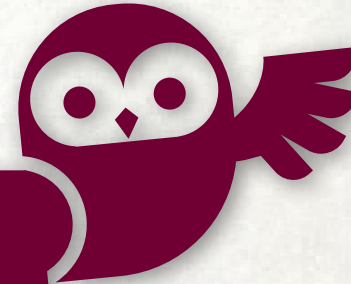


landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Stadt – Land – Akquise
Veranstaltungen im ländlichen
Raum erfolgreich bewerben

Ein Projekt von



trafo e.V.

mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Konzepte des Globalen Lernens, die in urbanem Zusammenhang entwickelt und gedacht wurden, lassen sich oftmals nicht ohne weiteres auf den ländlichen Raum übertragen.

Dazu kommt, dass in den Städten lebende und arbeitende Menschen häufig nur wenig über die konkrete Lebensrealität und die sozialen Strukturen in ländlichen Räumen wissen.

Im Vergleich zwischen Stadt und Land werden eher die Defizite ländlicher Räume als deren Chancen gesehen.

In einem erfahrungsbasierten Austausch wurden anhand der folgenden Leitfragen mögliche Herangehensweisen diskutiert, wie Projekte erfolgreich beworben und durchgeführt werden können.

Leitfragen

Was für Strukturen gibt es und wie können wir diese nutzen?

Wie können wir unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen unsere Konzepte und Veranstaltungen auch im ländlichen Raum erfolgreich bewerben?

RAHMENBEDINGUNGEN, HINTERGRUNDINFOS

Strukturen auf dem Land

Netzwerke und Strukturen

Gruppen zeichnen sich durch ihre Selbstorganisation und geringe personelle Veränderung (Konstanz) aus. Diese sind zumeist selbstorganisiert.

- Ortsvorsteher:innen
- Gemeinderat und -verwaltung
- Kirchengemeinden
- Freiwillige Feuerwehr
- Fußballvereine
- Landfrauen
- Dorf- und Kulturvereine/-initiativen
- Hofläden, Gastwirtschaften

Soziokultur und soziale Praxis

- Gelegenheiten zum Austausch sind jederzeit und überall gegeben
- Die Menschen tragen unmittelbar Verantwortung für eigene Umgebung
- Kooperationspartner sind umsichtiger
- Vertrauensbasierte Zusammenarbeit, Zusammenarbeit zielt auf Langfristigkeit ab
- Ich bekomme schnell Aufmerksamkeit
- Die Menschen stehen für ein „Thema“, gesetzte Impulse tragen langfristig reiche Früchte
- selbstverständliche Nachbarschaftshilfe, starker Solidaritätsgedanke
- Große Beziehungsgeflechte: Alle kennen eine Person, die...

Es gilt die speziellen Rahmenbedingungen zu erforschen und zu nutzen. Jede lokale Welt ist einzigartig!

MÖGLICHE LÖSUNGSVORSCHLÄGE

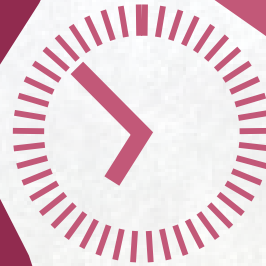


Weitere Tipps

- Offene Treffen/Veranstaltungen besuchen, Flyer verteilen, Telefonakquise (nach dem Motto "viel hilft viel!")
- Bei Gesprächen mit Personen: möglichst konkretes und ansprechendes Angebot zur Hand haben: z.B. Flyer, Projektbeschreibung (könnte auf die Person sonst evtl. unseriös wirken), sollte auf Nachfrage direkt vorliegen
- Fachsprache übersetzen, positive Narrative nutzen
- In erster Linie Fachreferent:in sein, d.h. gezielte Unterstützung bieten, jedoch auch Unterstützer:innen suchen und Kooperationen eingehen
- Langfristigkeit und Verstetigung: "sich selbst überflüssig" machen, d.h. vor Ort Akteur:innen zusammenbringen, dass Arbeit ohne einen selbst weitergehen kann

Wie können diese Rahmenbedingungen genutzt werden, um Veranstaltungen zu bewerben?

- Vernetzte Personen identifizieren! Den Ort kennenlernen, eventuell persönlich vorbeischauen und sich mit den Strukturen vor Ort vertraut machen
- Sich Zeit nehmen/den richtigen Zeitpunkt finden: persönliche Beziehungsarbeit ist dort eventuell wichtiger als in der Stadt!
- Augenhöhe: Arbeite mit dem, was du vorfindest, ohne es zu bewerten!
- Nicht vermuten, sondern zuhören und erleben (sich mit der Region vertraut machen und Strukturen kennen lernen)
- Bei der Akquise hat sich oftmals bewährt: „Mundpropaganda“, persönliche Kontakte nutzen, weniger mailen – viel telefonieren
- Empfinden von Selbstwirksamkeit ermöglichen



WAS NOCH ZU BEACHTEN GILT, MÖGLICHE FALLSTRICKE

Menschen stecken in verschiedenen Rollen

Überschneidung von privaten, beruflichen und ehrenamtlichen Rollen und Verantwortlichkeiten/
Zuständigkeiten

- Potenzial: über eine Person viele Themen ansprechen, da diese häufig in weiteren Beziehungsflechten steckt
- private Kontakte können evtl. beruflich genutzt werden, erleichterte Kommunikationswege
- Dilemma: berufliche, ehrenamtliche und private Interessen können kollidieren (möglicherweise können Personen, obwohl sie im Privaten davon überzeugt sind, etwas im Beruflichen nicht unterstützen)

Sichtbarkeit und politische Engagement kann die eigene Familie und das Umfeld womöglich in „schwierige“ Situationen bringen

Wichtig ist Kooperation auf Augenhöhe, d.h. zuhören, verstehen und respektieren (nicht belehren wollen!)

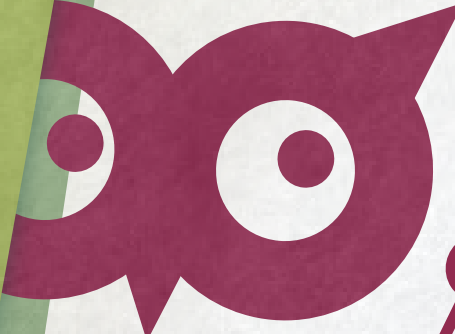
(unbewusste) überhebliche Einstellung der Referent:in gegenüber Menschen/Leben auf dem Lande

Ehrliche Reflexion der eigenen Haltung

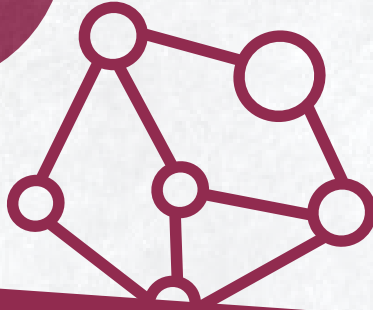
- **Warum** gehe ich überhaupt "aufs Land"?
- Weil ich denke, ich bin in guten Absichten unterwegs? Wenn ja, **was** sind diese Absichten?
- Bringe ich etwas mit, **was** den Leuten etwas „bringt“? Was könnte das sein?
- Gehe ich "aufs Land" aufgrund der Fördermittel/Förderauftrags?

Bedingt durch Fördermittellogik etc. haben Vereine häufig feste Projektstrukturen

reflektieren, ob diese so passen
→ möglichst ergebnisoffen vorgehen, um Frustration zu vermeiden



FAZIT, NETZWERKE UND WEITERFÜHRENDE BERATUNG

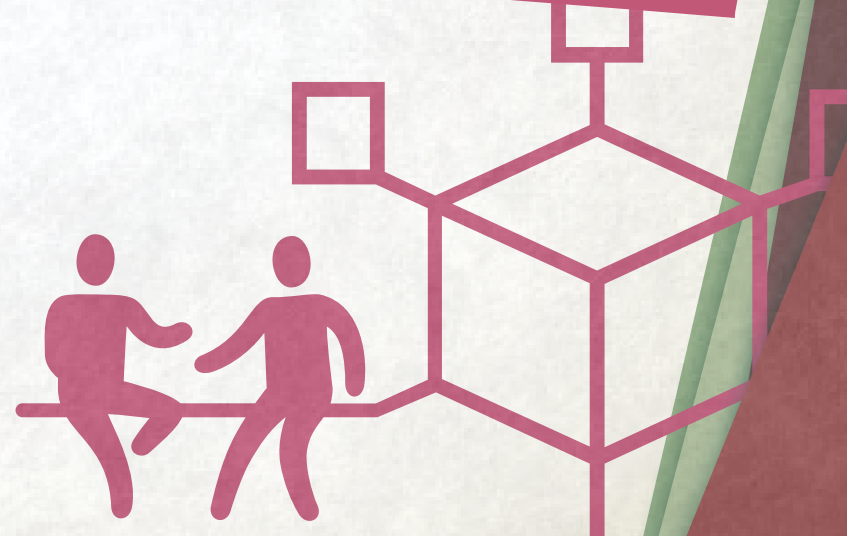


**Ansprechpartner,
Verbände, Akteure, ...**



- Eine Welt-Landesnetzwerke
<https://agl-einewelt.de>
- Eine-Welt-Promotor*innen
<https://www.einewelt-promotorinnen.de/promotorinnen/#Regionale-Strukturentwicklung>
- f.in.e+p
<https://finep.org/finep-macht-projekte/laendlicher-raum>

