

# LEITFADEN

ZUR DURCHFÜHRUNG VON  
ENTREPRENEURSHIP-CAFÉS



EUROPEAN  
ENTREPRENEURSHIP  
CAFÉS



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>01</b>	Das Entrepreneurship Café Projekt .....	3
<b>02</b>	Starten Sie ein Entrepreneurship Café .....	6
<b>03</b>	Die Suche nach Tutor:innen.....	13
<b>04</b>	Marketingstrategien für E-Cafés .....	15
<b>05</b>	Finanzierungsmöglichkeiten und Sponsoren.....	21
<b>06</b>	Bewährte Praktiken im E-Café.....	25
<b>07</b>	Werkzeuge und Ressourcen für E- Cafés .....	31
<b>08</b>	Weiterführende Links .....	34

# 01



## DAS ENTREPRENEURSHIP CAFÉ PROJEKT

e•CAFE



WILLKOMMEN  
BEIM  
E-CAFÉ

## Entrepreneurship Café Projekt

Jeder Einzelne ist zunehmend gezwungen, mehr Verantwortung für die Förderung seiner Kompetenzen und seiner beruflichen Laufbahn zu übernehmen. Diese Verlagerung von einem traditionellen Bildungssystem hin zu einem stärker individualisierten Fokus stellt gering qualifizierte Erwachsene, Migrant:innen und andere gesellschaftlich benachteiligte Gruppen vor besondere Herausforderungen. Das E-CAFÉ-Projekt ist ein von Erasmus+ gefördertes Projekt, welches von 2020 bis 2022 durchgeführt wird und darauf abzielt, den Zugang von Erwachsenen mit niedrigem Bildungsniveau oder aus benachteiligten Verhältnissen zu

unternehmerischen Fähigkeiten und Denkweisen, Materialien, Ressourcen und Werkzeugen zu verbessern. Zusätzlich werden diese beim Netzwerken durch die Teilnahme an E-CAFÉs unterstützt. Bei diesen informellen Treffen, welche auf Freiwilligkeit basieren, aber dennoch systematisch eingerichtet werden, können die Teilnehmer:innen soziale Kontakte knüpfen. Gleichzeitig dienen die E-CAFÉs dazu, Zugang zum sozialen Umfeld in der Region und im Land zu erhalten. Die Teilnehmer:innen werden in eine Gemeinschaft von Lernenden und Lehrenden integriert, was ebenfalls das Ziel der sozialen Eingliederung fördert.

## Das E-CAFÉ-Projekt vermittelt durch folgende Maßnahmen aktuelles und umfassendes praktisches Wissen sowie Erfahrungen:

- Ein Leitfaden zur Durchführung von E-CAFÉs, damit das E-CAFÉ-Konzept mit minimalem Aufwand in der gesamten EU oder in anderen Teilen der Welt einfach und erfolgreich aufgebaut werden kann
- Eine umfassende, leicht verständliche und unterstützende Toolbox, mit Unterrichtsressourcen & OERs, die modernste Methoden für die Entwicklung von unternehmerischem Denken und von Geschäftsmodellen vorstellt
- Einrichtung von vier E-CAFÉs, die ein zielgruppenspezifisches, inspirierendes, niedrigschwelliges Lernumfeld bieten und die Entwicklung eines Handbuchs, das es anderen Organisationen außerhalb der teilnehmenden Partnerregionen ermöglicht, die Methoden umzusetzen
- Entwicklung einer interaktiven APP, die sowohl als Plattform für die Verbreitung von Inhalten als auch als interaktives Austausch- und Kalender-/Lokalisierungsinstrument dient sowie einen breiten und freien Zugang zu allen produzierten Ressourcen gewährleistet



Dieser **Leitfaden** bietet allen, die ein E-CAFÉ etablieren wollen, **Leitlinien und Tipps** für dessen Vorbereitung und Durchführung. Dieser basiert auf den Erfahrungen der Projektpartner:innen sowie den von ihnen zusammengetragenen Beispielen bewährter Praktiken.

# 02



STARTEN SIE EIN  
ENTREPRENEURSHIP  
CAFÉ!

e•CAFE

# STARTEN SIE EIN ENTREPRENEURSHIP CAFÉ



## Leitfaden zur Planung einer Veranstaltung - Ort und Zeit



01

Die Suche nach Veranstaltungsorten



02

Zeitplan und Dauer des E-CAFÉs



03

Bewährte Praktiken und Beispiele für die Suche  
nach Veranstaltungsorten



04

Unterstützende Dienstleistungen (Transport,  
Kinderbetreuung usw.)



Das E-Café kann an einer Vielzahl von Orten abgehalten werden, die für die Teilnehmer:innen gut erreichbar sind und an denen sie sich wohl fühlen. Zuallererst sollten die benötigte Kapazität des Veranstaltungsortes, der erforderliche Komfort, das Alter der Gäste und die Zugangsbedingungen des Ortes betrachtet werden. Das E-Café kann an einem öffentlichen oder privaten Ort stattfinden, entweder in einem Café, einem Restaurant, einer Bar, einer Bibliothek oder einem anderen (öffentlichen) Gebäude mit geeigneten Räumlichkeiten.

## Wie man Veranstaltungsorte findet: Beispiele für die Suche nach Veranstaltungsorten in den Partnerländern/-städten

### VEREINIGTES KÖNIGREICH

- gemeindeeigene Gebäude
- örtliche Bibliotheken und Gemeindegruppen
- Büros, Co-Working-Spaces, Konferenzzentren
- Lokale Unternehmensagenturen

### TÜRKEI

- **Café Sanat Mahal** wegen der guten Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und der Nähe zum Zentrum
- **Dernekler Yerleşkesi**
- Öffentliche Bibliotheken

### DEUTSCHLAND

In Halle (Saale) kommen zwei Standorte in Frage.

- Eines davon ist das **Lichthaus**, ein Kulturcafé, das Inspiration und Begegnungen fördert. Hier finden regelmäßig Konzerte, Ausstellungen und Workshops statt. Das Café bietet direkt gehandelten Kaffee und hausgemachten Kuchen an und bietet den perfekten Rahmen für zahlreiche Begegnungen. Das Lichthaus liegt im Herzen der Stadt und ist daher sehr gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden. Außerdem sorgen Barrierefreiheit und eine Spielecke mit Aktivitäten für Kinder dafür, dass die Teilnahme am E-Café mit den Bedürfnissen der Teilnehmer:innen vereinbar ist.
- Die **Goldene Rose** gilt als das älteste Gasthaus der Stadt. Der Gasthof mit seinem Café ist ein beliebter Treffpunkt und eine Plattform für Veranstaltungen und kulturellen Austausch. Die Lage im Zentrum der Stadt Halle bietet eine optimale Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr.
- In Leipzig bietet die **KAOS Kulturwerkstatt** Raum für kreative und soziale Veranstaltungen. In einer sanierten alten Villa bieten verschiedene Werkstattbereiche Möglichkeiten zum Experimentieren. Ein Teich und große alte Bäume umgeben das Haus und bieten Atmosphäre und Kulisse für kreatives Arbeiten im Freien, für Veranstaltungen sowie für Seminare und Workshops. KAOS verkörpert einen Ort der Bildung, Begegnung und Teilhabe.

