



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 29 Thema: Internet für Existenzgründer

Wie wichtig ist das Internet?

Die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), vor allem Internet und E-Mail, sind mittlerweile der dominierende Faktor für mehr Produktivität, Wachstum und Beschäftigung. Sie sind auch aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Sowohl als Branche als auch als Querschnittstechnologie, die in allen Branchen genutzt wird, sind die IKT mittlerweile ein entscheidender Faktor. Derzeit können etwa 40 Prozent des gesamtwirtschaftlichen Wachstums auf den Einsatz von IKT zurückgeführt werden (Aktionsprogramm der Bundesregierung „Informationsgesellschaft Deutschland 2010“).



Für Gründerinnen und Gründer heißt das: Sie sollten die Chancen des Internets und des so genannten E-Business unbedingt nutzen. Und sie müssen zu diesem Zweck fit fürs Netz sein. Schon während der Gründungsphase finden Gründerinnen und Gründer jede Menge hilfreiche Informationen im Internet (s. S. I). Und wer noch unsicher ist beim Surfen und Mailen, findet Unterstützung bei den Kammern, in VHS-Kursen oder Computerschulen.

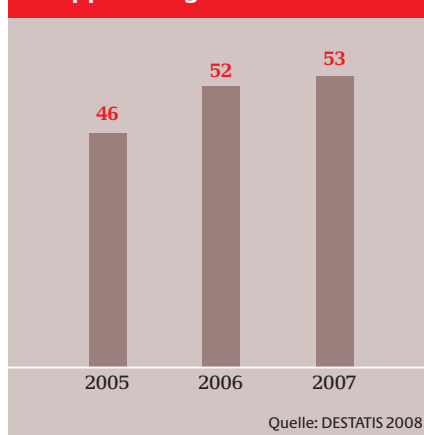
E-Business-Vorteile

Der elektronische Geschäftsverkehr per Internet bietet Gründerinnen und Gründern und (jungen) Unternehmen eine ganze Reihe besonderer Möglichkeiten.

1. Produkte und Leistungen

Dafür, Produkte zu entwickeln oder Leistungen zu erbringen, sind Fachwissen und Marktkenntnisse mehr denn je notwendige Voraussetzung. Informationssuche und Markt- und Konkurrenzanalysen können per Internet betrieben werden. Auf herkömmlichem Wege, also über Recherchen in Fachzeitschriften oder Branchenverzeichnissen, ist dies erheblich zeitaufwändiger und teurer. Ganz besonders hilfreich ist das Internet auch bei der Frage, ob z. B. Namen oder Produkte bereits geschützt sind (z. B. Marken, Patente).

Zahl der deutschen Online-Shopper steigt weiter



Inhalt

Kompetenzzentren unterstützen Existenzgründer	2
Nutzen von Suchdiensten	3
Online-Auktionenhandel	3
Übersicht:	
BMW-Existenzgründungsportal	I
Checkliste:	
Kommt E-Business für Ihr Unternehmen in Frage?	II
Zehn Tipps für Ihre Internet-Sicherheit	4
Print- und Online-Informationen	4

2. Einkauf und Beschaffung

Über das Internet können benötigte Qualitäten und Preise von Produkten einfacher recherchiert und verglichen werden, als dies mit herkömmlichen Katalogen oder durch diverse Firmenkontakte möglich ist. Herkömmliche Kataloge werden dabei mehr und mehr durch Onlinekataloge oder -shops ersetzt. Diese verfügen über eine Bestellfunktion, über die Bestellungen direkt an den Zulieferer übermittelt werden. **Marktplätze und Portale:** Hilfreich sind auch elektronische Marktplätze. Hier finden Kunden die Leistungen verschiedener Anbieter und können diese einfach vergleichen oder bestellen. Auf Portalen präsentieren sich Unternehmen einer Region oder Branche gemeinsam.

