

Wirkung und Nachhaltigkeit von BDS Portalen

Am Beispiel des Portals des Ethiopian BDS Networks www.bds-ethiopia.net

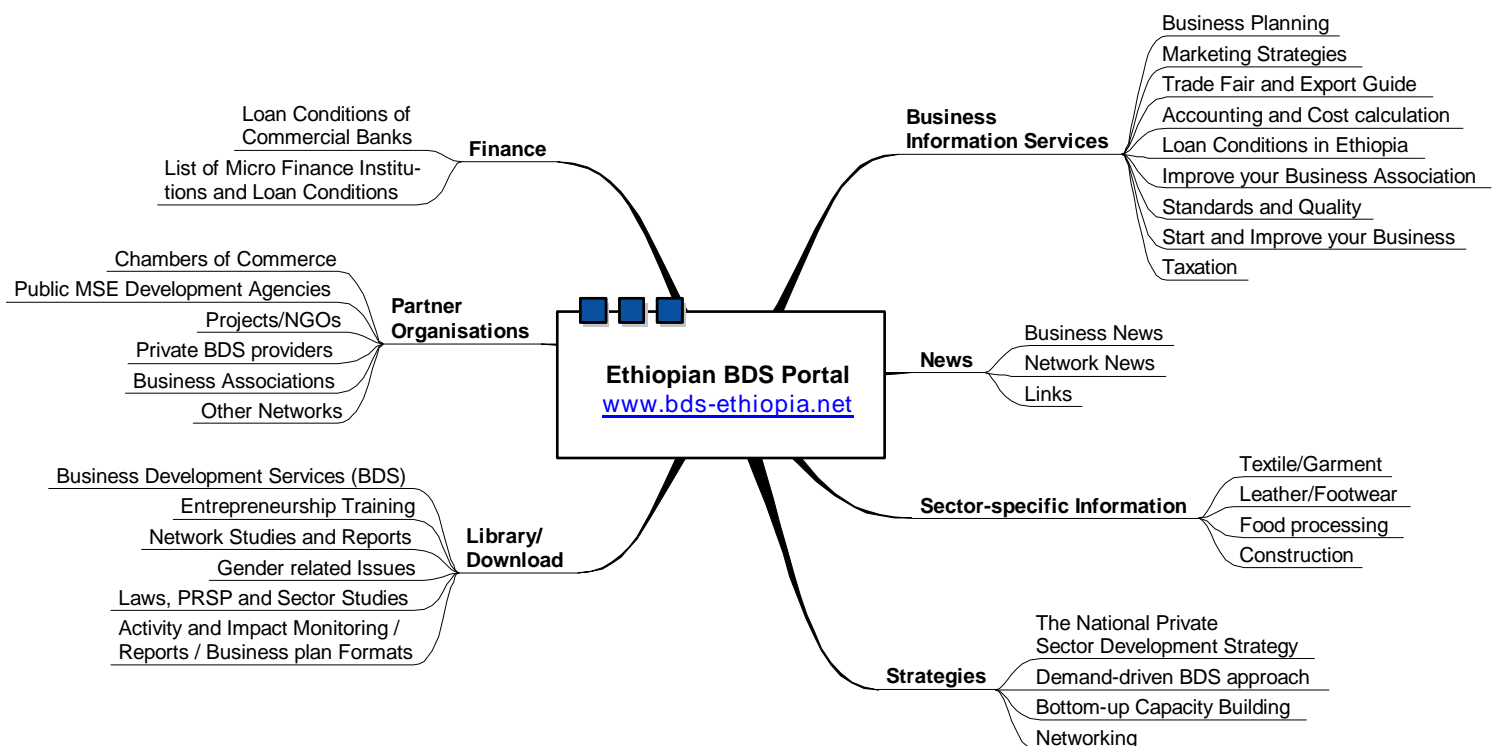
Im Rahmen des Projektes „Kleinunternehmensförderung in Äthiopien“ der deutsch äthiopischen Zusammenarbeit kooperieren wir seit 2000 mit 30 nationalen und lokalen Partnerorganisationen im Bereich Privatwirtschaftsförderung. Die Partner des Projektes sind Unternehmerverbände, Kammern, staatliche, private und kommerzielle Organisationen und Institutionen, die mit eigenem Personal Existenzgründerseminare, Managementkurse und Unternehmensberatungen auf Betriebsebene durchführen und dabei auf der Grundlage eines gemeinsam entwickelten BDS Ansatzes zusammenarbeiten: 500 Unternehmensberater der Partnerorganisationen („BDS facilitators“) kontaktieren alle sechs Monate je 15 Unternehmer und erarbeiten gemeinsam mit ihnen eine unternehmensspezifische Situations- und Problemanalyse. Sie entwerfen anschließend Sechsmonatsaktionspläne, um dann in den nächsten fünf Monaten die identifizierten Probleme gemeinsam mit anderen Institutionen einer Lösung zuzuführen. Zur Zeit werden so jährlich in zwei BDS-Zyklen ca. 9.600 Unternehmen gefördert.

