



IO1 - Executive Summary Report



**THE
~~MISSING~~
ENTREPRENEURS**



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

*Zusammenfassender Bericht der
Forschungsaktivitäten und
Ergebnisse
Juni 2021*

themissingentrepreneurs.eu

Missing Entrepreneurs
Projekt-Nr. 2020-1-FR01-KA204-080632



Inhalt

1. Einführung.....	1
2. Ergebnisse der Sekundärforschung.....	1
3. Forschungsergebnisse: Bewährte Praktiken	9
4. Forschungsergebnisse: Umfrage.....	11
5. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	14
Annex 1: Zusammenfassung der Kompetenzlücken	16
Annex 2: Identifizierte Kompetenzlücken im Kontext von DigComp and EntreComp.....	18

. Einführung

Dieser zusammenfassende Bericht ist auf der Grundlage der im Rahmen des Projekts "Missing Entrepreneurs" durchgeführten Recherchen zu möglichen Kompetenzlücken als Erklärung für unterrepräsentierte Personengruppen, namentlich Frauen, MigrantInnen, Jugendliche und SeniorInnen, im Bereich des digitalen Unternehmertums entstanden. Der Bericht bezieht sich auf die Analysen der nationalen Kontexte von sechs EU-Ländern: Frankreich, Portugal, Spanien, Zypern, Italien und Österreich. Er ist wie folgt aufgebaut:

Zunächst werden die verschiedenen nationalen Kontexte, welche mittels Sekundärforschung ermittelt wurden, dargelegt (Kapitel 2). Anschließend folgt eine kurze Beschreibung von derzeit bestehenden bewährten Praktiken (Kapitel 3). Das folgende Kapitel 4 präsentiert die wichtigsten Ergebnisse aus einer Umfrage zum Thema in der Zielgruppe und stellt aus einer länderübergreifenden Perspektive.

Das abschließende Kapitel 5 legt eine Zusammenfassung der angegebenen Qualifikationsdefizite für alle beteiligten Länder und die wichtigsten Schlussfolgerungen dar.

2. Ergebnisse der Sekundärforschung

Frankreich

Die Umfrage des European Startup Monitor zeigt, dass **Frauen unter den digitalen UnternehmerInnen in Frankreich stark unterrepräsentiert** sind. Im Jahr 2018 machten Frauen nur 20% der Start-up-GründerInnen in Frankreich aus. Laut dem Bericht der Digitalagentur vom Januar 2019 liegt die Zahl der weiblichen Start-ups in Frankreich bei 12,4%. Im Zeitraum 2014 - 2018 haben 2,9% der Frauen in der EU versucht, ein Unternehmen zu gründen. Was die Jugend und ihre unternehmerischen Aktivitäten betrifft, so nehmen immer mehr junge Menschen eine neue Herausforderung an oder suchen Zugang zu einer Beschäftigung. Mit einem Zuwachs von 22% nahm die Zahl der Unternehmensgründungen im vergangenen Jahr im Bereich Verkehr und Lagerei am stärksten zu. In diesem Sektor

waren 62% der Gründer unter 30 Jahre alt. Es folgten das Grundstücks- und Wohnungswesen (+10%) und der Handel (+9%), wo der Anteil der JungunternehmerInnen ebenfalls hoch ist. Bei den SeniorInnen wird die Gründung/Übernahme eines Unternehmens durch den Wunsch nach Unabhängigkeit und die Lust am Unternehmertum motiviert, doch oft ist es schlicht die Arbeitslosigkeit, die sie zur Gründung eines eigenen Unternehmens veranlasst. Etwa 16% der Unternehmensgründungen und -übernahmen werden von Personen über 50 Jahren durchgeführt. Nur wenige der von SeniorInnen gegründeten Unternehmen haben eine Starthilfe erhalten.

Die Maßnahmen Frankreichs zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen seiner Bevölkerung sind angelaufen und dürften in den kommenden Jahren zu greifbaren Ergebnissen führen. Gezielte Initiativen werden wichtig sein, um die Arbeitskräfte für die digitale Wirtschaft zu qualifizieren und die Entwicklung fortgeschrittener digitaler Fähigkeiten zu fördern. **Der Plan "Entrepreneurial Spirit" zur Förderung des Unternehmertums von StudentInnen** spiegelt den Wunsch des Ministers wider, das Unternehmertum von StudentInnen in den kommenden Jahren zu einer Priorität zu machen, indem die Zahl der Kurse für Unternehmertum erhöht, die Durchführung von unternehmerischen Projekten während des Studiums gefördert und die Anerkennung der von StudentInnen entwickelten Fähigkeiten verbessert wird. Darüber hinaus plant die französische Regierung, Strategien zur Anpassung der Arbeitskräfte an die Bedürfnisse der digitalen Wirtschaft zu entwickeln. Gleichzeitig verändert die digitale Revolution Organisationen und Arbeitsplätze in allen Sektoren. **Es wird geschätzt, dass 50% der derzeitigen Arbeitsplätze in den kommenden Jahren durch die digitale Technologie verändert werden.** Die digitale Technologie bietet jedoch auch neue Beschäftigungsmöglichkeiten, insbesondere in neuen Berufen. Was schließlich die reiferen Entwicklungsstadien betrifft, so **erlaubt es der Umfang der französischen Risikokapitalfonds den Start-ups nicht, umfangreiche Kapitalbeschaffungen zu finanzieren, die für die Industrialisierung und Internationalisierung ihrer Tätigkeit unerlässlich sind.**

Portugal

Laut der Studie "The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship" war die **Wahrscheinlichkeit, dass Frauen, Jugendliche und SeniorInnen zwischen 2014 und 2018 ein Unternehmen gründen oder leiten, das weniger als 42 Monate alt ist, in Portugal höher als im EU-Durchschnitt** - 7,0% gegenüber 4,9% bei Frauen, 9,7% gegenüber 7,7% bei Jugendlichen und 5,4% gegenüber 4,4% bei SeniorInnen. Portugiesische Frauen zeigen eine deutlich geringere Präferenz für eine selbständige Tätigkeit als Männer. Es ist unwahrscheinlich, dass die meisten von ihnen den Entschluss fassen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, wenn nicht ein Stressfaktor wie Arbeitslosigkeit oder plötzlicher Einkommensverlust, die Notwendigkeit, ungünstigen Arbeitsbedingungen zu entkommen, oder Lohn- und Karrierediskriminierung vorliegt. Was die Initiativen zur Förderung des Unternehmergeistes von Frauen in Portugal betrifft, so wurde eine Initiative mit dem Namen "Frauen am Arbeitsplatz ("Mulheres à Obra")" ins Leben gerufen, die sich an Frauen richtet, die einen anderen beruflichen Weg einschlagen wollen, der ihren Bedürfnissen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, ihren Vorlieben und Fähigkeiten besser entspricht. Es gibt mehrere Projekte und Initiativen, die das Unternehmertum von MigrantInnen unterstützen, mit besonderem Augenmerk auf diejenigen, die in gefährdeten Stadtvierteln leben. Was die Initiativen zur Unterstützung von SeniorInnen betrifft, so hat der portugiesische Unternehmerverband (AEP Foundation - Associação Empresarial de Portugal) eine Strategie zur Förderung des Unternehmertums von SeniorInnen entwickelt, da er davon ausgeht, dass das Angebot an wirksamen Lösungen zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit in der Altersgruppe der über 45-Jährigen, insbesondere bei Personen mit hohem Qualifikationsniveau, lückenhaft ist. Daher hat die Regierung in Anlehnung an die **öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen für junges Unternehmertum** in Portugal eine nationale Strategie für Unternehmertum ins Leben gerufen.

Spanien

Die wichtigsten Ergebnisse der Schreibtischforschung in Spanien sind:

- 43% der Menschen zwischen 16 und 74 Jahren haben keine digitalen Grundkenntnisse.