3. Produktionsplanung und -steuerung

Wichtiger Faktor einer kostengünstigen Produktion ist die schnelle und reibungslose Zusammenarbeit zwischen Unternehmen oder Unternehmensteilen. Eine enge Abstimmung ist vor allem für die Koordination von Unternehmen wichtig, die an komplexen gemeinsamen Aufgaben arbeiten: z. B. Plänen von Bauprojekten oder der Erstellung von Software. Hier lassen sich z. B. Entwürfe oder Produkte per Internet austauschen. Auf diese Weise können Unternehmen oder Unternehmensteile schnell und rund um die Uhr zusammenarbeiten, die „nebenan“ oder aber an weit entfernt liegenden Standorten angesiedelt sind.

4. Marketing und Kundenbindung

Ein wichtiges Ziel jedes Unternehmens ist es, neue Kunden zu gewinnen und bestehende weiterhin zufrieden zu stellen. Dafür müssen (potenzielle) Kunden kontaktiert und informiert werden. Hier bietet das Internet besondere Vorteile gegenüber dem Einsatz anderer Medien der Werbung und Unternehmenskommunikation.

Erreichbarkeit relevanter Zielgruppen: Potenzielle Kunden können regional, national und international angesprochen werden. Im Jahr 2007 nutzten 68 Prozent aller Menschen in Deutschland das Internet (Quelle: DESTATIS 2008). Das Internet hat sich auch bei

Unternehmern zu einer etablierten und verbreiteten Kommunikationsplattform entwickelt und lässt sich daher für das Geschäft zwischen Unternehmen nutzen.

Auffindbarkeit für potenzielle Kunden:

Die meisten Internetnutzer suchen Angebote im Internet per Suchmaschinen. Indem Anbieter von Produkten und Dienstleistungen sich bei den wichtigsten Suchmaschinen mit den passenden Schlüsselwörtern anmelden, können sie sicherstellen, dass sie bei der Suchmaschinensuche auch tatsächlich gefunden werden.

Schneller Zugang zu vielseitigen Informationen: Unternehmensinformationen können im Internet schnell auf den neuesten Stand gebracht und somit immer aktuell gehalten werden. Im Gegensatz dazu erscheinen viele gedruckte Kataloge oftmals nur jährlich und sind schnell überholt. Ein weiterer Vorteil: Große Informationsmengen können ansprechend und übersichtlich präsentiert werden.

Vielseitige Kundenansprache: Vielfach informieren sich Kunden zwar unverbindlich über das Internet, bestellen dann aber auf traditionellen Wegen wie im Geschäft vor Ort oder per Telefon oder Fax. Erfolgreich sind hier vor allem Unternehmen, die das Internet neben traditionellen Geschäftsprozessen nutzen.

Einfache Kundenbetreuung: Eine Internetseite kann Kunden an das Unternehmen binden. Instrumente sind z. B.:

- ▶ einfache Gästebücher, in die sich ein Besucher eintragen kann
- ▶ Chat- und Diskussions-Foren, auf denen sich Nutzer zu den eigenen Produkten und Dienstleistungen austauschen können
- ▶ E-Mail-Verteilerlisten, in die sich die Kunden selber ein- und austragen können, um regelmäßig über Neuigkeiten zu Produkten und Dienstleistungen informiert zu werden
- ▶ Support- oder Wissens-Datenbanken mit Informationen und Dokumentationen rund um das Unternehmen
- ▶ Anbindung von Call-Centern, mit denen der Kunde aus dem Internet heraus telefonischen Kontakt aufnehmen kann (Call-Me-Funktion)

5. Günstiger Vertrieb

Der Vertrieb ist für die meisten Unternehmen besonders kostenintensiv. Das Internet kann hier eine wichtige Ergänzung sein.

Online-Shop: Ganz vorn beim E-Business-Vertrieb steht der Online-Handel über Shops im Internet, eine Weiterentwicklung des Versandhandels. Aus einem Online-Katalog kann der Kunde Waren in einen virtuellen Warenkorb legen und bestellen.

Waren nicht „anfassen“: Zum Online-Vertrieb eignen sich Waren, die man zum Kauf typischerweise nicht „anfassen“ muss. So macht die Reise- und Tourismusbranche mittlerweile einen Großteil des Umsatzes über das Internet. Auch Internetauktionen haben sich inzwischen etabliert.

Kompetenzzentren unterstützen Existenzgründer



Wer die geschäftlichen Möglichkeiten des Internets nutzen will, braucht dafür entsprechendes Know-how. Das ist bei Gründern und Jungunternehmern in den wenigsten Fällen vorhanden. Darum ist auf Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie im Jahr 1998 das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr entstanden.

