



WIR SIND DER MARKT

Wir sind alle Konsumenten und Produzenten, kreative Köpfe und Anwender. Investoren und Unternehmer. Wir haben keine Lust mehr, uns gegenseitig auszubeuten. Denn wir sind eine Gemeinschaft. Wir sind der Markt.

Die Fairwork Stiftung macht den Markt zu einem Ort, der uns allen gehört und von dem wir alle profitieren. Vor dem Laptop sitzend in einem Kaffeehaus in Berlin genauso, wie in einer Manufaktur in Kasachstan.

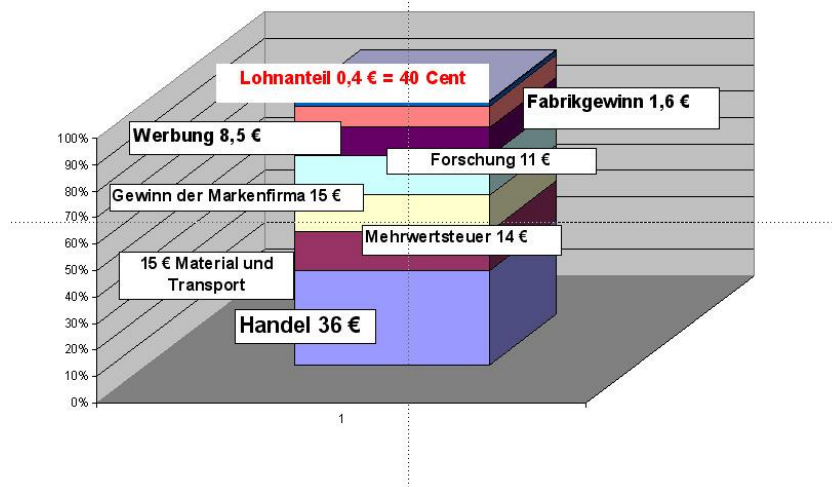
www.fairwork.org
Open Innovation for Fair Products

Vorwort

Beim Kauf von Sportschuhen im Sommer 2007 hatte ich folgende Grafik im Kopf:

Wertschöpfungsmodell Sportschuh zum Preis von 100 €

(Quelle: Financial Times Deutschland/STERN)



Ich fragte mich: Was würde geschehen, wenn ich im Geschäft das Geld aufgeteilt nach der Wertschöpfung direkt den einzelnen Gruppen geben müsste, um zum Schluss dem Schumacher oder der Schuhmacherin ihre 40 Cent in die Hand zu drücken?

Würdest du das mit gutem Gewissen machen? Wahrscheinlich nicht. Wir tun es jedoch laufend, denn der Schuster lebt weit weg. Wir nennen es Globalisierung und glauben nichts dagegen tun zu können. Das muss nicht sein, denn wir sind der Markt!

Was noch vor wenigen Jahren utopisch geklungen hätte, ist heute konkret umsetzbar. Neue Technologien und Organisationsformen erlauben ein Wirtschaften auf Augenhöhe. Die Elemente dazu sind top-aktuell und heißen: Open Innovation, Collaborative Networks, Commons, Chaordic Organization, liquid Feedback usw. Wir müssen sie nur richtig zusammenfügen.

Wir können den Markt zu einem Ort machen, der uns allen gehört und von dem wir alle profitieren. Vor dem Laptop sitzend in einem Kaffeehaus in Wien genauso, wie in einer Manufaktur in Kasachstan. Das Design und der Aufbau einer Organisation, die hilft diese Vision zu verwirklichen und die auch schon unter den heutigen Marktverhältnissen funktioniert, könnte eine der größten Herausforderung unserer Zeit sein.

