

GOOD PRACTICES HANDBOOK

Fostering the Young Women Entrepreneurship
in the Danube Region



Document ID:	D.4.1.3 Good Practices Handbook DE version
WP, Act.:	Arbeitspaket 4 – Hindernisse und Möglichkeiten Act. 4.1: Identifizierung guter Praktiken zur Förderung junger Unternehmerinnen
Authors	<p>Mariya Zlateva (Regionale Agentur für Unternehmertum und Innovationen - Varna, Bulgarien)</p> <p>Claudia Krobath (Innovation Region Styria GmbH, Austria)</p> <p>Sandra Mur (Technology Park Varazdin Ltd, Croatia)</p> <p>Lisa Zordel (bwcon GmbH, Deutschland)</p> <p>Nora Mezofi (Universität von Pannonien, Ungarn)</p> <p>Iulian Groposila (Verband kleiner und mittlerer Unternehmen in Konstanza, Rumänien)</p> <p>Amna Potočnik (Entwicklungsagentur Maribor, Slowenien)</p> <p>Melika Husić-Mehmedović, Maja Arslanagic-Kalajdzic, Lejla Turulja and Amra Kapo (Hochschule für Wirtschaft und Handel, Universität Sarajevo, Bosnien und Herzegowina)</p> <p>Silvia Cangea (Organisation für die Entwicklung des Sektors der kleinen und mittleren Unternehmen, Republik Moldau)</p>
Date:	Sept.2020

INHALT

1 ABKÜRZUNGEN UND GLOSSAR VON BEGRIFFEN	4
2 ANWENDUNGSBEREICH DES DOKUMENTS	5
3 EINLEITUNG	5
4 ANGEWANDTE METHODIK.....	8
5 BESTE PRAKTIKEN „good practice“ ZUR UNTERSTÜTZUNG DES UNTERNEHMERTUMS JUNGER FRAUEN.....	12
Women Call 2018 "Frauen. Leben. Regionen 2018"	13
YEP Business Ideas Incubator (Youth Employment Project)	15
Entrepregirl Award.....	17
Little entrepreneurship school for women	19
Ready to Code – teaching girls and women how to code	21
Budapest Bank, Springboard – Zum Programm Finanzen für Frauen - Kompetenzentwicklung von Unternehmerinnen.....	23
Pilot-Programme “Women in Business”.....	25
National and International Elite Business Clubs	27
An entrepreneurial training program for women with tertiary education: “Entrepreneurship is female”	29
Podjetno v svet podjetništva - Entrepreneurially into the Business World	31
6 FALLBEISPIELE	33

1 ABKÜRZUNGEN UND GLOSSAR VON BEGRIFFEN

BWCON	Bwcon GmbH
GP	GP /Good practice / Gute Praxis
EWC	Women Entrepreneurship Centre / Zentrum für Frauenunternehmertum
IRS	Innovation Region Styria GmbH
ME	Wirtschaftsministerium Bulgariens
MRA	Entwicklungsagentur Marburg, Slowenien
PBN	Pannon Business Network Association
PIMM	Verband kleiner und mittlerer Unternehmen in Konstanz
ODIMM	Organisation für die Entwicklung des Sektors der kleinen und mittleren Unternehmen
RAPIV	Regionale Agentur für Unternehmertum und Innovationen - Varna
SEBS	School of Economics and Business, University of Sarajevo
SGZ	Industrie- und Handelskammer Stajerska
TLE	Transnationale Lernveranstaltung
TPV	Technology Park Varazdin GmbH
UOC	OVIDIUS Universität Konstanz
UP	Universität Pannonien
VFU	Freie Universität Varna "Chernorizets Hrabar"
YWE	Junges Unternehmertum von Frauen

2 ANWENDUNGSBEREICH DES DOKUMENTS

Dieses Dokument basiert auf der Methodik des Projekts WOMEN IN BUSINESS zur Analyse, Auswahl, Beschreibung und Bewertung von Good Practices (GPs). Ziel von WOMEN IN BUSINESS ist es, durch einen gegenseitigen Lernprozeß innovative Ausbildungsmodelle zu entwickeln, die das Hauptinstrument zur Förderung des Unternehmertums junger Frauen (YWE) sein werden und den Hauptteil der Women Entrepreneurship Centers bilden werden. Auf der anderen Seite werden die validierten GPs als Grundlage für die Entwicklung der politischen Agenda mit politischen Empfehlungen dienen.

Der erste Teil des Handbuchs skizziert die von allen PPs befolgte Methodik zur Identifizierung, Auswahl und Beschreibung der GPs zur Unterstützung von jungen Unternehmerinnen in den 9 Ländern der PPs. Der zweite Teil enthält eine Beschreibung von 10 GPs zur Unterstützung von jungen Unternehmerinnen die von den PPs evaluiert und von den Mitgliedern des Beirats validiert wurden. Die GPs sind pro Land in alphabetischer Reihenfolge und nach der für jedes Land festgelegten internen Numerierung aufgeführt. Weitere Einzelheiten zu allen 43 GPs finden sich in der GPs Database, die auf der Projektwebseite: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/women-in-business/section/good-practices-database> verfügbar ist, einschließlich folgender Aspekte:

- Titel des GPs
- Eigentümer des GP,
- Zeitdauer des GP
- Link zu den Projektzielen
- Ziel des GP
- Zielgruppen
- Beschreibung des GPs
- für die Umsetzung des GP benötigte Ressourcen
- Beweise für den Erfolg des GP
- Potential für Lernen oder Transfer
- Kontaktdaten des Eigentümers des GP

Die GPs zur Unterstützung des YWE werden auf der Grundlage gemeinsam definierter Kriterien bestimmt. Gleichzeitig wird im Rahmen der Lernveranstaltungen ein Einblick in ausgewählte GPs gewonnen. Die besten von ihnen wurden während der transnationalen Projektveranstaltungen validiert in das GP-Handbuch aufgenommen, das eine Wissensbasis für die Entwicklung einer politischen Agenda bieten wird.

Der Einsatz von bewährten Praktiken/GPs erhöhen den Mehrwert der Veranstaltungsorganisation und beinhaltet die Ermittlung von Aufgaben, die durchgeführt werden müssen, um eine Veranstaltung in einem guten Zustand zu halten und sicherzustellen, daß diese Aufgaben konsequent und regelmäßig durchgeführt werden.

3 EINLEITUNG

Das Projekt DTP2-048-1.2 WOMEN IN BUSINESS - Förderung des Unternehmertums junger Frauen in den Donauregionen wird von den Fonds der Europäischen Union (EFRE, IPA, ENI) im Rahmen des zweiten Aufrufs zur Einreichung von Vorschlägen INTERREG Donau Transnationales Programm

2014-2020 kofinanziert. Es zielt darauf ab, junge Frauen mit innovativen Ideen zur Gründung und Entwicklung eines eigenen Unternehmens anzuregen, um durch verschiedene Ansätze zur Steigerung ihrer Kompetenzen für geschäftliche und soziale Innovationen, durch die Einrichtung von Frauen-Unternehmerinnenzentren und die Entwicklung innovativer Ausbildungsmodelle Markterfolge zu erzielen. Das Projektkonsortium besteht aus 14 Projektpartnern aus 9 Ländern des Donauraums und bringt nationale und regionale, öffentliche und private Organisationen und Universitäten zusammen.

Lead Partner

- Regional Regionale Agentur für Unternehmertum und Innovationen - Varna

ERDF Partners

- Innovation Region Styria GmbH, Austria
- Freie Universität Varna "Chernorizets Hrabar", Bulgarien
- Technologie Park Varaždin GmbH, Kroatien
- bwcon GmbH, Deutschland
- Entwicklungsagentur Marburg, Slowenien
- Industrie- und Handelskammer Štajerska, Slowenien
- PBN Vereinigung pannonischer Unternehmensnetzwerke, Ungarn
- Universität Pannonia, Ungarn
- ODIMM Organisation für die Entwicklung des Sektors der kleinen und mittleren Unternehmen
- OVIDIUS Universität von Constanta, Rumänien

IPA Partner

- Hochschule für Wirtschaft und Handel, Universität Sarajevo, Bosnien und Herzegowina

ENI Partner

- Organisation für die Entwicklung des Sektors der kleinen und mittleren Unternehmen, Republik Moldavien

Assoziierter Partner

- Wirtschaftsministerium Bulgariens

In der Entwicklungsphase des Projekts WOMEN IN BUSINESS haben die Partner die folgenden Hauptprobleme definiert, mit denen Frauen bei der Gründung und Erweiterung eines Unternehmens konfrontiert sind:

-Kontextuelle Hindernisse - Stereotypen über Frauen, traditionelle Ansichten über die Rolle der Frau in der Gesellschaft;

-Wirtschaftliche Hindernisse - Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln, insbesondere im Bereich Wissenschaft und Technologie;

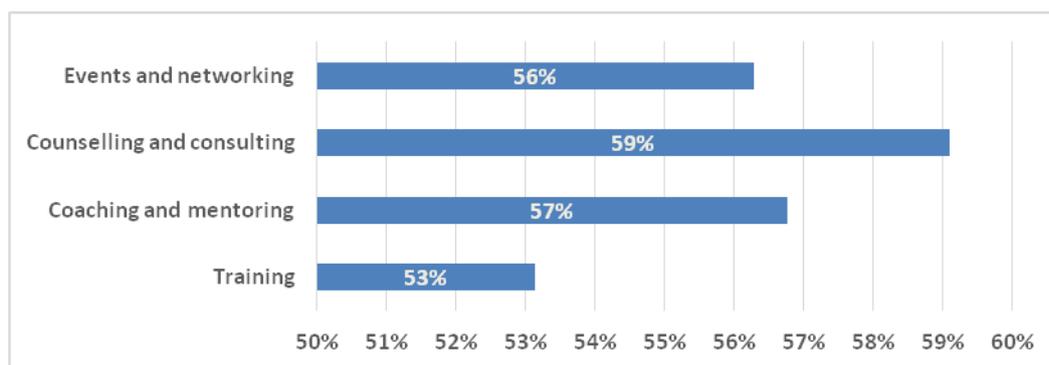
-Weichere Hindernisse - fehlender Zugang zu relevanter Unternehmensunterstützung und Netzwerken, mangelnde Unternehmensausbildung, Mangel an persönlichen/unternehmerischen Fähigkeiten usw.

Nach den Ergebnissen der Umfrage, die im Zusammenhang mit der Entwicklung der Transnationalen Studie über den aktuellen Stand in den 9 Partner-Ländern Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Deutschland, Ungarn, Moldawien, Rumänien und Slowenien - durchgeführt wurde, sind die fünf größten Hindernisse für die Gründung oder das Bestehen von Unternehmen in diesen Ländern:

1. Fehlende Ersparnis / Geldmittel;
2. Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln und hohe Steuern;
3. Mangel an Informationen darüber, wie man ein Unternehmen gründet;
4. Mangel an unternehmerischen Fähigkeiten;
5. Die Unsicherheit über die Zukunft, wenn man ein eigenes Unternehmen gründet (mangelndes Selbstvertrauen).

Die **wichtigste Kompetenzbarriere** ist der **Mangel an Informationen darüber, wie man ein Unternehmen gründet, gefolgt von einem Mangel an unternehmerischen Fähigkeiten**. Überraschenderweise betrachten die Befragten die traditionellen Ansichten über die Rolle der Frau in der Gesellschaft nicht als eine hohe Barriere. Die höchste **"weiche" Barriere für sie ist die Unsicherheit über die Zukunft im Falle einer Unternehmensgründung**, gefolgt von der Gefahr, **die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu verlieren**.

Die Befragten hatten die Möglichkeit, auszuwählen, welche Art von Unterstützung sie benötigen/vorziehen, um ihre unternehmerischen Fähigkeiten zu verbessern. Es wurde ihnen angeboten, zwischen Ausbildung, Coaching und Mentoring, Beratung und Betreuung sowie Veranstaltungen und Networking zu wählen, und es war möglich, weitere Optionen zu wählen.



Die meisten Frauen gaben an, daß sie Beratung und Konsultation benötigten, während die wenigsten von ihnen meinten, daß sie eine Ausbildung benötigten. Mehr als 50% der Frauen in der Stichprobe benötigen jedoch all diese Aspekte der Unterstützung bei einem unternehmerischen Versuch.

Was die Ausbildung betrifft, so haben die meisten Befragten ein oder zwei Bereiche für zukünftige Verbesserungen ausgewählt. Es überrascht nicht, daß Finanzierung und Budgetierung das Geschäftsfeld war, in dem die meisten Befragten Verbesserungen wünschen, doch werden auch

andere Geschäftsfelder wie Management, Marketing, Buchhaltung, Unternehmertum und soziale Medien in der Wirtschaft als die Bereiche identifiziert, die während der Ausbildung mögliche Auswirkungen haben könnten. Es könnte auch interessant sein, festzustellen, daß in diesem Aspekt des Fragebogens keine signifikanten Unterschiede zwischen verschiedenen Ländergruppen festgestellt werden konnten.