- 36% der Erwerbstätigen verfügen über keine digitalen Grundkenntnisse, wobei die Situation bei den Arbeitslosen (55%) schlechter ist als bei den Erwerbstätigen (32%).
- Die Regierungsstrategie Spanien Digital 2025 wird der Schließung der digitalen Qualifikationslücke zwischen Erwerbstätigen und Arbeitslosen Vorrang einräumen, um die Chronifizierung der Arbeitslosigkeit abzumildern und eine kontinuierliche Umschulung während des gesamten Arbeitslebens zu ermöglichen, wobei der bestehenden digitalen Lücke in Gebieten mit geringer Bevölkerungsdichte und in der ländlichen Welt besondere Aufmerksamkeit gewidmet wird.

Die identifizierten "digitalen" Bedürfnisse der einzelnen Zielgruppen sind:

Junge Menschen (15 - 24):

- Wissen, wie man mit neuen Technologien umgeht, um an der Gemeinschaft und der neuen digitalen Gesellschaft teilzuhaben (Programmierung, Bedienung von Geräten wie Drohnen, Erstellung digitaler Inhalte, Design usw.),
- verantwortungsvoller Umgang mit der Technologie, Sicherheit, Schutz der Privatsphäre und kritisches Denken,
- Orientierung, Ausbildung und Spezialisierung als Vorbereitung auf den Einstieg in die Arbeitswelt. Notwendigkeit, Soft Skills oder "weiche Fähigkeiten" (Kommunikation, Führung, Kreativität, Teamarbeit ...), die transversale Fähigkeiten, die zunehmend am Arbeitsplatz geschätzt werden, zu arbeiten und zu verstärken.

Junge Menschen (15 - 24) ohne Studium, ohne Arbeit:

- Motivation und das Wissen, wie man mit Hilfe neuer digitaler und mit STEAM-Konzepten und Makerspaces verbundener Technologien für soziales oder wirtschaftliches Unternehmertum etwas Sinnvolles tun kann.

Erwachsene allgemein (25 - 65):

- Wissen, wie man mit Technologie umgeht, an Gemeinschaften und Netzen teilnimmt, Inhalte erzeugt und sie in komplexen Umgebungen nutzt,

- digitale elektronische Verwaltung, neue Dienste im Zusammenhang mit der gemeinschaftlichen und demokratischen Teilhabe und der Nutzung digitaler Dienste aller Art, die in Bereichen wie Finanzen, Versicherungen, Energie, Mobilität usw. eingesetzt werden,
- Koexistenz neuer digitaler Konzepte wie künstliche Intelligenz, Robotik, Chatbots, verteilte Registrierungssysteme usw. zu Hause, am Arbeitsplatz oder in der Umgebung Fähigkeit zur Lösung von Problemen im Zusammenhang mit der Technologie in diesen Umgebungen,
- Gesetzgebung, Regulierung oder Datenschutz- und Sicherheitsfragen,
- Kontinuierliches Lernen, insbesondere Umschulung und das Erlernen digitaler Fähigkeiten für den Job,
- Zertifizierung digitaler Kompetenzen für die Akkreditierung am Arbeitsplatz.

Arbeitsuchende, alle Altersgruppen:

- Qualifizierung und Umschulung für die Beschäftigungsfähigkeit, einschließlich technischer Fähigkeiten (Programmierung) sowie horizontaler Fähigkeiten in Bezug auf Kreativität, Design, Teamarbeit usw.,
- Zertifizierung von digitalen Kompetenzen.

UnternehmerInnen, Freiberufler und Beschäftigte von Kleinunternehmen und KMU:

- Wissen, wie man mit Hilfe neuer, digitaler und verwandter Technologien zielgerichtet handelt: Verwaltung von Werkzeugen für ihre Anwendung in Prozessen, Produkten und Dienstleistungen, Verbindung mit Kunden und Partnern, eCommerce, Personalentwicklung usw.,
- digitale elektronische Verwaltung aus der Sicht der Unternehmen,
- Fähigkeit zur Lösung von Problemen im Zusammenhang mit der Technologie im Arbeitsumfeld,
- Rechtsvorschriften, Regelungen und Fragen im Zusammenhang mit dem Schutz der Privatsphäre und der Sicherheit aus der Sicht der Unternehmen,
- Kontinuierliches und virtuelles Lernen aller Arten von Fertigkeiten und Fähigkeiten,

- Qualifizierung und Neuqualifizierung am Arbeitsplatz für den geschickten Einsatz von Technologie.

Menschen, die von digitaler Ausgrenzung bedroht sind (ländliche Bevölkerung, Frauen, MigrantInnen, Menschen mit Behinderungen ...):

- digitale Kompetenz als Instrument zur Verbesserung ihrer Lebensqualität,
- Entwicklung digitaler Kompetenzen für ihre soziale, berufliche und persönliche Eingliederung in die Gesellschaft unter Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse der einzelnen Gruppen: IKT-Zugänglichkeit im Falle von Menschen mit Behinderungen, mögliche sprachliche Unterstützung im Falle von MigrantInnen, usw.

Es wird empfohlen, sich bei der Entwicklung des Angebots im Rahmen des Projektes „The Missing Entrepreneurs“ an den 10 Schlüsseldisziplinen im digitalen Umfeld eines Unternehmens und den insgesamt 41 abgeleiteten Kompetenzen zu orientieren, die von den spanischen KMU gefordert werden (siehe S. 17 des Nationalen Bericht für Spanien).

Zypern

In Zypern bleibt die **Finanzierung eine der zentralen Herausforderungen für alle unternehmerischen Aktivitäten**. Aufgrund der Finanzkrise im Land in den Jahren 2008 - 2009, die zu einer Umstrukturierung des Finanzsektors führte, und laut der Nationalen Grundsatzerklärung (2015) sind 92% der zyprischen UnternehmerInnen der festen Überzeugung, dass die Sicherung der Finanzierung eine Voraussetzung für das ordnungsgemäße Funktionieren ihrer Unternehmen ist. Darüber hinaus **konzentriert sich die politische Erklärung auf die Stärkung der unternehmerischen Fähigkeiten und Aktivitäten für alle und unterstreicht die Notwendigkeit, die Unterstützung für junge Menschen und weibliches Unternehmertum zu verbessern**. Allerdings werden nicht für alle sozialen Gruppen, wie z.B. ältere Menschen, MigrantInnen und Menschen mit Behinderungen, Zielvorgaben für Unternehmensgründungen gemacht.

Ein wichtiger Aspekt, der zu einem integrativen Unternehmertum beitragen wird, sind regulatorische Reformen, die auch die Gründung von Unternehmen erleichtern werden. Bis 2020 sollte eine Reihe von Regulierungsinitiativen zur Stärkung des unternehmerischen Ökosystems durchgeführt werden, wie es im Nationalen Reformprogramm 2017 beschrieben ist.

