



Modul 6 (Teil 2)

Integratives gesellschaftliches Engagement für KMU

Teil 2: Verstehen und
Einbinden Ihrer Gemeinschaft:
Grundlagen für integrative
Wirkung.



[www. projectdare.eu](http://www.projectdare.eu)

This resource is licensed under CC BY 4.0



This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2022-2-IE01-KA220-VET-000099060

Diese Ressource ist lizenziert unter CC BY 4.0





Entdecken Sie den DARE Module Learning Pathway:

Nutzen Sie unsere Lernblöcke, die KMU dabei helfen sollen, vielfältige, gerechte und integrative Arbeitsplätze zu schaffen. Nutzen Sie die Möglichkeiten der DEI, um den nachhaltigen Erfolg Ihres Unternehmens zu fördern. Unsere praktischen und interaktiven Module bieten Einblicke in die Praxis und Fallstudien aus einer europäischen Perspektive - helfen Sie mit, Arbeitsplätze und Gemeinschaften zu schaffen, in denen sich alle wohlfühlen!

SIE SIND HIER

MODUL 1

Einleitung: Diversitäten beleben europäische Unternehmen

Hauptmerkmale: Überblick und Definitionen von D&I in KMU. 12 Dimensionen der Diversität. Erlernen von Schlüsselkompetenzen für die Umsetzung von Business Cases.

- Teil 1:** Warum D&I für KMU wichtig ist.
- Teil 2:** Aufbau von D&I-Kompetenzen für KMU.

MODUL 2

Inklusive Führungsqualitäten

Hauptmerkmale: Entwickeln Sie integrative Führungskompetenzen (z. B. Bewusstsein für Vorurteile und deren Beseitigung). Nutzen Sie die Kraft der Neurodiversität. Messung der Auswirkungen und Aufbau von Resilienz.

- Teil 1:** Vorbereitung auf einen integrativen Wandel durch Führung.
- Teil 2:** Inklusive Führung & Neurodiversität freischalten.
- Teil 3:** Messung des Einflusses von Führungskräften und Aufbau von Resilienz.

MODUL 3

Integratives Talentmanagement für KMU

Hauptmerkmale: Inklusive Werbung, Einstellung und Bindung. Leistungsmanagement und Nachfolgeplanung für Führungskräfte.

- Teil 1:** Anwerbung, Entwicklung und Bindung von Talenten unterschiedlicher Herkunft.
- Teil 2:** Erstellung inklusiver Stellenbeschreibungen und -anzeigen.
- Teil 3:** Inklusive Auswahl-, Interview- und Angebotsstrategien.
- Teil 4:** Talententwicklung und Mitarbeiterbindung.
- Teil 5:** Leistungsmanagement und Feedback.
- Teil 6:** Nachfolgeplanung und Entwicklung von Führungskräften.

MODUL 6

Integratives gesellschaftliches Engagement für KMU

Hauptmerkmale: Lernen Sie die sechs Grundprinzipien des integrativen Engagements in der Gemeinde kennen. Verstehen Sie die vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes und erstellen Sie einen effektiven Engagementrahmen und Aktionsplan.

- Teil 1:** Grundlagen des inklusiven Engagements in der Gemeinschaft.
- Teil 2:** Verstehen Sie Ihre Gemeinschaft und binden Sie sie ein.
- Teil 3:** Sicherstellung eines inklusiven Engagements durch Shared Value.
- Teil 4:** Vorbereitung eines wirksamen Rahmens für das Engagement der Gemeinschaft.
- Teil 5:** Erstellen Sie einen Rahmen für das Engagement der Gemeinschaft und einen Aktionsplan.

MODUL 5

Integratives Marketing für KMU

Hauptmerkmale: Einbindung von Inklusivität in das Branding. Verstehen Sie die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen. Strategische Marketing-Kampagnen für Inklusion entwerfen.

- Teil 1:** Die Macht des integrativen Marketings für KMU-Marken.
- Teil 2:** Verstehen Sie Ihre Kunden und überwinden Sie Marketing-Barrieren.
- Teil 3:** Gestaltung inklusiver Marketing-Kampagnen.

MODUL 4

Aufbau einer integrativen Unternehmenskultur in KMU

Hauptmerkmale: Aufbau einer integrativen Unternehmenskultur. Entwicklung und Durchführung eines strategischen Audits zum Kulturwandel, Überprüfung von Richtlinien und Praktiken sowie Stärkung der Teams durch Belohnung und Anerkennung.

- Teil 1:** Verstehen und Aufbau einer integrativen Unternehmenskultur.
- Teil 2:** Entwurf und Durchführung einer strategischen Prüfung des kulturellen Wandels.
- Teil 3:** Unterstützung des Managements bei der Schaffung eines Arbeitsplatzes der Zugehörigkeit.
- Teil 4:** Von der Politik zur Praxis: Pflege einer Kultur der Integration.
- Teil 5:** Befähigung von Teams durch DEI-Zusammenarbeit, ERGs und Anerkennungen.

Einführung DARE zu Modul 6

Integratives gesellschaftliches Engagement für KMU

Dieses Modul soll ein umfassendes Verständnis für ein integratives Engagement in der Gemeinschaft vermitteln und sicherstellen, dass jede Stimme gehört und respektiert wird.

Teil 1: Erkunden Sie die Grundsätze: Gemeinsame Werte, Repräsentation, Zugänglichkeit, Transparenz, Respekt und Befähigung.

Teil 2: Identifizierung der verschiedenen Schichten der Gemeinschaft - Einwohner, Kultur, Sektoren und Ressourcen. Entwickeln Sie Strategien zur Förderung der Beteiligung und zum Aufbau von Gemeinschaftsstolz.

Teil 3: Gemeinsame Werte schaffen durch Integration verschiedener Perspektiven und Mobilisierung kollektiver Maßnahmen.

Teil 4: Bilden Sie Engagement-Teams, verfeinern Sie Strategien und erleichtern Sie integrative Gespräche, die sicherstellen, dass alle Stimmen gehört werden.

Teil 5: Lernen Sie, einen nachhaltigen Rahmen für das Engagement der Gemeinschaft zu entwerfen, der klare Ziele, die Einbindung von Stakeholdern und messbare Ergebnisse umfasst und langfristige Wirkung und Anpassungsfähigkeit gewährleistet.

Abschnitt 1

Grundlagen des inklusiven gesellschaftlichen Engagements: Grundsätze, Praktiken und Vorteile

Abschnitt 2

Verstehen Sie und engagieren Sie Ihre Gemeinschaft: Grundlagen für integrative Wirkung.

Abschnitt 3

Sicherstellung eines inklusiven Engagements durch gemeinsame Wertschöpfung und Empowerment der Gemeinschaft.

Abschnitt 4

Vorbereitung eines effektiven Rahmens für das Engagement in der Gemeinschaft: Schritt-für-Schritt-Anleitung.

Abschnitt 5

Schaffung eines Rahmens für das Engagement der Gemeinschaft und Entwicklung eines gemeinsamen Aktionsplans

SIE SIND HIER

Teil 1

Teil 2

Teil 3

Teil 4

Teil 5

M6:Teil 2

Identifizieren und verstehen Sie Ihre Gemeinschaft. Lernen Sie, wer genau Ihre Gemeinschaft ausmacht, damit Sie genau wissen, wem Sie dienen und wie Sie mit verschiedenen Gruppen interagieren müssen.

Verstehen Sie die vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes. Lernen Sie, die Ebenen zu entfalten und in die Werte Ihres Unternehmens zu integrieren, um einen gemeinsamen Wert zu schaffen.

1. Einwohner, Kultur und Geschichte
2. Wirtschaft, Regierung, gemeinnützige Sektoren und Koalitionen
3. Programme, Politiken, Pläne und Systeme
4. Ressourcen, Umgebungen und Standort

Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen.

Behandelt werden Schlüsselstrategien wie die Schaffung eines sicheren und inklusiven Raums, die Anpassung an die Bedürfnisse der Gemeinschaft, die Förderung aktiver Beteiligung und der Stolz auf die Gemeinschaft und den Ort.

01

Identifizieren und verstehen Sie Ihre Gemeinschaft

02

Verstehen der vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes

03

Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen

Übung: Identifizieren und listen Sie Ihre Gemeinschaft auf

Übung: Den Rahmen für den Gemeinschaftskontext vorbereiten

Übung: Recherchieren Sie und sprechen Sie mit Ihrer Gemeinde

Lernziele

Am Ende dieses Moduls werden die Teilnehmer in der Lage sein:

- 1. Identifizieren und verstehen Sie Ihre Gemeinschaft** - Erkennen Sie die verschiedenen Gruppen, aus denen sich Ihre Gemeinschaft zusammensetzt, und passen Sie Ihre Engagementstrategien so an, dass Sie sie effektiv bedienen und mit ihnen interagieren können.
- 2. Analysieren Sie die vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes** - Entfalten Sie die verschiedenen Ebenen der Gemeinschaftsdynamik und integrieren Sie sie mit Ihren Unternehmenswerten, um einen gemeinsamen Wert zu schaffen.
 - Einwohner, Kultur und Geschichte
 - Wirtschaft, Regierung und gemeinnützige Sektoren und Koalitionen
 - Programme, Politiken, Pläne und Systeme
 - Ressourcen, Umgebungen und Standort
- 3. Anwendung von Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen** - Umsetzung von Schlüsselstrategien zur Schaffung sinnvoller Beziehungen, wie z. B. die Schaffung eines integrativen Raums, Anpassung an die Bedürfnisse der Gemeinschaft, Förderung der Beteiligung und Stärkung des Gemeinschaftsstolzes.