Viel Spaß beim Lesen, Thomas Diener

Inhaltsverzeichnis

Was können wir tun?.....	4
Die Innovation.....	4
Die öffentliche Straße.....	5
Der geteilte Konzern.....	6
Der ganze Mensch.....	7
Die einzelnen Akteure.....	8
Die Stiftung.....	8
Die Plattform.....	8
ProduktentwicklerInnen.....	8
Die Manufakturen.....	8
Die Handelsgesellschaften.....	9
Zulieferer.....	9
KonsumentInnen.....	9
Die Redaktionen.....	9
Die Vorteile.....	10
EntwicklerInnen.....	10
Manufakturen.....	10
Handelsgesellschaften.....	10
Die KonsumentInnen.....	10
Ein Beispiel.....	11
Eine Produktidee entsteht.....	11
Der Prototyp.....	11
Produktionsbeginn.....	11
Einkünfte der Stiftung.....	11
Was bisher geschah.....	12
Wie können Sie das Projekt unterstützen?.....	12
Einzelne Schritte.....	13
Vereinsgründung.....	13
Fundraising.....	13
Netzwerk erweitern.....	13
Stiftung gründen.....	13
Plattform.....	13
Erstes Produkt.....	13

Grundidee

Was können wir tun?

Es gibt mehrere Möglichkeiten um die Produktionsbedingungen in einer globalisierten Welt zu verbessern. Wir können als KonsumentInnen auf Konzerne Druck machen und sie dazu bringen, mehr soziale Verantwortung zu übernehmen. Das ist sinnvoll und immer wieder wirksam. Wir können aber auch neue innovative Wege gehen und Produktionsweisen entwickeln, die KonsumentInnen und ProduzentInnen erlaubt, sich auf Augenhöhe zu begegnen. Mit diesem Weg beschäftigt sich das Projekt *FairWork - open innovation for Fair Products*

Die Innovation

Das beste aus zwei Welten

Das **Fairwork – Projekt** stellt die Frage, was entstehen könnte, wenn **offene Innovation** und **faire Produktion / fairer Handel** sich mit den technischen Möglichkeiten des Internets und der Dynamik von **Social-Communities** verbinden.

Wir sind dabei von folgenden Ideen ausgegangen:

- Wir schaffen eine hybride Organisation. Die Effizienz eines Konzerns kombinieren wir mit demokratischen Strukturen. Dafür gibt es ein Erfolgsmodell: Die Chaordische Organisationsform, wie sie von Dee Hock für Visa entwickelt wurde.
- Wir wollen eine konsequente Ausrichtung im Bezug auf soziale Verantwortung und Ökologie. Auch hier gibt es Best Practice Beispiele aus der Fairtrade Bewegung.
- Wir schaffen eine Organisation, an der sich Viele beteiligen und mit der sich Viele identifizieren können. Die Modelle hierfür finden wir in den Social Media Plattformen und dem Konzept der offenen Innovation, wie sie das Internet möglich macht.

Daraus entwickelten wir unser Credo:

- Wir glauben daran, dass es mit den heutigen Mitteln möglich ist, eine Struktur zu entwickeln, die ein Wirtschaften aller Beteiligten auf Augenhöhe erlaubt.
- Wir setzen uns dafür ein, dass ein solches Modell als Prototyp in den nächsten 5 Jahren entsteht.

Die Produkte

Stellen Sie sich vor, die Produkte, die wir kaufen und benutzen, haben folgende Attribute:

- funktional
- sinnvoll
- langlebig
- leicht reparierbar
- leicht auf einen neuen Stand zu bringen (bei technischen Produkten).
- schön

In den Werkstätten, in denen sie produziert werden, würden wir gerne arbeiten. Wir benutzen die Produkte mit gutem Gewissen und einem gewissen Stolz, denn es sind "unsere Produkte". Sie gehören uns, weil sie aus unseren echten Bedürfnissen heraus entstanden sind und wir eventuell an ihrer Entwicklung und ihrer Produktion beteiligt waren. Auch die Markenrechte und Patente gehören uns als ArbeiterInnen/ProduzentInnen genauso, wie uns als KonsumentInnen. Es sind Produkte deren Design und deren ideelle Werte ein Common, ein öffentliches Gut, darstellen.