Italien

In Italien gibt es etwa 500.000 Unternehmen, die von jungen Menschen unter 35 Jahren geführt werden, was 8,6% des nationalen Produktionssystems entspricht. **Fast 70% der KleinunternehmerInnen in diesem Land sind über 50 Jahre alt, während die Zahl der unter 30-Jährigen stark rückläufig ist.** Betrachtet man die einzelnen Sektoren, so stellt man fest, dass in der Landwirtschaft 72,3% und im verarbeitenden Gewerbe 60,3% der UnternehmerInnen über 50 Jahre alt sind. Es gibt viele Initiativen und Unterstützungsmaßnahmen für junge UnternehmerInnen, z.B. von den Handelskammern. Nur wenige Unternehmen werden von Frauen mit Migrationshintergrund geführt (10,8% aller weiblich geführten Unternehmen). Der höchste Anteil von Unternehmen, die von EinwanderInnen geführt werden entfällt auf Vermietungsaktivitäten, Reisebüros und Unternehmensdienstleistungen (17%). **Seit der Krise von 2008 haben selbständige MigrantInnen einen entscheidenden Beitrag zum Erhalt der unternehmerischen Basis geleistet.** Covid-19 hat wie überall zu einer weiteren Verlangsamung des Wachstums der Unternehmen geführt. Die Schwierigkeiten, mit denen sich EinwanderInnen bei der Arbeitssuche konfrontiert sehen, sind fehlende Sprachkenntnisse, Schulabbruch, nicht anerkannte Qualifikationen, fehlende Staatsbürgerschaft oder Aufenthaltsgenehmigung, Diskriminierung aufgrund ihrer Herkunft, Religion und soziale Schicht. Das Profil der neuen italienischen Unternehmerinnen, die unter 40 Jahre alt sind (60% gegenüber 55% der Männer), weist ein hohes Bildungsniveau auf und ist im Durchschnitt höher als das der Männer. Innerhalb der weiblich geführten Unternehmen zeigen die jungen Unternehmen im Vergleich zu den nicht-jungen Unternehmen in jeder Hinsicht bessere Leistungen: sie sind innovativer, investieren mehr in grüne Technologien und Nachhaltigkeit sowie in die soziale

Verantwortung der Unternehmen. **Junge weiblich geführte Unternehmen sind jedoch weniger digitalisiert** (19% haben Maßnahmen der Industrie 4.0 eingeführt oder sind dabei, sie einzuführen, gegenüber 25% der nicht weiblich geführten Unternehmen), was vor allem auf eine geringere Kenntnis der aktuellen Maßnahmen zum digitalen Wandel zurückzuführen ist.

Österreich

Der Anteil der österreichischen Unternehmen, die von Frauen gegründet werden, ist steigend - 39,5% im Jahr 2010 im Vergleich zu 44,5% im Jahr 2017.

Allerdings gibt es **in Österreich durchaus eine geschlechtsspezifische Diskrepanz**, da Frauen deutlich seltener als Männer über die für eine Unternehmensgründung erforderlichen unternehmerischen Fähigkeiten verfügen (41% gegenüber 58,1%) und Frauen im Allgemeinen kleinere Unternehmen mit weniger MitarbeiterInnen, Kapital und Wachstumsambitionen betreiben als Männer.

Die Jugend in Österreich hat eine der niedrigsten Selbständigensquoten in der EU - 3,3% gegenüber 6,5%. Die Wahrscheinlichkeit, dass junge Menschen über die für eine Unternehmensgründung erforderlichen unternehmerischen Fähigkeiten verfügen, ist etwas geringer als bei Erwachsenen (45% gegenüber 49,6%), doch verfügen sie mit größerer Wahrscheinlichkeit über deutlich bessere digitale Fähigkeiten als der Durchschnitt der Erwachsenen. 13,7% der österreichischen Erwachsenen gaben an, dass sie noch keine Erfahrung mit Computern haben oder nur über sehr grundlegende Computerkenntnisse verfügen.

Bei den SeniorInnen in Österreich ist die Wahrscheinlichkeit, selbständig zu sein, geringer als im EU-Durchschnitt - 15,5% gegenüber 17,7%, mit einem Einbruch beim Eintritt ins Rentenalter - über 65-jährige sind deutlich seltener als UnternehmerInnen tätig.

MigrantInnen, die in einem anderen EU-Mitgliedstaat geboren wurden, hatten früher eine überdurchschnittlich hohe Selbständigenquote, aber das ist

nicht mehr der Fall. Die Selbstständigquote von MigrantInnen, die außerhalb der EU geboren sind, war schon immer niedriger, mit einer Differenz von fast 4%.

Österreich hat sein eigenes Kompetenzmodell für digitale Fertigkeiten entwickelt, den **"Digitalen Kompetenzrahmen für Österreich - DigComp 2.2 AT"**.

3. Forschungsergebnisse: Bewährte Praktiken

In den nationalen Berichten der einzelnen Länder wurden zahlreiche bewährte Verfahren erwähnt. Insbesondere gibt es Initiativen und Projekte, die sich an Frauen, Jugendliche, MigrantInnen und SeniorInnen richten. Einige Beispiele sind:

Frankreich

- Der digitale Wandel des Freiwilligensektors (Initiative) - Zielgruppe: KMU und Kleinstunternehmen. Der Verband bietet einen einfachen und kostenlosen Selbstdiagnose-Service an, der es KMU/Mikrounternehmen ermöglicht, ihren digitalen Reifegrad im Web zu bewerten und in weniger als 10 Minuten einen personalisierten Aktionsplan zu erhalten.
- Frauen in digitalen Berufen (Initiative) - Zielgruppe: Frauen, die ihr eigenes Unternehmen gründen wollen. Die Initiative bietet langfristige Unterstützung für Frauen, die ein eigenes Unternehmen gründen, eine Ausbildung oder eine erste Anstellung anstreben oder sich neu orientieren wollen; ein Engagement, das manchmal weit über Frankreich hinausgeht.

Portugal

- PEI - Project Promoting Immigrant Entrepreneurship (Projekt) - Zielgruppe: Bürger mit Migrationshintergrund, die bereit sind, eine Geschäftsidee zu auszuarbeiten und umzusetzen. Ziel ist die Förderung des Unternehmertums in Zuwanderergemeinschaften, wobei der Schwerpunkt auf denjenigen liegt, die in gefährdeten Vierteln leben.
- Empreender 45-60 (Projekt) - Zielgruppe: Personen in der Altersgruppe 45-60, insbesondere mit hohem Qualifikationsniveau.

Spanien

- Cybervolunteers: Cibervoluntarios zur Förderung der technologischen Freiwilligenarbeit in Spanien (Initiative) - Zielgruppe: ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen, UnternehmerInnen sowie Schüler und Studenten, Erzieher und Eltern. 1.500 Freiwillige in ganz Spanien ermitteln den Bedarf an digitalen Fähigkeiten, organisieren Workshops und schulen die Bürger in digitalen Kompetenzen.
- Geräte spenden (Projekt) - Zielgruppe: SchülerInnen aus benachteiligten Verhältnissen. In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für allgemeine und berufliche Bildung mobilisiert AMETIC seine Mitglieder, um Geräte wie Tablets, Laptops und Hochleistungs-Telefonleitungen zu spenden, die an SchülerInnen aus benachteiligten Verhältnissen verteilt werden.

Zypern

- CYPRUSINNO (Projekt) - Zielgruppe: junge Menschen, Sozialunternehmen und Start-ups. Es handelt sich um eine digitale Plattform, die zyprischen UnternehmerInnen und „ProblemlöserInnen“ auf der ganzen Insel die Möglichkeit bietet, mit gleichgesinnten InnovatorInnen in Kontakt zu treten, sich zu vernetzen und sogar Beiträge auf der Website zu veröffentlichen.
- Soziale Integration von MigrantInnen und Jugendlichen durch Unternehmertum - MYSITE (Projekt) - Zielgruppe: Junge Menschen aus Drittstaaten und aus der Region, die sich für Unternehmertum interessieren. Dieses Projekt befasst sich mit Unternehmertum als Mittel zur Integration. Eines der Ziele des Projekts ist die Förderung des Unternehmertums junger Menschen als Mittel zur Beschäftigung und finanziellen Unabhängigkeit.

Italien

- #HERE (Projekt) - Zielgruppe: Gäste des Aufnahmezentrums SPRAR ENEA. Schaffung einer ständigen Einrichtung, die den neuen Technologien gewidmet ist und den Gästen und Betreibern des SPRAR ENEA-Zentrums zur Verfügung steht, um die digitalen Kompetenzen zu stärken und neue Wege

des sozialen Austauschs und des Lernens auf kreative und innovative Weise zu erproben.