Von den dreizehn vorgeschlagenen Geschäftsfeldern haben die Befragten die acht interessantesten ausgewählt. Die Bedeutung von Social Media in der Wirtschaft, als eines der aufstrebenden Geschäftsfelder, wurde von unseren Befragten als eines der wichtigsten Felder für ihre unternehmerische Karriere erkannt. Unsere Befragten identifizierten z.B. auch persönliches Wachstum, Schreiben und Umgang mit Streß und Verhandlungen als sehr wichtige Fähigkeiten, die in ihrer Karriere benötigt werden.

4 ANGEWANDTE METHODIK

Der gesamte Prozess der Recherche nach geeigneten GPs wird von den PPs vereinbart und im „Good Practice Guide“ definiert. Er ist in verschiedene aufeinanderfolgende Schritte unterteilt:

1. Definition des Anwendungsbereichs und des Ziels der Tätigkeit.
2. Analyse des Ist-Zustandes in den Ländern/Region der PP
3. Definition der nationalen/regionalen Bedürfnisse und Prioritäten in diesem Bereich
4. Identifizierung, Sammlung und Beschreibung der GPs.
5. Evaluation der GPs nach den definierten Bedürfnissen

Die ersten drei Punkte stehen im Zusammenhang mit der Durchführung von Vorarbeiten durch die PP auf der Grundlage der Ergebnisse der Umfrage und der Interviews, die im Zusammenhang mit der Entwicklung der Transnationalen Studie über den aktuellen Status von jungen Unternehmerinnen durchgeführt wurden.

Alle Praktiken, die von den PPs im Rahmen der WOMEN IN BUSINESS identifiziert werden, sollten die folgende Definition, wie im Leitfaden für gute Praktiken vereinbart, respektieren: "Gute Praxis ist eine Initiative, z.B. Methodik, Projekt, Prozess und Technik, die sich bereits als erfolgreich erwiesen hat und das Potential hat, auf verschiedene geographische Gebiete übertragen zu werden. Ein GP ist dann als erfolgreich erwiesen, wenn es bereits greifbare und meßbare Ergebnisse bei der Erreichung spezifischer Ziele erzielt hat. Daher sollte das Beispiel, welches als GP zu klassifizieren ist, sein:

- ✓ **Relevant** für das Anwendungsgebiet und die Ziele des Projekts WOMEN IN BUSINESS;
- ✓ **Signifikant** unter einer bestimmten Perspektive sein (Auswirkung, Methodologie, Prozess, Innovation, etc.)
- ✓ **Übertragbarkeit** (d.h. unter anderen lokalen Bedingungen effektiv durchführbar).

Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, daß der Erfolg eines GPs bestimmt werden kann, wenn das Beispiel abgeschlossen und verifiziert ist. In einigen Situationen kann eine laufende Maßnahme jedoch als GP angesehen werden, d.h. wenn ein Teilziel bereits erreicht wurde und der Erfolg nachweisbar ist.

Ein weiteres wichtiges Konzept ist die Übertragbarkeit der Praxis. Es ist wichtig hervorzuheben, daß kein GP in der Praxis einfach übertragbar ist, da es spezifisch für die Umgebungsbedingungen im jeweiligen Land ist:

Daher muss jedes GP im Hinblick auf seine Eignung für die nationalen/regionalen Bedürfnisse und Prioritäten, seine Wirksamkeit und Übertragbarkeit bewertet werden. Aus diesen Gründen sollte die Beschreibung des GP das Element zur Durchführung einer Bewertung des GP selbst enthalten.

Das Hauptziel der Good-Practice-Aktivität ist ein zweifaches:

- (1) Untersuchung der Maßnahmen, die jungen Frauen im Hinblick auf die Unterstützung des Unternehmertums angeboten werden, und Definition der übertragbaren Elemente und
- (2) sowie ein besseres Verständnis für die Wirksamkeit der Programme aus der Perspektive der KMU zu erhalten.

Bildungsziele können eine Reihe verschiedener Arten von beabsichtigten Lernergebnissen umfassen:

- Persönliche übertragbare Fähigkeiten umfassen sowohl zwischenmenschliche als auch persönliche Fähigkeiten; umfaßt auch die meisten "Unternehmens"-Kompetenzen;
- konzeptuelle Kenntnisse und Fähigkeiten, die auch als "methodisch" bekannt sind;
- Fachkenntnisse und Verständnis.
- Spezifische Fähigkeiten.
- Motivation und Einstellung

Eine genaue Identifizierung der GPs ist für den Erfolg des Prozesses von größter Bedeutung, da die ausgewählten GPs, die ordnungsgemäß analysiert, beschrieben und evaluiert wurden, die Grundlage für die Ausarbeitung der Schulungsmodelle und der politischen Empfehlungen im Rahmen der politischen Agenda bilden.

Es gibt verschiedene Methoden, um potentielle GPs zu identifizieren: Literatur und Internet, Konferenzen, direktes Wissen, Interviews mit Experten und Interessenvertretern, Existenzdatenbank. Die Identifizierung von GPs erforderte einen langwierigen und investigativen Prozess, der nach und nach durchgeführt wurde, wobei verschiedene Aspekte berücksichtigt und die gesammelten Informationen Schritt für Schritt ausgearbeitet wurden. Um eine ausreichende Kenntnis der GPs zu erlangen, sind detaillierte Informationen erforderlich, auch wenn Details nicht immer in der Literatur/im Internet zu finden sind, so dass der direkte Kontakt mit den Entwicklern/Eigentümern der GPs von den PPs initiiert wird.

Alle PPs identifizierten 43 Good Practices für den Zweck des transnationalen Lernens. Die meisten von ihnen wurden während der 6 transnationalen "Learning Events" in verschiedenen Ländern der PPs vorgestellt.

Die guten Praktiken wurden einem Benchmarking unterzogen, um diejenigen zu ermitteln, welche am wirksamsten waren. Die Elemente, die zur Überprüfung in Betracht gezogen wurden, sind:

- o Die Relevanz des vorgestellten GP in Bezug auf die nationalen/regionalen Bedürfnisse und Barrieren - es wurde betont, daß die Bewertung der Nützlichkeit und Relevanz der einzelnen GPs je nach Prioritäten und identifizierten Bedürfnissen der einzelnen Länder/Regionen unterschiedlich ausfallen kann.

- o Die Bedeutung der Wirkung des GP - die einzelnen Wirkungsfaktoren können innerhalb des Projekts von GP zu GP variieren, aber die Frage hinter diesem Kriterium sollte lauten: Welche Teile der Unternehmung sind ein GP und kann die Wirkungsfähigkeit sein?
- o Der Innovationsgrad des GP - im Hinblick auf den aktuellen Status der Länder/Region der Partner.
- o Die Effektivität und Effizienz des GP- dieses Konzept ist ein Mass dafür, wie und in welchem Ausmass das GP die gewünschten Resultate in Bezug auf die zugewiesenen Ressourcen erreicht hat.
- o Übertragbarkeit des GP - d.h. die greifbare Möglichkeit, das charakterisierenden Konzept im Kontext der Länder/Region der Partner zu übertragen.

Der Evaluierungsprozess für jedes GP wurde nach jedem TLE transnationaler Learning event durchgeführt, indem Teil C ausgefüllt wurde. Die Evaluierung der vorgestellten GPs erfolgte entsprechend den nationalen/regionalen Bedürfnissen aus Anhang I Template for Transnational Learning Report des Good Practice Guide.

In der letzten Phase genehmigten die vorgeschlagenen Partner und die Mitglieder des Beirats alle 43 GPs, die in der aktuellen Datenbank enthalten sind. 10 von ihnen erreichten die höchste Punktzahl unter den GPs pro Land, die im aktuellen GPs Handbuch vorgestellt werden.

BEST PRACTICES FOR YOUNG WOMEN ENTREPRENEURSHIP SUPPORT



5 BESTE PRAKTIKEN „good practice“ ZUR UNTERSTÜTZUNG DES UNTERNEHMERTUMS JUNGER FRAUEN

No	Titel des good practice	Durchführende Organisation	Land
1	Women Call 2018	Steiermärkische Landesregierung- Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung	Austria
2	YEP Inkubator für Geschäftsideen (Jugendbeschäftigungsprojekt)	GOPA mbH – Repräsentanz in B&H / Jugendbeschäftigungsprojekt finanziert von der Schweizer Botschaft	Bosnien und Herzegowina
3	Entrepregirl Award	Bulgarisches Zentrum für Frauen in der Technologie	Bulgarien
4	Kleine Unternehmerschule für Frauen	International women´s business network	Kroatien
5	Ready to Code – Mädchen und Frauen beizubringen, wie man kodiert	Ready to Code e.V	Deutschland
6	The Budapest Bank, Sprungbrett - Zum Programm Finanzen für Frauen - Kompetenzentwicklung von Unternehmerinnen	Wirtschaftliche Entwicklung kleiner Unternehmen (SEED)	Ungarn
7	Pilot-Programm "Frau in der Wirtschaft"	Organisation für die Entwicklung des kleinen und mittleren Sektors (ODIMM)	Moldowien
8	Nationale und internationale Elite- Wirtschaftsclubs	Elite Business Women (EBW)	Rumänien
9	Ein unternehmerisches Ausbildungsprogramm für Frauen mit tertiärer Ausbildung (Podjetnost je ženskega spola)	Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Technologie und Ministerium für Arbeit, Familie und soziale Angelegenheiten der Republik Slowenien	Slowenien
10	Podjetno v svet podjetništva - Entrepreneurially into The Business World	Mariborer Entwicklungsagentur und Regionalentwicklungsagentur für Koroška d.o.o.	Slowenien

Women Call 2018 "Frauen. Leben. Regionen 2018"



Land

Austria



Aktionsbereich

Politische Maßnahme zur Unterstützung



Laufzeit

2018



Eigentümer

Steiermärkische Landesregierung-Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung



Identifiziert von

Innovation Region Styria GmbH



Beschreibung des "Good Practice" Beispiels

Der Call "Frauen. Leben. Regionen 2018" soll dazu beitragen, den vielfältigen Lebensmodellen von Frauen gerecht zu werden, die lebenswerten Rahmenbedingungen auf regionaler Ebene positiv zu beeinflussen, vielfältigere Entwicklungs- und Zukunftsperspektiven zu schaffen, die Einkommensungleichheit zu verringern und die soziale und politische Integration von Frauen in den steirischen Regionen zu verbessern.

Um die steirischen Regionen weiter zu entwickeln, die Wettbewerbsfähigkeit der steirischen Regionen zu stärken und die Wertschöpfung in den Regionen zu erhöhen, ist es notwendig, vor allem junge Menschen und vor allem Frauen in der Region zu halten. Ein Beitrag dazu ist es, die Möglichkeit der Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter zu entwickeln und ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit zu ermöglichen. Vor allem die Frage der Finanzierung ist oft ein großes Hindernis für das weibliche Unternehmertum, und es fehlt an maßgeschneiderten Förderprogrammen für Frauen. Der Aufruf unterstützt Frauen bei der Umsetzung konkreter Projekte mit entsprechender Finanzierung.



Ziele

- Sicherstellung der regionalen Arbeitsmarktbeteiligung von Frauen
- Erhöhung des Anteils von Frauen in Fach- und Führungspositionen
- Nivellierung des Einkommensgefälles zwischen Männern und Frauen
- Stärkere Vertretung von Frauen in Entscheidungsgremien

Zielgruppe

Lokale Behörden, juristische Personen, Partnerschaften und zivilrechtliche Partnerschaften.

Schlüsselfaktoren des Erfolgs

Der "Aufruf" ist offen für unterschiedliche regionale Projekte für und mit Frauen
Positive Wahrnehmung der Finanzierungsmechanismen

€ Benötigte Ressourcen

1,000,000 €

Projekttypen und Förderungsintensität

- Projekttyp A:
Bis zu 70 % Förderung für konkrete regionale Umsetzungsprojekte wie Modellinitiativen und Pilotprojekte (inkl. Personalkosten) mit Projektgesamtkosten von mehr als € 10.000,- mit einem maximalen Förderungsbetrag in der Höhe von € 150.000,-
- Projekttyp B: Kleinprojekte mit Projektgesamtkosten bis max € 2.500,-. Die Förderquote beträgt max. 100 % (somit max. € 2.500,-)

Resultat /Erfolg

27 Projekte für einen Gesamtbetrag von 1.000.000 € wurden unter Vertrag genommen

Kontakt:

A17 Landes- und Regionalentwicklung Referat für Landesplanung und Regionalentwicklung
Trauttmansdorffgasse 2, A 8010 Graz
tel.: +43 316 877-3644
e-mail: abteilung17@stmk.gv.at

YEP Business Ideas Incubator (Youth Employment Project)



Land

Bosnien und Herzegowina



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2018 – laufend



Eigentümer

GOPA GmbH - Repräsentanz in B&H/ Jugendarbeitsprojekt finanziert von der Schweizer Botschaft



Identifiziert von

School of Economics and Business, University of Sarajevo



Beschreibung good practice

Das Jugendbeschäftigungsprojekt (YEP) wird von der deutschen Firma GOPA mbH durchgeführt und von der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit finanziert. Es umfasst die strategische Zusammenarbeit mit 32 lokalen Gemeinschaften in B&H und 6 öffentlichen Arbeitsverwaltungen mit dem Ziel, ein stimulierendes unternehmerisches Umfeld zu schaffen, das zur Schaffung einer Reihe von qualitativ hochwertigen Arbeitsvermittlungen durch selbständige Erwerbstätigkeit führen soll. YEP verpflichtet sich:

1. Entwicklung der Methodik und des Inhalts oder des spezifischen unternehmerischen Ausbildungsprogramms des YEP Business Ideas Incubator
2. Gesamtkoordination der Aktivitäten
3. Sicherstellung der fachlichen und materiellen Ressourcen für Ausbildung und Mentoring
4. Bereitstellung von Finanzmitteln für technische Unterstützung und Neugründungen
5. Bereitstellung von Mentoring und fachlicher Unterstützung (einschließlich Werbepaket) nach dem Geschäftsregistrierungsverfahren.

