

VORWORT

Die letzten Wochen waren für uns alle eine schwierige Zeit, in der wir auf vieles verzichten mussten, das zuvor als selbstverständlich galt. Ich bin sehr froh, dass die Corona-bedingten Einschränkungen des öffentlichen Lebens nach und nach wieder gelockert werden können. Auch Läden und Betriebe sind jetzt wieder offen, wenn auch unter strengen Auflagen. Es hat fast wieder den Anschein von normalem Alltag. Das soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade kleine Unternehmen weiterhin stark zu kämpfen haben.

Wir wollen helfen. Wir greifen deshalb den Unternehmen bei der digitalen Transformation unter die Arme. Für mich ist genau das die beste Investition in die Zukunft. Mit der Initiative „mia gehn online“ entwickelt die UnternehmerTUM gemeinsam mit lokalen und überregionalen Experten maßgeschneiderte digitale Lösungen für Kleinunternehmen, die auch über die Krise hinaus das Geschäft sichern sollen. Sehr gerne habe ich die Schirmherrschaft für diese Aktion übernommen.

Insgesamt konnte die Initiative in den Städten München, Landshut und Würzburg knapp 50 Kleinunternehmen zu digitalen Erweiterungen ihres Geschäftsmodells verhelfen. Dank mehr als 400 freiwilligen Experten aus Bereichen wie E-Commerce, IT, Kommunikation und Marketing wurden innerhalb kürzester Zeit individuelle Lösungen entwickelt.

Ich bin mir sicher, dass auch Kleinunternehmern aus anderen Städten und Kommunen von den gesammelten Erfahrungen profitieren können. Der vorliegende Guide soll deshalb helfen, das Format „mia gehn online“ auch an anderen Stellen zu organisieren und durchzuführen, um die Mission weiter zu verfolgen. Zusätzlich sind Kurzleitfäden und Steckbriefe von Praxisbeispielen für Ladenbesitzer, Gastronomen oder Dienstleister, die ihr Geschäft digitalisieren möchten, unter www.miagehn.online zu finden.

Bedanken möchte ich mich noch herzlich bei den Organisatoren der UnternehmerTUM sowie den vielen Partnern und Experten aus der Digitalbranche – das ist gelebter Zusammenhalt in der Krise!

Viel Spaß beim Lesen und Nachmachen.

München, den 15.05.2020



Judith Gerlach, MdL

Bayerische Staatsministerin für Digitales

Hinweis: Aus Gründen der leichten Lesbarkeit wird in dem vorliegenden Guide die gewohnte männliche Sprachform bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen verwendet. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts, sondern soll im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen sein.

INHALTSANGABE

1. Planung und Vorbereitung	4
Problem und Zieldefinition	4
Terminierung und zeitlicher Ablauf	4
Rollen im Kernteam	5
Teilnehmer des Events	5
Auswahlprozess und Teambildung	6
Erfolgsfaktoren	7
2. Technische Infrastruktur	8
Auswahl von Werkzeugen und Kommunikationskanälen	8
Slack	8
YouTube Live	8
Software für Videokonferenzen	9
Wordpress	9
Erfolgsfaktoren	9
3. Durchführung und Ablauf des Programms	10
Ablauf des Programms	10
Vorprogramm	10
Kick-Off	10
Projektzeit	10
Abgabe	11
Closing	11
Moderation	11
Webinare	12
Supervisors	12
Pausenprogramm	13
Stimmungsbarometer	13
Leitfäden und Guides	13
Erfolgsfaktoren	14

1. PLANUNG UND VORBEREITUNG

Problem und Zieldefinition

Zielgruppe

Zuerst sollte definiert werden, an wen sich das Angebot richtet. Wir haben uns für die Unterstützung von Einzelhändlern, Gastronomen und Dienstleistern entschieden, weil gerade kleine Unternehmen am meisten von den COVID-19 Ausgangsbeschränkungen betroffen waren. Viele Unternehmen standen und stehen immer noch kurz vor der Insolvenz. Denkbar sind prinzipiell alle Bereiche, die mittels Nutzung der Intelligenz eines Netzwerks/Ökosystems digitale Impulse erhalten sollen.