Netzwerkbildung

Um die gemeinsame Arbeit zu koordinieren, haben die Beteiligten ein Netzwerk gegründet, das Ethiopian BDS Network. Über Sechsmonatstreffen werden Erfahrungen und Dokumente ausgetauscht, finden Diskussionen zu aktuellen Themen wie Steuer- oder Finanzgesetzgebung statt und werden Vertreter der 500 Unternehmensberater zu einem Erfahrungsaustausch und der Vorbereitung weiterer Maßnahmen eingeladen.

Internetbasierte Informationsplattform

Als Informationsplattform für alle Akteure, die in der äthiopischen Privatsektorförderung tätig sind – Unternehmensberater, Unternehmerverbände, Unternehmer, Handelskammern, staatliche und private Förderorganisationen und internationale Geber – hat das KMU-Projekt gemeinsam mit den Netzwerkmitgliedern eine internetbasierte Informationsplattform entwickelt: www.bds-ethiopia.net. Das BDS-Portal gibt in übersichtlicher Form zahlreiche Informationen zu den folgenden Themen:



Informationsfluss durch Medienmix

Wir wissen, dass die meisten Kleinst- und Kleinunternehmer in Entwicklungsländern kaum über Internetanschlüsse verfügen, oder die vorhandenen Internetverbindungen schlecht sind. Darüber hinaus besitzen viele der Kleinstunternehmer keine Computer und sprechen nur lokale Sprachen. KMU Portale, die diese Gegebenheiten ignorieren, können zwar mit gefälligen Portalen und „Außenwirkung“ gegenüber der internationalen Gebergemeinschaft glänzen, werden aber in der Realität kaum Wirkung bei der eigentlichen Zielgruppe, den Kleinunternehmern, erzielen.

Immerhin ist ein webbasiertes BDS-Portal auch wichtig für die Koordinierung der internationalen Geber, verschiedenen Förderorganisationen und –projekte vor Ort, die im Bereich Privatsektorförderung tätig sind. Das Portal kann in diesem Sinne eine Art one-stop-shop, eine Anlaufstelle für Fragen zu Import/Export, Messen, Steuer- und Finanzgesetzgebung, sowie Förderstrategien und Yellow Pages zu Förderinstitutionen im Privatsektor des jeweiligen Landes darstellen.

Wenn es aber darum geht, ein BDS-Portal für die Förderung der eigentlichen Zielgruppe, die Kleinst- und Kleinunternehmer des betreffenden Landes, zu nutzen, dann kann nur ein Medienmix aus webbasierten, elektronischen und klassischen Verbreitungsmethoden die Information auf die Unternehmensebene bringen. Das BDS-Portal Äthiopien nutzt die folgenden Verbreitungsformen:

- das BDS-Internetportal, das sich vorwiegend, aber nicht ausschließlich, an die 500 lokalen Unternehmensberater und ihre Organisationen wendet;
- alle 6 Monate wird das aktualisierte Portal auf CD-ROM gebrannt und an die 30 Partnerorganisationen des BDS Netzwerks und alle interessierten Besucher verteilt, die das Portal auf die Computer ihrer Betriebsberater kopieren. Zumindest ist so das erste Problem, nicht vorhandene oder schlechte Internetverbindungen, gelöst;
- die Betriebsberater informieren sich über die CD-ROM zu spezifischen Fragen der Unternehmensberatung und tragen Informationen, wie Steuerfragen, Kreditbedingungen der Banken und Micro Finance Institutionen und sektorspezifische Informationen wie Beschaffung von Textilmaschinen, weiter auf die Unternehmensebene;
- die Unternehmensberater verfolgen dabei einen nachfrageorientierten Ansatz, indem sie gemeinsam mit den Unternehmern deren Hauptprobleme identifizieren und deren Lösungsvorschläge aufgreifen und diskutieren. Die in den Unternehmensberatungen am meisten nachgefragten Informationsangebote sind:
 - Business Planning
 - Bookkeeping and Cost Calculation
 - Marketing Strategies
 - Loan Conditions of Commercial Banks and Micro Finance Institutions
 - Taxation Procedures in Ethiopia;
- spezielle Dokumente und Formulare, wie Business Plan und Cash Book, können auf dem lokalen Computer ausgedruckt und dem Unternehmer bei Interesse zur Verfügung gestellt werden;
- zur weiteren Verbreitung wurden die wichtigsten webbasierten Informationsdienstleistungen überarbeitet und auf dem klassischen Wege gedruckt, publiziert und über den äthiopischen Buchhandel sowie die Handelskammern und andere Partnerorganisationen verkauft. Der Erlös fließt zurück in einen Revolving Fund zur Publizierung weiterer Druckerzeugnisse. Die Publikationen werden den Unternehmern bei Betriebsberatungen zusätzlich angeboten;
- die Veröffentlichungen wurden von der äthiopischen Handelskammer in die lokale Sprache übersetzt und ebenfalls veröffentlicht. Zurzeit sind die Broschüren zu Business Plan, Accounting and Cost Calculation, Standards and Quality, Improve your Business Association und Trade Fair and Export Guide in lokaler Sprache erhältlich und weitere Broschüren befinden sich in Vorbereitung;