- ▶ Anknüpfungspunkte und Strukturen sind vorhanden → Basis für langfristige und nachwirkende Projekte/Veränderungen
- ▶ sich mit Strukturen vor Ort vertraut machen
- ▶ Verstetigung möglich machen
- ▶ Personen suchen, die in Strukturen eingebunden sind
- ▶ Begegnung auf Augenhöhe ist wichtig



Maria Hösel

Julia Wasmuth

STADT - LAND - AKQUISE

21. JULI 2020

VERANSTALTUNGEN AUF DEM LAND ERFOLGREICH BEWERBEN

REFERENT*INNEN
KOMMEN OFT AUS DEM
STÄDTISCHEN RAUM

VORSICHT VOR DER
DEFIZIT-PERSPEKTIVE

**BREAK
OUT
ROOMS**

WAS
ERREICHEN?

AUCH DIE
DÖRFER
ERREICHEN!

WARUM
GEHE ICH
AUF'S LAND?

KONSTANTE
GRUPPEN

CHANCEN

SELBST-
ORGANISATION

KOOPERATIONS-
PARTNER

CROSS
CULTURE
ANSATZ

TROTZDEM
KONZEPTE
PARST HABEN

MUND ZU MUND
PROPAGANDA

VEREINE!

KURZE
DIENSTWEGE

PERSÖNLICHE
BINDUNGEN

BERUFLICHE UND
PRIVAT
VERBINDUNGEN

DOPPELROLLEN
DER PERSONEN
NUTZEN!

BEZIEHUNGEN
KENNEN UND
PFLEGEN!

NETZWERKE
UND PERSONEN
KENNEN

AUGENHÖHE

**SÜD-
PERSPEKTIVE**

NICHT ÜBER MENSCHEN
REDEN

POSITIONEN HÖR- UND
SICHTBAR MACHEN

ZUHÖREN!

AUF
SPRACHE
ACHTEN

ZEIT FÜR
BEZIEHUNGS-
ARBEIT

JDNGS HEIDEBRECHT.COM

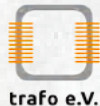
LANDEN AUF DEM LANDE — MOHIO — TRAFÖ e.V.



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

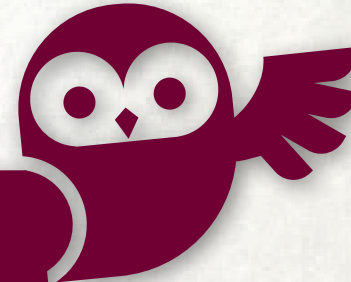


Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Zielgruppen in ländlichen
Regionen erreichen

Methoden am Beispiel Berufsschule

Ein Projekt von



trafo e.V.

mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

So wenig, wie es **die** städtischen Schüler:innen gibt, so gibt es auch nicht **die** Auszubildenden in der Berufsschule im ländlichen Raum. Auch hier unterscheiden sich Klassen und Teilnehmer:innen stark.

Die Zielgruppe der „Berufsschüler:innen“ ist äußerst heterogen in Erfahrung, Vorwissen, Perspektiven und Handeln, was in der konkreten Praxis Chancen und Herausforderungen bietet.

Was es gibt, sind Erfahrungswerte, die über Jahre Erfahrung in Bildungsprojekten im ländlichen Raum gesammelt werden konnten. Sie zeigen, auf welche Herausforderungen (ortsfremde) Bildungs-Akteure möglicherweise stoßen, wie diesen begegnet werden kann und welche Methoden und Inhalte gut angenommen werden.

Leitfragen

Wie können wir den Herausforderungen begegnen?

Welche Methoden funktionieren?

RAHMENBEDINGUNGEN

In der Arbeit mit Berufsschulen, gibt es erfahrungsgemäß einige strukturelle Bedingungen, die uns vor Herausforderungen stellen.

Schulstruktur

- BNE ist bislang in vielen Lehrplänen der Berufsbildung nicht verankert
- Zeitmangel: Stundenplan ist sehr voll
- Berufsschulen sehen daher häufig in erster Linie den Mehraufwand für:
 - » zeitliche, räumliche Planung
 - » Betreuung am Projekttag
 - » Abrechnung

Lehrkräfte

- Lehrkräfte sind nicht ausreichend über BNE informiert
- allgemeine (pädagogische) Skepsis der Lehrer:innen gegenüber den Referent:innen, v.a. bei Ersteinsatz
- keine Zeit für inhaltliche Vorbereitung

Auszubildene/Teilnehmende

- Unruhe und Störungen
- größer werdende Altersunterschiede in Berufsschulklassen
→ macht es für Lehrpersonal schwierig, passende Veranstaltungen herauszufinden
- Berufsfeld und somit die Berufspraxis sind entscheidend, wie intensiv sich in der Ausbildung bereits mit Themen des Globalen Lernens auseinandergesetzt wird
- wenig Interesse am Thema → kein Bezug zur Lebensrealität
- heterogene Zusammensetzung in Bezug auf gewohnte methodische Arbeitsweisen → empfinden Projekttag als zu „überladen“

LÖSUNGSANSÄTZE

1. Herausforderungen begegnen

Anknüpfungspunkte finden, durch

- Vorgespräche mit Lehrkräften (und TN): Erwartungsabfragen hinsichtlich Text- und Gruppenarbeit, der Diskussionskultur und der (inhaltlichen) Vorerfahrung
- Lehrpläne anschauen und Bezug zu diesen herstellen
- selbst informiert sein über Zielgruppe, um diese abholen zu können in Bezug auf ihren Erfahrungshintergrund
- inhaltlichen Bezug zu ihrer Ausbildung bzw. späterem Berufsfeld aufzeigen
- komplexe Zusammenhänge auf konkret erfahrbare (Lebens-)Realität herunterbrechen und deren Relevanz verdeutlichen

Wichtig dabei

Puffer einplanen, für Diskussionen Zeit nehmen.

Generell inhaltlich und methodisch „flexibel“ sein und evtl. auch vom ZIM abweichen und anpassen.

Bei Diskussionen von z.B. Handlungsalternativen beachten, dass diese im städtischen Kontext (wie fair gehandelte Produkte aus dem Weltladen, ÖPNV nutzen, etc.) an **realistische** Möglichkeiten auf dem Land angepasst werden müssen.

Strukturen der Schule beachten

- Fortbildung anbieten
- „Aufklärungsarbeit“ über BNE bei Akquise leisten
- Kontakte zuverlässig und effizient gestalten, evtl. persönliche Beziehung zu Lehrkräften und Schulleitung aufbauen
- Mehrwert aufzeigen, lange Vorlaufzeit einplanen
- Zusammenarbeit verstetigen, um Qualität zu sichern
- Zusammenarbeit als **Kooperation** statt als Dienstleistung gestalten

2. Methoden, die gut funktionieren

- Reflexion eigener und fremder Situationen (Perspektivübernahme)
- Bewegungsreiche Methoden
- Erlebnisorientierte Methoden
- Methoden, die an Erfahrung und Lebenspraxis vor Ort anknüpfen
- Methoden mit Bezug zur Berufswelt
- Diskussion der Lücke Werte/Haltung und Handeln

WAS NOCH ZU BEACHTEN GILT, MÖGLICHE FALLSTRICKE

Heterogener Referent:innenpool

Referierende sind in Bezug auf Erfahrung und Werte divers, einige arbeiten professionell hauptamtlich, andere eher ehrenamtlich/als „Nebenverdienst“

- Evaluationstreffen mit allen Referent:innen und externen Inputs
- gemeinsame Reflexion der eigenen Haltung/des Ziels
- Übersetzungsleistung der Projektleitung zwischen Schulleitung, Lehrkräften, TN und Referent:innen

Berufsschulen sind immer auch ein Spiegel der Gesellschaft, Themen bieten Angriffsfläche für diskriminierende Äußerungen

- Durch Vorbereitung und Weiterbildung der Mitarbeitenden einen achtsamen Sprachgebrauch trainieren.
- Kritischen Umgang mit -ismen lernen; durch Übungen Praktiken und Handwerkszeug entwickeln, um Referent:innen zu befähigen, in Arbeit mit Gruppen reagieren zu können.