### FINNLAND

- freie Volkshochschulen
- öffentliche Bibliotheken
- verschiedene kommunale Einrichtungen





## IRLAND

- **Gemeinschaftsgruppen** - in Irland sind lokale Gemeinschaften lebendig und stehen im Mittelpunkt des sozialen Lebens, der Entwicklung und des positiven Wandels. Viele lokale Gemeindegruppen setzen sich mit verschiedenen Themen auseinander, z. B. Landwirtschaft, Unternehmertum von Frauen, Gesundheit von Männern, Jugendaktivitäten usw. Oft verfügen sie über eigene Räumlichkeiten oder haben Zugang zu diesen und können mit Informationen helfen.
- **LEADER-Partnerschaften auf Bezirksebene** - Das LEADER-Programm wird auf lokaler Ebene von 29 lokalen Aktionsgruppen verwaltet, die sich aus lokalen Vertretern der Gemeinschaft und des öffentlichen sowie privaten Sektors zusammensetzen. Jede Gruppe ist für die Auswahl und Vergabe von LEADER-Mitteln für Projekte in ihrem geografischen Gebiet zuständig.
- **Familien-Ressourcententren** - Das Family Resource Centre (FRC) ist Irlands größtes nationales familien- und gemeinschaftsbasiertes Unterstützungsprogramm, das hauptsächlich von Tusla - The Child and Family Agency - finanziert wird.
- **Public Participation Networks (PPN)** ist ein Netzwerk, das es lokalen Behörden ermöglicht, sich mit Gemeinschaftsgruppen im ganzen Land zu vernetzen. Das PPN ist die Anlaufstelle für alle lokalen Behörden, die von der Expertise der Gemeinschaft und der Freiwilligen in ihrem Gebiet profitieren möchten.
- **County Councils** - Die meisten (26) lokalen Behörden sind County Councils. Außerdem gibt es 3 Stadträte (Dublin, Galway und Cork) und 2 Räte, die für eine Stadt und eine Grafschaft zuständig sind (Limerick und Waterford). Die lokalen Behörden in Irland sind für die Bereitstellung öffentlicher Dienstleistungen und Einrichtungen wie Wohnungsbau, Planung, Straßen, Umweltschutz, Feuerwehr und die Führung des Wählerverzeichnisses zuständig.
- **Local Enterprise Offices** - In Irland gibt es 31 Local Enterprise Offices. Jedes von ihnen bietet Unterstützung für kleine Unternehmen. Das Local Enterprise Office berät, informiert und unterstützt bei der Gründung oder dem Ausbau von Unternehmen.

## 02

### Zeitplan und Dauer des E-CAFES



Zeitlich ist ein Treffen pro Woche optimal. Der empfohlene Wochentag ist Freitag, Jedoch variiert dieser je nach Arbeitsbedingungen der Teilnehmer:innen.



Die Suche nach einem Veranstaltungsort für das E-CAFÉ ist eine Aufgabe, die ein gewisses Maß an Planung erfordert. Brainstormen Sie zu allen Möglichkeiten, folgende Fragen können dabei unterstützen:

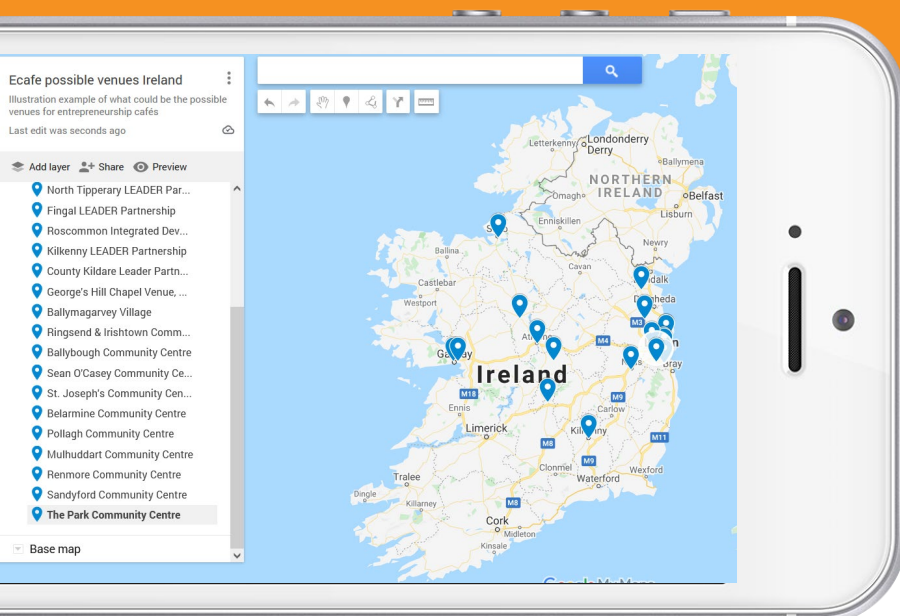
- Wie oft benötigen Sie einen Veranstaltungsort?
- Wo oder in welchem Radius sollte sich dieser befinden?
- Von welcher Art soll der Veranstaltungsort sein? Für wie viele Personen benötigen Sie den Raum?
- Möchten Sie einen regelmäßigen Treffpunkt einrichten oder soll die Örtlichkeit von Zeit zu Zeit gewechselt werden?
- Welche Unterstützungsleistungen erwarten Sie von dem Veranstaltungsort?
- Haben Sie Mittel, um für den Veranstaltungsort zu bezahlen (Spendenkationen, Mitgliedschaften) oder suchen Sie einen kostenlosen Veranstaltungsort (Sponsoring o.ä.)?

Die Beantwortung der obigen Fragen wird Ihnen helfen, eine Orientierung zu bekommen und herauszufinden, wonach Sie suchen müssen. Planung und Kontaktaufnahme sind wichtige Voraussetzungen, um den passenden Veranstaltungsort zu finden.