- ein e-mail basierter BDS Newsletter wird monatlich an über 400 Adressaten verschickt, gibt regelmässig Netzwerk- und Geschäftsinformationen und hält so den Kontakt mit der „BDS-Gemeinde“ (siehe www.bds-ethiopia.net/e-mail-bds-newsletter.htm).

Alle uns zur Verfügung stehenden Informationskanäle werden also in einem Medienmix zur Verbreitung der ursprünglich webbasierten Informationen genutzt, um schließlich in der direkten Förderung auf der Unternehmens- und Verbandsebene Einsatz zu finden.

Interaktivität

Zur Verbesserung des Informationsangebots werden Rückmeldungen der Unternehmer und Unternehmensberater genutzt, um das BDS-Portal zu aktualisieren. So haben wir in den letzten 18 Monaten die Broschüre zu Business Planning bereits in der dritten veränderten und erweiterten Auflage herausgegeben und die elektronische Version entsprechend aktualisiert.

Wirkungen

Das System zur Unternehmensberatung selbst wurde Ende 2004 extern durch einen lokalen und internationale Gutachter in zwei Evaluierungen analysiert. 500 Unternehmensberater beraten zur Zeit bis zu 9.600 Betriebe pro Jahr in zwei Sechsmontats-BDS Zyklen und 9.000 Start-ups und existierende Betriebe nahmen an CEFE Entrepreneurship Trainings teil. 67% der CEFE-Entrepreneurship Training Start-ups haben im Anschluss an das Training einen Betrieb gegründet. 67% der befragten Betriebe, die an Unternehmensberatungen im Rahmen unsere BDS-Unternehmensberatungen teilnahmen, gaben eine Erhöhung ihres Umsatzes an, 51% erhöhten ihr Einkommen, 33% kauften neues Werkzeug und Ausrüstungen oder erwarben Grundstücke und 27% stellten mehr Personal ein. Insgesamt gaben 80% der Befragten an, in Folge der Förderung über verbesserte Arbeits- und Produktionsbedingungen gegenüber 2001 zu verfügen.

71% der Unternehmensberater gaben an, in ihrer Beratungstätigkeit regelmäßig auf die Informationsangebote des BDS Portals und der daraus entstandenen Informationsformen zurückgegriffen zu haben. Insbesondere wurden die Formulare und Einführungen zu Business Plans, Buchführungsformulare (Kassenbuch, Mitgliederbeiträge, Stockmanagement, Cost calculation, Financial plan), Kreditbedingungen der Banken, Marketinginformationen und das BDS-Toolkit am meisten genutzt (Publikationen siehe unter www.bds-ethiopia.net/go.html). Das Informationsangebot des BDS Portals ist also neben anderen Beratungsdienstleistungen zumindest beteiligt am Erfolg der Unternehmensförderung in Äthiopien.