Viele Akteure/Referent:innen leben in der Stadt. Die Erfahrungswelten und Lebensrealität der Teilnehmer:innen und Referent:innen (Ausbildung, Wohnort etc.) differieren daher zum Teil erheblich

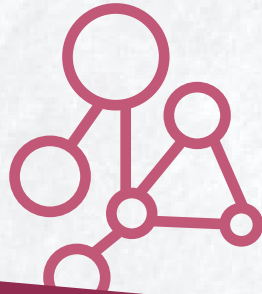
- Auch die eigene Positionierung, Weltbild, Handlungsmöglichkeiten reflektieren.
- Respektieren, dass die Teilnehmenden „Expert:innen“ ihrer eigenen Lebenswelt sind.

Weitere Tipps für die Projektleitung und die Referent:innen

- eigene und kollektive Haltung reflektieren
- gemeinsam evaluieren und Druck ablassen
- sich externe Inputs holen
- Bedarfs- und Erwartungsabfragen seitens der Projektleitung
- Unterstützung durch Projektleitung (neue Methoden, Materialien etc.)
- Multiplikator:innen schaffen, bspw. Verkäufer:innen, können es anschließend in beratender Funktion weitergeben

FAZIT, NETZWERKE UND WEITERFÜHRENDE BERATUNG

Netzwerke und weiterführende Informationen



- GloNet (Netzwerk der BBNE-Akteure, Federführung EPIZ)
<https://www.esf.de/portal/DE/Foerderperiode-2014-2020/ESF-Programme/bmu/berufsbildung-entwicklung-bbne.html>
- wus germany "Projekt Grenzenlos"
<https://www.bibb.de/de/33716.php>
- Trafo e.V.
<https://trafo-leipzig.de/wp-content/uploads/2020/05/20-05-27-Globe-Wissenssystematisierung.pdf>
- "Agraprofit"
<https://www.youtube.com/watch?v=pgCD-4Q-4Wo>

➤ Bezug herstellen zur Lebensrealität der Teilnehmenden und Relevanz verdeutlichen

→ fällt den Teilnehmenden leichter, die Inhalte anzunehmen

➤ Puffer einplanen, für Diskussionen Zeit nehmen, inhaltlich und methodisch flexibel sein

➤ „Aufklärungsarbeit“ über BNE bei Akquise leisten

➤ Kontakte und Kooperationen zuverlässig und auf Augenhöhe gestalten

➤ Vorgespräche, Bedarfs- und Erwartungsabfragen seitens der Projektleitung

➤ Gemeinsame Vorab- und Evaluationstreffen mit allen Referent:innen



MIT WELCHEN METHODEN KOMMT MAN AN ZIELGRUPPEN IN LÄNDLICHEN REGIONEN RAN?

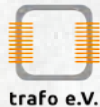




mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

BMZ



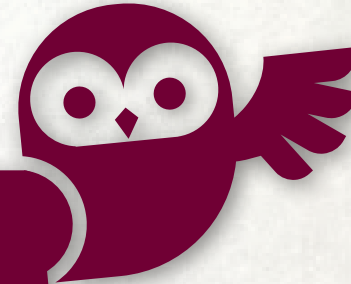
Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Wissensmanagement
in der Praxis

Ein Projekt von



mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Der Umgang mit der Ressource Wissen ist elementar für eine effiziente Zusammenarbeit innerhalb von Organisationen.

Es geht bei Wissensmanagement jedoch nicht nur um reine Informationsverwaltung – was wo und in welchem Format gespeichert wird. Es geht auch darum, einen Überblick zu schaffen, welches Wissen, Kompetenzen und Informationen vorhanden sind, für wen was relevant ist und wie diese Personen an dieses Wissen gelangen.

Oft werden wertvolles Wissen und Kompetenzen von Menschen nicht genutzt, weil niemand weiß, dass sie existieren.

Leitfragen

Was ist „Wissen“? Welche Bedeutung hat es für Organisationen Wissen zu teilen?

Was sind Grundvoraussetzungen und Tipps, um „gutes Wissensmanagement“ möglich zu machen?

Welche Tools gibt es?

Unterschiede Stadt und Land?

Besonders wichtig ist ein funktionierendes Wissensmanagement, um die Organisation vor Wissensverlusten zu schützen – insbesondere dann, wenn nicht immer dieselben Personen zusammenarbeiten oder es viele Wechsel innerhalb eines Teams gibt.

Wissensmanagement betrifft Organisationen in Stadt und Land in gleicher Form.

RAHMENBEDINGUNGEN

Es gibt keine abschließende Definition, was unter „Wissen“ zu verstehen ist. Grundsätzlich wird unterschieden zwischen explizitem und implizitem Wissen.

Explizites Wissen

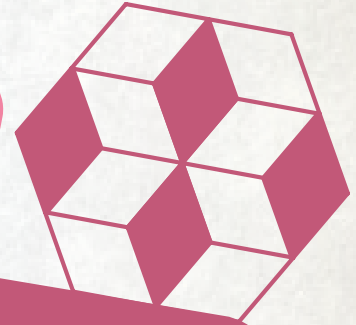
dokumentierbares Wissen, kann leicht geteilt werden. z.B. Anleitungen für den Umgang mit Geräten, die Mitarbeiter:innen für ihre tägliche Arbeit nutzen, Protokolle von Besprechungen, etc.

→ kann gut vermittelt werden

Implizites Wissen

lässt sich am besten durch eine Kombination aus Erfahrung, Routine und Fähigkeiten definieren. Das, was man macht, ohne zu wissen, wie man es macht.

→ lässt sich schwer vermitteln



LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Ein System etablieren: wie dieses konkret in der Praxis aussieht, ist abhängig von den vorher definierten Wissensmanagement-Zielen der Organisation.

dabei ist vor allem wichtig

- Regelmäßigkeit und niederschwellige Möglichkeiten schaffen um Erfahrungen/Problemlösungsansätze/Herausforderungen miteinander zu teilen
→ Oftmals braucht es eine oder mehrere verantwortliche Person, die das immer wieder anstößt
- Innerhalb eines Teams die Rolle des „Informations-/Wissensmanager:in implementieren.“
- Aufgaben:
→ Wissen sammeln, weiterleiten, speichern, anfordern und transparent machen
→ evtl. auch Mitarbeitende „erinnern“ und motivieren, das vereinbarte „System“ zu nutzen (ihr Wissen aktiv teilen und ggf. auch Wissen „abholen“)

Wie kann es gelingen, gutes Wissensmanagement möglich zu machen?

- Die Ziele einer Wissensmanagement-Strategie für die Organisation definieren
- Als Team identifizieren, welche Kompetenzen, Erfahrungen, Expert:innen bereits vorhanden sind und wo eventuell welche fehlen.
→ z.B. Kompetenzmatrix erstellen und regelmäßig aktualisieren
- Identifizieren, welches Wissen und Informationen für wen relevant sind und wie diese verfügbar gemacht werden sollen

Langfristige Perspektive: Vernetzung zwischen Land und Stadt werden immer wichtiger, Formen der Kommunikation und des Wissenstransfers immer diverser. Dynamik sozialer Beziehungen und Netzwerken.



MÖGLICHE TOOLS (BEISPIELE)

Kollaborationsplattformen

wechange

<https://wechange.de>

WeltWeitWissen Collaboratorium

<https://www.weltweitwissen.net/Collaboratorium.html>

plattform n

<https://plattform-n.org>

- Plattform bietet Funktionen für gemeinsame Arbeit an Projekten
- vereint unterschiedlichen Tools in einer Plattform wie Cloud, gemeinsamer Kalender, Etherpad (kollaborative Arbeit an Dokumenten in Echtzeit), Aufgabenplanung

10110101001011001011
0010110101001011001
01101111010100101100
10001111010100101101

10110101001011001011
0010110101001011001
01101111010100101100
10001111010100101101

10110101001011001011
0010110101001011001
01101111010100101100
10001111010100101101

Kontakt und Veranstaltungsverwaltung

civiCRM

<https://civicrm.org> bzw. <https://sfe-ev.org>

- Verwaltung von Kontakten und Unterstützer:innen, "Buchhaltung" für zivilgesellschaftliche Organisationen, z.B. Spenden, Veranstaltungsmanagement
- freie Software
- sehr komplex, setzt Einarbeitungszeit voraus

Aufgabenplanung, Infosammlung

KanBan bei cryptpad

<https://cryptpad.fr/kanban/#>

Deck bei nextcloud

<https://nextcloud.com/groupware>

padlet

<https://padlet.com>

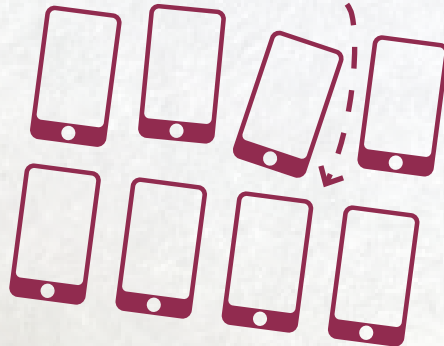
MÖGLICHE FALLSTRICKE



ene
mene
muh

Zu viele „nützliche“ EDV-Tools (oder auch analoge) auf einmal nutzen/einführen zu wollen.