### KOMMUNALE KARTEN

Sie können passende Möglichkeiten für Veranstaltungsorte ermitteln, indem Sie diese visualisieren und auf einer Karte darstellen lassen. Auf Basis des festgelegten Radius können Sie nun auf Google Maps eine Karte mit möglichen Veranstaltungsorten erstellen. Suchen Sie dafür nach Schlüsselwörtern, die automatisch zu Ihrer Karte hinzugefügt werden. Nutzen Sie Schlüsselwörter wie *Gemeindezentrum*, *LEADER-*

*Partnerschaft*, *Freiwilligenagentur* usw. Für kommerzielle/bezahlte Veranstaltungsorte können Sie Begriffe wie *Veranstaltungsort*, *Konferenz*, *Raum*, *Hub* verwenden. Vergessen Sie nicht, das Land oder die Region anzugeben, in der Sie suchen!



Hier ein **Beispiel** für eine Karte mit möglichen Veranstaltungsorten



Zeitliche Ressourcen können eine Herausforderung für die Teilnehmer:innen sein. Dies tritt umso mehr zutage, wenn diese noch weitere Verpflichtungen haben, wie z.B. die Kinderbetreuung. Zusätzlich kann der Weg zum Veranstaltungsort ein Hemmnis darstellen. Dabei unterscheiden sich Stadt und ländliche Gebiete deutlich voneinander. Hier können die moderierenden Personen unterstützend wirken und Hemmnisse abbauen, damit die E-CAFÈs ungehindert stattfinden können.

### Hier sind einige Beispiele irischer Initiativen, die diese und ähnliche Hindernisse überwunden haben:

- **Sligo Family Resource Centre** - ist eine der wichtigsten Säulen der Gesellschaft in der Grafschaft Sligo. Es organisiert viele Arten von Gruppen- und Gemeinschaftsaktivitäten, um Engagement und Beteiligung zu stärken. Das Zentrum verfügt auch über einen Kinderbetreuungsdienst und einen Kindergarten, die zusätzlich zu den regulären Diensten auch die Mitglieder verschiedener Gruppen und Workshops abholt. Wenn beispielsweise die Frauen des Handwerk-Workshops an ihren wöchentlichen Treffen teilnehmen, können sie ihre Kinder für die Zeit, in der sie im Workshop sind, in die Betreuung bringen.
- **Age Action**, die Gruppe für **Altersgleichstellung**, organisiert einmal pro Woche einen Bustransport aus ländlichen Gebieten in die Stadt, damit ihre Mitglieder an ihren Aktivitäten teilnehmen können. Sie bieten auch allgemeine Informationsdienste und Kurse zum Ausbau der Computerkenntnisse an, damit ihre Mitglieder in vollem Umfang teilnehmen und Weiterentwicklungspotentiale ausgeschöpft werden können.
- **Die irische Krebsgesellschaft** bietet einen **freiwilligen Fahrdienst** an, der Krebspatient:innen zu ihren Chemotherapie-Behandlungen im Krankenhaus und wieder zurück bringt. Mehr als 1200 Fahrer:innen in ganz Irland arbeiten ehrenamtlich für den *Volunteer Driver Service* der *Irish Cancer Society*, um Krebspatient:innen den Transport zu erleichtern.

Viele Gruppen in Irland bieten Transportdienste an, damit ihre Mitglieder an den von ihnen organisierten Veranstaltungen und Treffen teilnehmen können:

- Es gibt auch eine umfassende Initiative, die sich im Allgemeinen mit der Beförderung aus ländlichen Gebieten und deren Verbindung befasst. Die **TFI Local Link**-Busdienste verbinden Gemeinden im gesamten ländlichen Irland als Teil des TFI Public Transport Network. Die Busdienste von TFI Local Link sind erschwinglich und stehen jedem zur Verfügung, der zu oder von seiner Stadt oder seinem Dorf reisen möchte. TFI Local Link bietet zwei verschiedene Arten von Diensten an: regelmäßige ländliche Busdienste und Tür-zu-Tür-Busdienste. **Dies ist etwas, das Sie in Ihrer Gemeinde gemeinsam mit anderen Organisationen und Interessenvertretern in größerem Umfang planen und sich dafür einsetzen könnten.**
- **Das Senior Citizens Concern CLG** bietet für Besucher:innen des Zentrums: Tagesbetreuung, Transport, Krankenpflege und medizinische Versorgung, sowie Physiotherapie, Fußpflege, Friseur, Wäscheservice, einen Beratungsdienst, betreutes Wohnen, Essen auf Rädern, frische Backwaren, Bildungs- und Freizeitaktivitäten. Ein begrenzter freiwilliger Wohnservice ist ebenfalls verfügbar.

**Vielleicht fühlen Sie sich sogar inspiriert, einen eigenen Transportdienst für Ihre Mitglieder einzurichten. Hier sind zwei Beispiele, bei denen dies bereits gelungen ist:**

Ein Beispiel für die Beantragung von Mitteln im Rahmen von Regierungsprogrammen ist das **Roscommon Family Play Bus & Traveller Health Programme**. Die Gemeinschaft der *Traveller* in Irland ist eine irische ethnische Minderheitengruppe. *Traveller* lebten traditionell nomadisch, zogen von Ort zu Ort und folgten den Routen ihrer Familien durch eine Region in Irland, um Arbeit zu suchen und Messen zu besuchen. Ziel des Programms ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Traveller-Gemeinschaft in der Grafschaft Roscommon zu verbessern. Das Programm wird von der *Traveller Health Unit Western Region* (HSE) finanziert und von der *Roscommon LEADER Partnership* verwaltet. Der *Roscommon Family Play Bus* setzt sich dafür ein, ein sicheres, gesundes und fröhliches Lernumfeld für die Kinder zu schaffen, damit sie ihr volles Potenzial in allen Bereichen der persönlichen und geistigen Entwicklung ausschöpfen können. Die Vision für den Spielbus ist, dass er ein qualitativ hochwertiges Angebot für Kinder im Vorschulalter bereitstellt und Eltern die Möglichkeit bietet, sich weiterzubilden oder Unterstützung zu erhalten.

**Ability West** ist eine Freiwilligenorganisation, die seit 59 Jahren Dienstleistungen und Unterstützung für Kinder und Erwachsene mit geistigen Behinderungen und Begleiterkrankungen anbietet. Der Dochas Day Service von Ability West in Glenamaddy hat einen neuen Bus erhalten, der vollständig aus Spendengeldern finanziert wurde. Die Menschen, die die Dienste in Dochas in Anspruch nehmen, sind nun unabhängiger und haben uneingeschränkten Zugang zu allen örtlichen Einrichtungen und können auch weiter entfernte Orte aufsuchen.

## E-Cafés - Zeit

### Auswahl der bestenZeit

Für bereits berufstätige Teilnehmer:innen ist der Freitag am besten geeignet (laut Freizeitforschung). Wochenenden sind eine Art kleiner Urlaub und nicht alle Menschen sind offen für die Idee des "Lernens in der Freizeit". Erholungspausen sind zudem wichtig, um produktiv arbeiten zu können.

Die beste Option scheint der Freitagabend von 19.00 bis 21.00 Uhr zu sein.



