

INTERREG V-A Programm Österreich-Ungarn

Das TRENDIG-Projekt (ATHU158) wird im Rahmen des INTERREG V-A Österreich-Ungarn-Programms mit Unterstützung des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung durchgeführt.

TRENDIG

Aufbau neuer grenzüberschreitender Wertschöpfungsketten

Nutzung von Trends und Tools Digitalisierung

OT 2.1

CB Modellentwicklung Wissenstransfer

FORMAT TRENDIG kooperieren

Teil 1 ist der Projekttechnische Teil – Allgemeine Beschreibung in Bezugnahme auf die Konzeptionen der Wissenstransferformate regional und grenzüberschreitend mit Fokus auf

T2.3.1 Format: regionale TRENDIG-Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung

T2.3.3 Format: grenzüberschreitende Digithons

Beschreibung der Möglichkeiten der kostenlosen Nutzung von online - Tools

Teil 2 (separater Teil) ist die praktische Beschreibung der Abläufe zu den einzelnen Formaten

T2.3.1 Format: regionale TRENDIG-Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung

T2.3.2 Format: grenzüberschreitende Veranstaltung (LP)

T2.3.3 Format: grenzüberschreitende Digithons

T2.3.4 Format: Webinare

In Zusammenarbeit mit allen Partnern und Input von ihren Experten, strategischen Partnern, Unternehmen und intermediären Organisationen.



 Bundesministerium
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



Teil 1

Teil 1

T2.3.1 Format: regionale TRENDIG-Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung

T2.3.3 Format: grenzüberschreitende Digithons

Beschreibung der Möglichkeiten der kostenlosen Nutzung von online - Tools

Inhaltsverzeichnis

Teil 1	2
Zusammenfassung	4
Motivation	7
1. Einleitung	10
2. Eine kurze Einführung in das TRENDIG-Projekt	11
3. Digitale Trends in der Welt des Mittelstands	14
3.1. Digitale Statusbewertung von KMU	15
3.2. TrendRadar.....	17
4. Arten von Veranstaltungen zur Wissensvermittlung	19
4.1. Regionale TRENDIG-Veranstaltung zu Trends und Digitalisierung	21
4.2. Digithon	23
5. Verwendete digitale Werkzeuge	27
5.1. Durchsuchen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	27
5.2. Effiziente Browsernutzung	29
5.3. Wie funktioniert Google und warum ist es so effektiv?	29
5.5. Zuverlässigkeit von Experten	40
5.6. Tipps und Ratschläge zur Online-Beratung	40
5.6.1. Durchführung effektiver virtueller Interviews	40
5.6.2. Hardwarekomponenten virtueller Interviews.....	40
5.6.3. Softwareelemente virtueller Interviews.....	41
5.6.4. Orgver-Elemente virtueller Interviews	44
5.6.5. Effizienz im Netz.....	44
6. Zusätzliche empfohlene Literatur	45

Zusammenfassung

Die Hervorhebung einiger der digitalen Technologien, Entwicklungen in den Bereichen Smartphones, Cloud Computing, Large Data, künstliche Intelligenz, Robotiksysteme, Internet der Dinge, 3D-Druck, Virtualisierung, Cybersicherheit, Sensortechnologien, fortschrittliche Robotiksysteme, Automatisierung usw. sind diejenigen, die in vielen Bereichen des wirtschaftlichen und sozialen Lebens intensiv genutzt werden. KMU müssen ihre Organisationsstruktur und Unternehmenskultur von Produktionstechnologien bis hin zu Managementwahrnehmungen transformieren, um einen effektiven digitalen Transformationsprozess auszulösen. Für KMU ist es wichtig, eine Kosten-Nutzen-Analyse digitaler Technologien durchführen zu können und sich dieser Technologien bewusst zu sein. Die Themen der Online-Wissenstransfer-Veranstaltungen sollen dabei helfen.

Es gilt, heimische Unternehmen und deren Eigentümer, die im internationalen Vergleich im Bereich der digitalen Kompetenzen deutlich hinterherhinken, auf die digitale Transformation vorzubereiten und die Nutzung und Entstehung innovativer unternehmerischer und technologischer Lösungen zu fördern und zu unterstützen. Zu diesem Zweck ist es wichtig, das digitale Bewusstsein und die Kompetenzentwicklung von Unternehmen zu erhöhen und ein gezieltes Programm zur Unterstützung der Vorbereitung von Unternehmen bereitzustellen.

Hier hilft das Projekt TRENDIG im Rahmen verschiedener Wissenstransferveranstaltungen.

Im Rahmen des TRENDIG-Projekts wird das Konzept der aufeinander aufbauenden Wissenstransferveranstaltungen entwickelt (dieses Dokument) und im Rahmen von Pilotveranstaltungen unter Beteiligung der Projektzielgruppen erprobt und durchgeführt. Neben dem Wissenstransfer über Trends und Digitalisierung, der Förderung neuer, regionaler und grenzüberschreitender Kooperationen und Geschäftsbeziehungen ist es das Ziel von Veranstaltungsformaten, die Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse von Unternehmen zu unterstützen.

Im Projekt TRENDIG wurde ein Fragebogen zur Bewertung des digitalen Status von KMU erstellt, auf dessen Basis der sogenannte TrendRadar erstellt wurde.

Während des Projekts können KMU im Rahmen von 3 Arten von Veranstaltungen Unterstützung im Bereich der Digitalisierung erhalten:

1. Regionaler Workshop
2. im Rahmen regionaler und österreichisch-ungarischer grenzüberschreitender Digithon und
3. während der Webinare.

Im Rahmen des TRENDIG-Veranstaltungskonzepts werden Ziel, Inhalt und Methodik der aufeinander aufbauenden Veranstaltungen strukturiert dargestellt, so dass ihre Methodik

zukünftig von kleinen Dienstleistungsunternehmen angewendet werden kann, um ihre Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse zu gestalten.

Das allgemeine Ziel regionaler und grenzüberschreitender Wissenstransferveranstaltungen besteht darin,

- Wissensaufbau, Wissensaufbau und Sensibilisierung für die Auswirkungen der Digitalisierung, der digitalen Transformation und digitaler Trends auf die gegenwärtige und zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Dienstleistungsunternehmen und
- Unterstützung der Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse von Unternehmen unter Berücksichtigung neuer digitaler Trends und der Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen durch die Generierung / Einführung neuer / bisher nicht angewendeter Lösungen und Anwendungen für Unternehmen in grenzüberschreitender Zusammenarbeit.

Ziel des Veranstaltungskonzepts ist es, ein umfassendes Bild zu skizzieren und die Typen, den Zweck, die Zielgruppen und die Methodik der in der Region Westtransdanubien stattfindenden und grenzüberschreitenden Trendveranstaltungen auf der Grundlage aufeinander aufbauend darzustellen. Das Konzept umfasst zwei Hauptarten von Veranstaltungen:

1. regionale Veranstaltungen (TRENDIG Ausschreibung im Material: T2.3.1
Veranstaltungsart: regionale TRENDIG Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung)

Das Hauptthema der regionalen Workshops sind Digitalisierungs- und digitale Transformationsprozesse, d.h. was es für kleine Unternehmen braucht, um wertschöpfende Kooperationen zu entwickeln und zu pflegen, und wie dies mit Hilfe von Digitalisierungsdienstleistern und Experten erreicht werden kann. Die Workshops sind auf die aktuellen Ereignisse und die Bedürfnisse von Unternehmen im Dienstleistungssektor zugeschnitten. 1 Workshop pro Partner.

Schwerpunkte:

1. Grundlegende Informationen zum Thema
 2. Regionale Informationssammlung – gemeinsame Nutzung neuer Möglichkeiten
2. Digithons (Bewerbungsunterlagen: T2.3.3 Veranstaltungsart: grenzüberschreitende Digithons iteratives und interaktives Arbeitstreffen mit Zielgruppen)

Eine lösungsorientierte Veranstaltung, bei der Vertreter verschiedener Disziplinen und Branchen Ideen generieren, die in kurzer Zeit umgesetzt werden können, mit dem Ziel, neue digitale Anwendungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen entsprechen.

Ziel: neue Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln. Es zeichnet sich aus durch: kommunikatives Miteinander, Vertrauen, offener reflexionskritischer Ansatz, Erfolgsfaktoren: Wertschöpfung (Business Value) Darstellung des Entwicklungsprozesses und einzelner Arbeitsprozesse sowie organisch dazu gehörende Webinare.

TRENDIG Digithons sind die Entwicklung neuer Formen der Zusammenarbeit (kürzere, hackathonartige Online-Events). Es zeichnet sich durch kommunikative Interaktion, Vertrauen, offene reflexionskritische Herangehensweise aus. Erfolgsfaktoren: Schaffung von echtem Wert (Business Value) und Darstellung des Entwicklungsprozesses und individueller Workflows.

Motivation

Digitale Technologien, wie z.B. Entwicklungen in den Bereichen Smartphones, Cloud Computing, Big Data, künstliche Intelligenz, Robotersysteme, Internet der Dinge, 3D-Druck, Virtualisierung, Cybersicherheit, Sensortechnologien, fortgeschrittene Robotik, Automatisierung usw., die in vielen Bereichen des wirtschaftlichen und sozialen Lebens intensiv genutzt werden. Klein- und Mittelgroßen Unternehmen (KMU) müssen ihre Organisationsstrukturen und Unternehmenskulturen umgestalten, von den Fertigungstechnologien bis hin zu den Auffassungen des Managements, um einen erfolgreichen digitalen Transformationsprozess in Gang zu setzen. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass die KMU in der Lage sind, eine Kosten-Nutzen-Analyse der digitalen Technologien vorzunehmen, und dass sie sich dieser Technologien bewusst sind. Das Thema der Online-Digithon-Veranstaltungen soll sie dabei unterstützen.

Es ist von entscheidender Bedeutung, die heimischen Unternehmen und ihre Eigentümer, die im internationalen Vergleich bei den digitalen Kompetenzen zurückliegen, auf den digitalen Wandel vorzubereiten und die Einführung und Schaffung innovativer geschäftlicher und technologischer Lösungen zu fördern und zu unterstützen. Zu diesem Zweck ist es wichtig, das digitale Bewusstsein und die Kompetenzen der Unternehmen zu schärfen und ein gezieltes Programm zur Unterstützung ihrer Vorbereitung durchzuführen.

Hier wird das Projekt TRENDIG durch verschiedene Veranstaltungen zum Wissenstransfer helfen. Im Rahmen des TRENDIG-Projekts wird ein Konzept für Wissenstransferveranstaltungen entwickelt (dieses Dokument), und es werden Pilotveranstaltungen unter Beteiligung der Projektzielgruppen organisiert. Neben dem Wissenstransfer zu Trends und Digitalisierung, der Förderung neuer regionaler und grenzüberschreitender Kooperationen und Geschäftskontakte ist es das Ziel der Veranstaltungsformate, den Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozess von Unternehmen zu unterstützen.

Im Rahmen des TRENDIG-Projekts wurde ein Fragebogen zur Bewertung des digitalen Status von KMU durchgeführt, aus dem der so genannte TrendRadar hervorging.

Während des Projekts können KMU durch 3 Arten von Veranstaltungen Unterstützung bei der Digitalisierung erhalten:

1. ein regionaler Workshop
2. regionale und österreichisch-ungarische grenzüberschreitende digitale Knotenpunkte und
3. und die damit verknüpfte Webinare.

Im Rahmen des TRENDIG-Veranstaltungskonzepts werden die Ziele, Inhalte und die Methodik der Veranstaltungen strukturiert dargestellt, um kleinen Dienstleistungsunternehmen die Anwendung der Methodik zur Gestaltung ihrer Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse zu ermöglichen.

Das allgemeine Ziel regionaler und grenzüberschreitender Wissenstransferveranstaltungen ist:

- Erweiterung des Wissens, Aufbau von Kenntnissen und Sensibilisierung für die Auswirkungen der Digitalisierung, der digitalen Transformation und digitaler Trends auf die Gegenwart und Zukunft von Dienstleistungsunternehmen und deren Wettbewerbsfähigkeit, sowie
- Unterstützung der Digitalisierung und des digitalen Wandels von Unternehmen unter Berücksichtigung neuer digitaler Trends und der besonderen Merkmale von Dienstleistungsunternehmen, indem Unternehmen neue/ungenutzte Lösungen und Anwendungen im Rahmen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit kennenlernen und entwickeln..

Ziel des Veranstaltungskonzeptes ist es, ein umfassendes Bild über die Arten, Ziele, Zielgruppen und Methodik der grenzüberschreitenden und grenzübergreifenden TRENDIG-Veranstaltungen in der Region Westtransdanubien zu schaffen. Das Konzept konzentriert sich auf zwei Hauptarten von Veranstaltungen:

1. regionale Veranstaltungen (TRENDIG im Antrag: T2.3.1 Veranstaltungstyp: regionale TRENDIG-Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung)

Das Hauptthema der regionalen Workshops ist die Digitalisierung und der digitale Transformationsprozess, d.h. was benötigt wird, um kleine Unternehmen in die Lage zu versetzen, wertschöpfende Kooperationen zu entwickeln und aufrechtzuerhalten, und wie man dies mit Hilfe von Digitalisierungsdienstleistern und Experten erreichen kann. Die Workshops werden auf die aktuelle Situation und die Bedürfnisse der Unternehmen des Dienstleistungssektors zugeschnitten sein. 1 Workshop pro Partner.

Schwerpunkt:

1. grundlegende Informationen zu dem Thema
2. regionaler Informationsspeicher - Austausch neuer Möglichkeiten

2. Digithons (im Antrag: T2.3.3 Veranstaltungstyp: grenzüberschreitende Digithons iterative und interaktive Workshops mit Zielgruppen)

Eine lösungsorientierte Veranstaltung, bei der Vertreter aus verschiedenen Disziplinen und Sektoren Ideen entwickeln, die in kurzer Zeit umgesetzt werden können, um neue digitale Anwendungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen entsprechen.

Ziel: Entwicklung neuer Formen der Zusammenarbeit. Merkmale: kommunikative Interaktion, Vertrauen, offener reflexionskritischer Ansatz, Erfolgsfaktoren: Schaffung von echtem Geschäftswert Darstellung des Entwicklungsprozesses und der Arbeitsabläufe, und die damit verknüpften Webinare.