Die 25 regionalen Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr und ein Branchenkompetenzzentrum für den Handel haben seither die Aufgabe, Unternehmen und Existenzgründer mit Informations-, Beratungs- und Schulungsangeboten in der kommerziellen Nutzung des Internets zu unterstützen. Sie kooperieren zudem mit weiteren Partnern und Initiativen.

Adressen und Ansprechpartner:

www.ec-net.de

Problem Auslieferung: Die Auslieferung erfolgt wie in der Vergangenheit bei Katalogversendern auch über Logistikdienstleister (Post, Paketdienste). Die Erfahrung der Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr zeigt, dass viele Unternehmen die Anforderungen, die sich im Bereich der Logistik aus einem Online-Shop ergeben, unterschätzen (z. B. Kosten für Lagerhaltung). Daher entscheidet die kundenfreundliche Überwindung „der letzten Meile“ oftmals über den Erfolg des Online-Shops.

6. Schnelle betriebliche Abläufe

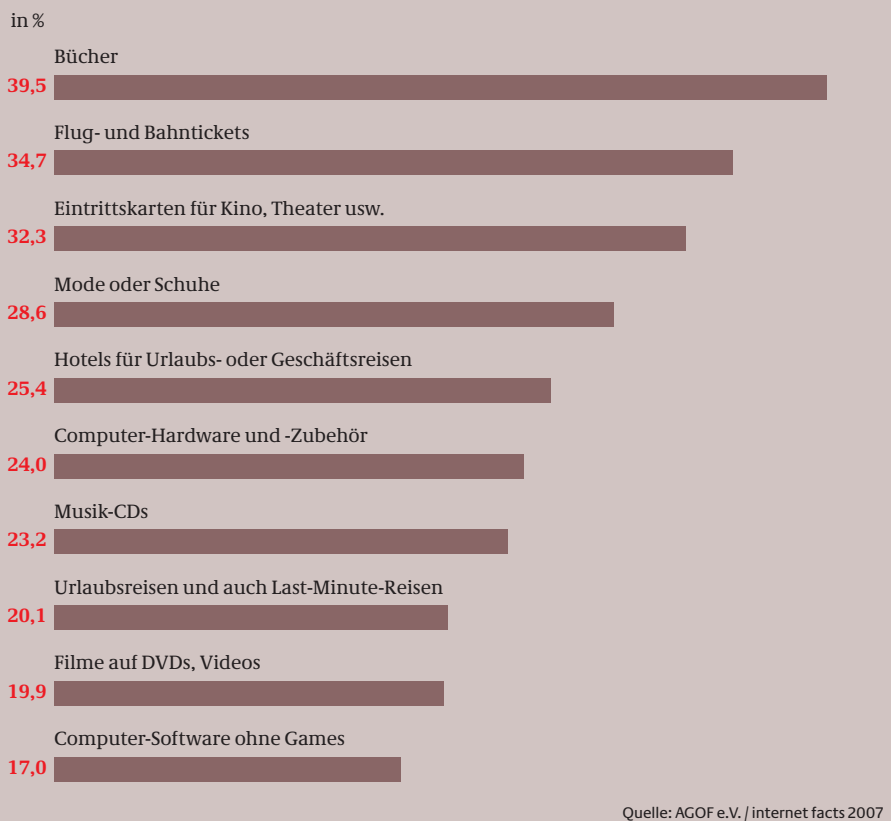
Viele traditionelle unternehmerische Abläufe leiden unter Medienbrüchen, Arbeitsunterbrechungen durch begrenzte Arbeitszeiten, Nicht-Erreichbarkeit der Mitarbeiter usw. Folgen sind Reibungsverluste, hoher Zeitaufwand, Mehrkosten. Die Kommunikation mit Mitarbeitern oder Unternehmen und deren Kunden wird vor allem durch E-Mails, die immer ankommen und überall abgerufen werden können, beschleunigt. Darüber hinaus können Text-Dateien, die zwischen (ggf. weit entfernt arbeitenden) Mail-Partnern hin und hergeschickt werden, leicht und schnell weiter bearbeitet werden. **E-Payment:** Kunden können zudem zusammen mit der Bestellung von Waren oder Dienstleistungen meist auch die Bezahlung regeln. Aber auch herkömmliche, aus dem Versandhandel bekannte Zahlungsweisen, wie Versand gegen Rechnung oder Nachnahme, werden weiterhin genutzt.