Metaphern

Die öffentliche Straße

Privatbesitz, oder Common?

Die Wege von der **Produktidee**, zum **Design**, zu den **Zulieferern**, den **Herstellern** und von dort über den **Zwischenhandel** zu den **KonsumentInnen** können wir uns als **Straßen** vorstellen. Heute führen diese Straßen für ein einzelnes Produkt oft rund um den Globus.

Straßen sind normalerweise **öffentlich**. Es dürfen sich nicht nur Alle auf ihnen bewegen, es gibt auch **Regeln**, die schwächere TeilnehmerInnen schützen und ein gleichberechtigtes vorwärtkommen ermöglichen.

Im Gegensatz zu Straßen sind Produktions- und Handelswege **privat**. Hier gilt – und die Globalisierung hat diese Tendenz potenziert: kleinere Hersteller und Handelshäuser haben nur noch sehr geringe Chancen. Das führt dazu, dass unsere Güterproduktion von immer weniger Organisationen kontrolliert wird. Riesen wie Wallmarkt, Ikea, Nike oder Samsung **beherrschen** den **Markt** und diktieren für Millionen MitarbeiterInnen die Arbeitsbedingungen.

Das FairWork Projekt ist der Versuch neue, öffentlich zugängliche Straßen für Güter zu bauen. Auf dem Weg von der Entwicklung zur Herstellung und über den Vertrieb zu den KonsumentInnen ermöglichen diese neuen Straßen einer Vielzahl von kleinen Organisationen, gut ausgebaute Wege zu nutzen. Und wie im richtigen Straßenverkehr gibt es Regeln, die für alle gelten und die für unser Projekt Ökologie und Fairness betreffen.

Die Grundidee von FairWork ist also nicht, einzelne Produkte fair zu produzieren, sondern eine **Infrastruktur** zu schaffen, die es erlaubt, **alle möglichen Produkte fair und ökologisch zu entwickeln, herzustellen** und zu vermarkten.

Es gibt heute zum Glück schon viele Unternehmen, die **soziale Verantwortung** auch gegenüber den ArbeiterInnen in Ländern des Südens ernst nehmen. Die meisten dieser Initiativen sind jedoch "**Top-Down**" organisiert. Die reichen und handlungsfähigen Organisationen aus den Industrieländern suchen sich ihre Partner in den wirtschaftlich weniger privilegierten Regionen. Fairwork lädt unabhängige Manufakturen und Kollektive aus allen Gegenden der Welt dazu ein, sich **selbständig am Projekt zu beteiligen**. Wir erwarten uns davon eine hohe Dynamik und sinnvolle **Anreize zur Selbsthilfe**. Die einzige Bedingung ist, die Einhaltung der **sozialen und ökologischen Kriterien**, die von der Stiftung vorgegeben werden. Die produzierenden Manufakturen sind **gleichberechtigt** mit den anderen Akteuren in die Entscheidungs-Gremien der Stiftung eingebunden und erhalten Zugang zu Wissen und Kundschaft. Diese Optionen sind kein Almosen, sondern ein verbürgtes Recht, das aus der Einhaltung der sozialen und ökologischen Kriterien entsteht.

Metaphern

Der geteilte Konzern

Hybride Organisation

Große **Konzerne** zeigen uns zwei Gesichter: Auf der einen Seite sehen wir die Dinge, an denen Naomi Klein ("No Logo") und viele andere KritikerInnen der **Globalisierung** Anstoß nehmen: Udemokratische **Machtkonzentration** Beeinflussung der Medien, **Ausbeutung** der Schwächeren und der Natur, Bevorzugung der Shareholder, usw.

Auf der anderen Seite sind Konzerne **hocheffizient, verbinden** verschiedene **Kulturen**, ermöglichen **Investitionen** in **Innovation**, bringen es zustande, das viele Menschen **gemeinsam** auf ein **Ziel** hin arbeiten, usw.