TRENDIG-Digithons sind neue Formen der Zusammenarbeit (kürzere, hackathonartige Online-Events), die sich durch kommunikative Interaktion, Vertrauen, offene reflexionskritische

Herangehensweise, Erfolgsfaktoren: Schaffung von echtem Business Value und Darstellung des Entwicklungsprozesses und der individuellen Workflows auszeichnen.

1. Einleitung

Trotz der potenziell enormen Vorteile hinken kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der digitalen Transformation im Vergleich zu Großunternehmen oder dem Aufstieg der digitalen Gesellschaft hinterher. Neue Technologien, so vielfältig sie auch sein mögen, bieten ihnen viele Anwendungen, um ihre Leistung zu verbessern und die Einschränkungen ihrer Größe zu überwinden, mit denen sie in ihrem Unternehmen konfrontiert sind.

In vielen Ländern und Regionen haben KMU den größten Anteil am industriellen Gefüge, schaffen Arbeitsplätze und sind die Grundlage für integrative und nachhaltige Gesellschaften. Die digitale Rückständigkeit von KMU kann die Ungleichheiten zwischen Menschen, Orten und Unternehmen verstärken. Die Vorteile der digitalen Transformation werden von Early Adopters wahrgenommen, was diese Ungleichheiten weiter erhöht. Der Bericht befasst sich mit den jüngsten Trends bei der digitalen Übernahme von KMU, unter vielen im Zusammenhang mit der COVID-19-Krise. Der Bericht konzentriert sich auf Fragen der digitalen Sicherheit, Online-Plattformen, Blockchain-Ökosysteme und künstlicher Intelligenz. Der Bericht identifiziert Chancen, Risiken, nicht digital zu werden, und Hindernisse für die Einführung. Er erörtert konkrete politische Maßnahmen, die weltweit ergriffen werden, um die Transformation von KMU zu beschleunigen, und wirft eine Reihe von Überlegungen auf, um die digitale politische Agenda für KMU voranzubringen.

Ziel des TRENDIG-Projekts ist es, effiziente, bilaterale Kooperationen zu generieren und dem Dienstleistungssektor und den Wirtschaftsförderungsinstitutionen einen neuen Rahmen zu geben, in dem sie die Chancen der Digitalisierung kompetent nutzen können. Im Projekt geht es darum, den grenzüberschreitenden Mehrwert und Nutzen der Digitalisierung zu erkennen, die Informationen rund um die Digitalisierung nutzbar aufzubereiten, Zielgruppen zu kanalisieren und schließlich digitale Transformationen und Prozesse einzuführen.

2. Eine kurze Einführung in das TRENDIG-Projekt

Ziel des TRENDIG-Projekts ist es, kleinere Dienstleistungsunternehmen an digitale Trends heranzuführen, die sie mit Hilfe von Experten auf ihr eigenes Geschäft zuschneiden können.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten neue Technologien und Trends und wie können Unternehmen davon profitieren? Welche digitalen Transformationsprozesse braucht es, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben? Welche konkreten Fragen sollten sie sich zu zukünftigen neuen Trends stellen? Was bedeuten die zunehmende digitale Vernetzung und digitale Transformation, der technologische Fortschritt in der Branche oder veränderte Kundengewohnheiten für kleinere Unternehmen? Welche Auswirkungen haben diese neuen Trends auf bestimmte Sektoren/Unternehmen/deren Umfeld und welche Aussichten stecken dahinter? Dies sind die Fragen, die das Projekt sucht und beantwortet, und auch das Thema der regionalen und grenzüberschreitenden Veranstaltungen ist als Ziele darauf ausgerichtet.

Der Fokus des TRENDIG-Projekts liegt auf Digitalisierungstrends, Chancen, Prozessen und der digitalen Transformation, von denen kleine Dienstleister in Österreich und Ungarn, vor allem 1-50 Personen, betroffen sind. Wie interpretieren wir bekannte Fakten und digitale Trends in einem neuen Kontext und leiten daraus neue Lösungen ab?

Ziel der im Rahmen des Projekts durchgeführten interaktiven Veranstaltungen (sog. Digithons) ist es, regionale und österreichisch-ungarische grenzüberschreitende Kooperationen zwischen kleinen Dienstleistungsunternehmen, Digitalisierungs-, IT- und Start-up-Unternehmen sowie Wirtschaftsförderungsinstitutionen durch die interdisziplinäre Einbindung von Akteuren aus unterschiedlichen Bereichen zu etablieren.

Im Rahmen des TRENDIG-Projekts wird das Konzept der aufeinander aufbauenden Wissenstransferveranstaltungen entwickelt (dieses Dokument) und im Rahmen von Pilotveranstaltungen unter Beteiligung der Projektzielgruppen erprobt und durchgeführt. Neben dem Wissenstransfer über Trends und Digitalisierung, der Förderung neuer, regionaler und grenzüberschreitender Kooperationen und Geschäftsbeziehungen ist es das Ziel von Veranstaltungsformaten, die Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse von Unternehmen zu unterstützen.

Der Fokus der Projektaktivitäten liegt auf der Bündelung der Informationen und des Know-hows der beteiligten Organisationen (Projektpartner, Experten, Digitalisierungsunternehmen, öffentliche und private Wirtschaftsförderungsinstitutionen) und so die Erforschung und Nutzung der Zusammenhänge und Optimierungsmöglichkeiten. Die Idee basiert auf der Anbahnung von Kooperationen im Rahmen neuartiger Veranstaltungen (Digithons), deren Ziel es ist, gemeinsam entwickelte Entwicklungen und auf unterschiedliche Dienstleistungen zugeschnittene Lösungen einzuführen.

Um die wirtschaftliche Stabilität kleiner Dienstleistungsunternehmen zu gewährleisten, skizziert das Projekt lokale, regionale und globale Trends und identifiziert daraus gemeinsam und grenzüberschreitend mögliche Anwendungsbereiche. Nach Ansicht der Projektpartner ist die interdisziplinäre Einbindung von Experten, Organisationen und Institutionen aus unterschiedlichen Branchen ein wichtiger Faktor, da dies wesentlich zur zeitnahen Umsetzung von Entwicklungen beitragen kann. (siehe Abbildung 1) **1**Projektübersicht, Quelle: Projekt TRENDIG, 2021

1. Arbeitspaket - Aufbau eines Know-how-Netzwerks

- TRENDIG grenzüberschreitendes Netzwerk – learning partnerships
- Informative Beratungen mit Unternehmen

Zielgruppen:

Dienstleistungsanbieter (aus unterschiedlichen Branchen), kleine Unternehmen und auch GründerInnen, EPU, Digitalisierungsprovider und Start-ups, Öffentliche und private Business Support Organisationen, Bildungsreinrichtungen und Hochschulen, interessierte stakeholder

Hauptergebnis – Ziel: 10 an Kooperationsprojekten beteiligte Organisationen – Grenzüberschreitendes TRENDIG-Netzwerk – Aufbau einer Partnerschaft zwischen KMU

Vernetzung von Dienstleistungsunternehmen und Stakeholdern – mit besonderem Augenmerk auf Unternehmen und Startups, die Digitalisierungsdienstleistungen erbringen, Trendexperten und Mittlerorganisationen, um langfristige Lernpartnerschaften aufzubauen.

2. Arbeitspaket - Konzeption von Veranstaltungsarten zur Wissensvermittlung

- Bewertung des Digitalisierungsreifegrads
- Trend-Mapping
- Entwicklung von TRENDIG Wissenstransferformaten

Zielgruppen: kleine Unternehmen und auch GründerInnen, EPU, Digitalisierungsprovider und Start-ups, Öffentliche und private Business Support Organisationen, Bildungsreinrichtungen und Hochschulen, interessierte stakeholder

Hauptoutput – Zielwert: 6 KMU, die an Kooperationsprojekten teilnehmen - Beteiligung von Digitalisierungsdienstleistern und Experten an der Entwicklung des Wissenstransfermodells "TRENDIG". : Gemeinsame Entwicklung eines umsetzbaren Konzepts für hybride Veranstaltungen unter Beteiligung von Projektpartnern, Digitalisierungsdienstleistern und Experten.

3. Arbeitspaket - Implementierung von TRENDIG Piloten

- Regionale Workshops
- TRENDIG grenzüberschreitende Veranstaltung
- Digithon
- Webinare

Zielgruppen: kleine Unternehmen und auch GründerInnen, EPU, Digitalisierungsprovider und Start-ups, Öffentliche und private Business Support Organisationen, Bildungsreinrichtungen und Hochschulen, interessierte Stakeholder

Hauptoutput – Zielwert: 6 KMU, die an Kooperationsprojekten teilnehmen - TRENDIG "good practices" - umgesetzte grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Dienstleistungsunternehmen (6) und Digitalisierungsunternehmen

Zu den Zielgruppen des TRENDIG-Projekts gehören:

Kleine und mittlere Unternehmen – Zielwert: 80 – Dienstleister in verschiedenen Branchen, auch neu gegründete kleine Unternehmen, Einzelunternehmer, Unternehmen, die Digitalisierungsdienstleistungen erbringen, Startups.

Wirtschaftliche Interessengruppen – Zielwert: 10 – Öffentliche und private Wirtschaftsförderungsinstitutionen, z.B. Wirtschafts- und Arbeiterkammern, die Steirische SFG, impulse Technologie- und Innovationszentren, Inkubatoren, Cluster, die Unternehmen mit Know-how und Dienstleistungen unterstützen, sowie weitere Netzwerke rund um das Thema.

Hochschul- und Forschungseinrichtungen – Zielwert: 4 - Forschungseinrichtungen (z.B. Forschung Burgenland), Universitäten, die sich mit digitalen Transformationsprozessen beschäftigen, Széchenyi István Universität, Kreativwirtschaft.

Ausbildungseinrichtungen, Schulen – Zielwert: 4 - Bildungseinrichtungen wie WIFI, Berufsschulen oder Mobilis in Ungarn.

Sonstiges – Zielwert: 4 – Startup-Communities innerhalb und außerhalb des Programmbereichs.

3. Digitale Trends in der Welt des Mittelstands

Zu den Vorteilen der Digitalisierung sollte hervorgehoben werden, dass die Umsetzung regionaler digitaler Infrastrukturentwicklungen territoriale Disparitäten sowohl auf regionaler als auch auf nationaler Ebene verringern und so die Chancengleichheit für Unternehmen aller Größen, Fähigkeiten und Leistungen fördern kann.

Eine hohe NGA-Abdeckung schafft die Voraussetzungen für die Verbreitung moderner Technologien, die auch zu einem Anstieg der Investitionen in KMU beitragen können. Dies wird dazu beitragen, das Innovationspotenzial von KMU zu stärken.

Die Erleichterung der Nutzung von Netzgemeinschaftslösungen für inländische Mobilfunkbetreiber kann die Einführung von 5G beschleunigen, die Umweltbelastung und die Kosten für den Bau und Betrieb des Netzes verringern, was im Einklang mit der Verbreitung und Verbreitung des grünen Denkens der EU unter KMU steht.

Einer der Treiber für die Anzahl, Intensität und den nachhaltigen Erfolg der grenzüberschreitenden und anderen internationalen Zusammenarbeit kann die größtmögliche Verbreitung digitaler Instrumente sein, die von KMU genutzt werden. Es gibt viele digitale Tools, die KMU zur Verfügung stehen (sowohl kostenlos als auch abonnementpflichtig), aber oft liegt das Problem nicht in der Einführung und dem Erwerb dieser Tools, sondern im Fehlen eines methodischen und strategischen Hintergrunds.

Dies ist der Fall, obwohl auf nationaler Ebene langfristige digitale Entwicklungsprogramme für Unternehmen eingeführt wurden (siehe z. B. das Modern Enterprises Program). Die Bereitstellung von Breitbandinfrastruktur im Land ist hoch, so dass fast 100% der Unternehmen eine Internetverbindung haben, Büro-IT-Ausrüstung zur Verfügung steht, und die Nutzung von Smartphones und Computern ist auch unter Unternehmern und Mitarbeitern von Unternehmen sehr weit verbreitet.¹

In vielen Fällen sind Führungskräfte jedoch nicht offen für neue (digitale) Lösungen. Hinzu kommt, dass die digitale Bereitschaft der Unternehmen heterogen ist, wobei die schlimmste Situation hier bei Kleinstunternehmen der Fall ist, die die größte Anzahl auf dem Markt haben, was zu einem mangelnden Einsatz neuer Technologien führt.

Für einige Branchen (Tourismus, Baugewerbe, Lebensmittelwirtschaft, Logistik, Einzelhandel) gibt es eine deutlichere und spezifischere Verzögerung bei der Digitalisierung.

Damit verbunden sind in vielen Fällen die Finanzierungsschwierigkeiten beim Einsatz digitaler Tools und der Einführung von Digitalisierungsprozessen. Es gibt immer noch einen Mangel an hochqualifizierten IKT-Spezialisten mit praktischen Kenntnissen.

In Bezug auf Digitalisierungsprozesse ist es typisch, dass der Generationswechsel in Unternehmen in der Regel dazu beiträgt, den Grad der Digitalisierung zu erreichen. Als Folge

¹ <https://vallalkozzdigitalisan.hu/>

der Coronavirus-Krise setzen immer mehr Unternehmen auf die Digitalisierung, zudem ist der Aufbau und die Stärkung der bestehenden digitalen Infrastruktur zu beobachten.

Es gilt, heimische Unternehmen und deren Eigentümer, die im internationalen Vergleich im Bereich der digitalen Kompetenzen deutlich hinterherhinken, auf die digitale Transformation vorzubereiten und die Nutzung und Entstehung innovativer unternehmerischer und technologischer Lösungen zu fördern und zu unterstützen. Zu diesem Zweck ist es wichtig, das digitale Bewusstsein und die Kompetenzentwicklung von Unternehmen zu erhöhen und ein gezieltes Programm zur Unterstützung der Vorbereitung von Unternehmen bereitzustellen. Hier hilft das Projekt TRENDIG im Rahmen verschiedener Wissenstransferveranstaltungen.

