

WORKSHOP

1. Wie entwickelt man eine Geschäftsidee?

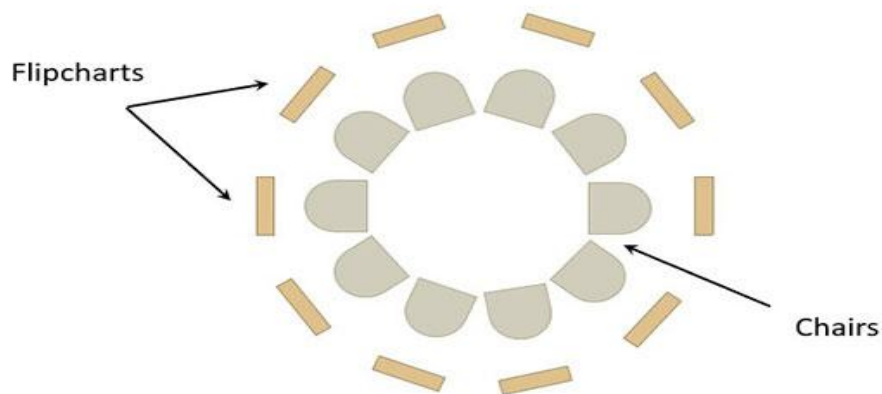
Dieser Plan skizziert die bestehenden Bedingungen, identifiziert einige der Herausforderungen, mit denen die Grafschaft bei dem Versuch konfrontiert ist, ihre historischen Ressourcen zu erhalten, und stellt eine Strategie für deren Bewältigung vor. Es ist eine Roadmap, die das Lancaster County auf den Weg bringt, seinen "Ortssinn" für zukünftige Generationen zu bewahren. Existierende Bedingungen erklärt, wie sich Lancaster County im Laufe der Zeit zu einer Gemeinschaft mit ungewöhnlich reichhaltigen, vielfältigen und bedeutenden Kulturerbe-Ressourcen entwickelt hat. Es diskutiert die Geschichte und Kultur des Landes, skizziert vergangene und gegenwärtige Bemühungen zur Erhaltung und beschreibt einige - Die Leitprinzipien des Plans waren Nachhaltigkeit, Einbeziehung von Interessengruppen, Integration von Begleitstudien und erreichbare Empfehlungen. Das Element des Kulturerbes der Trends, die Bewohner, Gemeindevertreter, lokale Denkmalschützer und die Lancaster County Planning Commission beobachtet haben. Außerdem werden die wirtschaftlichen Vorteile der Denkmalpflege untersucht. Der Planungsprozess listet die Schritte auf, die bei der Erstellung dieses Plans durchgeführt wurden. Es beschreibt die Prinzipien, die den Prozess geleitet haben, diskutiert die Forschung und Bewertung, die den Plan beeinflusst haben, und fasst den Prozess der Öffentlichkeitsbeteiligung zusammen. Die strategische Vision zeichnet ein Bild von den Bemühungen des Lancaster County zur Erhaltung des Kulturerbes, wie sie im Jahr 2015 sein sollten, nachdem viele der Empfehlungen des Plans umgesetzt wurden. Es beschreibt eine Zukunft, in der der Schutz der Ressourcen des Kulturerbes und die Stärkung des Gemeinschaftscharakters zum Standardbestandteil der Geschäftstätigkeit in Lancaster County geworden sind. Die Ziele, Zielsetzungen und Strategien beschreiben genau, was während der Laufzeit dieses Plans erreicht werden sollte. Es gibt sechs Ziele, und das sind die wichtigsten Schritte, die befolgt werden müssen, um die strategische Vision des Plans umzusetzen. Ziele beschreiben die Ziele detaillierter, und Strategien sind die spezifischen Maßnahmen, die die Interessenvertreter des Plans umsetzen werden. Darüber hinaus enthält dieses Kapitel Seitenleisten, die veranschaulichen, wie diese Ziele durch die Einhaltung von "Best Practices" und die Entwicklung von Pilotprojekten umgesetzt werden können.

Der Aktionsplan beschreibt, was der öffentliche, private und gemeinnützige Sektor derzeit tut, um die Ressourcen des Kulturerbes zu erhalten, und wie ihre Rollen und Verantwortlichkeiten neu definiert werden könnten, um in Zukunft bessere Ergebnisse zu erzielen. Sie enthält eine Tabelle, in der alle Strategien des Plans und die für ihre Umsetzung verantwortlichen Gruppen aufgeführt sind. Schließlich enthält es einen Vorschlag für einen Prozess, den die Gemeinden befolgen können, um Ressourcen des Kulturerbes zu identifizieren, zu bewerten und zu schützen.



Photo by: Ana Leal. Traditional costumes and folk dances for Carnival in Brazil.

Brain storming exercise



Zweck: Angenommen, es gibt ein Team-Meeting und die Gruppe wird die mit einem Thema verbundenen Probleme diskutieren, etwas entwerfen oder ein Problem lösen.

Für jedes komplexe Problem gibt es eine Vielzahl von Perspektiven und Ansichten, die berücksichtigt werden können. Gewöhnlich wird jedoch jeder nur auf seine eigene Sichtweise achten, mit dem Ziel, seine eigene Agenda voranzutreiben. Dies führt zu einer Situation, in der die Gruppe am Ende auf die lauteste Person reagieren kann, die am meisten spricht und natürlich auf eine bestimmte Perspektive ausgerichtet ist, anstatt allgemeine wichtige Anliegen zu berücksichtigen.

Diese Übung hilft dem Team, das Problem aus einer Vielzahl von Perspektiven zu betrachten, die sie normalerweise zugunsten ihrer eigenen ignorieren.

Ziel: Betrachten Sie das Problem aus der gegebenen Perspektive.