Die lokale Gemeinschaft verpflichtet sich:

1. Koordination und Gewährleistung des Zugangs zu administrativen und logistischen Ressourcen in der spezifischen lokalen Gemeinschaft.
2. Logistische Unterstützung und professionelle Teilnahme am Mentoring-Programm
3. Öffentliche Werbung für das Programm
4. Bereitstellung von finanzieller Unterstützung

Die öffentliche Arbeitsverwaltung verpflichtet sich:

1. Öffentliche Förderung des Programms
2. Überwachung der Ergebnisse

-
3. Professionelle Teilnahme an Schulungen und Mentoring sowie Teilnahme an der Präsentation von Geschäftsideen.

 **Ziele**

- o Stärkung der Unterstützungssysteme für das Unternehmertum;
- o Erhöhung der Anzahl und der Kompetenzen von Unternehmern, die neue Unternehmensgründungen vornehmen oder ein Start-up entwickeln;
- o Verbesserung des Umfelds für die Gründung neuer Unternehmen in Bosnien und Herzegowina

 **Zielgruppe**

Sie steht allen interessierten Menschen offen, aber junge Frauen werden im Rahmen des öffentlichen Aufrufs zur Teilnahme stark ermutigt.

 **Erfolgsfaktoren**

- o Zusammenarbeit verschiedener relevanter Interessengruppen.
- o Eine ausreichende Anzahl lokaler Gemeinschaften erklärte sich bereit, das Programm durch die Investition öffentlicher Mittel in das Programm zu unterstützen.
- o Ein umfassender Satz unterstützender Instrumente.

 **Benötigte Ressourcen**

430,000 €

 **Resultat /Erfolg**

- o 155 Geschäftspläne zur finanziellen Unterstützung genehmigt
- o 600 ausgebildete junge Menschen
- o 100+ Unternehmen gegründet

Contact:

Ranko Markuš

Tel/Fax: +387 (0) 33 207 812

Mobile: +387 (0) 61 065 111

E-mail: ranko.markus@yep.ba

Entregirl Award



Land

Bulgarien



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2013 – laufend



Eigentümer

Bulgarisches Zentrum für Frauen in der Technologie



Identifiziert von

Regionale Agentur für Unternehmertum und Innovationen - Varna



Description of the good practice

Entregirl ist inspiriert durch den Preis "Digitale Frau Europas 2013", den Sasha Bezuhanova von der Vizepräsidentin der Europäischen Kommission und EU-Kommissarin für digitale Politik Neelie Kroes auf dem ICT2013-Forum "Digitale Agenda für Europa" erhielt.

10 vorausgewählte Ideen haben die Möglichkeit, sich online in einer Live-Streaming-Sitzung vor unserer angesehenen Jury und der Welt zu präsentieren. Teilnahmebedingungen und -voraussetzungen:

- Sie müssen zwischen 16 und 25 Jahre alt sein.
- Füllen Sie das Bewerbungsformular aus und schicken Sie es innerhalb der festgelegten Frist ab. Die Bewerbung wird nur auf Englisch akzeptiert;
- Zugang zu qualitativ hochwertigem Internet für das virtuelle Pitching-Event haben;

Es gibt keine Beschränkung auf den Bereich der unternehmerischen Idee - sie kann sich auf soziale, kulturelle, geschäftliche, digitale oder andere Angelegenheiten beziehen. Es gibt keine Beschränkung für die Staatsbürgerschaft. Der Wettbewerb ist für alle Länder offen.

Etappen des Wettbewerbs:

1. Fünf Wochen Anmeldefrist für den Entregirl-Wettbewerb
2. Innerhalb von zwei Wochen nach Eingang des letzten Antrags nimmt die Jury eine vorläufige Bewertung der Projekte wie beschrieben vor. Dann wählt sie 10 Finalistinnen aus - die Mädchen, deren Projekte am meisten geschätzt werden.
3. Die 10 Finalistinnen haben eine Woche Zeit, um eine Präsentation in der von ihnen bevorzugten Form vorzubereiten, in der sie sich und ihr Projekt innerhalb von 7 Minuten bei einer exklusiven Live-Streaming-Pitching-Veranstaltung präsentieren können.
4. Während der Online-Pitching-Veranstaltung hört die Jury alle 10 Finalistinnen an und wählt aus, welche von ihnen die Preise erhalten wird.

Ziele

Die Erhöhung der beruflichen Beteiligung von Mädchen und Frauen im Hochtechnologiebereich sowie die Überwindung des Mangels an IT-Fachkräften, was die Wettbewerbsfähigkeit Bulgariens und der Länder Europas insgesamt verbessern wird.

Zielgruppe

Mädchen im Alter zwischen 16 und 25 Jahren, die eine unternehmerische Idee haben und sich trauen, sie mit anderen zu teilen.

Erfolgsfaktoren

Innovativer Ansatz entwickelt für die Unterstützung des YWE in einem bestimmten Sektor (Online-Pitching-Sitzung).

€ **Benötigte Ressourcen**

Finanzielle Mittel werden aus dem Budget der BCWT und von Sponsoren des Wettbewerbs bezogen. Der Wettbewerb wird mit der finanziellen Unterstützung von DELL EMC, SAP und der Financial Times organisiert.

Resultat /Erfolg

- o 200+ Mädchen nahmen teil
- o 50+ Mädchen werden durch den Preis unterstützt
- o 6 Vollstipendien für Mädchen mit einer Technologie-Idee in der neuen Saison ihres Vorbeschleunigerprogramms

Contact:

Sasha Bezuhanova,

email: hello@bcwt.bg

<http://entrepregirlbg.com/>

Little entrepreneurship school for women



Land

Kroatien



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2018 – laufend



Eigentümer

Internationales Netzwerk für Frauenunternehmen



Identifiziert von

Technologiepark Varazdin



Beschreibung der guten Praxis

International women's business network ist eine gemeinnützige Organisation, die sich Unternehmerinnen und Geschäftsfrauen widmet. Die Partner bei der Umsetzung der guten Praxis sind die Kroatische Handelskammer und Enterprise Europe Network.

Die Hauptziele der Schulungen sind

- Frauen zu lehren, wie sie ihr Unternehmen gründen können, was nötig ist, um als Unternehmerin erfolgreich zu werden.
- Sie mit anderen Frauen zu verbinden.
- Verbesserung des Selbstvertrauens und der Führungsfähigkeiten von Frauen
- Frauen erhielten Unterstützung durch Mentoring
- Frauen erhielten Zuschüsse zur Gründung ihres Unternehmens.

Die Hauptthemen sind: Recht, Buchhaltung, Werbung, Verkauf, NLP-Fähigkeiten, Coaching, soziale Netzwerke, mentale Landkarten, Google AdWords, Geschäftskommunikation, Reden in der Öffentlichkeit usw.

Die Dauer der Grund- und Fortgeschrittenenmodule beträgt 4 Tage/jedes Mal, zweimal pro Jahr.



Ziele

Eine Reihe verschiedener Vorträge für Frauen, die ihr Unternehmen gründen wollen, und für Frauen, die ihr Unternehmen in den letzten 3 Jahren gegründet haben.



Zielgruppe

- o Frauen, die ihre Unternehmen gegründet haben
- o Frauen, die ihre Unternehmen gründen wollen
- o Frauen, die lernen und sehen wollen, wie es ist, Unternehmerin zu sein.



Erfolgsfaktoren

- o Identifizieren geeigneter Klienten
- o Bereitstellung von Informationen
- o Austausch von Wissen und Expertise



Benötigte Ressourcen

10,000 €/Y.



Resultat /Erfolg

- o 400+ Frauen besuchten die Schule
- o Internationale Konferenz vom 28.5.2019, an der 200 Frauen aus Serbien, Bosnien und Herzegowina und Kroatien teilnahmen.

Contact:

Ivana Radić

International women´s business network

President

phone: +385 91 923 77 01

email: ivana@mrezazena.com

www.mrezazena.com

Ready to Code – teaching girls and women how to code



Land

Deutschland



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2018 – laufend



Eigentümer

Ready to Code e.V.



Identifiziert von

bwcon GmbH



Beschreibung der guten Praxis

Ready to Code e.V. ist ein junger Verein aus Stuttgart, der sich zum Ziel gesetzt hat, vor allem Mädchen und junge Frauen für Programmierung und Technik zu begeistern. Sein Team besteht aus Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern des Social Impact Lab Stuttgart und arbeitet eng mit dem "Jugendhaus Mitte" und "CodeDoor" zusammen, einer Organisation, die Bildungsstipendien für unterrepräsentierte Gruppen im Bereich Technik vergibt.

Ready to Code bietet Unterstützung für junge Mädchen und Frauen und bringt ihnen bei, wie man Code erstellt und Frauen motiviert, den in Deutschland immer noch sehr männerdominierten IT-Sektor kennen zu lernen. In den 1,5 Jahren, seit die Gründerinnen von Ready to Code die ursprüngliche Idee hatten, richteten sie ein monatliches Treffen für Frauen in Stuttgart ein, das sie "Cocktails & Code" nannten. Cocktails & Code" wird jeden dritten Mittwoch im Monat an verschiedenen Orten organisiert. Zusätzlich finden "Girls Day"-Workshops statt. Aufgrund der zunehmenden Anfragen nach Workshops, teilweise in abgelegenen Gebieten, die mit dem Nahverkehr nur schwer erreichbar sind, hat Ready to Code ein Toolkit für ihren Webdesign-Workshop entwickelt und plant einen Train-the-Trainer-Workshop für Lehrer an Schulen, um das Gelernte weiterzugeben.



Ziele

- o Mädchen und Frauen beibringen, wie man kodiert
- o sie darin zu unterstützen, an sich selbst zu glauben und für sich selbst einzutreten
- o Sie mit anderen Organisationen und Initiativen zu verbinden und zum Austausch von Ideen und Erfahrungen bereit zu machen



Zielgruppe

Mädchen und junge Frauen



Schlüsselfaktoren

Ready to Code-Tutoren, die alle ehrenamtlich arbeiten und nicht nur ihre Zeit und ihr Fachwissen, sondern auch viel Leidenschaft und Geduld investieren, um andere zu inspirieren, ihren Weg zu gehen.



Benötigte Ressourcen

n.a.



Resultat /Erfolg

- o 300+ Frauen sind Teil der Gruppe Cocktail & Code
- o 70+ Mädchen nahmen an Workshops teil
- o 4 verschiedene Workshop-Themen von 2 Stunden bis 1 Woche.

Contact:

Lena Mohr

Email: lena@readytocode.org

<https://www.instagram.com/readytocode/> , <http://readytoco.de/index.html>

***Budapest Bank, Springboard – Zum Programm Finanzen für Frauen -
Kompetenzentwicklung von Unternehmerinnen***



Land

Ungarn



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2010 – laufend



Eigentümer

Small Enterprise Economic Development (SEED) Foundation,
Budapest Bank



Identifiziert von

Universität Pannonien



Beschreibung good practice

Das Sprungbrettprogramm wurde in Zusammenarbeit von Budapest Bank und SEED ins Leben gerufen. Diese Initiierung begann jedoch bereits 2004 mit den gleichen Zielen unter der Organisation von SEED. SEED war für die Organisation der akkreditierten Ausbildung verantwortlich; die Budapest Bank leistet derzeit die finanzielle Unterstützung. Das Sprungbrettprogramm wurde in ein größeres zweijähriges Projekt im Rahmen des Operationsprogramms zur sozialen Erneuerung in den Jahren 2012-2014 (TÁMOP. - 1.4.3-10/1-2F - 2011-0012) integriert.