Breitenwirkung

Das BDS-Portal Äthiopien wird neben den oben genannten Nutzungsformen durch die 500 lokalen Betriebsberater zur Zeit (2005) von 10.000-12.000 Besuchern mit über 60.000 Seitenaufrufen pro Monat genutzt, davon jeweils die Hälfte nationale und internationale Besucher. Unter den Besuchern befinden sich internationale Geber, Gutachter, Unternehmer vorwiegend aus Asien mit Anfragen zu Investitionsmöglichkeiten und Unternehmenskooperationen in Äthiopien, lokale NGOs und Projekte, lokale BDS Provider und Unternehmer. Bei www.google.de befindet sich das Portal beim Stichwort „Business Development Services“ seit Jahren unter den ersten Rangplätzen. Von 342 Websites wird auf das Portal verlinkt (Google Schlagwort: „+www.bds-ethiopia.net“) Schlagwort: „+www.bds-ethiopia.net“). Die am meisten genutzten Seiten sind die Downloadbibliothek des Portals, Business Planning, Accounting and Cost calculation und Marketing.

Lessons learnt

- Internetbasierte KMU Portale sollten auf realen Fördermaßnahmen und -strukturen vor Ort basieren, die mit den angebotenen Informationen auf der Unternehmens- und Verbandsebene arbeiten;
- die Unternehmer selbst sind wegen kaum vorhandenen Internetanschlüssen bei Kleinst- und Kleinbetrieben, nicht vorhandenen Computern, schlechter

Internetverbindungen und wegen Sprachbarrieren über das Internet meist nicht direkt zu erreichen, sondern müssen über Mittler erreicht werden;

- das schließt nicht aus, dass einzelne Unternehmer und Unternehmerverbände das webbasierte Informationsangebot mit der Zeit und der weiteren technischen Entwicklung zunehmend direkt selbst wahrnehmen;
- direktes Zielpublikum eines BDS Portals sollten deshalb die Mittlerorganisationen und ihre Unternehmensberater sowie andere beteiligte Förderinstitutionen, national und international, sein;
- internetbasierte Informationen müssen über sich ergänzende Verbreitungsformen in einem „Medienmix“ an das Publikum herangetragen werden: Webpageplattform, zusätzliche Verbreitung auf CD-ROM, E-mail Netzwerkbildung und E-Newsletter, Verbreitung von Hardcopy Ausdrucken, Erstellung von Druckerzeugnissen und Verbreitung über den klassischen Buchhandel und Direktverkauf durch Unternehmensberater;
- Unternehmensberater und ihre Organisationen bringen das webbasierte Informationsangebot dann über direkte persönliche Kontakte in der Betriebsberatung auf die Unternehmens- und Verbandsebene;
- Rückmeldungen werden regelmäßig genutzt, um das Informationsangebot zu modifizieren und zu erweitern.

Nachhaltigkeit

Das BDS-Portal kam unter maßgeblicher Projektbeteiligung zustande. Gegen Projektende, Anfang 2005, stellte sich die Frage zur Nachhaltigkeit des BDS Portals. Die folgenden Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung des BDS Portals haben wir dabei berücksichtigt:

- Die BDS-Netzwerkmitglieder liefern regelmäßig aktuelle Informationen zur Aktualisierung des Portals;
- ein e-mail Netzwerk inklusive eNewsletter wurde eingerichtet, sodass jeder der Beteiligten erreichbar ist und die anderen Netzwerkmitglieder erreichen kann;
- das Webportal wurde mit einfachsten technischen Mitteln auf html Basis erstellt;
- die Projektsekretärin wurde von Beginn an in die Webpageerstellung mit einbezogen und ist nun als Webmasterin der äthiopischen Handelskammer in der Lage, weitere Seiten aufzubauen und zu aktualisieren;
- darüber hinaus musste ein Model zur Finanzierung des BDS Portals entwickelt werden...

Trotz der vielen Netzwerk Beteiligten war es nicht einfach, eine geeignete Partnerorganisation zu finden, die das notwendige, wenn auch einfache, technische Know-how hat und die notwendige Disziplin aufbringt, regelmäßig Informationen zu sammeln, aufzubereiten und das BDS-Portal zu aktualisieren. Sicherlich hätte man einen professionellen Webmaster für die technische Abwicklung beauftragen können, doch dafür fehlen den lokalen Partnerorganisationen die finanziellen Mittel.

Wir haben deshalb Ende 2004 mit der äthiopischen Handelskammer vereinbart, unsere Projektsekretärin, die über die notwendigen Netzwerkkontakte verfügt und das BDS-Portal auf einer einfachen technischen Basis auch weiterentwickeln kann, als Webmasterin zu engagieren. Im Gegenzug haben wir der äthiopischen Handelskammer eine eigene Website erstellt, mit der über Werbeflächen und die Erstellung von Webpages für Mitgliedsunternehmen Einnahmen erwirtschaftet werden. Innerhalb von drei Monaten konnten acht Unternehmen, Consultants, NGOs und Projekte geworben werden, die bis zu 200 Euro pro Jahr für Werbeflächen oder eigens erstellte Unternehmenswebpages zahlen. Auf der Ethiopian Chamber webpage www.ethiopianchamber.com und der Nazareth City Chamber webpage www.adamachamber.com finden sich in den Eingangsseiten verschiedene Beispiele von zahlenden Unternehmen. Andere einkommensschaffende Partnerwebpages werden unter ihrer eigenen Adresse von der Webmasterin der äthiopischen Kammer betreut, wie z.B. www.amhara-development.org der amharischen Regionalregierung, [4](http://www.mekelle-</p></div><div data-bbox=)

