



# GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

## Nr. 29 Thema: Internet für Existenzgründungen

### Wie wichtig ist das Internet?

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



Für Gründerinnen und Gründer heißt das: Sie sollten die Chancen des Internets und des so genannten E-Business unbedingt nutzen. Und sie müssen zu diesem Zweck fit fürs Netz sein. Schon während der Gründungsphase finden Gründerinnen und Gründer jede Menge hilfreiche Informationen im Internet (s. S. 1). Und wer noch unsicher ist beim Surfen und Mailen, findet Unterstützung bei den Kammern, in VHS-Kursen oder Computerschulen.

### E-Business-Vorteile

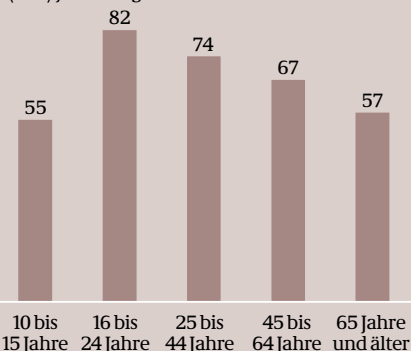
Der elektronische Geschäftsverkehr per Internet bietet Gründerinnen und Gründern und (jungen) Unternehmen eine ganze Reihe besonderer Möglichkeiten.

### 1. Gründungen, Produkte und Leistungen

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

### Internetnutzung durch Privatpersonen

(fast) jeden Tag in %



Quelle: Statistisches Bundesamt 2010

### Inhalt

Kompetenzzentren unterstützen Existenzgründer .....	2
Nutzen von Suchdiensten .....	3
Online-Auktionenhandel .....	3
Übersicht: BMW-Existenzgründungsportal: www.existenzgruender.de .....	1
Checkliste: Kommt E-Business für Ihr Unternehmen in Frage? .....	II
Zehn Tipps für Ihre Internetsicherheit ..	4
Print- und Online-Informationen .....	4

## 2. Einkauf und Beschaffung

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

## 3. Produktionsplanung und -steuerung

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

## 4. Marketing und Kundenbindung

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

**Erreichbarkeit relevanter Zielgruppen:** Potenzielle Kunden können regional, national und international angesprochen werden. Im Jahr 2009 hatten 73 Prozent aller Haushalte in Deutschland Internetanschluss (Quelle: Statisti-

sches Bundesamt 2010). Das Internet hat sich auch bei Unternehmen zu einer etablierten und verbreiteten Kommunikationsplattform entwickelt und lässt sich daher für das Geschäft zwischen Unternehmen nutzen.

### **Auffindbarkeit für potenzielle Kunden:**

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

### **Schneller Zugang zu vielseitigen Informationen:**

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

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

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

- ▶ einfache Gästebücher, in die sich ein Besucher eintragen kann
- ▶ Chats, Blogs oder Social Media (z. B. Twitter, Facebook), in denen sich Nutzer über die Produkte und Dienstleistungen austauschen können
- ▶ E-Mail-Verteilerlisten, in die sich die Kunden selber ein- und austragen können, um regelmäßig über Neuigkeiten zu Produkten und Dienstleistungen informiert zu werden
- ▶ Support- oder Wissens-Datenbanken mit Informationen und Dokumentationen rund um das Unternehmen
- ▶ Anbindung von Call-Centern, mit

denen der Kunde aus dem Internet heraus telefonischen Kontakt aufnehmen kann (Call-Me-Funktion)

## 5. Günstiger Vertrieb

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

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

**Waren nicht „anfassen“:** Zum Online-Vertrieb eignen sich Waren, die man zum Kauf typischerweise nicht „anfassen“ muss. So macht die Reise- und

## Kompetenzzentren unterstützen Existenzgründer



Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

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

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr begleitet – in 29 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel – Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business-Lösungen. Das NEG stellt Informationen in Form von Handlungsanleitungen, Studien und Leitfäden zur Verfügung, die auf dem zentralen Auftritt [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de) heruntergeladen werden können.