- Lieber weniger, dafür diese aber auch konsequent und aktiv nutzen, sodass „neue“ Routinen entstehen können.



Die Notwendigkeit, insbesondere implizites individuelles Wissen zu teilen, wird nicht erkannt.

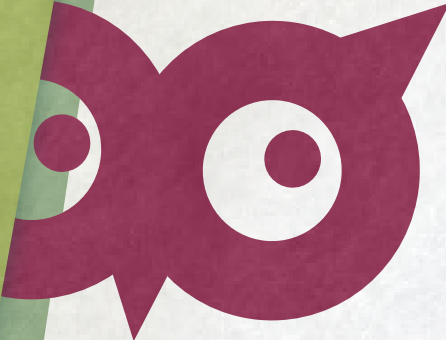
- In Teambesprechungen die Wissensmanagement-Ziele und Vorteile für das gesamte Team hervorheben und bewusstmachen.



Inkonsequenz aufgrund von Zeitmangel (insbesondere im Hinblick auf implizites Wissen)

- Sich bewusst machen, dass Wissensmanagement ein konstanter, aktiver Prozess ist!
- Es braucht Zeit und Konsequenz.
- Verantwortliche Personen mit Mandat ausstatten (z.B. zu erinnern und zu ermahnen).





FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND LINKS



➤ "Wissen zu teilen" muss genauso gelernt sein, wie andere Kompetenzen.

➤ Organisationen können sich nicht darauf verlassen, dass Wissen sich "spontan" und selbsttätig innerhalb der Organisation verbreitet.

➤ Wissensprozesse müssen aktiv gestaltet und gesteuert werden

➤ Wissensmanagement als Aufgabe des gesamten Teams begreifen

➔ braucht jedoch erfahrungsgemäß Verantwortlichkeiten, die immer wieder „erinnern“ und „einfordern“, dass Wissen geteilt wird

➤ Es gibt viele Tools, das Wichtigste ist jedoch, dass es ALLE aktiv nutzen und ALLE wissen, wie es funktioniert!

- 
- SECI-Modell
 - sehr ausführliches Online-Modul zum Thema Wissensmanagement in Theorie und Praxis:
<https://wissensmanagement.open-academy.com/curriculum/modul-1>



FABIAN KURSAWE

GUTES WISSENSMANAGEMENT

28. JULI 2020

MOHIO



IN DER PRAXIS



DOKUMENTATION

KOMBINATION



DISKUSSION,
FRAGEN

TOOLS

WECHANGE

CIVICRM

CRYPTPAD

KANBAN-
BOARD

PADLET



AUCH ANALOG!

MEDIEN
NUTZEN

WISSENS-
MANAGEMENT
IST EINE
SOZIALE FRAGE

SOFTWARE

KOSTENFREIE



ZEITEN FÜR
DOKUMENTATION
UND AUSTAUCH

ALLE MÜSSEN
TOOLS KENNEN
UND NUTZEN

WISSEN
AKTIV
ANFORDERN

ZUSTÄNDIGKEITEN
SCHAFFEN

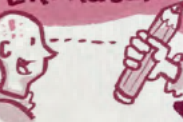
HERAUSFORDERUNGEN

HANDLUNGS-
ROUTINEN
LERNEN

SOZIALISATION

SECI-MODELL

ZUSEHEN
NACHAHMEN
ERFRAGEN



EXTERNALISIERUNG

EXPLIZIT

EMBRAINED
KNOWLEDGE



IMPLIZIT

EMBODIED
KNOWLEDGE



KOLLEKTIV

ENCODED
KNOWLEDGE



EMBEDDED
KNOWLEDGE



INTERNALISIERUNG

LANDEN AUF DEM LANDE — MOHIO — TRAFÖ e.V.

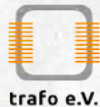
JUNOS HEIDEBRECHT.COM



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

BMZ



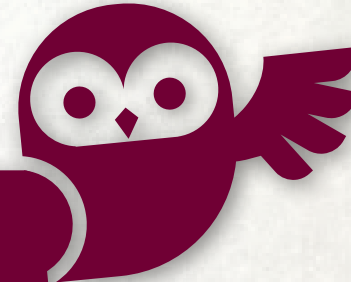
Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Fundraising, Spenden,
Fördermittel usw.
Finanzierungsformen für Projekte
und wie man diese findet

Ein Projekt von



mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Damit gemeinnützige Projekte bestmögliche Wirkungen entfalten können, benötigt es den Einsatz von Menschen, Materialien und Geld. Viele Ehrenamtliche, Vereine und weitere Nonprofit-Organisationen sind meist auf die Hilfe von Förderern und Unterstützern angewiesen, um ihr gemeinnütziges Engagement ausführen zu können.

Spendenbereitschaft von Privatpersonen und Unternehmen sind grundsätzlich vorhanden, jedoch konkurrieren viele Projekte um dieselben Finanzen.

Ein weiteres häufiges Problem ist die fehlende Zeit, um neue Fördermöglichkeiten zu recherchieren, sowie der mit der Antragstellung für Fördermittel verbundene Zeitaufwand.

Fördermittel werden in der Regel themen- und sachorientiert vergeben und sind somit eng an Förderbedingungen und -richtlinien geknüpft, was die Möglichkeiten der Projektausgestaltung mitunter einschränken kann.

Leitfragen

Was für Möglichkeiten der Finanzierung gibt es und wie ist die Situation insbesondere im ländlichen Raum?

Wie finde ich passende Finanzierungsmöglichkeiten?

RAHMENBEDINGUNGEN

HINTERGRUNDINFORMATIONEN



Fundraising

Arten der Finanzierung

Sponsoring

Förderung von Personen, Gruppen/ Organisationen oder Veranstaltungen, durch ein zumeist kommerzielles Unternehmen in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen mit der Erwartung, eine unternehmensunterstützende "Gegenleistung" zu erhalten

Fördermittel

Fördermittel sind finanzielle Zuwendungen aus dem Haushalt der öffentlichen oder privaten Hand für juristische oder natürliche Personen zur Erreichung bestimmter politischer oder wirtschaftlicher Ziele

Förderprogramme: für einen bestimmten Förderzweck vorgesehene, betraglich begrenzte Mittel aus dem Haushalt der Förderinstitution

Spenden

Definition (steuerrechtlich):

freiwillige und unentgeltliche Geld- oder Sachzuwendungen für einen religiösen, wissenschaftlichen, gemeinnützigen, wirtschaftlichen oder politischen Zweck

→ WICHTIG: kein Leistungsaustausch

LÖSUNGSANSÄTZE

1. Finanzierungsmöglichkeiten und Situation im ländlichen Raum

Kenne die Situation

Andere Soziodemographie

- geringere Bevölkerungsdichte
- geringere Unternehmensdichte
- allerdings auch geringere NGO-Dichte
- oftmals geringeres Einkommen → Bereitschaft für Spenden daher im Allgemeinen geringer, weniger private Fördergelder

Dafür jedoch

- höhere regionale Verbundenheit
- höhere Beständigkeit → Vorteile für Spenden, Sponsoring, Kooperationen
- mehr öffentliche Fördergelder
- Gesellschaftliche Themen, Kinder und Jugendliche, sowie Kultur-Themen funktionieren dort häufig gut.

Privatpersonen

Erfahrungsgemäß ist die klassische Spende/ Spendenbereitschaft von Menschen mit niedrigem Einkommen geringer ausgeprägt oder nicht kontinuierlich.

→ Aufwand, den man im ländlichen Raum betreiben muss, ist daher tendenziell deutlich höher

Unternehmen

Viele Unternehmen sind regional verbunden, Unternehmenskooperation* ist tendenziell beständiger (NGO-Dichte ist auf dem Lande zumeist auch geringer).

* viele Unternehmen wollen mittlerweile gerne in Kooperation Projekte auch gemeinsam entwickeln, d.h. Zusammenarbeit in verschiedenen Formen

Stiftungen

- hohes jährliches Wachstum an Stiftungen
→ viele können auch Geld an Dritte/nach außen weiterleiten (in ungefähr 50-70% der Fälle)
- die drei Hauptbereiche vieler Stiftungen sind: "Bildung, Kunst und Kultur"
- Umwelt als Kategorie ebenfalls häufig vertreten

Öffentliche Stellen

Mittlerweile mehr öffentliche Gelder für den ländlichen Raum (regionale Strukturaufbau-Programme, insb. in sogenannten strukturschwächeren Regionen): sind nicht unbedingt nur für Unternehmen gedacht.