Fairwork verbindet die **Vorzüge** von **Konzernen** mit denjenigen einer auf Selbstverwaltung basierenden **Graswurzel-Bewegung**. Wie geht das? Wir zerlegen eine Konzernstruktur einfach in zwei Teile. Der Teil, der normalerweise für Machtkonzentration und Ausbeutung verantwortlich ist, wird zu einem **Common**.

Innovation, Design, Produktentwicklung, Qualitätssicherung, Support, Supply-Chain-Management, Branding, also die Dinge, die üblicherweise den Wert eines Konzerns ausmachen, werden von einer Stiftung **verwaltet**, die als **Dienstleisterin** für viele kleine unabhängige Entwicklungsbüros, Manufakturen, Handelsorganisationen und natürlich auch für die Konsumenten auftritt. Selbstverständlich muss diese Stiftung auch Geld verdienen, um ihre Arbeit leisten zu können. Sie ist jedoch **nicht profitorientiert**, und einer Satzung verpflichtet, die **Ökologie** und **Chancengleichheit** bei sich und den vielen MitspielerInnen einfordert. Gleichzeitig wird sie **demokratisch** von den **Stakeholdern** verwaltet.

Auf der übergeordneten Ebene haben wir also eine **demokratische**, auf das **Gemeinwohl** ausgerichtete Struktur. Auf der Ebene der vielen kleinen MitspielerInnen haben wir marktwirtschaftliche Spielregeln, die **Flexibilität** und Konkurrenz zulassen, **Kreativität** freisetzen und den Tüchtigen unabhängig von ihrer Herkunft und ihrem finanziellen Hintergrund gute Entwicklungschancen geben.

Metaphern

Der ganze Mensch

Die Realität der ProsumentInnen

Oft wird die **Globalisierung** für alle möglichen **Probleme** verantwortlich gemacht. Ein Teil des Problems ist jedoch unsere eigene Gespaltenheit. Wir definieren uns mehr und mehr als KonsumentInnen. In dieser Rolle erwarten wir möglichst preiswerte Produkte, billige Dienstleistungen rund um die Uhr usw. Die Zeit, in der wir uns vorwiegend als ArbeiterInnen definiert und uns zu mächtigen gewerkschaftlichen Organisationen zusammengeschlossen haben, scheint vorüber.

Unser aktuelles System erfüllt unsere Erwartungen als KonsumentInnen so gut es kann. Dabei kommen wir als ProduzentInnen dieser Produkte und Dienstleistungen jedoch immer mehr unter Druck. Nehmen wir noch war, das

wir – als Kollektiv – nicht nur die Opfer, sondern auch die AkteurInnen in diesem Spiel sind?

FairWork spaltet Konzerne in zwei Bereiche (Vergl. "Der geteilte Konzern"). Gleichzeitig können wir uns – selbst im Kontext von weltweiter Arbeitsteilung – wieder als Einheit von KonsumentIn und ProduzentIn (Prosument) wahrnehmen. Wir sind – wenn wir das wollen – als KonsumentIn mit der gesamten Organisation verbunden und nehmen zum Beispiel Einfluss auf die Produktentwicklung. Fairwork kann auch bei zunehmender Größe für immer mehr Menschen zum Arbeitgeber werden. Als ArbeitnehmerInnen profitieren wir dann von den fairen Löhnen, die wir als KonsumentInnen ermöglichen. Der Kreis schließt sich.

Das Projekt

Die einzelnen Akteure

FairWork kann man als eine strukturelle Kopplung von relativ unabhängigen Teilen betrachten.

