

Teilen Sie ihnen mit, wenn Sie in einem bestimmten Markt auf Hindernisse stoßen, oder suchen Sie in unserer Datenbank nach bestehenden Hindernissen.

Alle EU-Handelsabkommen auf einen Blick. Sehen Sie, wie Ihr Unternehmen von ihnen profitieren kann.

Access2Markets listet sie alle auf, mit Einzelheiten zu Ursprungsregeln, zum Schutz des geistigen Eigentums in der EU, zu Investitionen, zu Märkten für öffentliche Aufträge und vielem mehr.

[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

Beantragen Sie Ihre Zollermäßigung. Um in den Genuss der [Zollermäßigung](#) zu kommen, müssen Sie den Zollbehörden des Einfuhrlandes die richtigen Dokumente vorlegen. In jedem EU-Handelsabkommen ist aufgeführt, welche Unterlagen Sie benötigen. Prüfen Sie, wie Sie den Ursprung Ihrer Ware nachweisen können oder ob Sie ein "registrierter [Ausführer](#)" sein müssen.

Wie können Sie Ihr Produkt auf den Markt bringen?

Access2Markets bietet Ihnen alle Informationen, die Sie benötigen, sei es über Konformitätsbewertungszertifikate für Maschinen, Gesundheitsbescheinigungen für Aquakulturprodukte oder die Kennzeichnung von verarbeiteten Lebensmitteln.

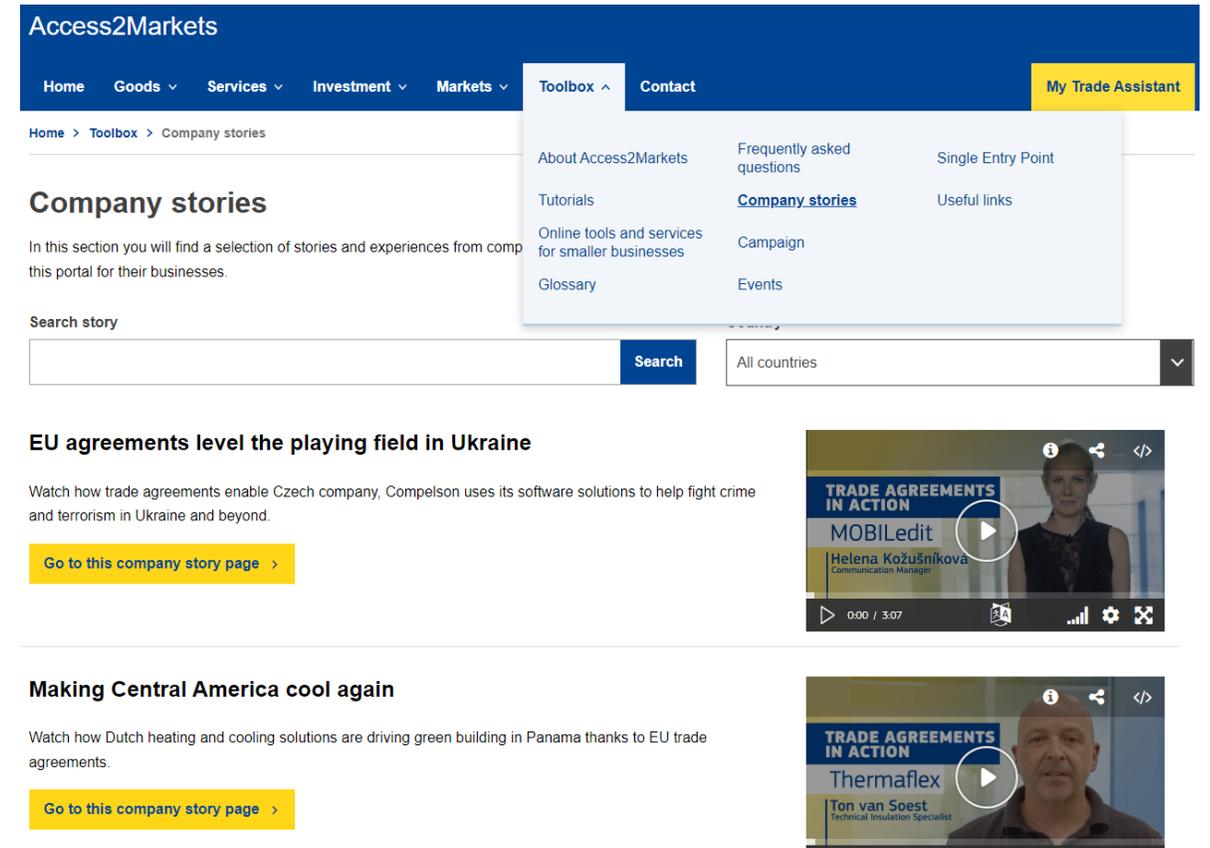
Access2Markets verfügt über Kontaktdaten von Zoll- und anderen Behörden in den EU-Ländern und im Ausland.

[Access2Markets](#)

Access2Markets - alles, was Sie wissen müssen

In der Toolbox finden Sie "Unternehmensgeschichten" - Beispiele verschiedener Unternehmen - Exporteure und Importeure - die Sie inspirieren können.

[Access2Markets](#)



The screenshot shows the Access2Markets website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Home', 'Goods', 'Services', 'Investment', 'Markets', 'Toolbox', and 'Contact'. A 'My Trade Assistant' button is located on the right. Below the navigation bar, the breadcrumb trail reads 'Home > Toolbox > Company stories'. The main heading is 'Company stories', followed by a brief description: 'In this section you will find a selection of stories and experiences from companies in this portal for their businesses.' There is a search bar labeled 'Search story' and a 'Search' button. A dropdown menu for 'Toolbox' is open, showing options: 'About Access2Markets', 'Tutorials', 'Online tools and services for smaller businesses', 'Glossary', 'Frequently asked questions', 'Company stories', 'Campaign', 'Events', 'Single Entry Point', and 'Useful links'. Below the search bar, there are two video thumbnails. The first is titled 'EU agreements level the playing field in Ukraine' and features Helena Kožušníkova, Communication Manager at MOBILedit. The second is titled 'Making Central America cool again' and features Ton van Soest, Technical Insulation Specialist at Thermaflex. Both videos have a play button and a progress bar.

ON - GOOD

Co-funded by
the European Union

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

Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

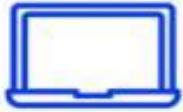


Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

Jedes Jahr erleichtert die Zollunion den Handel mit Waren im Wert von mehr als 3,5 Billionen Euro. Effiziente Zollabfertigung und -kontrollen sind unerlässlich, um einen reibungslosen Handel zu ermöglichen und gleichzeitig die Bürger, Unternehmen und die Umwelt in der EU zu schützen.

Am 28. Oktober 2020 schlug die Europäische Kommission eine neue Initiative vor, die es den verschiedenen an der Warenabfertigung an der Grenze beteiligten Behörden erleichtern wird, die von den Wirtschaftsbeteiligten übermittelten elektronischen Informationen auszutauschen. Das **"EU Single Window Environment for Customs"** soll einen schnelleren und effizienteren Austausch elektronischer Daten zwischen nationalen Zollverwaltungen und EU-Regulierungsbehörden in allen Politikbereichen ermöglichen. Nach seiner vollständigen Einführung wird das einheitliche Fenster die Prozesse für die Wirtschaftsbeteiligten straffen und vereinfachen, so dass sie die für die Einfuhr, den Transit oder die Ausfuhr von Waren erforderlichen Zoll- und Regulierungsinformationen nur einmal über eine einzige Anlaufstelle einreichen müssen, was die Handelserleichterungen deutlich erhöht. Die Zoll- und andere Behörden werden dann automatisch überprüfen können, ob die betreffenden Waren den EU-Anforderungen entsprechen und die erforderlichen Formalitäten erfüllt wurden. Es handelt sich um ein ehrgeiziges Projekt, das sowohl auf EU-Ebene als auch auf der Ebene der Mitgliedstaaten Investitionen erfordert, die in den nächsten zehn Jahren schrittweise umgesetzt werden.

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS



COLLABORATE

Enhances information sharing and digital cooperation between regulatory authorities



PROTECT

Promotes the safety and security of citizens, protection of the environment and financial interests of the EU Customs Union and its Member States



FACILITATE

Helps to smooth international trade and simplifies clearance processes for goods subject to non-customs formalities



SUPPORT

Helps to manage crises, such as the COVID-19 pandemic

Das EU-Umfeld des einzigen Schalters für den Zoll

Warum hat die Kommission das Single Window vorgeschlagen?

Derzeit sind an den Formalitäten an den EU-Außengrenzen oft viele verschiedene Behörden beteiligt, die für unterschiedliche Politikbereiche zuständig sind, z. B. für Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Landwirtschaft, Fischerei, kulturelles Erbe sowie Marktüberwachung und Produktkonformität. Infolgedessen müssen die Unternehmen Informationen an mehrere verschiedene Behörden übermitteln, die jeweils ihr eigenes Portal und ihre eigenen Verfahren haben. Dies ist umständlich und zeitraubend für die Händler und schränkt die Fähigkeit der Behörden ein, bei der Bekämpfung von Risiken gemeinsam zu handeln.

Dieser Vorschlag ist der erste Schritt zur Schaffung eines digitalen Rahmens für eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen allen Grenzbehörden durch ein einziges Fenster. Das einheitliche Fenster wird es Unternehmen und Händlern ermöglichen, Daten in einem einzigen Portal in einem einzelnen Mitgliedstaat bereitzustellen, wodurch Doppelarbeit, Zeit und Kosten reduziert werden. Der Zoll und andere Behörden werden dann in der Lage sein, diese Daten gemeinsam zu nutzen, was ein vollständig koordiniertes Vorgehen bei der Warenabfertigung und einen klareren Überblick auf EU-Ebene über die Waren, die in die EU gelangen oder sie verlassen, ermöglicht.

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS

Before



- [-] Complex and fragmented goods clearance
- [-] Inefficient use of human and financial resources
- [-] Duplications in regulatory formalities
- [-] Delays for businesses and traders
- [-] Insufficient coordination between regulatory authorities
- [-] Ineffective application of rules in the Single Market (patchy and inconsistent monitoring of authorised goods)

After



- [+] **Better cooperation and interoperability** between regulatory authorities
- [+] **Better and more harmonised** use of data for border formalities
- [+] **Better processes and practices for clearing goods** including effective monitoring of authorised goods through **EU-wide quantity management**

EU SINGLE WINDOW ENVIRONMENT FOR CUSTOMS

Before



- [-] Complex and fragmented goods clearance
- [-] Inefficient use of human and financial resources
- [-] Duplications in regulatory formalities
- [-] Delays for businesses and traders
- [-] Insufficient coordination between regulatory authorities
- [-] Ineffective application of rules in the Single Market (patchy and inconsistent monitoring of authorised goods)

After



- [+] **Better cooperation and interoperability** between regulatory authorities
- [+] **Better and more harmonised** use of data for border formalities
- [+] **Better processes and practices for clearing goods** including effective monitoring of authorised goods through **EU-wide quantity management**

Zusammenfassung

Sie sind nun mit den grundlegenden Instrumenten und Portalen vertraut, auf denen Sie die wichtigsten Informationen über den internationalen Handel finden können.

Sie kennen die grundlegenden Schritte, die zu unternehmen sind, wenn Sie Waren in die Europäische Union oder aus der Europäischen Union ein- und ausführen wollen, einschließlich der rechtlichen Vorschriften, aber auch der Soft Skills, wie Sie vorgehen müssen, damit Ihre Produkte/Waren auf einem Markt erfolgreich sind.

Wir hoffen, dass dieses Wissen und diese Fähigkeiten es Ihnen ermöglichen werden, Ihr Unternehmen zu vergrößern!



ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 4

*Finanzierungsmöglichkeiten und wo man Informationen auf EU-Ebene
findet*

Wo finden Sie Informationen? Enterprise Europe Network

Das **Enterprise Europe Network** ist das weltweit größte Unterstützungsnetz für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und hilft europäischen Unternehmen, die Geschäfts- und Technologiechancen in der EU und anderen wichtigen globalen Märkten optimal zu nutzen. <https://een.ec.europa.eu/>

Das Enterprise Europe Network bietet eine Vielzahl von **Beratungsdiensten an**, um KMU bei ihrem Wachstum und ihrer Expansion auf internationale Märkte zu unterstützen:

- Zugang zu Finanzmitteln und EU-Finanzierung
- Internationalisierung
- Aufbau von KMU-Kapazitäten
- Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- Regionale Integration
- Gemeinsamer Markt
- Innovation

ON - GOOD



Co-funded by
the European Union



CO&SO



HANSE-PARLAMENT
Network for Small and Medium Enterprises



Enterprise Europe Network - Erbrachte Dienstleistungen

Das **Enterprise Europe Network** bietet eine ganze Reihe von Dienstleistungen für den Zugang zu Finanzmitteln und EU-Finanzierungen und fungiert als zentrale Anlaufstelle für:

- Informationen zu europäischen Programmen, Initiativen und Finanzierungsinstrumenten.
- Hinweise zu Finanzierungsmöglichkeiten
- Suche nach Partnern für die Teilnahme an Forschungsvorschlägen
- Unterstützung bei der Vorbereitung/Einreichung eines Vorschlags und der Projektdurchführung

Die EEN-Berater können Unternehmen auch dabei helfen, Finanzierungsquellen zu finden und sicherzustellen, dass das Unternehmen für Investoren bereit ist.

Jedes Unternehmen, das sich um eine EU-Förderung (z.B. Horizont 2021-2027) bewerben möchte oder bereits eine Förderung für ein Projekt erhalten hat, hat Anspruch auf kostenlose Unterstützung durch das Enterprise Europe Network.

Der lokale Partner des Enterprise Europe Network kann den KMU nicht nur mit praktischer Unterstützung bei der Verwaltung eines europäischen Projekts und der Finanzhilfvereinbarung helfen, sondern auch sicherstellen, dass ihr Projekt erfolgreich ist.



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (1)

Das Netzwerk verfügt über die Reichweite und das Fachwissen, um beispielsweise für KMU die richtigen internationalen Partner zu finden:

- Bei der Herstellung oder dem Vertrieb von Produkten
- Gewährung des Zugangs zu neuen Märkten
- In der Technologie, die Unternehmer benötigen, um Innovationen in ihrem Unternehmen voranzutreiben
- In der Forschungskooperation und Projektentwicklung

Wenn ein Unternehmer mit der [lokalen Kontaktstelle des Netzes in Verbindung treten möchte](#), wählt er das Land aus, dann die Region, in der sein Unternehmen ansässig ist, und nimmt Kontakt zu den lokalen Beratern auf. Ein Experte wird:

- sich mit ihren Bedürfnissen und Zielen auseinandersetzen
- zu beurteilen, ob sie für internationale Partnerschaften bereit sind
- sie zu beraten, wie sie sich besser auf die Internationalisierung vorbereiten können
- den besten Weg zu finden, wie sie einen Partner finden, der ihren Bedürfnissen entspricht
- Suche nach geeigneten Partnern und Veranstaltungen . Die Experten des Netzwerks suchen nach potenziellen Partnern für das Unternehmen, was Zeit und Geld spart, und sie nutzen die **Online-Datenbank** des Netzwerks **mit Geschäftsmöglichkeiten**.



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (2)

Online-Datenbank für Geschäftsmöglichkeiten

- Das Netz verwaltet Europas größte Online-Datenbank für Geschäftsmöglichkeiten. Sie enthält Tausende von Kooperationsgesuchen und -angeboten von Unternehmen und Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen aus den Bereichen Wirtschaft, Technologie und Forschung. Die Datenbank ist kostenlos zugänglich.
- Unternehmer können nach Geschäfts- oder Hochschulpartnern für die Herstellung, den Vertrieb, die gemeinsame Entwicklung und Lieferung von Produkten, Ideen und Dienstleistungen suchen.
- Die Inhaber von KMU können auch die Berater des Netzwerks bitten, das Profil ihres Unternehmens hochzuladen. Das Profil enthält eine Beschreibung des Unternehmens und der Produkte, Vorteile und Innovationen, das Entwicklungsstadium der Produkte, die Art der Vereinbarung und die gesuchten potenziellen Partner. Die Datenbank ist hier zugänglich: [Aktuelle Möglichkeiten](#)

Referenzen: <https://een.ec.europa.eu/>, www.een.gr,



Enterprise Europe Network -Internationalisierung (3)

Business-Matchmaking-Veranstaltungen

- Die Teilnahme an einer Veranstaltung des Enterprise Europe Network könnte für ein Unternehmen der erste Schritt zu neuen internationalen Geschäftsmöglichkeiten sein.
- Unternehmer, die sich über künftige Veranstaltungen von Networks informieren möchten, können
- Veranstaltungskalender
- Hier werden sie fündig:
- Maklerveranstaltungen - auch als "Speed-Dating" bekannt - bringen Unternehmen und andere Organisationen zusammen, die Partner suchen, um ihre Projekte voranzubringen.
- Handelsmissionen - auch bekannt als Unternehmensmissionen - sind internationale Besuche für kleine Gruppen von Unternehmen. Diese maßgeschneiderten Missionen führen dank gründlicher Vorbereitung und Ortskenntnis zu vielen erfolgreichen Partnerschaften.
- Konferenzen und Workshops. Konferenzen, Schulungen, Seminare und Workshops können Unternehmern helfen, ihr Unternehmen auf die internationale Expansion vorzubereiten.



Referenzen: <https://een.ec.europa.eu/>, www.een.gr, <https://www.localenterprise.ie/>

Wo finden Sie Informationen? Kammern

- **Eine Handelskammer** ist eine Form von Unternehmensnetzwerk. Zum Beispiel eine lokale Organisation von Unternehmen, deren Ziel es ist, die Interessen der Unternehmen zu fördern. Unternehmer in Städten und Gemeinden gründen diese lokalen Vereinigungen, um sich für die Belange der Wirtschaft einzusetzen. Eine Handelskammer kann ein freiwilliger oder obligatorischer Zusammenschluss von Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Sektoren sein. Sie fungieren als Sprecher und Vertreter einer Wirtschaftsgemeinschaft. Sie unterscheiden sich von Land zu Land.
- **EUROCHAMBRES**
- Sie wurde 1958 als direkte Reaktion auf die Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft gegründet. Eurochambres fungiert als Auge, Ohr und Stimme der Kammern und der Geschäftswelt.
- Eurochambres vertritt über 20 Millionen Unternehmen in Europa durch 45 Mitglieder (43 nationale Industrie- und Handelskammern und zwei transnationale Kammerorganisationen) und ein europäisches Netz von 1700 regionalen und lokalen Kammern.

Referenzen Wikipedia.com, <https://www.eurochambres.eu/>



Kammern - Erbrachte Dienstleistungen

Die Kammern können Unternehmen unterstützen:

- Beratungsdienste für den internationalen Handel
- Zollverfahren, Anmeldungen, Ausstellung von Handelspapieren
- Organisation von Unternehmensausstellungen,
- Unternehmensmissionen und internationale
- Fachveranstaltungen
- Finanzielle Beratung Zugang zu Kapital - Investitionen
- Ausbildung
- Digitalisierung
- Nachhaltigkeit Umwelt
- Innovation und Technologietransfer
- Mediation Dienstleistungen



Kammern -Internationale Handelsberatungsdienste (1)

Die Kammern können Unternehmen dabei helfen, sich in der Handelslandschaft zurechtzufinden, sie bieten Orientierungshilfen und Klarheit zu einer Vielzahl von damit verbundenen Themen und unterstützen sie bei der Erschließung neuer Märkte in rechtlicher, logistischer, geschäftlicher und kommerzieller Hinsicht.