chamber.com der Mekelle Chamber of Commerce, oder www.ethiopianchamber.com/-samaritan einer NGO. Mit 20 zahlenden Unternehmen können das Gehalt der Webmasterin und die geringen Providerkosten von 15 Euro pro Monat auch ohne Zuschüsse von außen aufgebracht werden.

Das Modell der Webpagefinanzierung über Werbeflächen und Webpagehosting ist prinzipiell nicht auf Mitgliedsfirmen der Handelskammern beschränkt, erleichtert aber die Akquisition. Wir haben die Einrichtung von Werbeflächen nicht auf der BDS Ethiopia Net Webpage, sondern auf der Webpage der äthiopischen Kammern angestrebt, weil die Kammeradresse eine der ersten Internetadressen in jedem Land weltweit ist, die vom interessierten Publikum aufgesucht wird, insbesondere wenn es um den Privatsektor geht. Zur Akquisition von Unternehmen, die Werbung betreiben oder ihre eigene Sub-Webpage veröffentlichen wollen, ist die Adresse einer allen bekannten Institution von hervorragender Bedeutung. Bei der Adresse www.ethiopianchamber.com handelt es sich um eine solche Adresse. Prinzipiell wären die Adressen anderer bekannter Institutionen, z.B. der Ethiopian Investment Authority mit www.investinethiopia.org, zur Akquisition von Werbetreibenden auch geeignet.

- Technisch und personell ist die Nachhaltigkeit des BDS Portals mit der Übernahme der Webmasterin durch die äthiopische Kammer gewährleistet;
- organisationell ist das Portal mit der Übernahme in die äthiopische Kammer integriert;
- inhaltlich ist das BDS-Portal über die Zusammenarbeit mit dem weiter funktionierenden BDS-Netzwerk gesichert, dessen Mitglieder von der Webmasterin regelmäßig über e-mail kontaktiert werden;
- finanziell ist das Portal aufgrund technisch einfachen Designs und damit verbundener geringer Kosten sowie einkommensschaffender Maßnahmen über Werbung von Unternehmen auf der Webpage der äthiopischen Kammer weitgehend selbsttragend.

Lessons learnt

Bei Beachtung einiger Prinzipien, bei denen Einfachheit eine wichtige Rolle spielt, ist die Nachhaltigkeit von BDS Portalen möglich:

- Die Webpagestruktur und –technik muss einfach sein, am Besten einfacher html Code, oder ein fertig installiertes Open Source Content Management System (Letzteres allerdings mit der Einschränkung, dass dabei die Verbreitung über CD-ROM wegen fehlender Serverumgebung nicht möglich ist), damit das Portal auch von weniger qualifiziertem, dafür aber bezahlbarem Personal betrieben werden kann - Kostensenkung;
- Datenbanken müssen deshalb bei einfacher Webpagestruktur nicht außen vor sein, sie können, wie das ja gerade im Internet möglich ist, über Verlinkung und Einbindung externer Scripts genutzt werden (siehe die Nutzung von Datenbanken zur Beschaffung von Maschinen (www.bds-ethiopia.net/textile-supply-markets), Messedatenbanken (www.bds-ethiopia.net/tradefairscalendar.html) und Scripts für Diskussionsforen (www.bds-ethiopia.net/library.html));
- die Informationsbeschaffung, die nicht unbedingt webpagemäßig aufbereitet sein muss (das erledigt der/die Webmaster/in), muss über ein Netzwerk von Resourcepersons und Resourceinstitutionen gewährleistet sein;
- die Webpage sollte bei einem kostengünstigen Provider (in diesem Fall ein Billigprovider in Europa) gehostet werden;
- die Kosten, wenn sie gering gehalten werden, können über die Einstellung von Werbeflächen auf Webpages bekannter Institutionen, oder über Webpagehosting finanziert werden.

Addis Ababa, April 2005
Dieter Gagel, mail@gagel.net
Freier Gutachter – Wirtschaftsförderung