Tourismusbranche mittlerweile einen Großteil des Umsatzes über das Internet. Auch Internetauktionen haben sich inzwischen etabliert.

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

## 6. Schnelle betriebliche Abläufe

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

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

## Nutzen von Suchdiensten

Trotz interessanter Angebote bleiben viele Geschäftsvorhaben im Internet erfolglos. Der Grund dafür ist die man-

### Top 10 der im Internet gekauften Produkte

in % der Personen, die das Internet genutzt haben



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2010 (Daten 1. Quartal 2009)

gelhafte Werbung für das eigene Angebot auch und gerade im Internet. Um die eigene Homepage oder den eigenen Shop bekannt zu machen, bedarf es des Einsatzes von Suchdiensten, von denen manche kostenpflichtig sind. Hierfür gibt es im Internet zahlreiche Angebote. Eine weitere Möglichkeit ist die Werbung von Kunden über gezielt platzierte Werbeanzeigen (Banner) auf anderen Webseiten. Wichtig ist hierbei, dass die Art des Banners und seine Platzierung die Zielgruppe direkt anspricht.

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

## Online-Auktionenhandel

Online-Auktionenhandel ist für viele Gründerinnen und Gründer der Einstieg in die Selbständigkeit. Er bietet gute Möglichkeiten, den gewerblichen Handel

mit bestimmten Gütern und Waren kostengünstig zu testen. Mehrere 100.000 gewerbliche Unternehmerinnen und Unternehmer in Deutschland verdienen heute auf den gängigen Auktionsplattformen ihren Lebensunterhalt.

Die wichtigsten Merkmale für eine Existenzgründung im Online-Auktionenhandel sind:

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

(S. BMWi-Existenzgründungsportal [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de) unter: Weg in die Selbständigkeit – Entscheidung – Branchen und Zielgruppen – Online-Auktionenhandel)

## BMWi-Existenzgründungsportal: [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)

Das BMWi-Existenzgründungsportal bietet Hintergrundinformationen, Praxishilfen und weiterführende Links rund um das Thema „Existenzgründung“ an. Es ist die zentrale Anlaufstelle für Gründerinnen, Gründer und junge Unternehmer im Internet. In 2009 hatte das BMWi-Existenzgründungsportal ca. 22 Millionen Zugriffe zu verzeichnen.

Angebot	Inhalt
Recherche-Center Weg in die Selbständigkeit	Themen- und Schlagwortsuche, Downloadsuche, BMWi-Gründungsassistent Die ersten Schritte: Orientierung für den Start in die berufliche Selbständigkeit, Gründertests, Gründungsarten, Planungswerkzeuge, Praxistipps Gründung planen: Alle wichtigen Informationen und Planungswerkzeuge rund um den Businessplan, Formalitäten, Praxistipps Gründung finanzieren: Alle Informationen rund um die Themen „Finanzierung“ und „Förderung“, Förderdatenbank des Bundes, Praxistipps, Planungswerkzeuge Unternehmen führen: Hintergrundwissen und Praxishilfen für das Unternehmens-Management, zum E-Business-Know-how sowie zum Thema „Corporate Citizenship“, Planungswerkzeuge Planer und Hilfen: z. B. BMWi-Softwarepaket, Fahrplan in die Selbständigkeit, BMWi-Zeitplaner, Controlling-, Marketing-, Rating-, Patent- und Markenplaner, Kalkulationshilfen sowie Finanzierungsplaner, Businessplaner Online-Training: „Vorbereitung auf das Bankgespräch“, „Export-Vorbereitung“, „Gründungs- und Wachstumsfinanzierung“, „Marketing für Gründerinnen und Gründer“, „Gemeinsam stark: Kooperationen“, „Gründerinnen“, „Rechtsformen“, „Freie Berufe“, Lernprogramm „Der Existenzgründungsberater“, Lernprogramm „Chancen und Risiken“, Online-Check „Beratung“ Service: Recherche-Datenbanken, Börsen, Ideenbörse „Einfach Gründen“
BMWi-Expertenforum	Mehr als 40 Expertinnen und Experten stehen online für Fragen zur Verfügung: des BMWi, der KfW, des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e. V., des Deutschen Steuerberaterverbandes e. V., des Deutschen Notarvereins e. V., des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater, der Sozialversicherungsverbände und weiterer Institutionen
Checklisten und Übersichten	Interaktive Checklisten und Übersichten
Publikationen	PDF-Downloads der GründerZeiten, Starthilfe und anderer BMWi-Broschüren sowie Studien
Mediathek	Video- und TV-Beiträge, Audio-Podcast, Video-Webtagebuch, RSS-Service, Gründungsmeldungen für unterwegs, Newsmelder
Beratung und Adressen	Beratungsförderung vor und nach der Gründung: Überblick über die bundesweiten Seminarangebote zu Existenzgründung, Unternehmensführung und Umweltschutz, Zugang zur Unternehmens- und Beraterbörse, Datenbank mit rund 25.000 Adressen von öffentlichen Einrichtungen und Institutionen, Infotelefone, Linksammlung, Workshop-Paket mit Lehrmaterialien, Beispielsammlung für gründer- und unternehmerfreundliche Maßnahmen in Kommunen
Gründungsmagazin	Aktuelle Meldungen, Newsletter, Übersicht über Wettbewerbe für Gründerinnen, Gründer und junge Unternehmen, Experteninterviews, Gründergeschichten, Übersicht über Projekte, Wettbewerbe, Arbeitsmaterialien für Schülerfirmen, Unterrichtsmaterialien
Behörden- und Formularwegweiser	Hinweise, Formulare und Ansprechpartner für Ihren Weg in die Selbständigkeit