Das Programm sieht ein komplexes Ausbildungssystem vor, in dem die Unternehmerinnen die nützlichsten und praktischsten Informationen und Kenntnisse erhalten können, um ihr eigenes Unternehmen (Modell) zu gründen oder umzugestalten. Im Rahmen des 90-stündigen akkreditierten Programms erhalten Frauen Kenntnisse in verschiedenen Geschäftsbereichen. Am Ende der 6-wöchigen Schulungen sind die Teilnehmerinnen in der Lage, ihren Geschäftsplan vorzustellen und ihr Unternehmen zu gründen. Die Bewerberinnen für das Programm werden von einem Komitee ausgewählt.

Zusätzlich zu den Sprungbrett-Trainings werden Eventclubs und andere Trainings (z.B. Trainings, die sich nur auf IT oder auf das Geschäftsmodell konzentrieren) organisiert, die für alle offen sind



Ziele

Steigerung des unternehmerischen Potenzials von Frauen und Entwicklung von Schlüsselkompetenzen in den Bereichen Geschäftsplanung, IT, Kommunikation und Networking.

 **Zielgruppe**

Unternehmerinnen

 **Schlüsselfaktoren**

- o Tradition und Reputation der Ausbildung
- o Vom Europäischen Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE) und der Europäischen Stiftung für Berufsbildung (ETF) als gute Praxis anerkannt
- o Laufende Marketing- und Werbeaktivitäten

 **Benötigte Ressourcen**

n.a.

 **Resultat /Erfolg**

- o 570 Frauen schlossen das Programm ab
- o 200 neue Unternehmen
- o 1500 Facebook-Anhänger (Seite der Budapest Bank)
- o Zufriedenheit (98% der Befragten fanden das Programm sehr effektiv)

Contact:

Mr. Tibor Balázs

E-mail: tbalazs@seed.hu

<http://www.dobbantoprogram.hu/>

<https://seed.hu/en/project/dobbanto>

Pilot-Programme "Women in Business"



Land

Republik Moldau



Aktionsbereich

Politische Maßnahme zur Unterstützung



Laufzeit

2016 – 2019



Eigentümer

Organisation für die Entwicklung des kleinen und mittleren Sektors (ODIMM)



Identifiziert von

Organisation für die Entwicklung des kleinen und mittleren Sektors (ODIMM)



Beschreibung good practice

Bereitstellung integrierter finanzieller und nicht-finanzieller Unterstützung für Frauen in der Wirtschaft durch Zuschüsse für Investitionen und damit verbundene Dienstleistungen zur Unternehmensentwicklung. Die Unterstützung soll zur nachhaltigen Erhaltung der Beschäftigung in Frauenunternehmen und zur Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen.

Die Förderfähigkeit der Programmteilnahme für jede Phase der Unternehmensförderung ist wie folgt geplant:

- Unterstützung vor der Unternehmensgründung: Frauen, die planen, innerhalb von 12 Monaten nach Beantragung der Unterstützung ein Unternehmen zu gründen und anzumelden - Schulung und Coaching, um Frauen, die ein Unternehmen gründen, auf Investitionen vorzubereiten;
- Start-Up-Unterstützung: Unternehmen, die seit weniger als 2 Jahren registriert sind und von Frauen geführt oder im Besitz von Frauen sind oder die mehrheitlich Frauen beschäftigen - Unterstützung für Kleininvestitionen und Unternehmensentwicklung, um das Risiko des Scheiterns von Unternehmen in der Frühphase zu verringern und das Unternehmenswachstum vorzubereiten;
- Unternehmenswachstum: Aktive Unternehmen, die seit mehr als zwei Jahren registriert sind und von Frauen geführt werden und sich im Besitz von Frauen befinden oder die eine Mehrheit von Frauen beschäftigen und von denen erwartet wird, daß sie ihren Umsatz und/oder die Beschäftigung innerhalb der nächsten 18 Monate durch die Expansion des Marktes, des Exports und der Innovation steigern werden - Nachfolgend größere Kapitalinvestitionen für Marktwachstum und Exportwettbewerbsfähigkeit mit gezielter Beratungsunterstützung, um die Wirkung der Investitionen zu maximieren.

Ziele

Bereitstellung integrierter finanzieller und nicht-finanzieller Unterstützung für Frauen in der Wirtschaft durch Zuschüsse für Investitionen und damit verbundene Dienstleistungen zur Unternehmensentwicklung.

Zielgruppen

Frauen aus den Regionen Moldawiens

Schlüsselfaktoren

- o Erfahrung in der Schaffung und Umsetzung von Unterstützungsprogrammen für KMU (nach Organisation)
- o Unterstützung in allen Phasen der Unternehmensentwicklung (Vorgründung, Neugründung, Wachstumsunternehmen)
- o Integrierter Ansatz
- o Finanzielle Hilfe und Unterstützung per Post
- o Individuelle Unterstützung für jeden Antragsteller

€ Benötigte Ressourcen

Geschätzte Gesamtkosten der Programmdurchführung für 3 Jahre: 2,34 Millionen €.

Resultat /Erfolg

Direkte Unterstützung für:

- o 400 Vorgründungen;
- o 200 Unternehmensgründungen gewährt;
- o 10 Wachstumsunternehmen;

Unterstützung der ersten Stufe -Vor der Unternehmensgründung:

- o 408 Frauen bei der Gründung eines Unternehmens unterstützt
- o 179 Frauen melden ein neues Unternehmen an
- o 443 Arbeitsplätze geschaffen

Zweite Stufe - Inbetriebnahme:

- o 2 Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen für kleine Investitionszuschüsse
- o 100 von Frauen besessene/geführte Unternehmen unterstützt
- o 337 Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten

Contact:

Eugenia Sili, Programme manager

E-mail: Eugenia.sili@odimm.md www.odimm.md

National and International Elite Business Clubs



Land

Rumänien



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2016 – laufend



Eigentümer

Elite Business Women (EBW)



Identifiziert von

Ovidius-Universität Konstanz



Beschreibung good practice

EBW begann als eine Online-Gemeinschaft und entwickelte sich zum größten Unternehmen für Unternehmerinnen in Rumänien, das auf internationaler Ebene präsent ist. Es gibt über 8 Elite-Business-Clubs - 6 in Rumänien, 1 in London, 1 in Lissabon. Innerhalb dieser Clubs haben Unternehmerinnen Geschäftsbeziehungen, Partnerschaften und neue Unternehmen aufgebaut und bei jeder Veranstaltung Know-how und Geschäftsexpertise erhalten.

Unternehmer brauchen Instrumente zur Unternehmensentwicklung, und eines dieser äußerst effizienten Instrumente ist ein qualitativ hochwertiges BUSINESS NETWORKING. In Rumänien wissen die Unternehmer, insbesondere diejenigen außerhalb von Bukarest, nicht, wie man Networking betreibt, sie gehen nicht zu Veranstaltungen und, was am wichtigsten ist, sie machen keine Folgemaßnahmen, um ihre Beziehungen zu den Unternehmern aufrechtzuerhalten.

In diesem Sinne haben wir 7 Business Clubs in Bukarest, Konstanz, Klausenburg, Hermannstadt, Timisoara, London und Lissabon gegründet. Ein wichtiger Aspekt bei der Entwicklung der ELITE BUSINESS CLUBS war die PARTNERSCHAFT mit anderen Entitäten für Unternehmer, Handelskammern, Organisationen, Hubs usw., bei gleichzeitiger Entwicklung des lokalen Geschäftsumfelds, der Sensibilisierung der Partner und der Präsentation erfolgreicher lokaler Geschäftsmodelle. Online-Plattform zur Teilnahme an Veranstaltungen wird entwickelt: www.elitewomen.org/elite-business-club.



Ziele

Unternehmer zusammenbringen, um innerhalb der Business-Clubs Netzwerkfähigkeiten zu entwickeln und gleichzeitig durch die Anwesenheit der leistungsstärksten Unternehmer als Referenten und Mentoren bewährte Verfahren für Unternehmer auf den Tisch zu bringen.

 **Zielgruppe**

Unternehmerinnen

 **Schlüsselfaktoren**

- o Institutionelle Partner
- o Beteiligung lokaler Unternehmer an den Veranstaltungen
- o Nutzung der Online-Plattform

 **Benötigte Ressourcen**

12.000 €/ 4 Veranstaltungen/Jahr

 **Resultat /Erfolg**

- o 1280 Teilnehmer
- o 256 lokale Partner
- o 8 ELITE BUSINESS CLUBS
- o 200 Mitglieder der Organisation

Contact:

Bianca Tudor

E-mail: bianca.tudor@elitewomen.org

www.elitewomen.org

***An entrepreneurial training program for women with tertiary education:
"Entrepreneurship is female"***



Land

Slowenien



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf und politische Maßnahmen zur Unterstützung



Laufzeit

2016 – 2018



Eigentümer

Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Technologie und Ministerium für Arbeit, Familie und soziale Angelegenheiten der Republik Slowenien



Identifiziert von

Mariborer Entwicklungsagentur

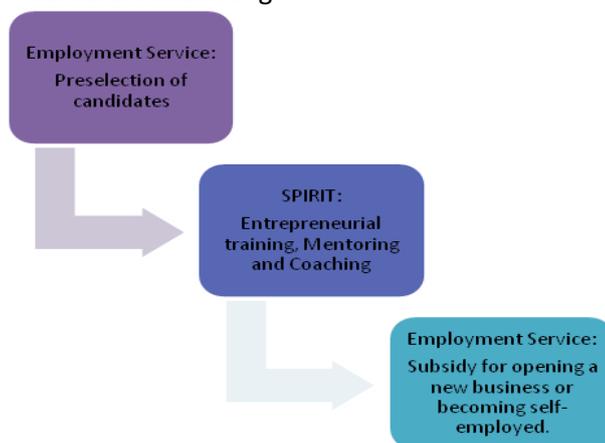


Beschreibung good practice

Das GP stellt den ersten Fall von zwei getrennten slowenischen Ministerien vor, die eine gemeinsame Unterstützung für eine Zielgruppe vorbereiten, die auf der Struktur und den Bedürfnissen der Arbeitslosen basiert.

Das slowenische Arbeitsmarktservice führt die aktiven beschäftigungspolitischen Maßnahmen durch, durch die Zuschüsse zur Unterstützung der Selbständigkeit gewährt werden. Im Rahmen des Arbeitsplans von SPIRIT wurde ein Programm zur Förderung des Unternehmertums von Frauen vorbereitet und 2016 mit der Umsetzung begonnen.

Da beide kompatibel sind, bilden sie ein Unterstützungspaket für die spezifische Zielgruppe: Arbeitslose Frauen mit tertiärer Ausbildung.



Das Programm bot 100 Stunden Training in Form von modularen Workshops an. Innerhalb von 3 Monaten nach Abschluß der Teilnahme an dem Trainingsprogramm erhielten die Teilnehmer einen Zuschuß von 5.000 € für die Gründung eines eigenen Unternehmens und den Schritt in die Selbständigkeit.

Die Schulungen wurden vom Institut für die Entwicklung von Familienunternehmen META organisiert, das seit 2001 aktiv ist und sich auf die Betreuung und internationale Vernetzung von KMU spezialisiert hat. Es versucht, Plattformen zu entwickeln, um lokale Vereine und Netzwerke zumindest für Großveranstaltungen zu vernetzen, um von der Vernetzung zu profitieren.

Die Umsetzung des Hausarztes wurde durch den öffentlichen Aufruf sichergestellt, bei dem eine erfahrene NGO im Bereich der Frauenförderung ausgewählt wurde, um die modularen Schulungen durchzuführen, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind.

 **Ziele**

Befähigung arbeitsloser Frauen mit tertiärer Ausbildung zum Unternehmertum durch die 100 Stunden Ausbildung in Form von 8 modularen Workshops.

 **Zielgruppen**

Arbeitslosigkeit von Frauen mit tertiärer Bildung

 **Schlüsselfaktoren**

- o Mitwirkung
- o Verantwortung
- o Verfügbarkeit

€ Benötigte Ressourcen

Schulungen: 349,214 €
Subventionen: 5,730,537 €

 **Resultat /Erfolg**

- o 1 352 Teilnehmer am Ausbildungsprogramm
- o 1 145 Subventionen für selbständige Teilnehmer

Contact:

Marlen Skarlovnik

E-mail: marlen.skarlovnik@gov.si

<https://www.podjetniski-portal.si/podjetnice/programi-podjetniskega-usposabljanja>

Podjetno v svet podjetništva - Entrepreneurially into the Business World



Land

Slowenien



Aktionsbereich

Ausbildungsbedarf



Laufzeit

2014 – 2018



Eigentümer

Entwicklungsagentur Marburg und Regionalentwicklungsagentur für Koroška d.o.o.



Identifiziert von

Entwicklungsagentur Marburg



Beschreibung good practice

Das GP stellt eine einzigartige Mischung aus temporärer Beschäftigung dar, bei der der Ausbildungsprozess so abläuft, daß den Teilnehmern ein garantiertes Einkommen beim Aufbau ihrer ersten Geschäftstätigkeiten garantiert wird.