Problem

Für die Durchführung der Initiative sollte zunächst das Problem der Zielgruppe definiert werden (die Analyse und Formulierung eines sog. Problembereichs findet ihr in unseren [Leitfäden](#)).

Ziel

Basierend auf der Problemdefinition für die Zielgruppe, sollte nun ein klares Ziel definiert werden. Bei der ersten Aktion in München war das Ziel 25 Kleinunternehmen zu helfen, innerhalb kürzester Zeit (maximal 24 Stunden) funktionierende Lösungen zu implementieren und ggf. auf die Bedürfnisse der Einzelhändler anzupassen.

Es ging uns nicht darum neue Innovationen zu schaffen, sondern um die Implementierung von funktionierenden Lösungen.

Terminierung und zeitlicher Ablauf

Als Vorlauf für die Vorbereitungen sollten mindestens sieben Tage eingeplant werden. Wichtig ist, dass die Kleinunternehmer rechtzeitig über die Initiative und den Startzeitpunkt informiert werden (Empfehlung: mind. 2 Wochen).

Wir haben für das Event bewusst einen Termin an einem Werktag gewählt. Unsere Annahme war, dass die Verfügbarkeit der Experten und unseres internen Teams damit

gewährleistet wäre. Aufgrund geschlossener Geschäfte waren bei unserer ersten Aktion auch die Kleinunternehmer gut verfügbar. In der zweiten Ausgabe unserer Initiative, die direkt nach erster Lockerung der COVID-19 Beschränkungen stattfand, standen viele Kleinunternehmer allerdings parallel vor der Herausforderung, die neuen Rahmenbedingungen in ihren Geschäften umzusetzen. Ihre zeitliche Verfügbarkeit war somit begrenzt. Daher könnte es empfehlenswert sein, die Initiative eher auf ein Wochenende zu legen.

Uns war es wichtig, bestehende Lösungen zu implementieren und keine komplett neuen Ideen zu entwickeln. Deshalb haben wir uns für einen zeitlichen Rahmen von 24 Stunden entschieden. Allerdings haben mehrere Teams auch nach dem Event noch an der Lösung weitergearbeitet.

Rollen im Kernteam

Die **Rollen** in unserem interdisziplinären Team wurden durch verschiedene Arbeitspakete definiert:

- Projektsteuerung
- Partnermanagement
- Teilnehmermanagement
- Eventorganisation
- Konzeptentwicklung
- Planung und Bereitstellung der technologischen Infrastruktur
- Marketing/ Kommunikation und Nachbereitung

Beispiel aus dem Projekt mia gehn online #München: Durch die gezielte Nutzung der jeweiligen Kompetenzen der Initiatoren konnten wir durch die Beteiligung der Stadt München einen Großteil der Münchner Einzelhändler*innen anschreiben, um auf die Initiative aufmerksam zu machen. Durch das Partnernetzwerk der ReDI School konnten wir vor allem schnell Partner und Experten für die Aktion begeistern und ebenfalls Programmierer aus dem Ausbildungsprogramm ansprechen. Die UnternehmerTUM lieferte ergänzend die Ausgestaltung des Konzeptes, welches durch eine jahrelange Erfahrung in der Organisation von einem erfolgreichen Hackathon (TECHFEST Munich) geprägt ist.

Teilnehmer des Events

Die Teilnehmer untergliederten sich in Kleinunternehmer / betroffene Zielgruppe, Experten, Partnerunternehmen und Supervisoren. Die Teilnehmer wurden über diverse

Social Media-Aktivitäten auf LinkedIn, Instagram und Facebook auf die Initiative aufmerksam und haben sich über unsere eigens erstellte Landingpage beworben bzw. angemeldet. Auf der Website gab es einen Bereich für die Anmeldung, sowie weitere Informationen zu dem Event.

Kleinunternehmer / betroffene Zielgruppe

Wir haben uns auf Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister mit maximal 15 Mitarbeitern fokussiert. Diese haben sich über einen Bewerbungsbogen auf unserer Website angemeldet und erste Informationen zu ihrer Lage, Problemen und Bedürfnissen angegeben. Die Teilnehmer waren für uns die Besitzer eines Ladens (Kleinunternehmer / betroffene Zielgruppe). Um die Teilnehmer zu finden, haben wir für die jeweiligen Gruppen einen Bewerbungsbogen (z.B. mit Typeform oder Anmeldeformular direkt über die Webseite) erstellt. Bei den Kleinunternehmern war es wichtig, die Probleme und Bedürfnisse vorab zu erfahren.