- Be-Win (Business Entrepreneurship Women In Network) (Projekt) - Zielgruppe: Neue junge italienische Unternehmerinnen. Das Projekt zielt darauf ab, ein "italienisches Netzwerk von Unternehmerinnen" zu entwickeln, um dank der Kommunikationsmöglichkeiten, die die neuen Technologien bieten, den Transfer von bedeutenden Erfahrungen im Bereich des Managements und des Unternehmertums von 32 erfolgreichen Unternehmerinnen (Mentorinnen), an 64 Jungunternehmerinnen.

Österreich

- aws (Programm) - Zielgruppe: KMU, angehende UnternehmerInnen. Es unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung ihrer innovativen Projekte durch zinsgünstige Darlehen, Zuschüsse und Bürgschaften, insbesondere in Fällen, in denen die erforderlichen Mittel nicht in ausreichendem Maße durch alternative Finanzierungen beschafft werden können.
- fit4internet (Plattform) - Zielgruppe: Jugendliche, ArbeitnehmerInnen und WiedereinsteigerInnen, SeniorInnen. fit4internet trägt zur Steigerung digitaler Kompetenzen bei, insbesondere bieten die f4i-Tools die Möglichkeit, eine Orientierung über den eigenen Kompetenzstand zu erhalten um dann gezielt weiter zu lernen und sich zu verbessern.

4. Forschungsergebnisse: Umfrage

Insgesamt wurden 267 Online-Fragebögen beantwortet, mit mindestens fünf Antworten pro Partnerland aus jeder der vom Projekt angesprochenen sozialen Gruppen (Frauen, Jugendliche, SeniorInnen, MigranInnen).

78% der Befragten in **Frankreich** waren zwischen 18 und 34 Jahre alt, 6% zwischen 35 und 44, 16% in den Altersgruppen 45 bis 54 und 55 bis 64. Die Befragten besaßen

zu 67% die französische Staatsbürgerschaft, 97% aller Befragten hatten ein höheres Bildungsniveau (Universität oder höher).

Mehr als 79% der Befragten hielten sich für sehr vertraut mit dem Konzept des Unternehmertums, und mehr als 83% von ihnen waren auch mit der Gründung eines Unternehmens vertraut. Was jedoch das digitale Unternehmertum betrifft, so zeigte die Mehrheit der Befragten kein Interesse daran, die Initiative zu ergreifen. Als Hauptgründe wurden finanzielle Zwänge und ein Mangel an einschlägigen Kenntnissen genannt.

Von den 70 eingegangenen Antworten in **Portugal** stammten 28 von Frauen, 25 von jungen Menschen, 7 von SeniorInnen und 8 von MigrantInnen. Hinsichtlich ihres unternehmerischen Hintergrunds zeigten die Ergebnisse ein Gleichgewicht.

Was den Begriff "digitales Unternehmertum" angeht, so ist die Mehrheit der TeilnehmerInnen mit diesem Begriff durchaus vertraut. Eine Mehrheit gab auch an, dass der Bereich des digitalen Unternehmertums in Bezug auf die geschäftlichen und finanziellen Möglichkeiten besonders fruchtbar ist, eine größere Nähe zu den Kundenbedürfnissen aufweist und einen kostengünstiger Wachstumssektor mit besserer Reichweite und Praktikabilität darstellt.

Große Bedeutung wurde im Zusammenhang mit dem digitalen Unternehmertum den Fähigkeiten in den Bereichen Projektmanagement, Kommunikation, Finanz- und Betriebsmanagement beigemessen.

Fast 70% der Befragten in **Spanien** waren zwischen 18 und 34 Jahre alt, 11% waren über 65 Jahre alt und jeweils 7% gehörten den anderen Altersgruppen an: 35 - 44, 45 - 54 und 55 - 64. Was das Geschlecht betrifft, so waren 70% der UmfrageteilnehmerInnen weiblich und 30% männlich, und 60% aller TeilnehmerInnen verfügten über einen höheren Bildungsgrad.

17% gaben an, dass ihnen die erforderlichen Kenntnisse über Unternehmensgründung und -führung fehlten. Eine Minderheit (14%) der Befragten gab an, mit digitalem Unternehmertum vertraut zu sein, obwohl fast die

Hälfte der TeilnehmerInnen dies für eine interessante Option zur Unternehmensgründung hielt. Insgesamt schätzten die Befragten ihre Fähigkeiten in den Bereichen Kommunikation, Design, Projekt- und Produktmanagement höher ein als in den Bereichen Finanzen, Datenanalyse, digitales Marketing oder Webentwicklung. Gleichzeitig wiesen sie deutlich auf die Notwendigkeit hin, die bestehenden Wissenslücken zu schließen.

In **Zypern** waren 40% der Teilnehmer zwischen 25 und 34 Jahre alt, nur 5% zwischen 18 und 24 Jahre alt. Was das Geschlecht anbelangt, so waren 67% der Befragten weiblich und 33% männlich. Die Hauptgründe dafür, dass die befragten TeilnehmerInnen heute kein Unternehmen besitzen, sind finanzieller und betrieblicher Natur. Diejenigen, die noch ein Unternehmen besitzen, sind seit 2 Jahren im Geschäft. Nur 12 der 40 TeilnehmerInnen haben noch nie darüber nachgedacht, in das digitale Unternehmertum einzusteigen, die übrigen ziehen einen Einstieg in die digitale Wirtschaft in Betracht, weil sie relevante geschäftliche und finanzielle Möglichkeiten bietet. Zu diesem Zweck beabsichtigen sie, ihr Wissen über die Gründung eines digitalen Unternehmens zu erweitern. Als die TeilnehmerInnen gebeten wurden, ihr Wissen und ihre praktische Vertrautheit mit einigen Fähigkeiten zu bewerten, gaben die meisten an, mit den Begriffen Kommunikation und Projektmanagement sehr vertraut zu sein. Viele verfügten jedoch nicht über Kenntnisse in den Bereichen Webentwicklung, Datenanalyse und Entwicklung von Produktdienstleistungen.

In **Italien** wurden 53 Personen befragt, 29 Frauen und 23 Männer, von denen die meisten die italienische Staatsangehörigkeit besaßen. Etwa 70% der Befragten gehörten zur jungen Altersgruppe (18 - 34 Jahre), der Rest zur Altersgruppe 35 - 64 Jahre und nur ein Befragter gab ein Alter von über 65 Jahren an.

Die Befragten waren mit der Welt des digitalen Unternehmertums deutlich weniger vertraut als mit dem Unternehmertum im Allgemeinen: Etwa 15% der Befragten, die angaben, mit dem Konzept des Unternehmertums vertraut zu sein, fielen in die

Gruppe derer, die mit dem digitalen Unternehmertum wenig oder gar nicht vertraut sind.

Einige Fähigkeiten, die im Zusammenhang mit dem digitalen Unternehmertum genannt wurden, sind: Problemlösung in Notsituationen, Erstellung von Inhalten, Soft Skills, Einfühlungsvermögen, Sprachkenntnisse, Teamarbeit, Innovation.

Die 47 Befragten für **Österreich** repräsentierten alle Altersgruppen mit einer ausgewogenen Verteilung nach Geschlecht, wobei die 35- bis 44-Jährigen am stärksten vertreten waren, die über 65-Jährigen am wenigsten. Fast 2/3 der Befragten sind in Österreich geboren. Die überwiegende Mehrheit von ihnen (83%) hatte keinen Hochschulabschluss.