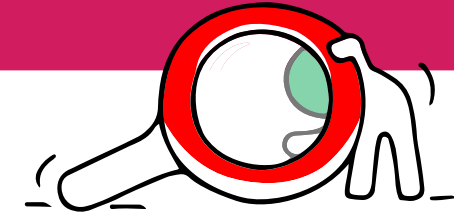
Identifizieren und verstehen Sie Ihre Gemeinschaft

KMU - Engagement für die Gemeinschaft

KMU müssen bei einem inklusiven Engagement zuerst ihre Gemeinschaft und ihre Stakeholder verstehen, um sicherzustellen, dass ihre Bemühungen relevant, sinnvoll und effektiv sind. Indem sie herausfinden, für wen sie tätig sind, welche unterschiedlichen Bedürfnisse sie haben und mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind, können KMU ihre Engagement-Strategien so anpassen, dass sie effektive, effiziente Programme, Vertrauen und Inklusivität ermöglichen und gegenseitigen Nutzen schaffen.



Ermitteln Sie, wer Ihre Gemeinschaft ist!



KMU müssen ihre Gemeinschaft und ihre Stakeholder zuerst verstehen, wenn sie sich in die Gemeinschaft einbringen wollen, denn nur so können sie sicherstellen, dass ihre Bemühungen relevant, sinnvoll und effektiv sind.

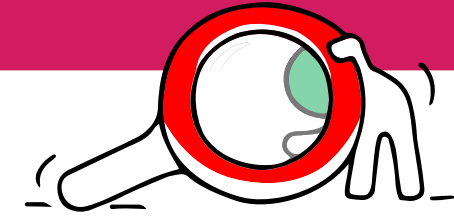


Indem sie herausfinden, für wen sie arbeiten, welche unterschiedlichen Bedürfnisse sie haben und mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind, können KMU ihre Engagement-Strategien so anpassen, dass sie effektive, effiziente Programme, Vertrauen und Inklusivität ermöglichen und gegenseitigen Nutzen schaffen.

Die Kenntnis des Gemeinwesens und der wichtigsten Stakeholder - wie Kunden, lokale Unternehmen, Unterstützer des Gemeinwesens, politische Entscheidungsträger und Randgruppen - hilft den Unternehmen, authentische Beziehungen aufzubauen, ihre Initiativen auf die Prioritäten des Gemeinwesens abzustimmen und langfristige positive Auswirkungen zu erzielen. Ohne dieses Verständnis besteht die Gefahr, dass Engagementbemühungen oberflächlich, unverbunden oder sogar schädlich für die Menschen sind, die sie eigentlich unterstützen sollen.



Ermitteln Sie, wer Ihre Gemeinschaft ist!



KMU müssen forschen, um einen Rahmen für das Engagement zu entwickeln, damit sie durch informelle, authentische Interaktionen, die Vertrauen, Empathie und ein gemeinsames Verständnis der lokalen Prioritäten schaffen, effektiv mit den lokalen Gemeinschaften zusammenarbeiten können. Um sich effektiv in Ihre Gemeinschaft einzubringen, müssen Sie zunächst verstehen, aus wem sich Ihre Gemeinschaft zusammensetzt, welche Eigenschaften sie hat und welche Bedürfnisse.



Verstehen Sie, wer Ihre Gemeinschaft ist: Beginnen Sie damit, die Menschen kennenzulernen, mit denen Sie in Kontakt treten wollen. Fragen Sie sich selbst:

- Definieren Sie Ihren Anwendungsbereich:** Wenden Sie sich an Anwohner, kleine Unternehmen, Kunsthandwerker, Schulen oder eine Mischung aus beidem?
- Wer sind sie?** (z. B. Anwohner, Kunsthandwerker, Unternehmen oder Umweltgruppen).
- Identifizieren Sie Bedürfnisse, Herausforderungen und Interessen:** Welchen Bedürfnissen oder Herausforderungen steht die Gemeinschaft gegenüber? Was sind ihre Ziele oder Werte? Was ist für sie wichtig? (z. B. Nachhaltigkeit, Beschäftigung, kulturelles Erbe).



Gemeinschaften können einschließen.

Am inklusiven Marketing und am Engagement in der Gemeinschaft sind verschiedene Gruppen von Menschen und Organisationen beteiligt, die jeweils eine bestimmte Rolle bei der Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion spielen. Im Folgenden finden Sie eine Aufschlüsselung der verschiedenen beteiligten Personen sowie Definitionen und Beispiele:

1. Verbraucher (Zielpublikum)

Definition: Verbraucher sind Einzelpersonen oder Gruppen, die Waren und Dienstleistungen kaufen. Sie stehen im Mittelpunkt jeder Marketingkampagne, und ihre Bedürfnisse, Vorlieben und kulturellen Kontexte bestimmen die Inklusionsbemühungen von Marken.

- ❖ **Beispiel:** Eine Marke, die sich an ein vielfältiges Publikum wendet, wie z. B. Dove, stellt sicher, dass ihre Marketingmaterialien und Produkte verschiedene Körpertypen, Ethnien und Altersgruppen widerspiegeln, damit ihre Botschaft bei allen Verbrauchern ankommt.

2. Führungspersönlichkeiten der Gemeinschaft

Definition: Führungspersönlichkeiten der Gemeinschaft sind Einzelpersonen oder Vertreter einer bestimmten Gruppe oder eines bestimmten Ortes, die in ihrer Gemeinschaft eine vertrauenswürdige Stimme und Fürsprecher sind. Sie helfen bei der Ermittlung der wichtigsten Bedürfnisse und stellen sicher, dass die Initiativen für ihre Mitglieder relevant und vorteilhaft sind.

- ❖ **Beispiel:** Ein lokaler Gemeindevorsteher arbeitet mit einem Unternehmen zusammen, um integrative Gesundheitsdienste für unterrepräsentierte Gruppen wie Frauen oder ältere Menschen zu fördern und sicherzustellen, dass die Dienste auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

3. Organisationen (NGOs und Non-Profits)

Definition: Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und gemeinnützige Organisationen setzen sich für soziale, ökologische oder kulturelle Belange ein. Sie arbeiten häufig mit Unternehmen zusammen, um integrative Initiativen umzusetzen und einen sozialen Mehrwert zu schaffen.

- ❖ **Beispiel:** Dove arbeitet mit Nichtregierungsorganisationen wie der **National Eating Disorders Association** (NEDA) zusammen, um Aufklärungsmaterial und Unterstützung in Bezug auf Körperbild und Selbstwertgefühl bereitzustellen.

4. Interessensvertretungen

Definition: Interessensvertretungen arbeiten, um die Interessen einer bestimmten Gruppe zu vertreten und zu fördern, z. B. marginalisierte Gemeinschaften, Menschen mit Behinderungen oder unterrepräsentierte Ethnien. Diese Gruppen sind von zentraler Bedeutung, wenn es darum geht, Lücken bei der Eingliederung zu ermitteln und sicherzustellen, dass Unternehmen Maßnahmen ergreifen, um diese zu beheben.

- ❖ **Beispiel:** Die Civil Liberties Union for Europe setzt sich für Bürgerrechte ein, und Unternehmen können mit solchen Gruppen zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass ihre Praktiken und Kampagnen gleiche Rechte für alle unterstützen.

5. Mitarbeiter (interne Stakeholder)

Definition: Mitarbeiter sind die Personen, die in einem Unternehmen arbeiten. Ihr Engagement für integrative Praktiken ist entscheidend für die Schaffung eines integrativen Arbeitsplatzes, der DEI schätzt. Die Mitarbeiter tragen zur Gestaltung der Unternehmenskultur bei und können intern und extern als Verfechter der Inklusion auftreten.

- ❖ **Beispiel:** Ein Unternehmen wie Google bietet seinen Mitarbeitern Schulungen zum Thema Vielfalt und Integration an und schafft so einen integrativen Arbeitsplatz, an dem sich Mitarbeiter mit unterschiedlichem Hintergrund entfalten können.

6. Influencer und Content Creatoren

Definition: Influencer und Autoren von Inhalten haben einen großen Einfluss auf ihre Follower und werden oft als vertrauenswürdige Personen angesehen. Sie nutzen ihre Plattformen, um für Produkte, Dienstleistungen oder Anliegen zu werben, und prägen oft die öffentliche Meinung.

- ❖ **Beispiel:** Social-Media-Influencer, die sich für Körperbewusstsein und psychische Gesundheit einsetzen, wie z. B. **Chidera Eggerue**, tragen dazu bei, Marken wie Dove zu stärken, indem sie sich an deren integrativen Botschaften orientieren.

7. Industrieexperten und Berater

Definition: Branchenexperten und Berater bieten Ratschläge und Einblicke in bewährte Verfahren im Zusammenhang mit Inklusion, Vielfalt und kultureller Kompetenz. Sie können Unternehmen bei der Umsetzung integrativer Strategien und Maßnahmen unterstützen.