Mitarbersuche: Unternehmen können ihre Stellenausschreibungen auf der eigenen Internet-Seite veröffentlichen. Hier erhält der Bewerber auch gleich einen ersten Eindruck vom Unternehmen.

Nutzen von Suchdiensten

Trotz interessanter Angebote bleiben viele Geschäftsvorhaben im Internet erfolglos. Der Grund dafür ist die mangelhafte Werbung für das eigene Angebot auch und gerade im Internet. Um die eigene Homepage oder den eigenen Shop bekannt zu machen, bedarf

Top-10 der im Internet gekauften Produkte



es des Einsatzes von Suchdiensten, von denen manche kostenpflichtig sind. Hierfür gibt es im Internet zahlreiche Angebote (s. e-f@cts Nr. 18 „Kunden finden im Internet“). Eine weitere Möglichkeit ist die Werbung von Kunden über gezielt platzierte Werbeanzeigen (Banner) auf anderen Webseiten. Wichtig ist hierbei, dass durch die Art der Platzierung des Banners eine direkte Zielgruppenansprache erfolgt.

Nicht vergessen: Die Internetadresse auf allen Geschäftsunterlagen (Katalogen, Flyer, Briefbögen, Visitenkarten usw.) aufführen! Der Hinweis auf eine Internetpräsenz gehört zur Grundlage der Marktkommunikation.

Online-Auktionenhandel

Online-Auktionenhandel ist für viele Gründerinnen und Gründer der Einstieg in die Selbständigkeit. Allein bei der Auktionsplattform eBay verdienen mittlerweile über 12.000 Unternehmer in Deutschland ihren Lebensunterhalt. Auch andere Auktions-

plattformen wie amazon oder azuboo bieten Möglichkeiten, in den gewerblichen Handel einzusteigen. Am Beispiel von eBay lassen sich die wichtigsten Merkmale für eine Existenzgründung im Online-Auktionenhandel deutlich machen:

- ▶ Waren verkaufen
- ▶ Gebühren
- ▶ Bewertungen
- ▶ Verkäuferstatus bei eBay
- ▶ Tipps für den Verkauf
- ▶ Rechtliche Rahmenbedingungen
- ▶ Rechte des Verkäufers
- ▶ Pflichten des Verkäufers
- ▶ Informationspflichten des Verkäufers (für Händler nach Telemediengesetz und Fernabsatzrecht)

(s. BMWi-Existenzgründungsportal www.existenzgruender.de unter: Weg in die Selbständigkeit (- Die ersten Schritte - Branchen und Zielgruppen - Online-Auktionenhandel)

BMWi-Existenzgründungsportal www.existenzgruender.de

Weg in die Selbständigkeit

- ▶ **Die ersten Schritte:** Anforderungen an die Gründerperson, Gründer- und Unternehmertests, Gründungsarten, Informationen für spezielle Branchen und Zielgruppen, Beratungsangebote, Initiativen und Wettbewerbe
- ▶ **Gründung planen:** Gründungs-Know-how, Informationen rund um den Businessplan, Marketing, Rechtsformwahl, Recht und Verträge, Steuern und Versicherungen
- ▶ **Gründung finanzieren:** Finanzierung, Förderprogramme, Förderdatenbank des Bundes
- ▶ **Unternehmen führen:** Management-Know-how, E-Business-Know-how, Corporate Citizenship
- ▶ Zu jeder Unternehmensphase gibt es Planungswerkzeuge, Tipps aus der Praxis und ein Quiz.

BMWi-Expertenforum

Expertinnen und Experten u.a. des BMWi, der KfW Mittelstandsbank, des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e.V., des Deutschen Steuerberaterverbandes e.V., des Deutschen Notarvereins e.V., des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater sowie der Sozialversicherungsverbände stehen online für Fragen zur Verfügung. Das Expertenforum hält u.a. ein großes Archiv bereits gestellter Fragen und gelieferter Antworten bereit.