Was Sie brauchen

- Stühle.
- Eine Reihe von Flipcharts oder Whiteboards oder ein Bereich zum Schreiben.
- Du brauchst einen pro Delegiertem, damit sie alle gleichzeitig verwendet werden können.

Einrichten

Stellen Sie die Stühle in einem Kreis nach innen gerichtet auf.

Platzieren Sie ein Flipchart hinter jedem Stuhl.

Bitten Sie das Team/Delegierte, ein Problem für die Zwecke dieser Aktivität zu berücksichtigen.

Stufe 1: Perspektiven definieren.

Bitten Sie jede Person, eine Perspektive oder Ansicht zu berücksichtigen, aus diesem Problem betrachtet oder analysiert werden muss.

Bitten Sie sie, diese auf ihren Flipcharts als Titel zu schreiben. Beispiele für die Herstellung eines Gadgets sind: Vertrieb, Kundenzufriedenheit, Lieferkette, Fertigung, Softwaredesign, Drittanbieter-Entwickler und Arbeitssicherheit. Diese können spezifischer oder beschreibender sein, je nach Bedarf.

Nachdem die Titel identifiziert wurden, bitten Sie die Gruppe, dafür zu sorgen, dass alle Duplikate entfernt und gegebenenfalls durch andere Perspektiven ersetzt werden, so dass die Delegierten am Ende einen einzigartigen Satz von Perspektiven erhalten, die sie für die nächste Stufe berücksichtigen können.

Stufe 2: Brainstorming-Lösungen.

Bitten Sie jeden Delegierten, sich von seiner Perspektive zu entfernen und auf einem Stuhl vor einem anderen zu sitzen. Es ist wichtig, dass jeder Delegierte vor einer Perspektive sitzt, die normalerweise nicht die Sichtweise ist, die er vertritt, vielleicht aufgrund seines Hintergrunds oder seiner Rolle. So kann der Verkäufer beispielsweise vor der "Fertigung" sitzen.

Bitten Sie einen Freiwilligen, zu beginnen. Jede Person hat fünf Minuten Zeit, ihre Ansichten zu diesem Thema darzulegen und dabei die Perspektive zu berücksichtigen, die auf dem Flipchart hinter ihr geschrieben steht.

Nach fünf Minuten geben Sie anderen fünf weitere Minuten Zeit, um auf die aufgeworfenen Fragen zu antworten, während Sie nur ihre zugewiesenen Perspektiven und nicht ihre tatsächlichen Teamrollen berücksichtigen. Es ist wichtig, dass sie nur die ihnen zugewiesenen Perspektiven berücksichtigen und idealerweise sollte ein Moderator überwachen, um sicherzustellen, dass sich die Menschen an die Regeln halten.

Fahren Sie fort, bis alle Delegierten ihre Ansichten dargelegt haben und andere auf sie reagiert haben.

Schließen Sie mit einer Abschlussdiskussion für ca. 15 Minuten ab, um abzuschließen und eine Reihe von Aktionen durchzuführen.

Timing

Erläuterung der Übung: 10 Minuten

Aktivität: 10 Minuten pro Teilnehmer + 15 = 95 Minuten für 8 Teilnehmer.

Gruppen-Feedback: 10 Minuten

Diskussion

Wie fühlte es sich an, eine Perspektive zu betrachten, die man normalerweise nicht in Betracht zieht? Wie nützlich waren deine Ansichten für andere? Wie nützlich war es für Sie, das Problem aus dieser neuen Perspektive zu betrachten und die Komplexität und die Bedürfnisse zu verstehen? Hat das Brainstorming zu neuen Aktionen und Entscheidungen geführt, die Sie vielleicht nicht in Betracht gezogen haben, nachdem Sie normal Brainstorming betrieben haben?

1. Identifizierung möglicher Geschäftsideen auf der Grundlage des Kulturerbes

(Verein Multikulturelle, Österreich)

Seit dem 19. Jahrhundert sind in Österreich verschiedene Traditionen sozial orientierter Initiativen entstanden und entwickelt worden. Das Phänomen des Sozialunternehmens wurde durch verschiedene Traditionen im Zusammenhang mit der Entwicklung des Wohlfahrtsstaates und sozialen Bewegungen gefördert. Sie reichen von Initiativen in der Konzeptphase über Verbände bis hin zur fertigen GmbH. Sie alle tragen mit ihrer besonderen Aktivität zur Bürgerbeteiligung, zur Stärkung der Eigenverantwortung, zur Integration, zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts bei.

Tätigkeitsbereiche

Bildung, regionale oder lokale Entwicklungsprojekte, Arbeits-(Re-) Integrationsprojekte, Projekte in Entwicklungsländern sowie Projekte mit Schwerpunkt Umweltschutz sind die wichtigsten Bereiche, in denen Sozialunternehmer tätig sind. Zu den häufigsten Zielgruppen gehören Kinder und Jugendliche, nachhaltige Verbraucher, Menschen aus Entwicklungsländern und die breite Öffentlichkeit. Die am häufigsten genannten Dienstleistungen, die zur Erreichung der sozialen Ziele angeboten werden, sind der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, die Vernetzung von Personengruppen sowie die

Beratung, Aus- und Weiterbildung bestimmter Personengruppen.