- ❖ **Beispiel:** Eine auf D&I spezialisierte Unternehmensberatung kann Unternehmen wie Starbucks dabei helfen, integrative Einstellungspraktiken zu entwickeln, Schulungen zur Vielfalt anzubieten und ihre Initiativen zur sozialen Verantwortung von Unternehmen (CSR) zu prüfen.

8. Regierung und politische Entscheidungsträger

Definition: Regierungen und politische Entscheidungsträger schaffen und setzen Gesetze, Verordnungen und Strategien durch, die die Inklusion in der Geschäftspraxis fördern. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung des Rahmens, in dem Unternehmen tätig sind.

- ❖ **Beispiel:** Der **Equality Act 2010** im Vereinigten Königreich ist ein Gesetz, das Menschen vor Diskriminierung aufgrund verschiedener Merkmale wie Alter, Ethnie, Geschlecht, Behinderung usw. schützen soll.

9. Partner und Zulieferer

Definition: Partner und Lieferanten sind Unternehmen oder Organisationen, die mit anderen Unternehmen in einer für beide Seiten vorteilhaften Beziehung zusammenarbeiten, z. B. bei der Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen. Diese Partnerschaften können die Inklusionsbemühungen auf die gesamte Lieferkette ausweiten.

- ❖ **Beispiel:** Eine Bekleidungsmarke, die mit lokalen Kunsthandwerkern aus indigenen Gemeinschaften zusammenarbeitet, um faire Handelspraktiken zu gewährleisten und die Darstellung der indigenen Kultur in der Mode zu fördern.

10. Medienanstalten und Journalisten

Definition: Medien und Journalisten sind für die Ausstrahlung und Veröffentlichung von Geschichten verantwortlich, die die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen. Sie können eine Schlüsselrolle bei der Förderung von Inklusivität spielen, indem sie über vielfältige Geschichten berichten und integrative Marken fördern.

- ❖ **Beispiel:** Die **New York Times** oder die **BBC** berichten über Unternehmen, die Schritte in Richtung Inklusion unternehmen, und heben die Arbeit von Marken wie Nike zur Förderung des Frauensports oder der Black-Lives-Matter-Bewegung hervor.

11. Verbraucher mit Behinderungen

Definition: Verbraucher mit Behinderungen sind ein oft übersehenes Segment im Marketing. Ihre spezifischen Bedürfnisse - wie z. B. Zugänglichkeit von Produkten, Dienstleistungen und Kommunikation - sollten im Sinne echter Inklusivität berücksichtigt werden.

- ❖ **Beispiel:** Ein Technologieunternehmen wie Apple entwickelt Produkte, die für Menschen mit Behinderungen zugänglich sind, einschließlich sprachgesteuerter Funktionen für sehbehinderte Nutzer.

12. Unterrepräsentierte oder marginalisierte Gruppen

Definition: Zu diesen Gruppen gehören Menschen, die sozial, wirtschaftlich oder kulturell benachteiligt sind, wie z. B. rassische Minderheiten, LGBTQ+-Gemeinschaften und in Armut lebende Menschen. Die Sicherstellung ihrer Repräsentation in Marketing, Produkten und Dienstleistungen ist ein wichtiger Aspekt der Inklusivität.

Beispiel: Das **Transgender Equality Project** setzt sich für die Rechte von Transgender-Personen ein, und Unternehmen können mit solchen Organisationen zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass ihre Richtlinien, Produkte und Marketingkampagnen die Transgender-Gemeinschaft einschließen.

13. Lokale und kulturelle Gemeinschaften

Definition: Diese Gruppen repräsentieren die einzigartigen kulturellen, ethnischen und geografischen Identitäten innerhalb eines bestimmten Gebiets. Die Einbindung in diese Gemeinschaften hilft den Unternehmen, ihre Angebote und Marketingstrategien auf die lokalen Werte und Traditionen abzustimmen.

Beispiel: McDonald's arbeitet mit lokalen Kulturgruppen zusammen, um sein Menüangebot an die lokalen Geschmäcker und Vorlieben in verschiedenen internationalen Märkten anzupassen, z. B. durch das Angebot vegetarischer Optionen in Indien.



Übung. Identifizieren Sie und listen Sie auf, wer Ihre Gemeinschaft ist;

1. **Ortsansässige:** Sie leben und arbeiten in der Gemeinde, daher ist ihr Beitrag wichtig.
2. **Führungspersönlichkeiten und Champions der Gemeinschaft:** Religiöse, kulturelle oder bürgernahe Führer, die größere Gruppen vertreten.
3. **Lokale Unternehmen und Unternehmer:** wie Tourismus, Technologie, Landwirte, Dienstleistungen und Einzelhandel.
4. **Jugendgruppen und Schulen:** Junge Menschen bringen frische Ideen und Energie.
5. **Staatliche Stellen und Unternehmensförderung:** z. B. solche, die KMU und die wirtschaftliche Entwicklung unterstützen.
6. **Non-Profit-Organisationen und Interessenvertretungen:** Unternehmen, die sich für soziale oder ökologische Belange einsetzen, z. B. Jugendzentren, Flüchtlingszentren, Gemeindezentren.
7. **Unterrepräsentierte Gruppen:** Ausgegrenzte Personen oder Gruppen, die bei der Entscheidungsfindung oft nicht mitreden können, z. B. Menschen mit Behinderungen, Arbeitslose oder Einwanderer.

Verstehen der vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes



1. Einwohner, Kultur und Geschichte
2. Wirtschaft, Regierung, gemeinnützige Sektoren und Koalitionen
3. Programme, Politiken, Pläne und Systeme
4. Ressourcen, Umgebungen und Standort

Was ist das? Gemeinschaftlicher Kontext für inklusives Engagement von KMU

Jede Gemeinschaft hat ihre eigene Kultur, ihre Vorzüge, ihre Erfolgsgeschichte und ihre Herausforderungen, auf denen sie aufbauen kann.

Wenn Unternehmen dieses einzigartige Umfeld, die Geldgeber, die lokalen Führungskräfte und die Partnerschaften vollständig erkennen und verstehen, können sie ihre Strategien und Taktiken besser auf die verschiedenen Dynamiken ausrichten und diese nutzen.

Die Anerkennung, Würdigung und Berücksichtigung des Gemeinschaftskontextes ist in jeder Phase Ihres Gemeinschaftsengagements wichtig

Wenn dieser Kontext berücksichtigt wird, ist ein fundierterer Ansatz für eine langfristige Nachhaltigkeit gewährleistet.



Was ist das? Gemeinschaftlicher Kontext für inklusives Engagement von KMU

Stellen Sie sich eine Gemeinschaft als ein lebendiges Ökosystem von Menschen, Ideen und Ressourcen vor, die alle miteinander verbunden sind und sich gegenseitig beeinflussen.

Für KMU bedeutet der "Gemeinschaftskontext" im Rahmen eines integrativen Engagements, dass sie dieses Ökosystem genau verstehen müssen - sie müssen wissen, **wer in diesem Ökosystem lebt, welche Bedürfnisse es gibt und wie sich die Aktivitäten des KMU auf diese Menschen auswirken.**

Es geht darum, zu erkennen, dass Unternehmen nicht isoliert arbeiten, sondern Teil eines größeren sozialen und kulturellen Gefüges sind.

Der Gemeinschaftskontext ist der Hintergrund, vor dem Unternehmen mit Menschen in Kontakt treten. Es geht darum, die Menschen, die gemeinsamen Räume, die Geschichte, die Herausforderungen und die einzigartigen Qualitäten zu verstehen, die eine Gemeinschaft ausmachen. Es geht nicht nur darum, die Gemeinschaft als einen Markt für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu sehen, sondern als Partner für gemeinsames Wachstum und Wohlbefinden.

Ein **Café** in einer Kleinstadt könnte **zum Beispiel** erkennen, dass die Stadt eine starke Tradition der lokalen Kunst hat. Indem es mit lokalen Künstlern zusammenarbeitet, um deren Werke im Café auszustellen und zu verkaufen, wird das Unternehmen Teil der kulturellen Identität der Gemeinde.



Das Verständnis des Gemeinschaftskontextes ist die Grundlage für ein integratives und wirkungsvolles Gemeinschaftsengagement. Dies erfordert Gespräche, Forschung, Interaktion und Dialog.

Grundlage für Engagement: Dieser grundlegende Schritt trägt dazu bei, Vertrauen und sinnvolle Verbindungen aufzubauen, eine fundierte Entscheidungsfindung zu gewährleisten und den Grundstein für eine sinnvolle Zusammenarbeit und nachhaltige Ergebnisse zu legen.

Maßgeschneiderte Strategien: Wenn Sie die Komplexität eines Gemeinwesens verstehen, können Sie Ihre Strategien so anpassen, dass sie auf die besonderen Bedürfnisse eingehen, die Vorteile nutzen und sinnvolle Verbindungen schaffen.

Beispiel Gemeinschaftskontext: *Die Landschaft ist vielfältig und umfasst städtische und ländliche Gemeinden, Ökotourismus-Hotspots und Regionen mit starken kulturellen Identitäten. Es gibt ein großes Potenzial für die Integration von Gemeinden und Unternehmen in ungenutzte Räume.*



Zweck: Gemeinschaftskontext

Für KMU im gesellschaftlichen Engagement

Das Ziel ist der Aufbau sinnvoller, wechselseitiger Beziehungen. Wenn KMU den Kontext ihrer Gemeinschaft verstehen:

- ❖ Sie können **Initiativen** ins Leben rufen, **die sich** an den Werten und Bedürfnissen der Gemeinschaft **orientieren**.
- ❖ Sie werden zu **vertrauenswürdigen Partnern**, nicht nur zu Unternehmen.
- ❖ Sie tragen **zur Stärkung der Handlungskompetenz** bei, indem sie Lücken oder Herausforderungen in der Gemeinschaft angehen.