# 03



## TUTOR:INNEN FINDEN

e•CAFE



## TUTOR:INNEN FINDEN

### Wie und wo finde ich Tutor:innen?

Ausbilder:innen mit umfassenden digitalen Kenntnissen können ehrenamtlich in E-Cafés unterrichten. Vor allem Menschen mit Erfahrung in Webdesign, digitalem Marketing und Software können Tutor:in werden. Diese müssen keine ausgebildeten Lehrkräfte sein, aber sie sollten aufgeschlossen, kontaktfreudig und motiviert sein.

- Universitäten
- Freundschaftsverbände und andere internationale Vereinigungen
- Senior:innen/Rentner:innen, Kontakt zu Seniorenheimen und Verbänden, die mit Senior:innen arbeiten
- Ihr eigenes Netzwerk von Unternehmer:innen/Expert:innen/Lehrende aus der Erwachsenenbildung in Ihrer Stadt
- Freiwillige, die mit Migrant:innen arbeiten
- Organisator:innen und Teilnehmer:innen von Themen-Cafés
- Ehrenamtlich Engagierte
- Facebook-Stellenanzeigen
- Mundpropaganda
- Organisationen für Erwachsenenbildung und zur Unterstützung des Unternehmertums
- Websites zur Stellensuche, z.B.:
  - [In der Tat](#)
  - [Monster](#)
  - [LinkedIn](#)
  - [AngelList](#)
- Flüchtlingszentren (und darunter erfolgreiche Unternehmer:innen)
- Websites zum Online-Unterricht
- Lokale Unternehmensbüros und lokale Netzwerkgruppen zum Thema Unternehmertum

# 04



## MARKETINGSTRATEGIEN FÜR E-CAFÉS

e•CAFE

# MARKETINGSTRATEGIEN FÜR E-CAFÉS



## Die besten Strategien um Ihr E-CAFÉ zu bewerben

### SOZIALE MEDIEN

Kennen Sie Ihr Zielpublikum!

Über 49 % der Weltbevölkerung nutzt irgendeine Form von sozialen Medien. Das sind fast 4 Milliarden Menschen! Ein guter Marketingplan kann dieser Formel folgen: Indem Sie Ihr Zielpublikum "aufbauen", indem Sie die demografischen Merkmale Ihrer Kund:innen ermitteln und herausfinden, welche Plattformen sie am besten ansprechen.

Veröffentlichen Sie Inhalte in allen sozialen Medien. Soziale Medien sind der neue Marktplatz! Es liegt also in Ihrem Interesse, Ihre Botschaft über die sozialen Plattformen zu verbreiten, auf denen Ihre Zielgruppe bereits Zeit verbringt. Mit anderen Worten: Verschenden Sie keine Zeit damit, Twitter zu nutzen, wenn Ihre Zielgruppe hauptsächlich auf LinkedIn aktiv ist. Business Insider und LinkedIn schlüsseln die demografischen Daten der wichtigsten sozialen Netzwerke auf:



Visuelle Inhalte werden mehr als **40 Mal** häufiger in sozialen Medien geteilt als andere Inhalte.

(Quelle: HubSpot)



*Entwickeln Sie Ihre innovative Content Strategie für Social Media.*



**1,32**  
Milliarden  
Nutzer:innen

männliche und weibliche Nutzer:innen gleichermaßen, im Alter von 18 bis 54 Jahren, mit Interesse an Konsumgütern



**271**  
Millionen  
Nutzer:innen

hauptsächlich männlich, zwischen 18 und 29 Jahre alt und daran interessiert, Nachrichten über dieses Netzwerk zu beziehen



**300**  
Millionen  
Nutzer:innen

sowohl männlich als auch weiblich, zwischen 30 und 64 Jahre alt, mit hohem Bildungsstand und gutem Einkommen



**70**  
Millionen  
Nutzer:innen

hauptsächlich weiblich, zwischen 18 und 49 Jahre alt und an verschiedenen Inhalten interessiert, effektive Plattform für visuelle Produkte und Dienstleistungen



**200**  
Millionen  
Nutzer:innen

hauptsächlich weiblich, zwischen 18 und 29 Jahre alt und interessiert an Themen aus den Bereichen Bildung und Unternehmertum, ähnlich wie Pinterest, sehr gut für visuelles Marketing

**01**

## Veröffentlichung eines E-Café-Werbevideos auf YouTube

YouTube ist die zweitgrößte Suchmaschine, die täglich von 30 Millionen Menschen besucht wird. Sie nutzen YouTube, um sich zu unterhalten, nach Informationen zu suchen und zu lernen. In diesem Leitfaden der [Thinkific-Plattform](#), der von [Julie Ball](#) erstellt wurde, finden Sie einige gute Tipps, wie Sie Ihr erstes Werbevideo für Ihren Kurs erstellen können.

**02**

## Erstellen Sie eine E-Mail-Verteiler-Liste

Es hat sich herausgestellt, dass die meisten Menschen immer noch [die E-Mail allem anderen vorziehen](#).

**03**

## Start eines Podcasts

Eine hervorragende Möglichkeit, mehr Menschen zu erreichen, die sich für Ihr Angebot interessieren, ist die Einrichtung eines Podcasts. Der Podcast eignet sich hervorragend für Menschen, die auditiv lernen oder auf dem Weg zur Arbeit im Auto gerne Podcasts hören.

**04**

## Ein Buch auf Amazon veröffentlichen

Die Veröffentlichung eines Buches ist ebenfalls ein wirksames Mittel, um die eigene Marke auszubauen. Heutzutage ist das ganz einfach. Sie können Ihr Buch auf Amazon im digitalen Format mit [Amazon Kindle](#) oder im Taschenbuchformat mit [CreateSpace](#) selbst veröffentlichen.

**05**

## Veranstalten Sie ein Live-Webinar

Das Webinar ist die Plattform, auf der Sie die Highlights Ihres Kurses vorstellen können. Das Webinar ist wie eine Online-Verabredung mit Ihren potenziellen Kursteilnehmer:innen. Es ist eine Chance für sie, sich ein Bild von Ihnen zu machen - von Ihren Inhalten, Ihrer Art zu unterrichten, Ihrer Stimme, Ihrer Ausdrucksweise usw.