Es wird eine breite Palette von Beratungs- und Markterkundungsdienstleistungen angeboten, die von:

- Marktstudien und -forschung, Suche nach Partnern, Importeuren, Vertriebshändlern, Handelsvertretern, Planung von Geschäftstreffen, Teilnahme an Messen und andere maßgeschneiderte Dienstleistungen. Darüber hinaus werden alle logistischen Dienstleistungen rund um die Ansiedlung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter angeboten. Organisation von Geschäftsausstellungen, Unternehmensbesuchen und internationalen Handelsveranstaltungen.
- Die Kammern fördern auch Networking, Geschäftsausstellungen, Foren und internationale Handelsveranstaltungen. Sie unterstützen ihre Mitglieder bei der Suche nach Anbietern, Händlern, Partnern und Kunden im Ausland und helfen bei der Aushandlung von Geschäftsvereinbarungen sowie bei der Vorwegnahme und Schlichtung von Handelsstreitigkeiten. [Referenzen:https://www.londonchamber.co.uk/](https://www.londonchamber.co.uk/)



Kammern - Beratungsdienste für den internationalen Handel (2)

- Die Kammern können exportierende Unternehmen bei der Nutzung der Access2Markets-Plattform ([access2markets](https://www.access2markets.com)) beraten.
- Die Access2Markets-Plattform ermöglicht Unternehmen den Zugang zu Informationen für den Handel mit Drittländern. Die kostenlos online bereitgestellten Informationen betreffen Zölle, Steuern, Verfahren, Formalitäten und Anforderungen, Ursprungsregeln, Ausfuhrmaßnahmen, Statistiken, Handelshemmnisse und vieles mehr.
- Die Plattform ermöglicht exportierenden Unternehmen auch den Zugang zu wichtigen Informationen, die für den Handel mit Dienstleistungen sowie für Investitionen und die Beschaffung in Drittländern benötigt werden.
- Außerdem gibt es Informationen über EU-Handelsabkommen, wie man von ihnen profitieren kann, und man kann Berichte über erfolgreiche Unternehmen lesen, die diese Abkommen nutzen.



Kammern - Ausstellung von Handelsdokumenten (1)

Das Carnet ATA ist ein internationales Zolldokument, das die zoll- und steuerfreie vorübergehende Einfuhr von Waren für bis zu einem Jahr ermöglicht. Es enthält vorgefertigte einheitliche Zollanmeldungsformulare, die bei jeder Zollstelle an der Grenze zu verwenden sind, und dient als Garantie für Zollabgaben und Steuern. Mit dem Carnet ATA können Aussteller, Verkäufer, Künstler, Sportler, Fernseheteams, Techniker, Veranstaltungsteilnehmer und Geschäftsreisende:

- den Zoll zu passieren, ohne an jeder Zollgrenze Einfuhrzölle und Steuern zu zahlen
- ein einheitliches Dokument für alle Anmeldungen im In- und Ausland zu verwenden
- ein Dokument für mehrere Ziele und Reisen in seinem gesamten Lebenslauf zu verwenden
- einjährige Gültigkeit
- im Voraus Zollvereinbarungen zu vorher festgelegten Kosten treffen



Kammern - Ausstellung von Handelsdokumenten (2)

Ursprungszeugnisse Ursprungszeugnisse (CO) sind ein wichtiges internationales Handelsdokument, das bescheinigt, dass die Waren einer bestimmten Ausfuhrsendung vollständig in einem bestimmten Land gewonnen, erzeugt, hergestellt oder verarbeitet wurden. Sie deklarieren die "Nationalität" der Ware und dienen auch als Erklärung des Exporteurs, um Zoll- oder Handelsanforderungen zu erfüllen. Es gibt zwei Arten von COs, die die Kammern ausstellen können:

- Nicht-präferenzielle COs, die bescheinigen, dass die Waren keiner Präferenzbehandlung unterliegen.
- Präferenzbegleitscheine, die bescheinigen, dass für Waren ermäßigte Zölle oder Zollbefreiungen gelten, wenn sie in Länder ausgeführt werden, die diese Vergünstigungen gewähren.

Die Bescheinigung über höhere Gewalt ist ein Dokument zur Befreiung von der Verantwortung für die Nichterfüllung von Verpflichtungen oder die Verzögerung bei der Erfüllung von Verpflichtungen im Rahmen einer Transaktion, die durch einen unvorhersehbaren Umstand verursacht wurde.



Kammern - Dienstleistungen im Bereich Digitalisierung und Innovation

Digitalisierung. Chambers kann Beratung zu folgenden Themen anbieten:

- mit der digitalen Welt Schritt halten
- die Welt zu transformieren und Prozesse mit Agilität und einer schlanken Perspektive zu rationalisieren.
- Internet und elektronischer Geschäftsverkehr
- Suchmaschinenoptimierung, Website-Design, Internetrecht, Benutzerfreundlichkeit
- sichere Lösungen für Verbindungen und Kommunikation,
- Speicherung und digitale Verwaltung, betriebliche und verwaltungstechnische Effizienz.

Innovation und Technologietransfer.

- Unterstützung des Wissens- und Technologietransfers
- Technologie-Beratung
- Unterstützung der Innovationsbemühungen
- Wahrnehmung von Interessen und Informationen zum betrieblichen Umweltschutz und zu Energiefragen <https://www.cambrabcn.org/>, <https://www.frankfurt-main.ihk.de/>



Kammern-Vermittlungsdienste

- Die Mediation ermöglicht es den Parteien (Unternehmern), Kommunikationshindernisse zwischen ihnen zu beseitigen, ihre Differenzen zu erörtern und zu lösen, ihre grundlegenden Interessen oder Anliegen zu definieren, Kompromisse zu schließen oder Bereiche der Einigung zu finden und ihre Einigung in einen gemeinsam akzeptierten Text einzubringen.
- Kammern für die Erbringung von Mediationsleistungen:
- Informationen und Orientierungshilfen über die Art der Mediation und die Verfahren bereitzustellen
- Verwaltung der Streitfälle, die der Mediation übergeben werden, durch die administrative und technische Organisation der Mediationsverfahren.
- den interessierten Parteien bei der Auswahl von Mediatoren aus der Liste der zertifizierten Mediatoren behilflich zu sein



Referenz: <https://acci.gr/>

EDIHs Dienstleistungen

- **Die European Digital Innovation HUBs** sind auf lokaler und europäischer Ebene tätig. Die EDIHs wurden geschaffen, um den Transfer von digitalem Fachwissen im Rahmen des Programms "Digitales Europa" zu erleichtern. Die EDIHs werden Unternehmen bei ihrem Digitalisierungsprozess unterstützen, damit sie wettbewerbsfähiger werden.
- Durch den Zugang zu technischem Fachwissen und Experimenten sowie die Möglichkeit, "erst zu testen, dann zu investieren", helfen die EDIH den Unternehmen, ihre Geschäfts-/Produktionsprozesse, Produkte oder Dienstleistungen mithilfe digitaler Technologien zu verbessern. Sie bieten auch Innovationsdienstleistungen an, wie z. B. Finanzierungsberatung, Schulungen und Kompetenzentwicklung, die für eine erfolgreiche digitale Transformation erforderlich sind. Auch Umweltaspekte werden berücksichtigt, insbesondere im Hinblick auf den Energieverbrauch und niedrige Kohlenstoffemissionen.
- Die Liste der EDIHs finden Sie hier über dieses Tool:
<https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/digital-innovation-hubs-tool>



ON-GOOD

KAPITEL 4

Finanzierungsmöglichkeiten und wo man Informationen auf EU-Ebene findet

EU-FINANZIERUNG

VERFÜGBARE FINANZIERUNGSMITTEL

WARUM IST EINE FINANZIERUNG FÜR UNTERNEHMEN NOTWENDIG?

Die Unternehmen müssen häufig investieren, um sich zu entwickeln:

- Kosten reduzieren
- Einnahmen erhöhen
- Ihr Geschäft umwandeln
- Erhöhung der Produktqualität
- Einsatz innovativer Methoden und Werkzeuge erlernen
- ihre Unternehmen internationalisieren



Die Finanzierung der europäischen KMU erfolgt über EU-Finanzierungsinstrumente,
oder durch private Finanzierungsquellen.

WAS IST DER MEHRJÄHRIGE FINANZRAHMEN DER EU?

Der mehrjährige Finanzrahmen (MFR) für den Programmplanungszeitraum 2021 - 2027 umfasst (in laufenden Preisen) insgesamt 2,18 Billionen Euro (1210,9 langfristige Haushaltsmittel und 806,9 Mittel der nächsten Generation), die sich wie folgt aufteilen:

Nr.	Name des Programms	Haushalt in Mrd. €
1	BINNENMARKT, INNOVATION UND DIGITALISIERUNG	149,512
2	ZUSAMMENHALT, WIDERSTANDSFÄHIGKEIT UND WERTE	426,694
3	NATÜRLICHE RESSOURCEN UND UMWELT	400,996
4	MIGRATION UND GRENZVERWALTUNG	25,699
5	SICHERHEIT UND VERTEIDIGUNG	14,922
6	NACHBARSCHAFT UND DIE WELT	110,597
7	EUROPÄISCHE ÖFFENTLICHE VERWALTUNG	82,474



021, <https://data.europa.eu/doi/10.2761/808559>

WELCHE FINANZIERUNGSMETHODEN ZUR VERFÜGUNG STEHEN

KMU von Warenherstellern in der gesamten EU könnten von einschlägigen Finanzierungsinstrumenten profitieren, die sie für die Umstellung ihrer Unternehmen auf wirksame grenzüberschreitende Online-Aktivitäten nutzen könnten.

Der nationale strategische Rahmenplan, der vom **Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EDRF)** finanziert wird, sieht in jedem EU-Land die Finanzierung von KMU durch operationelle oder sektorale Programme vor.

Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) soll den wirtschaftlichen, sozialen und territorialen Zusammenhalt in der Europäischen Union stärken, indem er Ungleichgewichte zwischen den Regionen ausgleicht. Im Zeitraum 2021-2027 wird er **Investitionen in ein intelligenteres, umweltfreundlicheres, besser vernetztes und sozialeres Europa** ermöglichen, **das näher bei seinen Bürgern ist.**

*Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, Regionalpolitik, Finanzierungen,
https://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf/*



WELCHE FINANZIERUNGSINSTRUMENTE ZUR VERFÜGUNG STEHEN

Die Förderschwerpunkte für den EFRE 2021-2027 sind:

- **Wettbewerbsfähiger und intelligenter** durch Innovation und Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen sowie durch Digitalisierung und digitale Konnektivität
- **Grüner**, kohlenstoffarm und widerstandsfähig
- **Bessere Vernetzung** durch mehr Mobilität
- **Sozialere Maßnahmen** zur Förderung von effektiver und integrativer Beschäftigung, Bildung, Qualifikationen, sozialer Eingliederung und gleichberechtigtem Zugang zur Gesundheitsversorgung sowie zur Stärkung der Rolle der Kultur und des nachhaltigen Tourismus
- **Näher an den Bürgern**, Unterstützung der lokalen Entwicklung und der nachhaltigen Stadtentwicklung in der gesamten EU

Interessierte KMU sollten die Websites ihrer zwischengeschalteten Verwaltungsbehörden durchsuchen, da der EFRE Finanzmittel in geteilter Verantwortung zwischen der EG und den Mitgliedstaaten bereitstellt. Das bedeutet, dass die Verwaltung der Mitgliedstaaten für die Auswahl der zu finanzierenden Projekte und für die laufende Verwaltung zuständig ist.

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung, Regionalpolitik, Finanzierungen,
https://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf/



WELCHE FINANZIERUNGSMITTEL ZUR VERFÜGUNG STEHEN

Die Mitgliedstaaten rufen zur Finanzierung von KMU auf, damit diese wettbewerbsfähig, umweltfreundlicher, intelligenter und widerstandsfähiger werden. KMU im Exportsektor, die ihre Dienstleistungen digitalisieren möchten, können sektorale NSRF-Finanzierungsprogramme nutzen, die kleinen Unternehmen die Möglichkeit bieten, Zugang zu digitalen Werkzeugen zu erhalten, um intelligenter zu werden und sich besser an die internationalen Standards des internationalen Handels anzupassen.

Der Aktionsbereich **Binnenmarkt, Innovation und Digitales** des mehrjährigen Finanzrahmens 2021-2027 verfügt über ein Budget von 149,512 Mrd. Euro und umfasst Mittel für Forschung und Innovation, europäische strategische Investitionen, Binnenmarkt und Raumfahrt.

Die Ziele des **Binnenmarktes** sind Lebensmittelsicherheit, Verbraucherschutz, Unterstützung für KMU, ein effektiverer Binnenmarkt, qualitativ hochwertige europäische Statistiken und effektive europäische Normen.

Die Finanzierungsinstrumente für den Agrar- und Ernährungssektor, die Bedürfnisse der KMU und die **Gemeinsame Agrarpolitik** sind in der Tabelle auf der nächsten Seite zu finden (Quelle: EEN):



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG KAPITEL 4

WELCHE FONDS SIND IM AGRIFO-NAHRUNGSMITTELSEKTOR VERFÜGBAR (GAP)

Name des Programms	Programmname mit Link	Einrichtung	Bewerbung für:	Website
Darlehen für den privaten Sektor	Darlehen für den privaten Sektor	EIB	Aktiengesellschaften, Midcaps	https://www.eib.org/en/products/loans/private-sector.htm
Zwischengeschaltete Darlehen für KMU und Midcap-Unternehmen	Zwischengeschaltete Darlehen für KMU und Midcap-Unternehmen	EIB	KMU, Midcaps	https://www.eib.org/en/products/loans/sme-mid-caps.htm
CEF-Schuldtitle	CEF-Schuldtitle	EIB	KMU, öffentliche und private Einrichtungen	https://www.eib.org/en/products/blending/cef/index.htm
InnovFin	InnovFin	EIF	KMU durch Finanzintermediäre	https://www.eib.org/en/products/blending/innovfin/index.htm
Globaler Innovationsfonds	Globaler Innovationsfonds	Andere	KMU, NROs, Andere	https://www.globalinnovation.fund/
Seedrs	Seedrs	Andere	KMU, Sonstige	https://www.seedrs.com/

ON-GOOD

PRIVATE FINANZIERUNG

BUSINESS ANGELS - ANGELS INVESTOREN

"Du kannst dein eigenes Glück in diesem Leben machen, indem du dich neben die Leute stellst, die bereits gewinnen." Jason Calacanis, Engel-Investor

PRIVATE FINANZIERUNG BUSINESS ANGELS - ENGEL INVESTOREN

Im letzten Jahrzehnt hat die Rolle des Unternehmertums erheblich an Bedeutung gewonnen.

Die Wirtschaft hat die Idee der Business Angels entwickelt, um das Wachstum und die Entwicklung von Start-ups und Unternehmen in der Frühphase zu unterstützen, die von Existenzgründern geführt werden.

Ein Business Angel ist eine Privatperson, die einen Teil ihres Vermögens direkt in neue und wachsende Privatunternehmen investiert. Neben Kapital stellen Business Angels dem Unternehmer in der Regel auch Managementenerfahrung, Fähigkeiten und Kontakte zur Verfügung. Sie spielen eine immer wichtigere Rolle als Anbieter von Risikokapital und tragen zum Wirtschaftswachstum und zum technologischen Fortschritt bei.



PRIVATE FINANZIERUNG

Top 5 der Angel-Investitionen 2021 und eine Liste der 5 wichtigsten Business Angels, die Geld suchen

Die Top 5 der Engel-Investitionen des Jahres 2021 :

1. Tikino
2. MerciApp
3. Mitternachtszüge
4. DNTRO
5. Quarz

Die Top 5 Business Angels der Jahre 2021 - 2022 :

1. Bertrand Altmayer, Mitbegründer von Marcel (von Renault übernommen) und GM bei Cityscoot.
2. Patrick Amiel, Gründer und CEO von 321founded.
3. Jonathan Anguelov, Mitbegründer und CEO von Aircall.
4. Marc Azoulay, Studioleiter und Chefproduzent des Künstlers JR.
5. Mikael Benfredj, Gründer von Patchwork.co.



<https://www.linkedin.com/pulse/my-15-angel-investments-2021-list-50-top-business-angels-simon-dawlat/>

PRIVATE FINANZIERUNG INVESTITIONSFONDS

Ein Investmentfonds ist eine Möglichkeit, Geld zusammen mit anderen Anlegern zu investieren, um von den Vorteilen der Arbeit in einer Gruppe zu profitieren, wie z. B. die Verringerung der Risiken der Investition um einen erheblichen Prozentsatz.

Zu diesen Vorteilen gehört die Fähigkeit,:

- Beauftragen Sie professionelle Anlageverwalter, die bessere Renditen und ein angemesseneres Risikomanagement bieten können;
- Sie profitieren von Skaleneffekten, d. h. von niedrigeren Transaktionskosten;
- Erhöhen Sie die Diversifizierung der Vermögenswerte, um ein gewisses unsystematisches Risiko zu verringern.

<https://ec.europa.eu> <https://www.hsbc.gr>



PRIVATE FINANZIERUNG Eigenmittel / Persönliche Mittel

Je nachdem, wie viel Kapital ein Unternehmen benötigt, kann der Einsatz von Privatkapital die beste Option sein.

Persönliche Mittel - Die Eigenfinanzierung Ihres Unternehmens bedeutet, dass Sie die anfänglichen Mittel zur Gründung Ihres Unternehmens aus eigenen Mitteln aufbringen. Die Eigenfinanzierung Ihres Unternehmens kann persönliche Mittel und Vermögenswerte, Kreditkarten und persönliche Darlehen umfassen

Die häufigste Finanzierung für kleine Unternehmen stammt aus den persönlichen Ersparnissen der Gründer/Eigentümer.

Die Eigenfinanzierung ermöglicht es den Eigentümern/Gründern eines Unternehmens, Eigenkapital im Unternehmen zu halten, ohne dass das Unternehmen in der Anfangsphase mit laufenden Schuldenzahlungen belastet wird.



<https://www.nibusinessinfo.co.uk/> https://ec.europa.eu/growth/access-finance/policy-areas/business-angels_en

WO SIE INFORMATIONEN ERHALTEN KÖNNEN? BANKS

- ✓ Die Finanzierung Ihres Unternehmens ist eine der ersten - und wichtigsten - finanziellen Entscheidungen, die die meisten Geschäftsinhaber treffen.
- ✓ Die Art und Weise, wie Sie Ihr Unternehmen finanzieren, kann sich auf die Struktur und den Betrieb Ihres Unternehmens auswirken.
- ✓ Die finanzielle Situation und die Vision für Ihr Unternehmen werden die finanzielle Zukunft Ihres Unternehmens bestimmen.
- ✓ Wenn Sie die volle Kontrolle über Ihr Unternehmen behalten wollen, aber nicht über genügend Mittel für den Start verfügen, sollten Sie einen Kredit für Kleinunternehmen in Betracht ziehen.
- ✓ Um Ihre Chancen auf einen Kredit zu erhöhen, sollten Sie einen Geschäftsplan, eine Kostenaufstellung und Finanzprognosen für mindestens die nächsten fünf Jahre vorlegen.
- ✓ Sobald Sie Ihre Unterlagen fertig haben, wenden Sie sich an Banken und Kreditgenossenschaften, um einen Kredit zu beantragen.