Im nächsten Abschnitt konzentrieren wir uns auf die 4 Schlüsselebenen des Gemeinschaftskontextes

Wenn Ihr KMU beispielsweise in einer **einkommensschwachen Gegend angesiedelt** ist, können Sie mit Workshops zum Erwerb von Fertigkeiten oder mit Preisnachlässen für Studenten spezifische Bedürfnisse der Gemeinschaft ansprechen und zeigen, dass Sie sich für deren Erfolg interessieren und sich dafür einsetzen.



Zweck: Gemeinschaftskontext für das Engagement von KMU in der Gemeinschaft

Um einem KMU zu helfen, seine Ziele für ein integratives Engagement in der Gemeinschaft zu verstehen und zu definieren, ist es wichtig, jede der vier Hauptebenen aufzuschlüsseln und zu untersuchen, wie sie sich auf die Dynamik der Gemeinschaft beziehen.

1. Einwohner, Kultur und Geschichte **Ebene 1**
2. Wirtschaft, Regierung und gemeinnützige Sektoren und Koalitionen **Ebene 2**
3. Programme, Politiken, Pläne und Systeme **Schicht 3**
4. Ressourcen, Umgebungen und Standort **Ebene 4**



01

Gemeinschaftlicher Kontext: Einwohner, Kultur und Geschichte Ebene 1

- **Gemeinschaften** sind reich an Traditionen des bürgerschaftlichen Engagements, die sich in Nachbarschaftsvereinigungen, Jugendräten, Kirchengemeinden und verschiedenen Formen der Beteiligung zeigen. Die Anerkennung dieser tief verwurzelten Traditionen stärkt die Zusammenarbeit und schafft Vertrauen.
- **Kultur und Geschichte** spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Möglichkeiten für (und manchmal auch Widerstände gegen) Partnerschaft und Engagement in der Gemeinschaft zu verstehen. Sie sollten in die Vorbereitungsarbeiten einfließen, insbesondere in den Aufbau von Beziehungen und die Entwicklung von integrativen Strategien und Programmen.
- **Blickwinkel der Inklusivität:** Gemeinschaften mit einer Geschichte sozialer und struktureller Ungerechtigkeiten wie Rassismus, Klassismus und anderer "Ismen" benötigen möglicherweise einen bewussteren, transparenteren, wechselseitigen und handlungsorientierten Prozess, um die Beziehungen, das gegenseitige Verständnis und das Vertrauen aufzubauen, die für den Erfolg notwendig sind.



01

Wie? Einwohner, Kultur und Geschichte Ebene 1

KMU müssen sich zunächst auf diese Ebene konzentrieren, um die Grundlage zu schaffen, indem sie authentische, respektvolle Beziehungen zu den Einwohnern aufbauen, die auf dem Verständnis ihrer Kultur, ihrer Traditionen und ihres historischen Kontextes basieren. Die KMU müssen sich vorrangig mit dem sozialen Gefüge, den Werten und den Herausforderungen der Gemeinschaft vertraut machen, um ihre Bemühungen um ein Engagement entsprechend zu gestalten.

Kulturell relevante Programme schaffen: Entwerfen Sie Programme, die mit den Werten der Gemeinschaft übereinstimmen, wie z. B. das Feiern lokaler Traditionen oder das Anbieten von Lösungen für Probleme (z. B. Ernährungsunsicherheit, Beschäftigung).

Community Mapping: Führen Sie Umfragen, Dialoge, Fokusgruppen oder Interviews mit den Bewohnern durch, um ihre Bedürfnisse, Herausforderungen und Erwartungen zu ermitteln. Beziehen Sie gefährdete oder marginalisierte Gruppen ein.

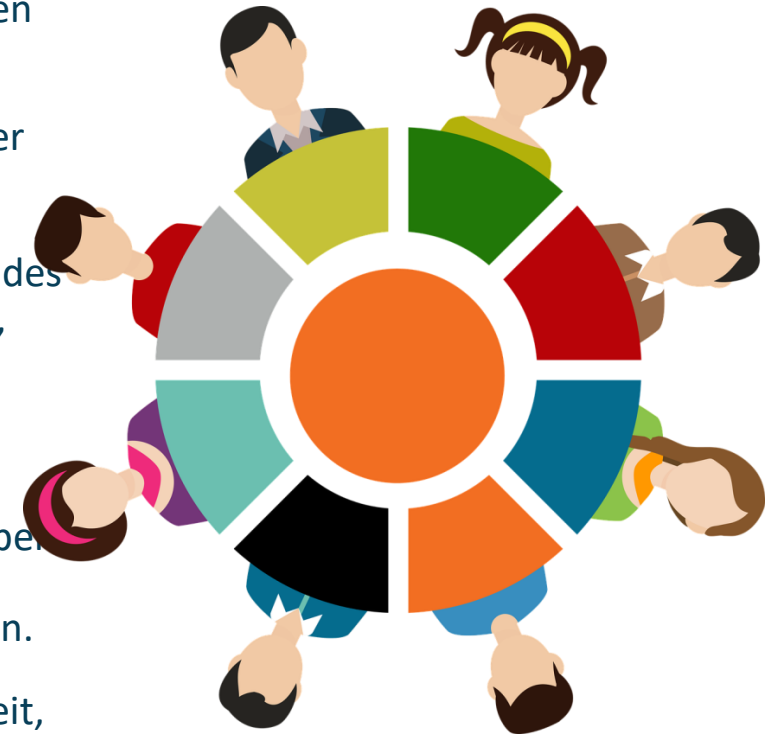
Kulturelle Forschung: Informieren Sie sich über lokale Traditionen, Sprachen und Geschichte. Besuchen Sie Veranstaltungen in der Gemeinde oder befragen Sie lokale Historiker und Kulturführer, um Einblicke in historische und kulturelle Einflüsse zu erhalten.

Analysieren Sie die Dynamik der Gemeinschaft: Erkennen Sie Probleme wie soziale Isolation, Einkommensunterschiede und den Zugang zu Ressourcen, insbesondere im Winter oder bei anderen geografischen Gegebenheiten. Erkennen Sie Muster wie saisonales Engagement oder kulturellen Widerstand gegen bestimmte Arten von Partnerschaften.

02

Gemeinschaftskontext: Wirtschaft, Regierung, gemeinnützige Sektoren und Koalitionen Ebene 2

- **Führungskräfte aus der Wirtschaft** haben ein ausgeprägtes Verständnis für die wirtschaftlichen und integrativen Möglichkeiten, die sich aus einer integrativeren Gemeinschaft ergeben können, und können oft finanzielle Mittel und Sachleistungen beisteuern.
- Langjährige **lokale Führungspersönlichkeiten und Regierungsbeamte** verfügen über beträchtliche Kontrolle und Einfluss auf die Ressourcen der Gemeinde und die politischen Entscheidungsprozesse und können vertrauenswürdige, mächtige Verbündete und Förderer sein. Sie können aber auch Quellen des Misstrauens und des Widerstands gegen Veränderungen in einer Gemeinschaft sein, daher ist es ratsam, sorgfältig zu navigieren und in den Aufbau von Beziehungen zu investieren
- Aktive **gemeinnützige Einrichtungen und Dienstleistungsagenturen** dienen in der Regel gefährdeten Bevölkerungsgruppen. Sie haben eine tiefe Verbindung zu gefährdeten Bevölkerungsgruppen, dienen als starke und effektive Fürsprecher, haben häufigen direkten Kontakt zu Anwohnern und Bürgergruppen und sind in der Lage, neue Zuschüsse und ergänzende Ressourcen für integrative Initiativen zu beschaffen.
- Ebenso leisten **ernannte Beiräte** und kommunale Zusammenschlüsse wichtige Arbeit, sie können ihre Netzwerke, ihr Wissen und ihre vielfältigen Perspektiven einbringen.



02

Wie? Wirtschaft, Regierung, & gemeinnützige Sektoren und Koalitionen Ebene 2

Diese Ebene hilft den KMU, finanzielle Unterstützung und Sachleistungen von Behörden und Unternehmen zu erhalten, z. B. Zuschüsse, Sponsoring und ehrenamtliche Initiativen. KMU müssen sich auf formale Systeme, Organisationen und Interessengruppen konzentrieren, die Einfluss auf die Möglichkeiten, Strategien und Ressourcen der Gemeinschaft haben. Das Verständnis dieser Einrichtungen hilft den KMU, potenzielle Partner und Hindernisse zu erkennen.

Gemeinsame Entwicklung mit kommunalen Partnerschaften: Arbeiten Sie mit gemeinnützigen Organisationen und lokalen Vereinigungen zusammen, um gemeinsam Programme zu entwickeln, die die Wirkung verstärken und Ressourcen gemeinsam nutzen.

Kartierung der Interessengruppen: Identifizieren Sie lokale Regierungsbeamte, Wirtschaftsführer, gemeinnützige Organisationen und Koalitionen, die ein Interesse an der Gemeindeentwicklung haben, und nehmen Sie Kontakt mit ihnen auf. Nehmen Sie an öffentlichen Versammlungen oder Foren teil, um sich über die lokale Politik, Zuschüsse und Möglichkeiten zu informieren.