Gründerwerkstatt

- ▶ **Planer und Hilfen:** interaktive Checklisten vom Marketingplaner bis hin zu Kalkulationshilfen
- ▶ **Businessplan:** vielseitige Hilfestellung, um einen Business- bzw. Geschäftsplan zu erstellen
- ▶ **Finanzierung:** Praxishilfen und Förder-Informationen für die Finanzierung
- ▶ **Online-Training:** Finanzierung, Vorbereitung auf das Bankgespräch, Export-Vorbereitung, Gründerinnen, Existenzgründungsberater, Früherkennung von Chancen und Risiken, in Vorbereitung: Marketing, Kooperationen

Checklisten und Übersichten

- ▶ Gründungsvorbereitung, Gründerperson und Beratung
- ▶ Gründung aus der Arbeitslosigkeit, Franchisetipps, Unternehmensnachfolge
- ▶ Vorbereitung des Businessplans
- ▶ Sicherheiten, Bürgschaften und Förderprogramme
- ▶ Rechtsformen, Verträge, AGB, Schutzrechte, Verhandlungen
- ▶ Online-Shops, Online-Marketing und IT-Sicherheit
- ▶ Steuern, Genehmigungen, Zulassungen, Versicherungen
- ▶ Bewerbungen und Arbeitsverträge
- ▶ Kalkulation, Buchführung und Kostenrechnung, Controlling

- ▶ Angebot, Preis, Vertrieb, Kommunikation
- ▶ Organisation, Ordnung im Büro
- ▶ Krise und Insolvenz
- ▶ Mehr Qualität im Unternehmen
- ▶ Vorbereitung von Unternehmenskooperationen
- ▶ Vorbereitung von Exportvorhaben

Publikationen

- ▶ BMWi-Broschüren zum Thema Existenzgründung, Unternehmensnachfolge und -führung sowie zu Finanzierung und Förderprogrammen
- ▶ Infoletter-Reihe "GründerZeiten" mit Hinweise, Hilfen und praktischen Lösungsvorschlägen zu typischen Problemlagen
- ▶ Infoletter-Reihe e-f@cts für den Bereich E-Business mit nützlichen Tipps und Hinweisen rund um das Geschäft im Internet
- ▶ Studien rund um das Existenzgründungsgeschehen

Mediathek

- ▶ TV-Beiträge rund um das Thema Existenzgründung
- ▶ Audio-Podcast
- ▶ RSS-Newsfeed für Existenzgründer
- ▶ Gründungsmeldungen für unterwegs
- ▶ Existenzgründer-Newsmelder für den Computer

Beratung und Adressen

- ▶ Beratungs- und Schulungsförderung
- ▶ Gründercoaching Deutschland
- ▶ Seminarübersicht zu Existenzgründung, Unternehmensführung und Umweltschutz
- ▶ Börsen (KfW-Beraterbörse, Unternehmensbörse nextchange, Franchisebörse)
- ▶ Adressen mit 2.000 Adressen von Ansprechpartnern
- ▶ Infotelefone für Existenzgründerinnen, Existenzgründer und Unternehmer
- ▶ Linksammlung
- ▶ Workshop-Materialien zu verschiedenen Aspekten der Vor- und Nachgründungsphase
- ▶ Beispiele für gründerfreundliche Kommunen

Gründermagazin

- ▶ Aktuelle Meldungen bundesweit und aus den Ländern sowie Hinweise auf Veranstaltungen und Termine
- ▶ Informationen zu Gründerwettbewerben
- ▶ Experteninterviews
- ▶ Gründergeschichten
- ▶ Wirtschaft in der Schule

Kommt E-Business für Ihr Unternehmen in Frage?

Kreuzen Sie an: Welche aufgeführten Themen sind für Ihr (geplantes) Unternehmen wichtig? Bedenken Sie: Viele Maßnahmen, die notwendig werden, um die genannten Herausforderungen anzunehmen und Ihre unternehmerischen Pflichten zu erfüllen, lassen sich (vor allem) mit Hilfe von E-Business-Instrumenten realisieren. Je öfter Sie die im Test gestellten Fragen mit „Ja“ beantworten, desto eher kommt E-Business für Ihr Unternehmen in Frage.