<https://ec.europa.eu> <https://www.hsb.com> <https://www.worldbank.org/>

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS-
UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 5

*Neue Online-Marketing-Techniken für digitalisierte
Unternehmen in der EU*





Entworfen von Freepik

1. *Traditionelles Marketing vs. Digitales Marketing*

- Was ist was: Traditionelles vs. digitales Marketing
- Mittel des traditionellen Marketings
- Mittel des digitalen Marketings
- Hauptunterschiede zwischen digitalem und traditionellem Marketing
- Europäische Landschaft

2. *Bedarf an neuen Online-Marketing-Techniken und die derzeitige Annahme durch KMU/Unternehmen in der EU*

- Bedarf an neuen Online-Marketing-Techniken
- Derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU

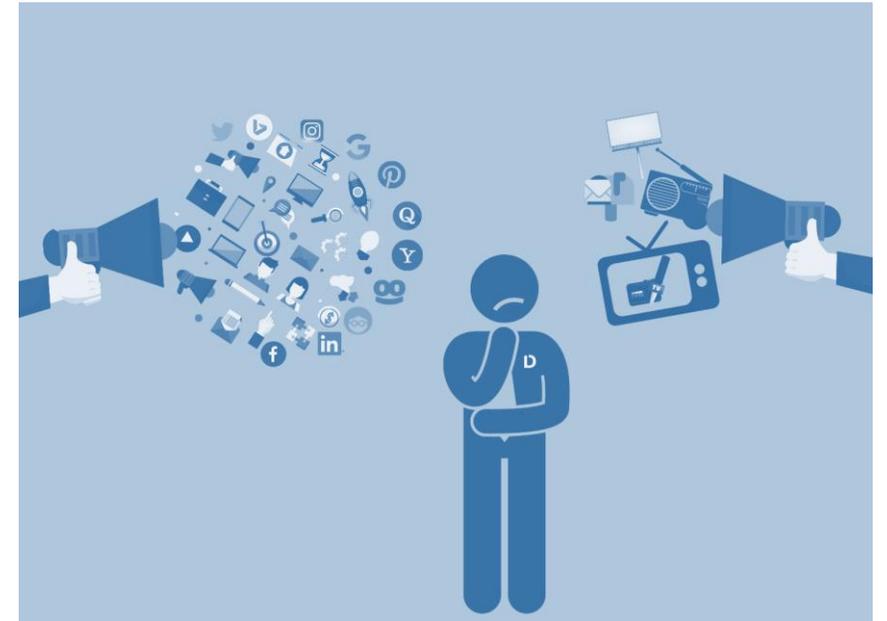
3. *Marketingstrategien und -instrumente*

4. *Erfolgreiche Fälle in der EU*

- PROGETTO QUID
- MAKEART DESIGN

5. *Referenzen*

1. Traditionelles Marketing vs. Digitales Marketing



Was ist Was: Traditionelles VS Digital Marketing



ON - GOOD



Marketing ist der Prozess der Erforschung, Schaffung und Bereitstellung von Werten, um die Bedürfnisse eines Zielmarktes in Form von Waren und Dienstleistungen zu erfüllen.

Das traditionelle Marketing konzentriert sich hauptsächlich auf das Produkt und dient dazu, ein Unternehmen zu erweitern und ein Produkt über die drei wichtigsten geografischen Ebenen (lokal, regional, national) und schließlich weltweit zu vertreiben^{1,2,3,4}.

Digitales Marketing ist eine zielgerichtete, messbare und interaktive Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen unter Verwendung digitaler Technologien, um die Zahl der Zuschauer zu erhöhen, sie in Kunden zu verwandeln und sie zu binden^{1,4}.

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

Mittel des Traditionelles Marketing

Für viele Unternehmen funktionieren **traditionelle** Marketingstrategien besser, je nachdem, welche Art von Unternehmen sie besitzen^{2,3,4}.

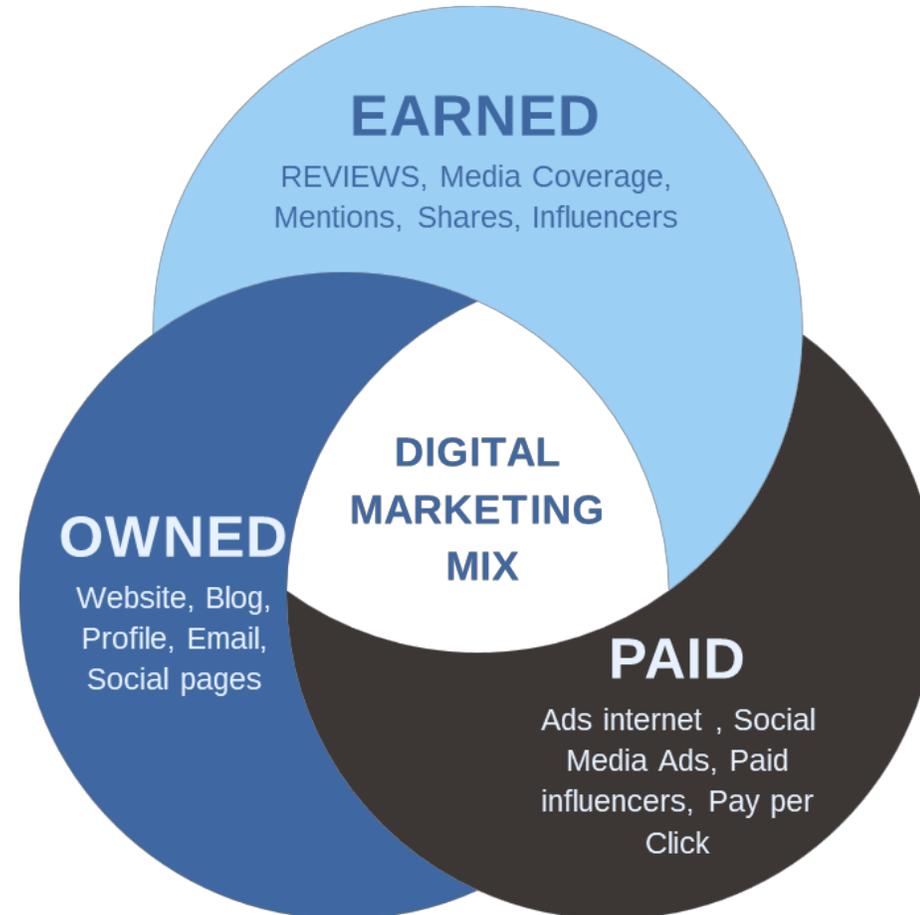
Es ist erwiesen, dass kleine Unternehmen mit Hilfe von Flugblättern und Plakaten besser wachsen, da sie in der Regel die Aufmerksamkeit des lokalen Publikums gewinnen^{2,3,4}.



Mittel der Digitales Marketing

Es gibt drei Arten von digitalen Medien: die verdienten, die eigenen und die bezahlten^{1,5,6}.

- **Verdient:** Die Werbung, die ein Unternehmen durch Mundpropaganda in der Online-Umgebung erhält.
- **Im Besitz:** Die Form der digitalen Medien, die ein Unternehmen für immer besitzt.
- **Bezahlte Medien:** Bezahlte Medien sind die Reichweite, die eine Marke durch Zahlungen erzielt.



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

Mittel der Digitales Marketing

- Diese Strategien sind nicht physisch: kein Einsatz von Transport, Inventar und anderen Ausgaben.
- Die Nutzung sozialer Medien ermöglicht es Unternehmen, ihre Sichtbarkeit auf globaler Ebene zu erhöhen, ihr Publikum zu verfolgen und ihre Daten für die künftige Nutzung zu sammeln.
- Werbung über soziale Medien ist kostengünstig^{1,5,6}.



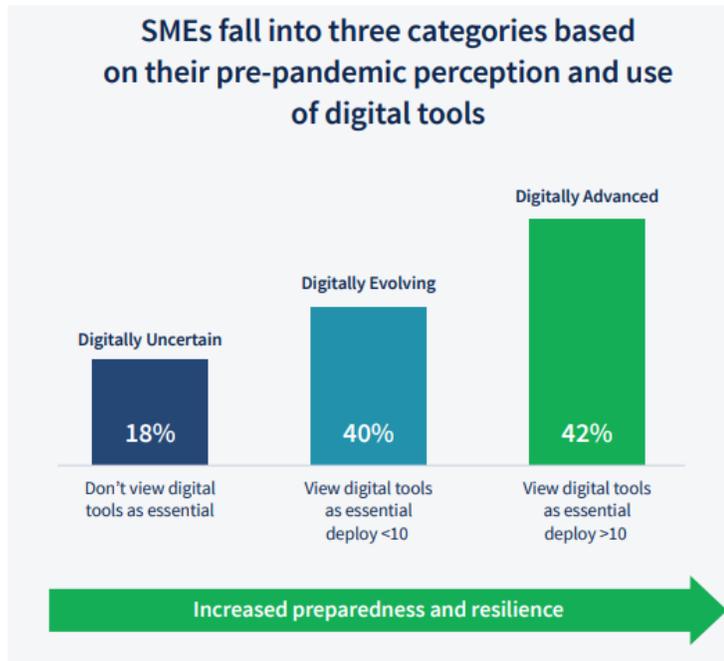
Hauptunterschiede zwischen *digitalem* und *traditionellem* Marketing



	Traditional	Digital
Communication	Is one way	It occurs in two ways and it is interactive
Customers	via TV, Radio, Billboards, Flyers and Magazine advertisements	They come to you via search engines, Online advertisements and social media
Effectiveness	More Expensive Less Effective	Less Expensive More Effective
Target	Audience-Random Targetting: Standardized Engagement:Low Tracking: No	Audience-Targeted Targetting: Customizable Engagement:High Tracking: Yes
Reach	Reach: Low Results: Slow	Reach: High Results: Fast

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

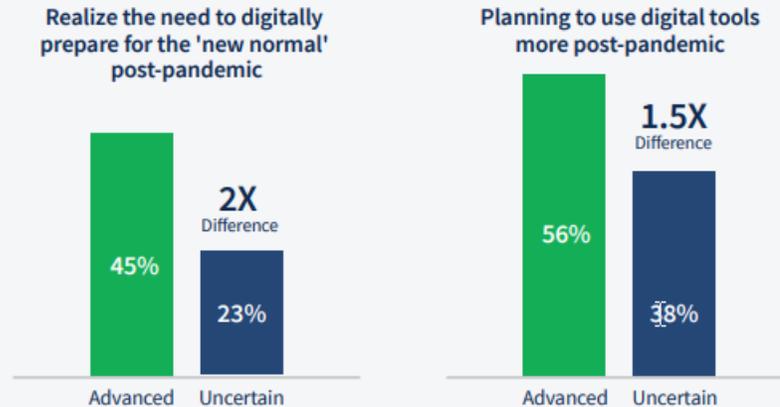
Europäische Landschaft



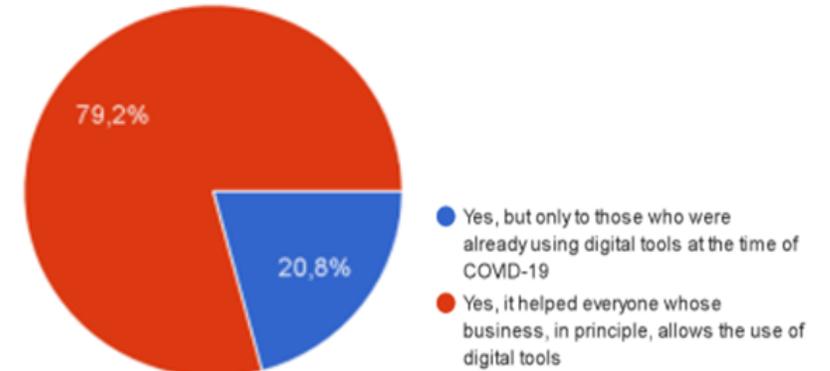
- Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) machen 99 % aller Unternehmen in der [Europäischen Kommission](#)^{7,8} aus.
- Die Pandemie hat die meisten KMU getroffen: 90 % hatten mit erheblichen Störungen zu kämpfen, und 44 % änderten ihre Produkte, Dienstleistungen und/oder ihr Geschäftsmodell⁷.
- 42 % der KMU sind digital fortgeschritten (nutzen digitale Werkzeuge als Teil ihres Geschäfts). Digital unsichere KMU (18 %) tun dies nicht. Digital Evolving SMEs (40 %) befinden sich im Übergang⁷.
- Fortgeschrittene KMU verzeichneten während der Pandemie 80 % mehr Umsatz und 60 % mehr Ertrag als unsichere KMU^{7,8}.

Europäische Landschaft

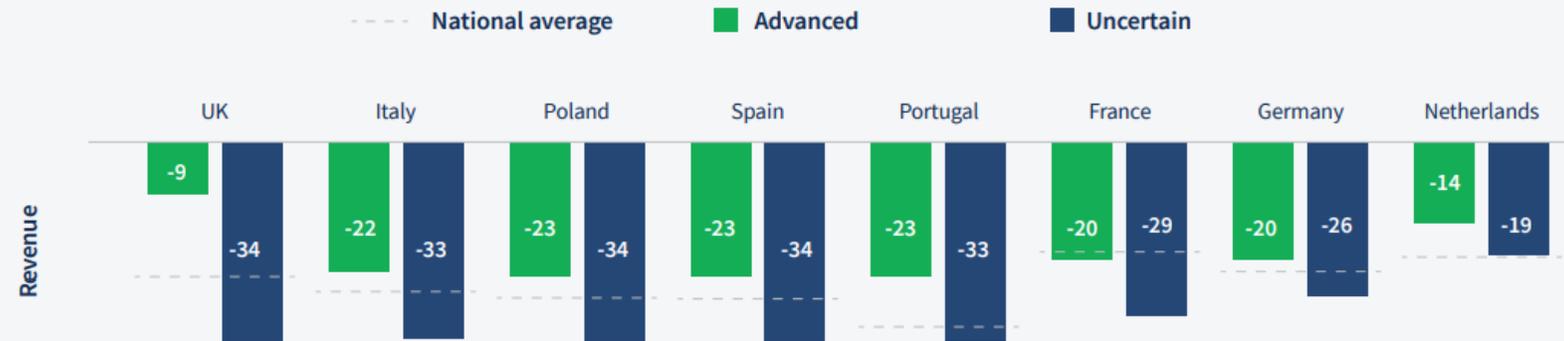
Higher Pre-Pandemic Digital Tool Usage Is Correlated With Planned Post-Pandemic 'Digital Acceleration'



Hat während Covid die Digitalisierung den Mittelstand vorangebracht?



Increased Digital Tool Use Is Correlated With Positive Revenue Outcomes Across Different Countries



Results shown for eight countries where we had the largest samples, ranging from 150-650 SMEs per country.

2. Bedarf an neuen Online-Marketing-Techniken und die derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU

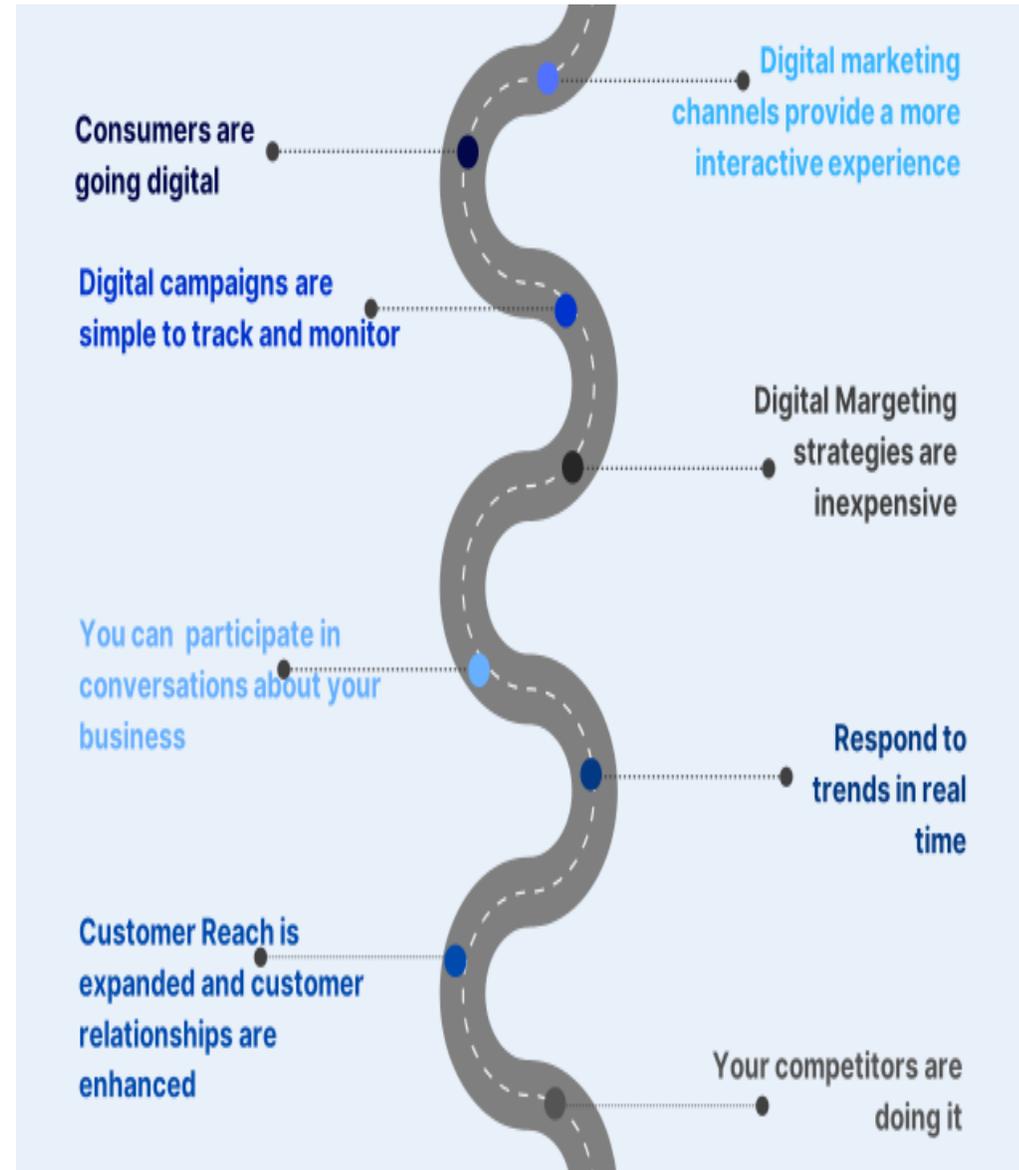


Bedarf an neuen Online-Marketing- Techniken



- Das **Internet** hat das Potenzial, das **Marketing** von KMU in Bereichen wie **Personalisierung, Kundenbeziehungen, Marketing**, Zugang zu neuen Märkten, Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, gemeinsame Produktentwicklung mit Kunden und Verbesserung der internen Effizienz zu verändern^{9,10,11} .
- Für KMU ist die Einführung **neuer Online-Marketing-Techniken** von entscheidender Bedeutung. Denn sie ermöglichen es, **ein Unternehmen mit seinen Kunden in Verbindung zu bringen**, während diese online sind. Es verbindet Unternehmen mit ihren idealen Kunden durch den Einsatz von **beliebten Social-Media-Plattformen, Google** und natürlich **E-Mail**^{9,10,11} .

Bedarf an neuen Online-Marketing- Techniken



Derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU



Das **Kundenerlebnis**, das **Datenmanagement** und der Einsatz von **KI** zur Verbesserung der Effektivität und Effizienz digitaler Kampagnen sind nur einige der digitalen Transformationen, die derzeit auf dem **europäischen Markt stattfinden**.

Die digitalen Trends in der Welt werden auch in Europa weiter verfolgt. **KMU in Europa** setzen eine Vielzahl von Marketingtechniken ein, um ihre Leistung zu steigern, darunter höhere Werbeausgaben und die Nutzung von Microblogging-Plattformen. Schauen wir uns die jüngsten digitalen Entwicklungen für KMU auf dem europäischen Markt an^{12,13}.

Digitale Trends für KMU im Jahr 2022

- Mehr als **450 Millionen Verbraucher in 27 Ländern** bilden den **europäischen Markt**.

Derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU



Höhere Ausgaben für digitale Werbung

- Im Jahr 2021 werden in der EU rund 31 Milliarden Euro für Display-Anzeigen und 16,1 Milliarden Euro für Suchanzeigen bzw. soziale Anzeigen ausgegeben werden.
- Der Gesamtbetrag, der in ganz Europa für Werbung ausgegeben wurde, stieg auf etwa 78 Milliarden.
- Mit Ausnahme von Italien geben alle europäischen Länder mehr Geld für **Suchanzeigen** als für **Social Ads** aus. Italien gibt 1,5 Milliarden für Suchanzeigen und 1,9 Milliarden für **Social-Media-Anzeigen** zusammen aus¹⁴.

Anstieg der gemeldeten Anzeigeneinnahmen

- Die Einnahmen **von Google Ads** stiegen von 95,5 Milliarden im Jahr 2018 auf satte 209,5 Milliarden im Jahr 2022.