3.1. Digitale Statusbewertung von KMU

Pannon Novum West Transdanubian Regional Innovation Nonprofit Ltd. führte im Rahmen des TRENDIG-Projekts in Partnerschaft mit der Innovation Region Styria GmbH, dem Berufsförderungsinstitut Burgenland und der Weizer Energie- Innovations- Zentrum GmbH eine Bewertung des Digitalisierungsstatus durch, in dem es vor allem den aktuellen Status der von Dienstleistungsunternehmen mit 1-50 Mitarbeitern im Zusammenhang mit Digitalisierung und digitalen Transformationsprozessen untersuchte.

Ziel der Befragung war es, die Marktchancen zu identifizieren, die die Digitalisierung KMU bietet, indem die von der Partnerschaft vordefinierten digitalen Trendfelder untersucht wurden. (Anzahl der Befragten: 30 KMU in Westtransdanubien HU – 56 in Österreich AT)

Die untersuchten digitalen Trendbereiche waren:

1. Kommunikationsinstrumente (**90% HU / 96,43% AT** der befragten KMU gaben an, bereits ein digitales Kommunikationstool zu nutzen.)
2. Authentifizierungstools (**30% HU / 50,1% AT** der Befragten nutzen solche Geräte bereits, **13,3% HU / 16,36% AT** bereiten sich auf die Nutzung vor, **20% HU / 21,8% AT** möchten solche Geräte in Zukunft verwenden und **36,7% HU / 10,9% AT** gaben an, dass sie ein solches digitales Gerät nicht benötigen.)
3. Cloud-Dienste (Rücklaufquote: bereits im Einsatz: **70% HU / 80,4% AT**, Vorbereitung in Arbeit: **3,3% HU / 3,6% AT**, Ich möchte sie in Zukunft nutzen: **10% HU / 3,6% AT**, Ich brauche sie nicht: **16,7% HU / 12,5% AT**)
4. Dokumentationssysteme (**30% HU / 58,9% AT** der Befragten nutzen solche Geräte bereits, **16,7% HU / 12,5% AT** bereiten sich auf den Einsatz vor, **23,3% HU / 17,9% AT** möchten solche Geräte in Zukunft einsetzen und **30% HU / 10,71% AT** geben an, dass sie ein solches digitales Gerät nicht benötigen.)

5. E-Commerce (Rücklaufquote: Ich nutze bereits: **23,3% HU / 48,2% AT**, Vorbereitung läuft: **10% HU / 8,9% AT**, Ich möchte es in Zukunft nutzen: **13,3% HU / 17,9% AT**, Ich brauche es nicht: **53,3% HU / 25% AT**)
6. Künstliche Intelligenz (**16,7% HU / 28,6% AT** der Befragten nutzen solche Geräte bereits, **6,7% HU / 10,7% AT** bereiten sich auf die Nutzung vor, **33,3% HU / 33,9% AT** möchten solche Geräte in Zukunft nutzen und **43,3% HU / 26,8% AT** gaben an, dass sie ein solches digitales Gerät nicht benötigen.)
7. Online-Marketing-Tools (Rücklaufquote: Ich verwende bereits: **53,3% HU / 67,9% AT**, Vorbereitung in Arbeit: **3,3% HU / 16% AT**, Ich möchte es in Zukunft verwenden: **26,7% HU / 7,1% AT**, Ich brauche es nicht: **16,7% HU / 8,9% AT**)
8. Projektmanagement-Tools (Rücklaufquote: Ich verwende bereits: **40% HU / 51,8% AT**, Vorbereitung in Arbeit: **6,7% HU / 12,5% AT**, Ich möchte es in Zukunft verwenden: **26,7% HU / 12,5% AT**, Ich brauche es nicht: **26,7% HU / 23,1% AT**)
9. Warenwirtschaftssysteme (Rücklaufquote: bereits im Einsatz: **10% HU / 10,9% AT**, Vorbereitung in Bearbeitung: **3,3 % HU / 7,3% AT**, Ich möchte sie in Zukunft verwenden: **6,7 % HU / 3,6% AT**, Ich brauche sie nicht: **80 % HU / 78,2% AT**)
10. 3D-Lösungen (**6,7% HU / 16,1% AT** der Befragten nutzen solche Geräte bereits, **0% HU / 5,36% AT** bereiten sich auf den Einsatz vor, **10% HU / 14,29% AT** möchten solche Geräte in Zukunft nutzen und **83,3% HU / 64,3% AT** gaben an, dass sie ein solches digitales Gerät nicht benötigen.)

Die Umfrage umfasste auch, welche der folgenden Punkte die befragten Unternehmen als potenzielle Chance für ihr Unternehmen sehen, digitale Tools zu implementieren:

1. Einsatz von eingebetteten Systemen zur Verbesserung der Lebensqualität/ Ambient Assisted Living (AAL) & Smart Homes (= seniorenfreundlich, sowie Smart Houses, Apartments) **8,7% HU / 9,8% AT**
2. Augmented, Virtual und Mixed Reality (= virtuelle Erweiterung der Realität mit virtuellen Elementen wie Videos, GPS-Daten oder 3D-Objekten) **21,7% HU / 43,1% AT**
3. Customer Co-Creation (= Unternehmensstrategie, bei der Kunden in den Entwicklungsprozess eingebunden werden) **39,1% HU / 31,4% AT**
4. Geofence/ Geofencing & Beacons / Beacons (= Objekte wie Smartphones oder Personen werden innerhalb eines bestimmten Bereichs registriert, was einen Datenaustausch und eine automatische Kommunikation unabhängig von Zeit und Ort ermöglicht) **17,4% HU / 29,4% AT**
5. Internet of Things (IoT) & Hybridlösungen (= ermöglicht die Vernetzung physischer und virtueller Objekte) **13,0% HU / 43,1 % AT**
6. Long Tail (= ein klar definiertes Nischenprodukt im Online-Handel, bei dem jeder Klick Traffic bringt) **21,7% HU / 21,6 % AT**

7. Shy Technologie (= intelligente Umgebungen, in denen Endgeräte und Sensoren miteinander vernetzt sind, z.B. gedankengesteuerte Interaktion mit technologischen Geräten) **0% HU / 9,8% AT**

3.2. TrendRadar

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Umfrage sowie der Darstellung der Digitalisierungstrends und -prozesse in den österreichisch-ungarischen Grenzregionen hat die TRENDIG-Partnerschaft einen sogenannten Trendradar erstellt. TrendRadar bietet einen Überblick über digitale Trends, die für den Mittelstand relevant sind.

In der unteren Hälfte des in Abbildung 2 dargestellten TrendRadars wurden die digitalen Trends, Bereiche und Themen zu den in die Befragung einbezogenen Bereichen zusammengefasst. Der "Horizont" in der Mitte zeigt die Schnittstellen zwischen der aktuellen und zukünftigen Situation an. Der obere Teil der Abbildung stellt die Hauptthemen der digitalen Trends dar, die in naher Zukunft relevant sein werden.

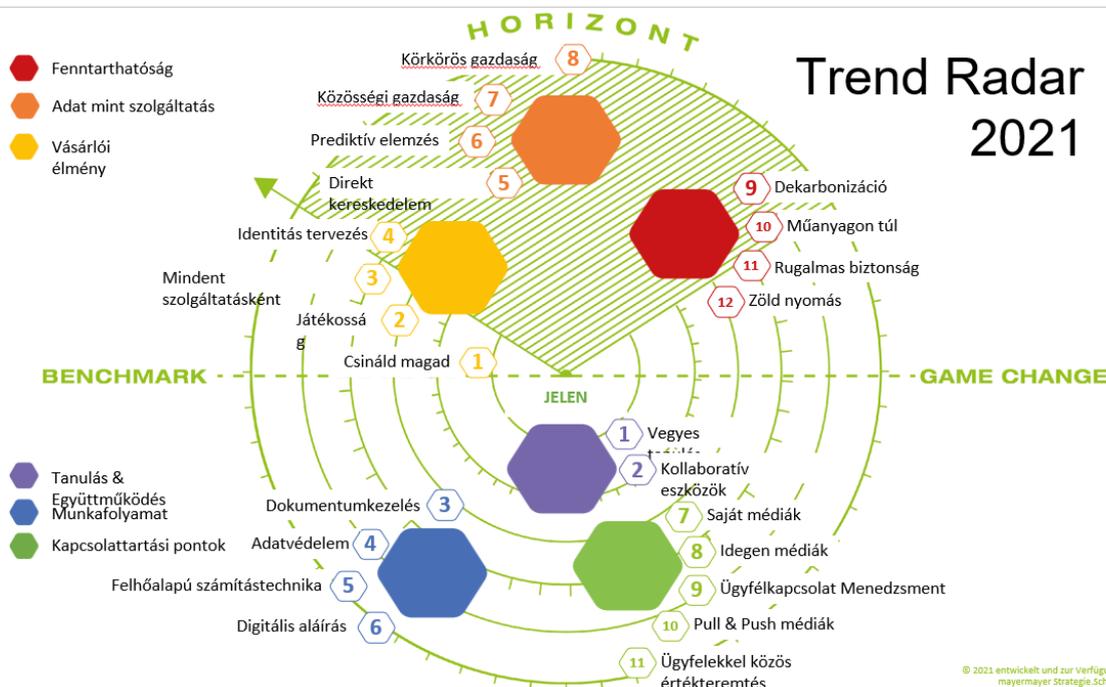


Abbildung 2: TrendRadar, Quelle: Projekt TRENDIG, 2021

Digitale Technologien sind Entwicklungen in Smartphones, Cloud Computing, Large Data, künstlicher Intelligenz, Robotersystemen, Internet der Dinge, 3D-Druck, Virtualisierung, Cybersicherheit, Sensortechnologien, fortschrittlichen Robotersystemen, Automatisierung usw., die in vielen Bereichen des wirtschaftlichen und sozialen Lebens intensiv genutzt werden. KMU müssen ihre Organisationsstruktur und Unternehmenskultur von Produktionstechnologien bis hin zu Managementwahrnehmungen transformieren, um einen effektiven digitalen Transformationsprozess auszulösen. Für KMU ist es wichtig, eine Kosten-Nutzen-Analyse digitaler

Technologien durchführen zu können und sich dieser Technologien bewusst zu sein. Das Thema der Online-Digithon-Veranstaltungen soll dabei helfen.

4. Arten von Veranstaltungen zur Wissensvermittlung

Im Rahmen des TRENDIG-Veranstaltungskonzepts werden die Ziele, Inhalte und Methodik von Veranstaltungen auf Basis eines Jahres strukturiert dargestellt, so dass ihre Methodik zukünftig von kleinen Dienstleistungsunternehmen angewendet werden kann, um ihre Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse zu gestalten.

Das allgemeine Ziel regionaler und grenzüberschreitender Wissenstransferveranstaltungen besteht darin,

- Wissensaufbau, Wissensaufbau und Sensibilisierung für die Auswirkungen der Digitalisierung, der digitalen Transformation und digitaler Trends auf die gegenwärtige und zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Dienstleistungsunternehmen und
- Unterstützung der Digitalisierungs- und digitalen Transformationsprozesse von Unternehmen unter Berücksichtigung neuer digitaler Trends und der Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen, Generierung / Einführung neuer/bisher nicht angewandter Lösungen und Anwendungen für Unternehmen in grenzüberschreitender Zusammenarbeit

Die Veranstaltungskonzepte werden gemeinsam von den trendigen Projektpartnern (Pannon Novum Nonprofit Kft., Innovation Region Styria GmbH, Berufsförderungsinstitut Burgenland, Weizer Energie- Innovations- Zentrum GmbH) und deren Experten entwickelt. Projektpartner, der die Entwicklung des Konzepts koordiniert, ist die Innovation Region Styria GmbH.

Ziel des Veranstaltungskonzepts ist es, ein umfassendes Bild der Art, des Zwecks, der Zielgruppen und der Methodik der TRENDIG-Veranstaltungen zu erstellen, die in der Region Westtransdanubien und über die Grenze hinweg stattfinden, basierend aufeinander. Das Konzept umfasst zwei Hauptarten von Veranstaltungen:

3. regionale Veranstaltungen (im Bewerbungsmaterial: T2.3.1 Veranstaltungsart: regionale TRENDIG Veranstaltungen, Thema: Trends und Digitalisierung)

Das Hauptthema der regionalen Workshops sind Digitalisierungs- und digitale Transformationsprozesse, d.h. was es für kleine Unternehmen braucht, um wertschöpfende Kooperationen zu entwickeln und zu pflegen, und wie dies mit Hilfe von Digitalisierungsdienstleistern und Experten erreicht werden kann. Die Workshops sind auf die aktuellen Ereignisse und die Bedürfnisse von Unternehmen im Dienstleistungssektor zugeschnitten. 1 Workshop pro Partner.

Schwerpunkte:

1. Grundlegende Informationen zum Thema

2. Regionale Informationssammlung – gemeinsame Nutzung neuer Möglichkeiten

4. (Bewerbungsunterlagen: T2.3.3 Veranstaltungsart: grenzüberschreitende Digithons iteratives und interaktives Arbeitstreffen mit Zielgruppen)

Eine lösungsorientierte Veranstaltung, bei der Vertreter verschiedener Disziplinen und Branchen Ideen generieren, die in kurzer Zeit umgesetzt werden können, mit dem Ziel, neue digitale Anwendungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen entsprechen.

Ziel: neue Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln. Sie zeichnet sich aus durch: kommunikative Interaktion, Vertrauen, offene reflexionskritische Herangehensweise, Erfolgsfaktoren: Wertschöpfung (Business Value) Darstellung des Entwicklungsprozesses und einzelner Arbeitsprozesse.