LÖSUNGSANSÄTZE

2. Geeignete Spenden und Fördertöpfe finden

Generell gilt

je konkreter das Konzept ist,
umso leichter lässt sich ein
passender Fördertopf finden



Vorüberlegungen

- Kenne dein Projekt!
- Kenne dein Netzwerk!
- Schau' über den Tellerrand!

Übersichtsseiten

- Förderdatenbank und Broschüren
- dt. Stiftungsverband

Recherchetools

Weitere Tipps

- "Erbschaftsspenden" (eventuell auf Website darüber informieren)
- Bußgeldmarketing
- weitere Möglichkeit für Akteure aus Grenzregionen: regionalstärkende Förderprogramme in Grenzregionen (z.B. zu Polen/Tschechien): „Interreg“ der EU

- Netzwerk, Kontaktstellen
- Newsletter
- Empfehlungen



z.B. Newsletter der Eine-Welt
Landesnetzwerke



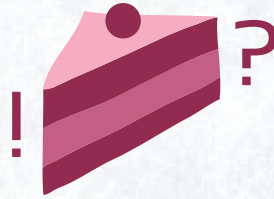
Was sind meine **genauen** Inhalte und Themen,
abgesehen von „entwicklungspolitischer
Zusammenarbeit/ Bildungsarbeit“?

- konkrete Bildungsförderung beantragen
- dementsprechend konkretere Umwelt- oder Bildungs-Stiftungen nutzen
- Ein großer Teilbereich an Stiftungen ist im Bereich Kinder und Jugend angesiedelt und auf den ersten Blick möglicherweise nicht konkret „auf unseren Pfaden“.

MÖGLICHE FALLSTRICKE

Die steuerrechtliche Definition von Spende unbedingt beachten

- Aufpassen bei Spendenempfehlungen
z.B. Kuchenverkauf: Sobald konkreter "Vorschlag" für Höhe der Spende, ist es im steuerrechtlichen Sinne keine Spende mehr!
- Bei Crowdfunding handelt es sich häufig um eine Mischform aus Spende und Fundraising.
→ bei der Steuer beachten



Bei Querfinanzierung

- unterschiedliche steuerliche Tätigkeitsbereiche
- Für gemeinnützige Vereine mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb sind Gewinne bis 35.000 EUR steuerfrei.
- Durch Querfinanzierung (z.B. Vertrieb von nachhaltigen Produkten) zwar mehr Eigenmittel, jedoch auch höhere Ausgaben für Unterhaltung und Initiierung.



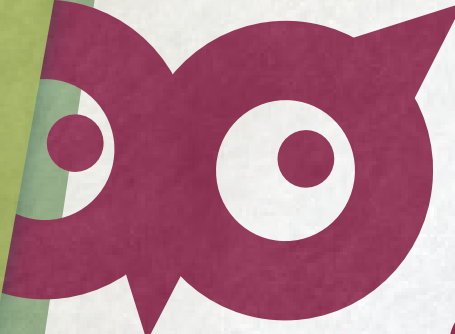
Unternehmenskooperation

- birgt Risiko, dass Kooperation zum Greenwashing/Imagepolitur genutzt wird
- Im Vorhinein im Team die Werte des Vereins/Organisation klarstellen und evtl. no-gos festsetzen, sich mit Unternehmen genauer beschäftigen

0% 19% 9%

?!

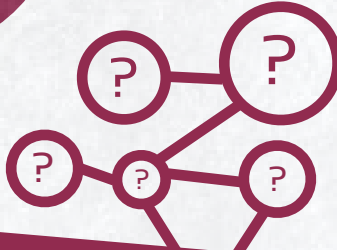




FAZIT, NETZWERKE UND WEITERFÜHRENDE BERATUNG

Netzwerke und weiterführende Informationen



- 
- Möglichst genaue Vorstellung von dem Projekt haben.
 - Unternehmenskooperationen insbesondere im ländlichen Raum aufgrund regionaler Verbundenheit tendenziell beständiger, evtl. vom klassischen Sponsoring-Gedanken verabschieden
 - Netzwerkkontakte zu anderen NGOs nutzen und Newsletter abonnieren (Eine-Welt-Landesnetzwerke)
 - Zeit muss investiert werden! (oder Geld, um Fundraising „auszulagern“)

- Datenbank nach allen öffentlichen Fördermitteln foerderdatenbank.de
- Landeszentralen und Bundeszentrale für politische Bildung
- Broschüre: "Netzwerk Selbsthilfe – Fördertöpfe für Vereine", Zusammenstellung nach Themenbereich im Verzeichnis
- Bundesverband für deutsche Stiftungen stiftung.org
- Baden-Württemberg jugendnetz.de
- Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und andere Bundesländer haben eigene Seiten für Fördertöpfe
 - » <https://tlvwa-apps.thueringen.de/stiftungsverzeichnis>
 - » <https://stiftungen.sachsen-anhalt.de/stiftungsverzeichnis>
 - » https://www.lids.sachsen.de/kommunal21/?ID=104&art_param=12



FUNDRAISING
FÖRDERMITTEL
SPENDEN

FINANZIERUNGSFORMEN

FÜR EURE
PROJEKTE

JENNY ENGLER-PETZOLD

RECHERCHE

FUNDRAISING

FÖRDERMITTEL

SPONSORING

SPENDEN

CROWDFUNDING
ALS MISCHFORM

TREND ZUR
UNTERNEHMENS-
KOOPERATION

FÖRDERDATENBANK.DE

bpb.DE

LANDES-
ZENTRALEN

ES GIBT MEHR,
ALS MAN DENKT!

NETZWERK
SELBSTHILFE

VERBUNDENHEIT
BESTÄNDIGKEIT

ÖFFENTLICHKEITS-
ARBEIT!

CROWD-
FUNDING

PASSENDE
PLATTFORM
FINDEN!

AUFWAND NICHT
UNTERSCHÄTZEN!

LÄNDLICHER
RAUM

SCHREIBEN SIE
EINFACH MEINE
FIRMA AUF
DIE FLYER!

SPENDEN UND
SPONSORING KLAR
UNTERSCHIEDEN!

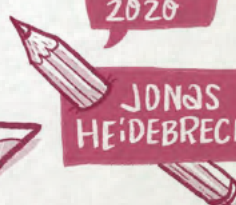
VORSICHT

FÖRDER-
MITTEL
SIND
ZWECK-
GEBUNDEN!

LANDEN AUF DEM LANDE — MOHIO — TRAFÖ e.V.

30. JULI
2020

JONAS
HEIDEBRECHT

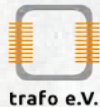




mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

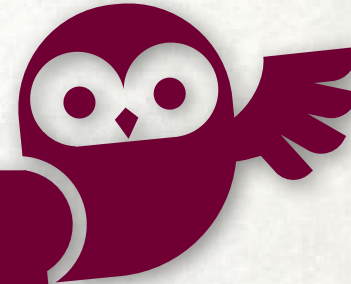


Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Eine pädagogische
Haltung finden

Ein Projekt von



mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Was ist eine angemessene Rolle als Referent:in in schulischen und außerschulischen Bildungskontexten? Diese Frage ist vor allem dann bedeutend, wenn man als externer Bildungsakteur nur punktuell interveniert und kaum die Möglichkeit hat, intensive soziale Beziehungen zu den Teilnehmenden aufzubauen. Noch wichtiger ist sie, wenn man als urbaner Mensch in ländlichen Regionen unterwegs ist.

Grundlage einer guten pädagogischen Arbeit ist die Selbstkritik und die Analyse der eigenen Standpunkte, die wir implizit vermitteln. Diese Aufgabe muss letztendlich jede:r für sich bearbeiten. Wir nehmen unterschiedliche Rollen in unterschiedlichen Situationen ein und werden in bestimmten Rollen wahrgenommen. Daraus resultieren auch gewisse Vorstellungen und Erwartungshaltungen, wie eine bestimmte Rolle ausgefüllt werden sollte.

Vor dem Hintergrund der Arbeit mit Gruppen, ist auch die eigene Wahrnehmung der Zielgruppe relevant, da dies ebenso einen Einfluss darauf hat, welche Rolle man selbst einnimmt/einnehmen möchte.

Leitfragen

Wie gelingt es, eine angemessene Rolle einzunehmen?

Wie nehmen wir die Zielgruppen wahr?