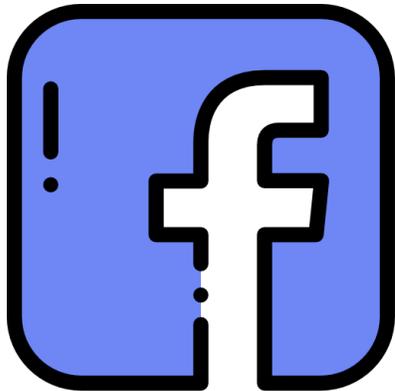
Derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU



Verstärkte Nutzung sozialer Medien

- Die Nutzung der [sozialen Medien](#) hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. In nur 10 Jahren hat sie sich sogar verdreifacht.
- Nach Angaben von Statista nutzen allein in Deutschland rund 66 Millionen Menschen soziale Medien, im Vereinigten Königreich 53 Millionen und in Frankreich 49,6 Millionen.
- KMU in ganz Europa setzen inzwischen einen großen Teil ihrer Ressourcen für das Marketing in den sozialen Medien ein.
- Es wird erwartet, dass die Nutzung sozialer Medien zunehmen wird, und daher bleiben sie eine großartige Möglichkeit für KMU, den Verkehr, die Leads und den Umsatz zu steigern⁷.

Derzeitige Übernahmequote durch KMU/Unternehmen in der EU



Beschleunigtes Wachstum der Facebook-Nutzer

- In den zehn Jahren seit dem Börsengang des Unternehmens ist die Zahl der Facebook-Nutzer auf über 2,9 Milliarden gestiegen.
- Darüber hinaus erwirtschaftet Facebook jährlich weltweit 114 Milliarden an Werbeeinnahmen, und Statistiken zeigen, dass Nutzer 35 Minuten pro Tag in sozialen Medien verbringen.
- Im dritten Quartal 2021 betragen die Facebook-Werbeeinnahmen allein in Europa 6,8 Milliarden ¹⁵.

*Derzeitige
Übernahmequote durch
KMU/Unternehmen in der
EU*



Das Instagram-Imperium

- Instagram ist eine wichtige Plattform für Influencer und Unternehmen, die mit Influencern zusammenarbeiten möchten. Laut Statistik ist Instagram bei Nutzern zwischen 14 und 35 Jahren sogar beliebter als Facebook.
- Instagram wird inzwischen von immer mehr KMU in Europa genutzt, um ihre Waren und Dienstleistungen zu vermarkten und zu verkaufen.
- Es wird davon ausgegangen, dass dieser Trend in naher Zukunft anhalten wird ¹⁵.

3. Marketingstrategien und Instrumente



Entworfen von ElizaLIV/ Freepik

Marketingstrategien und -instrumente



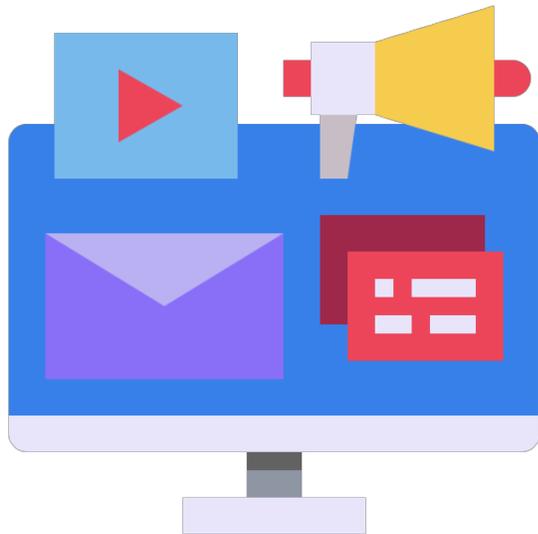
Marketingstrategien können Unternehmen helfen, ihren **Umsatz** und ihr **Markenimage** zu verbessern. Es gibt eine Reihe von Marketingstrategien für KMU^{16,17} :

1. Verstehen Sie, wie Sie Ihr Publikum ansprechen können

Bei der Vermarktung Ihres Kleinunternehmens ist es wichtig, die richtige Zielgruppe anzusprechen. So können Sie mehr Menschen erreichen, die an Ihrem Angebot interessiert sind. Im Folgenden finden Sie einige Hinweise, wie Sie Ihre Zielgruppe effektiv ansprechen können:

- Verstehen Sie Ihren Zielmarkt.
- Bestimmen Sie Ihr Fachgebiet.
- Untersuchen Sie Ihre Konkurrenten.
- Nutzen Sie die demografischen Informationen.
- Unterteilen Sie Ihr Publikum in Segmente.
- Personalisieren Sie Ihre Nachricht

Marketingstrategien und -instrumente

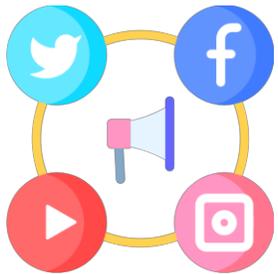


Nutzen Sie kaltes E-Mail-Marketing^{16,17}

Cold E-Mailing ist eine der wirksamsten Marketingstrategien für KMU. Sie hilft, zukünftige Kunden zu erreichen. Im Folgenden finden Sie einige Hinweise für die Vermarktung Ihres Kleinunternehmens per Kaltakquise:

- Stellen Sie eine Liste mit potenziellen Kunden zusammen.
- Finden Sie heraus, wer die Entscheidungsträger in den Unternehmen sind, die Sie ansprechen möchten.
- Erstellen Sie eine personalisierte E-Mail: Stellen Sie Ihr Unternehmen vor und erklären Sie, warum Ihre Produkte für den Kunden geeignet sind.
- Senden Sie die E-Mail und rufen Sie anschließend an.
- Verfolgen Sie Ihre Fortschritte und passen Sie Ihre Strategie bei Bedarf an.

Marketingstrategien und -instrumente



Bewerben Sie Ihr Unternehmen online: Es gibt mehrere Möglichkeiten der Marketingstrategie^{16,17}.

- **Werbung in den sozialen Medien:** Werbung für Ihr Unternehmen auf Social-Media-Plattformen (Facebook, Twitter und LinkedIn). Erstellen Sie Anzeigen, die sich an bestimmte Demografien richten, oder posten Sie auf Ihrer Social-Media-Seite über Ihr Unternehmen.
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Optimierung Ihrer Website, um auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen weiter oben zu erscheinen. Es gibt zahlreiche SEO-Techniken.
- Bei einem begrenzten Marketingbudget werden Tools wie **Google AdWords** oder **Facebook Ads** eingesetzt. Sie ermöglichen es Ihnen, mit Ihrer Werbung bestimmte Zielgruppen anzusprechen.

Marketingstrategien und -instrumente



Verbindung mit lokalen Unternehmen

Der Aufbau von Beziehungen zu lokalen Unternehmen ist eine der besten Möglichkeiten zur Vermarktung Ihres Kleinunternehmens. Wenn Sie mit anderen Unternehmen in Ihrer Umgebung zusammenarbeiten, können Sie **Ressourcen gemeinsam nutzen** und sich gegenseitig bei Ihren Kunden **vermarkten**. Sie können auch zusammenarbeiten, indem Sie **gemeinsam Marketingkampagnen, Aktionen** und **Veranstaltungen entwickeln**¹⁸.

Beginnen Sie mit der Vernetzung mit anderen lokalen Geschäftsinhabern, um Verbindungen zu Unternehmen in der Nähe herzustellen. Nehmen Sie an Geschäftstreffen und Online-Foren und -Gruppen teil, die die Zusammenarbeit zwischen lokalen Unternehmen fördern. Sie können auch direkt auf Unternehmen in Ihrer Nähe zugehen und eine Zusammenarbeit vorschlagen.¹⁸

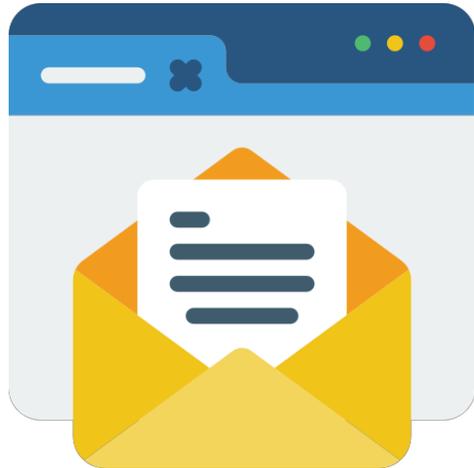
Marketingstrategien und -instrumente



Anreize und Rabatte anbieten

Dies kann in Form eines [Rabatts](#) auf Ihre Waren oder Dienstleistungen, eines Gratisartikels beim Kauf oder sogar eines prozentualen Nachlasses erfolgen. Darüber hinaus können Sie Treueprogramme anbieten, mit denen Sie Ihre Kunden für ihre Treue zum Unternehmen belohnen. Achten Sie darauf, dass die Belohnung oder der Rabatt, den Sie anbieten, für Ihre Kunden von Wert ist^{20,21}.

Marketingstrategien und -instrumente



Erstellen einer E-Mail-Liste

Die Erstellung einer [E-Mail-Liste](#) ist einfach. Es erfordert nicht viel Zeit und wird Ihnen in Zukunft eine Menge Zeit ersparen^{22,23}.

- **Geben Sie den Leuten einen Anreiz.** Bieten Sie ein kostenloses Webinar oder einen Rabattcode an, damit die Leute sich in Ihre Mailingliste eintragen.
- Bitten Sie Ihre **Website-Besucher**, sich in Ihre Mailingliste einzutragen, um Aktualisierungen per E-Mail zu erhalten.
- Nutzen Sie die **sozialen Medien**, um Links zu teilen, die direkt mit dem Anmeldeformular verbunden sind, und drücken Sie Ihre Begeisterung über die Einführung Ihrer neuen Produkte und Dienstleistungen aus.
- Fügen Sie auf allen Seiten Ihrer Website und in Ihren Blogbeiträgen ein **Anmeldeformular ein**.

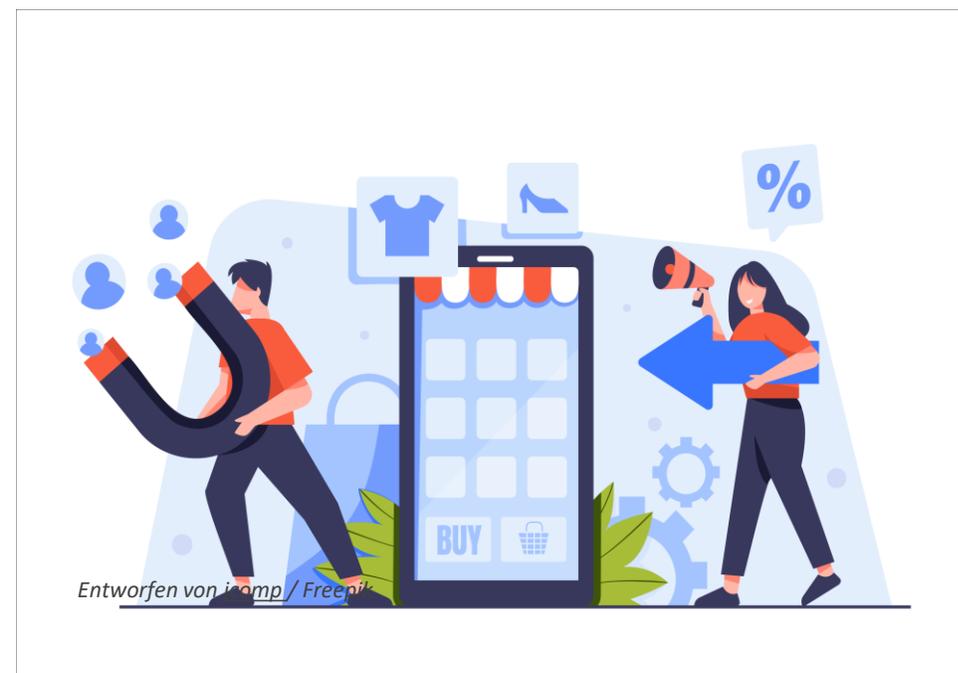
Marketingstrategien und -instrumente



Blog über die neuesten Trends und Ereignisse im Zusammenhang mit Ihrer Geschäftsnische

Eine gute Möglichkeit, mit Kunden in Kontakt zu treten und Informationen über Ihr Unternehmen zu verbreiten, ist das [Bloggen](#). Potenzielle Kunden können mehr über Sie und Ihre Dienstleistungen erfahren, wenn Sie über die neuesten Trends, Nachrichten und Ereignisse in Ihrer Branche bloggen. So können Sie das Vertrauen bestehender Kunden gewinnen und neue Kunden anlocken ^{24,25}.

4. Erfolgreiche Fälle in der EU



PROGETTO QUID: Anna Fiscale | Verona, Italien

<https://shop.progettoquid.com>



- Progetto Quid ist ein **ethisches und nachhaltiges** Modeunternehmen. Es nimmt hochwertige Textilien von High-End-Modemarken und entwickelt sie zu schönen Kollektionen weiter .
- Fast alle Designer von Quid sind Frauen, und viele von ihnen kommen aus schwierigen Verhältnissen.
- Progetto Quid war während der COVID19-Pandemie **gezwungen**, alle neun **Filialen zu schließen**.
- Sie beschlossen, sich umzuorientieren und **digital zu arbeiten**.
- Progetto Quid erstellte **Videos**, in denen die Kollektion vorgestellt wurde, die **auf Youtube** und in **den sozialen Medien** des Unternehmens (Facebook, LinkedIn und Instagram)⁷ **veröffentlicht wurden**.

PROGETTO QUID: Anna Fiscale | Verona, Italien

<https://shop.progettoquid.com>



- Die sozialen Netzwerke von Quid und die **Google My Business**-Seite boten wichtige Kanäle, um **die Kommunikation** mit den Kunden aufrechtzuerhalten und Fragen zeitnah zu beantworten.
- Google My Business bot den Kunden auch die Möglichkeit, **Termine** für einen **maßgeschneiderten Einkaufsservice zu buchen**, den das Unternehmen während der Pandemie eingeführt hatte.
- Sie nutzten auch **Google Ads**, was ihre **Sichtbarkeit drastisch erhöhte**.
- So entstand eine echte **Verbindung** zwischen der Marke und den Kunden, selbst **aus der Ferne**.
- In etwas mehr als zwei Monaten erhielt Quid Bestellungen für über 700.000 Artikel

MakeArt Design: Antonis Christou, Lenos Kotziapasis / Zypern

<https://www.facebook.com/makeartdesign>



- MakeArt Design ist ein zyprisches Unternehmen, das 2013 gegründet wurde.
- Sie konstruieren moderne Möbel und Accessoires aus Holz und anderen Materialien wie Stahl, Holz und Kunststoff.
- Die Firmeninhaber Antonis und Lenos begannen mit dem Design von Möbeln als Hobby und mit einem minimalen Budget.
- Sie erstellten eine einfache Facebook-Seite, auf der potenzielle Kunden ihre Arbeit sehen konnten.
- Um eine digitale Präsenz aufzubauen, konnten sie zu diesem Zeitpunkt nur Facebook-Anzeigen schalten. Also stellten sie wöchentliches Budget für Facebook-Anzeigen zur Verfügung.

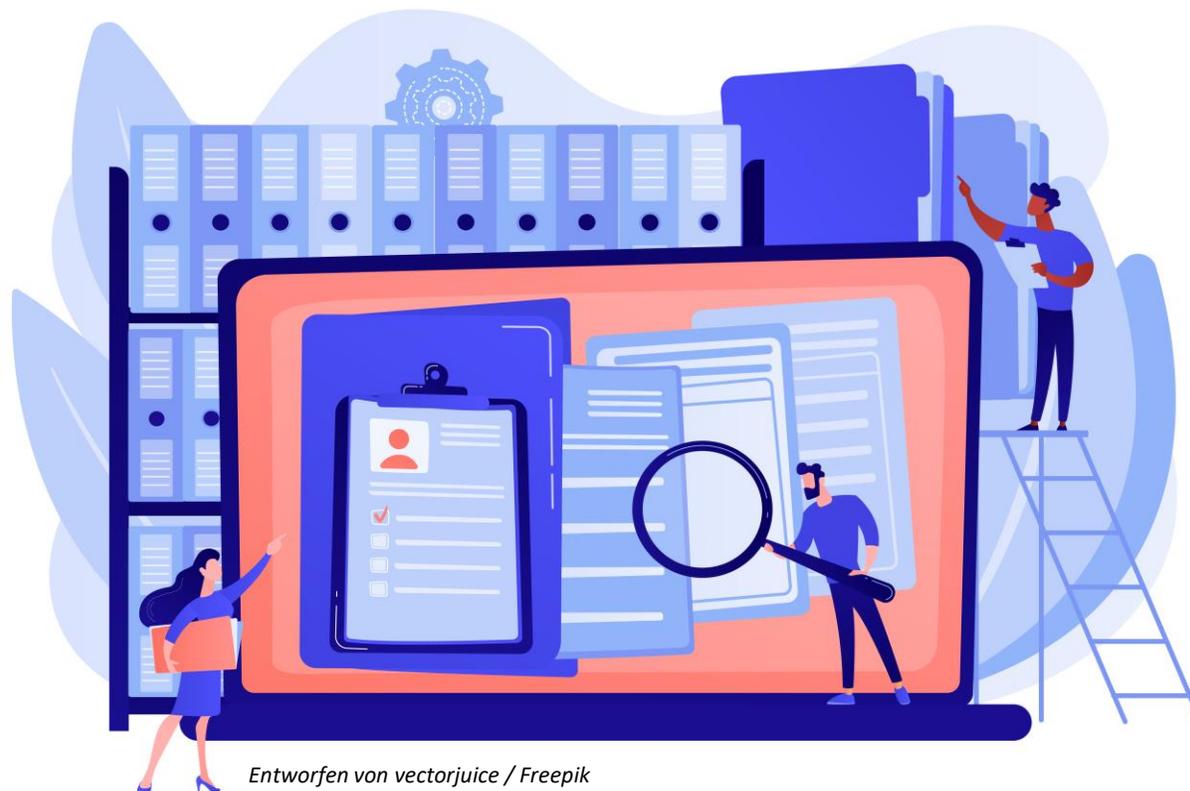
MakeArt Design: Antonis Christou, Lenos Kotziapasis / Zypern

<https://www.facebook.com/makeartdesign>



- Diese Strategie führte dazu, dass das Unternehmen ein riesiges Online-Publikum von mehr als 30.000 Personen gewinnen konnte.
- Dies ist ein außergewöhnliches Beispiel dafür, wie ein minimales Budget einem Unternehmen eine starke Online-Präsenz verschaffen kann.
- Die COVID-19-Krise hat auch MakeArt Design getroffen. Aber die Inhaber nutzten ihr Publikum in den sozialen Medien, um systematisch für ihre Arbeit zu werben.
- Außerdem verstärkten sie ihre Online-Präsenz durch Artikel in der Online-Presse, die dann mit ihrem Publikum geteilt wurden.
- Die Bedeutung einer starken Online-Präsenz hat dem Unternehmen geholfen, während der COVID-19 nicht nur widerstandsfähig zu bleiben, sondern auch zu gedeihen.