### Die Social Media Content Marketing Drittel-Regel

**1/3**

Ihrer Inhalte fördert Ihr Unternehmen, bringt Leser zum Umdenken und generiert Gewinn

**1/3**

Ihrer Inhalte enthält Ideen und Geschichten von Vordenkern aus Ihrer Branche oder von gleichgesinnten Unternehmen

**1/3**

Ihrer Inhalte ist persönliche Interaktionen mit Ihrer Zielgruppe

## Digitale Marketing-Trends

### Bewährte Praktiken von Partner:innen für das Marketing



#### VEREINIGTES KÖNIGREICH

- Erstellen Sie eine Präsenz in den sozialen Medien
- Nehmen Sie sich einen Tag in der Woche vor, um Inhalte zu erstellen und Beiträge für die Woche zu planen, vorzugsweise einen Sonntag oder Montag, und erstellen Sie 2-3 Beiträge pro Woche.
- Legen Sie Ihr Zielpublikum in den Einstellungen fest, um bestimmte Gebiete und Altersgruppen anzusprechen
- Verwenden Sie Analysen, um herauszufinden, ob Ihre Beiträge ansprechend sind
- Kontaktaufnahme mit bereits bestehenden Organisationen oder Gruppen

E-Mail-Marketing an Kontakte und Netzwerke kann eine effektive Möglichkeit sein, direkt zu werben und die Zielgruppe über die Vorteile einer Teilnahme zu informieren. Werbung in den sozialen Medien auf relevanten Plattformen kann helfen, das Bewusstsein zu schärfen. Partnerschaften oder Unterstützung durch lokale Behörden, Bildungseinrichtungen oder andere relevante Akteur:innen können die Werbung unterstützen und die Glaubwürdigkeit und Reichweite erhöhen. Eine Eröffnungs- oder Auftaktveranstaltung kann das Vorhaben in Schwung bringen und zur Teilnahme ermutigen.

#### TÜRKEI

Suchmaschinenwerbung und soziale Medien sind die beiden großen Phänomene, die die Welt der türkischen Marketer:innen revolutionierten. Die Marketer:innen sind überraschend schnell dabei, Social-Media-Tools als Teil ihres Medienmixes zu übernehmen (94 % und 86 % unserer Umfrageteilnehmer:innen nutzen Facebook bzw. Twitter oder planen deren Nutzung), aber erfolgsabhängige Investitionen in digitales Marketing erfolgen hauptsächlich in LinkedIn und Facebook.

Der größte Unterschied zwischen Suchmaschinen und sozialen Medien besteht darin, dass Suchmaschinen Menschen dabei helfen, Dinge zu finden, die sie bereits gekauft haben oder an denen sie teilnehmen möchten, während soziale Medien den Wunsch nach etwas überhaupt erst wecken können. Für die Türkei ist die Werbung in den sozialen Medien für neue Veranstaltungen also sehr empfehlenswert. Unter ihnen steht Facebook an erster Stelle, da es die meisten Nutzer:innen hat und so viele Event-Club-Seiten. Je nach Altersgruppe, die angesprochen werden soll, kann sich die Auswahl ändern: Facebook für die Mehrheit im mittleren Alter und Instagram für die aufstrebende Generation. Nach Erreichen einer durchschnittlichen Teilnehmendenzahl sind Telegram oder Whatsapp-Gruppen und E-Mails für die Kommunikation geeignet. Für digitale Marketingtrends in der Türkei könnten die folgenden Seiten hilfreich sein:

[https://www2.deloitte.com/global/en.html?icid=site\\_selector\\_global](https://www2.deloitte.com/global/en.html?icid=site_selector_global)  
<https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/turkey>

## DEUTSCHLAND

Anstehende Veranstaltungen können über soziale Medien wie Facebook, Instagram und LinkedIn geteilt und beworben werden. Hier bietet es sich an, nach Gruppen oder Seiten zu suchen, die sich mit dem Thema Unternehmertum beschäftigen (z.B. die Seite [Startup Deutschland](#)) und gezielt auf das geplante E-Café hinzuweisen. Um das Kartenkontingent im Auge zu behalten, können Plattformen wie [MeetUp](#) oder [Eventbrite](#) genutzt werden. Dort können die Tickets kostenlos angeboten werden.

Darüber hinaus bietet es sich an, Informationsmaterial und Flyer vorzubereiten, die z. B. in Co-Working-Spaces aufgehängt oder bei Veranstaltungen verteilt werden können. Gründungsstammtische (z.B. der [Gründerstammtisch Leipzig](#), der jeden ersten Montag im Monat stattfindet) oder andere Vernetzungsveranstaltungen für Gründer:innen sind dafür ideal.

In Halle kann es sich lohnen, mit der [Freiwilligenagentur](#) Kontakt aufzunehmen, die sich u.a. für die Belange sozial benachteiligter Menschen einsetzt. Möglicherweise ist sie bereit, bei Veranstaltungen oder Workshops Informationsmaterial an die entsprechende Zielgruppe zu verteilen.

Viele Veranstaltungen in Halle werden auch über lokale Veranstaltungswebsites, wie [halle365](#) oder den [Kulturfaller](#), bekannt gemacht, die wir auch für unsere E-Cafés nutzen könnten.

Darüber hinaus könnten E-Cafés auch bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) oder der Volkshochschule bekannt gemacht werden, die dafür aktiv werben und auch ergänzende Workshops oder Cross-Over-Veranstaltungen anbieten könnten.

## FINNLAND

Die Schaffung einer soliden Internetpräsenz (mehrere Plattformen, treue Leserschaft usw.) und eine klare Definition der Zielgruppe sind wesentlich, um sich von anderen ähnlichen Lernangeboten zu unterscheiden. Sowohl soziale Medien als auch Mundpropaganda sind nützlich, um Teilnehmer:innen einzuladen und die Veranstaltung selbst bekannt zu machen.

## IRLAND

Hilfreiche Tipps sind:

- Organisation und Durchführung einer Auftaktveranstaltung
- direkte Einladung und Austausch mit Gemeindegruppen, Unternehmernetzwerken
- Einrichtung spezieller Social-Media-Kanäle
- Unterstützung durch lokale Entwicklungsinstitutionen
- Einladung prominenter Redner:innen

Weiteren Marketingmaßnahmen:

- Mundpropaganda und Projektbefürworter:innen
- Nachrichten in Print- und Rundfunkmedien
- Videogeschichten in digitalen Marketingkanälen
- Pressemitteilungen und Pressekonferenzen
- Plakate, Broschüren und Flugblätter
- Öffentlichkeitsarbeit und Präsentationen
- Besondere Events



**Marketingpläne müssen die folgenden grundlegenden Fragen beantworten:**

- Warum wollen wir kommunizieren? (Was ist der Zweck?)
- Wem wollen wir etwas vermitteln? (Wer ist die Zielgruppe?)
- Was wollen wir vermitteln? (Wie lautet die Botschaft?)
- Wie wollen wir es kommunizieren? (Welche Kommunikationskanäle werden wir nutzen?)
- An wen sollen wir uns wenden und was sollen wir tun, um diese Kanäle zu nutzen? (Wie werden wir die Botschaft verbreiten?)