Kooperative Partnerschaften: Suchen Sie nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit örtlichen gemeinnützigen Organisationen, staatlichen Initiativen oder Unternehmen mit gleichen Interessen. So könnten beispielsweise die örtliche Handelskammer, Arbeitsämter oder kulturelle Organisationen Ressourcen zur Verfügung stellen oder gemeinsam Veranstaltungen ausrichten.

Politik und Lobbyarbeit: Informieren Sie sich über politische Maßnahmen, die sich auf Ihre Gemeinde auswirken (z. B. Beschäftigungspolitik und wirtschaftliche Entwicklungspläne). Setzen Sie sich für eine Politik ein, die eine integrative und gerechte Entwicklung des Gemeinwesens unterstützt.



03

Gemeinschaftskontext: Programme, Politiken, Pläne und Systeme Ebene 3

- **Lokale Strategien und Pläne** können gesündere, integrativere Gemeinschaften entweder ermöglichen oder behindern. Die Einbindung von Gemeindemitgliedern in politische Diskussionen stellt sicher, dass diese Rahmenbedingungen den gleichberechtigten Zugang zu Ressourcen und Chancen unterstützen.
- **Bestehende Programme** bieten eine wertvolle Grundlage für Lobbyarbeit, die dazu beiträgt, unterstützende politische Maßnahmen zu gestalten und eine Dynamik für ein integrativeres, gesundheitsorientiertes Gemeinschaftsumfeld zu schaffen.
- Die Einbindung von Gemeinschaften in die Gestaltung **lokaler und regionaler Systeme - wie z. B.** Strafjustiz, Bildung, Verkehr, Gesundheitswesen, Wohnungsbau, Parks/Erholung und Lebensmittelsysteme - fördert die Inklusion, indem die Ursachen für Ausgrenzung angegangen werden. Durch kooperative Entscheidungsfindung und gerechten Zugang zu Ressourcen können Gemeinschaften integrierte, umfassende und nachhaltige Lösungen schaffen, die die unterschiedlichen Stimmen und Bedürfnisse widerspiegeln.



03

Wie? Programme, Politiken, Pläne und Systeme **Schicht 3**

Diese Ebene umfasst die bestehenden Rahmenbedingungen, Pläne und Systeme, die zur Erfüllung der Bedürfnisse der Gemeinschaft vorhanden sind. KMU müssen beurteilen, wie diese Strukturen funktionieren und wie sie ihre Initiativen mit den bestehenden Systemen abstimmen oder diese verbessern können.

Mit bestehenden Systemen zusammenarbeiten: Arbeiten Sie innerhalb oder neben bestehenden Systemen, um die Ziele der Gemeinschaft zu verbessern oder zu verstärken. Dazu könnte ein Beitrag zu lokalen Gesundheits- und Wellnessprogrammen oder Bildungsworkshops gehören. Wenn die aktuelle Politik die Inklusion nicht vollständig unterstützt, arbeiten Sie mit Interessenvertretern zusammen, um sich für Änderungen der Politik zugunsten unterrepräsentierter Gruppen einzusetzen.

Überprüfung der Politik: Untersuchen Sie die bestehende Kommunalpolitik, Pläne zur Integration oder Inklusion in die Gemeinschaft oder soziale Dienste, um deren Ziele und Mängel zu verstehen. Prüfen Sie Dokumente wie kommunale Entwicklungspläne oder Jahresberichte von lokalen Behörden und gemeinnützigen Organisationen.

Inventar der Gemeinschaftsprogramme: Identifizieren und bewerten Sie lokale Programme, die Eingliederung, Gesundheit, Bildung, soziale Dienste oder Kulturerhalt unterstützen. Machen Sie sich klar, wo die Lücken sind und wie Ihr KMU diese Bemühungen ergänzen oder verbessern kann.

Zugangshindernisse evaluieren: Berücksichtigen Sie systembedingte Hindernisse, die bestimmte Gruppen am Zugang zu Dienstleistungen hindern können (z. B. Sprachbarrieren oder mangelnde Erreichbarkeit unterversorgter Gemeinden).



04

Gemeinschaftskontext: Ressourcen, Umgebungen und Standort Ebene 4

Ressourcen, Umgebungen und Standort

- **Vorhandene Ressourcen** können strategisch eingesetzt werden, um finanzielle Unterstützung und Sachleistungen sowie Investitionen von lokalen Stiftungen, Unternehmen, Regierungen und anderen wichtigen Akteuren zu sichern, die wiederum das Engagement in der Gemeinschaft und die Bemühungen um positive Veränderungen ergänzen und beschleunigen können.
- **Die bebaute und natürliche Umwelt** bietet wertvolle Möglichkeiten, kann aber auch Hindernisse für ein inklusives gesellschaftliches Engagement darstellen. Für KMU ist es wichtig zu erkennen, wie die verschiedenen Umgebungen in ihren Gemeinden integrative Gemeinschaften fördern oder behindern können
- **Der geografische Standort** spielt eine entscheidende und einzigartige Rolle bei der Gestaltung von integrativen Gemeinschaften. Unterschiedliche Umgebungen bieten ihre eigenen Möglichkeiten und Herausforderungen, um Ziele zu erreichen. So erfordert eine Gemeinde mit winterlichem Klima andere Strategien als eine Gemeinde in einem gemäßigten Klima. Ein Café könnte warme, lokale Speisen anbieten, z. B. "Suppen Sonntag" oder "Warm Up Wednesday", um sicherzustellen, dass gefährdete Gruppen, wie ältere Menschen oder Familien mit geringem Einkommen, bei schlechtem Wetter Zugang zu nahrhaften Lebensmitteln haben.



04

Wie? Ressourcen, Umgebungen und Standort Ebene 4

Diese Ebene befasst sich mit den physischen und ökologischen Aspekten der Gemeinschaft, einschließlich der geografischen Lage, der Infrastruktur und der natürlichen Ressourcen. Ein KMU sollte die Umweltfaktoren verstehen, die beeinflussen, wie die Gemeinschaft mit Ressourcen und Dienstleistungen interagiert.

Zugangsprobleme angehen und nachhaltige Praktiken umsetzen: Implementieren Sie Lösungen zur Überwindung physischer Zugangsbarrieren, insbesondere für Menschen mit Behinderungen oder Menschen, die an einem abgelegenen Ort leben. Berücksichtigen Sie bei Ihren Projekten ökologische Nachhaltigkeit (z. B. energieeffizientes Design, Verwendung lokaler oder umweltfreundlicher Produkte bei Spendenaktionen), um die Ziele der Gemeinschaft zu unterstützen.

Geografische Analyse: Beurteilen Sie die geografischen Herausforderungen und Möglichkeiten der Gemeinde (z. B. könnte ein Café in einem ländlichen Dorf mit eingeschränktem Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln eine Partnerschaft mit lokalen Mitfahrzentralen eingehen, um Rabatte zu gewähren oder einen Shuttle-Service anzubieten, damit Gemeindemitglieder aus entlegeneren Gebieten das Café leicht erreichen können).



04

Wie? Ressourcen, Umgebungen und Standort Ebene 4

Ressourcen-Mapping: Identifizieren Sie die wichtigsten in der Gemeinde verfügbaren Ressourcen, wie z. B. lokale Lebensmittelquellen, Gemeinschaftsräume oder Transportmöglichkeiten. Erkennen Sie Bereiche, in denen Ressourcen knapp sind und möglicherweise zusätzliche Unterstützung oder Innovation erfordern.

Ein Beispiel: Ein Café kann vorrangig Zutaten von lokalen Bauernhöfen oder Lebensmittelherstellern beziehen, um nicht nur die lokale Wirtschaft zu unterstützen, sondern auch Frische und Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Dazu könnte gehören, dass es Gerichte anbietet, die saisonale, lokal angebaute Produkte verwenden und einen "Farm-to-Table"-Ansatz fördern. Das Restaurant könnte mit örtlichen Gemeindezentren oder Unternehmen zusammenarbeiten, um Veranstaltungen wie Kochkurse oder kleine kulturelle Darbietungen zu veranstalten und sich so noch stärker in das Gefüge der Gemeinde einzubinden.

Umweltgestaltung: Überlegen Sie, wie sich die physische Umgebung auf die Inklusivität auswirken kann - sei es durch die Gewährleistung des Zugangs für Rollstuhlfahrer, die Schaffung einladender Räume für alle oder das Angebot von Transportmöglichkeiten für geografisch isolierte Personen.

Beispiel: Schaffen Sie eine einladende, komfortable Umgebung mit regulierbarer Beleuchtung, verschiedenen Sitzgelegenheiten und klarer, einfacher Beschilderung, um Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen, wie z. B. Sehbehinderungen oder Mobilitätsproblemen, gerecht zu werden.



Wie alle vier Ebenen integriert werden können

Wenn ein KMU das Engagement für die Gemeinschaft aus diesen verschiedenen Blickwinkeln betrachtet, kann es Strategien entwerfen und umsetzen, die ganzheitlich und anpassungsfähig sind und auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Gemeinschaft eingehen.