5. Referenzen



Entworfen von vectorjuice / Freepik

Referenzen



Entworfen von Freepik

1. [Traditionelles Marketing vs. digitales Marketing - WRM \(whiteriversmedia.com\)](https://whiteriversmedia.com)
2. <https://www.feedough.com/traditional-marketing/>
3. <https://books.openedition.org/pucl/1647?lang=en>
4. <https://www.investopedia.com/terms/f/four-ps.asp>
5. <https://www.feedough.com/digital-marketing-guide/>
6. <https://www.marketo.com/digital-marketing/#:~:text=Digital%20marketing%2C%20auch%20bekannt%20als,Websites>
7. [Startseite - Digitaler Antrieb \(connectedcouncil.org\)](https://connectedcouncil.org)
8. <https://eap-csf.eu/wp-content/uploads/SMEs-digital-transformation-in-the-EaP-countries-during-COVID-19.pdf>
9. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jmkr.40.2.131.19224>
10. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814044115#bbib0005>
11. <https://eprints.soton.ac.uk/80486/>
12. <https://www.matchcraft.com/knowledge-center/our-blog/2022-digital-trends-for-european-smes/>
13. <https://www.salesforce.com/eu/blog/2020/11/new-tech-and-giant-expectations--sme-trends-for-2020.html>
14. <https://www.statista.com/statistics/889657/desktop-vs-mobile-share-of-paid-search-europe/>
15. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
16. <https://www.businessnewsdaily.com/15770-local-marketing-strategies-for-small-business.html>
17. <https://www.freshbooks.com/hub/marketing/marketing-strategies-small-businesses>
18. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2020/03/25/connecting-to-local-communities-13-effective-strategies-for-businesses/>

Referenzen



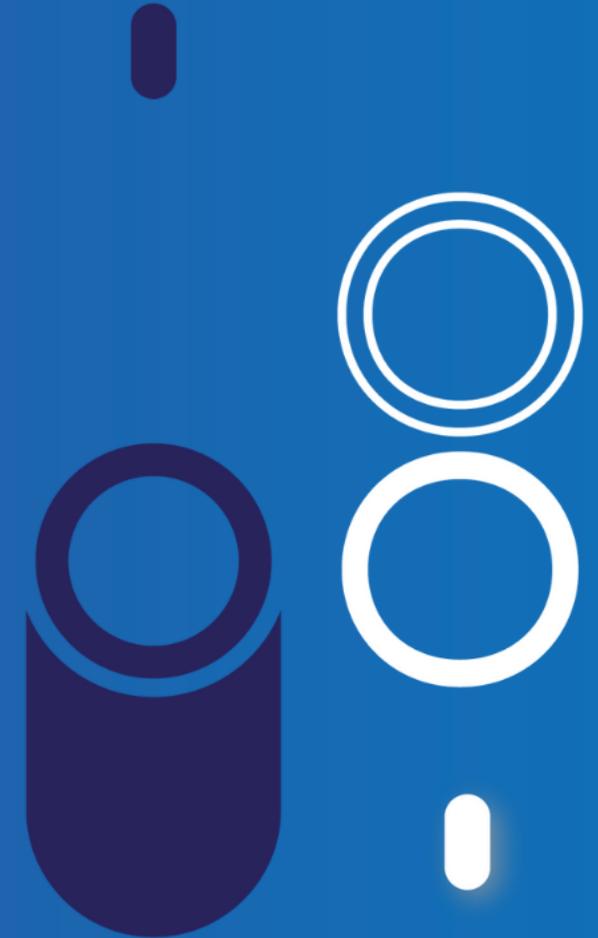
Entworfen von Freepik

19. <https://business.nextdoor.com/en-us/small-business/resources/blog/how-small-businesses-can-connect-with-local-customers-during-coronavirus>
20. <https://www.shopify.com/blog/discounts-and-coupons>
21. <https://business.vic.gov.au/business-information/finance/pricing-for-profit/develop-discount-strategies>
22. <https://www.shopify.com/blog/build-email-list>
23. <https://optinmonster.com/beginners-guide-to-email-marketing/>
24. <https://startuptlift.com/using-blog-to-attract-customers/>
25. <https://link.springer.com/article/10.1057/dbm.2011.24>
- 26.

ON-GOOD

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS-
UND WEITERBILDUNG: KAPITEL 6

*Teilnahme und Präsentation von Produkten
auf Online-Messen oder Veranstaltungen*



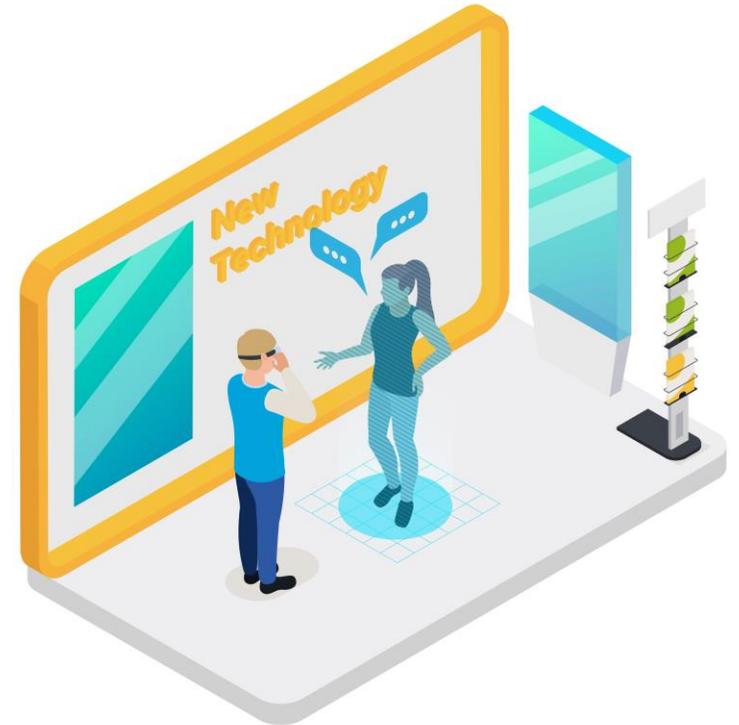
Einführung

Das Aufkommen von Online-Messen - die Zukunft ist virtuell

- Was ist eine Online-Messe und wie funktioniert sie?

Online-Versionen von Veranstaltungen, bei denen Waren und Dienstleistungen ausgestellt werden, sind entstanden, insbesondere während der Covid-19-Pandemie. All dies geschieht in der digitalen Welt.

Verschiedene Unternehmen und Organisationen stellen ihre Produkte und Dienstleistungen aus, informieren über sie und können auf Online-Messen sogar Verkäufe tätigen.

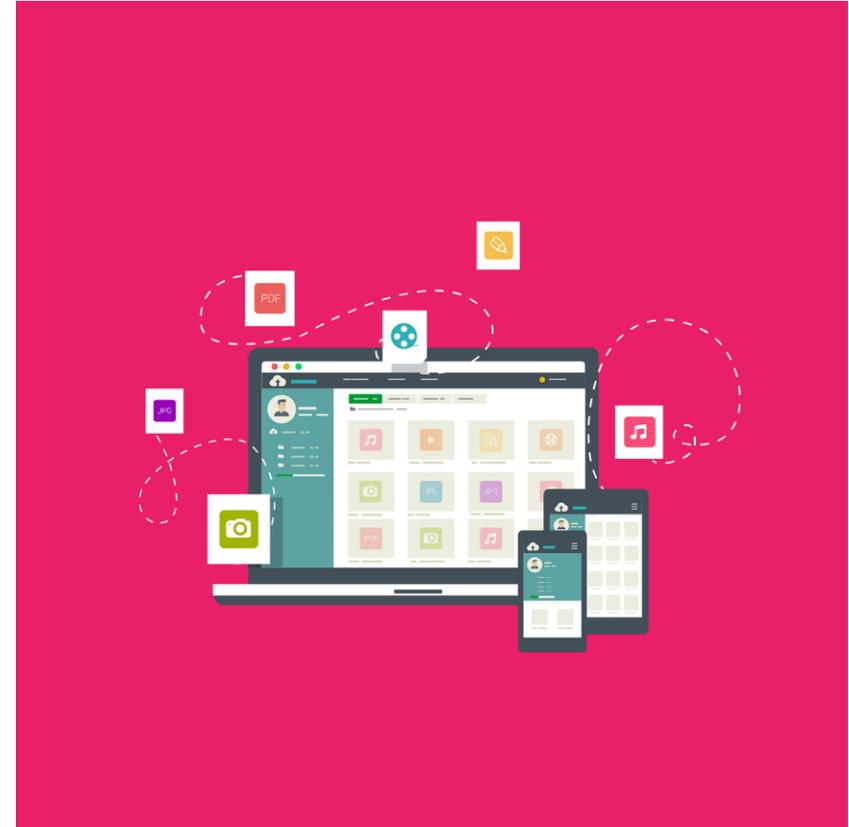


Einführung

Das Aufleben von Online-Messen - die Zukunft ist virtuell

Da die Technologie die Berufswelt ständig umgestaltet, verfügen virtuelle Handelsumgebungen heute über mehrere Elemente einer "Live-Messe", von virtuellen Lobbys und Auditorien bis hin zu Ausstellungshallen und virtuellen Messeständen.

Die Teilnehmer können sich an den Ständen der Aussteller umsehen, mit Vertretern sprechen, Broschüren herunterladen, Links zu Websites und/oder Produktshops aufrufen - und das alles bequem von zu Hause aus.



Einführung

Vorteile von Online-Messen

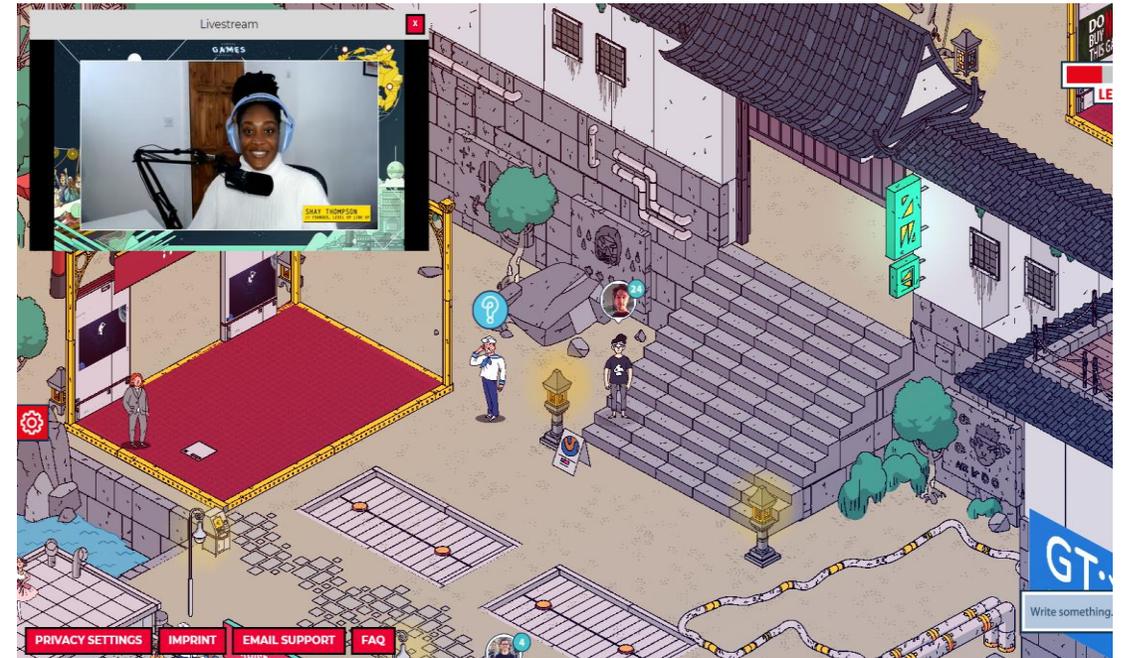
- Ein globales Publikum (erreichen Sie Besucher aus der ganzen Welt)
- Die Teilnehmerzahl ist in der Regel frei von Größenbeschränkungen
- Umweltfreundlich (minimaler Papierabfall, minimaler Reiseaufwand = Verringerung des Reiseaufkommens und der Kohlenstoffemissionen)
- Barrierefreiheit, Beseitigung physischer Barrieren und Beseitigung von Hindernissen für den Zugang zu digitalen Inhalten (z. B. Schriftgrößen, Untertitelungsoptionen)
- Begrenzte Terminkonflikte (Verfügbarkeit auf Abruf und Web-Streaming)



Einführung

Vorteile von Online-Messen

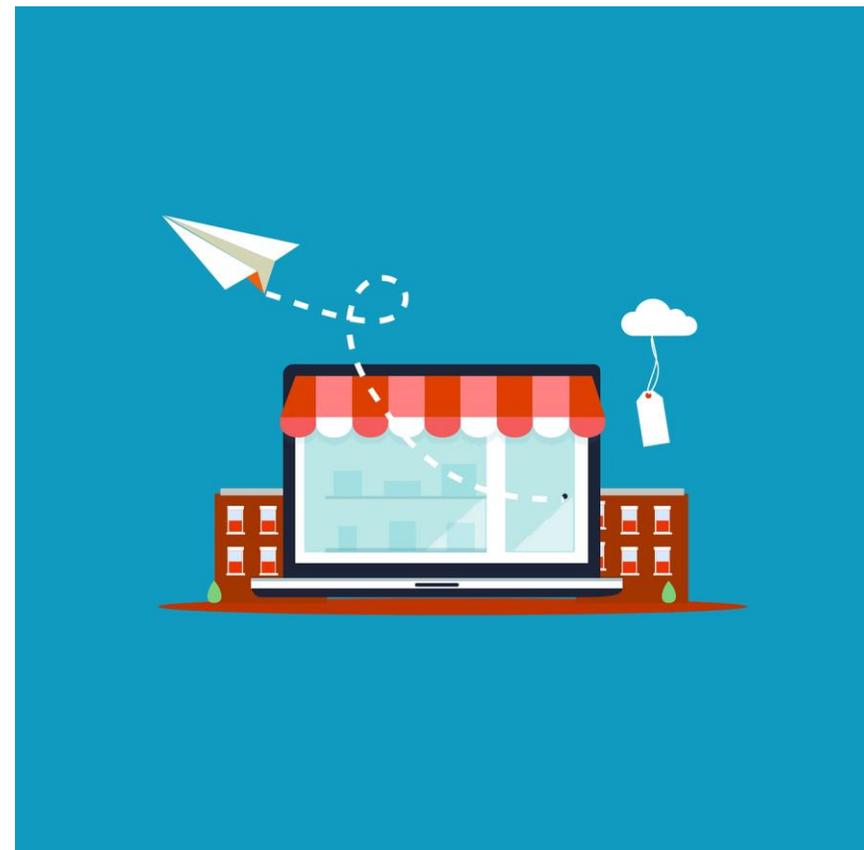
- Fesselnde Erfahrung:
 - Interaktive Avatare
 - Digitale Messestände
 - Chat-Lounges
 - Gruppensitzungen und Webinare
- Individuelles KPI-Reporting* - jeder digitale Teilnehmer-Fußabdruck wird in der Regel von Beginn bis zum Ende der Veranstaltung nachverfolgt (z. B. wie viele Teilnehmer Ihren Stand besucht haben, auf Ihren Website-Link geklickt haben, mit Ihrem digitalen Vertreter gechattet haben, virtuelle Visitenkarten ausgetauscht haben)



Quelle: *Super Crowd Entertainment Pressemappe*

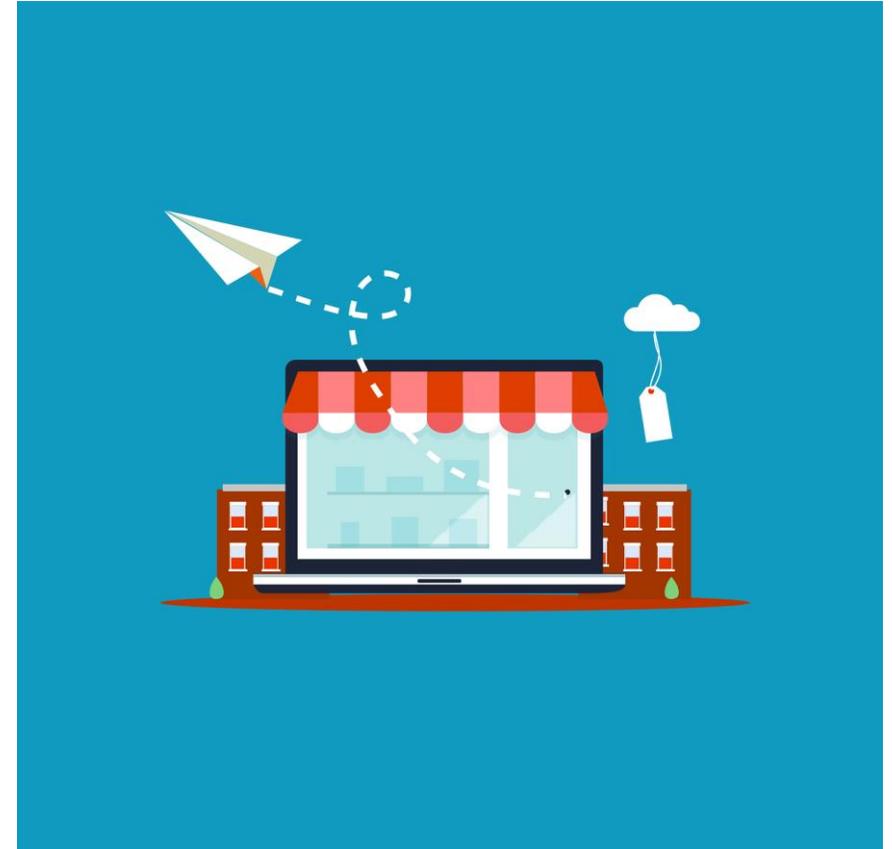
Vorbereitung von Online-Messen

- Wählen Sie die richtige Online-Messe mit Hilfe eines Online-Verzeichnisses (z. B. <https://10times.com/tradeshows>)
 - Format wählen - Messe
 - Geben Sie "online" in das Feld für den Standort ein.
 - Kategorie auswählen (wählen Sie Ihre Geschäftskategorie, z. B. Bauwesen)



Vorbereitung von Online-Messen

- Eine Vision/Zielsetzung festlegen
 - Präsentation eines neuen Produkts
 - Vernetzung
 - Präsenz bei wichtigen Branchenveranstaltungen
 - Beschaffung von Kontaktdaten von potenziellen Kunden
 - Einholung von Feedback usw.
- Versuchen Sie, bestimmte KPIs mit diesen Zielen zu verknüpfen.
 - z.B. X Anmeldungen für den Newsletter innerhalb der Messedauer
 - 10% mehr Umsatz innerhalb der Messedauer



Vorbereitung von Online-Messen

Sorgfältige Prüfung

- Erkunden Sie die Website der Messe
- Überprüfen Sie die Arten von Paketen und das Messeangebot
- Bestätigen Sie, welche Art von Dateien Sie benötigen, um Ihr Unternehmen zu präsentieren und Ihre Dienstleistungen/Produkte vorzustellen.

(Design, Video, Profil in den sozialen Medien)

- Prüfen Sie, welche Art von KPIs vom Messeveranstalter verfolgt wird und wie diese geliefert werden
- Rechtzeitig anmelden und über die Veranstaltung auf dem Laufenden bleiben
- Prüfen Sie alle Vernetzungsmöglichkeiten (Voranmeldung virtueller Treffen, Business Speed Dating, Webinare usw.)



Vorbereitung von Online-Messen

Sorgfältige Prüfung

- Denken Sie strategisch über die Vertreter nach, die Sie zur Online-Messe "schicken" wollen
- Bereiten Sie Inhalte und Fragen vor, die Ihre Kunden anlocken und/oder sie dazu bringen, Ihr Produkt, Ihr Unternehmen oder Ihre Dienstleistung zu erkunden.



Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

- Einführung in QR-Codes

Was ist ein QR-Code?

QR steht für Quick Response. Es ist ein Code, mit dem Sie (und Ihre Kunden, Geschäftspartner usw.) durch Scannen eines zweidimensionalen Codes schnell auf Informationen zugreifen können.



Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

- Öffnen Sie die Kamera-App auf Ihrem Mobiltelefon
- Bewegen Sie Ihre Kamera so, dass sich der QR-Code im Rahmen befindet, und tippen Sie auf das gelbe Pop-up

QR-Codes können verwendet werden, um auf URLs (Websites, Feedback-Umfragen usw.), PDFs, Bilder (Broschürenposter, Datenblätter), vCards, App Stores, Social Media (eine Liste von Links mit mehreren Social-Media-Kanälen zur Auswahl ist möglich) und noch mehr Optionen zu verlinken.

QR-Codes können auf digitalen Kommunikationsmitteln angezeigt werden (in Newslettern, E-Mails, auf Bildschirmen usw.) und können auf gedruckten Materialien verwendet werden.



Vorbereitung von Online-Messen

QR-Codes

QR-Code-Generator - <https://me-qr.com/> (kostenloses Konto verfügbar)

Wählen Sie die Art des QR-Codes, geben Sie den gewünschten Inhalt ein (Links, Dokumente, Bilder), passen Sie Ihren QR-Code bei Bedarf an und laden Sie die Datei herunter.



Sie können die Anzahl der Scans pro QR-Code verfolgen und haben Zugriff auf ein Dashboard mit verschiedenen Daten (siehe nächste Folie).