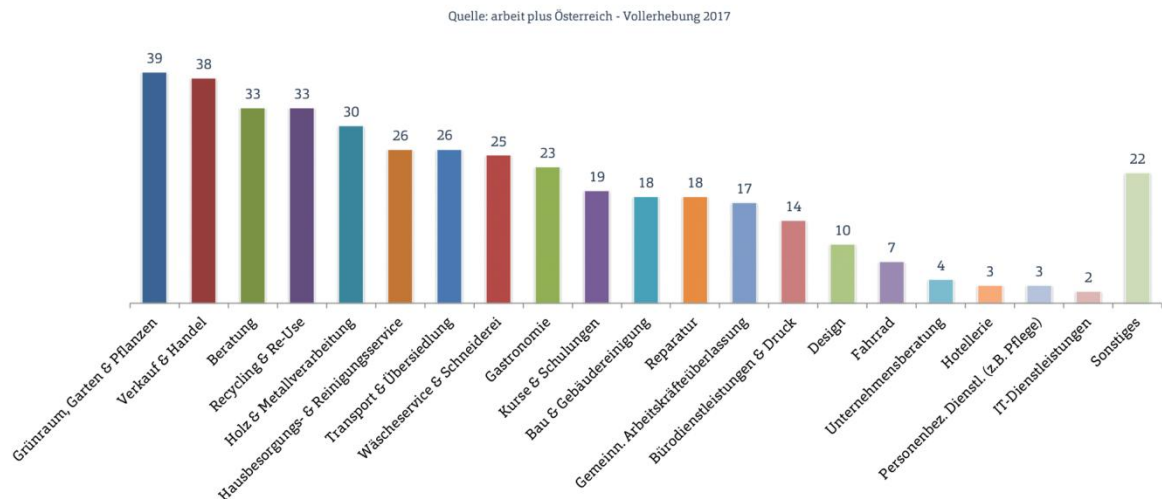


Abbildung 1: Tätigkeitsfelder von Sozialunternehmen in Österreich

Die Grafik oben zeigt die Sektoren, in denen die österreichischen Sozialunternehmen tätig sind. In der 2017 durchgeführten Umfrage waren je nach Tätigkeitsbereich mehrere Antworten möglich. Die am häufigsten genannten Branchen waren Grünflächen, Vertrieb & Handel, Beratung, Recycling & Wiederverwendung sowie Holz- und Metallverarbeitung.

Social Entrepreneurships:

FELD http://feld-verein.at/ (Innsbruck/Tyrol)
Typ: Social Entrepreneurship/ (offizieller Auftritt als Verband) Initiative zur Erschließung ungenutzter Ressourcen, um unnötige Produktion und Konsum zu vermeiden. Ungenutzte Ressourcen - materielle und immaterielle - werden gemeinsam entdeckt, gesammelt und transformiert. Daraus ergeben sich eine Vielzahl neuer Möglichkeiten: Es entstehen Produkte, die Geschichten erzählen und einzigartige Stücke, die uns für den Wa(h)ren-Wert sensibilisieren. Der FELD-Verein bietet in und um Innsbruck eine Austauschmöglichkeit für alle Interessenten und Teilnehmer - in einem verbraucherfreien Bereich. Ungenutzte Ressourcen gibt es in vielen Bereichen - Nahrung, Rohstoffe, Wissen, etc. - aber sie werden nicht immer verwendet. Leider wird aus verschiedenen Gründen (Praktikabilität, Unwissenheit, Rentabilität usw.) oft neue Produktion anstelle von bestehenden verwendet. Diese bereits produzierten Ressourcen bieten jedoch viele Mittel und Möglichkeiten, so dass sie nicht als Abfall deklariert und entsorgt werden müssen.

Ziele: Wiederverwendung von Material, um unnötige Produktion und Verbrauch zu vermeiden. Begünstigte: Jeder, der Mitglied des Vereins wird oder an Projekten oder Workshops teilnimmt.
Ho&Ruck https://horuck.at/ (Innsbruck/Tyrol)
Typ: Social Enterprise/ (offizieller Auftritt als gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung) HoRuck ist ein Flohmarkt für gebrauchte Möbel und Haushaltsgegenstände im Innenbereich. Sie wurde 1984 gegründet und bietet sowohl soziale als auch wirtschaftliche Vorteile. Sie sollen Arbeitssuchenden helfen, die auf dem Arbeitsmarkt besonders benachteiligt sind und Schwierigkeiten beim Eintritt in die Arbeitswelt haben. Dies geschieht in dem Bestreben, sie auf ihre neue Beschäftigung vorzubereiten, indem ihnen befristete Jobs, Schulungen und Beratung angeboten werden. Mit dieser Unterstützung können befristet beschäftigte Arbeitssuchende ihr Ziel, wieder auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen, besser erreichen. Ziele: Wiedereingliederung und Unterstützung von Arbeitssuchenden; unterstützt die Wiederverwendung gebrauchter Güter. Begünstigte: Langzeitarbeitslose, Arbeitssuchende, die als ehemalige Häftlinge auf dem Arbeitsmarkt benachteiligt sind.
WAMS http://www.wams.at/ (Innsbruck/Tyrol)
Typ: Social Enterprise/ (offizieller Auftritt als Verband) Kaufen Sie Gebrauchtwaren (Kleidung, Schuhe, Möbel, Sportartikel usw.). Mit seinem Netzwerk von vier Geschäften in Innsbruck konzentriert sich WAMS darauf, Arbeitsplätze für benachteiligte Menschen zu schaffen und gleichzeitig den Schutz der Umwelt zu fördern, indem es Gegenstände nicht wegwirft, sondern wiederverwendet. Der Verband WAMS bietet insgesamt 127 Arbeitsplätze in sozioökonomischen Betrieben in Innsbruck, Hall, Schwaz, Jenbach und Kirchbichl mit Vollversicherung und Tarifverträgen. Es gibt 127 Arbeitsplätze 83 mit sozial- und arbeitsmarktpolitischen Zielen: - 59 Transitarbeitsplätze für Langzeitarbeitslose - als Sprungbrett zurück auf den Arbeitsmarkt

- 22 Arbeitsplätze für Arbeitssuchende ab 55 Jahren - als Sprungbrett zurück auf den Arbeitsmarkt oder in den Ruhestand

- 2 geschützte Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen - zur Integration in das Arbeitsleben

Ziele: Schaffung von Arbeitsplätzen für besonders benachteiligte Arbeitssuchende;

Umweltbewusstsein: Wiederverwendung statt Wegwerfen.