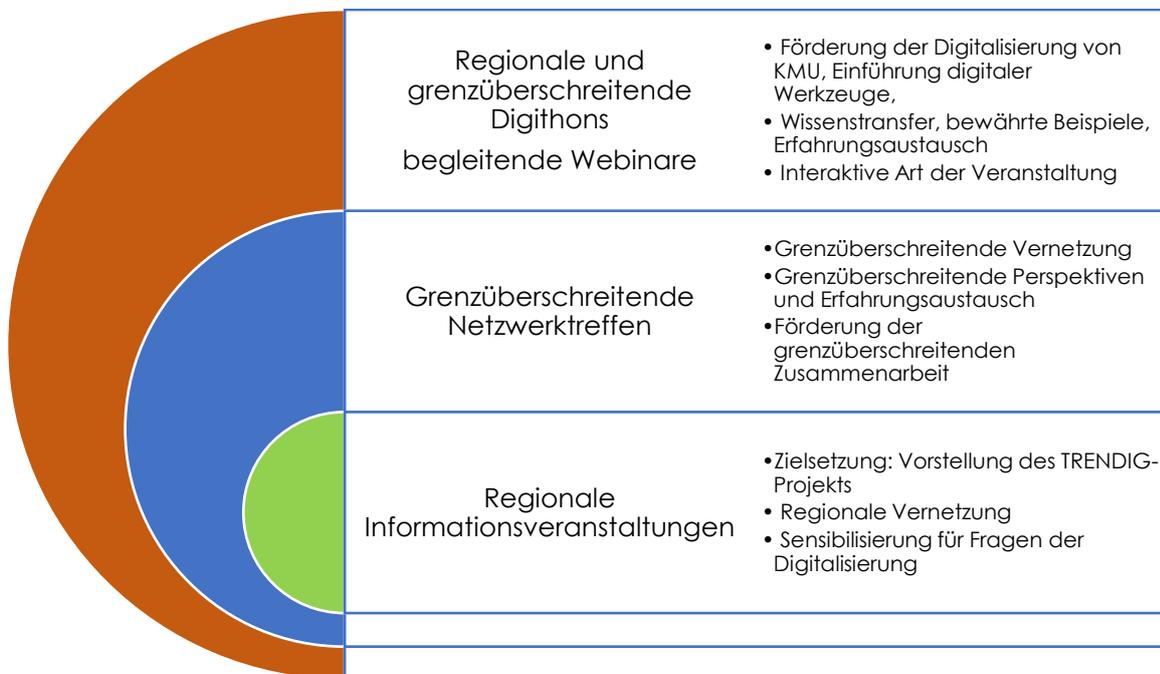


Abbildung 3: TRENDIG-Veranstaltungen, Quelle: TRENDIG-Projekt, 2022

4.1. Regionale TRENDIG-Veranstaltung zu Trends und Digitalisierung

Ziel des regionalen Workshop-Veranstaltungstyps TRENDIG (1 Session in der Region Westtransdanubien) ist es, Unternehmen mit verschiedenen digitalen Trends vertraut zu machen, für die Vorteile der Digitalisierung zu sensibilisieren, sie zu sensibilisieren und Digitalisierungsprozesse zu steuern. Neben der Neugier von Unternehmern ist es wichtig, Perspektiven sichtbar zu machen (mit TrendRadar) und erste Erfahrungen zu sammeln.

Es kann in einem Publikums-/Live- oder Online-Format vorliegen (unter Berücksichtigung der aktuellen epidemiologischen Regeln oder der vom TRENDIG-Projektpartner bereitgestellten Regeln).

Das Thema der Veranstaltung passt zu den spezifischen Bedürfnissen der regionalen (westtransdanubischen) Akteure der Projektzielgruppe, und der Fokus liegt auch auf dem Kennenlernen der digitalen Lösungen von Digital-, IT-Dienstleistungsunternehmen und Start-ups sowie dem Austausch subregionaler und regionsspezifischer Informationen zu Trends und Digitalisierung. (Verwandte Tools: Trends und Informationen auf der TRENDIG-Projektwebsite sowie dem fertigen TrendRadar)

Die Dauer der Veranstaltung beträgt 1,5-2,5 Stunden, abhängig von der Verfügbarkeit der Zielgruppe und dem Format.

Zielgruppe: Dienstleistungsanbieter (aus unterschiedlichen Branchen), kleine Unternehmen und auch GründerInnen, EPU's, Digitalisierungsprovider und Start-ups, Öffentliche und private Business Support Organisationen, Bildungsreinrichtungen und Hochschulen, interessierte stakeholder

Thema und Methodik : Durch die Teilnahme an der Veranstaltung können teilnehmende KMU einen Einblick in die Vorteile der Digitalisierung gewinnen und verstehen, dass die Digitalisierung für sie eine positive Transformationsspirale auslösen kann. Die eingeführten oder geplanten digitalen Werkzeuge sind jedoch als Systeme zu sehen, die in Symbiose mit Menschen zusammenarbeiten. Das bedeutet, dass es nicht ausreicht, digitale Tools in einem Unternehmen einzuführen, sondern auch die digitalen Kompetenzen von Mitarbeitern und Führungskräften zu entwickeln. Wenn dies nicht oder nicht effektiv erreicht wird, werden die Vorteile digitaler Tools nicht voll ausgeschöpft oder, schlimmer noch, sie können zu Nachteilen führen.

Während der digitalen Sensibilisierung können Unternehmen die Denkweise kennenlernen, dass eine nachhaltige Gestaltung der digitalen Transformation nicht mit "Entweder-Oder"-Strategien (oder analogen, traditionellen Systemen oder digitalen Tools) möglich ist, sondern mit "beidem". Die Arbeit der Zukunft ist eine Symbiose zwischen Mensch und Maschinen/Geräten. Der Schwerpunkt liegt auf der Integration von menschlicher und

geräteseitiger Leistung und der Organisation von gegenseitigen Lernprozessen zwischen Menschen und digitalen Geräten (sowie der Hardware, die organisch mit ihnen verbunden ist) in die Arbeitspraxis zum gegenseitigen Nutzen.

Auf dem Weg zu digitalen Lösungen, mit und ohne künstliche Intelligenz, ist es eine große Herausforderung, alte Fixierungen, traditionelle Funktionsprinzipien, Systeme als eine Art "Bremse" zu erkennen und zu lösen.

Vorgeschlagenes Programm:

1. Willkommen, Hintergrund zu Digitalisierungstrends
2. Digitalisierungssituation für kleine Unternehmen
3. Ableitung möglicher Handlungsfelder (TrendRadar und zugehörige Kurzdarstellung des TRENDIG-Projekts)
4. Erarbeitung und Vermittlung von Leitthemen
5. Erste Schritte mit digitalen Assets
6. Erfahrungsaustausch
7. Aussicht

Organisation des regionalen Workshops:

1. vor der Veranstaltung: Einladung von Stakeholdern und Zielgruppen mit Hilfe gezielter E-Mails, basierend auf einer Datenbank; Versand eines Newsletters; www.trendig.info Website und Social-Media-Kanäle Facebook und LinkedIn
2. während der Veranstaltung: Kommentare aufnehmen und beantworten
3. Nach der Veranstaltung: Senden einer zusammenfassenden E-Mail an die Teilnehmer mit den Lernmaterialien auf der/den digitalen Plattform(en) und Evaluation

4.2. Digithon

Erklärung: Entwicklung neuer Formen der Zusammenarbeit wie kurze hackathonartige Online-Veranstaltungen. Es zeichnet sich durch kommunikative Interaktion, Vertrauen, offene reflexionskritische Herangehensweise aus. Erfolgsfaktoren: Schaffung von echtem Wert (Business Value) und Darstellung des Entwicklungsprozesses und individueller Workflows.

Auf Veranstaltungen finden oder erstellen interdisziplinäre Teams in kürzester Zeit innovative Konzepte, Digitalisierungsmöglichkeiten und Lösungen für Dienstleistungsunternehmen unterschiedlicher Branchen und in Zusammenarbeit mit digitalen, IT-Dienstleistern.

Ziel von Digithons ist es, der Zielgruppe die Vorteile des "digitalen Arbeitsplatzes" verständlich zu machen, einen möglichen Digitalisierungsplan zu skizzieren, verschiedene Good Practices kennenzulernen und beim Erfahrungsaustausch und deren Anpassung neues Wissen zu erweitern, neue Formen der Zusammenarbeit zu finden, kommunikative Erfahrungen auszutauschen, zu vertrauen, offene reflexionskritische Fragen zu stellen.

Erfolgsfaktoren: Schaffung von Real Value (Business Value), der Entwicklungsprozess und individuelle Arbeitsprozesse Präsentation. Digithons helfen, Digitalisierungsprozesse und -trends zu verstehen.

Format: Live-, Online- oder Hybridversionen eignen sich gut für diese Art von Ereignissen. Ihre Dauer beträgt zwischen 2-4 Stunden, Vor- und Nachbereitung sind ebenfalls damit verbunden, z.B weitere Online-Meetings oder E-Mail-Kommunikation, telefonische Beratung, Beratung
Es ist eine Veranstaltung, die sowohl in grenzüberschreitenden als auch in regionalen Formaten umgesetzt werden soll. Zielwert: 2 Sitzungen (Abbildungen 4 und 5)

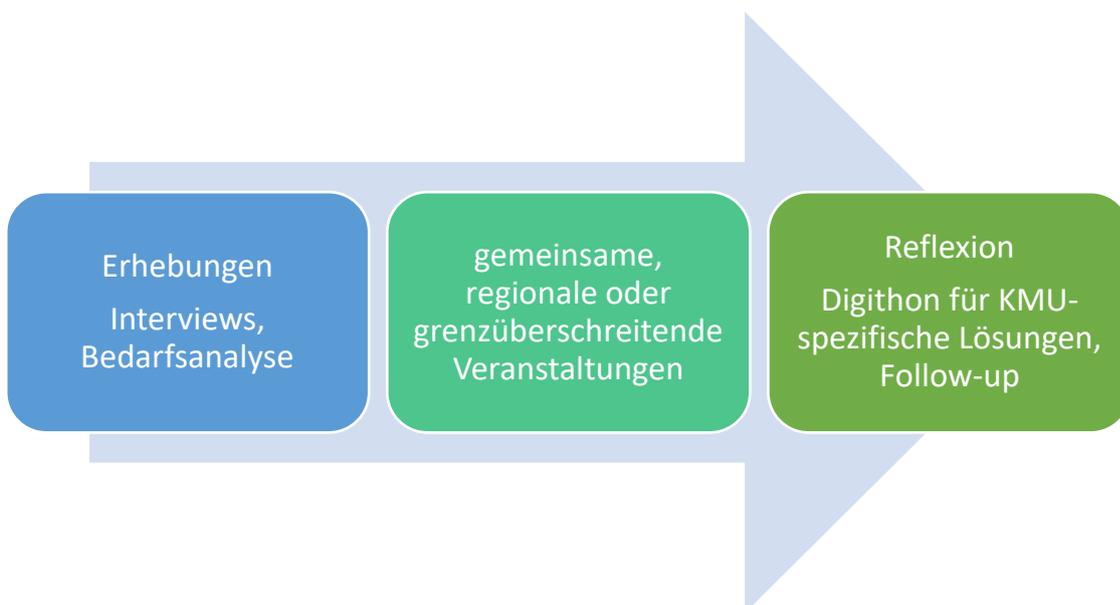


Abbildung 4: Format der Digithons, Quelle: Projekt TRENDIG, 2022



Allgemeine Ziele von Digithons, regionale Veranstaltungen

- Förderung der Digitalisierung von KMU, Vorstellung digitaler Werkzeuge,
- Wissenstransfer, bewährte Verfahren, Erfahrungsaustausch
- durch interaktive Veranstaltungen und die interdisziplinäre Einbeziehung von regionalen und lokalen Akteuren aus verschiedenen Bereichen,
- regionale und grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Dienstleistungsunternehmen, Digitalisierungs- und Start-up-Unternehmen, Wirtschaftsförderungseinrichtungen und Experten,
- Diese Kooperationen werden sich positiv auf das Innovationsökosystem der österreichischen und ungarischen Regionen insgesamt und gleichzeitig auf regionale und grenzüberschreitende Wertschöpfungsketten auswirken.



Aufbau von Digithon

Das Format der Digithons kann je nach der Digitalisierungsstruktur und den Zielen der teilnehmenden KMU variieren. Dementsprechend können Digithons sein

- regionaler Reichweite und überregionaler Wirkung,
- rein online, mit Online- und Face-to-Face-Präsenz (hybrid),
- bilaterale Gespräche, moderiert von Trendig-Projektexperten (gezielte Veranstaltungen für ein österreichisches und ein ungarisches KMU,
- kurze einmalige moderierte Veranstaltungen oder längerfristige Strukturen mit Beratung, Vorträgen, Einzelgesprächen



Digithon Outputs, Indikatoren

- Anzahl der teilnehmenden KMU
- Anzahl der Ereignisse
- Palette der vorgestellten digitalen Werkzeuge
- Gezielter Einsatz von Methoden während der Veranstaltung
- Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen KMU (regional und grenzüberschreitend)
- gemeinsame Zusammenarbeit zwischen KMU
- Anzahl der Redner
- Zielgruppe: Kleine Unternehmen, hauptsächlich aus dem Dienstleistungssektor

Abbildung 5: Indikatoren, Quelle: TRENDIG-Projekt, 2022

Thema, Methodik und vorgeschlagenes Programm:

Im ersten Teil der Digitalisierung bewerten die Experten des TRENDIG-Projekts im Rahmen eines bilateralen Beratungsgesprächs die aktuelle digitale Situation, Prozesse, Ziele und Bedürfnisse von KMU.