Bitte scannen Sie den QR-Code auf der rechten Seite, um ein Beispiel für einen QR-Code für den Eintrag eines Unternehmens in den sozialen Medien zu sehen (verschiedene zusätzliche soziale Medienkanäle können hinzugefügt werden).



HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 6

Your QR-codes

Import from csv Add domain to user CREATE NEW QR

Code type: All types Sort by: Scans Search entry by id or title



CHANGE DESIGN

Main Website QR code

03.08.22

<https://me-qr.com/jv5rHx>

Link

BUSINESS AND FINANCE

Edit content

Total QR scan

1

Unique scans

1

SETTINGS

STATISTICS

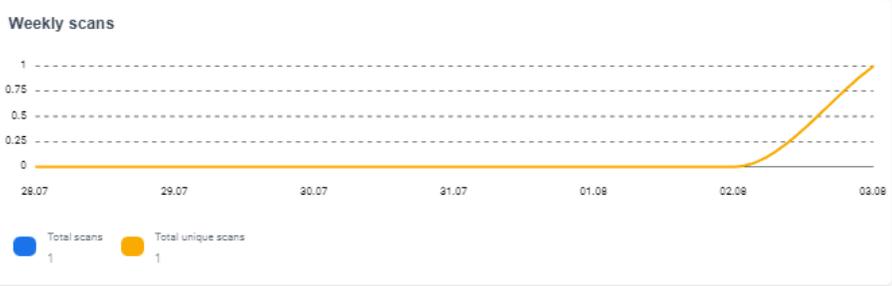
DOWNLOAD QR

DELETE QR

HIDE

Last-scanned: August 03, 2022 12:48

Weekly scans



Legend: Total scans (blue), Total unique scans (orange)

Total scans: 1, Total unique scans: 1

All visitors

Rows on page 5 < 1 of 1 >

Date	Country	City	OS
2022-08-03	Germany	Munich	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 15_0 like Mac OS X) AppleWebKit/605.1.15 (KHTML, like Gecko) Chrome/103.0.5060.63 Mobile/15E148 Safari/604.1

[Get CSV](#)

Unique visitors

Rows on page 5 < 1 of 1 >

Date	Country	City	OS
2022-08-03	Germany	Munich	Mozilla/5.0 (iPhone; CPU iPhone OS 15_0 like Mac OS X) AppleWebKit/605.1.15 (KHTML, like Gecko) Chrome/103.0.5060.63 Mobile/15E148 Safari/604.1

[Get CSV](#)

Vorbereitung von Online-Messen

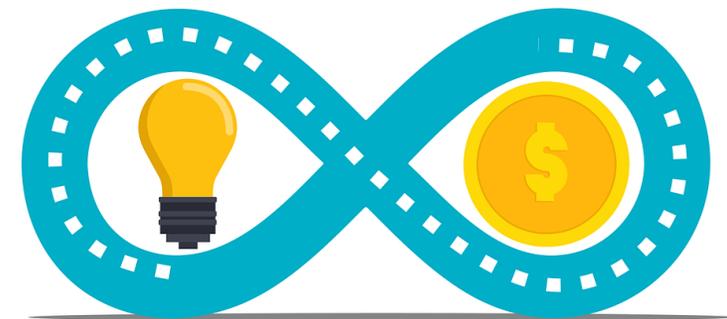
Fiverr - freiberufliche und automatisierte

Designdienstleistungen

Ein kostenloses Konto kann mit einer E-Mail oder einem Facebook-Konto eingerichtet werden.

In Fiverr gibt es einen automatischen Logo-Maker. Sie können ganz einfach ein Logo entwerfen (Schritt für Schritt auf den nächsten Folien erklärt) und ein Paket mit Designdateien zu einem relativ niedrigen Preis erwerben.

Fiverr listet auch zahlreiche Freiberufler auf, die ihre Dienste in verschiedenen Geschäftsbereichen anbieten (Grafik & Design, digitales Marketing, Schreiben & Übersetzung, Video & Animation und viele mehr).



Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte

STEP 1 / 3

Make your logo in a few steps

Let's get to know you better and create a logo you love.

Add your brand name 

On-Good 

Add your slogan (Or add it later)

For example, "Get it done".

STEP 2 / 3

Tell us about your brand

Share your story to get a logo that shows and tells it best.

Select your industry (Up to 3) 

Business consulting × |

Add elements you'd like your logo to include (Optional)

E.g., sun, dog, book, etc.

Separate keywords with the Enter key

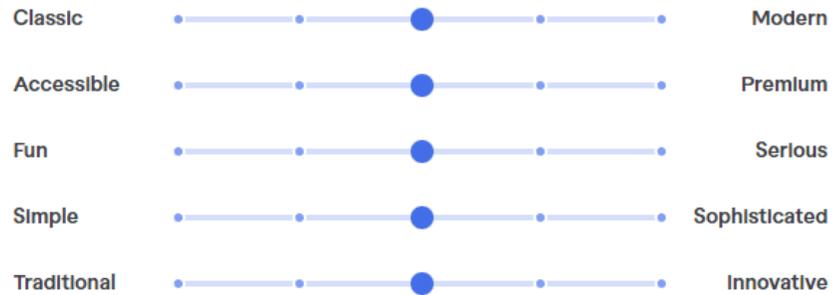
Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte

STEP 3 / 3

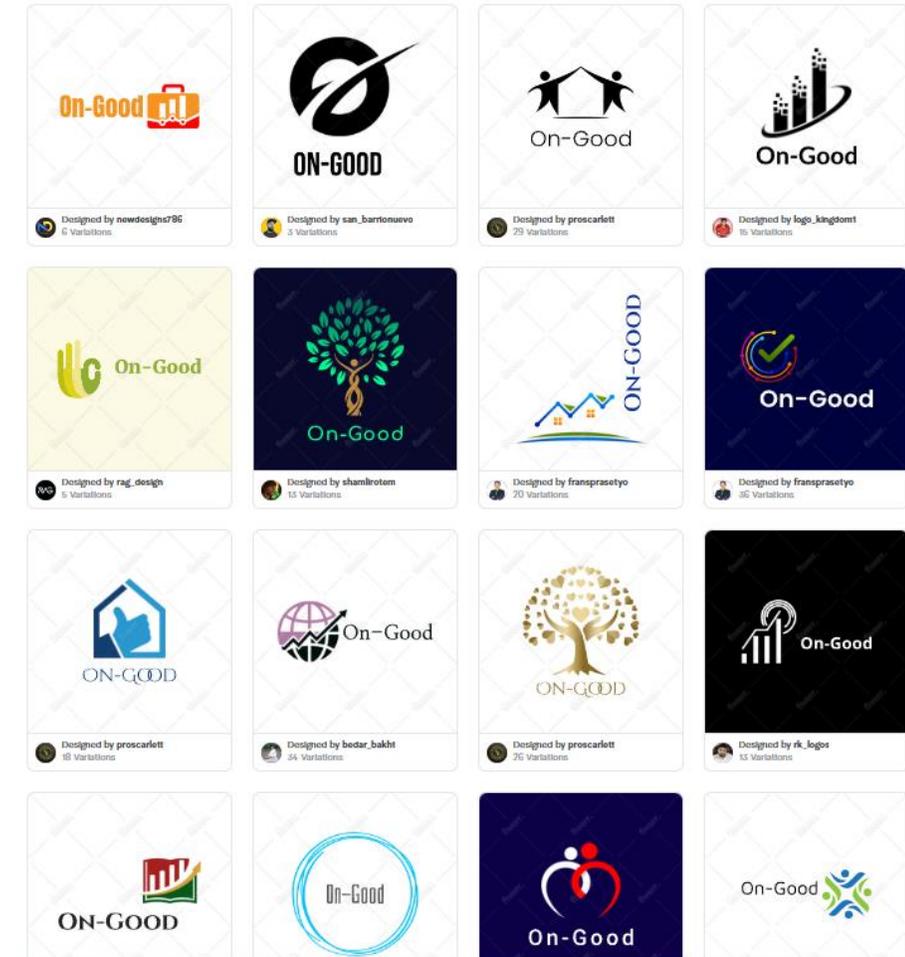
Define your brand's personality

How strongly do these values represent your brand? Slide left or right.



← Back

Make My Logo →



Vorbereitung von Online-Messen

Fiverr - freiberufliche und automatisierte
Designdienstleistungen



Choose your logo package

Build a strong brand with high-quality logo files you can use everywhere—on your website, social media, in print, and much more.

[Preview Your Logo](#)

Gegen eine einmalige Zahlung erhalten Sie Zugang zu einer Reihe von Basisdateien (je nach dem von Ihnen gewählten Paket).

€56 POPULAR

Professional

All the logo files you need for websites, social media, print, and branding.

[Buy Now](#)

[Download a sample of this package](#)

- Full Commercial Rights
- High-quality PNG logo
- Transparent Background
- Print ready
- Editable and resizable logo
- Websites & app logo files
- Social media kit
- Brand style guidelines
- Zoom Backgrounds

€31

Essential

High-quality PNG logos for digital use.

[Buy Now](#)

[Download a sample of this package](#)

- Full Commercial Rights
- High-quality PNG logo
- Transparent Background

Vorbereitung von Online-Messen

Canva - ein einfaches und kostenloses Grafikdesign-Tool

Kostenloses Konto kann mit E-Mail oder Facebook-Konto eingerichtet werden

Zugang zu einer umfangreichen Mediathek mit über einer Million kostenloser Stockfotos, Videos, Grafiken usw.

Zugang zu 250 000 kostenlosen Vorlagen (Videos, Präsentationen, Flugblätter, Poster)

Zugang zum Herunterladen von Dateien in verschiedenen Formaten (PNG, JPG, MP4,

Kostenloser 30-Tage-Zugang zu Canva Pro, der umfangreiche Zugriffsmöglichkeiten bietet

Mehrere kostenlose Schritt-für-Schritt-Tutorials im Internet (z. B. [hier](#))

Log in or sign up in seconds

Use your email or another service to continue with Canva (it's free!)



Continue with Google



Continue with Facebook

Continue with email

Continue another way

By continuing, you agree to Canva's [Terms of Use](#).
Read our [Privacy Policy](#).

 Sign up with your work email

HANDBUCH ZUR METHODIK DER BERUFLICHEN AUS- UND WEITERBILDUNG

KAPITEL 6

Vorbereitung von Online-Messen

Canva

Beispiele für Vorlagen, die auf Canva kostenlos verwendet und angepasst werden können:



Berge Reisen Abenteuer Logo ...
Logo by Christin Stapff



Bäckerei Logo Icon Simple Na...
Logo by Noelle's Design's



Logo Boutique Modegeschäft ...
Logo by Christin Stapff

Trending Near You



Fashion socia...
Your Story by Ys...



Hand Drawn Back t...
A4 Document by Canv...



Red and Blue Photo Independence Day Twitter Post
Twitter Post by Canva Creative Studio

Durchführung von Online-Messen

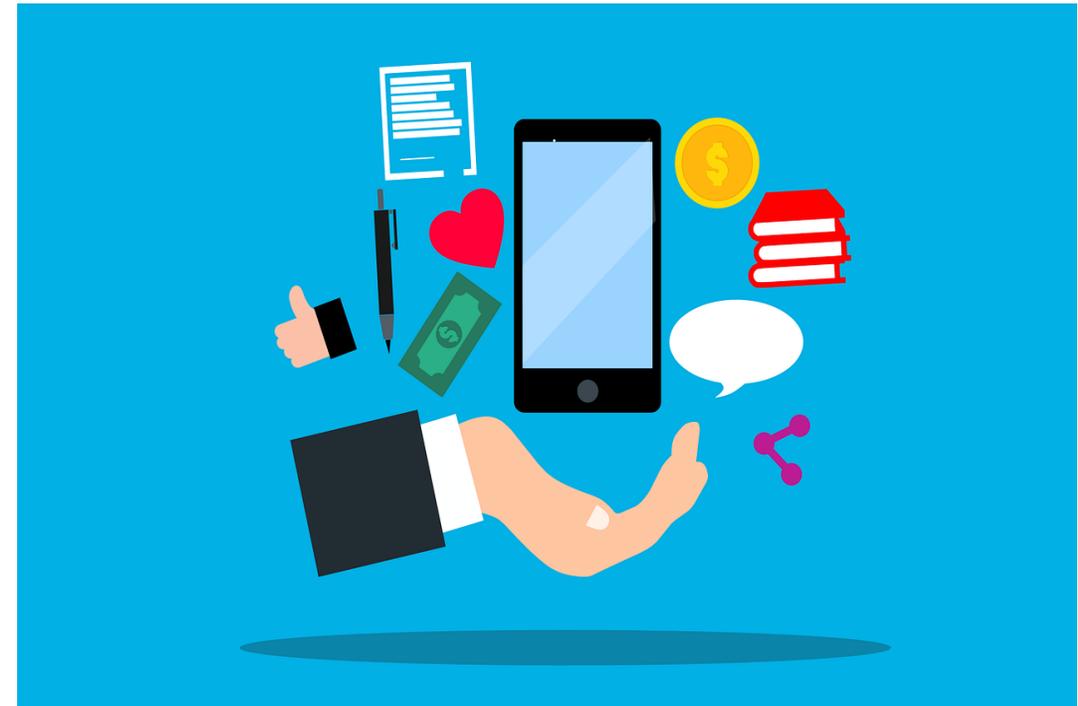
Kunden ansprechen

- Mit den Besuchern am Stand ins Gespräch kommen

Finden Sie Wege, um sie ansprechend und interaktiv zu gestalten, z. B. eine einfache Umfrage mit einem kurzen und unterhaltsamen Fragebogen zu einem Problem, mit dem die meisten Menschen konfrontiert sind und das Ihr Dienst löst.

Bieten Sie Unterhaltung und Werbegeschenke an (z. B. bitten Sie die Teilnehmer, sich für den Newsletter anzumelden, und kündigen Sie an, dass 5 Personen beim nächsten Kauf Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung einen Rabatt von 10 % erhalten werden).

Veranstaltungsmitbringsel - Ermöglichen Sie Ihren Besuchern, alles herunterzuladen, was sie an Ihrem Stand vorfinden (Broschüren, Poster usw.). Sie können QR-Codes verwenden, um Codes für herunterladbare Dateien zu erzeugen. Sie können dies als eine virtuelle Version des Verteilens von Flyern betrachten.



Durchführung von Online-Messen

Kunden ansprechen

- Stellen Sie während der Messe einen Vertreter zur Verfügung, der an Live-Elementen teilnimmt (Webinare, Live-Meetings, Meet-to-Match).
- Bereiten Sie Einblicke in Ihr Unternehmen vor, wie Ihre Dienstleistung besonders ist/ein Problem löst, was das Alleinstellungsmerkmal ist?



Durchführung von Online-Messen

Sammeln von Daten

Kontaktdaten von Besuchern sammeln - Leads gewinnen



Send us an email!

Verwenden Sie Online-Visitenkarten, um Ihre Unternehmensdaten anzugeben



Durchführung von Online-Messen

Produktpräsentation

- Prüfen Sie regelmäßig, ob die Präsentation Ihrer Produkte reibungslos funktioniert

Vergewissern Sie sich, dass alle digitalen Elemente Ihres Messestandes korrekt angezeigt werden und dass alle QR-Links und alle anderen Möglichkeiten, Leads zu generieren, funktionieren.

- Präsentation der Produkte

Finden Sie interessante Möglichkeiten, Ihre Produkte darzustellen (erstellen Sie Infografiken oder verwenden Sie vorhandene kostenlose Dateien von Canva, machen Sie ein lustiges Foto, erklären Sie einen internen Prozess). Die kostenlose Datei (Quelle: Canva) auf der rechten Seite kann für ein Unternehmen aus den Bereichen Bücher, Verlagswesen, Selbstpflege usw. verwendet werden).



Nachbereitung von Online-Messen

KPIs

Fordern Sie alle KPIs an, die die Messe bietet:

Die von den Messen bereitgestellten KPIs sind unterschiedlich, sie können unter anderem Folgendes umfassen:

- Anzahl der Interaktionen (Klicks) mit Ihrem Vertreter auf dem Messestand
- Anzahl der Klicks (Engagement) auf digitale Plakate, Produktanzeigen
- Anzahl der Gäste, die die Online-Messe insgesamt besuchten



Nachbereitung von Online-Messen

KPIs

Erstellen Sie einen Zeitplan (z. B. die Dauer der Messe) und verfolgen Sie ihn:

- Ihre eigenen KPIs durch Verfolgung der QR-Code-Statistiken
- Ihre eigenen Statistiken in den sozialen Medien
- Ihre eigenen Statistiken über die Newsletter-Anmeldungen
- Ihre eigene Statistik über die per QR-Code empfangenen E-Mails
- Ihre eigenen Statistiken über die Verkäufe

Analysieren Sie diese Statistiken und vergleichen Sie sie mit Ihren Standard-KPIs, um festzustellen, ob es in bestimmten Bereichen eine Steigerung gibt.

Wenn Sie noch nie auf einer Online-Messe waren, können Sie Ihre Vergleiche als Benchmark betrachten.



Nachbereitung von Online-Messen

Durchführung eines Lessons Learned mit dem Team

- Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern, strategisches Feedback zur Online-Messe zu geben.
- Austausch von KPI-Ergebnissen mit Mitarbeitern
- Besprechen, was beim nächsten Mal besser gemacht werden kann

Kontaktieren Sie alle Besucher mit einer Nachfass-E-Mail

- Halten Sie Ihre Leads mit einer Nachfassaktion warm
- Engagieren Sie sich und vernetzen Sie sich mit bestehenden Kontakten



*Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und
viel Spaß bei der nächsten Online-Messe!*



ON-GOOD

KAPITEL 7

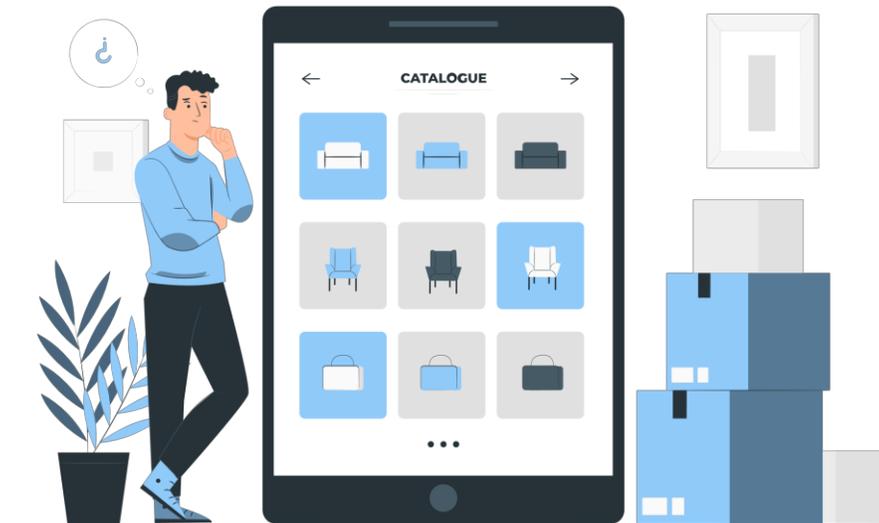
E-COMMERCE



Einführung

Inhalt des Moduls:

- Einführung
- Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung
- Kundenbetreuung
- M-Commerce
- Sicherheit
- Nützliche Tools



Einführung

Der elektronische Geschäftsverkehr ist für kleine und mittlere Unternehmen von großer Bedeutung und kann viele neue Möglichkeiten zur Steigerung des Absatzes, der Wettbewerbsfähigkeit und letztlich zur Verbesserung der Geschäftsabläufe bieten.