Begünstigte: Langzeitarbeitslose; ältere Arbeitnehmer.

GREENROOT

<https://www.greenroot.at/>

(Innsbruck/Tyrol)

Typ: Sozialunternehmen

Ein Lebensmittelgeschäft für Gewürze, Cerealien, Mehl für die feine Küche. Ziel des Unternehmens ist es, Kunststoffverpackungen durch verpackungsfreies Einkaufen zu beseitigen. Sie bieten den Kunden getrocknete Früchte, Hülsenfrüchte, Müsli, Gewürze, Dragées und Cerealien aus biologischem Anbau an, die nach dem Motto "Null Abfall" unverpackt sind.

Die Kunden können ihre Behälter von zu Hause mitnehmen und an den Automaten des Ladens befüllen lassen. So bezahlen die Menschen für die Ware, nicht für teure Verpackungen! Das Geschäft bietet umweltfreundliche Papiertüten an.

Ziele: Nachhaltig - vielfältig - organisch - verpackungsfreies Einkaufen.

Begünstigte: Umweltbewusste Verbraucher; Natur.

Younited Cultures

<https://younitedcultures.eu/>

(Vienna)

Typ: Migrantisches Sozialunternehmen

Eine Initiative, die von zwei Migrantinnen aus Rumänien ins Leben gerufen wurde, die mit ähnlichen Problemen wie Ausgrenzung aus Gruppen, Ablehnung von Arbeitsplätzen, schlechte Wahrnehmungen usw. konfrontiert waren. Ihr Ziel war es, "Migration" umzubenennen, migrantische Vorbilder zu fördern und ihre Geschichten zu erzählen, und dabei einen neuen Kommunikationskanal - die Mode - herauszufinden.

Was sie tun, ist, Geschichten und Erfahrungen durch Schals zu visualisieren. Sie entdecken inspirierende Geschichten, hören zu und visualisieren sie durch Designertücher mit sozialer Wirkung. Durch ihre Arbeit schärfen sie das Bewusstsein für die positiven Auswirkungen der Migration, die in bunten Schals mit Geschichten erzählt werden.

Ziele: Erfolgsgeschichten von Migrationen sichtbar und tragbar zu machen.

Begünstigte: Migranten.

Gemeinschaftsbasiertes Sozialunternehmertum:

KOMM!UNITY

<http://web.kommunity.me/>

(Wörgl/Tyrol)

Typ: Community-basiertes Social Enterprise/ (offizieller Auftritt als Verband)

Komm!unity betreibt mehrere Einrichtungen in Wörgl und Umgebung. Darüber hinaus entwickelt und realisiert der Verein zahlreiche Projekte und Veranstaltungen wie Jugendclubs, Frauencafés, den Dinnerclub und Ausstellungen. Komm!unity ist in mehreren Netzwerkkomitees aktiv und bringt dort seine Erfahrungen ein. Zu den Aufgaben des Vereins gehört es, Politik und Verwaltung in Fragen der Jugend und Integration zu beraten.

Ziele: Jugendförderung, Integration und Gemeindearbeit.

Begünstigte: Ganze Teile der lokalen Gesellschaft, d.h. junge Menschen, Migranten usw.

Café NAMSA

<http://www.cafenamsa.at>

(Innsbruck/Tyrol)

Typ: Community-basiertes Social Enterprise/ / (offizieller Auftritt als gemeinnützige GmbH)

Ziel: Kompetente Information und Beratung bei Fragen zu;

Das auf die iranisch-bulgarisch-österreichische Küche spezialisierte Café Namsa bietet anerkannten Flüchtlingen in Innsbruck und subsidiär Schutzberechtigten die Möglichkeit, ihre Stärken in einem ersten Arbeitsverhältnis einzubringen, um die österreichische Arbeitswelt kennenzulernen und ihre sozialen Netzwerke auszubauen. Darüber hinaus bietet das Café Nasa eine Plattform für Vorträge und verschiedene Aufführungen, die dort regelmäßig stattfinden.

Ziele: Flüchtlingen die Möglichkeit bieten, erste Arbeitserfahrungen in Österreich zu sammeln, Integration zu unterstützen, einen Treffpunkt in einem weniger zentralen Stadtteil von Innsbruck zu schaffen.

Begünstigte: Migranten und andere Teile der lokalen Gesellschaft

Die Bäckerei - Kulturbackstube

<http://www.diebaeckerei.at/>

(Innsbruck/Tyrol)

Typ: Community-basiertes Sozialunternehmen

Die Bäckerei ist ein Tag der offenen Tür (Community/Social Hub). Hier finden Veranstaltungen, Workshops, Vorträge und Kurse statt. Kollektive, Verbände und Künstler* arbeiten in ihren Studios und Büros. Im ersten Stock befindet sich ein Coworking Space.

Die Bäckerei ist ein gemeinnütziger Verein. Das Team ist hierarchielos organisiert - das heißt, jeder hat das gleiche Stimmrecht und ist für seine eigenen Arbeitsbereiche verantwortlich. Es gibt keine Führungsautorität, Entscheidungen werden gemeinsam oder unabhängig getroffen.

Die Bäckerei ist ein wettbewerbsfreier Raum ohne Konsumzwang.

Die Bäckerei ist eine lebendige Plattform für den kulturellen und gesellschaftlichen Austausch. Es ist ein dynamischer Raum, der Kommunikation, Produktion und Präsentation verbindet. Ein Ort, der nicht definiert werden will, sondern von seinen Nutzern geschaffen wird und sie zum dynamischen Kern der Institution macht. Die Bäckerei kann und soll ein mobiler Versuchsbereich bleiben, der flexibel auf unterschiedliche Anforderungsprofile reagieren kann.