70% der Befragten schätzten ihr Wissen über Unternehmertum als groß ein, die Hälfte von ihnen sogar als ausgezeichnet. Auf die Frage nach ihren Kenntnissen über digitales Unternehmertum gaben jedoch mehr als die Hälfte der Befragten die Bewertung "unzureichend" ab, und nur 13% vergaben bei dieser Frage die Höchstnote. Potenzielle geschäftliche und finanzielle Möglichkeiten und die relative Leichtigkeit, ein Online-Unternehmen zu gründen, wurden als die wichtigsten Pull-Faktoren für digitales Unternehmertum genannt. Die Mehrheit der Befragten zieht es jedoch vor, sich aus dem digitalen Unternehmertum herauszuhalten. Als Argumente gegen die Gründung eines digitalen Unternehmens wurden genannt: mangelndes Interesse - im Allgemeinen vor dem Hintergrund der Arbeitsplatzsicherheit oder konkreter Ruhestandspläne; Mangel an konkreten Geschäftsideen, Know-how und Möglichkeiten.

5. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Auf Grundlage der Untersuchungsergebnisse ergeben sich zwei zentrale Schlussfolgerungen, wie die Beteiligung von unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen (Frauen, MigrantInnen, Jugendliche und SeniorInnen) am digitalen Unternehmertum gefördert werden kann.

1. Staatliche Initiativen zur Unterstützung von UnternehmerInnen sollten stärker entsprechend den Bedürfnissen von angehenden UnternehmerInnen maßgeschneidert werden.

2. Die relativ geringe Beteiligung der betrachteten Gruppen am (digitalen) Unternehmertum ist ein Resultat daraus, dass ein relativ großer Anteil von ihnen über lediglich geringe Kenntnisse im Bereich des Unternehmertums, insbesondere des digitalen Unternehmertums, verfügt. Eine weitere Empfehlung ist daher die Einrichtung von Erwachsenenbildungs- und Weiterbildungsangeboten zu relevanten und bedarfsgerechten Fähigkeiten für potenzielle digitale UnternehmerInnen. Dies ist auch notwendig für die Anpassung an einen sich verändernden Arbeitsmarkts mit mehr und mehr digitalisierten Arbeitsbereichen. Bereits jetzt existiert eine Reihe relevanter Initiativen zur Steigerung des Niveaus digitaler Fähigkeiten, diese sollten jedoch ausgebaut werden.

In der Umfrage wurde für die folgenden Fähigkeiten am häufigsten ein (Weiter-) Bildungsbedarf angegeben:

- Datenanalyse
- Web-Entwicklung
- Finanzwesen
- Digitales Marketing
- Entwicklung von Produktdienstleistungen

Eine ausführliche Liste der Qualifikationsdefizite pro Konsortialland findet sich in den nationalen Berichten (in englischer Sprache auf der Projektwebsite).

Annex 1: Zusammenfassung der Kompetenzlücken

Nachfolgend finden Sie Listen der relevanten Ausbildungsbereiche pro Land und nach Wichtigkeit, die sich aus den Ergebnissen der durchgeführten Umfrage ergeben. Für die Zusammenstellung der Listen wurden die Antworten auf Fragen wie die Vertrautheit mit den Begriffen Unternehmertum, digitales Unternehmertum oder Unternehmensgründung analysiert

	Frankreich	Portugal	Spanien	Zypern	Italien	Österreich
1	Finanzierung	Web-Entwicklung	Finanzierung	Web-Entwicklung	Web-Entwicklung	Datenanalyse
2	Web-Entwicklung	Produkt-Service-Entwicklung	Betriebsführung	Datenanalyse	Produkt-Service-Entwicklung	Web-Entwicklung
3	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität	Web-Entwicklung	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)	Geschäftliche Vernetzung	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)
4	Produkt-Service-Entwicklung	Geschäftliche Vernetzung	Datenanalyse	Produkt-Service-Entwicklung	Datenanalyse	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität
5	Datenanalyse	Datenanalyse	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)	Betriebsführung	Finanzierung	Geschäftliche Vernetzung
6	Social Media Management	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)	Projektmanagement	Geschäftliche Vernetzung	Digitales Marketing (Branding, Logistik, Vertrieb)	Social Media Management
7	Betriebsführung	Betriebsführung	Produkt-Service-Entwicklung	Social Media Management	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität	Produkt-Service-Entwicklung
8	Geschäftliche Vernetzung	Social Media Management	Geschäftliche Vernetzung	Finanzierung	Betriebsführung	Finanzierung
9	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität	Finanzierung	Social Media Management	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität	Social Media Management	Betriebsführung
10	Kommunikation	Projektmanagement	Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität	Projektmanagement	Projektmanagement	Projektmanagement
11	Projektmanagement	Kommunikation	Kommunikation	Kommunikation	Kommunikation	Kommunikation

Annex 2: Identifizierte Kompetenzlücken im Kontext von DigComp and EntreComp

Durch die Anwendung der Europäischen Qualitätssicherung in der beruflichen Bildung (EQAVET) soll das Projekt einen Überblick über die für das digitale Unternehmertum relevanten Fähigkeiten und Kompetenzen geben. Zu diesem Zweck hat das Konsortium die im Rahmen der Recherchen analysierten relevanten Fähigkeiten mit zwei europäischen Kompetenzrahmen verknüpft:

- [Der European Entrepreneurship Competence Framework \(EntreComp\)](#): bietet eine umfassende Beschreibung der Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen einer unternehmerischen Denkweise.
- [Der Europäische Rahmen für digitale Kompetenzen \(DigComp\)](#): bietet die wichtigsten Bausteine für eine gemeinsame Vorstellung davon, was digitale Fähigkeiten sind.

Die nachstehenden Tabellen verdeutlichen, wie sich die für The Missing Entrepreneurs identifizierten Fähigkeiten in diesen zwei Kompetenzrahmen widerspiegeln.

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
A. Finanzierung: Fähigkeit, relevante Finanzinformationen aus einer Vielzahl von Quellen zu sammeln, zu integrieren und zu interpretieren.	2. Ressourcen	2.4. Finanz- und Wirtschaftskompetenz	Schätzung der Kosten für die Umsetzung einer Idee in eine wertschöpfende Tätigkeit Finanzielle Entscheidungen im Laufe der Zeit planen, umsetzen und bewerten Finanzierung verwalten, um sicherzustellen, dass eine wertschöpfende Tätigkeit langfristig Bestand haben kann
B. Web-Entwicklung: Fähigkeit zur Erstellung und Pflege von Websites.	-		

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
C. Digitales Marketing: Fähigkeit, verschiedene Marketingpraktiken wie Webdesign, Suchmaschinenoptimierung, Social Media Marketing, Gestaltung schriftlicher Inhalte etc. zu kombinieren.	2. Ressourcen	2.5. Andere inspirieren, begeistern, mobilisieren und ins Boot holen	relevante Interessengruppen inspirieren und begeistern die notwendige Unterstützung erhalten, um gute Ergebnisse zu erzielen Effektive Kommunikation, Überzeugungskraft, Verhandlung und Führung
D. Produkt-Service-Entwicklung: Fähigkeit, eine Dienstleistung für ein neues Produkt zu definieren, ein geeignetes Geschäftsmodell / Liefermodell.	1. Ideas and Opportunities (Ideen und Chancen)	1.1. Erkennen von Gelegenheiten (Nutzung von Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten der Wertschöpfung zu erkennen)	Identifizierung und Nutzung von Möglichkeiten zur Wertschöpfung durch Erkundung des sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Umfelds Identifizierung von Bedürfnissen und Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt Herstellen neuer Verbindungen und Zusammenführen von Elementen des Umfelds zusammenführen, um Wertschöpfungsmöglichkeiten zu schaffen
	2. Ressourcen	2.3. Mobilisierung von Ressourcen (Sammeln und Verwalten benötigter Ressourcen)	Beschaffung und Verwaltung der materiellen, immateriellen und digitalen Ressourcen, die benötigt werden, um Ideen in die Tat umzusetzen das Beste aus begrenzten Ressourcen machen Erwerb und Verwaltung der in jeder Phase benötigten Kompetenzen, einschließlich technischer, rechtlicher, steuerlicher und digitaler Kompetenzen
E. Datenanalyse: Fähigkeit, Daten wirksam zu analysieren und zu visualisieren, so dass sie wertvolle Erkenntnisse liefern und schlüssig präsentiert werden.	1. Ideas and Opportunities (Ideen und Chancen)	1.1. Erkennen von Gelegenheiten (Nutzung von Vorstellungskraft und Fähigkeiten, um Möglichkeiten der Wertschöpfung zu erkennen)	Identifizierung und Nutzung von Möglichkeiten zur Wertschöpfung durch Erkundung des sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Umfelds Identifizierung von Bedürfnissen und Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt Herstellen neuer Verbindungen und Zusammenführen von Elementen des Umfelds zusammenführen, um Wertschöpfungsmöglichkeiten zu schaffen