„Am besten abgeschnitten hat das BMWi-Existenzgründungsportal“

Die Stiftung Warentest hat im Jahr 2009 Portale zum Thema Existenzgründung geprüft. Dabei hat das BMWi-Existenzgründungsportal am besten abgeschnitten.

## Kommt E-Business für Ihr Unternehmen in Frage?

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

### Zeit und Kosten

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

### Kunden/Neugeschäft

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

### Produktentwicklung

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

### Einkauf/Beschaffung

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

### Produktionsplanung und -steuerung

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

### Marketing und Kundenbindung

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

### Vertrieb

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

### Innerbetriebliche Verwaltung

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

### Kooperationen/Netzwerke

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



## Zehn Tipps für Ihre Internetsicherheit

Die Nutzung des Internets birgt mögliche Gefahren. Vor allem:

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

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

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

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

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

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

**5.** Für Ihren Internetzugang: Nutzen Sie nur die neueste (und in Sachen Sicherheit verbesserte) Software.

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

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

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

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

**10.** Erstellen Sie regelmäßig Sicherheitskopien von Ihren Daten.

## Print- und Online-Informationen

### Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

#### Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

#### CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

#### Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 01805 778090  
 publikationen@bundesregierung.de  
 Download und Bestellfunktion:  
 www.existenzgruender.de

#### Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal  
[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)
- ▶ BMWi-Unternehmensportal  
[www.bmwi-unternehmensportal.de](http://www.bmwi-unternehmensportal.de)
- ▶ „nexas“ Initiative Unternehmensnachfolge  
[www.nexas.org](http://www.nexas.org)
- ▶ EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft  
[www.exist.de](http://www.exist.de)
- ▶ BMWi/BAFA – Beratungs- und Schulungsportal  
[www.beratungsfoerderung.info](http://www.beratungsfoerderung.info)
- ▶ bundesweite gründerinnenagentur bga  
[www.gruenderinnenagentur.de](http://www.gruenderinnenagentur.de)

## Redaktionsservice

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

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

## Impressum

#### Herausgeber:

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

#### Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

#### Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Andreas Duscha, E-Commerce-Center Handel, Köln, [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

#### Druck:

Druckpunkt Offset GmbH, Bedburg

Auflage: 30.000

## Internetnutzung durch Unternehmen 2009

1 = keine Nutzung; 5 = sehr intensive Nutzung



Quelle: Erhebung des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr 2009