Die Bäckerei schafft Raum für Dialog, Austausch und Beteiligung. Daraus ergeben sich bestenfalls interdisziplinäre, intermediale und genreübergreifende Projekte. Die Zusammenarbeit erweitert die intellektuelle Perspektive und fördert die gegenseitige Inspiration, Kritik und Korrektur.

Durch die Kombination von Netzwerk-, Event- und Produktionsraum kann auch alles, was im Inneren produziert, präsentiert oder kommuniziert wird, wieder herausgeholt werden - in den urbanen

Raum, den virtuellen Raum und in das Blickfeld verschiedener Interessengruppen. Ziele: Einen offenen, dynamischen, wettbewerbsfreien Raum für alle zu bieten. Begünstigte: Kollektive, Verbände und Künstler; Menschen, die Raum brauchen, um kreative Ideen umzusetzen.
TOPFREISEN http://www.topfreisen.at/ (Vienna)
Typ: Migranten-Community-basiertes Social Enterprise/ (offizieller Auftritt als Verband) Ausgehend von der Idee, dass Essen Menschen zusammenbringt, bietet Topfreiseen internationale Gerichte, die von Flüchtlingen zubereitet werden. Die Küche ist für Aufträge der umliegenden Gemeinden und Unternehmen bestimmt. Seit 2014 arbeiten sie an zwei Produktionsstätten und kochen in einer 700m2 großen, voll ausgestatteten Großküche. Die kulinarischen Highlights von Topfreisen kommen aus Europa, der arabischen Halbinsel und Asien und fördern den interkulturellen Dialog und Austausch durch Essen. Ziele: Einen offenen, dynamischen, wettbewerbsfreien Raum für alle zu bieten. Begünstigte: Flüchtlinge.
MagDas Hotel https://www.magdas-hotel.at/ (Vienna)
Typ: Migranten-Community-basiertes Social Enterprise/(offizieller Auftritt als Verein) Im MagDas Hotel werden Flüchtlinge zu Gastgebern, hochgekaufte Möbel zu Designelementen, und Nachteile zu Vorteilen. Das MagDas Hotel wird von ehemaligen Flüchtlingen und Hotelexperten geführt. Es gibt Menschen aus 14 Nationen mit einer Vielzahl von persönlichen Lebensgeschichten, die diesen Ort so einzigartig machen. Für Menschen mit Flüchtlingshintergrund ist es nach wie vor schwierig, in Österreich Arbeit zu

finden. Der anfängliche Mangel an Deutschkenntnissen, die Ressentiments vieler Arbeitgeber sowie die Tatsache, dass Flüchtlinge erst nach einer positiven Antwort auf einen Asylantrag (der oft Monate oder Jahre dauern kann) eine Arbeit annehmen dürfen, erschweren die Integration.

Wir sind überzeugt, dass diejenigen, die aus dem Ausland hierher ziehen, die Hotellerie stärken können, weil sie viele Fähigkeiten, Talente, Sprachen und kulturelle Hintergründe mitbringen und so eine besondere Position im Hotelmarkt einnehmen.

Ziele: Unterstützung der Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt.

Begünstigte: Flüchtlinge

AKTIVITÄT

Die folgenden handwerklichen Techniken sind Teil des immateriellen Kulturerbes in Deutschland. Welchen erkennst du? Kennst du ein bestimmtes Beispiel? Bitte machen Sie eine ähnliche Beschreibung wie auf Seite 17.

- Deutsche Brotkultur
- Orgelbau und Orgelmusik
- Vogtland-Musikinstrumentenbau in Markneukirchen und Umgebung
- Dachdeckerhandel
- Manuelle Herstellung von mundgeblasenem Hohl- und Flachglas
- Flechtwaren
- Mal-, Fass- und Vergoldungstechniken in der Kirchenmalerei
- Porzellanmalerei
- Herstellung und Verwendung von traditionellem Kalkmörtel
- Spitzenspulen im Oberpfälzer Wald
- Westerwaldsteinzeug in und um Höhr-Grenzhausen, Kannenbäckerland und Breitscheid.
- Hergestelltes Schmuckdesign
- Erhaltung und Förderung von Kultur, Vielfalt und Qualität regionaler Spezialitäten in Oberfranken
- Seelachs und Teerbrennerei
- Rafting

- Salzwirker Bruderschaft im Thale nach Halle
- Baumetallurgie - Verbreitung, Dokumentation, Erhaltung und Förderung von handwerklichen Techniken und Wissen
- Künstlerische Drucktechniken von Hochdruck, Niederdruck, Flachdruck, Durchdruck und deren Mischformen
- Drechslerhandwerk (derzeit nur im Bayerischen Landesregister für immaterielles Kulturerbe)

1. Wie man ein CHE-Unternehmen entwickelt, das auf bekannten Elementen basiert.

Wie gründet man ein CHE-Unternehmen?

Wenn Sie bereit sind, ein CHE-Unternehmen zu gründen, sind noch ein paar erste Schritte zu erledigen. Lasst uns durch jeden von ihnen gehen.

1. Bestimmen Sie die Rechtsform Ihres Unternehmens.

Zuerst müssen Sie herausfinden, welche Art von Unternehmen Sie aus rechtlicher Sicht haben werden. Dies kann sich mit zunehmendem Wachstum ändern, und die staatlichen Gesetze variieren. Du könntest beliebte Optionen in Betracht ziehen wie:

- Einzelunternehmen: In einer Einzelunternehmung sind Sie das Geschäft, was Gesetze und Steuern betrifft. Während dies eine einfache Art der Organisation ist, kann es Schwierigkeiten bereiten, wenn die Zeit kommt, Geld zu beschaffen, weil Sie die Geldgeber bitten würden, in eine Person und nicht in ein Unternehmen zu investieren. Darüber hinaus haftet der Einzelunternehmer persönlich für Schulden und Verluste.
- LLC (Gesellschaft mit beschränkter Haftung): Eine LLC ist teurer und komplexer zu gründen, aber sie bringt eine Reihe von Steuervorteilen mit sich und schützt ihren Eigentümer vor persönlicher Haftung (daher ihr Name).