Die Stiftung

Der zentrale Akteur ist eine Stiftung. Diese besitzt die Design- und Markenrechte der Produkte, vergibt diese gegen Lizenzgebühr an Manufakturen die soziale Standards garantieren und betreibt eine Onlineplattform, über die alle Stakeholder kommunizieren können. Operativ ist die Stiftung zuständig für die Markenpflege, die Qualitätssicherung die Entwicklung von Supply-Chain-Management und die Steuerung der Produktentwicklung. In der Straßen-Metapher (siehe weiter oben) ist die Stiftung die Instanz, die den Bau der Straße in Auftrag gibt, die Einhaltung der Verkehrsregeln einfordert und die Fahrzeuge auf ihre Fahrtüchtigkeit kontrolliert.

Die Plattform

Das **Herzstück** des Projektes ist eine **Online-Plattform**. Sie wird von der Stiftung betrieben und verbindet alle Elemente des Projektes. Sie garantiert die Transparenz und die leichte Einbindung von weiteren Akteuren. Auch die demokratische Fundierung des Projektes wird über die Plattform sichergestellt. Die verschiedenen Interessengruppen des Projektes werden in der Plattform zu Kammern zusammengeschlossen. Diese Kammern wählen jeweils Vertretungen in den Stiftungsrat.

ProduktentwicklerInnen

Die ProduktentwicklerInnen erhalten von der Stiftung Aufträge. Sie sind über die Plattform mit den KonsumentInnen und den Manufakturen direkt verbunden, so dass deren Anliegen in die Produktentwicklung einfließen. Die Rechte an den Designs liegen bei der Stiftung. Junge innovative Designagenturen und ProduktentwicklerInnen rund um die Welt haben über die Stiftung die Chance sinnvolle Aufträge zu erhalten. Auch innovative **Manufakturen** können sich in Richtung Designentwicklung weiterentwickeln.

Die Manufakturen

Manufakturen rund um die Welt erhalten die Möglichkeit die Designs, das Marketing und das Supply-Chain-Management der Stiftung zu nutzen. Sie können den Vertrieb der Produkte selber in die Hand nehmen, oder mit einer oder mehreren **Handelsgesellschaften** zusammenarbeiten. Über die Crowdfunding-Funktion der Plattform können Manufakturen mit erschwinglichen Krediten versorgt werden. Jede Manufaktur hat das Recht am System teilzunehmen, solange sie die sozialen und ökologischen Richtlinien der Stiftung einhält. Dafür muss sie sich in der Plattform transparent präsentieren.

Die Handelsgesellschaften

Handelsgesellschaften sind die Brücke zwischen den Manufakturen und den KonsumentInnen. Sie sind für das Marketing im Detailhandel, die Logistik und den Service der Produkte zuständig. Handelsgesellschaften sind frei in der Zusammenstellung ihrer Produktlinien und wählen die Manufakturen mit denen Sie zusammenarbeiten wollen. Handelsgesellschaften können sowohl größere Handelshäuser wie auch selbst verwaltete kleine Konsumenten-Genossenschaften sein.

Zulieferer

Bei der Herstellung der meisten Produkte braucht es Zulieferer. Gewisse industrielle Teile oder Rohstoffe müssen von den Manufakturen eingekauft werden. Diese Zulieferer zu evaluieren und sie auf ihre ökologische und soziale Verträglichkeit zu überprüfen wird eine der großen Herausforderungen des Projektes. Hier werden wir nicht darum herum kommen, Kompromisse einzugehen und gleichzeitig eine stetige Optimierung anzustreben.

KonsumentInnen

KonsumentInnen die ein Produkt über ein Handelshaus einkaufen, müssen im Prinzip nichts von den Prozessen im Hintergrund wissen. Über das Label können Sie sich jedoch bei Interesse in die Plattform einloggen um die Produkte zurück zu verfolgen und etwas über die Bedingungen unter denen Sie produziert wurden erfahren. Sie können in der Plattform jedoch auch ein Profil anlegen und sich darüber aktiv an der Entwicklung der Stiftung beteiligen. Sie können z.B. mitbestimmen, welche Produktentwicklungen vorangetrieben werden sollen. Über die "KonsumentInnen-Kammer" im "Online-Parlament" wählen sie auch ihre VertreterInnen in den Stiftungsrat.