Zeit und Kosten

- Gibt es in Ihrem Unternehmen Geschäftsprozesse, die sehr lange dauern?..... Ja Nein
 Gibt es Geschäftsprozesse, die von Hand abgewickelt werden müssen?..... Ja Nein
 Gibt es in Ihrem Unternehmen Geschäftsprozesse, bei denen Sie die verwendeten Medien wechseln (z. B. Bestellung per Telefon, manueller Eintrag in Bestellliste)?..... Ja Nein

Kunden/Neugeschäft

- Wollen Sie Kunden bedienen, die hohe Anforderungen an einen Datenaustausch stellen?..... Ja Nein
 Wollen oder müssen Sie neue Märkte erschließen und zusätzliche Kunden gewinnen?..... Ja Nein
 Wollen oder müssen Sie andere Wege beschreiten, um zusätzliche Kunden zu gewinnen?..... Ja Nein
 Müssen Sie neue Wege beschreiten, um bisherige Kunden zu erreichen (z. B. öffentliche Ausschreibungen)?..... Ja Nein

Produktentwicklung

- Wollen Sie neue Ideen oder Produkte realisieren?..... Ja Nein
 Wollen Sie Ihren Markt und Ihre Konkurrenz analysieren?..... Ja Nein
 Wollen Sie Produkte in Kooperation mit Partnern entwickeln?..... Ja Nein
 Wollen Sie speziell technologieorientierte Nischen besetzen?..... Ja Nein
 Müssen Sie Produktlebenszyklen verwalten (Produkthaftung)?..... Ja Nein

Einkauf/Beschaffung

- Wollen oder müssen Sie günstiger einkaufen?..... Ja Nein
 Wollen Sie dafür neue Lieferanten finden?..... Ja Nein
 Wollen Sie dafür Qualität und Preise von Angeboten vergleichen?..... Ja Nein
 Wollen Sie Ihren Einkauf mit dem anderer Unternehmen bündeln?..... Ja Nein
 Wollen Sie vermehrt Dienstleistungen auslagern (Recherche, Ausschreibung, Fortschrittskontrolle)?..... Ja Nein
 Wollen Sie den Datenaustausch mit Lieferanten vereinfachen?..... Ja Nein

Produktionsplanung und -steuerung

- Wollen Sie eine höhere Produktivität erzielen?..... Ja Nein
 Wollen Sie den Datenaustausch vereinfachen?..... Ja Nein
 Wollen Sie Ihr Lager abbauen?..... Ja Nein
 Wollen Sie eine bessere und transparentere Information für das Management?..... Ja Nein
 Gibt es bei der Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen immer wieder Verzögerungen und Reibungsverluste?..... Ja Nein

Marketing und Kundenbindung

- Wollen Sie zusätzliche Werbe- und Kommunikationsmittel einsetzen?..... Ja Nein
 Sollen diese Mittel vor allem möglichst viele Kunden erreichen?..... Ja Nein
 Sollen diese Mittel immer wieder schnell auf neue Angebote Ihres Unternehmens eingehen können?..... Ja Nein
 Sollen diese Mittel viel Information übersichtlich anbieten?..... Ja Nein
 Wollen Sie zusätzlichen Service (z. B. Pannenhilfe-Informationen) anbieten?..... Ja Nein

Vertrieb

- Wollen Sie Ihren Vertrieb intensivieren?..... Ja Nein
 Wollen Sie Ihren Vertrieb kostengünstiger gestalten?..... Ja Nein
 Brauchen Ihre Vertriebsmitarbeiter ständig Online-Daten?..... Ja Nein
 Wollen Sie den Datenaustausch mit Kunden vereinfachen?..... Ja Nein

Innerbetriebliche Verwaltung

- Wollen Sie Verwaltungsabläufe beschleunigen?..... Ja Nein
 Wollen Sie Verwaltungsabläufe kostengünstiger gestalten?..... Ja Nein
 Ist Ihr Unternehmen fit für die elektronische Steuerprüfung (GdPdU)? Ja Nein
 Wollen Sie kostengünstig telefonieren (z. B. über das Internet = VoIP) Ja Nein
 Müssen Sie im Austausch mit Behörden Unterlagen rechtskonform signieren (z. B. Ursprungszeugnisse für den Export)? .. Ja Nein