2. Wählen und registrieren Sie Ihren Firmennamen

Als nächstes ist es an der Zeit, Ihren CHE-Geschäftsnamen auszuwählen und zu registrieren. Dies kann eine lustige Brainstorming-Aktion sein, die auch einen erheblichen papierlastigen Rechtsstreit mit weitreichenden Auswirkungen auf Ihr Unternehmen mit sich bringt.

Wenn Sie eine LLC gründen, wird Ihr Name automatisch registriert, wenn Sie Ihr Unternehmen bei dem Staat registrieren. Andernfalls müssen Sie einen separaten Registrierungsprozess durchlaufen. Beginnen Sie mit einer Markenrecherche und prüfen Sie dann, ob der gewünschte Domainname verfügbar ist. Sie können Ihren Namen und Ihr Logo mit einer Marke versehen.³ Secure licenses, permits, etc.

Von hier aus stellen Sie sicher, dass Sie über die richtigen Genehmigungen und Lizenzen verfügen, um legal Geschäfte zu tätigen. Wenn Sie "materielles Eigentum" (d.h. physische Gegenstände) verkaufen, benötigen Sie eine Verkäufergenehmigung.

Auf diese Weise können Sie die Umsatzsteuer von Kunden einziehen. Einige Staaten verlangen es auch für bestimmte dienstleistungsorientierte Unternehmen.



Das IRS kann Sie auf das richtige Büro in Ihrem Land verweisen, und die Website der lokalen Regierung verfügt über Tools, die Ihnen helfen, herauszufinden, welche Art von Lizenz Sie benötigen, um Ihr Unternehmen zu betreiben.

4. Erstellen Sie Ihre Leitbilder und Visionen.

Was macht Ihr CHE-Geschäft? Wofür stehst du? Welches Problem löst du? Wie willst du die Welt verbessern? Das sind Fragen, die Ihre Mission und Ihre Vision beantworten werden.

Dieser Schritt ist ein wichtiger Bestandteil Ihrer Marketingstrategie. Marken mit einer starken Identität und einem starken Leitbild haben es leichter, authentische und aussagekräftige Inhalte zu produzieren, die ihre Kernwerte effektiv kommunizieren. Als Inspiration kannst du dir die Websites deiner Lieblings-Startups ansehen. Was ist die Mission jedes Einzelnen? Wie kommunizieren sie ihre Vision?

5. Schreiben Sie Ihren Marketingplan

Sobald Sie Ihre Lizenz und Ihren Namen haben, ist es an der Zeit, eine Online-Präsenz aufzubauen und Ihre Geschichte zu erzählen. Denken Sie zunächst an Ihren Zielkunden. Stellen Sie Fragen wie:

- Wer will, was ich verkaufe?
- Wer würde es für nützlich halten?
- Wer würde die Förderung übernehmen?

Von dort aus können Sie herausfinden, wer diese Menschen sind und welche Art von Botschaften bei ihnen ankommen würden. Denken Sie über ihr kulturelles Erbe, ihre Hintergründe, Interessen, Ziele

und Herausforderungen nach, zusätzlich zu ihrem Alter, was sie tun, welche sozialen Plattformen sie nutzen und so weiter.

AKTIVITÄT

a) Kennen Sie einen Kulturberuf oder eine Reihe von Aktivitäten "Kulturerbe"?

Hier haben wir ein paar Beispiele:

Designer/Grafiker: Voraussetzung: künstlerische Tätigkeit, ein abgeschlossenes Designstudium ist sinnvoll. Aufnahme einer freiberuflichen Tätigkeit über die abgeschlossene Berufsausbildung zum staatlich geprüften Designer, z.B. in den Bereichen Mode, Schmuck, Grafik, Werbung, etc. oder abgeschlossenes Studium in Bereichen wie Mode, Grafik, Schmuck, Webdesign, etc.

Restaurator: Zugang mit abgeschlossenen Restaurierungsstudien (FH) oder nach den Zugangsbestimmungen der Berufsgenossenschaft

Tanzlehrer: Ausbildung zum Tanzlehrer, Tanzlehrerassistenten oder Tanzsporttrainer nach Angaben des Berufsverbandes.

Schauspieler/Komiker/Souffleur/Regisseur/Musiker: Open Access, freiberuflich, wenn ein qualitatives Niveau gewährleistet ist (BFH 19.8.1982)

Visagist: allgemein als freiberufliche Tätigkeit eingestuft (FG Berlin 30.9.1986)

Bildhauer: Um freiberufliche Arbeit anzunehmen, muss möglicherweise eine gewisse künstlerische Tiefe oder eine spezielle Ausbildung nachgewiesen werden.

Handwerker: wie Schmiede, Holzbildhauer, Schmuckdesigner. Freiberuflich tätig, wenn es sich um künstlerische Aktivitäten handelt und ausschließlich selbst hergestellte Produkte in kleinen Mengen verkauft werden (BFH 26.9.1968).

Restaurator: Um als Freelancer akzeptiert zu werden, muss die Arbeit wissenschaftlich, gewissenhaft, selbständig und ohne viele Mitarbeiter durchgeführt werden (RFH 21.6.1944), freiberuflich über abgeschlossene Restaurierungsstudien (FH).

Autor / Schriftsteller / Texter / Dichter: Offener Zugang

b) In welchem der oben genannten Bereiche sehen Sie Ihre CHE-Geschäfte? Gibt es noch einen anderen Bereich, den wir nicht erwähnt haben?