Datenerhebung und Einbeziehung der Gemeinschaft: Beginnen Sie mit dem Zuhören - sprechen Sie direkt mit Anwohnern, lokalen Organisationen und Behörden, um Bedürfnisse, Herausforderungen und Möglichkeiten zu verstehen.

Entwicklung von Partnerschaften: Aufbau von Beziehungen zu Interessenvertretern aus der Wirtschaft, von Behörden, gemeinnützigen Organisationen und kommunalen Zusammenschlüssen, um Bemühungen zu bündeln, Ressourcen zu teilen und gemeinsam wirkungsvolle Programme zu entwickeln.

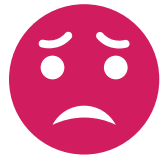
Programmgestaltung und -anpassung: Entwickeln Sie Programme, die die in jeder Ebene ermittelten Bedürfnisse widerspiegeln, wobei der Schwerpunkt auf Inklusivität und dem Abbau von Barrieren liegt. Diese Programme sollten flexibel genug sein, um sich an die dynamischen Bedürfnisse der Gemeinschaft anzupassen.

Überwachung und Feedback-Schleifen: Führen Sie Feedback-Mechanismen ein, um die Wirksamkeit Ihrer Initiativen kontinuierlich zu bewerten und bei Bedarf anzupassen, damit sie mit den Zielen und Prioritäten der Gemeinschaft im Einklang stehen.



Was einen Gemeinschaftskontext ausmacht - Entfalten Sie die Schichten, um...

Integration mit Unternehmenszielen und -werten zur Schaffung gemeinsamer Werte



Entdecken Sie die Schichten	Gemeinsamer Wert
<p>Menschen <i>Wer macht die Gemeinschaft aus?</i> Dazu gehören verschiedene demografische Gruppen, wie Altersgruppen, Kulturen und unterrepräsentierte Gruppen.</p>	<p>❖ Ein Bekleidungsgeschäft könnte eine große Einwandererbevolkerung bemerken und Produkte herstellen, die deren kulturelles Erbe würdigen.</p>
<p>Erfordernisse und Herausforderungen <i>Welches sind die wichtigsten Probleme, mit denen die Menschen konfrontiert sind?</i> Dabei kann es sich um wirtschaftliche Schwierigkeiten, einen Mangel an Ressourcen oder begrenzte Möglichkeiten handeln.</p>	<p>❖ Ein technisches KMU könnte eine Lücke in der digitalen Kompetenz feststellen und kostenlose IT-Workshops für Senioren anbieten.</p>
<p>Stärken und Vorzüge <i>Was macht die Gemeinschaft einzigartig?</i> Dazu können Traditionen, Talente oder lokale Ressourcen gehören.</p>	<p>❖ Eine Bäckerei könnte mit örtlichen Landwirten zusammenarbeiten, um frische, saisonale Zutaten zu verwenden und so die lokale Wirtschaft zu stärken.</p>

Was einen Gemeinschaftskontext ausmacht - Entfalten Sie die Schichten, um...

Integration mit Unternehmenszielen und -werten zur Schaffung gemeinsamer Werte



Entdecken Sie die Schichten

Räume und Strukturen

Welche physischen, grünen oder digitalen Räume bringen Menschen zusammen?

Dazu gehören Schulen, Gemeindezentren, Parks, Märkte und Online-Foren.

Gemeinsamer Wert

- ❖ Ein KMU könnte **Veranstaltungen** in einem örtlichen Park **sponsern** oder soziale Medien nutzen, um die Menschen in Gespräche in der Gemeinde einzubeziehen.



Kultur und Geschichte

Welche Geschichten und Traditionen prägen die Identität der Gemeinschaft?

Dazu können berühmte Denkmäler, Mythen, Traditionen oder berühmte Personen gehören.

- ❖ Ein Unternehmen in einem **historischen Viertel** könnte Veranstaltungen organisieren, die das örtliche Erbe oder die Menschen feiern, z. B. Wanderungen oder Erzählabende.



Was der Gemeinschaftskontext **NICHT** ist

Exklusiv: Es geht nicht darum, sich nur bei bestimmten Gruppen zu engagieren, die für Ihr Unternehmen von Vorteil sind. Integratives Engagement bedeutet, alle Teile der Gemeinschaft anzusprechen, insbesondere marginalisierte oder übersehene Gruppen.

- ❖ **Einseitig:** Es geht nicht darum, der Gemeinschaft **Ihre Vision aufzuzwingen** oder zu entscheiden, was das Beste für sie ist, ohne sie zu konsultieren.

Wenn ein KMU **beispielsweise** beschließt, unbenutzte Waren zu spenden, **ohne sich vorher zu erkundigen**, ob die Gemeinschaft sie benötigt, könnte dies als unhöflich empfunden werden.

- ❖ **Eine schnelle Lösung:** Die Einbindung der Gemeinschaft ist **kein kurzfristiger PR-Gag**. Echtes Engagement erfordert Zeit, Mühe und Konsequenz.

Ein Beispiel: Eine Wohltätigkeitsveranstaltung zu organisieren und dann **nie** wieder mit der Gemeinschaft **in Kontakt zu treten**, schafft weder Vertrauen noch langfristige Beziehungen.

- ❖ **Marketing-Strategie:** Ihr Hauptzweck ist die Schaffung eines gegenseitigen Nutzens und nicht nur der Verkauf weiterer Produkte.

Ein Beispiel: Das Sponsoring einer lokalen Sportmannschaft **allein aus Gründen der Sichtbarkeit**, ohne echte Verbindung zur Gemeinde, geht am Thema vorbei.



Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen



Für KMU ist der Aufbau von Vertrauen und Verbindungen zu ihrer Gemeinschaft und ihren Stakeholdern entscheidend für den langfristigen Erfolg. Vertrauen ermöglicht Kundentreue, stärkt Partnerschaften und erhöht die Glaubwürdigkeit des Unternehmens. Indem sie sich durch offene Kommunikation, Einbeziehung und partizipative Zusammenarbeit aktiv in ihre Gemeinschaft einbringen, können KMU sinnvolle Beziehungen aufbauen, die sowohl die soziale Wirkung als auch das Unternehmenswachstum fördern. Die Priorisierung von Vertrauen und Verbindungen unterstützt nicht nur ein nachhaltiges Wachstum, sondern stellt auch sicher, dass KMU einen wertvollen Beitrag zu leisten

Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen

Erfolgreiche Strategien zum Aufbau von Vertrauen und Verbindungen sind wichtig, damit die Gemeinschaften sich sicher fühlen, dass sie sich engagieren und beteiligen können. Die Bedürfnisse und Interessen der Gemeindemitglieder sollten in die Gestaltung von Programmen und Plänen einfließen; diese Investition ist von unschätzbarem Wert; sie wird die Interessen vieler widerspiegeln und reale Herausforderungen lösen, die im Projektkontext bestehen.

1. **Einen sicheren Raum schaffen:** Schaffen Sie einen Raum, in dem die Menschen Vertrauen zueinander aufbauen, zu gemeinsamem Wissen beitragen, greifbare kurz- und langfristige Ziele festlegen und die Wirksamkeit eines Programms oder Projekts bewerten und neu bewerten können.
2. **Flexibilität ist unerlässlich:** Um die Ziele zu erreichen, sollte der Umfang des Engagements flexibel sein und über den Lebenszyklus eines Programms oder Projekts hinausgehen. Seien Sie z. B. darauf vorbereitet, dass eine größere Gruppe von Interessenvertretern später hinzukommt und sich beteiligt. Dies könnte z. B. die Planung oder Genehmigung einer Veranstaltung verzögern.



3. **Ermutigen Sie zur Teilnahme:** Laden Sie Interessengruppen aus der Gemeinschaft ein, sich Ihren bestehenden Bemühungen anzuschließen, aber auch in irgendeiner Weise an ihren Angeboten teilzunehmen oder ihre eigenen zu aktivieren. Die Menschen werden sich verantwortlich fühlen und in die Lage versetzt, zusätzliche Ideen, Interessen und Bedürfnisse zu erkunden, die Ihre Veranstaltung und die Gemeinschaft bereichern werden. Dadurch entsteht eine stärkere Verbindung zwischen Ihnen und den Gemeindemitgliedern, während gleichzeitig ein tieferes Verständnis für den gemeinsamen Wert dessen entsteht, was und wer daran beteiligt ist.
4. **Überprüfen Sie die Qualität des Engagements:** Überprüfen Sie nach jeder Befragung die Qualität der Befragung und kümmern Sie sich um die Mängel; die Qualität der Feedback-Daten wird sich verbessern. Die Menschen werden sich sicherer fühlen und ihre Meinung wird geschätzt. Sie werden mehr Informationen zur Verfügung stellen und Ihnen mehr Vertrauen entgegenbringen, so dass Sie ein viel besseres Verständnis der Bedürfnisse der Gemeinschaft erhalten.



5. **Stolz auf die Gemeinschaft und den Ort:** Es geht darum, eine starke Verbindung und ein Gefühl der Zugehörigkeit der Menschen zu ihrem lokalen Umfeld zu ermöglichen. Er zelebriert die gemeinsame Identität, das Erbe und die einzigartigen Qualitäten einer Gemeinschaft und ermutigt zu Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein. Für KMU bedeutet die Förderung dieses Stolzes eine stärkere Bindung an die Gemeinschaft, ein stärkeres lokales Engagement und ein förderliches Umfeld für Initiativen. Dies kann durch die Hervorhebung lokaler Geschichten, die Unterstützung kultureller Veranstaltungen und die Zusammenarbeit mit den Einwohnern erreicht werden, um die Stärken der Region zu präsentieren.