Die Redaktionen

Die Inhalte der Plattform sind vielfältig und über die Beteiligung aller Interessengruppen komplex. Um diese Information sinnvoll aufzuarbeiten braucht es eine von der Stiftungsleitung unabhängige "Presse". Diese Aufgabe wird von einem oder mehreren Redaktionsteams wahrgenommen. In den Ausführungsbestimmungen der Stiftung gibt es einen Passus, der das "Presserecht" regelt und unabhängigen Redaktionsteams den Zugang zu den TeilnehmerInnen der Plattform garantiert.

Das Projekt

Die Vorteile

Alle beteiligten Gruppen haben einen Nutzen aus der Kooperation mit der Stiftung

EntwicklerInnen

- Junge EntwicklerInnen erhalten ein Arbeitsumfeld, in dem sie sich auf ihre Kerntätigkeit konzentrieren können.
- Die Garantie, dass die Produkte fair gefertigt werden, geben den EntwicklerInnen eine ideelle Motivation.
- EntwicklerInnen profitieren über die Plattform von der Kreativität der KonsumentInnen.

Manufakturen

- Erhalten Zugang zu Produkt-Designs und Produktionsdokumentationen inkl. Supply Chain.
- Erhalten Zugang zu Handelsorganisationen und KonsumentInnen.
- Erhalten einen fairen Preis für Ihre Produkte.
- Erhalten Zugang zur notwendigen Technologie
- Können über die Plattform an Mikrokredite gelangen.

Handelsgesellschaften

- Profitieren von einem großen Netzwerk an Produktionsbetrieben.
- Haben Zugang zu einer Vielzahl guter Produkte.
- Profitieren von der Ausstrahlung und dem ethischen Image der Marke.

Die KonsumentInnen

- Haben über die Plattform – falls sie wollen – Einfluss auf die Produktentwicklung.
- Wissen unter welchen Bedingungen die Produkte hergestellt werden.
- Können sich mit den Produkten identifizieren.
- Sind – falls sie wollen – in einem demokratischen Prozess in die Entwicklung der Stiftung eingebunden.

Das Projekt

Ein Beispiel

Hier möchte ich die Funktionsweise des Projektes kurz illustrieren.

Eine Produktidee entsteht

In einem der Innovations-Foren der Plattform entsteht eine Diskussion über die Verwendung von Industripappe. Eine Designerin macht einen Vorschlag für ein flexibles Büchergestell aus dicker, weißer, extrem stabiler Industripappe, die auch in der Autoindustrie Verwendung findet. Sie präsentiert quadratische Boxen, deren Kanten mit stabilen schwarzen Baumwollbändern verstärkt sind. Die Boxen können beliebig gestapelt sehr flexibel zu äußerst ästhetischen Büchergestellen zusammengestellt werden. Das quadratische weiß-schwarze Design mutet elegant und irgendwie "japanisch" an.

Der Prototyp

Die Stiftung genehmigt nach einer Frist, in der keine Einwände eingebracht wurden, das Budget für die Produktentwicklung. Die junge Designerin arbeitet jetzt mit einer kleinen Gruppe an der Umsetzung. Die beste Produktionsweise wird erprobt, die Bezugsquellen für die geeignetste Pappe evaluiert und das Produkt sowohl im Kreis der Manufakturen, wie auch im Kreis der Handelsgesellschaften präsentiert. Messebesuche werden organisiert. Der Einbezug von KonsumentInnen aus der Plattform ermöglichen eine rasche und zuverlässige Marktanalyse.