RAHMENBEDINGUNGEN HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Pädagogische Haltung

- Für Haltung braucht es konkrete Orientierungsmuster im Sinne von handlungsleitenden (ethisch-moralischen) Wertorientierungen, Normen, Deutungsmustern, Einstellungen und Selbstkompetenzen (wie z.B. Empathiefähigkeit, Reflexionsfähigkeit)
- Das Bild von der Zielgruppe (bzw. den Teilnehmenden) und das eigene Rollen- und Selbstverständnis gehören im Kern zu dieser Haltung.
- Haltung ist dem Handeln übergeordnet, ist individuell ausgeprägt, den Individuen jedoch nicht immer bewusst

- Wir stehen als Pädagog:innen/ Referent:innen relational zu Anderen
- Kontextabhängig sieht man sich selbst und sehen andere einen in unterschiedlichen Rollen, woraus unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche resultieren
 - » Insbesondere in Schulen liegen oftmals klare Rollenbeschreibungen vor

Parameter der Zielgruppenanalyse

- Persönlichkeitsmerkmale (Alter, Geschlecht, Herkunft)
- Lebenswelt (Stadt, Land, Milieu, Umfeld, ...)
- Bildung (Schulabschluss, Berufsausbildung)
- Kenntnisse (Berufserfahrung, Fachkenntnisse, thematische Vorkenntnisse)
- Motivation (Eigen- oder Fremdmotivation)

Durch Zielgruppenbestimmung werden gewisse Merkmale hervorgehoben, die Menschen gemeinsam haben

- Die implizite Annahme ist, dass diese in so bedeutsamer Weise ihre Lebensverhältnisse bestimmen, dass sie ihre Bildungsinteressen und Lerndispositionen irgendwie „prägen“ und dadurch eine „Zielgruppen/adressatengerechte“ Ansprache möglich wird.

LÖSUNGSANSÄTZE

Wie sich der „Zielgruppe“ nähern?

z.B. über SINUS-Lebensweltmodell

„Wie ticken“ Jugendliche, Shell-Studie (2020)

- fängt die große soziokulturelle Unterschiedlichkeit von Jugend ein und verdichtet sie modellhaft
- gruppiert Jugendliche, die sich in ihren Werten, ihrer grundsätzlichen Lebenseinstellung und Lebensweise, Interessen, Haltung, Mediennutzung, etc. sowie in ihrer sozialen Lage ähnlich sind
- „Versuch einen Status-Quo abzubilden“
- Möglichkeit, dies als Orientierung zu nutzen

- Allgemeine Selbstreflexion: sich der eigenen (handlungsleitenden/motivierenden) Werte bewusst werden und Klarheit über eigene grundsätzliche Haltung bekommen
- Reflexion der Selbstwahrnehmung in Bezug auf die Rolle, die man als Pädagog:in (je nach Kontext) einnimmt
- Sich bewusstmachen, dass die eigene Wahrnehmung/Vorstellung von einer Rolle mitunter abweicht von der Vorstellung und Erwartung Anderer.
- Das eigene Rollenverständnis transparent nach Außen kommunizieren!
 - Schafft mehr Klarheit und Verständnis, auch im Hinblick auf mögliche Erwartungshaltung seitens der Teilnehmenden aufgrund einer Rollenzuschreibung

Homogenität und Heterogenität

Ist es „gut“, wenn die Zielgruppe möglichst homogen ist? (wenn ich weiß, wie ich sie ansprechen „muss“ und was sie anspricht?)

- Erfahrungsgemäß ist Heterogenität innerhalb der Gruppe insbesondere in Bezug auf Umgangsformen im Miteinander, Konzentrationsfähigkeit, bekannte Methoden, etc. von erheblich größerem Einfluss auf die Gruppendynamik und damit einhergehend der Bildungsarbeit, als eine Heterogenität in Bezug auf Werte und Einstellungen

WAS NOCH ZU BEACHTEN GILT, MÖGLICHE FALLSTRICKE



Gewisse Strukturen und Situationen
„bringen“ eine Person in gewisse Rollen

→ Potenzial

Situationsabhängig kann eine „nachfrageorientierte“
Einnahme von Rollen auch von Vorteil sein

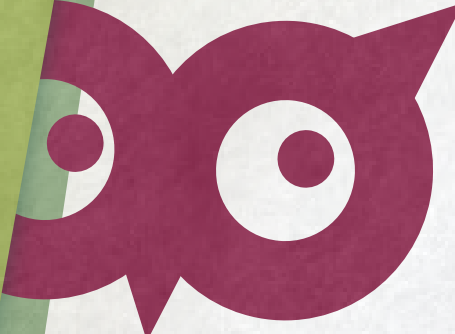
→ Dilemma

Das „nicht-ausfüllen“ oder „anders-ausfüllen“ einer
zugeschriebenen Rolle kann auf Abwehr stoßen

Rollenbeschreibung und Erwartungshaltung auf Seite
der Zielgruppe/Auftraggebenden (z.B. aufgrund von
Raum, Setting, fehlender „Vorarbeit“) ist nicht
dieselbe wie die Wahrnehmung der eigenen Rolle

→ Akzeptieren, dass es manchmal bedingt durch
zugeschriebene Rollenerwartungen seitens der
Teilnehmenden nicht immer möglich ist,
diese Rolle „ganz anders“ auszufüllen





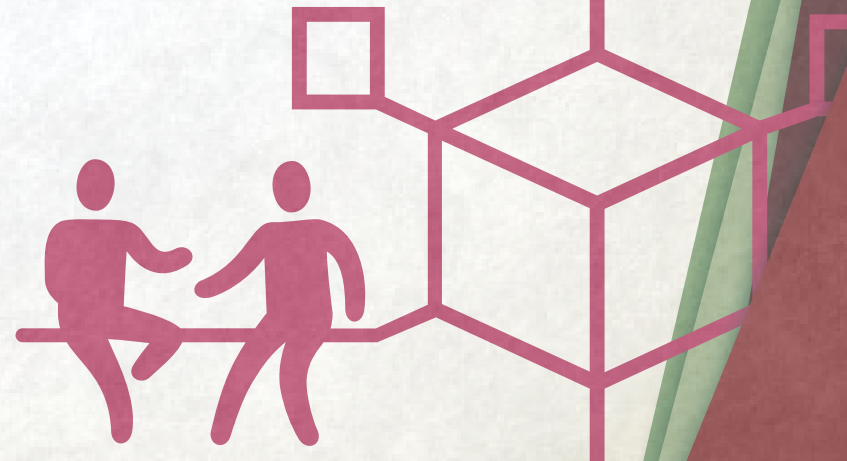
FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Verschiedene Tools zum eigenen Rollenverständnis und Reflexion der eigenen Wertehaltung



- 
- ▶ Wir selbst identifizieren uns mit – bzw. sehen uns – in verschiedenen Rollen
 - ▶ Einige Rollen werden uns von anderen zugeschrieben (woraus mitunter Erwartungshaltungen entstehen)
 - ▶ Wiederum gibt es Rollen, die wir gerne einnehmen möchten
 - ▶ Jede:r hat mitunter andere Assoziation zu Rollenbegriffen
 - ▶ Wie ich mich selbst verstehe, hängt eng mit den eigenen Werten zusammen und wie ich dementsprechend handle

- „Die Bedeutung der Werte“ – Der Online-Werte-Test von Ein guter Plan
www.einguterplan.de/werte-test
- Werte-Box von „Coaching Cards“ – kleine Karten zur eigenen Reflexion
<https://coaching.cards/produkt/werte-box>
- Jugend-Milieus
<https://www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-jugendmilieus>



EINE PÄDAGOGISCHE HALTUNG FINDEN

TINA HELWIG

ZENTRALE FRAGEN

WIE NEHMEN
WIR UNS WAHR?

IST UNSER AUFTRETEN
SINNVOLL?

WAS
WÄRE DIE
IDEALE
ZIELGRUPPE?

WIE
NEHMEN
WIR DIE
ZIELGRUPPE
WAHR?

WELCHE WERTE
PRÄGEN MEIN
HANDELN?

BEWUSSTSEIN
ÜBER EIGENE

TIPS:

WERTE-TEST

WERTE-
BOX

JONAS
WEIDEBRECHT

ROLLEN

METHODE
ROLLENDIAGRAMM

WELCHE
ROLLEN
HABEN WIR
IM BERUFS-
ALLTAG?

WELCHE SIND
SELBSTGEWÄHLT?

WELCHE SIND
ZUGESCHRIEBEN?

FREUNDIN?

REITERIN?

LEHRER?

MISSIONAR?

ZIELGRUPPEN

BILDUNG →
NORMATIVE
ORIENTIERUNG

SINUS
STUDIE

BILDET
LEBENS-
WELTEN
2B

ZIELGRUPPEN- ANALYSE

PERSÖNLICHKEITS-
MERKMALE
KENNTNISSE

BILDUNG

MOTIVATION

PARAMETER

TIP:
ZIELGRUPPEN
CHECKLISTE
NUTZEN!