Während dieser Zeit bietet ein Netzwerk von Mentoren sowohl allgemeine Schulungen und Workshops als auch maßgeschneiderte Beratung für die einzelnen Teilnehmer an, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Das Programm wurde in Zusammenarbeit mit der slowenischen Arbeitsverwaltung durchgeführt. Die Arbeitsverwaltung beteiligt sich an der Förderung des Ausbildungsprogramms. Sie stellt auch ein Mitglied im Ausschuß, der die Teilnehmer zusammen mit Mentoren von MDA und RDA Koroška (5 Mitglieder) auswählt.

Es werden Ausschreibungen veröffentlicht, bei denen sich potentielle Teilnehmer/innen bewerben. Von allen Bewerbern wurden bei jedem Aufruf 10 Teilnehmer angenommen. Die Kandidaten bewerben sich, indem sie ihre Geschäftsideen zusammen mit ihrem Lebenslauf und einem Geschäftsplan einsenden. Die Geschäftsideen sollten realisierbar und wenn möglich innovativ sein.

Die Ergebnisindikatoren sind festgelegt: 30 % der Teilnehmer werden innerhalb eines Jahres nach Abschluß ihrer Teilnahme am Programm selbständig oder abhängig beschäftigt.

Während des 4-monatigen Zeitraums erhalten die Teilnehmer eine umfassende Schulung in den Bereichen Erstellung von Geschäftsplänen, Erstellung eines Leinwand-Geschäftsmodells, Geschäftsverhandlungen, Kommunikation, Finanzen und Marketing.

In der Durchführungsphase des GP gab es 10 Aufrufe zur Teilnahme.

Auswahl der Kandidaten:

Beschäftigung & Ausbildung

Gesamtzahl der von den Teilnehmern in 4 Monaten erhaltenen Ausbildungsstunden: 80 Stunden. Jede Schulung wurde als interaktiver Workshop durchgeführt, in dem die

Teilnehmer darauf vorbereitet wurden, ihre eigenen Fortschritte bei der Gründung ihrer Unternehmen darzustellen. Während der Schulung arbeiteten die Teilnehmer eng mit ihren Mentoren zusammen. Die Mentoren überwachten ständig die Entwicklung der Teilnehmer und unterstützten sie dabei, Lösungen für ihre Herausforderungen zu finden. Die Mentoren begleiten die Teilnehmer bei Treffen mit potentiellen Kunden und Geschäftspartnern.

Unterstützung der Mentoren

Zusätzlich angebotene Dienstleistungen (Budget pro Mitarbeiter, verwendet für)

Networking und PR

 **Ziele**

- o Stärkung des unternehmerischen Potenzials der Bevölkerung des identifizierten Gebiets von 9 Gemeinden.
- o Senkung der Arbeitslosenquote unter den gefährdeten Zielgruppen der Bevölkerung

 **Zielgruppe**

Arbeitslose aus dem angegebenen Gebiet

 **Schlüsselfaktoren des Erfolgs**

- o Modell zur Förderung des Unternehmertums
- o Mentoring-Programm
- o Ausbildungsprogramm

 **Benötigte Ressourcen**

Gesamtbudget: 2.223.000€

Budget pro Teilnehmer: 11,465 €

 **Resultat /Erfolg**

- o 200 beteiligte Personen
- o 91 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gründen ein Unternehmen/ gehen einer Beschäftigung nach

Contact:

Danijela Kocuvan

Email: danijela.kocuvan@mra.si

<http://www.mra.si/pvsp-za-problemsko-obmo269je.html>

CASE STUDIES



6 FALLBEISPIELE

WWW 4.0 (Austria)

WWW 4.0 mit „Weitblick Weiblich Wirtschaften“ wurde im Rahmen von "Frauen.Leben.Regionen 2018" (Women Call 2018) initiiert und aus Mitteln der Steiermärkischen Landesregierung-Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung, Österreich, finanziert. Der Mittelempfänger "akzente" setzte das Projekt erfolgreich um.

Ziel ist die Entwicklung einer Kooperation (Genossenschaft, Kooperative), in der wirtschaftliche aktive Frauen im ländlichen Raum ihre Produkte und Dienstleistungen gemeinschaftlich entwickeln und vermarkten.

Dabei setzt WWW 4.0 einen Schwerpunkt auf weiblich konnotierte Bereiche, wie zum Beispiel Ernährung, Kunst, Produktion von Lebensmitteln, Mode, Gesundheit sowie unterschiedliche Dienstleistungen. Besonderes Augenmerk gilt hierbei auch dem Bereich der Landwirtschaft, da ein immer geringer werdender Teil der bäuerlichen Betriebe eine Haupteinnahmequelle darstellt.

Vom Vernetzen zum kooperativen regionalen FrauenWirtschaften. Entwicklung eines Rahmens für kooperatives Arbeiten für Unternehmerinnen, Landwirtinnen sowie Frauen auf dem Weg in die Selbständigkeit aus den Bezirken Voitsberg und Graz-Umgebung (West). Es wurde eine regelmäßig durchgeführte Online-Werkstatt (Mein Unternehmen online – Die WWWerkstatt für Ungeübte) für die Frauen initiiert, an der bisher 15 Frauen teilgenommen haben. Insgesamt gab es bis August 2020 ein Angebot von 10 Workshops in unterschiedlichen Formen wie z.B. Online-Angebote oder die Serie Themenfrühstück, die im Juli 2020 erstmals stattfand und im September 2020 fortgesetzt wird. In diesem Rahmen haben weibliche Unternehmerinnen unterschiedliche Workshops besucht und dadurch ihre business Kompetenzen erhöht. Neben den Workshops zu wirtschaftlichen Themen war der Focus auf ein „gemeinsames Wirtschaften“ ausgerichtet - How to do it... Um kooperatives Wirtschaften auch tatsächlich umsetzen zu können, wurde der nächste Schritt gesetzt und ein kooperativ geführter Concept-Store („Der Stadtmarkt“) entwickelt. Aus den Vernetzungsaktivitäten heraus wurde ein realer Raum geschaffen. Erster kooperativ geführter Concept-Store in der Voitsberger Innenstadt. "Der Stadtmarkt" bietet regionale Produkte – von kulinarischen Genüssen über Kreatives und Innovatives – und macht die Vielfalt der Region sichtbar. Unternehmerinnen haben die Möglichkeit, ihre eigenen Produkte und gleichzeitig die Produkte weiterer regionaler Unternehmen im Concept-Store zu verkaufen – sie führen eigenständig für einen bestimmten Zeitraum das Geschäft. Einnahmen entstehen durch den Verkauf der eigenen Produkte sowie durch die Provisionszahlung über den Verkauf weiterer Produkte. Der Betrieb des Geschäftes ist für die Unternehmen weitgehend kostenfrei – Miete und Nebenkosten werden über das Projekt finanziert. Organisatorisch werden sie unterstützt vom Projektteam der Organisation „akzente“.

Zur Zeit sind 15 regionale Unternehmen am Concept-Store beteiligt, 13 davon von Frauen geführt, welche als Kooperative und mit den Organisatorinnen die Geschäftsräume wirtschaftlich nutzen und zusammenarbeiten. Ab Herbst 2020 wird die Anzahl der teilnehmenden Unternehmen weiter steigen – mit 6 Unternehmerinnen werden bereits konkrete Gespräche geführt.

Claudia Wagner “akzente”: Wir freuen uns über das große Interesse der regionalen Unternehmen und nehmen wahr, daß die Anzahl weiblicher Unternehmerinnen deutlich höher ist. Dies unterstreicht die Notwendigkeit „kooperative Wirtschaftsprojekte“ für sehr kleine Unternehmen zu fördern und die rechtlichen Rahmenbedingungen an die Realitäten anzupassen. Für viele ist es eine gute Möglichkeit, ihre Produkte einem breiteren Publikum zu präsentieren und den Markt unter realen Umständen zu erproben. Es hat sich gezeigt, daß Geldressourcen und rechtliche Rahmenbedingungen, gerade für Kleinunternehmerinnen oft eine große Hürde darstellen. Gerade in Bezug auf die Umsetzung eines kooperativ geführten Geschäftes, erschweren die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen eine Durchführung. Langfristig werden unterschiedliche Szenarios erwarten: 1) eine oder mehrere Unternehmerinnen übernehmen den Stadtmarkt in Eigenregie – dies wäre der optimale Fall, ist aber aufgrund der rechtlichen Rahmenbedingungen für Kleinunternehmerinnen kaum durchführbar 2) Die Gemeinde setzt ein verbindliches Jahresbudget zur Betreibung des Stadtmarktes und für Betreuung und Coaching der UnternehmerInnen fest.

Brigitte's paper workshop

Als geschulte Schneider arbeite ich mit Leidenschaft kreativ an der Herstellung von Dingen. Als Kleinunternehmen hatte ich eine gute Möglichkeit meinen Bekanntheitsgrad in der Region zu steigern und ich schätze den Stadtmarkt als Plattform für eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmerinnen. Das Konzept von mehreren Produktschienen spricht ein breites Publikum als Kunden an.



© by Brigitte Gößler

Manuela Tögelhofer – Stick Nadelwerk / needle work



© by Manuela Tögelhofer

Die Teilnahme an den Workshops und Schulungen hat mir im Bereich der sozialen Medien viel gebracht. Die Workshopreihe "Mein Unternehmen online" mit Theorie und Praxis einschließlich der Online-Sprechstunden hat meinen Wissenshorizont für die Digitalisierung erweitert. Die Diskussionen über Wirtschaftsthemen mit anderen Unternehmerinnen ist für mich sehr wichtig - wir sind als kleine Unternehmen alle in der gleichen Situation und es ist toll, wie wir uns gegenseitig unterstützen.

Barbara Ehrenreich – Keramik

Herstellung von attraktiven Keramikobjekten und bietet Keramikworkshops an. Statement: Durch die Präsentation meiner Objekte und der Präsenz im Stadtmarkt hat sich meine Bekanntheit und auch mein Umsatz gesteigert. Im Netzwerk zu arbeiten bringt viele Vorteile – vom Unternehmerinnenaustausch bis hin zu neuen Kunden. Allein einen Verkaufsshop zu betreiben wäre für mich als Einzelunternehmerin nicht möglich gewesen – fehlende Zeit- und Geldressourcen.

Major of Voitsberg, Bernd Osprian: Gerade im ländlichen Raum sind Unternehmerinnen mit ihren wirtschaftlichen Aktivitäten, vor allem in der regionalen Lebensmittelproduktion und im Handel, aber auch im Kreativ- und Gesundheitsbereich, ein wichtiger Teil der Wertschöpfungskette in unserer Region.



Major B. Osprian and B. Ehrenreich © by akzente

Kloko design studio (Bosnia and Herzegovina)

Džana Hamedović aus Zenica, Bosnien und Herzegowina (BiH) gründete das Designstudio "Kloko", welches ein interessantes Produkt auf den Markt gebracht hat - ergonomische Tragesitze, die sich durch ein attraktives Design auszeichnen. Aus Liebe zu den Neugeborenen und dem Wunsch, das Baby in ihrer Nähe zu behalten, entwarf sie den ergonomischen Tragesitz "Kloko", der dem neuesten europäischen Standard für weich geformte Tragesitze entspricht. Ihr Tragesitz wurde "Kloko" genannt, in Anlehnung an das Känguru, das dafür bekannt ist, seine Jungen in einem Kokon zu tragen.



In dieser Trage wird das Baby in eine anatomisch korrekte Position gebracht, die die richtige Entwicklung der Hüften und der Wirbelsäule unterstützt. Der weiche Tragesitz "Kloko" ist nach dem Grundprinzip der Ergonomie gestaltet - er ermöglicht die ideale Position des Babys. Gleichzeitig ist die Person, die das Baby trägt, bequem und gefährdet nicht ihre Gesundheit, da der Träger das Gewicht des Babys gut verteilt. Dieser Tragesitz wächst mit dem Baby mit und ist vom Anfang bis zum Ende der empfohlenen Tragezeit (von 3 Monaten bis 3 Jahren) nutzbar.

Er lässt sich leicht aufstellen, und das Baby kann in zwei Positionen getragen werden, vorne und hinten. Im Jahr 2020 führte Kloko tea ein neues Produkt ein - den elastischen Wickelschal Kloko wrap - in dem das Baby vom Tag seiner Geburt getragen werden kann.

Die Idee der Unternehmensgründung und ihr Hintergrund

Džana ist seit 20 Jahren in kreativer Arbeit tätig. Modedesign ist etwas, das Džana seit dem College in ihrer Freizeit ausübt, und sie hat ihre Kreationen auf verschiedenen Modeveranstaltungen innerhalb und außerhalb von BiH ausgestellt. Bis vor kurzem war es nur ein Hobby, denn sie ist Englischlehrerin mit 15 Jahren Berufserfahrung.