Produktionsbeginn

Zwei größere Handelshäuser möchten das Produkt in ihr Sortiment aufnehmen. Ein größerer selbst verwalteter Betrieb in Brasilien, und zwei Manufakturen in der Türkei und in der Ukraine übernehmen die Produktion für die Handelshäuser. Aber auch ein städtisches gemeinschaftliches Wohn- und Arbeitsprojekt in Liverpool und zwei kleine Programme in Mannheim und Winterthur, die Menschen mit psychischen Beeinträchtigung beschäftigen, produzieren die Kisten. Sie verkaufen sie ohne großen Aufwand über ihre bestehenden Kanäle.

Einkünfte der Stiftung

Die Manufakturen, sowie Handelsorganisationen bezahlen an die Stiftung je 5% Lizenzgebühr. Kleine Initiativen, die direkt an ihre eigenen Netzwerke liefern, bezahlen keine Lizenz für den Handel. Die Möglichkeit das Material preiswerter über den Großhandel zu beziehen, wiegt auch für kleine Manufakturen die Gebühren bei weitem auf.

Die Realisierung

Was bisher geschah

- Eine neue Organisationsform wurde entwickelt.
- Eine Stiftungssatzung geschrieben.
- Eine Homepage erstellt.
- Ein Verein gegründet.
- Ein Manifest verfasst.

Wie können Sie das Projekt unterstützen?

- **Das 5 Sekunden Engagement:** Du trägst dich in unseren Newsletter ein.
- **Das 10 Sekunden Engagement:** Du likest unsere Facebook-Seite.
- **Das 5 Minuten Engagement:** Du leitest den Link auf diese Seite mit einer persönlichen Widmung an ein paar Freunde weiter.
- **Das € 50 - € 100 Engagement:** Du wirst Vereinsmitglied.
- **Das freie Zeit Engagement:** Du übernimmst die eine oder andere kleinere oder grössere Teilaufgabe, die du auf unserer Arbeitsplattform findest.
- **Das Gönner - Engagement:** Du ermöglichst mit einer Spende die weitere Entwicklung des Projektes.
- **Das Promotor - Engagement:** Du organisierst Kongresse, leitest eine Schule oder hast sonst die Möglichkeit uns einzuladen, das Projekt in lebendiger Form einem interessierten Publikum vorzustellen. Gerne auch mit einer Entschädigung für unseren Aufwand.

Die Realisierung

Einzelne Schritte

Vereinsgründung

Mit der Gründung des FairWork Vereins haben wir die Grundlage geschaffen für eine offizielle Organisationsform des Projektes in der Startphase.

Fundraising

Mit unbezahlter Freiwilligenarbeit sind wir zwar ein paar Schritte weit gekommen. Um wirklich durchzustarten, brauchen wir ein Budget, mit dem wir an ProfessionistInnen bezahlte Aufträge vergeben können.

Netzwerk erweitern

Mit jedem Fan auf Facebook, mit jedem neuen Vereinsmitglied, mit jedem Kontakt, mit jeder Spende für unser Projekt auf einer Crowdfunding - Plattform wächst unser Potential. Sobald die ersten Produkte verfügbar sind, werden Mitglieder dieses Netzwerk auch zu den frühen Kunden gehören.

Stiftung gründen

Ab € 50'000 - 100'000 haben wir genug Kapital um eine Stiftung zu gründen. Diese wird den Verein als operative Instanz ablösen. Sie wird die Infrastruktur

aufbauen, die es braucht um DesignerInnen und Manufakturen den nötigen Support zu bieten.

Plattform

Die Stiftung wird auch die definitive Arbeitsplattform entwickeln, die für die Unterstützung der komplexen Organisations- und Kommunikationsprozesse nötig ist.

Erstes Produkt

Ein erstes Produkt unter der "FairWork" Lizenz wird lanciert. Die Zusammenarbeit zwischen Produkte-EntwicklerInnen, Manufakturen und KonsumentInnen wird konkret.

Diese Schritte bauen aufeinander auf. Sie sind jedoch nicht in jedem Fall chronologisch, sondern laufen auch parallel.