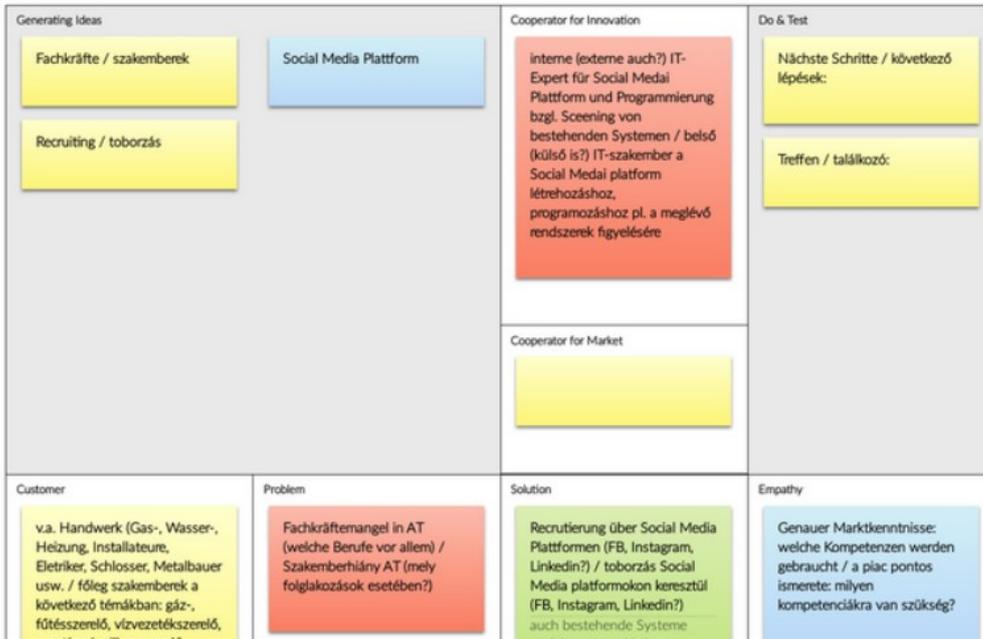
Auf einen zweiten Teil folgen gemeinsame Schulungen, Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen mehreren KMU.

Programm:

1. Ziele von Online-Digithon, TrendRadar, um digitale Tools zu nutzen.
2. Vorstellung von Unternehmen und Unternehmern, die an einer regionalen und/oder grenzüberschreitenden Zusammenarbeit teilnehmen möchten (z.B. allgemeine Informationen, Tätigkeitsbereiche, Aufgaben, eine kurze Marktbeschreibung, wo sie derzeit tätig sind, was die Stärken ihres Unternehmens sind, in welchem Bereich sie das Unternehmen entwickeln / verbreiten möchten, etc.) (z.B. mit Padlet)
3. Abbildung der spezifischen Ziele einer möglichen gemeinsamen Zusammenarbeit (mit Design Thinking Methoden oder Business Model Canvas ZEN)
4. Bedürfnisse, mögliche gemeinsame Aktivitäten/Angebote (Zielgruppe, Diskussion möglicher Formen der Zusammenarbeit, Benennung gemeinsamer Kommunikationskanäle)
5. Einige digitale Tools, um die Zusammenarbeit zu erleichtern
6. Nächste Schritte

Die verwendeten Methoden sind: Business Model Zen Canvas, Canvizer, 4 L – Retrospective Assessment, andere Design Thinking und Business Model Canvas Methoden.

Business Model Zen Can...



Es folgt die Auswertung der digitalen Prozesse, Kooperationen, der bisher möglicherweise genutzten digitalen Transformation und die Planung der nächsten Schritte (z.B. mit Hilfe von 4 L Canvas, Miro Board, Padlet, etc.).

4L Retrospective Canvas ...



In Verbindung mit dem interdependenten regionalen Workshop und den regionalen und grenzüberschreitenden Digithons wird zudem ein **Webinar** vorbereitet (Ziel: 2 bilaterale Webinare in deutsch-ungarischer Sprache in Form von zwei Präsentationen von Trends und Tools rund um Digitalisierungsprozesse), das langfristig auch nach Projektende auf der Projektwebsite (www.trendig.info). Die Webinare sind auf die Bedürfnisse der am Digithon teilnehmenden Unternehmen zugeschnitten und dienen der kontinuierlichen Erweiterung des Wissens.

Themenvorschläge:

1. Digitale Trends und verfügbare digitale Werkzeuge (mögliche Themenschwerpunkte: Werkzeuge im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen, Elemente im Zusammenhang mit Prozessen und Prozessen)
2. Digitale Trends und verfügbare digitale Tools (mögliche Themenschwerpunkte: marketing- und kundenbeziehungsrelevante digitale Tools, unternehmenskulturbezogene Assets und/oder Geschäftsmodell- und Wertschöpfungskettenrelevante digitale Lösungen)

5. Verwendete digitale Werkzeuge

In den folgenden Unterabschnitten werden die verschiedenen digitalen Tools und ihre Alternativen vorgestellt, die in das Thema der Veranstaltungen aufgenommen werden.

5.1. Durchsuchen, Suchen und Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten

Wenn wir über Internet-Repositories sprechen, müssen wir öffentlich verfügbare Inhalte, die für jedermann kostenlos genutzt werden können, und private Inhalte, die nur mit einer Art Autorisierung verwendet werden können, möglicherweise bezahlte Inhalte, trennen, wir werden uns mit ersterem im Lehrplan befassen.

Datenspeicher und die dazugehörigen Datenbanken hatten nach einem vorgegebenen Prinzip der Speicherung und Sortierung ein "Konzept", als sie erstellt und der Internet-Community zur Nutzung übergeben wurden. Teil des Konzepts ist die Analyse des Verhaltens der Nutzer bei der Informationsbeschaffung, d.h. "Welche Daten, auf welche Weise wollen wir sie darin finden?", die oft auf den Betrieb des Informationssystems "zurückgeführt" wird: z.B. mit einem

Kommentar wie "andere suchen danach, sie haben gesucht" – um unerfahrenen "Data Minern" mit weniger Informationen zu helfen.

Das größte der Internet-Repositoryen ist das öffentliche Internet selbst, wo das Grundproblem darin besteht, die Expansion und den Wandel zu "verfolgen", die für menschliche Standards bereits unverständlich sind. Wir können es nur verfolgen, weil sich die Datenmenge in immer kürzerer Zeit zu einem bestimmten Thema verdoppelt, von dem wir manchmal Schöpfer, aber meistens Empfänger sind.

Im Laufe des Alltags werden Tausende von Internetseiten erstellt und in wenigen Minuten geändert, dies kann mit keiner anderen Methode als durch automatisierte Erkennung, die von "Robotern" durchgeführt wird, verfolgt werden. Mal sehen, wie die größte Suchmaschine funktioniert, was sie tut, um sie auf dem neuesten Stand zu halten und, wie er von Anfang an sagt, "relevante Ergebnisse zu liefern".

5.2. Effiziente Browsernutzung

Google-Suche - Keyword-Analyse - Trends-Nutzung - Benachrichtigungen & Themenbenachrichtigungen RSS-Feed (An- und Abmeldungen)

Die Inhalte, aus denen das Internet besteht, werden in HTML in einer Form gespeichert, die nicht direkt gelesen werden kann, diese Sprache wird für uns von unserem Browser übersetzt, von dem es bereits genug zur Auswahl aus Google Chrome, Safari, Mozilla Firefox, Microsoft Edge usw. gibt.

Da wir sehr selten Internetadressen direkt in unseren Browser eingeben, ist es üblicher, auf einen Link zu klicken oder von der Suchmaschine auf eine Webseite zu gelangen.

Für die Google-Suche sind auch UNIFORM RESOURCE Locators (z.B. noloc.nl) sehr wichtig, deren Besonderheit darin besteht, dass nicht zwei von ihnen gleich oder genau sein können: Man kann nicht auf zwei verschiedene Webseiten mit der gleichen URL, also einem Link unter einem anderen Namen, verweisen. Diese Einzigartigkeit nutzt Google, um alle ihm im Internet bekannten Daten als verschiedene Inhaltselemente in einem riesigen "Inhaltsverzeichnis" zu speichern und die Google-Datenbank zu erstellen, auf die die Google-Suche zugreifen kann.

5.3. Wie funktioniert Google und warum ist es so effektiv?

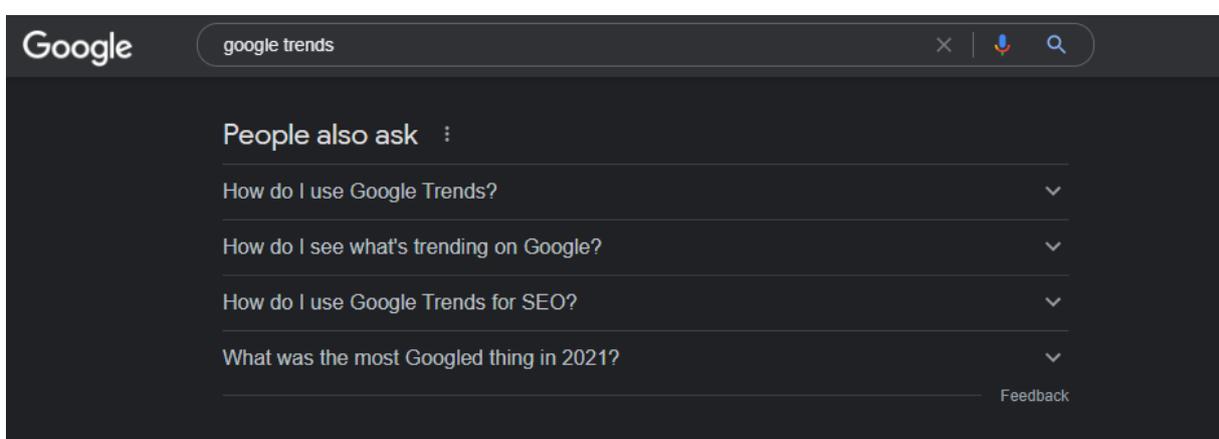
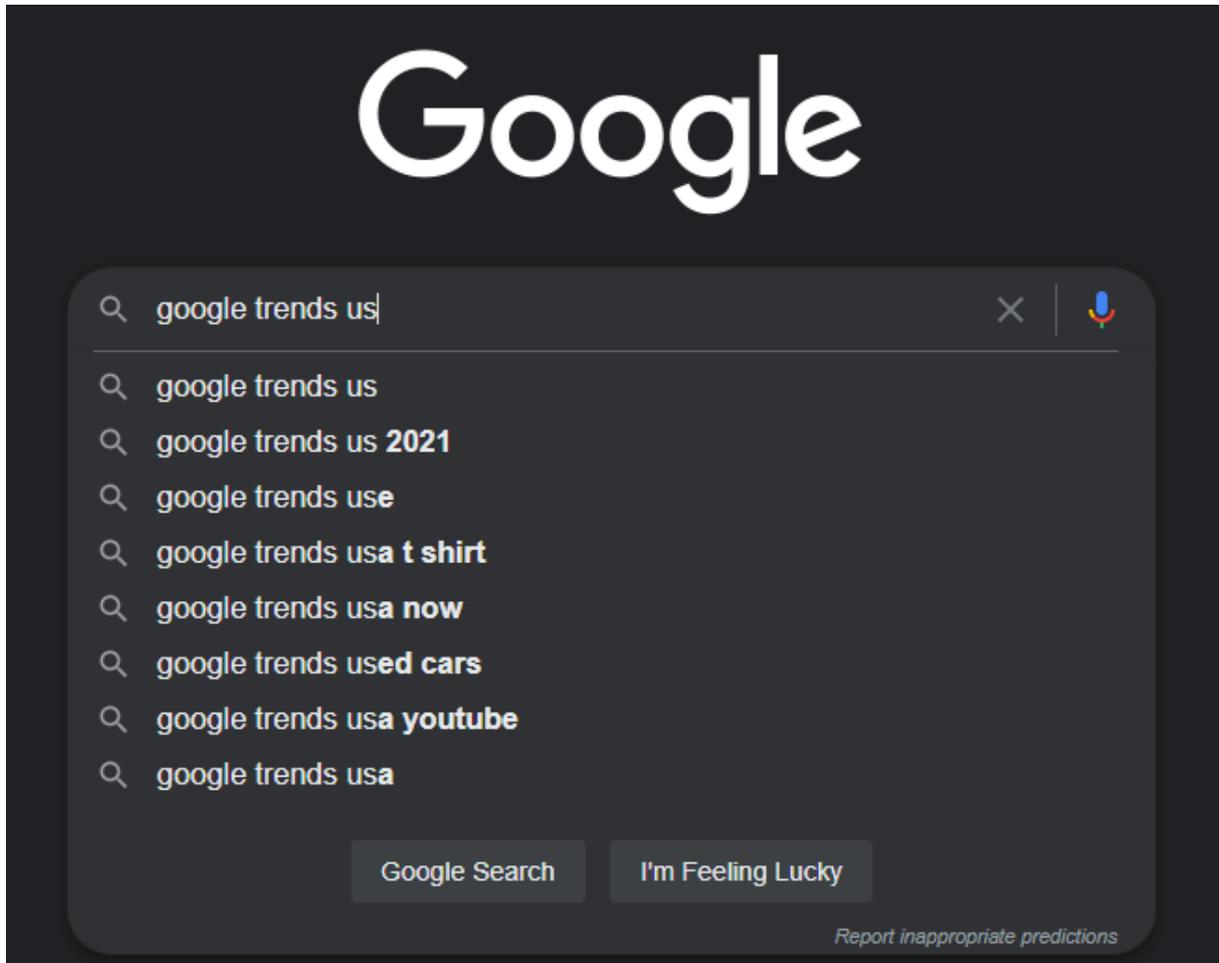
Googles zeitgesteuerte Programme versenden ihre Suchmaschinen, bei denen es sich um einfache URL-Scout-Programme handelt, und sammeln neue Weblinks, d.h. Links. Diese Links, da sie Sie zu einzigartigen Seiten führen, wie oben erwähnt, werden in eine Analyseliste aufgenommen. Die Analyse, wenn Google ankommt, um die Internetseite zu erkennen, wird als "Indexierung" bezeichnet, wenn die Webseiten in das Repository von Google gestellt werden, als ob ein Bibliothekar etwas über das Buch erfahren und die Kapitel und Links hervorheben würde, die für den Bibliotheksbesucher wichtig sind – das heißt, Google macht lediglich Vorschläge.

Wenn es auf das Datenvolumen ankommt

Damit wir das Web effektiv durchsuchen können, müssen alle relevanten Suchbegriffe im Google-Index stehen. Diese Keywords werden von Google eingestuft und es wird Keywords für jede Seite geben, die mehr wert sind, das heißt, sie machen den Inhalt einer Website für ein Thema relevanter als ein anderes. Dieses Ranking wird eine Seite in Googles TOP1-Kategorie machen, während die andere Website nicht einmal in die TOP10 passt.