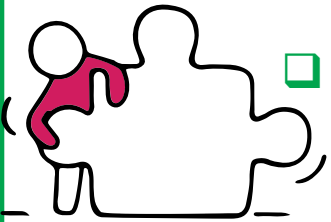




Übung: Den Rahmen für den Gemeinschaftskontext vorbereiten

Bevor Sie sich engagieren, sollten Sie sich ein umfassendes Bild vom Kontext und den Bedürfnissen der Gemeinde machen und einen Rahmen für die Entwicklung eines Plans festlegen, bevor Sie mit der Recherche beginnen und die Gemeinde aufsuchen:

- ❑ **Definieren Sie Ihren Anwendungsbereich:** Wenden Sie sich an Anwohner, kleine Unternehmen, Kunsthandwerker, Schulen oder eine Mischung aus beidem?
- ❑ **Formale Forschung:** Um Bedürfnisse, Herausforderungen und Prioritäten sowie die Auswirkungen Ihres Unternehmens zu verstehen. Schauen Sie sich die lokale Geschichte an und nutzen Sie Umfragen, öffentliche Aufzeichnungen und soziale Medien, um Informationen zu sammeln.
- ❑ **Kulturelle und soziale Analyse:** Sicherstellen, dass der Beteiligungsprozess mit den Werten und dem Kontext der Gemeinschaft übereinstimmt.
- ❑ **Stakeholder-Mapping:** Identifizierung der Hauptakteure, Schlüsselpersonen und -gruppen, die Einfluss auf die Initiativen haben oder von ihnen profitieren könnten.





Übung: Den Rahmen für den Gemeinschaftskontext vorbereiten

- **Direktes Engagement:** Nehmen Sie sich Zeit für informelle Gespräche mit Gemeindemitgliedern - veranstalten Sie eine lokale Kaffeestunde oder nehmen Sie an bestehenden Gemeindeveranstaltungen teil.
- **Beobachtung:** Gehen Sie durch die Nachbarschaft, um das tägliche Leben zu beobachten und zu verstehen, wie das Unternehmen in die Gemeinde passen und ihr dienen könnte.
- ❑ **Sprechen Sie mit wichtigen Personen:** Treffen Sie sich mit Einzelpersonen, verschiedenen Gruppen, Führungskräften, Jugendgruppen oder Unternehmen vor Ort, um ein Gespräch zu führen und Erkenntnisse zu gewinnen.
- ❑ **Demografische Daten verstehen:** Berücksichtigen Sie Faktoren wie Alter, kultureller Hintergrund, Beschäftigung und Interessen.
- ❑ **Recherchieren Sie bestehende Netzwerke:** Identifizieren Sie kommunale Unternehmen, kulturelle Gruppen und Einflussnehmer.

In der nächsten Übung geht es darum, die Schlüsselbereiche zu verstehen, zu erkunden und zu erforschen.





Übung. Beginnen Sie zu recherchieren und zu sprechen

Die Grundlage für integratives und wirkungsvolles Engagement

Diese Übung wird Ihnen helfen, den Kontext Ihrer Gemeinde zu erforschen und die Grundlage für ein inklusives und wirkungsvolles Engagement in der Gemeinde zu schaffen. Die Übung "Die Landschaft des Gemeinwesens verstehen" wird Ihnen helfen zu verstehen, wie wichtig es ist, ein tiefes Verständnis des lokalen Kontextes zu erlangen, bevor Sie mit den Engagementbemühungen beginnen. Das müssen Sie tun;

- ❖ **Bewertung einzigartiger Merkmale** wie sozialer, kultureller, geografischer, historischer, wirtschaftlicher und ökologischer Faktoren, die das Gemeinwesen prägen. KMU sollten sich aktiv über die einzigartigen Merkmale ihres Gemeinwesens informieren.
- ❖ **Identifizierung der wichtigsten Stakeholder**, Verständnis ihrer Bedürfnisse, Prioritäten und Herausforderungen und Erkennen der vorhandenen Ressourcen und Dynamiken. Kombination von informeller Forschung (z. B. Gespräche mit Anwohnern und wichtigen Interessengruppen) mit formalen Methoden (z. B. Analyse lokaler Daten oder Berichte).



- ❖ **Erforschen Sie die Geschichte und die Vorzüge der Gemeinde.** Gemeinden werden durch ein komplexes Geflecht aus sozialen, kulturellen, wirtschaftlichen, sicherheitsrelevanten, ökologischen und historischen Faktoren geprägt. Die Durchführung von qualitativer Gemeinwesenforschung beleuchtet die Erfahrungen der Einwohner und hilft dabei, einzigartige Bedürfnisse, Vorteile und Herausforderungen zu identifizieren. Sie hilft Ihnen, die Nuancen zu verstehen, damit Sie gemeinsame Werte und gerechte Lösungen schaffen können. Die Forschung ermöglicht es Ihnen, herauszufinden, wie Sie Ihr Engagement inklusiv und wirkungsvoll gestalten können.
- ❖ **Verstehen Sie, dass soziale Faktoren** wie Kultur, Ethnie, Bildungsstand, Sprachkenntnisse, körperliche Fähigkeiten und Umweltbedingungen eine Rolle bei der Gestaltung von Perspektiven spielen.

Ein **Lebensmittelgeschäft in Spanien** könnte **zum Beispiel** durch Nachforschungen herausfinden, dass ein erheblicher Teil der lokalen Bevölkerung den Zugang zu Bioprodukten schätzt, aber Probleme mit der Erschwinglichkeit hat.

- ❖ **Untersuchen Sie die Einflüsse von Verkehr, Umwelt und Zugänglichkeit.** Untersuchen Sie die Verbindungen zum Verkehr in der Gemeinde oder die Zugangsbarrieren, die die Interaktion der Menschen mit Ihrem Unternehmen und den vorgeschlagenen Programmen beeinflussen könnten.

So könnte **beispielsweise** ein **landwirtschaftlicher Betrieb in Frankreich**, der ein Programm für gemeinschaftsgestützte Landwirtschaft plant, Transporthindernisse kartieren, um gerechte Liefermöglichkeiten zu gewährleisten.





Übung. Sprechen Sie mit den Einheimischen!

Als Nächstes sollten Sie mit den Einheimischen, den Randgruppen und den verschiedenen Gemeinschaften sprechen.

Verwenden Sie diesen personenzentrierten Ansatz: So stellen Sie sicher, dass Sie kooperativ, transparent und authentisch mit den Interessenvertretern der Gemeinschaft zusammenarbeiten, um Probleme zu identifizieren und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Sammeln Sie Erzählungen von Gemeindemitgliedern, um die Auswirkungen des sozialen, baulichen und wirtschaftlichen Umfelds zu verstehen.

Hören Sie sich die Geschichten an, die Traditionen, was funktioniert und was nicht funktioniert hat, und erfahren Sie, warum. Fragen Sie sie nach ihren Herausforderungen, Frustrationen, Hoffnungen und Träumen. Seien Sie konkret und sprechen Sie über wichtige Faktoren wie Arbeitslosigkeit, Kriminalität, sozioökonomischen Status, Bildung und Gesundheit, ermitteln Sie ihre Herausforderungen und den Bedarf an Engagement.





Übung. Sprechen Sie mit den Einheimischen!

Erstes Engagement: Besuchen Sie öffentliche Orte, wie lokale Unternehmen, Gemeindezentren, Cafés oder andere Treffpunkte. Organisieren Sie gegebenenfalls direkte Aktionen wie Hausbesuche oder Pop-up-Events, um das Unternehmen und Ihr Engagement für die Gemeinschaft vorzustellen.

Stellen Sie das Unternehmen vor: Beginnen Sie das Gespräch, indem Sie sich vorstellen, erklären, warum Sie in der Gegend sind, und Einzelheiten über die Ziele des Unternehmens für das Engagement in der Gemeinde mitteilen. Erlauben Sie dem Gemeindemitglied, seine eigene Geschichte und seine Erfahrungen mit der Region zu erzählen.

Lassen Sie die Gemeinschaft das Gespräch führen: Leiten Sie das Gespräch, indem Sie Schlüsselbereiche hervorheben, die Ihrer Meinung nach behandelt werden müssen, z. B. Arbeitslosigkeit, Jugendförderung, interkultureller Austausch. Aber hören Sie zu, vielleicht sind Sie überrascht, dass es noch andere Prioritäten gibt.