Experten

Experten bringen bestimmtes Fachwissen mit, welches für die Lösung der Problemstellungen der Kleinunternehmer relevant ist (z.B. Programmierung oder E-Commerce). Sie haben uns während des Tages unentgeltlich unterstützt.

Partnerunternehmen

Die Partnerunternehmen haben beispielsweise durch die Entsendung von Mitarbeitern als Experten für den Aktionszeitraum, praxisorientierte Webinare für spezielle Themen und/oder mit einem finanziellen Beitrag zum Erfolg von mia gehn online beigetragen.

Supervisors

Während des Aktionstags haben Supervisors (in unserem Fall: Mitarbeiter der UnternehmerTUM) mit Expertise in Projektmanagement und kreativen Methoden die ausgewählten Teams betreut. Weiterhin war ihre Aufgabe, den Teams bei der Suche nach Experten zu helfen. Sie waren die Schnittstelle zu den Organisatoren und haben Fragen zum Programm und Ablauf beantwortet.

Auswahlprozess und Teambildung

Für die Aktion in München haben wir über 100 Bewerbungen von Kleinunternehmern generiert, welche wir nach den folgenden Kriterien bewertet und ausgewählt haben:

- Wirtschaftliche Relevanz
- Technische Umsetzung
- Diversität der Geschäftsmodelle

- Machbarkeit in 24 Stunden
- Größe des Unternehmens (max. 15 Mitarbeiter)
- Zeitliche Verfügbarkeit

Im zweiten Schritt haben wir Teams aus Kleinunternehmen und geeigneten Experten, die am besten zur Problemlösung beitragen können, gebildet. Wir empfehlen je Kleinunternehmen eine Mindestbesetzung von drei Experten aus den Bereichen Beratung, Marketing und Technologie. So kann eine Grundbasis der benötigten Kompetenzen sicherstellen. Um Experten bedarfsgerecht zuzuteilen, ist ein Verständnis des Problems des Kleinunternehmens nötig (sollte im Bewerbungsbogen oder kurzem Telefonat abgefragt werden). Zusätzlich benötigte Expertisen konnten sich die Teams während des Events aus einem offenen Expertenpool dazu holen.

„Ich finde es beeindruckend, wie die Experten zusammen mit den Unternehmen individuelle und maßgeschneiderte Lösungen erarbeitet haben – innerhalb kürzester Zeit und ohne sich vorher zu kennen“

Christian Mohr, Mitinitiator von mia gehn online und Managing Partner bei UnternehmerTUM

Erfolgsfaktoren

- Zieldefinition und Festlegung der Zielgruppe und Auswahlkriterien am Anfang des Projektes (ggf. auch geografisch)
- Teilnehmerlimit in Bezug auf realistische Machbarkeit festlegen
- Vordefinition relevanter Kompetenzen und gezielte Suche nach Experten
- Bei kurzfristiger Planung empfiehlt sich ein täglicher Austausch aller Organisatoren (z.B. als Stand up oder Daily).

2. TECHNISCHE INFRASTRUKTUR

Auswahl von Werkzeugen und Kommunikationskanälen

Auf Basis der Zielgruppe (z.B. Kleinunternehmer) war es uns wichtig, ein Arbeitstool zu wählen, welches möglichst einfach zu bedienen ist. Unsere Entscheidung fiel daher auf Slack.

Zusätzlich haben wir uns für YouTube Live entschieden, um terminiert den Auftakt und den Abschluss zu streamen. Die Teams konnten selbst wählen, mit welchen weiteren Tools sie arbeiten z.B. Zoom, Hangouts für Videocalls oder Miro, Mural für eine kollaborative Zusammenarbeit. Lizenzen haben wir dafür nicht vergeben.

Die Landingpage der Initiative sowie der Projektabgabeprozess wurden mit Wordpress erstellt.