Als sie ihre zweite Tochter zur Welt brachte, hatte sie mit der Suche nach einem geeigneten Tragesitz begonnen, fand aber nichts, was ihren Bedürfnissen nach Komfort und Ergonomie entsprach. Angesichts ihrer Erfahrung im Design und Nähen beschloß sie, einen Tragesitz zu entwerfen, der bequem und einfach zu benutzen ist. Es war für sie kein Problem, zu entwerfen, wie der Tragesitz aussehen und wie er hergestellt werden sollte. Als sie den ersten herstellte, wurden die Leute in ihrer Umgebung neugierig, also fertigte sie noch ein paar weitere Modelle für Freunde an. Es war eine Gelegenheit für das Produkt, sich zum heutigen Modell zu entwickeln.

Džana war in ihrem Leben noch nicht an unternehmerischen Projekten beteiligt, und nach 15 Jahren Arbeit an der Schule wurde ihr klar, daß sie neue Herausforderungen sucht und ihre anderen Talente und Potentiale nutzen möchte. Der logische Schritt war, im Bereich des Modedesigns zu arbeiten und das Vergnügen mit dem Geschäft zu verbinden. Sie weist darauf hin, daß sie im Leben das tun möchte, was sie liebt und was ein Spiegelbild ihrer Persönlichkeit ist. "Der Job, für den ich mich entschieden habe, ist kein Job - es ist ein Lebensstil. Außerdem bin ich von Natur aus eine Führungspersönlichkeit, Organisatorin, Künstlerin, Visionärin, ich lerne gerne und löse Probleme, und das kann ich im Unternehmertum gut einbringen", erklärt Džana



YEP unterstützt das Unternehmen

"Zu der Zeit, als ich Verhandlungen mit einer Fabrik aufnahm, die den von mir entworfenen Tragesitz herstellen sollte, wurde ich in dem Programm YEP Business Ideas Incubator aufgenommen, ein umfassendes Programm zur Unterstützung der Entwicklung des Unternehmertums, das vom Youth Employment Project (YEP) umgesetzt und von der Schweizer Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) finanziert wurde.

Es war der richtige Zeitpunkt, diese Geschichte auf ein höheres Niveau zu heben und die professionelle Unterstützung zu erhalten, die ich brauchte, wenn man bedenkt, daß ich mich noch nie zuvor mit Unternehmertum beschäftigt habe", sagte Džana. Folglich beschloß sie, sich für den YEP Business Ideas Incubator zu bewerben, der ihr den Aufbau unternehmerischer Kapazitäten, Unterstützung bei der Entwicklung von Geschäftsplänen sowie finanzielle Hilfe bei der Schaffung eines Prototyps und der Gründung eines Unternehmens bot. Besonders wichtig für mich ist die Vernetzung mit anderen Textilunternehmen aus dem YEP-Geschäftsideen-Inkubator in 32 lokalen Gemeinden in BiH und die Unterstützung durch Mentoren", betont die Jungunternehmerin und fügt hinzu: "Ich freue mich, daß der YEP-Geschäftsideen-Inkubator durch die IMPAKT-Investitionsstiftung weitergeführt wird und Jungunternehmer aus ganz Bosnien und Herzegowina unterstützt. Von der ersten Idee bis zur ersten Produktionsserie von Tragesitzen sind fast zwei Jahre vergangen, und viel Wissen, Liebe, Mühe und Arbeit, Hingabe an Details und der Wunsch, ein qualitativ hochwertiges und vollständiges Produkt auf den Markt zu bringen, wurden in die Gründung des Unternehmens investiert. Neben dem Tragesitz und dem "Kloko-Wickel" kommen in diesem Jahr zwei weitere Produkte auf den Markt, sowie neue Geschäftsräume und neue Mitarbeiter für dieses Unternehmen. Tragesitze und Schals können auf einigen in- und ausländischen Webplattformen sowie über soziale Netzwerke bestellt werden. Mit jedem veröffentlichten Foto schafft Džana eine interessante Geschichte über das Tragen eines Babys. "Neben der Werbung für unseren Tragesitz ist es sehr wichtig, das richtige Tragen eines Babys zu fördern, da es viele emotionale und physische Vorteile sowohl für das Kind als auch für die Eltern mit sich bringt".

Kloko FB <https://www.facebook.com/KlokoBabyCarriers>

Kloko Insta <https://www.instagram.com/klokobabycarriers/>

Kloko OREA <https://www.oreabazaar.com/bs/product/1437/kloko-nosiljka-koja-raste-s-bebom-free-to-grow-baby-carrier>
www.impakt.ba

Moryana GmbH (Bulgaria)



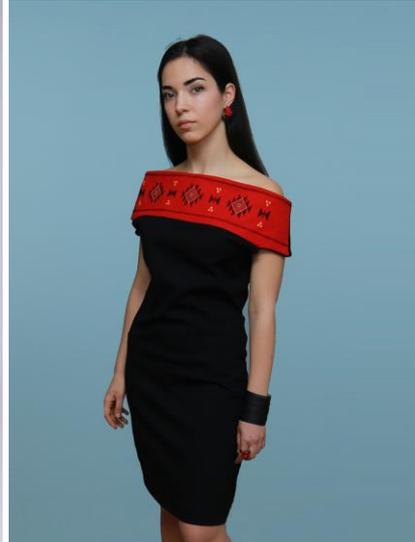
Credited by BCWT

Moryana Filipowa - gewann den award Entrepregirl vol. 4.0. Sie war eine sechzehnjährige Studentin, als sie den ersten Platz im Wettbewerb für junge Unternehmerinnen "Entrepregirl" gewann, der vom Bulgarischen Zentrum für Frauen in Technologie (BCWT) zum vierten Mal in Folge organisiert wurde. Moryana war Studentin an der Sofioter Hochschule für Mode "Maria Louisa" und Modedesignerin zu werden, war schon immer ihr Traum: "Mode ist Freiheit. Sie ermöglicht es Ihnen, all Ihr Potenzial und Ihre Kreativität freizusetzen, um etwas wirklich Wichtiges zu schaffen". Die Kollektion, mit der Moryana den Entrepregirl vol. 4.0 Award gewann, ist von der bulgarischen Folklore inspiriert und nimmt Elemente traditioneller Kleidung und Stickerei auf. Ihre Kleider werden bereits erfolgreich auf www.moryana.eu verkauft. Mit ihrer ersten Kollektion gewann Moryana den 13. bulgarischen Modepreis, Sektion Ethno-Mode.

Moryana entschied sich aufgrund der Herausforderung für die Teilnahme am Entrepregirl-Wettbewerb. Sie war gespannt auf die Expertenmeinung von Menschen, die in verschiedenen Bereichen des Geschäfts gut etabliert sind. Das Feedback, das sie zu ihrem Projekt erhielt, war äußerst wertvoll, und es gelang ihr auch, wichtige Kontakte für die zukünftige Entwicklung ihres Unternehmens zu knüpfen.

Die junge Designerin glaubt, daß gute Marktkennnisse und die richtigen strategischen und Managementfähigkeiten für die Schaffung einer erfolgreichen Modemarke entscheidend sind. Das erworbene Wissen, kombiniert mit Kreativität, Ausdauer und hoher Qualität, wird es ihr ermöglichen, ihren Erfolg zu vergrößern und neue Märkte im Ausland zu erschließen.

Die Botschaft, die sie gerne an die zukünftigen "Entrepregirls" weitergeben möchte, lautet **"Die beste Zeit, ein eigenes Unternehmen zu gründen, ist jetzt. Denn wenn man einen Traum hat, muss man alles tun, um ihn zu verwirklichen, und das Alter ist nur eine Zahl. "**



Credited by www.moryana.bg

CEDULJA / STICKER (Croatia)



Mein Name ist Dunja Amulić, ich bin in Zagreb geboren und lebe in Zagreb und ich bin die Mutter eines vierjährigen Jungen. Ich bin 35 Jahre alt und habe an der Fakultät für Grafische Künste der Universität Zagreb mit dem Hauptfach Grafiktechnologie abgeschlossen. Eine Weiterbildung in Algebra, der Richtung eines Grafikdesigners, definierte mich heute als Privat- und Geschäftsperson. Seit Beginn meines Berufslebens beschäftige ich mich mit Grafikdesign - zunächst als Teilzeitkraft in kleinen Unternehmen, Handwerksbetrieben und Schulen, als ehrenamtliche Mitarbeiterin in diesem Beruf, später als Vollzeitkraft in einem staatlichen Unternehmen mit anspruchsvolleren Aufgaben. 9 Jahre nach meinem

wohlverdienten Abschluß gründete ich eine Marke namens Cedulja/Sticker. Ich fand Vorbilder in den Menschen, mit denen ich aufgewachsen bin - in meinen Eltern. Sie erziehen mich heute, mit ihren Einstellungen und Gedanken, bewußt wie unbewußt.

Von dem Moment an, als ich Mutter werden wollte, nahmen meine Augen auf dem Weg dorthin Babyprodukte auf. Ich merkte, daß die Aufkleber, die ich auf den Autos sehe, persönlich nicht attraktiv genug waren, um einen davon auf mein Auto zu kleben. Also beschloß ich, mir einen eigenen zu machen. Von den ersten Ideen und Skizzen auf dem Computer bis heute sind etwas mehr als drei Jahre vergangen. Nach der Gründung von Cedulja/Sticker wurden selbstklebende Aufkleber hergestellt, und nach einigen Monaten erweiterte die Marke ihr Angebot um Magnetaufkleber, die ich persönlich benutze. Zur Zeit gibt es etwa zwanzig verschiedene Aufklebermotive im Angebot.

Ich arbeite allein für Cedulja/Sticker, daher ist es für mich eine große Herausforderung, Prioritäten zu setzen und mich zu positionieren. Die größten Schwierigkeiten habe ich im Bereich Marketing. Wie und wie oft ich mit Kunden kommuniziere und dabei moderat und interessant bin, ist meine häufige Frage. Es bleibt sehr wenig Zeit, um alle notwendigen Aktivitäten im Zusammenhang mit Cedulja/Sticker zu erledigen, mit einem regulären Job und einem Vierjährigen, daher betrachte ich die Zeit als ein großes Hindernis für alle Ideen, die ich habe.

Die "**Little Entrepreneurship School for Women**", die vom International Women's Business Network organisiert wurde, half mir, wie ich die Vorteile hervorheben und die Nachteile besser kommunizieren kann. Sie eröffnete mir Ausblicke auf notwendige Maßnahmen, über die ich bis dahin nicht nachgedacht hatte und die für die Marktpositionierung wichtig sind, wie man Kunden anspricht und mit ihnen kommuniziert, wie man neue Kunden gewinnt und bestehende Kunden betreut. Sie bestätigte mir, daß ich einige Aktivitäten gut mache und weckte Interesse an neuen Aktivitäten. Mit neuen Schritten wurde eine, vorerst erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem Mitglied des Frauennetzwerks erreicht. Bei der Schulung war es möglich, eine Handvoll Informationen aus Bereichen zu hören, in denen ich weniger Kenntnisse habe und die für das Geschäft notwendig sind. Abgesehen von der Ausbildung selbst finde ich es nützlich, Kontakte zu knüpfen und alle Teilnehmerinnen und Vortragenden kennen zu lernen. Neben der Erweiterung des

Geschäftswissens ist auch die persönliche Entwicklung unvermeidlich - jede Erfahrung und jeder neue Kontakt ist sehr wertvoll.

Es ist mir gelungen, eine wiedererkennbare, einzigartige und spezifische Marke zu schaffen, auch wenn es noch eine kleine Marke ist. Im Vergleich zu den ersten Geschäftsmonaten ist Cedulja/Sticker viel offener für Kunden. Es kommuniziert auf zugänglichere Weise, es ist konkreter und klarer. Im Moment erreiche ich die gesetzten Ziele, und das ist ein Indikator dafür, daß ich auf dem richtigen Weg bin. Jedes Interesse an der Veröffentlichung der Geschichte von Cedulja/Sticker ist für mich ein Erfolg. Wenn ich durch die Stadt fahre, sehe ich Aufkleber an Autos, und das Gefühl ist unbeschreiblich.

Cedulja/Sticker ist eine Marke, die sich mit der Herstellung von supereinfachen und praktischen magnetischen Aufklebern für Autos mit der Aufschrift "Kind / Kinder im Auto" befaßt. Die Aufkleber werden durch Aufkleben angebracht und können entfernt werden, ohne Spuren auf dem Auto zu hinterlassen. Die Aufkleber können auch mit einem oder mehreren Namen personalisiert werden. Jeder Aufkleber erzählt seine eigene Geschichte - die Geschichte der Kinder. Dezenete, einfache, farbenfrohe und detailliert verpackte Aufkleber gibt es in etwa zwanzig verschiedenen Motiven, wodurch sie wiedererkennbar sind.



Dietke Hellwig (Deutschland)

Dietke Hellwig – 18 Jahre – ist freiberuflich in den Bereichen Fotografie, Filmherstellung, kreatives Coding und Jugend-Medien-Bildung tätig und besucht ein auf Design und Medientechnologie ausgerichtetes Gymnasium. Ready to Code gab ihr das Selbstvertrauen, ihre eigenen Träume zu verfolgen und die Person zu sein, die sie jetzt als Freiberuflerin sein kann.