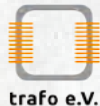
WERTE, ROLLEN UND ZIELGRUPPEN ERLANGEN



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

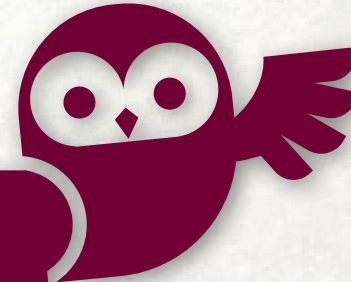


Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Ressourcenorientierte
Netzwerkarbeit in
ländlichen Regionen

Ein Projekt von



mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG



Leitfragen

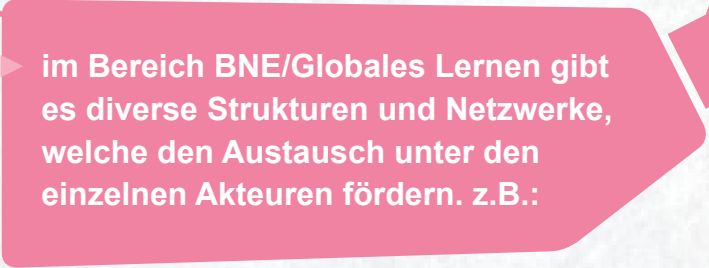
▶ Mit wem kann man sich als Verein, Gruppe, Initiative sinnvoll vernetzen?

▶ Wie gelingt es, mit den eigenen Angeboten „einen Fuß in die Tür“ zu bekommen?

Vor allem neuere, mitunter ehrenamtlich organisierte, Vereine, Gruppen und Initiativen möchten gern Tätigkeit mit Bildungsarbeit verknüpfen, um auf Schwerpunktthemen oder eigene Projekte aufmerksam zu machen.

Als „neuer Akteur“ oder mit einem Aktionsradius abseits der größeren Städte gibt es viele Herausforderungen, u.a. bei der Veranstaltungsakquise, Angebotskonzeption und Netzwerkstruktur.

RAHMENBEDINGUNGEN



im Bereich BNE/Globales Lernen gibt es diverse Strukturen und Netzwerke, welche den Austausch unter den einzelnen Akteuren fördern. z.B.:

- Entwicklungspolitische Bildungstage im Bundesland
- Entwicklungspolitische Landesnetzwerke (Übersicht agl)
<https://agl-einewelt.de/ueber-uns/eine-welt-landesnetzwerke>
- Bildung trifft Entwicklung/CHAT der Welten (Regionale Bildungsstellen)
- Eine Welt-Promotor:innen-Programm – Regional-Promotor:innen
- Programm „Weltoffen, Solidarisch, Dialogisch“

- Der Auftrag der Regionalpromotor:innen ist es zu vernetzen und zu beraten.
- Es hat Vorteile, sich nicht nur an einzelne Akteure, sondern an bereits bestehende Netzwerke zu wenden.
- Gemeinsam als Netzwerk kann man ein Sprachrohr sein und höheres Gewicht haben, z.B. wenn es um politische Statements und Einflussnahme geht (z.B. Positionspapier zur Nachhaltigkeitsstrategie SA).

LÖSUNGSVORSCHLÄGE



- Sich zunächst bewusst machen, was für Partner man sich überhaupt wünscht/braucht (z.B. Räumlichkeiten, Referent:innen, Erfahrungsaustausch, Transportmöglichkeiten, Catering, bestimmte Materialien, etc.?).
- Sich auch überlegen, was die eigene Organisation als Partner geben könnte.
- Außerhalb der eigenen BNE-Blase vernetzen, um vielleicht auch andere Personengruppen zu erreichen/in Austausch zu stehen.
→ „Über den Tellerrand schauen“
- entwicklungspolitische Bildungsarbeit und kulturelle Bildung miteinander verknüpfen
→ funktioniert im ländlichen Raum erfahrungsgemäß gut, da beide Facetten zusammengedacht werden

Für inhaltliche und organisatorische Vernetzung eignen sich

- Museen
- VHS
- Musik- und Kunstschulen
- Bibliotheken und Stadtbüchereien
- Kultur- und Jugendzentren, Gemeinde- und Bürgerhäuser
- Landfrauen-Verein
- Netzwerke wie Mehrgenerationenhäuser und Heimatvereine
- Landesnetzwerke für kulturelle Bildung
 - Sie alle sind engagierte Gestalter der lokalen Gemeinschaft: partnerschaftliche Kooperationen auf Augenhöhe eingehen.
 - Haben mitunter Orte und Infrastrukturen, an die angeknüpft und genutzt werden kann.
 - Erfahrungsgemäß sind kleinere Museen häufig sehr offen und interessiert, traditionelles/lokales/regionales mit globalen Themen zu verknüpfen!

WEITERE TIPPS

- **Arbeitsgemeinschaft für evangelische Erwachsenenbildung**

- gut vernetzt, man kann sich einladen lassen in Frauenkreise, Familienbildungsstätte, Landfrauen etc.
- Menschen in Kirchengruppen sind häufig in mehreren Gruppen aktiv, bietet das Potenzial über eine Person in Kontakt mit weiteren Personengruppen zu treten

- Jugendforen
- LEADER-Aktionsgruppen

Vernetzung – digital

auf Plattformen wie Plattform N, wechange und Collaboratorium

- ortsunabhängiges Arbeiten in Gruppen
- direkte Absprachen und breitgestreute und Informationsweitergabe
- Kennenlernen neuer Akteure über Forum
- Ideen entwickeln und sich auch außerhalb des eigenen Teams/Arbeitskontextes austauschen
- Bearbeitung und gemeinsame Ablage von Dokumenten und Tabellen
- Bewerbung eigener Veranstaltungen über Kalender-Funktion
- bietet Potential: Aber muss auch aktiv genutzt werden!

MÖGLICHE FALLSTRICKE



Level und Professionalität: mitunter wird in einigen Regionen (noch) keine entwicklungspolitische Basisarbeit geleistet

- Angebote niedrigschwellig konzipieren, um Angst vor Überforderung und Hemmschwellen bei den Teilnehmenden abzubauen
 - Eventuell auf wording achten/anderes wording nutzen! „Demokratiebildung“ und „Entwicklungspolitik“ wirken auf manche erstmal sehr abstrakt/abschreckend
 - Professionalität ist wichtig: helfende Eltern ersetzen keine Pädagog:innen oder Künstler:innen. Ggf. höhere Fahrkosten für Anreisen der Honorarkräfte einkalkulieren und darauf achten, dass diese Spaß daran haben, mit „Neulingen“ zu arbeiten.
- 



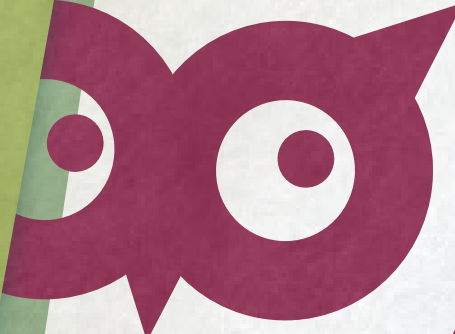
Insbesondere in ländlichen Regionen funktioniert vieles über Ehrenamt, es gibt nicht immer hauptamtliche Struktur!

- Bei Absprachen und Planung bedenken



Bedenke die Mobilität und Infrastruktur in ländlichen Gebieten (ggf. fehlende Busverbindungen oder berufstätige Eltern)

- Fahrt direkt zu den Teilnehmenden, mitunter sind vor-Ort-Konzepte/Workshops möglich.
- 



FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN



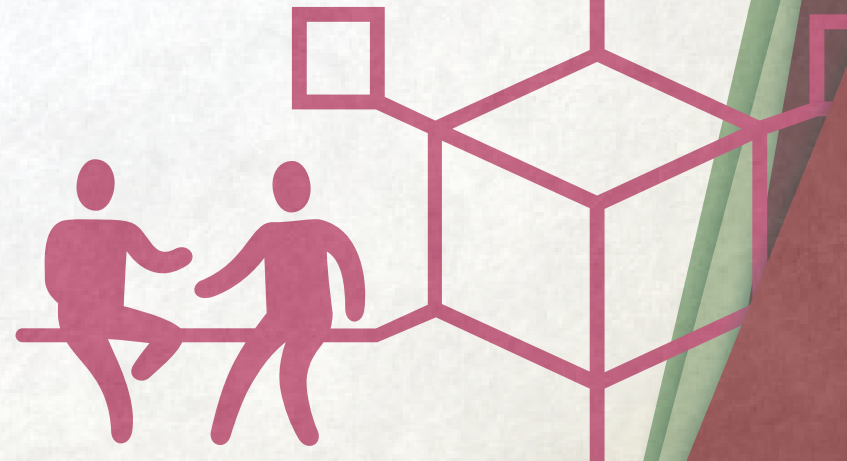
➤ Sich bewusst machen, was für Partner für die Realisierung der Projekte gebraucht werden.

➤ An bestehende Netzwerke wenden und nicht unbedingt immer nur an einzelne Akteure.

➤ Out-of-the-box-Denken

➤ Vernetzung kann auch digital stattfinden!