Slack

Wir haben den Messaging-Dienst Slack benutzt – sowohl für die Kommunikation im Kernteam als auch mit und für die Teilnehmer. Damit die Mitglieder in Slack sofort zuordenbar sind, haben wir Regeln für die Benennung der Nutzer aufgestellt: Jeder Experte hieß "[Experte]_Name" und jeder Kleinunternehmer "[Name Unternehmen]_Name". Alle Organisatoren und Supervisors hießen "[Supervisor]_Name". Jeder Supervisor hat zwei bis drei Teams gleichzeitig innerhalb eines geschlossenen Slack-Kanals betreut. Für themenbezogene Unterhaltungen haben wir verschiedene Kanäle erstellt (siehe Channel Übersicht unten). So konnten z.B. Social Media Experten im dedizierten Channel ihre Hilfe anbieten oder Kleinunternehmen dort gezielt Hilfe anfragen. Dadurch wurden virtuelle Unterhaltungen zwischen allen Teilnehmern ermöglicht. Firmenpartner konnten ebenso themenbezogene Kanäle bespielen.

YouTube Live

Die Eröffnungs- und Abschlussveranstaltungen haben wir über YouTube Live gestreamt, um ein höheres Zuschaueraufkommen zu ermöglichen. Somit konnten auch Außenstehende daran Teil haben. Wir haben die Videos vorher aufgezeichnet, um technischen Problemen vorzubeugen.

Channel Übersicht

#01_ankündigung	Über diesen Channel werden wichtige Informationen vom Organisationsteam geteilt.	#11_hilfe_geschäftsmodell	Du benötigst Unterstützung beim Anpassen eures bestehenden Geschäftsmodells? Dann bist du hier richtig.
#02_kaffeeküche	Platz für einen kurzen Kaffeepausch	#12_hilfe_webinar_videochat	Ihr möchtet dein Angebot virtuell gestalten? Dann bist du hier richtig.
#03_herausforderungen	Dieser Channel bietet Platz für die Herausforderungen aller Kleinunternehmen, die noch Teammitglieder suchen.	#13_hilfe_rechtsfragen_dsgvo	Du hast rechtliche Fragen rundum das digitale Angebot? Dann bist du hier genau richtig.
#04_erfolgsbeispiele	Sharing is caring. Hier ist Platz für eure Best Practices. Habt ihr eine spannende Story oder eine bereits bestehende Lösung, die Kleinunternehmen in der Krise bereits geholfen hat? Dann teilt diese gerne hier!	#14_hilfe_app_entwicklung	Du möchtest dein Angebot mobil als App anbieten? Dann bist du hier genau richtig.
#05_hilfe_seo_sea	Du suchst gezielt Unterstützung beim Thema Kundenansprache und Reichweitenerhöhung? Dann bist du hier richtig.	#15_hilfe_UIUX_plus_Grafik	Du hast Fragen zur Webseitgestaltung und grafischen Themen. Du findest in keinem #hilfe Channel Unterstützung, dann frag hier noch einmal nach..
#06_hilfe_socialmedia	Du suchst Zugang zu den gängigen Kanälen (Facebook, Instagram, LinkedIn, usw.)? Dann bist du hier richtig.	#16_hilfe_andere-themen	hosted by Wirecard
#07_hilfe_marketing_kommunikation	Du suchst nach Unterstützung für eine gesamthafte Marketingstrategie und/oder Kommunikationstipps? Dann bist du hier richtig.	#17_digitalpayment	In diesem Channel befinden sich Mitarbeiter von Google. Sie werden ihr bestes geben, Eure Fragen zb. zum Thema Google Maps oder Ads zu beantworten. Außerdem finden hier zwei Vorträge statt: Um 10:00 zu Google Maps und um 14:00 Uhr zu Google Ads.
#08_hilfe_webseite	Du hast noch keine Webseite? Dann bist du hier richtig.	#18_google_support	In diesem Channel könnt ihr alle Fragen zum Thema Verpackung und Versand an unsere Experten von ManyFolds stellen.
#09_hilfe_onlineshop	Du hast noch keinen Webshop oder Fragen dazu? Dann bist du hier richtig.	#19_shopify_online	Das eBay Soforthilfeprogramm: Für stationäre Händler, die jetzt in den Online-Handel einsteigen wollen, um Kunden digital zu erreichen. Die Händler erhalten für sechs Monate kostenfrei einen Premium-Shop bei eBay.de, zahlen für drei Monate keine Verkaufsprovisionen für die erfolgreich verkauften Artikel und können sechs Monate kostenlos den eBay Concierge Premium-Kundenservice in Anspruch nehmen.
#10_hilfe_anbindung_lieferplattform	Du suchst nach einer Anbindung an einen bestehenden Lieferservice? Dann bist du hier richtig.	#20_ebayshop	Dieser Channel dient für eine Hilfesuche, die nicht in anderen Channels gefunden wurde.
		#21_unterstützer_suche_finde	In diesem Channel könnt ihr Vorträge von unterschiedlichen Experten zur digitalen Hilfestellungen folgen. Bitte beachtet das Programm, das im Channel gepostet wurde.
		#22_workshop_vorträge	In diesem Channel könnt ihr alle Fragen zum Thema Verpackung und Versand an unsere Experten von ManyFolds stellen.
		#23_verpackung_versand	