Ihre Leidenschaft für das Codieren begann in einem Coding Camp für Jugendliche im Alter von fünfzehn Jahren. Sie liebte es, diese neue Form der Kreativität zu erforschen, und war sofort süchtig danach. Sie wollte alles ausprobieren und alle Möglichkeiten des Codierens kennen lernen. Deshalb besuchte



sie immer mehr Veranstaltungen mit IT-Bezug und war begeistert von jedem Workshop und jedem Hackathon, den sie finden konnte. Das innovative Umfeld der IT-Szene ermutigte sie, eigene Ideen zu verwirklichen und kleine Projekte zu starten. Auf diesen Veranstaltungen traf sie immer mehr Menschen, zu denen sie aufschaute. Im Laufe der Zeit merkte sie jedoch, daß nicht nur die Vorbildfunktion, sondern eigentlich fast jede Position im IT-Sektor allgemein von Männern dominiert wird und dass es offenbar etwas Besonderes ist, sich als Frau für Technik zu interessieren. Obwohl sie von vielen Menschen großzügig unterstützt wurde, hatte sie immer das Gefühl, sich beweisen zu müssen, um so ernst genommen zu werden wie die Männer.

Im Jahr 2018 hörte sie zum ersten Mal von Ready to Code durch ihr Treffen "Cocktails & Code", eine weitere Veranstaltung, bei der sie neue Fähigkeiten erwerben und etwas Neues lernen könnte. Doch die von Ready to Code angebotenen Veranstaltungen waren anders: Sie waren nicht nur vielfältiger und aufgeschlossener, sondern sie hatte auch nicht das Gefühl, beweisen zu müssen, daß sie qualifiziert und erfahren genug war. Die Gemeinschaft hat bestimmte Werte, vor allem, daß jeder vom anderen lernen kann und dass jeder willkommen ist, der sich für IT begeistert und an Gleichberechtigung glaubt. Das Cocktails & Code-Treffen gab ihr die Gelegenheit, mit Menschen in Kontakt zu treten, die inspirierende Geschichten zu erzählen hatten, so dass sie Vorbilder fand, mit denen sie sich tatsächlich identifizieren konnte. Neben den offiziellen Workshops, in denen sie ihre Codierfähigkeiten verbessern konnte, waren alle wirklich bereit, ihr auf ihrem Weg zu helfen und sie zu unterstützen. Sie lernte Tipps für das Arbeitsleben und lernte, wie man Diskriminierung und Geschlechterungerechtigkeit herausfordert und anspricht, bevor man ihnen Raum gibt. Als Teil der hilfsbereiten Gemeinschaft hat Ready to Code, ihr ein starkes Gefühl der Sicherheit vermittelt und ihr gezeigt, wie wichtig dies ist. Als sie all diese positiven Ergebnisse sah, mit denen sie nie gerechnet hatte, wurde sie inspiriert, auch anderen zu helfen. Auch an diesem Schritt war Ready to code beteiligt, als sie auf der Suche nach Mentorinnen für ihr "Girls-Day"-Programm war. Sie begann, Workshops für Mädchen über Web- und App-Entwicklung zu geben. Das spornte sie weiter an, denn sie erkannte, daß sie junge Mädchen für die Code-Entwicklung begeistern konnte, indem sie ihre eigenen Projekte startete und Selbstvertrauen gewann. Das Konzept, den Menschen zunächst einen Raum zu bieten, um sich inspirieren zu lassen, Selbstvertrauen zu gewinnen und Dinge auszuprobieren, und sie dann auch andere inspirieren zu lassen, führt zu einem Kreislauf ständigen gegenseitigen Wachstums. Sie glaubt, daß die IT-Branche eines Tages so vielfältig sein wird wie die IT selbst, wenn sie offen für dieses Wachstum ist und nie aufhört, über Vielfalt zu diskutieren.

Durch Networking-Events wie Cocktails & Code wurde ihr bewußt, wie vielseitig die IT tatsächlich ist. Das Kennenlernen von Menschen aus verschiedenen Bereichen der Informatik bietet einen vielfältigen Austausch. Dies inspirierte sie dazu, immer wieder neue Dinge auszuprobieren und experimentellere Projekte in Angriff zu nehmen. Video, Coding, Kunst, Philosophie, Fotografie, Design und Jugendmedienpädagogik begannen sich zu überschneiden, und sie begann, Imagefilme und Eventaufnahmen von Hackathons zu machen, ein digitales Tool für die Beteiligung von Jugendlichen zu entwickeln und an einem alternativen Kurzfilm zu arbeiten, der auf Glitch Art und Algorithmen basiert. Plötzlich begannen die Leute, sich für weitere Projekte an sie zu wenden, und so wurde sie freiberuflich tätig. Freiberufliche Tätigkeit bringt viele Herausforderungen mit sich, so dass es wirklich hilfreich war, daß sie in der Lage war, mit anderen Freiberuflern in der Gemeinschaft von Ready to Code in Kontakt zu treten. Dort lernte sie, über den finanziellen Wert ihrer Arbeit zu sprechen und dafür einzustehen.

Eines ihrer Lieblingsprojekte war eine interaktive Kunstinstallation mit Generative Design. Anlässlich der 250-Jahr-Feier des Philosophen Georg W. F. Hegel organisierte das Hegel Museum Stuttgart eine zweitägige Veranstaltung, um das Museum zum Leben zu erwecken. Sie und eine Lichtkünstlerin, die sie auf einer Netzwerkveranstaltung kennengelernt hatte, erhielten einen Raum des Museums und die Freiheit, ihn mit allem zu füllen, was mit "Hegel" zu tun hat. Die Mentalität, die sie bei Ready to Code erlebte, provozierte sie zu neuen Arbeits- und Lernmethoden, die sie hier anwenden konnte. Sie erarbeiteten das Konzept der Darstellung von Hegels Theorien durch Lichtkunst und einen klangbasierten Algorithmus. Dieses Projekt war insofern eine ziemliche Herausforderung, als es ihr erster Auftrag war, bei dem sie die volle Verantwortung für den Kodierungsaspekt trug. Durch die Ready to Code-Gemeinschaft war sie in der Lage, sich mit anderen über die gemeinsamen Kämpfe von Kodierungsprojekten und die Arbeit an eigenen Projekten auszutauschen. Ohne Ready to Code hätte sie wahrscheinlich nicht den Mut gehabt, dieses Projekt zu starten, bei dem sie so viele wertvolle Erfahrungen und neue Perspektiven sammeln konnte. Während sie sich oft damit abgemüht hatte, zu definieren, was genau sie tat - jetzt steht sie an einem Punkt, an dem sie verschiedene Bereiche miteinander verflochten hat und ihren eigenen Regeln folgt.

Anita Molnár (Hungary)



Anita Molnár hat vor etwa zehn Jahren die Leitung des Familienunternehmens von ihrem Vater übernommen. Sie war bereits seit zwei oder drei Jahren Geschäftsführerin, als sie sich um ein Mentorenprogramm bewarb, das von der SEED-Stiftung verwaltet wird. Dann wollte sie sich Kenntnisse darüber aneignen, was alles zur Führung eines Unternehmens gehört, und sie interessierte sich besonders dafür, wie Unternehmerinnen ihre Geschäfte führen. Jetzt weiß sie, daß nur bestimmte Fragen sinnvoll beantwortet werden können.

Ihr Geschäft befasst sich mit der Produktion, dem Anbau, der Verarbeitung und der Vermarktung von Gewürzpaprika. Es handelt sich um ein Familienunternehmen, das Mitte der 90er Jahre von ihrem Vater gegründet wurde. Anita trat dem Unternehmen im Jahr 2008 bei. Durch die Zusammenarbeit mit ihrem Vater lernte sie viel über den Beruf, die Unternehmerwelt. Das Besondere an ihrem Unternehmen ist, daß sie neben der

täglichen Arbeit auch ein gemeinnütziges Paprikageschichtsmuseum betreiben, das den Besuchern die Paprikakultur von Szeged präsentiert. Das heißt, sie beschäftigen sich auch mit Tourismus.

Übrigens ist sie ganz natürlich in das Geschäft hineingewachsen: Es war völlig klar, daß sie - wenn es soweit ist – das Geschäfts von Ihrem Vater übernehmen würde.

Anita war lange Zeit als Lehrerin tätig, später setzte sie ihre Karriere in der Privatwirtschaft fort. Als das Geschäft stärker wurde und ihr klar wurde, daß es immer noch gut wäre, diese Geschichte fortzusetzen, kamen sie und ihr Bruder überein, daß Anita das Unternehmen weiterführen würde.

Anita wollte so viel wie möglich über die Tätigkeit von Unternehmen wissen und wie behaupten sich Unternehmerinnen in dieser Welt?

"Mich interessierte, wie Menschen ähnlichen Alters, insbesondere Frauen, ihr Unternehmen leiten. Ich wollte wirklich über meine Probleme mit Außenstehenden sprechen, ich wollte wirklich, daß jemand von außen auf unser Unternehmen schaut und mir sagt, was er sieht, ob er Mentor oder Mentee ist. Das Mentorenprogramm der SEED Foundation bot dafür eine ausgezeichnete Gelegenheit".

Anita kam nicht mit spezifischen Problemen in das Programm. Sie interessierte sich für jeden Aspekt der Führung eines Unternehmens: Fertigungstechnologie, Management, Handel.

Wenn Sie jetzt zurückblicken, was hat Ihnen das Mentoring-Programm gebracht?

"Erstens habe ich dadurch zwei Freundinnen bekommen, mit denen wir noch Kontakt haben. Für mich war dies übrigens das erste Programm, das ich besuchte, und es weckte mein Interesse auch für ähnliche Programme und Trainings. Es gab einen ausgezeichneten Kooperationspartner in diesem Projekt, wobei Zsuzsa Bardóczy, Trainerin, Beraterin, Kommunikationsspezialistin, einen so großen Einfluss auf mich ausübte, daß ich später auch eine Schulung besuchte und bewusst begann, mich nach Führungskräfte Trainingsprogrammen und Vorträgen umzusehen. Wahrscheinlich gefiel mir das, was Zsuzsa Bardóczy sagte, so gut, denn ich war noch nie zuvor Managerin gewesen, gleichzeitig musste ich Menschen in meinem Unternehmen managen, vor allem Männer, deshalb war ich anfangs sehr unsicher, ich fühlte mich wie eine Marionette. Ihre Präsentation und ihr Training halfen mir, ein echter Teamleiter zu werden".

Anita fasste in einem einzigen Satz zusammen, was sie durch das Mentoring-Programm der SEED Foundation erhielt: Es machte sie offen für die Teilnahme an spezifischen Fortbildungen sowie Bildungs- und Berufsprogrammen.

Moldovan Brand, Global Success (Republic of Moldova)



Im Alter von nur 22 und 18 Jahren haben sie bereits den Schritt in die Geschäftswelt gewagt. Violeta und Daniela Basoc, zwei Schwestern aus der Hauptstadt der Republik Moldau - Chisinau, haben ihr Geschäft mit Textilien begonnen. Der Hauptmotor für den Start war ihre Leidenschaft für Mode, aber auch die Inspiration durch ihre Mutter, die zuvor als Designerin in mehreren lokalen Geschäften arbeitete und zur Entwicklung ihres feinen Geschmacks und ihrer Liebe zum Design beitrug.

So starteten die Basoc-Schwestern ihr Kleinunternehmen im Jahr 2012. Sie begannen die Tätigkeit ohne Angestellte. Sie begannen zunächst mit verschiedenen Werkstätten zusammenzuarbeiten, bis sie 2016 mit zwei Angestellten ihr eigenes Geschäftslokal eröffneten. Mit der Zahl der Aufträge stieg auch die Zahl der Angestellten. Später eröffneten die beiden jungen Frauen einen Ausstellungsraum im Herzen von Chisinau. Dort verkaufen sie ausschließlich Frauenbekleidung in einer breiten Palette, wie z.B.: Freizeitkleider, Abendkleider, Anzüge, Overalls, Blusen, Röcke, Hosen und Mäntel. Dank ihres einzigartigen Ansatzes war der Erfolg im Handumdrehen erreicht. Es war der Stil, der den Unterschied zwischen den damals auf dem Markt befindlichen Artikeln und dem, was die Basoc-Schwestern mitbrachten, ausmachte. Ihre Produkte unter der Marke Raquette, die mit minimalistischem Design, qualitativen Materialien, einem raffinierten Schnitt und tadellosen Verarbeitungen zugeschnitten sind, drücken den höchsten Punkt der Weiblichkeit aus. Bald erweiterten sie ihre Marktabdeckung und exportierten Tücher nach Rumänien. Im Jahr 2017 gelang es den Jungunternehmern, ein eigenes Geschäft in Bukarest zu eröffnen.