Kooperationen/Netzwerke

- Wollen Sie Kooperationen eingehen? Ja Nein
 Wollen Sie Ihren Einkauf mit dem anderer Unternehmen bündeln? Ja Nein
 Wollen Sie Ihr Marketing mit dem anderer Unternehmen bündeln? Ja Nein

Zehn Tipps für Ihre Internet-Sicherheit

Die Nutzung des Internets birgt mögliche Gefahren. Vor allem:

- ▶ Import von Computerviren, die Ihre Daten vernichten könnten;
- ▶ Herunterladen von Programmen, die andere Funktionen ausführen, als Sie glauben;
- ▶ Zugriffsmöglichkeiten Anderer auf Ihre Daten.

1. Bei welchen Daten haben Sie ein Sicherheitsrisiko? Setzen Sie Ihren PC nicht als Internet-PC ein, wenn darauf sensible Daten gespeichert sind.

2. Checken Sie bei Internet-Kontakten: Wer ist vertrauenswürdig? Vergleichen Sie regelmäßig die Adressen, die Sie in der so genannten URL-Leiste angeben (oder des Links, den Sie anklicken) mit den Angaben, die Sie in der Task-Leiste sehen.

3. Speichern Sie sensible Daten (Passwörter, Kreditkartennummern usw.) nicht auf der Festplatte ab. Verschlüsseln Sie wichtige Daten. Führen Sie Zugriffsbeschränkungen ein.

4. Laden Sie Programme aus dem Internet nur aus verlässlichen Quellen. Öffnen Sie Anhänge nicht, während Sie gerade online sind. Spei-

chern Sie den Inhalt zuerst ab, prüfen Sie ihn mit entsprechenden Programmen und öffnen Sie erst dann die fragliche Datei.

5. Für Ihren Internet-Zugang: Nutzen Sie nur die neueste (und in Sachen Sicherheit verbesserte) Software.

6. Schließen Sie – bei der Nutzung Ihres Internet-Browsers – vor allem „aktive Inhalte“. Dabei handelt es sich um kleine eigenständige Programme, die auf Ihrem PC ausgeführt werden und dort u. U. ein unkontrollierbares Eigenleben entwickeln können.

7. Setzen Sie Sicherheits-Software (z. B. Virenprogramme) ein.

8. Übermitteln Sie sensible Daten über das Internet nur verschlüsselt.

9. Tragen Sie Kreditkarten-Nummern nur dann in dafür vorgesehene Felder ein, wenn die entsprechenden Internet-Seiten bestimmte Sicherheits-Standards erfüllen. Diese sind auf den betreffenden Seiten deutlich herausgestellt (SSL- oder SET-Standard).

10. Erstellen Sie regelmäßig Sicherheitskopien von Ihren Daten.

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- ▶ e-f@cts Nr. 4 „Elektronischer Einkauf“
- ▶ e-f@cts Nr. 5 „Elektronischer Vertrieb: Marktplätze“
- ▶ e-f@cts Nr. 6 „E-Marketing und E-Mail“
- ▶ e-f@cts Nr. 8 „Sicherheit im E-Business“
- ▶ e-f@cts Nr. 12 „E-Kooperationen“
- ▶ e-f@cts Nr. 13 „Zahlungsverkehr im Internet“
- ▶ e-f@cts Nr. 16 „E-Business+Existenzgründung“
- ▶ e-f@cts Nr. 18 „Kunden finden im Internet“

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171
 bmwi@gvp-bonn.de
 Download u. Bestellfunktion:
 www.existenzgruender.de

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal
 www.existenzgruender.de

Redaktionsservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
 PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR
 Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
 Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
 info@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
 Öffentlichkeitsarbeit
 11019 Berlin
 info@bmwi.bund.de
 www.bmwi.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Dr. Gisela Kiratli, Aachener Competence Center Electronic Commerce,
 www.acc-ec.de

Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 30.000

Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.

Internetnutzung durch Unternehmen 2007

1 = überhaupt nicht / 5 = sehr intensiv



Quelle: Erhebung des Netzwerks
 Elektronischer Geschäftsverkehr 2007