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
F. Social Media Management: Fähigkeit, soziale Medien zu verwalten und einen Dienst oder eine Marke so über soziale Medien zu präsentieren, dass die richtige Zielgruppe erreicht und angesprochen wird.	2. Ressourcen	2.5. Andere inspirieren, begeistern, mobilisieren und ins Boot holen	relevante Interessengruppen inspirieren und begeistern die notwendige Unterstützung erhalten, um gute Ergebnisse zu erzielen Effektive Kommunikation, Überzeugungskraft, Verhandlung und Führung
G. Betriebsführung: Fähigkeit, Teams, Projekte und Budgets zu koordinieren sowie diesbezügliche Analysen und Entscheidungen zu treffen.	2. Ressourcen	2.1. Selbstbewußtsein und Selbstwirksamkeit (an sich selbst glauben und sich weiter entwickeln)	über kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnisse, Bestrebungen und Wünsche reflektieren Identifizieren und Bewerten von individuellen und gruppenbezogenen Stärken und Schwächen Vertrauen in die eigene Fähigkeit, den Lauf der Dinge zu beeinflussen, trotz Ungewissheit, Rückschlägen und vorübergehenden Misserfolgen
		2.2. Motivation und Durchhaltevermögen	Entschlossenheit, Ideen in die Tat umzusetzen und das Bedürfnis nach Erfolg zu befriedigen Bereitschaft, geduldig zu sein und immer wieder zu versuchen, langfristige individuelle oder Gruppenziele zu erreichen Belastbarkeit unter Druck, bei Widrigkeiten und bei vorübergehenden Misserfolgen
		2.3. Mobilisierung von Ressourcen (Sammeln und Verwalten benötigter Ressourcen)	materiellen, immateriellen und digitalen Ressourcen, die benötigt werden, um Ideen in die Tat umzusetzen das Beste aus begrenzten Ressourcen machen Erwerb und Verwaltung der in jeder Phase benötigten Kompetenzen, einschließlich technischer, rechtlicher, steuerlicher und digitaler Kompetenzen

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
G. Betriebsführung: Fähigkeit, Teams, Projekte und Budgets zu koordinieren sowie diesbezügliche Analysen und Entscheidungen zu treffen.	2. Ressourcen	2.4. Finanz- und Wirtschaftskompetenz	Schätzung der Kosten für die Umsetzung einer Idee in eine wertschöpfende Tätigkeit Finanzielle Entscheidungen im Laufe der Zeit planen, umsetzen und bewerten Finanzierung verwalten, um sicherzustellen, dass eine wertschöpfende Tätigkeit langfristig Bestand haben kann
		2.5. Andere inspirieren, begeistern, mobilisieren und ins Boot holen	relevante Interessengruppen inspirieren und begeistern die notwendige Unterstützung erhalten, um gute Ergebnisse zu erzielen Effektive Kommunikation, Überzeugungskraft, Verhandlung und Führung
	3. Into Action (In Aktion treten)	3.1. Die Initiative ergreifen	Prozesse initiieren, die Werte schaffen Herausforderungen annehmen Selbstständig handeln und arbeiten, um Ziele zu erreichen, Vorsätze einzuhalten und geplante Aufgaben auszuführen
		3.2. Planung und Management (Prioritäten setzen, organisieren und nachfassen)	Festlegung lang-, mittel- und kurzfristiger Ziele Festlegung von Prioritäten und Aktionsplänen Anpassung an unvorhergesehene Veränderungen
		3.3. Umgang mit Unsicherheit (Entscheidungen treffen im Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko)	Entscheidungen treffen, wenn das Ergebnis der Entscheidung ungewiss ist, wenn die verfügbaren Informationen unvollständig oder mehrdeutig sind, oder wenn das Risiko unbeabsichtigter Ergebnisse besteht in den Wertschöpfungsprozess strukturierte Verfahren zur Erprobung von Ideen und Prototypen von Anfang an einbeziehen, um das Risiko des Scheiterns zu verringern Schnelle Situationen schnell und flexibel bewältigen

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
G. Betriebsführung: Fähigkeit, Teams, Projekte und Budgets zu koordinieren sowie diesbezügliche Analysen und Entscheidungen zu treffen.	3. Into Action (In Aktion treten)	3.4. Zusammenarbeit mit anderen (Teamarbeit, Zusammenarbeit und Vernetzung)	zusammenarbeiten und mit anderen kooperieren, um Ideen zu entwickeln und in die Tat umzusetzen Netzwerken Konflikte lösen und sich dem Wettbewerb positiv stellen, wenn nötig
		3.5. Lernen durch Erfahrung	Jede Initiative zur Wertschöpfung als Lernchance nutzen Mit anderen lernen, u.a. mit Kollegen und Mentoren aus Erfolgen und Misserfolgen (den eigenen und denen anderer) lernen
H. Geschäftliche Vernetzung: Fähigkeit zum Aufbau und zur Pflege effektiver und konstruktiver Arbeitsbeziehungen, Partnerschaften oder Kontaktnetze mit Personen, die für das Erreichen arbeitsbezogener Ziele wichtig sind oder sein könnten.	3. Into Action (In Aktion treten)	3.4. Zusammenarbeit mit anderen (Teamarbeit, Zusammenarbeit und Vernetzung)	zusammenarbeiten und mit anderen kooperieren, um Ideen zu entwickeln und in die Tat umzusetzen Netzwerken Konflikte lösen und sich dem Wettbewerb positiv stellen, wenn nötig
I. Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität: Fähigkeit, neue Möglichkeiten und Lösungen für Probleme zu entdecken, über gängige Praktiken hinauszublicken und innovatives Denken anzuwenden.	1. Ideas and Opportunities (Ideen und Chancen)	1.2. Kreativität (kreative und sinnvolle Ideen entwickeln)	Entwicklung verschiedener Ideen und Möglichkeiten zur Wertschöpfung, einschließlich besserer Lösungen für bestehende und neue Herausforderungen Erforschen und Experimentieren mit innovativen Ansätzen Kombinieren von Wissen und Ressourcen, um hochwertige Ergebnisse zu erzielen
J. Kommunikation: Fähigkeit, kommunikative Ziele in einer sozial angemessenen und an das Zielpublikum angepassten Weise zu erreichen.	2. Ressourcen	2.5. Andere inspirieren, begeistern, mobilisieren und ins Boot holen	relevante Interessengruppen inspirieren und begeistern die notwendige Unterstützung erhalten, um gute Ergebnisse zu erzielen Effektive Kommunikation, Überzeugungskraft, Verhandlung und Führung