The Desert survivor Team Building exercise-

Übung 1: Verloren auf See In dieser Aktivität müssen die Teilnehmer so tun, als ob sie Schiffbruch erlitten hätten und in einem Rettungsboot gestrandet wären. Jedes Team hat eine Kiste mit Spielen und eine Reihe von Gegenständen, die es vom sinkenden Schiff geborgen hat. Die Mitglieder müssen sich einigen, welche Punkte für ihr Überleben am wichtigsten sind.



1. Verwendet Diese Aktivität baut Problemlösungsfähigkeiten auf, da die Teammitglieder Informationen analysieren, verhandeln und zusammenarbeiten. Es ermutigt sie auch, zuzuhören und darüber nachzudenken, wie sie Entscheidungen treffen.

2. Was Sie benötigen 2.1 Bis zu fünf Personen in jeder Gruppe. 2.2 Ein großer, privater Raum. Eine "lost at sea" Rangliste für jedes Teammitglied. Diese sollte aus sechs Spalten bestehen. Die erste listet einfach jedes Element auf (siehe unten). Die zweite ist leer, so dass jedes Teammitglied die Gegenstände bewerten kann. Der dritte ist für Gruppenrankings. Die vierte ist für die "richtigen" Ranglisten, die am Ende der Übung bekannt gegeben werden. Und die fünften und sechsten sind für das Team, um die Differenz zwischen ihrer individuellen und korrekten Punktzahl und der Team- und korrekten Rangliste einzugeben. Die zu bewertenden Gegenstände sind: ein Moskitonetz, eine Benzinkanister, ein Wasserbehälter, ein Rasierspiegel, ein Sextant, Notfallrationen, eine Seekarte, ein schwimmender Sitz oder ein Kissen, ein Seil, einige Schokoriegel, ein wasserdichtes Tuch, eine Angelrute, ein Haiabwehrmittel, eine Flasche Rum und ein UKW-Funk. Diese können in der Rangliste aufgeführt, auf einem Whiteboard oder beidem angezeigt werden. Das Erlebnis kann noch mehr Spaß machen, indem man einige verlorene Requisiten im Raum hat.

3. Zeitflexibel, aber normalerweise zwischen 25 und 40 Minuten.

4. Anweisungen Teilen Sie die Teilnehmer in ihre Teams ein und stellen Sie jedem eine Rangliste zur Verfügung. Bitten Sie die Teammitglieder, sich 10 Minuten Zeit zu nehmen, um die Gegenstände in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit zu bewerten. Sie sollten dies in der zweiten Spalte ihres Blattes tun. Geben Sie den Teams weitere 10 Minuten Zeit, um sich zu beraten und über ihre Gruppenwertung zu entscheiden. Nach der Vereinbarung sollten sie sie in der dritten Spalte ihrer Blätter aufführen. Bitten Sie jede Gruppe, ihre individuellen Rankings mit ihren kollektiven Rankings zu vergleichen und zu überlegen, warum sich die Ergebnisse unterscheiden. Hat jemand während der Teambesprechungen seine Meinung über die eigene Rangliste geändert? Wie sehr wurden die Menschen durch das Gruppengespräch beeinflusst? Lesen Sie nun die "richtige" Reihenfolge vor, die von den Experten der US-Küstenwache zusammengestellt wurde (von höchster bis unwichtigster

Bedeutung): - Rasierspiegel. (Eines deiner mächtigsten Werkzeuge, denn du kannst es benutzen, um deinen Standort durch Reflexion der Sonne zu signalisieren.) - Kanister Benzin. (Nochmals, potenziell wichtig für die Signalisierung, da Benzin auf dem Wasser schwimmt und von Ihren Streichhölzern beleuchtet werden kann.) - Wasserbehälter. (Unverzichtbar für das Sammeln von Wasser zur Wiederherstellung der verlorenen Flüssigkeit.) - Notfallrationen. (Wertvoll für die Grundnahrung.) - Kunststoffplatte. (Kann als Unterschlupf oder zum Sammeln von Regenwasser verwendet werden.) - Schokoladenriegel. (Eine praktische Nahrungsquelle.) - Angelrute. (Möglicherweise nützlich, aber es gibt keine Garantie, dass Sie Fische fangen können. Könnte auch als Zeltstange dienen.) - Seil. (Praktisch zum Zusammenbinden von Ausrüstung, aber nicht unbedingt überlebenswichtig.) - Schwimmender Sitz oder Kissen. (Nützlich als Rettungsring.) - Haiabwehrmittel. (Möglicherweise wichtig im Wasser.) - Flasche Rum. (Könnte als Antiseptikum zur Behandlung von Verletzungen nützlich sein, wird Sie aber nur dehydrieren, wenn Sie es trinken.) - Radio. (Es besteht die Möglichkeit, dass Sie sich außerhalb der Reichweite eines Signals befinden.) - Seekarte. (Wertlos ohne Navigationsausrüstung.) - Moskitonetz. (Angenommen, du bist im Atlantik, wo es keine Moskitos gibt, schiffbrüchig geworden, ist das ziemlich nutzlos.) - Sextant. (Unpraktisch ohne relevante Tabellen oder einen Chronometer.)