Abhängig von den Antworten auf die obigen Fragen lassen sich in Irland verschiedene Marketingwege und Verbündete identifizieren. Im Allgemeinen sind hier einige nützliche Initiativen für erfolgreiches Marketing in Irland aufgeführt:



**Rethinkireland**

engagiert sich für den wachsenden Sektor der Sozialunternehmen in Irland, indem sie diese dabei unterstützen, auf nationaler Ebene zu expandieren und ihre Handelseinnahmen zu steigern .

**Digital Marketing Unit (DMU)**

Die Digital Marketing Unit (DMU) von Enterprise Ireland ist darauf ausgerichtet, exportorientierten Kund:innen aller Branchen zu helfen, das Internet als Marktzugang zu nutzen, und sie bei der Entwicklung einer Strategie zu unterstützen, mit der sie ihre Online-Geschäfte gestalten können.

**Die Marketing Society of Ireland**

unterstützt und fördert das Marketing durch Vordenkerschaft und einen frischen Gedankenaustausch

# 05



## FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN UND SPONSOREN

e•CAFE



# FINANZIERUNGS- MÖGLICHKEITEN UND SPONSOREN

## Wo und wie man in der Europäischen Union nach Fördermitteln sucht: Tipps aus den E-CAFÉ Projekt Partnerländer

Beratung bei der Beschaffung von Finanzmitteln in den Partnerländern/-städten für die Durchführung von Entrepreneurship-Cafés selbst oder damit verbundene Aspekte – wie die Entlohnung von Tutor:innen, Kosten für die Vorbereitung von Materialien und die Koordinierung der Cafés.



### VEREINIGTES KÖNIGREICH

Die führende Finanzierungsdatenbank des Vereinigten Königreichs finden Sie unter [www.grantfinder.co.uk](http://www.grantfinder.co.uk).

Regionale Fördermittel und Unterstützung in Nordirland können unter [www.nibusinessinfo.co.uk](http://www.nibusinessinfo.co.uk) und <https://communityfoundationni.org/> abgerufen werden.

Die Unterstützung durch Crowdfunding ist ebenfalls eine Option. Weitere Informationen finden Sie unter [www.crowdfunder.co.uk](http://www.crowdfunder.co.uk) und [www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com)

## TÜRKEI:



- **Stadtverwaltung von Bursa**

Stellen Sie Ihr Konzept überzeugend vor, sind die Kommunen möglicherweise bereit, Sie finanziell zu unterstützen oder Werbung für das Projekt zu betreiben.

- **Sabancı-Stiftung Fonds**

- Die Vorschläge sollten von in der Türkei ansässigen Vereinen, Stiftungen, Genossenschaften und Universitäten entwickelt werden. Mindestens 50.000 TL und höchstens 200.000 TL Zuschuss pro Projekt.

Die Hauptaktivitäten der Projekte im Bereich der Bildung innerhalb der Grenzen der Türkei und können für bis zu 12 Monate beantragt werden.

Auch der Turkish Philanthropy Funds (TPF) ist die führende US-Gemeinschaftsstiftung für wirkungsvolle soziale Investitionen in türkische und türkisch-amerikanische Gemeinschaften. Seit 2007 hat TPF mehr als 46 Millionen Dollar mobilisiert und über 25 Millionen Dollar in Zuschüsse an Partner investiert, die sich auf die Lösung wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Probleme in der Türkei und auf der ganzen Welt konzentrieren. Durch die Unterstützung bei der Verwirklichung der philanthropischen Visionen von Einzelpersonen, Familien und Unternehmen haben die Spender und Partner des TPF Tausende von Familien erreicht und über 200 Projekte direkt finanziert.

Das Tätigkeitsfeld der [Türkischen Agentur für Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung](#) (TİKA) ist breit gefächert und umfasst die Bereiche Bildung, Gesundheit, Verkehr sowie soziale und physische Infrastruktur. Laut dem Terra Viva Grants Directory finanziert die Türkei Projekte und Schulungen in den Bereichen Wasserversorgung und Abwasserentsorgung, Energie sowie Landwirtschaft, Viehzucht und Umwelt.

## DEUTSCHLAND

### - Organisationen und Verbände

Bestehende soziale Organisationen und Vereine (Kulturwerkstatt Halle oder der WELCOME-Treff Halle, weitere Informationen und Links finden Sie unter Punkt 6 Bewährte Praktiken in Deutschland) könnten ein solches Format interessant finden und es durch die Bereitstellung ihrer Standorte unterstützen. Außerdem könnten sie Kontakte vermitteln.

Darüber hinaus könnte die Volkshochschule Halle bei der Bereitstellung von Räumlichkeiten, Materialien und Tutor:innen helfen.

Man könnte auch mit der Universität Halle zusammenarbeiten. So könnten Studierende als Tutor:innen ausgebildet werden und ehrenamtlich E-Cafés betreiben. Diese ehrenamtliche Tätigkeit könnte auch als universitätsinternes Projekt angeboten werden, wodurch die Studierenden Schlüsselqualifikationen (und damit Leistungspunkte) erwerben könnten.

### - Industrie- und Handelskammer

Die IHK könnte als erste Anlaufstelle fungieren und Unterstützung bieten sowie hilfreiche Kontakte und Veranstaltungsorte vermitteln.

### - Spenden und Spendensammlungen

Um allen Menschen den Zugang zu Veranstaltungen in Cafés und Restaurants zu ermöglichen, könnte auch Geld für den Kauf von Getränken und Speisen gesammelt werden. Es ist denkbar, dass die Veranstaltungsorte ermäßigte Preise für die Teilnehmer:innen des E-Cafés anbieten, damit die Teilnahme nicht an finanziellen Hürden scheitert.



### - Crowdfunding

Crowdfunding ist eine Möglichkeit, soziale Projekte zu finanzieren. Eine große Anzahl von Menschen unterstützt das jeweilige Projekt finanziell und ermöglicht so dessen Realisierung. Etablierte Crowdfunding-Plattformen sind: [Startnext](#) ist die größte Crowdfunding-Plattform im deutschsprachigen Raum. Sie verlangt keine feste Provision für eine Crowdfunding-Kampagne, sondern finanziert sich über eine freiwillige Provision von Projektstarter:innen und Investor:innen. Das spricht vor allem sozial orientierte Unternehmen an.

99 [Sparks](#) wurde von der Sparkasse initiiert. Der Fokus liegt auf der regionalen Stärkung von Wirtschaft und Kultur. Ziel ist es, Vereinen, Einzelpersonen oder Unternehmen die Möglichkeit zu geben, Ideen durch Crowdfunding-Projekte zu finanzieren.



**StartSomeGood** ist eine Crowdfunding-Plattform für soziale Unternehmer:innen, Non-Profit-Organisationen, Changemaker:innen und gemeinnützige Projekte. Mit dieser Plattform können soziale Projekte auf der ganzen Welt unterstützt werden.