Die Relevanz von Keywords und ihre "Trending" -Trends, sie ändern sich ständig, wenn wir als Datensammler an einem bestimmten Thema teilnehmen, ist es sehr wichtig, die aktuellen Suchbegriffe oder Keywords kennenzulernen. Ich erwähnte oben das Prinzip "andere haben

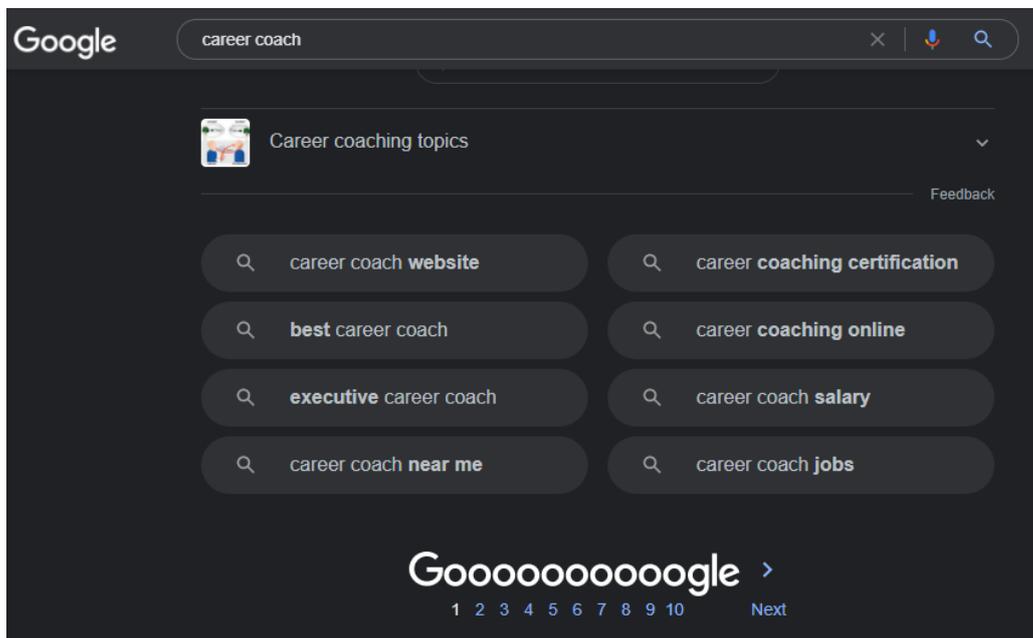
danach gesucht" oder empfohlene Suchanfragen, dies wird auch von Google mit zwei sehr einfachen Lösungen angewendet, eine ist die sogenannte Autovervollständigung beim Schreiben eines Keywords in der Suchmaschine: "autocoplete" haben wir vielen von uns begegnet, während die andere die vorgeschlagenen Suchen unter den TOP10-Suchergebnissen zu diesem Thema ist, wo Google unsere Aktivität mit den von anderen eingegebenen Suchbegriffen unterstützen möchte.



Die Idee des Suchriesen liegt auf der Hand:

Wie kann ich überhaupt nach einem Thema fragen, mit dem ich mich selbst nicht wirklich auskenne?

Deshalb schafft Google visuell leicht zu absorbierende und möglichst einfache Schnittstellen für Nutzer, hinter denen viel kompliziertere Prozesse stehen, als wir verstehen können – und Google will seine Algorithmen nicht bloßstellen, da sie missbraucht werden können.



Seit es Google gibt, wollte ich den Nutzern helfen, Informationen aus jedem Inhalt so effektiv wie möglich zu extrahieren, indem ich ein solches Beispiel <https://keywordsheeter.com/> "automatisiere", das die oben genannten "empfohlenen Schlüsselwörter" sammelt, und zwar so, dass wir auf jeden neuen empfohlenen Suchbegriff klicken, der uns immer wieder erscheint, oder ihn in die Suchmaschine eingeben. Es spart dem Benutzer viel Zeit und kann verwendet werden, um eine ganze Sammlung von Schlüsselwörtern zu einem bestimmten Thema zu erstellen. Sicher, Schlüsselwörter müssen später analysiert und gereinigt werden, aber "Quantität wird später Qualität produzieren". In vielen Fällen lohnt es sich, eine eigene Keyword-Datenbank aufzubauen, wenn wir auch Inhalte erstellen und damit unsere Rekrutierungstechnik verbessern wollen. Darüber werden wir später sprechen.

Keyword Sheeter | Keyword Ideas Tools | Keyword Import | Plans

Full Sheet
400
33% discount

Keyword	Search Volume United States
keyword	27100
keyword planner	18100
keywords everywhere	9900
keyword search	6600
keyword research	5400
keyword sheeter	590
keyword tool	
keyword generator	2900
keyword finder	2900
keyword arguments python	1000
keyword analysis	1000
keyword arguments	170
keyword auto reply	50
keyword analyzer	590
keyword auto reply tiktok	50
keyword analytics	210
keyword advertising	140
keyword blog	320

Check out the new Term Explorer

Free Keyword Tool

Classic | Netherlands | Dutch

Advanced Options

- carrière
- carrières de lumières
- carrière frères
- carrière en anglais
- carrière synonyme
- carrièreswitch
- carrières sur seine
- carrière betekenis
- carrières-sous-poissy
- carrière anglais
- carrière arc
- carrière a1 etat luxembourg
- carrière airbus

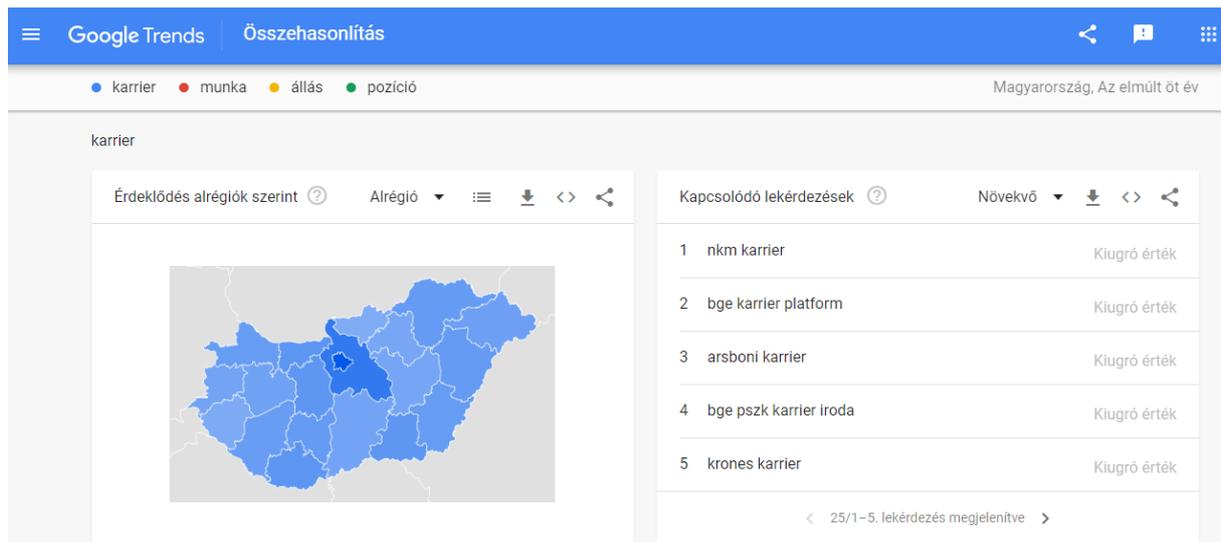
40 : 40

Save

Von der Quantität zur Qualität:

Wenn Sie die Suchbegriffe haben, die Sie in eine Qualitätsreihenfolge bringen möchten, d.h. welchen weitere Personen suchen – welcher ist derzeit beliebter, und Sie möchten sich auch für ein Keyword entscheiden, in welcher Region Sie es bevorzugen, dann Google Trends (<https://trends.google.com/>)

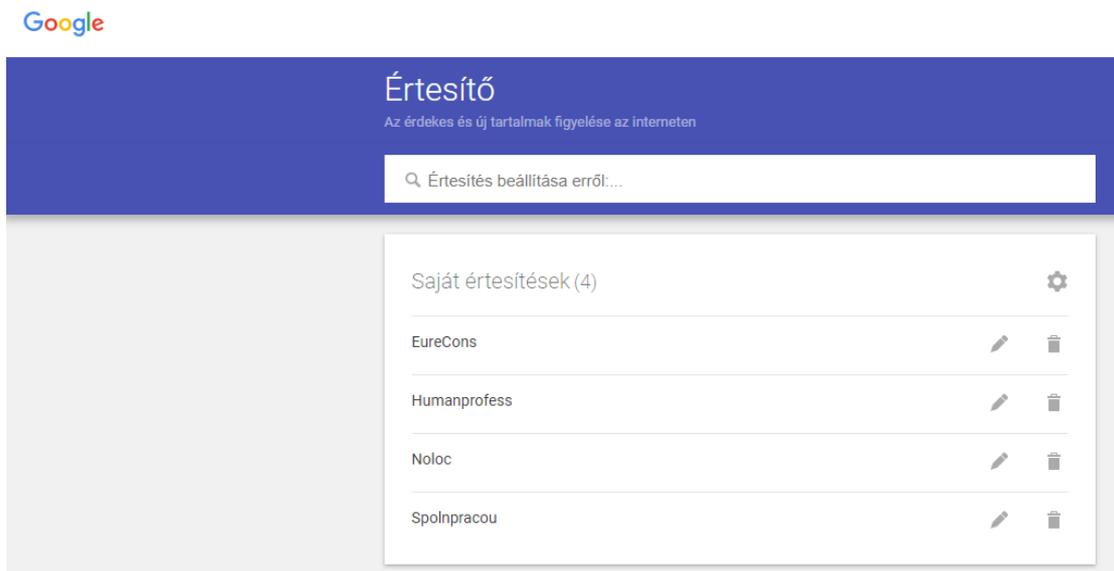




Wenn wir anfangen, aktiv auf etwas zu achten, das Qualität ist

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass wir bereits genügend Inhalte und deren Qualität haben (alles nach unserer Zielgruppe oder den Eigenschaften, die uns wichtig sind), so dass wir mit Google zusammenarbeiten können, um Inhalte zu überwachen.

Natürlich gibt es Unternehmen und Zahlungsdienste, die sich darauf spezialisiert haben, aber für Karriereberater und E-Berater sendet Google Alerts Benachrichtigungen über die Inhalte, die uns im Internet erscheinen (wir beobachten). Alles, was Sie tun müssen, ist, die Schlüsselwörter festzulegen, die wichtig genug sind, damit Sie ihre Webpräsenz "verpassen". Der Dienst ist für bis zu 1000 Schlüsselwörter kostenlos und kann nach (Häufigkeit, Quelle, Sprache, Region, Menge) gefiltert werden. Das Tool eignet sich besonders gut, um uns auf Inhalte über uns aufmerksam zu machen, daher der Name, aber es signalisiert uns auch über unsere Konkurrenten und Veröffentlichungen bestimmter Personen, wenn sie öffentliche Inhalte veröffentlichen.



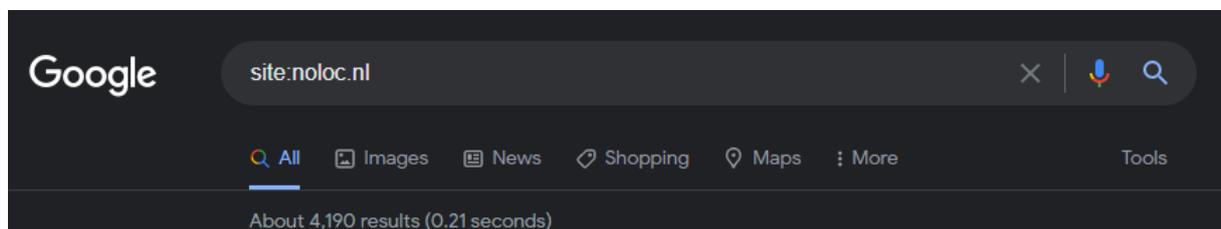
Quelle: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/google-alert>

Wie können wir Repositories effektiv durchsuchen?

Das Thema ist für viele trocken, da Mathematik und logische Operationen darin die Lesegemeinschaft nicht einbeziehen. Hier möchten wir Ihnen in wenigen Gedanken und in Form von Suchtipps im Bedarfsfall ein "Suche Erste Hilfe"-Paket an die Hand geben.

Google bietet uns die Möglichkeit, öffentliche Inhalte frei (<https://support.google.com/>) zu filtern, für die es uns Filterbefehle zur Verfügung stellt, von denen einige gängige Befehle sind, mit Beispielen.

Nehmen wir zum Beispiel die <https://www.noloc.nl/> Website, auf der wir nach Informationen suchen möchten, die für uns relevant sind, dafür ist es möglich, sowohl auf der Website als auch in der Google-Suche zu suchen.