Abbildung 1: Übersicht aller themenbezogenen Slack Channel aus „Mia gehn online“ #München

Software für Videokonferenzen

Für unsere virtuellen Workshops und Webinare haben wir Zoom und Google Hangouts benutzt – abhängig von der Präferenz der Vortragenden. Die Experten haben Vorträge zu bestimmten Themen gehalten und sind auf spezielle Fragen der Teilnehmer eingegangen. Die Workshops und Webinare haben wir aufgezeichnet und auf unserer Webseite online gestellt.

Für interne Absprachen und um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten haben wir Google Hangouts genutzt. Es empfiehlt sich einen Hangouts “Knigge” einzuhalten, um die Qualität der Hangouts konstant auf einem guten Niveau zu halten.

Wordpress

Für die Veröffentlichung aller relevanten Informationen über die Initiative auf einer Landingpage nutzten wir Wordpress. Weiterhin wurden die Anmeldung und der Abgabeprozess der Projekte damit realisiert.

Erfolgsfaktoren

- Vor Aktionstag Tools testen und ggf. IT-Experten hinzuziehen
- Logische Einteilung für Slack Kanäle inkl. Erklärung für Teilnehmer
- Sicherstellung eines ständigen Austauschs mittels Dauervideokonferenz am Aktionstag

3. DURCHFÜHRUNG UND ABLAUF DES PROGRAMMS

Ablauf des Programms

Vorprogramm

Das Vorprogramm umfasst die Tage bevor das Programm losgeht. In diesem Abschnitt sollte der Fokus auf den folgenden Themen liegen: Registrierung der Teilnehmer, Onboarding (v.a. technisch) und Kennenlernen der Teams.

Die Registrierung sollte stattfinden, um zu prüfen, ob alle Kleinunternehmer teilnehmen können. Sollte dies nicht der Fall sein, kann eine Umverteilung der Experten rechtzeitig stattfinden, sodass die Ressourcen ideal genutzt werden.

Anschließend folgt das Onboarding, das vor allem für die nicht digital-affine Zielgruppe sinnvoll ist. Die Nutzung und Einführung benötigter Tools sollte von den einzelnen Teams übernommen werden.

Ein erstes Kennenlernen der im Voraus gebildeten Teams und eine erste Problemanalyse findet ebenfalls in dieser Phase statt. Es sollte in den Gruppen auch geprüft werden, ob alle wichtigen Kompetenzen vorhanden sind oder ob noch weitere Experten in das Team aufgenommen werden sollten.

Kick-Off

Der offizielle Kick-Off für alle weiteren Teilnehmer fand am Aktionstag selbst statt. Da es sich um ein Online-Event handelte, haben wir alle Videos für den Kick-Off bereits im Voraus aufgezeichnet. Anschließend wurden die verschiedenen Aufnahmen von den Initiatoren, Organisatoren, Bürgermeistern der Städte und einem Special Guest (in München: Oliver Kahn, in Landshut und Würzburg: Kai Pflaume) in YouTube Live abgespielt.

Projektzeit

Die Projektarbeit startete direkt nach dem Kick-Off. In den ersten Stunden haben die Teams ihre Kompetenzen mit weiteren Experten aufgefüllt, die Problemstellung geschärft und erste Lösungsansätze entwickelt. Dabei wurden sie durchgehend von Supervisors unterstützt.