In diesem Kapitel gehen wir auf allgemeine Informationen zu Service und Bestellung ein und konzentrieren uns dann auf das Wissen, das Sie haben sollten, bevor Sie ein Online-Geschäft einrichten. Wir werden auch auf die sehr wichtigen Themen Kundenservice, M-Commerce und Sicherheit eingehen. Am Ende dieses Kapitels finden Sie nützliche Hilfsmittel, die Ihnen helfen, das Thema besser zu verstehen und Ihre Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Mobilität auf europäischer Ebene zu verbessern, wobei Sie die Notwendigkeit berücksichtigen, Wege der Zusammenarbeit und des Lernens mit digitalen und virtuellen Methoden zu entwickeln.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung

Der elektronische Handel ist das Segment des Handels, das in den letzten Jahren am schnellsten gewachsen ist. Der Hauptgrund für dieses Wachstum war die Covid-19-Pandemie, die in vielen Branchen eine Krise verursachte. Aufgrund der eingeschränkten Mobilität litten viele Sektoren. Die erzwungene Isolation und die Arbeit aus der Ferne führten dazu, dass sich immer mehr Menschen für den Online-Einkauf entschieden, so dass die

Der Bereich E-Commerce verzeichnete ein sehr hohes Wachstum und hohe Transaktionswerte.

Eine wichtige Rolle beim Betrieb eines Online-Shops spielen der Einkaufsprozess und seine Struktur. Die Kunden Ihres Shops sollten in allen Phasen ihres Einkaufs unterstützt werden. Wenn Sie gerade ein E-Commerce-Geschäft starten, sollten Sie auf zwei wichtige Dinge achten - den **Kundenservice** und den **Logistikprozess**.



Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung

Zum Betrieb Ihres Online-Shops gehört die Planung des **Logistikprozesses**, der für den **Online-Verkauf** sehr wichtig ist. Eine gute Logistik ermöglicht einen effizienten Warenversand sowie die Rückgabe und Erstattung.

Der erste Schritt besteht darin, den Markt zu erforschen und zu entscheiden, **WO** Sie Ihre Produkte anbieten wollen und **WER** Ihre Zielgruppe ist. Achten Sie besonders auf die Integration Ihrer Lagerfläche mit Ihrem Online-Shop.

Wenn Sie kein Experte auf diesem Gebiet sind, sollten Sie wissen, dass es viele Unternehmen gibt, die Logistikdienstleistungen anbieten und sich auf E-Commerce-Logistik spezialisiert haben. Es lohnt sich, sich auf dem Markt umzusehen und ein externes Unternehmen zu finden, das professionelle Dienstleistungen und Lagerhaltung anbietet und zudem über viel Erfahrung verfügt. Dies wird sich sicherlich auf die Anlaufphase Ihres E-Commerce-Geschäfts auswirken.



Allgemeine Informationen zu Service und Bestellung

Was sind die Vorteile einer gut funktionierenden Logistik für ein E-Commerce-Unternehmen?

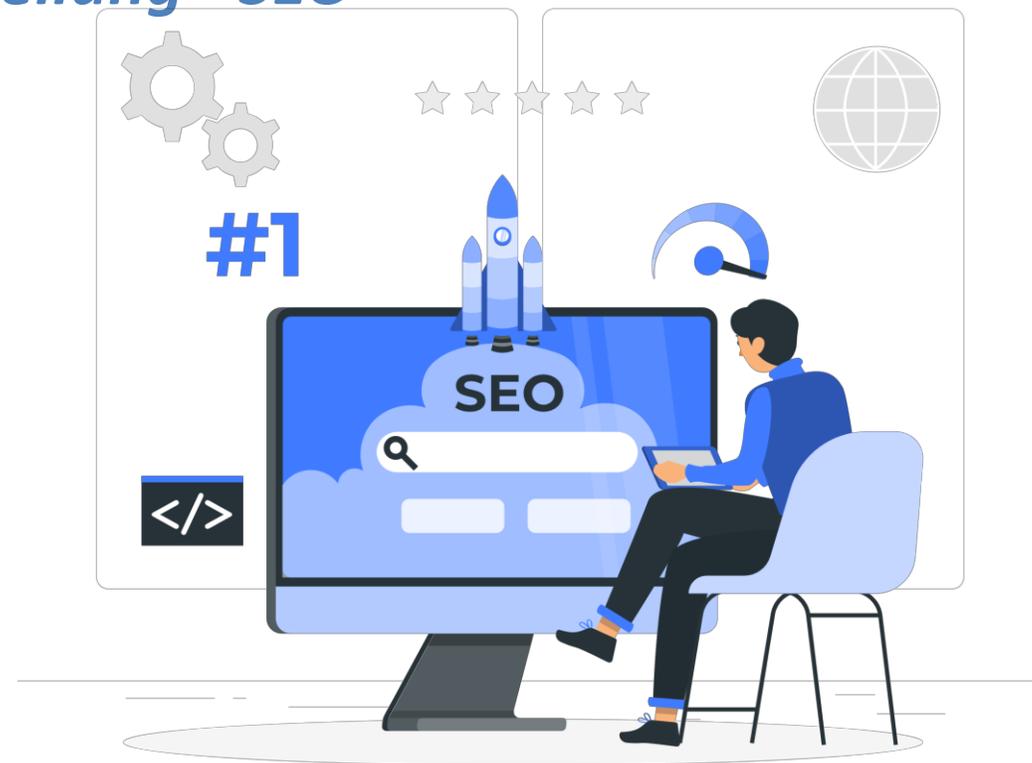
- **Kundenzufriedenheit** - Ein unkomplizierter Bestellvorgang macht unsere Kunden glücklich, so dass die Wahrscheinlichkeit groß ist, dass sie auch in Zukunft wieder eine Bestellung aufgeben werden.
- **Zeitersparnis** - Wenn Sie sich dafür entscheiden, die Logistik an ein externes Unternehmen auszulagern, gewinnen Sie viel Zeit, die Sie für andere Prozesse der Unternehmensführung nutzen können.
- **Wettbewerbsfähigkeit** - Menschen, die Waren online bestellen, sind an einen schnellen und problemlosen Versand gewöhnt. Wenn Sie den Anforderungen des Marktes gerecht werden, erhöht sich Ihre Wettbewerbsfähigkeit erheblich.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Damit potenzielle Kunden in Ihrem Online-Shop einkaufen können, müssen Sie dafür sorgen, dass Sie **im Internet sichtbar** sind. Deshalb sollten Sie sich um die Suchmaschinenoptimierung Ihres Online-Shops kümmern.

Wirksames SEO erhöht die Sichtbarkeit Ihrer Produkte in den Suchergebnissen.

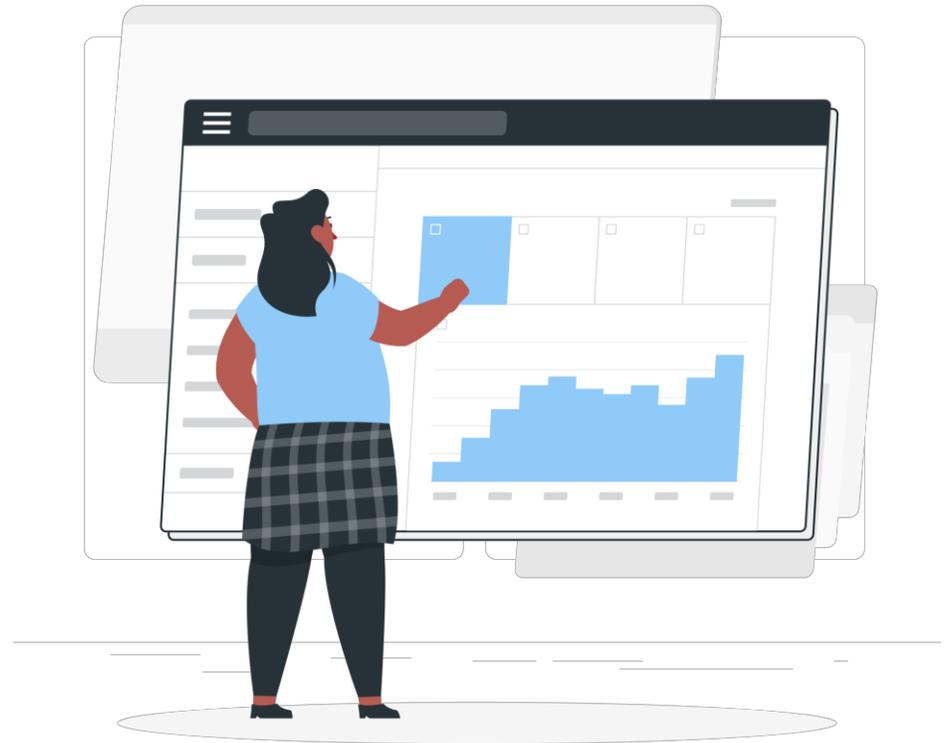


Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Was ist SEO?

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist ein Prozess, der die Sichtbarkeit Ihrer Website in Suchmaschinen erhöht. Dieser Prozess wurde geschaffen, um Inhalte zu bewerten (um Seitenrankings zu erstellen). Der Wert, der das Ranking bestimmt, ist die Anzahl der Links, die zu einer solchen Seite führen.

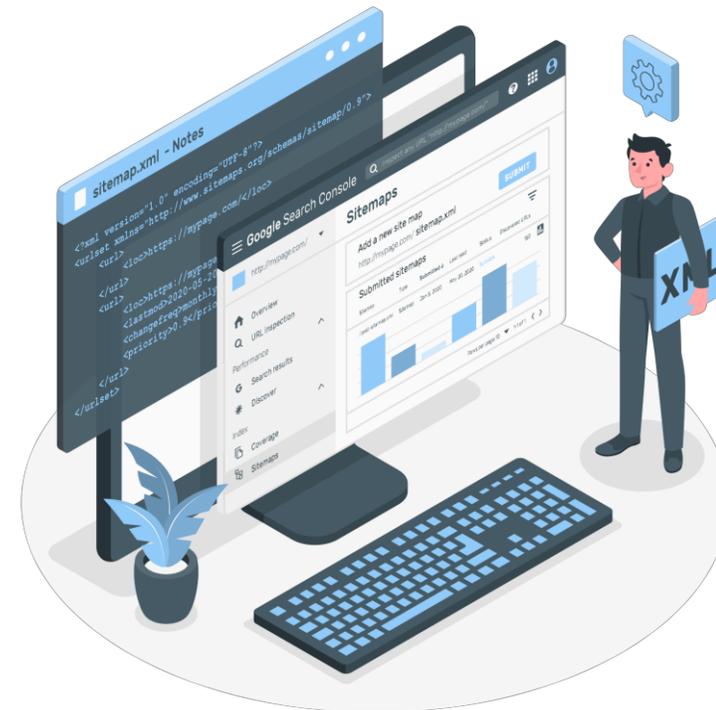
Allerdings zwang eine große Menge an unethischem Verhalten Google dazu, seine Algorithmen zu ändern, um schlechte Praktiken einzudämmen. Eine solche Änderung wirkt sich direkt auf die Positionierung Ihrer Website aus. Also, die Aktion wird hier sein, sozusagen, um die Website des Ladens, um den Suchalgorithmus anzupassen.



Allgemeine Informationen zu Service & Bestellung - SEO

Kontrollieren Sie bei der Positionierung Ihres Online-Shops den Inhalt und die Namen Ihrer Links, d. h. Unterseiten, Produkte usw. Es ist auch eine gute Idee, Tools zu verwenden, die diesen Prozess für Sie wesentlich erleichtern.

Es gibt Schlüsselwortplaner (Google Adwords Keyword Planner), die Ihnen bei der Planung von Schlüsselwörtern helfen, die für Ihr Unternehmen relevant sind, damit Sie Inhalte erstellen können, die SEO-konform sind.



Kundenbetreuung

Der Kundendienst ist ein Prozess, der mit Verkauf und Logistik zusammenhängt. Um die Erwartungen der Kunden erfüllen zu können, müssen wir sie verstehen. Das grundlegende Wissen, das wir uns aneignen müssen, ist, wie wir den Kunden kontaktieren können. Die Möglichkeiten, die wir haben, sind sehr groß, denn wir können sowohl per E-Mail als auch über soziale Medien und LiveChat Kontakt aufnehmen.

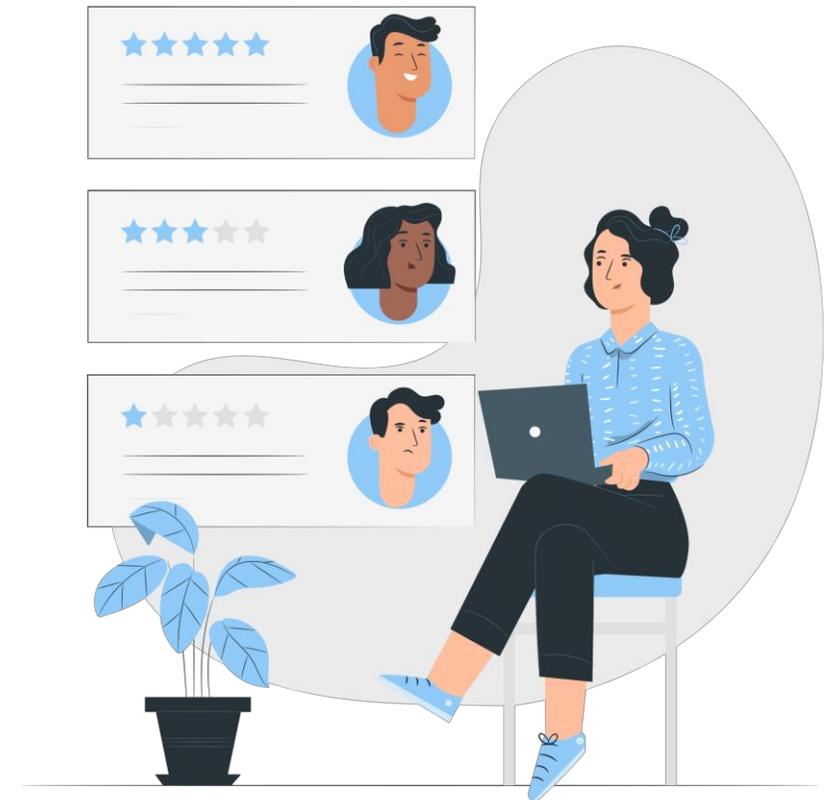
Worauf sollten Sie beim Kundenservice in Ihrem Online-Geschäft achten?

- **Genauere Produktbeschreibungen** - Damit die Kunden die Informationen, die sie interessieren, leicht finden können, sollte Ihr Online-Shop über genaue Beschreibungen der Produkte verfügen, die Sie verkaufen. Überlegen Sie, nach welchen Informationen Ihre Kunden suchen, und stimmen Sie den Inhalt darauf ab. Um den Inhalt attraktiver zu gestalten, sollten Sie Fotos, Grafiken oder Videos verwenden, damit die Kunden das Produkt genau verstehen.



Kundenbetreuung

- **Lieferung** - Wie wir bereits erwähnt haben, ist die Lieferung des Produkts entscheidend. Bevor der Kunde sich zum Kauf entscheidet, muss er die Versandbedingungen und die Zahlungsmodalitäten lesen.
- **FAQ** - Um viele Fragen Ihrer Kunden zu vermeiden, ist es eine gute Idee, einen Abschnitt mit Informationen über den Kauf und die Rückgabe von Waren oder einen FAQ-Abschnitt zu erstellen. Auf diese Weise können Ihre Kunden leicht alle Informationen finden, die sie über Ihre Dienstleistungen benötigen.
- **Bewertungen** - Zufriedene Kunden schreiben normalerweise Bewertungen auf Ihrer Website. *Aber was ist mit denen, die nicht zufrieden sind?* Dieser Personenkreis schreibt möglicherweise negative Bewertungen auf anderen Websites. Suchen Sie also von Zeit zu Zeit online nach Ihrem Unternehmen und beobachten Sie dieses Verhalten, und reagieren Sie auf alle negativen Kommentare.



Kundenbetreuung

- Eine gute Praxis für Ihren Online-Shop ist es, einen **Kommentarbereich** in Ihre Produkte aufzunehmen. Zufriedene Kunden loben ein Produkt sehr wahrscheinlich, was künftige Käufer dazu ermutigen kann, in Ihrem Online-Shop zu kaufen.
- **Ständiger Kontakt mit den Kunden** - Im Zeitalter der sozialen Medien ist es wichtig, in ständigem Kontakt mit Ihren Kunden zu stehen. Erstellen Sie einen guten Marketingplan und richten Sie Social-Media-Kanäle ein, in denen sich Ihre Zielgruppe am ehesten engagiert. Seien Sie kreativ und präsentieren Sie Ihre Produkte auf unkonventionelle Weise.

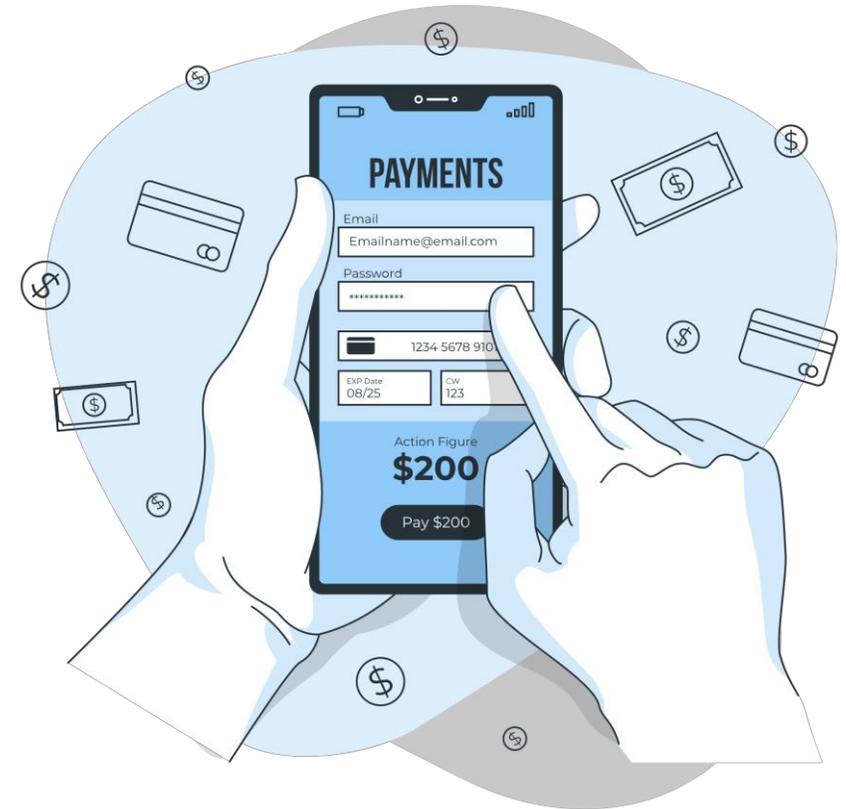


M-Commerce

Ein weiteres Konzept, das Sie kennen sollten, ist der **M-Commerce**. Er ist ein Teil des umfassenderen Konzepts des elektronischen Geschäftsverkehrs. M-Commerce wird immer beliebter und ist jedes Jahr ein größerer Teil des E-Commerce.

Einfach ausgedrückt ist M-Commerce der Prozess des Online-Kaufs und -Verkaufs über (wie der Name schon sagt) mobile Geräte, d. h. Smartwatches, Smartphones, Tablets usw. Dieser Bereich umfasst Aktivitäten wie Online-Handel, Zahlungen über Apps, Online-Banking usw.