Website:noloc.nl

Befehl, der in das Suchfeld in Google eingegeben wird, zeigt 4.190 Ergebnisse an, diese Ergebnisse sind die Seiten der noloc.nl die Google bekannt sind, die frei gefiltert werden können, z.B. zum Wort "loopbaanprofessional" Karrierespezialist / Berater, d.h.:

site:noloc.nl "loopbaanprofessional"

-Befehl gibt 2.920 Ergebnisse zurück, von denen jedes den genauen Suchbegriff "loopbaanprofessional" enthält und von der noloc.nl Seite stammt. Die 2.920 Ergebnisse sind immer noch ziemlich viel für eine einfache Übersicht, so dass Sie die folgenden logischen Schalter (auch als Suchoperatoren bezeichnet) verwenden können.

site:noloc.nl "career professional" – Gütezeichen

Ein – (Subtraktionszeichen) veranlasst uns, Seiten hinzuzufügen, die "loopbaanprofessional" enthalten, aber *keurmerken* ist nicht dabei, so dass wir nach dieser Logik die Trefferergebnisse reduzieren können, die für uns wichtig sind, wir sind derzeit bei 1,260.

site:noloc.nl "career professional" – Gütezeichen €700

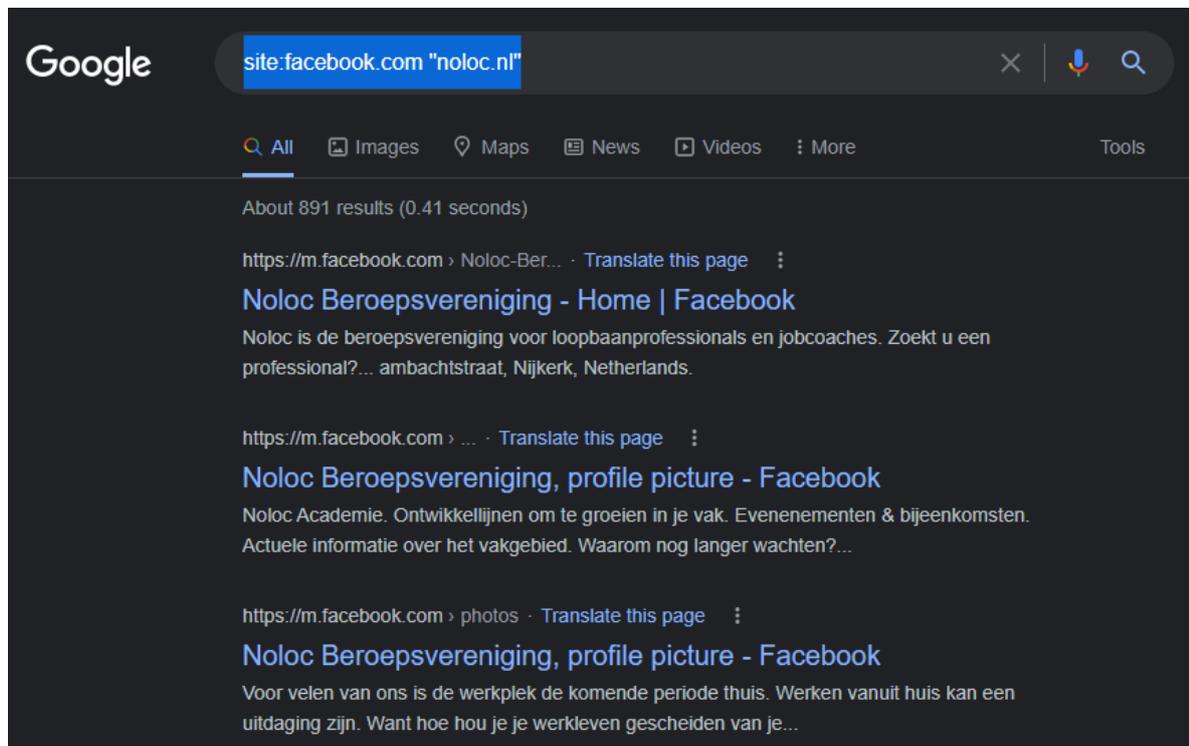
Als Ergebnis des obigen Suchbefehls enthält unsere Liste nur 3 relevante Seiten, so dass wir sie leicht überprüfen oder parametrisieren können. Wir können also sagen, dass Listen von Tausenden mit logischer Filterung auf 10 - 20 Ergebnisse reduziert werden können, was für uns von Interesse sein könnte. Sehr spezifische Suchen können die relevanten Seiten zu einem bestimmten Thema drastisch eingrenzen.

Extra tipp:

Die in den obigen Beispielen gezeigte "Seitensuche" funktioniert auch für Facebook als Suchlösung, d.h. wenn es unser Ziel ist, die Inhalte zu sammeln, die "noloc.nl" öffentlich auf Facebook veröffentlicht, dann ist die Lösung genau diese:

site:facebook.com "noloc.nl"

Der Befehl zeigt Inhalte über "Noloc" auf 891 Facebook.com an, was uns nacheinander zu dieser Seite führt.



Vergessen wir nicht, dass diese Befehle nur ein Bruchteil dessen sind, wie die Google-Suche uns bei unserer Suchaktivität hilft. Sie erweisen sich als sehr nützlich in unserem täglichen Browsen und die Befehle sind weitgehend die gleichen wie in anderen Repositories, so dass ihre Beherrschung ein großer Vorteil für uns ist.

Die Liste der Google-Suchoperatoren wird von Google ständig aktualisiert, so dass es auch Operatoren gibt, die nicht mehr verwendet werden, es wird empfohlen, sie von Zeit zu Zeit zu überprüfen, die 12 Basisoperatoren Quelle: indeed.com (Karriereleitfaden)

Inhalte auf bestimmten Websites direkt überwachen

Als Beispiel bringen wir die <https://www.indeed.com/>-Seite, die Arbeitssuchenden nützliche Tipps und Tools gibt, so dass wir die Benachrichtigungskanäle durch die angebotenen Optionen zeigen. Die Geschäftslogik besteht darin, dass das Portal (indeed.com) den ersten Schritt unternimmt, und dann werden wir darüber informiert, dh wir folgen dem Gesetz.

Die Optionen [sind auf der https://www.indeed.com/tools/jobseeker/ Seite aufgelistet](https://www.indeed.com/tools/jobseeker/), die uns die einzelnen Kanäle bietet:

- Anwendungen, die in einem Browser installiert werden können, d.h. unser Browser zeigt an, wenn neue für uns relevante Inhalte zu der jeweiligen Seite hinzugefügt werden
- kategorisierte Suchmaschine – wir können dies auch mit Google Alerts oder über den RSS-Kanal überwachen
- Suchen zwischen Zahlungskategorien – das können wir auch mit der Google-Suche oder RSS überwachen

RSS csatorna – RSS-Feed

Warum RSS (Really Simple Syndication) gut für uns ist, d.h. es bedeutet sehr einfaches Teilen von Nachrichten. Warum ist dieser Kanal wichtig für uns, da Google alles drin hat?! Dies wird uns gerade deshalb wichtig sein, weil der Inhalt nicht sofort in die Google-Suche gescannt wird und nicht alle Inhalte in die Google-Suche einbezogen werden, d.h. Website-Besitzer können bestimmte Inhalte ausschließen. Zusammenfassend ist der RSS-Feed der beste, wenn Sie sich direkt mit der Quelldatenbank verbinden möchten, der z.B. über <https://rss.indeed.com/> Link in einen RSS-Reader geladen werden kann. In diesem Fall wird der neue Inhalt direkt auf der angegebenen Website angezeigt und unser Leser liest auch die Nachrichten, die wir im Klartext erhalten.

RSS ist sehr nützlich, wenn Sie die angegebenen Inhalte ohne Verzögerung erhalten möchten, wie z.B. Stellenanzeigen oder Börsentipps, aber Sie können auch an andere Wirtschaftsdaten denken, die nach 2-3 Tagen nicht einmal relevant sind.

The screenshot shows the Indeed website interface. At the top, there is a navigation bar with the Indeed logo and links for 'Find jobs', 'Company reviews', and 'Find salaries'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'Upload your resume', 'Sign in', and 'Employers / Post Job'. Below the navigation bar is a dark blue banner with the text 'Find a career you'll love' and a sub-headline 'Explore which careers have the highest job satisfaction, best salaries, and more'. To the right of the banner is an illustration of a person in a white lab coat holding a brown briefcase. Below the banner is a search bar with two input fields: 'What' (containing 'Job title, skills, benefits, certifications, any keyword...') and 'Where' (containing 'United States'). A 'Search' button is located to the right of the 'Where' field. Below the search bar is a section titled 'Browse top paying jobs by industry' with a dropdown menu 'Choose an industry'. Below this are three job recommendation cards: 'Front Desk Agent' with an average salary of \$38,333 per year, 'Server' with an average salary of \$40,502 per year, and 'Crew Member' with an average salary of \$41,713 per year. Each card includes links for 'Job Openings' and 'Skills'.

Datenanfragen effizient

Neben den aus den Datenspeichern gewonnenen Informationen sind auch die direkt von unserer Zielgruppe erhobenen Daten für uns sehr wertvoll und stehen uns nur zur Verfügung. Daten können direkt und indirekt gesammelt werden, und Online-Fragebögen und Datenanforderungsformulare werden für die direkte Datenerfassung verwendet, eine der

bekanntesten Methoden von Google Forms, mit der Sie Informationen zu einem bestimmten Thema in Echtzeit sammeln können.

Wir haben auch einen Wissensstand-Checker für diesen Lehrplan, der in Google Forms erstellt wurde, der zeigt, wie offensichtlich es ist, ihn in der aktuellen Situation zu verwenden, was einfach und genau zu bewerten ist. Google Forms können auch als Umfrage verwendet und auch mit unserer Website oder unserem Blog verlinkt werden.

Die Daten, die wir extrahieren, sollten aggregiert, thematisiert und in visueller Form Entscheidungsträgern oder Teilnehmern einer Umfrage oder Forschung präsentiert werden, für die Google Data Studio einen großartigen Servicehintergrund bietet.

Welcome to Data Studio! (Start here) Visszaállítás Megosztás

Learn how to view, edit and create a Data Studio report

1 Interact with charts and tables
In view mode, mouse over charts to show more detail. You can sort tables and scroll through the data.

Try mousing over this chart to see the data points...

Source	Sessions
1. (direct)	61 630
2. google	12 066
3. Partners	353
	247
	41

Click on a column header to sort the table by that column.

2 Set the date and filter your data
Change the time frame using the date range control. The checkboxes in a filter controls let you refine the data according to the dimension values you select.

2022. jan. 21. - 2022. febr. 19.

Sessions: 74 339

Try changing the date to show the...

User Type
 Returning Visitor
 New Visitor

Top 5 mobile devices

what percentage of returning users were iPhone users?

Kritisches Denken

Google steht auch im Kampf gegen Fake News an vorderster Front, betont die Wichtigkeit des Bewusstseins und blockiert irrelevante oder geradezu schädliche Inhalte.

Gleichzeitig ermöglicht uns der Suchriese, [aus mehreren Quellen informiert zu](#) werden, [die Authentizität der](#) Inhalte und Informationen kann mit Hilfe ähnlicher Inhalte überprüft werden, [Nachrichten und Meinungen](#), [Desinformation und Fake News](#) können dadurch getrennt werden.

Die Europäische Union ist sehr daran interessiert und aufmerksam, Inhalte im Zusammenhang mit Verschwörungstheorien herauszufiltern und dieses Phänomen einzudämmen.

"Der Glaube, dass bestimmte Ereignisse oder Situationen heimlich hinter den Kulissen von negativen Kräften kontrolliert werden." – Definition.

Was tun, wenn man konteo trifft?

"Wenn Sie sicher sind, dass Sie auf eine Verschwörungstheorie gestoßen sind, lassen Sie sie nicht ungesagt. Bekämpfe es auf folgende Weise:

In den sozialen Medien:

Hinterlassen Sie einen Kommentar und argumentieren Sie mit verifizierten Informationen (z. B. auf Faktencheck-Websites).

Teilen Sie den Beitrag NICHT.

Auf Websites und Blogs:

Wenden Sie sich an den Autor oder Website-Betreiber, senden Sie ihm die verifizierten Informationen und bitten Sie ihn, diese zu korrigieren.

Teilen Sie die Website/den Beitrag NICHT.

Auf Nachrichtenportalen:

Wenden Sie sich an die Redaktion.

Wenden Sie sich an Ihre lokale/nationale Pressebehörde oder Ihren Ombudsmann.

Teilen Sie den Artikel NICHT.

Verlassen Sie sich auf glaubwürdige Informationen. Ergreifen Sie Maßnahmen gegen Fake News. Verbreiten Sie keine Conteos!"

https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en

CONSPIRACY THEORIES

Concrete counter actions



BE WARNED: THE COVID-19 PANDEMIC HAS SEEN A RISE IN HARMFUL AND MISLEADING CONSPIRACY THEORIES. IT MAY BE DIFFICULT TO RECOGNIZE THEM OR KNOW HOW BEST TO DEAL WITH THEM.

IF YOU ARE CERTAIN YOU HAVE IDENTIFIED A CONSPIRACY THEORY, REACT RATHER THAN IGNORE. HERE ARE SOME CONCRETE WAYS:



On social media:

- Comment with verified information (e.g. from fact-checking website)
- Do not share the post

On websites and blogs:



- Contact the author or the web manager with verified information and ask them to make corrections
- Do not share the website or blog post



On media outlets:

- Contact the editorial board
- Contact your local/national press council or press ombudsperson
- Do not share the material

With thanks to Michael Butter, co-author of the *COMPACT Guide to Conspiracy Theories*, and John Cook and Stephan Lewandowsky, authors of *The Debunking Handbook* and *The Conspiracy Theory Handbook*.



**RELY ON VERIFIED INFORMATION.
COUNTER FALSE INFORMATION.
STOP THE SPREAD.**



European
Commission

5.5. Zuverlässigkeit von Experten

Bei der Zuverlässigkeit des Experten geht es jedoch nicht um die Zuverlässigkeit des E-Career-Beraters, sondern um die Zuverlässigkeit der Online-Quelle oder des Experten, der die von E-Career-Beratern verwendeten oder nicht verwendeten Informationen bereitstellt.

5.6. Tipps und Ratschläge zur Online-Beratung

5.6.1. Durchführung effektiver virtueller Interviews

Tools und Einsatzbereiche für effektivere Interviews

Effektive Interviews erfordern die richtige Hard- und Softwareumgebung, und wir müssen auch großen Wert auf die Themenumgebung hinter Videomeetings legen. Es gibt zwei (oder mehr) Akteure im Interview, von denen der erfahrenste wahrscheinlich der "Interviewer" ist, also der E-Berater, der die Themen trotzdem leitet und das Gespräch leitet und organisiert. Das Team, das die Organisation durchführt, ist auch sehr wichtig, da sie auch ihre Aufgaben haben, organisatorische und administrative, dh den Orgver.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass unsere drei Hauptbereiche in diesem Kapitel die Einführung von *Hardware*, *Software* und *Orgver* sind.

5.6.2. Hardwarekomponenten virtueller Interviews

Obwohl aktuelle mobile Geräte in der Lage sind, Online-Meetings in jeder Hinsicht abzuhalten, geben die von ihren Bildschirmen festgelegten Abmessungen viel weniger Raum, um die Emotionen und Reaktionen der Befragten zu vermitteln. Dies gilt auch auf der anderen Seite, d.h. wenn der Befragte während des Interviews ein Mobiltelefon benutzt, kann er oder sie die Informationen auch in einem viel kleineren Umfang erhalten.