„Für mich war das echt der Wahnsinn – was alles möglich ist in wenigen Stunden ... wow! Wenn die richtigen Leute, Zielsetzung und Begeisterung zusammenkommen – dann wird gerockt. Der Ablauf und die Koordination sowie die Unterstützung durch die Experten & Supervisor war durchwegs professionell und gewinnbringend. Danke für diesen erfolgreichen und schönen Tag!“

Karina Stummreiter, Ladenbesitzerin TRES LLAMAS

Abgabe

Bis 17 Uhr des Aktionstages wurden alle bis dahin entwickelten Lösungen eingereicht. Für die Abgabe haben wir ein Abgabeformular über Wordpress eingerichtet und folgende Inhalte abgefragt: Beschreibung des Kleinunternehmens, Lösungsbeschreibung, Link zur Website oder zu Social Media Profilen sowie Teamfoto und kurzes Erklärvideo.

Auch über die Abgabezeit hinaus haben die Teams weiter an der Umsetzung ihrer digitalen Lösungen gearbeitet. Alle Ergebnisse wurden auf Basis der Projektabgabe auf der Webseite www.miagehn.online veröffentlicht.

Closing

Das Event endete mit einem Abschlussvideo, in dem besondere Ergebnisse der Teams hervorgehoben wurden und sich die beteiligten Städte nochmal bei allen Teilnehmern bedanken konnten. Hierfür wurde ebenfalls YouTube Live verwendet. Alle Videos sind ebenfalls auf der Webseite zu finden.

Im Folgenden werden weitere Programmaktivitäten und Kompetenzen vorgestellt, die sich als Bereicherung für das Event herauskristallisiert haben.

Moderation

Während des Aktionstages gab es verschiedene Moderatoren-Rollen. Es gab einen Hauptmoderator während des gesamten Events, der den Kick-off, sowie das Abschlussvideo moderiert hat.

Des Weiteren gab es eine Rolle für die offenen Slack-Kanäle, um Fragen zu beantworten und auf Beiträge zu reagieren.

Eine weitere Rolle der Moderation gab es in den Webinaren. Diese Person war dafür verantwortlich die Experten zu begrüßen und vorzustellen, das Video aufzunehmen und auf die Fragen im Chat bei der Q&A Session einzugehen.

Webinare

Die teilnehmenden Partnerunternehmen haben in Webinaren ihre Expertise geteilt und Tipps gegeben. Jedes Webinar dauerte maximal 60 Minuten und war zweigeteilt in Vortrag und Q&A Session. Jedes Webinar wurde von einem Moderator geleitet und aufgezeichnet.

Unsere Empfehlung ist, die Webinare entsprechend der Thematik am Vortag oder nachgelagert durchzuführen. Die Teams arbeiten während der Projektphase erfahrungsgemäß sehr fokussiert und sollten möglichst wenig abgelenkt werden.

Agenda		
8:30	• Willkommen & Ausblick auf den Tag	YouTube Live
9:00	• Projektstart - Gruppenfindung & -bildung	in privaten Channels
10:00	• "Google for Small Business - Google Maps, Google My Business"	#google_support
11:00	• „Pragmatische Social Media Tipps gegen die Krise“ - Ray Sono	#workshop_vorträge
12:00	• Marketing Q&A mit Max Wittrock	#workshop_vorträge
14:00	• "Fundamentals of Google Cloud - A Guided Tour"	#google_support
14:30	• Sportaktivierung von FC Bayernstar Thiago	YouTube Live
15:00	• „Vertrieb und E-Commerce“ - Ray Sono	#workshop_vorträge
16:00	• „Mit wenigen Klicks zum Verkauf: Deinen Onlineshop mit Shopify erstellen“	#workshop_vorträge
17:00	• Abgabe der Ergebnisse	an Supervisor
18:30	• Closing mit kurzer Ergebnisvorstellung und Ausblick	YouTube Live

Abbildung 2: Agenda von „mia gehn online“ #München

Supervisors

Jeder Supervisor war für ca. drei Projektteams zuständig. Für diese war er Ansprechpartner für alle organisatorischen Fragen, hat bei technischen Problemen geholfen und auch bei der Suche nach bestimmter Expertise unterstützt. Auch inhaltlich haben die Supervisors teilweise beigetragen. Am Beispiel der UnternehmerTUM haben diese Rolle Consultants übernommen.