Um das Geschäft effizient zu führen, mußten sich die beiden Schwestern trennen. Eine von ihnen ging nach Bukarest, um den dortigen Ausstellungsraum zu leiten, die andere blieb in Chisinau, dem Ort, an dem Raquette-Kleider hergestellt werden. Die Marke eroberte die Herzen tausender Frauen,

sowohl aus Moldawien als auch aus dem Ausland, und ihre Kollektionen waren bei verschiedenen Modeveranstaltungen in Mailand und Paris vertreten. Die Marke wird mit Stolz von Prominenten getragen und ist in verschiedenen Modemagazinen wie Vogue, Harper's Bazaar, Elle, Glamor, Brides vertreten.

Der Weg zum internationalen Erfolg ist jedoch keineswegs leicht gewesen. Die jungen Frauen stießen auf eine Reihe von Schwierigkeiten, vor allem wegen ihres jungen Alters, bei Verhandlungen oder bei der Einstellung von Personal. Mit Ehrgeiz und Geduld hatten sie diese Hindernisse jedoch überwunden.

Im Jahr 2018 bewarben sich die Jungunternehmerinnen um das Programm "Frauen in der Wirtschaft", da dies die einzige finanzielle Unterstützung war, die sie in Anspruch genommen hatten. Es war für sie eine beträchtliche Hilfe, um den Produktionsprozeß zu verbessern und zu automatisieren, aber auch für die Förderung ihres Geschäfts und die Markenentwicklung.

Damit leistete das Programm einen großen Beitrag zum internationalen Image der Marke. Die Raquette verkauft derzeit Artikel online in Europa, Großbritannien und den Vereinigten Staaten. Auch in Ländern wie Saudi-Arabien, Australien und Japan konnte das Unternehmen treue Kunden gewinnen. Und jede Bestellung von einem neuen Zielort lässt einen neuen Erfolg erwarten.



Ella Botez Gheorghioiu – SIBIU EVENTS (Romania)

Ella Botez Gheorghioiu studierte Betriebswirtschaft im Bereich Tourismus an der Universität "Lucian Blaga" und sammelte anschließend Erfahrungen in den Bereichen Tourismus und Schönheit.

Sie wollte ihrer Leidenschaft folgen und ihr eigenes Unternehmen für Veranstaltungsplanung gründen. Auf ihrem Weg zur Unternehmerin sah sie sich jedoch vielen Lücken und Herausforderungen gegenüber. Die wichtigsten Lücken und Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert war, waren folgende:

- Mangel an Kenntnissen und Fähigkeiten, die für die Erstellung der Produkt-, Geschäfts-, Marketing- und Aktionspläne erforderlich sind
- Mangel an positiven Vorbildern (Unternehmerinnen)
- Fehlende Anleitung und Mangel an einem Business-Coach und einem Mentor
- Fehlende Unterstützungsgruppe/-system (Ideen austausch, Erfahrungsaustausch, emotionale Unterstützung usw.)
- Mangel an Geschäftsfähigkeiten (Verantwortlichkeit, Marketing, Geschäftskommunikation, Verkauf usw.)



Aufgrund des Mangels an Wissen und der Unwissenheit, wo sie anfangen sollte, vermied sie es, ihre eigene Firma zu gründen.

Im Jahr 2017 sah und beantwortete sie eine Stellenanzeige für den EBW-Botschafter in Sibiu. Zunächst trat sie dem Club als Mitglied bei, später trat sie dem Ausbildungsprogramm für Clubdirektoren bei und absolvierte es.

Während ihrer Ausbildungszeit begann sie ein 1,5-jähriges Einzel-Mentorenprogramm mit Bianca Tudor, das nach der Ausbildung fortgesetzt wurde.

Aufgrund des Mangels an Wissen und der Unwissenheit, wo sie anfangen sollte, vermied sie es, ihre eigene Firma zu gründen.

Im Jahr 2017 sah und beantwortete sie eine Stellenanzeige für den EBW-Botschafter in Sibiu. Zunächst trat sie dem Club als Mitglied bei, später trat sie dem Ausbildungsprogramm für Clubdirektoren bei und absolvierte es.

Während ihrer Ausbildungszeit begann sie ein 1,5-jähriges Einzel-Mentorenprogramm mit Bianca Tudor, das nach der Ausbildung fortgesetzt wurde.

Als Mitglied der EBW und später als Botschafterin für die EBW hat sie

- den nötigen Mut gewonnen hat, ihr eigenes Unternehmen zu gründen
- Verwandelte ihre Leidenschaft in ein Geschäft
- Gewonnenes Wissen über die Umsetzung einer Idee in ein Produkt, die Erstellung von Verkaufspaketen und Marketingstrategien
- Zugang zu Coaching- und Mentorenprogrammen erhalten
- Gewonnener Zugang zu Mastermind-Erfahrungsaustauschgruppen
- Vernetzt bei wiederkehrenden Geschäftsveranstaltungen
- Gewonnene Online-Sichtbarkeit sowohl auf lokaler als auch auf nationaler Ebene

- Gewann das nötige Wissen, um ihre persönliche Marke zu schaffen
- Gewonnener Zugang zu Schlüsselpersonen von Interesse im lokalen und nationalen Geschäftsumfeld
- Sie konnte Aufträge für ihr Unternehmen gewinnen

Vor ihrer Geschäftsgründung wurde sie 6 Monate lang im Bereich Schönheit und Kosmetik initiiert und ausgebildet, doch nachdem sie erkannte, daß ihre Situation sich im Vergleich zu ihrer ersten Mitgliedschaft im Club stark verändert hatte, beschloss sie, ihre Arbeitsstelle aufzugeben, ihrer Leidenschaft zu folgen und sich selbständig zu machen.

Gegenwärtig ist SIBIU EVENTS ein bekanntes Veranstaltungsplanungsunternehmen sowohl für Veranstaltungen zur persönlichen Entwicklung als auch für geschäftliche Veranstaltungen in Sibiu, mit lokalen Verträgen, einer starken Marke und einem guten Ruf durch die Verbindung zu EBW SIBIU, durch ihre Mitgliedschaft bei EBW, ihr Engagement im Club, durch ihre Netzwerk- und Online-Marketingaktivitäten und vor allem durch die Durchführung qualitativ hochwertiger Veranstaltungen.

NASTJA VERDNIK – "HOV - HOV" - First dog bakery in Slovenia (Slovenia)

Nastja Verdnik (1987) ist Eigentümerin der ersten Hundebäckerei in Slowenien "HOV - HOV", wo sie gesundes und natürliches Tierfutter backen. Der größte Vorteil ist, daß sie gesunde Zutaten verwenden, sie sind innovativ, flexibel und folgen den Bedürfnissen des Marktes. Das ist der Hauptgrund dafür, daß sie auch während dieser Zeit erhalten geblieben sind. Sie haben auch Ziele und Ideen für die Zukunft.



Photo by Nastja Verdnik



Nastja Verdnik begann 2013 und verfügt jetzt über zwei Filialen in Slowenien - in Maribor sowie in Ljubljana und Franchise-Geschäfte in Zagreb, Belgrad und Bratislava. Gleichzeitig arbeitet ihr Unternehmen mit großen Vertriebsunternehmen in ganz Europa zusammen. Derzeit hat sie 2

Langzeitmitarbeiter und 6 Studenten und in Zeiten höherer Produktion im Unternehmen zusätzlich 3 bis 4 Personen.

"Arbeiten Sie mit Herz und Liebe, was Sie tun. Denn wenn Probleme auftauchen, werden Sie sie leichter lösen können", sagt Nastja.

<https://www.pasjapekarna.com/>

The story started when Nastja's puppy ate dog food and had problems. First, she was preparing healthy things for him. **As she could not find the job, she took the opportunity and participated in the entrepreneurship program »Entrepreneurially in the business world«, conducted by Maribor Development Agency, and gains the insights in the entrepreneurial world.**

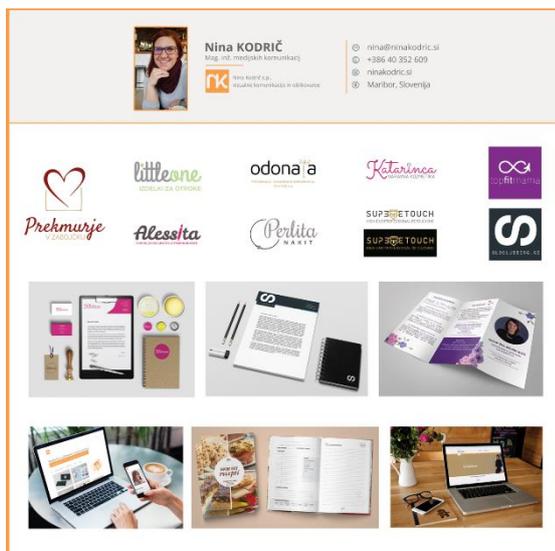
Während der Ausarbeitung ihrer Geschäftsidee war sie bei der Mariborer Entwicklungsagentur angestellt und ein Geschäftsmentor arbeitete mit ihr täglich zusammen mit den Seminaren und Workshops aus verschiedenen Geschäftsperspektiven - von der Geschäftsidee bis zum profitablen Geschäft. Das Programm läuft vier Monate lang. Der wichtigste Wendepunkt war das Geschäft, das sie nach Abschluss des Kurses eröffnete. Am Anfang wollte sie sich nur um sich selbst und ihre Mutter kümmern, aber die Beschäftigung anderer Menschen war eine Notwendigkeit, aber auch eine große Verantwortung. Obwohl sie ihr Geschäft blind begann, überwindet sie erfolgreich sowohl die legislativen (fehlende Regelung für Hundekexse) als auch die finanziellen Hindernisse. "Der Staat könnte die Neugründungen erleichtern, vor allem in den ersten zwei Jahren, wenn sie

keine guten finanziellen Ergebnisse vorweisen können und sich auf die Produktentwicklung konzentrieren müssen", schließt Nastja, die stolze slowenische Jungunternehmerin.

NINA KODRIČ - GRAPHIK DESIGNERIN AND Bewahrerin von schönen Dingen (Slowenien)

"Seien Sie einfach mutig und Machen Sie den ersten Schritt!"

Photo by Nina Kodrič



Nina Kodrič (1990) ist Grafikdesignerin und Bewundererin schöner Dinge. Sie hat einen Master-Abschluss auf dem Gebiet der Medienkommunikation. Sie widmet sich voll und ganz ihrer Arbeit und bringt ihr Fachwissen mit einem Stück ihrer eigenen Einzigartigkeit in die Produkte und Projekte ein, mit denen sie sich beschäftigt. Mit Kreativität, Einfachheit und Freude sorgt sie dafür, daß Ihre Idee das Licht der Welt erblickt. Seit Januar 2018 hat sie ihr eigenes Unternehmen.

<https://ninakodric.si/>

Während ihres Masterstudiums an der Fakultät für Elektrotechnik in Maribor, wo sie Grafikdesign studierte, nahm sie an dem Programm "Unternehmertum ist weiblich" teil. Im Rahmen dieses Programms, das von der Gemeinschaft slowenischer Geschäftsfrauen (<https://skupnost-podjetnic.si/>), Spirit Slovenia (<http://www.spiritslovenia.si/>), der slowenischen Handelskammer (<https://www.gzs.si/>) und anderen Partnern organisiert wurde, erhielt sie nicht nur einen Einblick in das, was es bedeutet, Unternehmerin zu sein, sondern erhielt auch alle notwendigen Informationen und Fähigkeiten während des Mentoring-Programms und der Workshops.

Sie erhielt mehr als 100 Stunden Bildungsprogramm zu verschiedenen Themen (Registrierungsprozess und verschiedene Rechtsformen von Unternehmen, Buchhaltung und Steuern, Recht, Markenbildung und Werbung, Selbstwert, Preisgestaltung von Produkten und Dienstleistungen, Bedeutung von Netzwerken usw.). Die endgültige Entscheidung, Unternehmerin zu werden, kam, als sie durch den Vertrag mit dem slowenischen Arbeitsamt gebunden war, wo sie einen Zuschuß von 5.000,00 EUR erhielt, um ihr eigenes Unternehmen zu gründen.

Sie sagte zu sich selbst: "Ich werde diese zwei Jahre nutzen und mein Bestes tun, um erfolgreich zu sein". Wie sie sagt, war es auch wichtig, die Unterstützung des Netzwerkes „Community of Slovenian Business Women“ anderer Unternehmerinnen zu haben, in dem die Mitglieder bereits ihr eigenes Unternehmen führten und mit Rat und Tat zur Seite stehen konnten, wenn etwas nicht wie geplant laufen würde. Sie hat auch die große Unterstützung des Großvaters, der ebenfalls viele Jahre lang Unternehmer war. Sein Rat war, daß ein Mann mit gutem Willen und Mut alle Hindernisse überwinden kann. Und daran versucht sie jeden Tag zu denken, wenn sie zu Hause arbeitet und versucht, ihre Kunden über die Webseite und auch über soziale Medien zu erreichen. Ihr Engagement, ihre Hingabe und ihre zufriedenen Kunden geben ihrem Leben als Grafikdesignerin einen Sinn.