Darüber hinaus könnte das Land Sachsen-Anhalt mit regionalen Förderprojekten kooperieren und die Idee des E-Cafés an diese weitergeben. Daraus könnten sich fruchtbare Kooperationen

ergeben, die die Region um Halle auch im ländlichen Raum nachhaltig stärken, sei es direkt mit dem Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung oder mit Anbietern wie der **Start-up Safari** oder **Hier. we go!** zusammenarbeiten, um das Netzwerk weiter auszubauen.

## FINNLAND:

Arbeiten Sie mit **örtlichen Institutionen**, die im Bereich der freien Erwachsenenbildung tätig sind, zusammen, da diese in der Regel über geeignete Räumlichkeiten verfügen.

Da das E-Café Projekt als Teil der sozialen Entwicklung verstanden werden kann ist es in Finnland über die **Association of Finnish Foundations** förderfähig.



## IRLAND:

**The wheel** ist Irlands nationaler Verband für gemeinnützige und freiwillige Organisationen, Wohlfahrtsverbände und Sozialunternehmen. Diese ist eine eingetragene Wohltätigkeitsorganisation in Irland und ist einzigartig in ihrer Rolle als "One-Stop-Shop" für alles, was mit dem Wohltätigkeits- und Non-Profit-Sektor zu tun hat.

**Local Enterprise Offices (LEOs)** bieten eine Reihe von Finanzhilfen an, um die Gründung und/oder das Wachstum von Unternehmen (Kapitalgesellschaften, Einzelpersonen/Einzelunternehmer:innen, Genossenschaften und Partnerschaften) mit bis zu zehn Beschäftigten zu unterstützen.

Dazu gehören:

- [Zuschüsse für Durchführbarkeitsstudien](#)
- [Grundlegende Zuschüsse](#)
- [Zuschüsse für Unternehmensexpansion](#)
- [Technische Hilfe für Mikroexporteure](#)
- [Europäischer Globalisierungsfonds](#)
- [Neuer Fonds für agile Innovation](#)
- [Brexit-Unterstützung für Ihr Kleinunternehmen](#)



Diese finanziellen Unterstützungen sind so konzipiert, dass sie LEO-Kunden und potenziellen Kunden eine flexible Palette von Unterstützungen bieten. Laden Sie [hier](#) die Broschüre über LEO Financial Supports herunter.

**:fund:it** ist eine landesweite Crowdfunding-Website für kreative Projekte in Irland, die jedem die Möglichkeit gibt, gute Ideen zu verwirklichen. *Fund it* hat seinen Sitz in Irland und wird von *Business to Arts* betrieben, einer gemeinnützigen Organisation, die durch Forschung, Innovation und Partnerschaft die Widerstandsfähigkeit und den Wandel im Kultursektor unterstützt.

*Fund it* soll mehr Einzelspenden für den Kreativsektor fördern und den Vorverkauf von Kreativprojekten erleichtern. Crowdfunding stärkt die Bindung zwischen Kreativschaffenden und ihrem Publikum und bietet das Potenzial für weitreichende, langfristige Beziehungen.

# 06



## BEWÄHRTE PRAKTIKEN IM E-CAFÉ

e•CAFE

# BEWÄHRTE PRAKTIKEN IM E-CAFÉ



## Bewährte Praktiken im Vereinigten Königreich

Beispiele für virtuelle Vernetzungs- und Lernveranstaltungen finden Sie unter <https://www.fsb.org.uk/event-calendar.html> und Beispiele für regionale Veranstaltungen in Nordirland (NI) finden Sie unter <https://www.events.nibusinessinfo.co.uk/>

Viele Netzwerke für Unternehmer:innen in Nordirland haben gut durchdachte, virtuelle Veranstaltungen entwickelt. Darunter **Mums at Work** und **Women in Business NI**.

Das **Dungannon Enterprise Centre** bietet virtuelle Unterstützung und Schulung für angehende Unternehmer:innen durch Initiativen wie **Launchpad**, **Exploring Enterprise** und **Inspire to Innovate**.

## Bewährte Praktiken in der Türkei

### 01 Simbiyoz Aktivite

**Simbiyoz Activity** ist eine Gemeinschaft, die unter dem Dach des Unternehmertums Synergien aus verschiedenen Disziplinen schafft.

Das Simbiyoz Activity Cafe will zusammen mit seinen globalen Partner:innen ein Lösungszentrum sein, das integrative, befreiende und innovative Maßnahmen für benachteiligte Menschen umfasst und als Katalysator für soziale

Unternehmer:innen fungiert.

Ihr Ziel ist es, Menschen mit besonderen Bedürfnissen und Sozialunternehmer:innen in verschiedenen Phasen des gesellschaftlichen Lebens durch die Entwicklung konkreter Projekte partizipativ und produktiv einzubeziehen.

### 02 Girişimci Kadınlar Grubu&Akademisi

Die **Entrepreneurial Women's Group** ist eine Bürgerbewegung, die das Ziel hat, Frauen im Berufsleben zu stärken. Die Entrepreneurial Women's Group hat sich mit dem Slogan "Believe in Yourself, Own Your Dreams" zusammengeschlossen. Diese Frauengemeinschaft, wächst Tag für Tag und handelt in der Überzeugung, dass die Produktivität von Frauen in der Geschäftswelt

relevant ist. Sie setzt sich dafür ein, dass Frauen aktiv am Handel teilnehmen, und bietet Schulungen, Beratung, Mentorenschaft sowie Netzwerkunterstützung und organisiert Veranstaltungen zur Stärkung von Unternehmerinnen.

### 03 Sprachcafé Voices

Das **Language Voices Café** war das erste und einzige Sprachcafé, das wöchentlich und kostenlos in Bursa durchgeführt wurde. Dabei wurden fünf verschiedene Sprachen angeboten: Französisch, Englisch, Türkisch, Spanisch und Arabisch. Die Tutor:innen der Kurse waren selbst Muttersprachler:innen. Das Sprachcafé fand immer montags um 19:00 Uhr statt und hatte durchschnittlich 50 Teilnehmer:innen pro Woche. Die im Rahmen des Projekts *Language Voices* erstellten Materialien wie Spiele, Grafiken,

Lernkarten, Diskussionskarten usw. wurden kostenlos zur Verfügung gestellt. Ziel war es, das Erlernen von Sprachen einfacher und zugänglicher zu machen, indem man auf spielerische Weise Sprachlernmaterialien bereitstellt. Neben dem informellen Charakter wurden die Lehrmaterialien von den Projektpartner:innen in weiteren Sprachen wie Finnisch, Niederländisch oder Italienisch angeboten.