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
K. Projektmanagement: Die Fähigkeit, Ressourcen zu planen, zu organisieren und zu verwalten, um ein bestimmtes Projekt erfolgreich abzuschließen.	2. Ressourcen	2.1. Selbstbewußtsein und Selbstwirksamkeit (an sich selbst glauben und sich weiter entwickeln)	über kurz-, mittel- und langfristigen Bedürfnisse, Bestrebungen und Wünsche reflektieren Identifizieren und Bewerten von individuellen und gruppenbezogenen Stärken und Schwächen Vertrauen in die eigene Fähigkeit, den Lauf der Dinge zu beeinflussen, trotz Ungewissheit, Rückschlägen und vorübergehenden Misserfolgen
		2.2. Motivation und Durchhaltevermögen	Entschlossenheit, Ideen in die Tat umzusetzen und das Bedürfnis nach Erfolg zu befriedigen Bereitschaft, geduldig zu sein und immer wieder zu versuchen, langfristige individuelle oder Gruppenziele zu erreichen Belastbarkeit unter Druck, bei Widrigkeiten und bei vorübergehenden Misserfolgen
		2.3. Mobilisierung von Ressourcen (Sammeln und Verwalten benötigter Ressourcen)	materiellen, immateriellen und digitalen Ressourcen, die benötigt werden, um Ideen in die Tat umzusetzen das Beste aus begrenzten Ressourcen machen Erwerb und Verwaltung der in jeder Phase benötigten Kompetenzen, einschließlich technischer, rechtlicher, steuerlicher und digitaler Kompetenzen
		2.4. Finanz- und Wirtschaftskompetenz	Schätzung der Kosten für die Umsetzung einer Idee in eine wertschöpfende Tätigkeit Finanzielle Entscheidungen im Laufe der Zeit planen, umsetzen und bewerten Finanzierung verwalten, um sicherzustellen, dass eine wertschöpfende Tätigkeit langfristig Bestand haben kann
		2.5. Andere inspirieren, begeistern, mobilisieren und ins Boot holen	relevante Interessengruppen inspirieren und begeistern die notwendige Unterstützung erhalten, um gute Ergebnisse zu erzielen Effektive Kommunikation, Überzeugungskraft, Verhandlung und Führung

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug EntreComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
K. Projektmanagement: Die Fähigkeit, Ressourcen zu planen, zu organisieren und zu verwalten, um ein bestimmtes Projekt erfolgreich abzuschließen.	3. Into Action (In Aktion treten)	3.1. Die Initiative ergreifen	Prozesse initiieren, die Werte schaffen Herausforderungen annehmen Selbstständig handeln und arbeiten, um Ziele zu erreichen, Vorsätze einzuhalten und geplante Aufgaben auszuführen
		3.2. Planung und Management (Prioritäten setzen, organisieren und nachfassen)	Festlegung lang-, mittel- und kurzfristiger Ziele Festlegung von Prioritäten und Aktionsplänen Anpassung an unvorhergesehene Veränderungen
		3.3. Umgang mit Unsicherheit (Entscheidungen treffen im Umgang mit Ungewissheit, Mehrdeutigkeit und Risiko)	Entscheidungen treffen, wenn das Ergebnis der Entscheidung ungewiss ist, wenn die verfügbaren Informationen unvollständig oder mehrdeutig sind, oder wenn das Risiko unbeabsichtigter Ergebnisse besteht in den Wertschöpfungsprozess strukturierte Verfahren zur Erprobung von Ideen und Prototypen von Anfang an einbeziehen, um das Risiko des Scheiterns zu verringern Schnelllebige Situationen schnell und flexibel bewältigen
		3.4. Zusammenarbeit mit anderen (Teamarbeit, Zusammenarbeit und Vernetzung)	zusammenarbeiten und mit anderen kooperieren, um Ideen zu entwickeln und in die Tat umzusetzen Netzwerken Konflikte lösen und sich dem Wettbewerb positiv stellen, wenn nötig
		3.5. Lernen durch Erfahrung	Jede Initiative zur Wertschöpfung als Lernchance nutzen Mit anderen lernen, u.a. mit Kollegen und Mentoren aus Erfolgen und Misserfolgen (den eigenen und denen anderer) lernen

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
A. Finanzierung: Fähigkeit, relevante Finanzinformationen aus einer Vielzahl von Quellen zu sammeln, zu integrieren und zu interpretieren.	1. Informations- und Datenkompetenz	1.1 Browsen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Informationsbedürfnisse artikulieren, nach Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. Persönliche Suchstrategien erstellen und aktualisieren.
		1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Analyse, Vergleich und kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit von Datenquellen, Informationen und digitalen Inhalten. Analyse, Interpretation und kritische Bewertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten.
		1.3 Verwaltung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Organisieren, Speichern und Abrufen von Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen. Daten in einer strukturierten Umgebung zu organisieren und zu verarbeiten.
B. Web-Entwicklung: Fähigkeit zur Erstellung und Pflege von Websites.	3. Erstellung digitaler Inhalte	3.1 Entwicklung von digitalen Inhalten	Erstellung und Bearbeitung digitaler Inhalte in verschiedenen Formaten, um sich mit digitalen Mitteln auszudrücken.
		3.2 Integration und Überarbeitung von digitalen Inhalten	Ändern, Verfeinern, Verbessern und Integrieren von Informationen und Inhalten in einen bestehenden Wissensbestand, um neue, originelle und relevante Inhalte und Kenntnisse zu schaffen.
	5. Problemlösung	5.2 Identifizierung von Bedürfnissen und technologischen Antworten	Bedürfnisse einschätzen und digitale Werkzeuge und mögliche technologische Lösungen für diese Bedürfnisse identifizieren, bewerten, auswählen und nutzen. Digitale Umgebungen an die persönlichen Bedürfnisse anpassen (z. B. Barrierefreiheit).
C. Digitales Marketing: Fähigkeit, verschiedene Marketingpraktiken wie Webdesign, Suchmaschinenoptimierung, Social Media Marketing, Gestaltung schriftlicher Inhalte etc. zu kombinieren.	2. Kommunikation und Zusammenarbeit	2.1 Interaktion durch digitale Technologien	Interaktion mit einer Vielzahl von digitalen Technologien und Verständnis für geeignete digitale Kommunikationsmittel in einem bestimmten Kontext.
		2.2 Gemeinsame Nutzung durch digitale Technologien	Daten, Informationen und digitale Inhalte mit Hilfe geeigneter digitaler Technologien mit anderen teilen. Als Vermittler agieren und über Referenzierungs- und Zuordnungspraktiken Bescheid wissen.

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
C. Digitales Marketing: Fähigkeit, verschiedene Marketingpraktiken wie Webdesign, Suchmaschinenoptimierung, Social Media Marketing, Gestaltung schriftlicher Inhalte etc. zu kombinieren.	2. Kommunikation und Zusammenarbeit	2.3 Bürger-schaftliches Engagement durch digitale Technologien	Teilhabe an der Gesellschaft durch die Nutzung öffentlicher und privater digitaler Dienste. Suche nach Möglichkeiten zur Selbstermächtigung und zur Bürgerbeteiligung durch geeignete digitale Technologien.
		2.4 Zusammen-arbeit mit Hilfe digitaler Technologien	Nutzung digitaler Werkzeuge und Technologien für kollaborative Prozesse und für die Ko-Konstruktion und Ko-Erstellung von Ressourcen und Wissen.
		2.5 Netiquette	sich der Verhaltensnormen und des Know-hows bei der Nutzung digitaler Technologien und der Interaktion in digitalen Umgebungen bewusst sein Kommunikationsstrategien an das spezifische Publikum anpassen und sich der kulturellen und generationellen Vielfalt in digitalen Umgebungen bewusst sein
	3. Erstellung digitaler Inhalte	3.1 Entwicklung von digitalen Inhalten	Erstellung und Bearbeitung digitaler Inhalte in verschiedenen Formaten, um sich mit digitalen Mitteln auszudrücken.
		3.2 Integration und Überarbeitung von digitalen Inhalten	Ändern, Verfeinern, Verbessern und Integrieren von Informationen und Inhalten in einen bestehenden Wissensbestand, um neue, originelle und relevante Inhalte und Kenntnisse zu schaffen.
	D. Produkt-Service-Entwicklung: Fähigkeit, eine Dienstleistung für ein neues Produkt zu definieren, ein geeignetes Geschäftsmodell / Liefermodell.	1. Informations- und Datenkompetenz	1.1 Browsen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten
1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten			Analyse, Vergleich und kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit von Datenquellen, Informationen und digitalen Inhalten. Analyse, Interpretation und kritische Bewertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten.
3. Erstellung digitaler Inhalte		3.4 Programmierung	Planung und Entwicklung einer Folge von verständlichen Anweisungen für ein Computersystem zur Lösung eines bestimmten Problems oder zur Durchführung einer bestimmten Aufgabe.