Pausenprogramm

Ein Online-Event wie mia gehn online ist genauso anstrengend wie ein physischer Workshop. Um die Teilnehmer an eine Pause zu erinnern, haben wir bewusst für eine Auflockerung zwischendurch gesorgt. So boten regionale Sportvereine oder -studios eine kurze Sportübung an. Auch kurze Videobotschaften wurden tagsüber zur Motivation der Teilnehmer eingespielt.

Stimmungsbarometer

Wir haben stündliche Check-ins, bzw. Stimmungsbarometer eingeführt, um zu sehen, wie es in den Projektteams läuft. Generell hat sich ein Ankündigungschannel sehr bewährt, welcher nur von den Administratoren bespielt werden konnte und alle wichtigen Informationen enthalten hat.

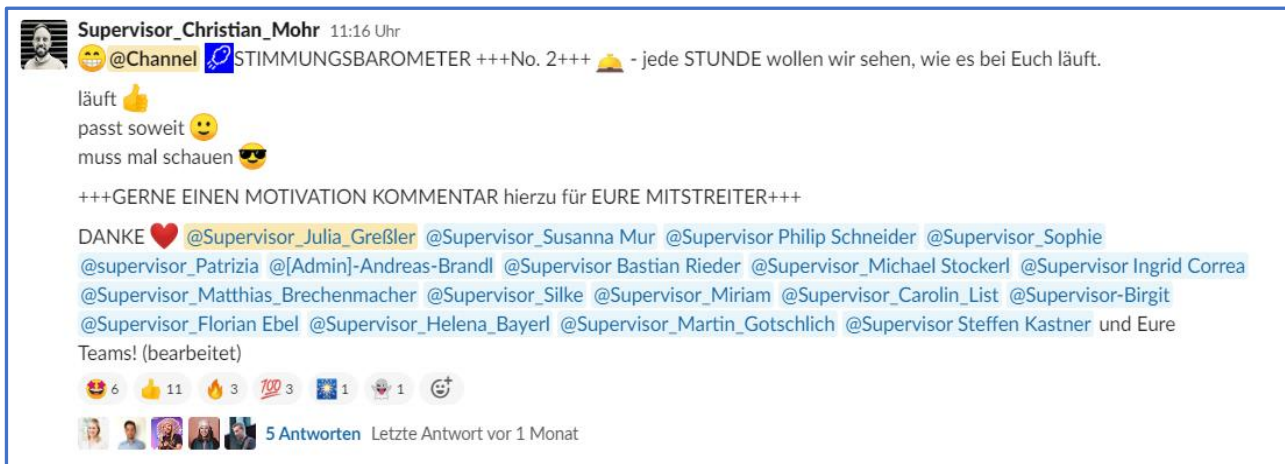


Abbildung 3: Stimmungsbarometer-Beispiel

Leitfäden und Guides

Unser Ziel war und ist es, anderen zu helfen bzw. andere zu befähigen, sich selbst zu helfen. Für uns war es daher wichtig, dass wir alle Lösungen dokumentieren, sodass sie im Nachhinein für andere Kleinunternehmer zur Verfügung stehen.

Wir haben Kurzleitfäden zu Themen wie Onlineshop, Social Media, SEO sowie Steckbriefe aller eingereichten Projekte erstellt. Weiterhin sind alle Webinare von den Aktionstagen auf der Webseite öffentlich zugänglich.

Mit diesem Guide zur Konzeption und Organisation von mia gehn online möchten wir auch andere befähigen, vergleichbare Initiativen zu starten und damit unsere Mission fortzuführen.

Erfolgsfaktoren

- Gestaltung eines informativen und abwechslungsreichen Programms
- Eine gute organisatorische Betreuung der Projektteams für ein schnelles Handeln bei aufkommenden Problemen und Unsicherheiten sowie der Zuteilung der Experten
- Planung der Sammlung aller relevanten Informationen zur späteren Aufbereitung von Leitfäden und Guides