### 04 London Café & Speaking Club

Das **London Café & Speaking Club** ist ein Sprachclub, der sich hauptsächlich aus ausländischen Tutor:innen zusammensetzt. Dort tauschen sie sich zu Erfahrungen und Erfolgen im Ausland aus, um die Menschen zu unterstützen, die in Bursa Englisch lernen wollen. Ziel ist es, das Hörverständnis und die Aussprache der Teilnehmer:innen zu verbessern, indem sie mit

ausländischen Lehrer:innen im Café Englisch sprechen. Zusätzlich veranstalten sie Thementage, wie z. B. Kinoabende, um das Verständnis über weitere Kanäle zu fördern.

## Bewährte Praktiken in Deutschland

Das **Basislager** in Leipzig ist ein Co-Working-Space für Start-ups und Gründer:innen, welcher gut vernetzt ist und viele Menschen zusammenbringt. Zum Beispiel durch das Stammtischformat **Gründerstammtisch Leipzig**, bei dem Gründer:innen und Neugierige ihre Erfahrungen und Wissen austauschen können. Das Meetup ist kostenlos und richtet sich an alle, die sich austauschen und vernetzen wollen.

Die **Kulturwerkstatt Halle** organisiert verschiedene Treffen, bei denen man sich in verschiedenen Sprachen austauschen kann. Diese Treffen sind auch eine Gelegenheit, gemeinsam zu essen und zu trinken. Neben einem typischen Sprachcafé gibt es zum Beispiel einen Mädchen- und Frauentreff, in dem gemeinsam Musik gehört, gebastelt, gekocht und Tanzkurse sowie Sprachgruppen organisiert werden können. Ein weiteres Angebot der Kulturwerkstatt Halle ist der Familientreff, bei dem Familien aus verschiedenen Kulturen zusammenkommen und gemeinsam kochen, spielen und über alles Mögliche reden.

Der **WELCOME-Treff** der Freiwilligenagentur Halle ist eine Begegnungsstätte für Flüchtlinge und engagierte Menschen. Flüchtlinge erhalten Unterstützung beim Erlernen der Sprache, bei der Arbeitssuche oder im Umgang mit der Verwaltung. Außerdem gibt es regelmäßige Veranstaltungen wie Sprachkurse und Informationsveranstaltungen in Form von Stammtischen. Bei diesen Veranstaltungen ist jeder willkommen, so dass immer ein reger Austausch von Ideen und Unterstützung stattfinden kann. Unter anderem wird ein Frauencafé mit Kinderbetreuung angeboten, ein Treffpunkt für Flüchtlingsfrauen - ohne männliche Besucher. Hier können die Frauen gemeinsam Deutsch üben, sich austauschen, Freunde treffen und neue Kontakte knüpfen. Sie haben zudem die Möglichkeit, Kleidung an Nähmaschinen zu reparieren oder mit Stoff und Garn kreativ zu werden.

Über das **Kultur- und Freizeitangebot der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg** lassen sich verschiedene Sprachstammtische finden. Solche Sprachstammtische werden z.B. über Facebook organisiert und finden je nach Sprache in regelmäßigen Abständen an verschiedenen Orten statt.

## Best Practicing Finnland

Networking Society of Entrepreneurs, enthält nützliche Informationen über die praktischen Aspekte der Selbständigkeit (z.B. Light Entrepreneurship)

<https://www.yrittajat.fi/en/yrittajat-organization/information-about-yrittajat/>

Gesellschaft der Unternehmerinnen in Finnland

<https://www.yrittajanaiset.fi/en/>



## Bewährte Praktiken in Irland

01

### Virtuelle Coffee Clinics für soziale Unternehmen

Das irische Netzwerk für soziales Unternehmertum veranstaltet eine Reihe von Seminaren, zur Unterstützung von Sozialunternehmen, welche als **“Social Enterprise Virtual Coffee Clinics”** bekannt sind. Sie bieten Raum, um alles zu besprechen, was bei der Umsetzung von Ideen helfen könnte. Die Sitzungen werden online über Zoom angeboten.



02

### 500 kleine Unternehmen

In Irland sind durch ein einfaches, aber wirksames Peer-Mentoring-Programm über 500 kleine Unternehmen gewachsen, die alle von Frauen geführt werden. Die Unternehmerinnen nehmen an monatlichen Stammtischgesprächen teil, die von einigen der erfolgreichsten Geschäftsfrauen Irlands geleitet werden. Die Teilnehmerinnen des letzten Jahres erzielten innerhalb von sechs Monaten ein bemerkenswertes Umsatzwachstum von insgesamt 28 %. Der Grundgedanke ist, die Erwartungen der Frauen an ihre Unternehmen zu erhöhen, Solidarität zu schaffen und ergebnisorientierte Unterstützung durch Gleichgesinnte mit nachgewiesenem Erfolg zu bieten.

Weitere Informationen finden Sie auf:

<https://apolitical.co/solution-articles/en/ireland-became-hub-female-entrepreneurs>  
und <https://www.swibn.com/>



# 07



## WERKZEUGE UND RESSOURCEN FÜR E-CAFÉS

e•CAFE



# TOOLS UND RESSOURCEN FÜR E-CAFÉS

## **Tools**



Text

# 08



WEITERFÜHRENDE  
LINKS

e•CAFE

## Links aus Partnerländern

### VEREINIGTES KÖNIGREICH

<https://www.enterpriseni.com/>  
<https://www.scottish-enterprise.com/>  
<https://www.princes-trust.org.uk/help-for-young-people/support-starting-business>  
<https://www.socialenterprise.org.uk>  
<https://www.socialenterpriseni.org/>  
<https://www.gov.uk/business-support-helpline>  
[www.investni.com](http://www.investni.com)  
[www.nibusinessinfo.co.uk](http://www.nibusinessinfo.co.uk)

### TÜRKEI

<https://www.sosyalgirisimcilikagi.org/>  
<https://sivilalan.com/category/sosyal-girisimcilik/>  
<https://simbiyozaktivite.com/en/our-vision-mission/>  
<https://girisimcikadinlargrubu.com/hakkimizda/>  
<http://londoncafeclub.com/>

### FINNLAND (auf Finnisch)

<https://yrityksen-perustaminen.net/>  
<https://yyo.fi/>  
<https://shorturl.ae/G2wUH>  
<https://shorturl.ae/5oMWD>

### IRLAND

<https://www.entrepreneurexperience.ie/about>  
<https://www.enterprise-ireland.com/en/funding-supports/company/have-a-startup-idea/>  
<https://www.irishinvestmentnetwork.ie/small-businesses-ireland>  
<https://isme.ie/>  
<https://socialentrepreneurs.ie/>



Folgen Sie uns



[www.enterprise cafe.eu](http://www.enterprise cafe.eu)



EUROPEAN  
ENTREPRENEURSHIP  
CAFÉS



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union