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
E. Datenanalyse: Fähigkeit, Daten wirksam zu analysieren und zu visualisieren, so dass sie wertvolle Erkenntnisse liefern und schlüssig präsentiert werden.	1. Informations- und Datenkompetenz	1.1 Browsen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Informationsbedürfnisse artikulieren, nach Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. Persönliche Suchstrategien erstellen und aktualisieren.
		1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Analyse, Vergleich und kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit von Datenquellen, Informationen und digitalen Inhalten. Analyse, Interpretation und kritische Bewertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten.
		1.3 Verwaltung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Organisieren, Speichern und Abrufen von Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen. Daten in einer strukturierten Umgebung zu organisieren und zu verarbeiten.
F. Social Media Management: Fähigkeit, soziale Medien zu verwalten und einen Dienst oder eine Marke so über soziale Medien zu präsentieren, dass die richtige Zielgruppe erreicht und angesprochen wird.	2. Kommunikation und Zusammenarbeit	2.1 Interaktion durch digitale Technologien	Interaktion mit einer Vielzahl von digitalen Technologien und Verständnis für geeignete digitale Kommunikationsmittel in einem bestimmten Kontext.
		2.2 Gemeinsame Nutzung durch digitale Technologien	Daten, Informationen und digitale Inhalte mit Hilfe geeigneter digitaler Technologien mit anderen teilen. Als Vermittler agieren und über Referenzierungs- und Zuordnungspraktiken Bescheid wissen.
		2.3 Bürgerschaftliches Engagement durch digitale Technologien	Teilhabe an der Gesellschaft durch die Nutzung öffentlicher und privater digitaler Dienste. Suche nach Möglichkeiten zur Selbstermächtigung und zur Bürgerbeteiligung durch geeignete digitale Technologien.
		2.5 Netiquette	sich der Verhaltensnormen und des Know-hows bei der Nutzung digitaler Technologien und der Interaktion in digitalen Umgebungen bewusst sein Kommunikationsstrategien an das spezifische Publikum anpassen und sich der kulturellen und generationellen Vielfalt in digitalen Umgebungen bewusst sein

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
G. Betriebsführung: Fähigkeit, Teams, Projekte und Budgets zu koordinieren sowie diesbezügliche Analysen und Entscheidungen zu treffen.	1. Informations- und Datenkompetenz	1.1 Browsen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Informationsbedürfnisse artikulieren, nach Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. Persönliche Suchstrategien erstellen und aktualisieren.
		1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Analyse, Vergleich und kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit von Datenquellen, Informationen und digitalen Inhalten. Analyse, Interpretation und kritische Bewertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten.
		1.3 Verwaltung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Organisieren, Speichern und Abrufen von Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen. Daten in einer strukturierten Umgebung zu organisieren und zu verarbeiten.
	2. Kommunikation und Zusammenarbeit	2.1 Interaktion durch digitale Technologien	Interaktion mit einer Vielzahl von digitalen Technologien und Verständnis für geeignete digitale Kommunikationsmittel in einem bestimmten Kontext.
		2.2 Gemeinsame Nutzung durch digitale Technologien	Daten, Informationen und digitale Inhalte mit Hilfe geeigneter digitaler Technologien mit anderen teilen. Als Vermittler agieren und über Referenzierungs- und Zuordnungspraktiken Bescheid wissen.
		2.3 Bürger-schaftliches Engagement durch digitale Technologien	Teilhabe an der Gesellschaft durch die Nutzung öffentlicher und privater digitaler Dienste. Suche nach Möglichkeiten zur Selbstermächtigung und zur Bürgerbeteiligung durch geeignete digitale Technologien.
	5. Problemlösung	5.1 Technische Probleme lösen	Technische Probleme bei der Bedienung von Geräten und der Nutzung digitaler Umgebungen erkennen und lösen (von der Fehlersuche bis zur Lösung komplexerer Probleme).

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
H. Geschäftliche Vernetzung: Fähigkeit zum Aufbau und zur Pflege effektiver und konstruktiver Arbeitsbeziehungen, Partnerschaften oder Kontaktnetze mit Personen, die für das Erreichen arbeitsbezogener Ziele wichtig sind oder sein könnten.	2. Kommunikation und Zusammen- arbeit	2.3 Bürger- schaftliches Engagement durch digitale Technologien	Teilhabe an der Gesellschaft durch die Nutzung öffentlicher und privater digitaler Dienste. Suche nach Möglichkeiten zur Selbstermächtigung und zur Bürgerbeteiligung durch geeignete digitale Technologien.
I. Design Thinking (konzeptionelles Denken)/Kreativität: Fähigkeit, neue Möglichkeiten und Lösungen für Probleme zu entdecken, über gängige Praktiken hinauszublicken und innovatives Denken anzuwenden.	2. Kommunikation und Zusammen- arbeit	2.4 Zusammen- arbeit mit Hilfe digitaler Technologien	Nutzung digitaler Werkzeuge und Technologien für kollaborative Prozesse und für die Ko-Konstruktion und Ko-Erstellung von Ressourcen und Wissen.
	5. Problemlösung	5.3 Digitale Technologien kreativ nutzen	Nutzung digitaler Werkzeuge und Technologien zur Schaffung von Wissen und zur Innovation von Prozessen und Produkten. Sich individuell und kollektiv mit kognitiven Prozessen beschäftigen, um konzeptionelle Probleme und Problemsituationen in digitalen Umgebungen zu verstehen und zu lösen.
J. Kommunikation: Fähigkeit, kommunikative Ziele in einer sozial angemessenen und an das Zielpublikum angepassten Weise zu erreichen.	2. Kommunikation und Zusammen- arbeit	2.2 Gemeinsame Nutzung durch digitale Technologien	Daten, Informationen und digitale Inhalte mit Hilfe geeigneter digitaler Technologien mit anderen teilen. Als Vermittler agieren und über Referenzierungs- und Zuordnungspraktiken Bescheid wissen.
		2.4 Zusammen- arbeit mit Hilfe digitaler Technologien	Nutzung digitaler Werkzeuge und Technologien für kollaborative Prozesse und für die Ko-Konstruktion und Ko-Erstellung von Ressourcen und Wissen.
K. Projektmanagement: Die Fähigkeit, Ressourcen zu planen, zu organisieren und zu verwalten, um ein bestimmtes Projekt erfolgreich abzuschließen.	1. Informations- und Daten- kompetenz	1.1 Browsen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Informationsbedürfnisse artikulieren, nach Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. Persönliche Suchstrategien erstellen und aktualisieren.
		1.2 Auswertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Analyse, Vergleich und kritische Bewertung der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit von Datenquellen, Informationen und digitalen Inhalten. Analyse, Interpretation und kritische Bewertung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten.

The Missing Entrepreneurs: Identifizierte Fähigkeiten	Bezug DigComp		
	Bereich	Kompetenzen (vom Englischen übersetzt)	Deskriptoren (vom Englischen übersetzt)
K. Projektmanagement: Die Fähigkeit, Ressourcen zu planen, zu organisieren und zu verwalten, um ein bestimmtes Projekt erfolgreich abzuschließen.	1. Informations- und Datenkompetenz	1.3 Verwaltung von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Organisieren, Speichern und Abrufen von Daten, Informationen und Inhalten in digitalen Umgebungen. Daten in einer strukturierten Umgebung zu organisieren und zu verarbeiten.