Weitere Hardwareelemente sind eine externe Kamera und ein Mikrofon, ein größerer Projektor sowie der Computer und die IT-Geräte, auf denen die Parteien das virtuelle Interview durchführen.

Wenn die Parteien zu Beginn des Meetings klären, wer sich von welchem Gerät aus eingeloggt hat, kann der E-Berater über die Verwendung seiner Präsentationstools entscheiden, da der Gegenstand des Interviews möglicherweise nicht in der Lage ist, eine detaillierte Infografik oder Präsentation leicht unterzubringen.

Wird natürlich im Vorfeld die Ausstrahlung eines minimalistischen Informationspanels, das nur aus einem Satz besteht, oder ein Meinungsfeststellungstest, der aus wenigen Fragen besteht, ausprobiert, können die Interviews mit diesem und ähnlichen Medienelementen eingefärbt werden, was die Softwareelemente umfasst.

5.6.3. Softwareelemente virtueller Interviews

Die grundlegende Software für virtuelle Interviews ist die Software selbst, die für die Durchführung eines Online-Meetings geeignet ist, typischerweise werden diese Software nach einer Art Identifizierung verwendet. Die gebräuchlichste Software ist ZOOM, MICROSOFT TEAMS, SKYPE, GOOGLE MEET, aber sie variieren je nach Region und variieren in der Popularität von einem Sektor zum anderen.

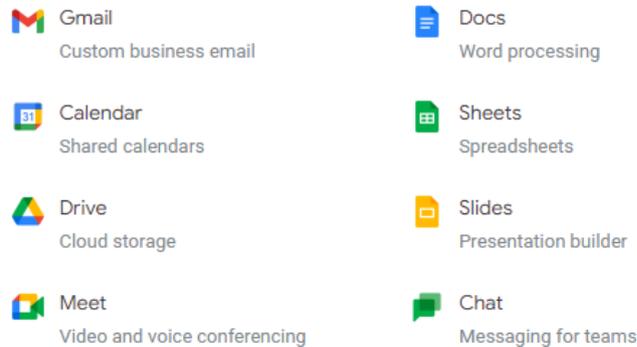
Wenn wir unserem Interviewten Vertrauen geben wollen, können wir beurteilen, auf welcher Plattform er uns kontaktieren möchte, wenn er einen Termin vereinbart, offensichtlich wird er am zuversichtlichsten sein. Es gibt keinen unangenehmen Start mehr, wenn das Online-Interview in die Plattformbeschreibung und Plattformausbildung geht.

Während der Interviews, wenn die Parteien zustimmen, können Audio- und Videoaufnahmen durchgeführt werden, da Notizen und Interviews Hand in Hand gehen. Gleichzeitig hat ein vorbereiteter Interviewer ein Skript und ist in der Lage, mögliche Antworten in Formularen zu organisieren, so dass Sie nur jede Antwort markieren müssen. Natürlich bemühen sich Softwarehersteller, Teile der Softwarefamilie weiterzuempfehlen und auch deren Integration zu betonen, z.B. von den Diensten auf Google Workplace, ist es einfach, zusätzliche Softwareelemente für Google Meet auszuwählen (siehe das angehängte Diagramm), die, wenn sie in einem neuen Fenster geöffnet werden, als Grundlage für ein effektives und interaktives Interview dienen können.

Im Falle von Interviews können wir auch denken, dass "wir ein Beispiel für den effektiven Einsatz von Infokommunikationstools setzen – im Bereich der Online-Beratung" – unsere Probanden können auch als Akteure in einem gut konzipierten und umgesetzten Prozess inspiriert werden. Die digitalen Kompetenzen der verschiedenen Akteure können sich sehr voneinander unterscheiden, wir können es uns sogar so vorstellen: Wir wollen sie im Bereich der Online-Interviews auf ein gemeinsames Niveau bringen.

Es ist sehr wichtig, unsere Teilnehmer um Feedback zu bitten, bei dem wir Feedback zu ihren Gefühlen und Bedürfnissen erhalten, es ist ratsam, sich sowohl während des Interviews als auch am Ende Zeit dafür zu nehmen. z.B. Google Forms.

Products



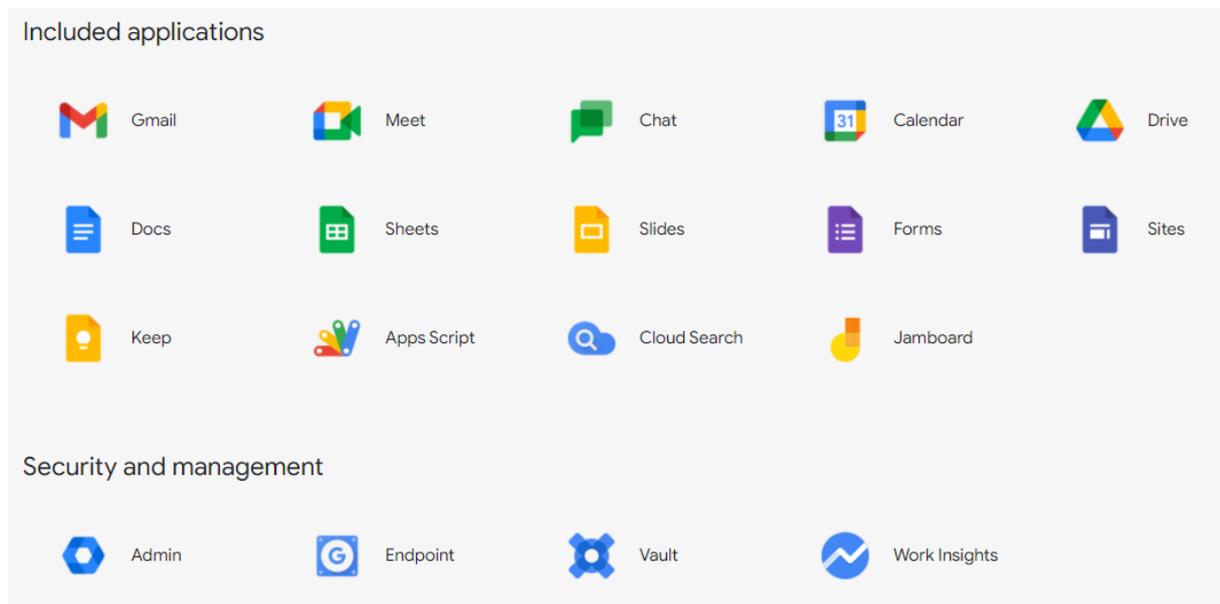
Erwähnenswert sind auch die administrativen Aufgaben von E-Consultants, da das Interview ein linearer Organisationsprozess ist, der aus (1) Vorbereitung – (2) dem Interview selbst – und (3) der Auswertung und Dokumentation des Interviews, d.h. seines Nachlebens, besteht. Interviewer können auch in Gruppen arbeiten, so dass die Notwendigkeit von Gruppenarbeit und kooperativer Arbeit von Anfang an entsteht. Aus den hier vorgestellten Software-Tools kann ein Toolkit ausgewählt werden, das die Effizienz steigert.

Um ein kurzes praktisches Beispiel zu geben, werde ich die Reihenfolge der Verwendung der oben genannten Tools zeigen, die tägliche Arbeit eines E-Beraters vorstellen und 10 Software-Tipps für die Arbeit geben.

- (1) Kontaktformular Google Forms – über das sich unser Interviewpartner bewirbt
- (2) Google Gmail per E-Mail kontaktieren – empfohlene Uhrzeit für die Verbindung mit Google Kalender
- (3) Eine Google Gmail-Nachricht vor dem Interview – beschreibt den Interviewprozess und die vorgeschlagenen Plattformen, bevorzugt Google Meet
- (4) Für das Interview, Google Forms (Fragen und Antworten im Vorfeld – sowie nach einem Freiwortprinzip)
- (5) Die verwendeten Präsentationen können in Google Präsentationen erstellt und während der Präsentation präsentiert werden (wir verwenden sie, um visuelle Informationen zu übertragen)
- (6) Antworten können mit einem Google Sheet ausgewertet und in Grafiken visualisiert werden
- (7) Einzelne Dokumente können in Google Text & Tabellen erstellt werden
- (8) Wir teilen unsere Interviews und arbeiten in Google Drive mit unserem Team, unseren Führungskräften und Kontakten – mit Erlaubnis

(9) Für schnelle Q&A-Meetings und Entscheidungen nutzen wir Google Chat

(10) Wir können auch eine Website mit einem kurzen Projektfortschritt für unsere Entscheidungsträger und die Verwaltungsebene in Google Sites erstellen

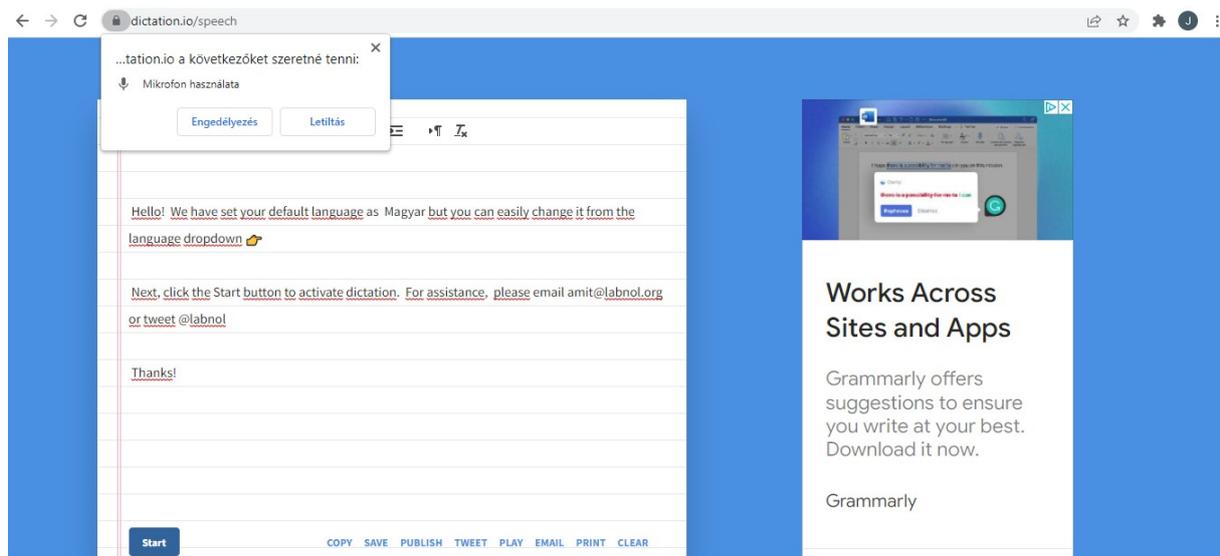


Natürlich ist es möglich, eine Alternative zu einem der oben genannten Tools zu finden, in diesem Fall ist es ratsam, die zu diesem Zweck erstellten Internet-Wissensdatenbanken in zwei Schritten zu verwenden, z. B. wenn Sie ein effektiveres Tool als eines der oben genannten Tools wünschen, können Sie einfach seinen Namen in die Suchmaschine eingeben.

<https://alternativeto.net/software/hangouts-meet/>

In meinem Beispiel identifiziert mein Vorschlag für Google Meet 60 mögliche alternative Software, die mit Bewertungen und Bewertungen aus der Internet-Community zu mir kommt. Natürlich würde ich mich auch hier wieder an YouTube wenden, um ein Google-Tool zu erhalten, das die Demo-Videos für jede Alternative enthält. Damit sind wir am Ende unseres Software-Auswahlprozesses angelangt, die Möglichkeiten sind grenzenlos – nur die Zeit, die wir damit verbringen, es auszuprobieren, ist die Grenze.

Längere Antworten sind jedoch schwieriger gut zu beschreiben, hier kann die Technik helfen und Software, die Ton in Text umwandeln kann, kann auch im Hintergrund laufen, deren Wirksamkeit an die jeweilige Sprache angepasst ist.



<https://dictation.io/speech> - Diktat kann helfen, gut verstandene Sprache in Text umzuwandeln und uns viel Zeit in der Dokumentation zu sparen - natürlich kann die Suche nach Alternativen hier angewendet werden, wie im obigen Fall.

5.6.4. Orgver-Elemente virtueller Interviews

E-Berater sind typischerweise Teil einer Organisation, die nach der Erstellung ihrer strategischen Ziele den Kontakt mit Externen in dieser Richtung organisiert und die festgelegten Ergebnisse erzielen möchte. Eine tiefere Analyse von orgver liegt außerhalb des Rahmens dieses Informationspakets, daher ist es nur in Bezug auf die Verwendung von Tools erwähnenswert, die Software, die zum effektiven Projektmanagement jeder Organisation beiträgt und in den obigen Prozess passt. Unter der Aufgabenverwaltungssoftware, die entsprechend den Verantwortlichkeiten und Privilegien in der Organisation entwickelt wurde, ist es ratsam, Folgendes zu sehen: Monday.com, Trello, Asana, Redmine – diese Software hilft, eine bestimmte Organisation oder ein bestimmtes Projekt zu organisieren und die Qualität sicherzustellen. Wir empfehlen: Wählen Sie immer ein Werkzeug für das Ende, mit einer klugen Wahl des Verwaltungsgrades.

5.6.5. Effizienz im Netz

Die oben vorgestellte Software hat sich in der Regel auf die im Internet verfügbaren Dienste von Google konzentriert, aber natürlich ist sie nicht die einzige auf dem Markt, so dass die Anbindung von Kalendern / Terminbuchungssystemen / Datenintegrationen mit E-Mails - Projektmanagement- und Kontaktsystemen auch von Microsoft und Apple bereitgestellt wird, und auch Mobiltelefonhersteller und Anwendungen auf mobilen Geräten tragen ihren Teil dazu bei, effizientes Online-Arbeiten zu unterstützen.

6. Zusätzliche empfohlene Literatur

https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

<https://alternativeto.net>

<https://www.google.com/search/howsearchworks/?fg=1>