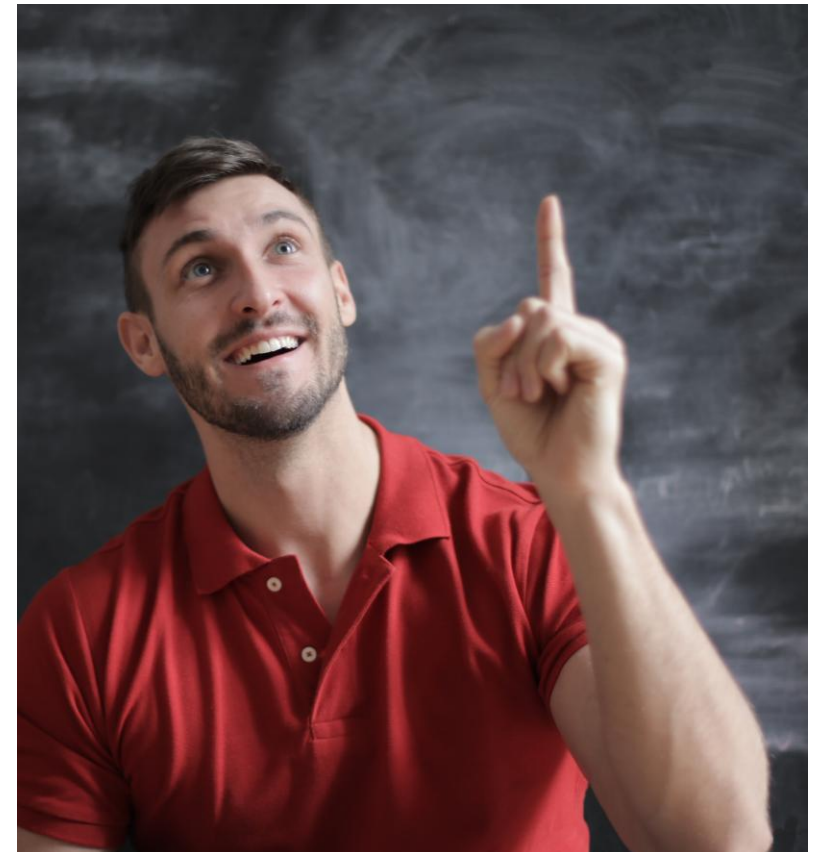




Übung. Sprechen Sie mit den Einheimischen!

Einblicke dokumentieren: Achten Sie darauf, dass Sie nach jedem Gespräch oder jeder Beobachtung die wichtigsten Erkenntnisse, Herausforderungen und potenziellen Chancen für Ihr Programm zum inklusiven Bürgerengagement dokumentieren. Diese Notizen helfen bei der Entwicklung Ihrer Initiativen für inklusives Engagement.

Reflektieren Sie und erstatten Sie Bericht: Rufen Sie das Team zusammen, um Beobachtungen und Erkenntnisse auszutauschen. Reflektieren Sie das von der Gemeinde gesammelte Feedback und identifizieren Sie gemeinsame Themen und spezifische Bedürfnisse. Nutzen Sie diese Informationen, um die nächsten Schritte bei der Entwicklung von integrativen Projekten zu lenken, die auf die Bedürfnisse der Gemeinschaft eingehen und von Natur aus integrativ sind.





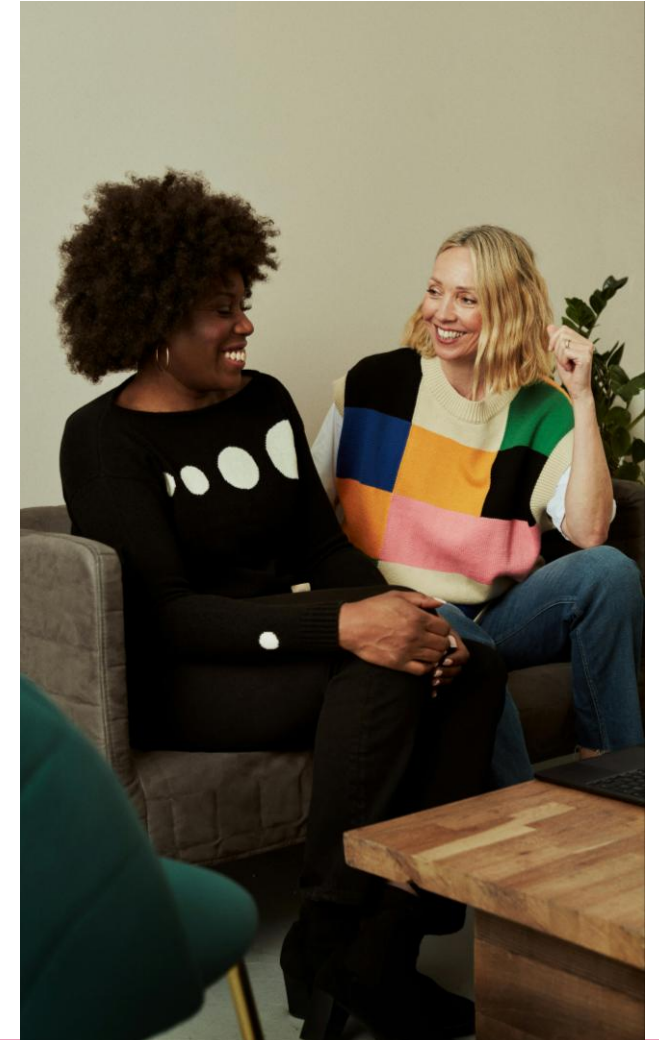
Übung. Sprechen Sie mit den Einheimischen!

Informelle Fokusgruppen: Ein **Restaurant in Italien** könnte Fokusgruppen mit Einheimischen veranstalten, um herauszufinden, wie saisonale Gerichte die kulinarischen Traditionen der Gemeinschaft widerspiegeln können.

Rundgänge: Spazieren Sie mit Ihrer Gemeinschaft mit unterschiedlichem Hintergrund, um das tägliche Leben zu erkunden und zu beobachten, Fotos zu machen und die Dynamik der Gemeinschaft zu erkennen. Dies könnte ungenutzte Räume aufdecken und neue Ideen für integrative Initiativen hervorbringen.

Beispiel: Ein **IT-Beratungsunternehmen in den Niederlanden** könnte untersuchen, wie sich Infrastrukturprojekte auf den digitalen Zugang in unterversorgten Stadtvierteln ausgewirkt haben.

Informelle Workshops: Ein **Handwerksbetrieb in Dänemark** könnte Handwerker dazu befragen, wie sich die Stadtentwicklung auf ihr Gewerbe ausgewirkt hat, und diese Erkenntnisse nutzen, um entsprechende Workshops zu veranstalten.



Fragen für einen offenen Dialog mit Gemeinschaften

Führen Sie einen offenen Dialog: Führen Sie Gespräche mit offenem Ausgang. Anstelle von strukturierten Interviews sollten Sie das Gespräch natürlich verlaufen lassen. Fragen könnten sein:

- "Vor welchen Herausforderungen steht die Gemeinschaft Ihrer Meinung nach im Moment?"
- "Welche lokalen Probleme sollten Ihrer Meinung nach angegangen werden?"
- "Was schätzen Sie an diesem Viertel am meisten?"
- "Wie können lokale Unternehmen, einschließlich unseres Unternehmens, zum Wohlergehen der Gemeinschaft beitragen?"



Fünf Menschen, die für Gemeinschaft und Zugehörigkeit bekannt sind

1. **Mahatma Gandhi** - Für die Führung einer friedlichen Revolution, die auf der Kraft der Gemeinschaft und des kollektiven Handelns beruht.
2. **Martin Luther King Jr.** - Für sein Eintreten für Bürgerrechte und Einheit durch von der Gemeinschaft getragene Bewegungen.
3. **Nelson Mandela** - Für die Einigung einer geteilten Nation durch eine gemeinsame Vision von Gleichheit und Zugehörigkeit.
4. **Mutter Teresa** - Für die Hingabe ihres Lebens an den Aufbau einer barmherzigen globalen Gemeinschaft durch Taten des Dienens.
5. **Desmond Tutu** - Für die Förderung der Versöhnung und der Heilung der Gemeinschaft im Südafrika nach der Apartheid.

Quelle



Lernergebnisse

Was Sie gelernt haben am Ende dieses Moduls.

1. **Klare Vorstellung davon, wer meine Gemeinschaft ausmacht** - Ich kann jetzt die verschiedenen Gruppen, die meine Gemeinschaft ausmachen, identifizieren und weiß, wie ich sie effektiv ansprechen kann.
2. **Fähigkeit zur Analyse des Gemeinschaftskontextes** - Ich kann die vier Ebenen des Gemeinschaftskontextes (Einwohner, Sektoren, Politik und Ressourcen) erkennen und sie mit meinen Geschäftswerten verbinden.
3. **Erkennen vertrauensbildender Strategien** - Ich kenne die wichtigsten vertrauensbildenden Strategien, wie z. B. die Schaffung eines integrativen Raums, die Anpassung an die Bedürfnisse der Gemeinschaft und die Förderung der aktiven Beteiligung.
4. **Bewusstsein für die Auswirkungen von gesellschaftlichem Engagement** - Ich kann erklären, wie sinnvolles Engagement soziale Verbindungen stärkt, die lokale Wirtschaft unterstützt und langfristige Zusammenarbeit fördert.
5. **Anwendung von Praktiken des inklusiven Engagements** - Ich kann effektive Engagementstechniken anwenden, die gemeinsame Werte fördern, unterschiedliche Perspektiven respektieren und das Wohlbefinden der Gemeinschaft verbessern.



Gut gemacht!
Modul 6 Teil 2

Schließen Sie jetzt Modul 6 Teil 3 ab: Sicherstellung eines inklusiven Engagements durch gemeinsame Wertschöpfung und Stärkung der Gemeinschaft.

www.projectdare.eu



This resource is licensed under CC BY 4.0



This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2022-2-IE01-KA220-VET-000099060

Diese Ressource ist lizenziert unter CC BY 4.0