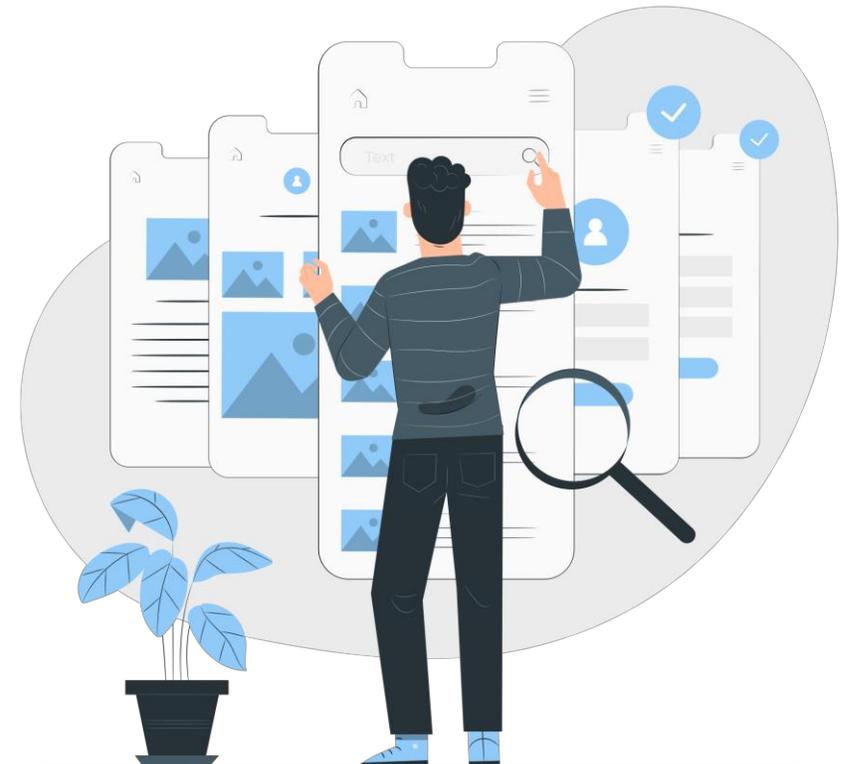
Die Entwicklung des M-Commerce ist sehr schnell, daher sollte Ihr Aktionsplan auch diesen Bereich umfassen.



M-Commerce

Bei der Einführung des M-Commerce ist die so genannte **mobile Lücke** zu beachten. Dieser Begriff wird verwendet, um den Unterschied in der Konversion zwischen mobilen und Desktop-Geräten zu beschreiben. Er definiert das Verhältnis zwischen dem über mobile Geräte generierten Traffic und den damit erzielten Einnahmen.

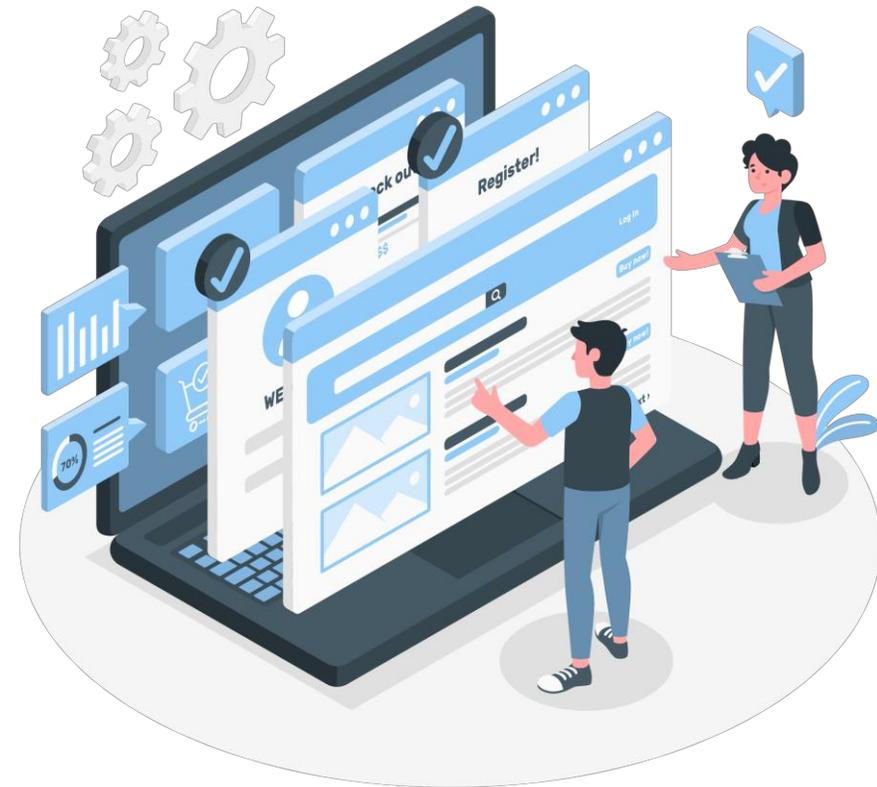
Mit anderen Worten: Die Mobilitätslücke ist ein Begriff, der das Verhältnis zwischen dem über Mobilgeräte generierten Datenverkehr und der Umsatzgenerierung (tatsächlich verkaufte Artikel) definiert. Und dieses Verhältnis ist niedriger als die Konversionsraten bei der Verwendung von Desktop-Geräten zum Stöbern und Einkaufen, weshalb es auch als mobile Lücke bezeichnet wird.



M-Commerce

Worauf ist zu achten, damit Ihr Online-Shop für mobile Geräte die bestmögliche Leistung erbringt?

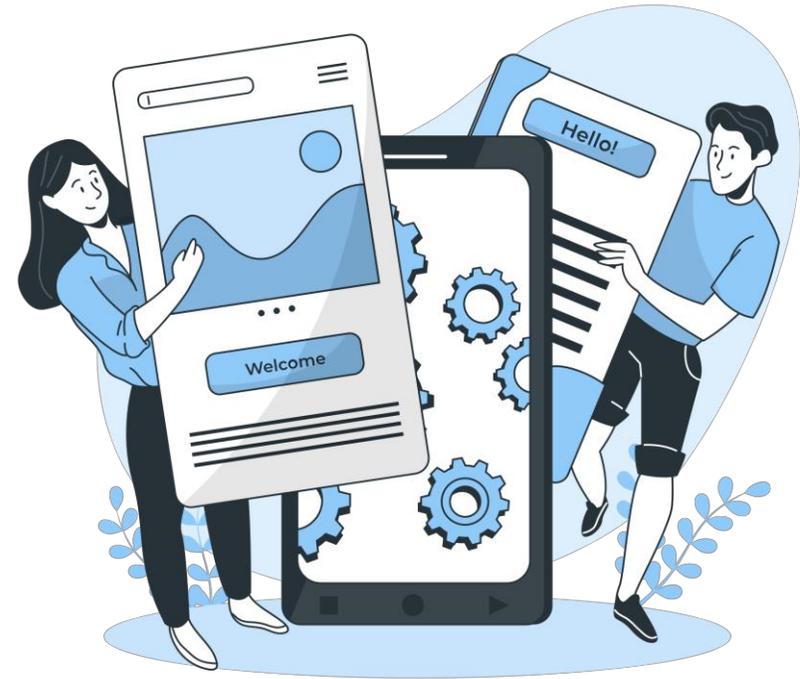
- **Optimierung** - Ihr Online-Shop sollte sowohl optisch ansprechend als auch funktional sein. In diesem Fall lohnt es sich, die PWA-Technologie (Progressive Web App) zu verwenden, die eine Kombination aus einer Website und einer mobilen Anwendung ist. Der Vorteil dieser Technologie ist die Kostenersparnis, da wir keine mobile Anwendung erstellen müssen, sondern Ihre Website nur als Verknüpfung auf dem Bildschirm eines mobilen Geräts speichern(1).



(1) IdoSell Shop. (b.d.). Sklep internetowy uruchamiany jak aplikacja na urządzeniach mobilnych w technologii (PWA). Pozyskane z <https://www.idosell.com/pl/shop/mobile/pwa/progressive-web-app-pwa-sklep-internetowy-uruchamiany-jak-aplikacja-na-telefonie-komorkowym/>.

M-Commerce

- **Präsentation der Produkte/Dienstleistungen** - Die Darstellung von Angeboten auf mobilen Geräten unterscheidet sich von der Darstellung auf einem Desktop-Computer. Mobile Geräte haben bestimmte Einschränkungen, einschließlich der Bildschirmgröße. Achten Sie daher bei der Erstellung eines Online-Shops, der auf mobilen Geräten zugänglich sein soll, darauf, wie Ihre Kunden durch den Shop navigieren werden. Stellen Sie sicher, dass die Navigation durch den Shop intuitiv, aber auch visuell ansprechend ist. Die Namen und Preise der Produkte sollten auf der Seite hervorstechen, und die Schriftart sollte entsprechend angepasst werden.



Sicherheit

Die Sicherheit beim Online-Shopping ist ein wesentliches Element bei der Einführung des elektronischen Geschäftsverkehrs in Ihrem Unternehmen. Die Kunden sind vielen verschiedenen Risiken ausgesetzt, daher müssen Sie sich über die Gefahren des Online-Shoppings im Klaren sein.

Der Betrieb eines Online-Shops beinhaltet die Speicherung sensibler Daten Ihrer Kunden, was einen potenziellen Angriff durch Hacker mit sich bringt.

Deshalb ist es eine gute Idee, sich bereits in den ersten Phasen der Einrichtung Ihres Online-Shops/ihrer Plattform um die Sicherheit zu kümmern.



Sicherheit

Wie sorgen Sie für die Sicherheit Ihres Online-Shops?

- Um die Sicherheit Ihrer Kunden zu gewährleisten, müssen Sie **Ihre Systeme** ständig **aktualisieren**, und Ihr Entwickler muss Ihnen einen Schutz bieten, der Sie vor potenziellen Hackerangriffen bewahrt.
- Ein weiterer Aspekt ist die **Datenschutzgrundverordnung (GDPR)**, die beim Betrieb eines eigenen Online-Shops Priorität haben sollte (mehr über GDPR: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>). Die Kunden sollten über Datenschutzrichtlinien und Datenschutz informiert werden.



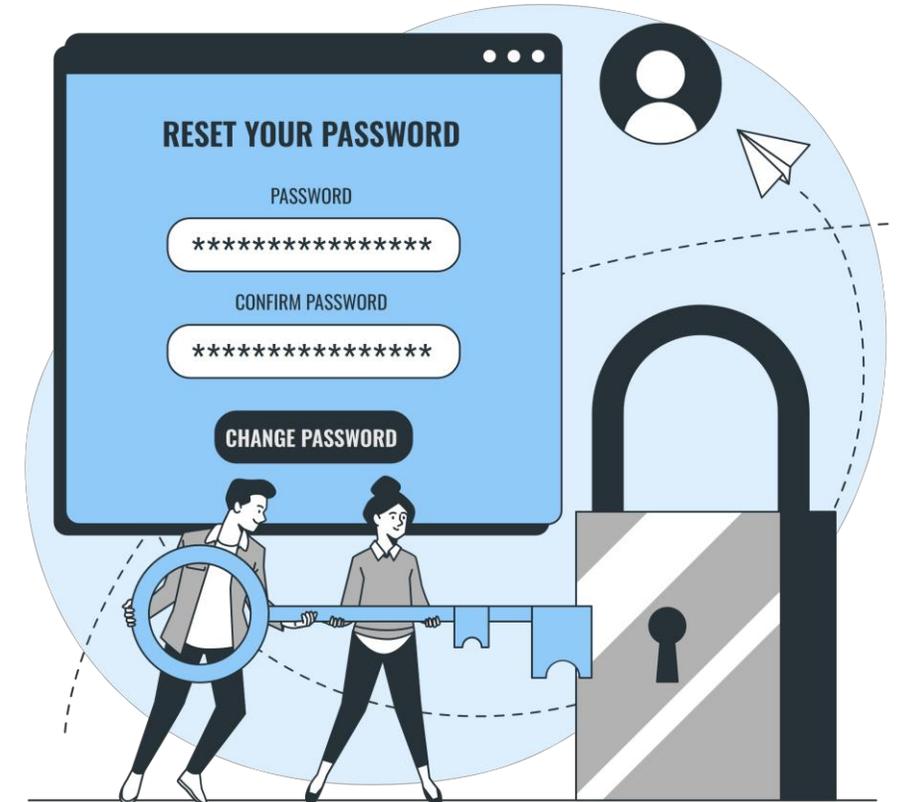
Sicherheit

- Achten Sie bei der Auswahl einer E-Commerce-Plattformvorlage darauf, dass Sie Bewertungen der Plattform lesen und eine Plattform wählen, die auf dem Markt gut etabliert ist.
- Ein weiteres sehr wichtiges Thema sind **Secure Sockets Layer (SSL)**-Zertifikate für Kartentransaktionen. Die Kunden sind zunehmend anfällig für Hackerangriffe und achten daher darauf, ob der Online-Shop, in dem sie einkaufen, sicher ist. Daher sollte das "Vorhängeschloss", das während des Zahlungsvorgangs angezeigt wird, eine Priorität sein.



Sicherheit

- Die Daten, die Sie in Ihrem Online-Geschäft sammeln, sind Ihr Schatz, den Sie gut schützen sollten. Es gibt Methoden, um Ihre Daten automatisch zu sichern, so dass Sie dies nicht manuell tun müssen.
- Alle Mitarbeiter, die Sie einstellen, sollten entsprechend in den Sicherheitsrichtlinien geschult werden. Sorgen Sie dafür, dass auch die Kunden wissen, wie sie Ihr Geschäft sicher nutzen können (schlagen Sie bei der Einrichtung eines Kontos die Wahl eines sicheren Passworts vor usw.).



Nützliche Tools

Dieses Modul soll Sie in die Funktionsweise des elektronischen Handels einführen. Da es sich um ein sehr umfangreiches Thema handelt, haben wir im letzten Abschnitt ein Toolkit vorbereitet, das Ihnen helfen wird, dieses Thema zu vertiefen.

Achten Sie bei Ihren eigenen Recherchen auf das Profil Ihres eigenen Unternehmens und Ihre Erfahrung.

All diese Faktoren wirken sich darauf aus, wie Sie Ihr E-Commerce-Geschäft.



Nützliche Tools

Artikel:

<https://ecommerce-platforms.com/glossary/ecommerce> - Ein Artikel über den elektronischen Handel. Eine Sammlung von Schlüsselkonzepten und Tools.

<https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/#advantages-of-ecommerce> - Vorteile des elektronischen Geschäftsverkehrs

<https://www.thebalancesmb.com/best-e-commerce-books-1141449> - Eine Sammlung der besten Bücher zum Thema E-Commerce

<https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/ecommerce-trends/> - Trends im elektronischen Handel



Nützliche Tools

Kostenlose Online-Tools:

<https://websitesetup.org/best-ecommerce-platform/> - Ein Überblick über Plattformen und kostenlose Online-Tools, die Sie beim Betrieb Ihres Online-Shops unterstützen.

<https://www.ecommerceceo.com/ecommerce-tools/> - Überblick über E-Commerce-Tools für Unternehmen

<https://influencermarketinghub.com/top-ecommerce-tools/> - Die besten Online-Tools für Ihren Erfolg im elektronischen Handel

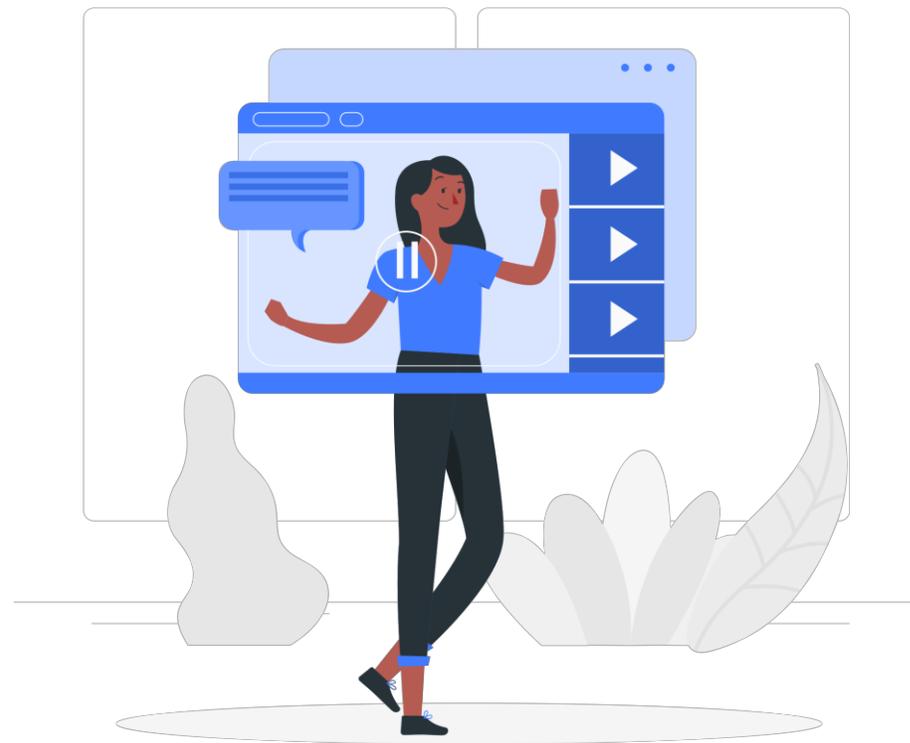


Nützliche Tools

Video/Webinare:

<https://www.youtube.com/watch?v=VOppRAaOmw4> - e-Commerce, wie fängt man an?

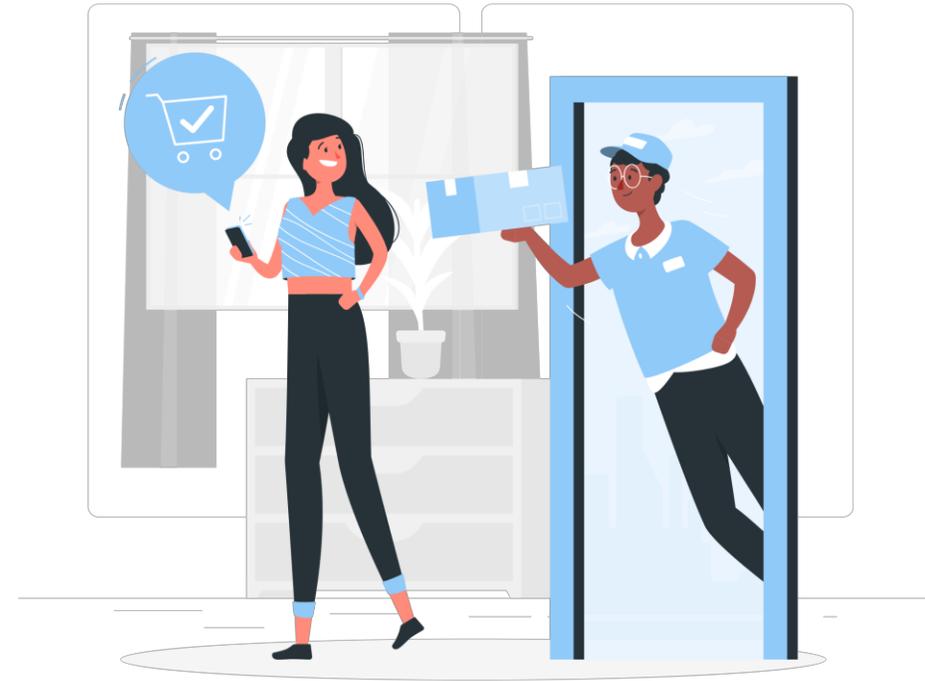
<https://www.youtube.com/watch?v=MnrhZdsTzQY> - Eine Sammlung von Erfolgsgeschichten aus dem Bereich des elektronischen Handels



Zusammenfassung

Einige Tipps, die Ihnen beim Betrieb Ihres Online-Shops helfen:

- Stellen Sie eine verständliche Rückgabepolitik auf Ihre Website. Wenn Sie Ihre Kunden darüber informieren, welche Waren sie zurückgeben können, welche Bedingungen erfüllt sein müssen und wie sie eine Rückgabe beantragen können, vermeiden Sie unangenehme Situationen.
- Wählen Sie Ihre Lieferanten mit Bedacht aus - alle Dienstleistungen, die Sie auslagern, sollten von Fachleuten erbracht werden, die Experten auf ihrem Gebiet sind. Wählen Sie bewährte Unternehmen und berücksichtigen Sie dabei Ihre finanziellen Möglichkeiten.



Zusammenfassung

- Achten Sie auf die Kosten, die Sie verursachen, und treffen Sie Ihre Entscheidungen nach Abwägung der Risiken.
- Informieren Sie sich über den Markt und die Konkurrenz, bevor Sie Maßnahmen planen.
- Passen Sie das visuelle Thema Ihres Online-Shops an die Waren an, die Sie verkaufen, und sorgen Sie für gute Werbung. Kennen Sie Ihr Zielpublikum und seien Sie in den sozialen Medien aktiv.
- Denken Sie daran, dass die Sicherheit Ihres Online-Shops **oberste Priorität haben** sollte!