5. Beratung des Facilitators Das ideale Szenario ist, dass die Teams zu einer Konsensentscheidung kommen, bei der die Meinung aller Beteiligten gehört wird. Das passiert jedoch nicht immer von selbst: Durchsetzungsstarke Menschen neigen dazu, die meiste Aufmerksamkeit zu erhalten. Weniger direkte Teammitglieder können sich oft eingeschüchtert fühlen und nicht immer aufhören, besonders wenn ihre Ideen von der populären Sichtweise abweichen. Wenn Diskussionen einseitig sind, ziehen Sie ruhigere Menschen an, so dass alle beteiligt sind, aber erklären Sie, warum Sie das tun, damit die Menschen daraus lernen. Bitten Sie hier jedes Teammitglied, sich das Problem individuell anzusehen und einem ernannten Gruppenleiter nacheinander neue Ideen vorzustellen - ohne zu wissen, welche Ideen bereits diskutiert wurden. Nachdem die ersten beiden Personen ihre Ideen vorgestellt haben, diskutieren sie sie gemeinsam. Dann fügt der Leiter eine dritte Person hinzu, die seine Ideen präsentiert, bevor sie den vorherigen Beitrag hört. Dieser Zyklus von Präsentation und Diskussion geht weiter, bis das gesamte Team die Möglichkeit hatte, seine Meinung zu äußern. Nachdem alle die Übung beendet haben, laden Sie Ihre Teams ein, den Prozess zu bewerten, um ihre Erfahrungen auszutauschen. Fragen Sie sie zum Beispiel, was die Hauptunterschiede zwischen Einzel-, Team- und offiziellen Rankings waren und warum. Dies wird zu Diskussionen darüber anregen, wie Teams zu Entscheidungen kommen, die die Menschen dazu bringen, über die Fähigkeiten nachzudenken, die sie einsetzen müssen.

Bewertungsmethode

Präsentation des Portfolios der Teilnehmer aus Übungen und kleinen Projekten.

Die Schlüssel zu einem erfolgreichen Unternehmer werden

Es gibt kein Einheitsrezept für den Erfolg, denn so viel Unternehmertum ist das.

darüber, deine eigenen Wege zu gehen und zu tun, was nicht getan wurde. Allerdings gibt es einige Schlüsselmerkmale und Best Practices, die die meisten erfolgreichen Unternehmer gerne teilen:

Steigen Sie aus den richtigen Gründen ein.

Fang nicht damit an, Unternehmer zu sein. Beginnen Sie, indem Sie einen Bedarf oder ein Problem identifizieren und nach einem Weg suchen, es zu lösen. Konzentrieren Sie sich auf den Prozess, nicht auf das potenzielle Ergebnis.

Priorisieren Sie das Lernen über das Verdienen (zumindest am Anfang).

Frühere Erfahrungen - sei es aus dem Tagesgeschäft oder aus früheren Start-ups - sind oft entscheidend. 98% der befragten Gründer gaben an, dass ihre bisherige Berufserfahrung "extrem wichtig" für ihren Erfolg sei (laut Kauffmannstiftung Making a Successful Entrepreneur). Einer britischen Studie zufolge stammen mindestens 50% aller Gründungsideen aus Erfahrungen aus früheren Tätigkeiten.

Bereite dich auf das Glück vor.

Glück ist ein großer Faktor, den niemand vollständig vorhersagen kann. Glücklicherweise gibt es alle möglichen Dinge, die Sie tun können, um Glück einzuladen: Lucky People Network, Lucky People Pitch oft und Lucky People machen Pläne (und führen diese Pläne aus).

Verstehen Sie, dass die Ausführung alles ist.

Der Typ Kawasaki hat es gut gesagt: "Ideen sind einfach. Die Umsetzung ist schwierig."

Indem Sie ausführen und als Erster auf dem Markt sind, können Sie den "First Mover Vorteil" nutzen. Einfach ausgedrückt: Wenn Sie die ersten sind, die mit einer guten Idee auf den Markt kommen, muss Ihre Konkurrenz den Rückstand aufholen. Faktoren wie Markenbekanntheit und Wechselkosten werden zu Ihren Gunsten funktionieren und es für andere schwieriger machen, Ihren Erfolg zu replizieren.

Das klassische Beispiel ist Amazon. Als der Erfolg die Wettbewerber dazu veranlasste, ihre eigenen Online-Buchhandlungen zu gründen, hatte Amazon bereits einen Marktanteil erreicht, der den Wettbewerb nahezu unmöglich machte. Ihre Ausführung - nicht ihre glänzende Idee - hat die Art und Weise, wie die Welt einkauft, verändert.

Ausführung ist eine Gewohnheit, sie ist etwas, das Sie fest in die DNA Ihres Unternehmens einbinden können. Machen Sie es zu einer Priorität, eine Kultur des Handelns und der Ausführung zu entwickeln.

Nehmen Sie Unsicherheit und Risiko in Kauf:

Die Gründung eines eigenen Unternehmens ist per Definition eine Reise ins Unbekannte. Wenn Sie nicht mit Unsicherheit umgehen können, haben Sie wahrscheinlich nicht das Zeug dazu, ein Unternehmer zu sein. Risiken sind nicht nur ein wesentliches Element des Unternehmertums, sondern stehen in der Regel auch in direktem Zusammenhang mit dem Erfolg: Je größer die Risiken, desto größer ist die mögliche Auszahlung.



Fürchte das Scheitern nicht, lerne daraus.

Studien haben gezeigt, dass einer der deutlichsten Indikatoren für den zukünftigen Erfolg eines Unternehmers ein Misserfolg ist. Das mag kontraintuitiv klingen, aber nicht, wenn man das Scheitern als Lehrmittel betrachtet. Heutige Technologie-Startups leben nach dem Motto: "Fail forward." Viele Unternehmen, die heute bekannte Namen sind - wie Airbnb und Uber - nahmen mehrere Starts vor, um erfolgreich zu sein.

Auf lange Sicht ist es besser, sich auf die Entwicklung eines minimal tragfähigen Produkts, die Einführung und Optimierung auf der Grundlage von Feedback zu konzentrieren, als zu versuchen, es beim ersten Mal mit einer ungetesteten Idee eines "perfekten" Produkts richtig zu machen.

Wie viel Risiko Sie eingehen können, hängt von Ihrem Unternehmen und Ihren Umständen ab. Der Kauf eines Domainnamens ist nicht das gleiche Maß an Engagement wie z.B. der Bau eines Prototypen. Wichtig ist, dass man aus Rückschlägen wächst und die Bereitschaft hat, Dinge auszuprobieren, die vielleicht nicht funktionieren.