- 
- BNE Akteure
<https://www.unesco.de/bildung/bne-akteure>
<https://www.nhz-th.de/bne/bne-zertifizierung-in-thueringen/qualitaetssiegel>
 - Jugendforum youpaN
<https://youpan.de>
 - Servicestelle Jugendbeteiligung
<https://www.servicestelle-jugendbeteiligung.de>



MÖGLICHKEITEN
im AKTIONS-
RADIUS
KENNEN

RESSOURCENORIENTIERTE NETZWERKARBEIT IN LÄNDLICHEN REGIONEN

MARIA
FRÖNZ

BNE

HAT VIELE
MÖGLICHE
ANKNÜPFUNGS-
PUNKTE

KULTURELLE BILDUNGS-
AKTEURE

VHS

MUSEEN

KUNST &
MUSIK
SCHULEN

OFT
LOKAL
GUT
VER-
NETZT

AKTEURE
AUßERHALB
VON BNE

ANTI-Ra
GRUPPEN

ÖKOLOGISCHE
INITIATIVEN

POLITISCHE
BILDUNG



DEMOKRATIE-
BILDUNG

VORTEIL

GROSSE BNE SCHNITTMENGE



BNE
NETZWERKE



LANDES-
PORTALE
UND

NETZ-
WERKE



DIGITALE
ANGEBOTE

SOCIAL
MEDIA

COLLABORATORIUM



ZIELGRUPPEN



KOMMUNEN



JUGENDLICHE/
SCHÜLER*INNEN



MULTIPLIKATOR*INNEN



MDOs

MIGRANTISCH-
DIASPORISCHE
ORGANISATIONEN

HABE ICH DIE RICHTIGE ZIELGRUPPE
FÜR MEINE ARBEIT?

LANDEN AUF DEM LANDE — MOHIO — TRAFÖ e.V.

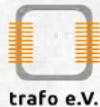
JONAS HEIDEBRECHT.COM



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

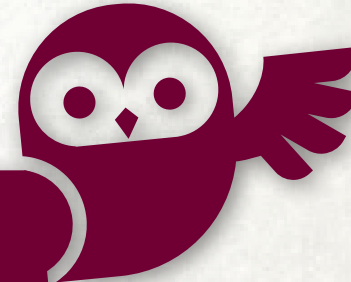


Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Social Media
sinnvoll nutzen

Ein Projekt von



mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

Die Nutzung sozialer Medien erscheint zunächst als mächtiges Werkzeug für Vereine und NGOs, um mit verhältnismäßig wenig Aufwand in Kontakt mit Mitgliedern und Zielgruppen zu bleiben, Veranstaltungen zu bewerben oder Inhalte zu verbreiten. 38 Millionen Menschen in Deutschland nutzen derzeit aktiv soziale Medien, Tendenz steigend. Das klingt zunächst nach einem hohen Potenzial.

Eine effektive Präsenz auf den Social Media Kanälen ist allerdings gerade für kleinere Vereine häufig eine schwierige Herausforderung. Wie viel Arbeit und welche Ressourcen stecken hinter einem „professionellen“ Social Media? Braucht es überhaupt die Nutzung von verschiedenen Kanälen und Plattformen, um die Ziele der Organisation umzusetzen?

Leitfragen

- ▶ Welche unterschiedlichen Social Media Strategien gibt es, um Menschen auf dem Land und/oder in der Stadt zu erreichen?
- ▶ Kann man auch mit wenig viel erreichen?



RAHMENBEDINGUNGEN



Warum es sich
lohlen kann,
Social Media
zu nutzen...

Reichweite

- vergleichsweise einfache Möglichkeit, viele Menschen (besonders bestimmte Zielgruppen) zu erreichen, zudem größer als über E-Mail-Verteiler
- bieten Chance des zufälligen Findens

Glaubwürdigkeit

- Einrichtungen ohne Social Media Präsenz wirken mitunter „unseriöser“.

Kommunikation

- Einfachster Weg, um mit Menschen in direkten Kontakt zu treten.

Inspiration

- Wenn es die richtigen Leute erreicht, lassen sich durch Kampagnen, Aktionen und Informationen zu einem bestimmten Thema Menschen motivieren.

Blase erweitern

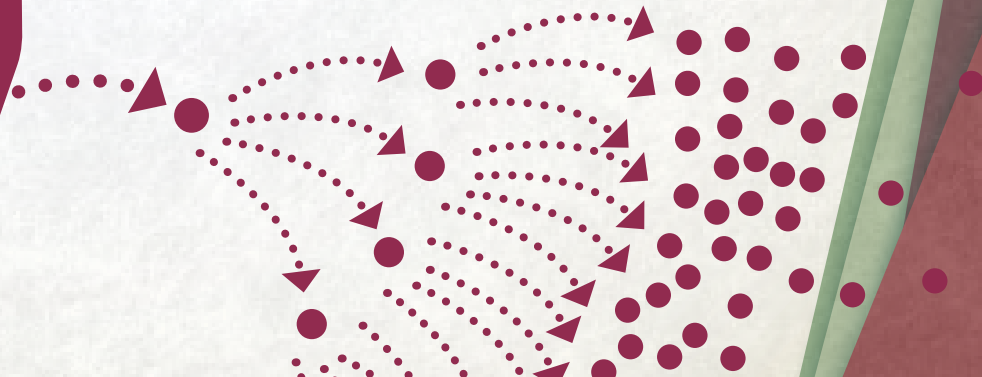
- Menschen und Institutionen erreichen, die man zuvor nicht auf dem Schirm hatte.

Netzwerken

- Sich mit ähnlichen Einrichtungen und potenziellen Förderern vernetzen. Gegenseitige Verlinkungen und gemeinsame Kampagnen können helfen, die Reichweite zu steigern.

Transparenz

- Gute Möglichkeit, um die eigene Arbeit zu präsentieren, wirkt mitunter „nahbarer“ sofern gewünscht.



LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Warum brauche ich ein Konzept?



Die zentrale Frage, die man sich als Organisation stellen sollte: Welchen Vorteil/Mehrwert erhoffe ich mir, wenn meine Einrichtung Social Media nutzt?

- Denn: Social Media ist zeitintensiv! Erfahrungen haben gezeigt, dass es effektiv nicht „so nebenbei“ funktioniert!
- Es empfiehlt sich ein Konzept zu erarbeiten!



Zeitfaktor

- Ressourcen werden effizienter genutzt
- Betreuung der Kanäle wird Teil der Arbeitszeit und keine Nebenbeschäftigung
- Aufgaben werden sinnvoll aufgeteilt, Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten schaffen (z.B. Person, die immer Fotos macht)
- es spart Ressourcen

Ziel

- Ein definiertes Ziel lässt sich überprüfen und man kann darauf hinarbeiten: Monitoring und Evaluation ist möglich anhand vorab definierter Kriterien.
- Keine Verschwendung von Ressourcen durch wahllose Produktion.
- kein Frust, weil Inhalte umsonst produziert wurden
- höhere Zielgruppenorientierung

Qualität

- zielführender arbeiten
- hochwertigere Inhalte
- Algorithmen mögen Struktur und Regelmäßigkeit, was die Reichweite erhöht.

LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Höhere Qualität und Ressourcensparen

- durch Konzept, bewusstes Produzieren und dadurch evtl. „Vorarbeiten“ und „Abarbeiten“ möglich

ein konkretes Social Media Konzept

- lässt sich hinsichtlich der Effektivität besser evaluieren (insbesondere der Zeit-Nutzen-Aufwand)

Tipp

- „Konkurrenz“ beobachten!
- sich von erfolgreichen Angeboten ähnlicher Einrichtungen inspirieren lassen

Vorgehensweise bei der Konzepterarbeitung



1. Ressourcen/Kapazitäten prüfen
Wie viel Zeit pro Woche steht dafür zur Verfügung?
→ „Faustregel“
 - „Nur nebenbei“? → max. ein Kanal, ein bis zwei Inhalte pro Woche
 - Halbe Stelle? → ein bis zwei Kanäle, drei bis vier Inhalte pro Woche
2. Zielgruppe/n definieren
Potenzielle Financiers, Mitglieder meines Vereins, breite Öffentlichkeit, potenzielle Teilnehmende etc.?
→ Inhalte auf Zielgruppe zuschneiden
3. Ziel definieren: Was möchte ich erreichen?
Aufmerksamkeit/Reichweite/Bekanntheit, über Thema informieren, Veranstaltungen bewerben, Interessent:innen updaten, Einblick in Arbeit geben, zusätzliche Kontaktmöglichkeit etc.
4. Kanal/Kanäle wählen
(Wir nutzen ... weil da ... sind. Dadurch können wir ... tun.)
5. Das Konzept darauf anpassen

WEITERE TIPPS

Stadt vs. Kleinstadt vs. Land

Stadt

„Alles ist möglich.“

- Es gibt in Städten häufig Chats auf verschiedenen Plattformen (Facebook, telegram, Signal etc.), die genutzt werden können, um Informationen/Veranstaltungen zu teilen.

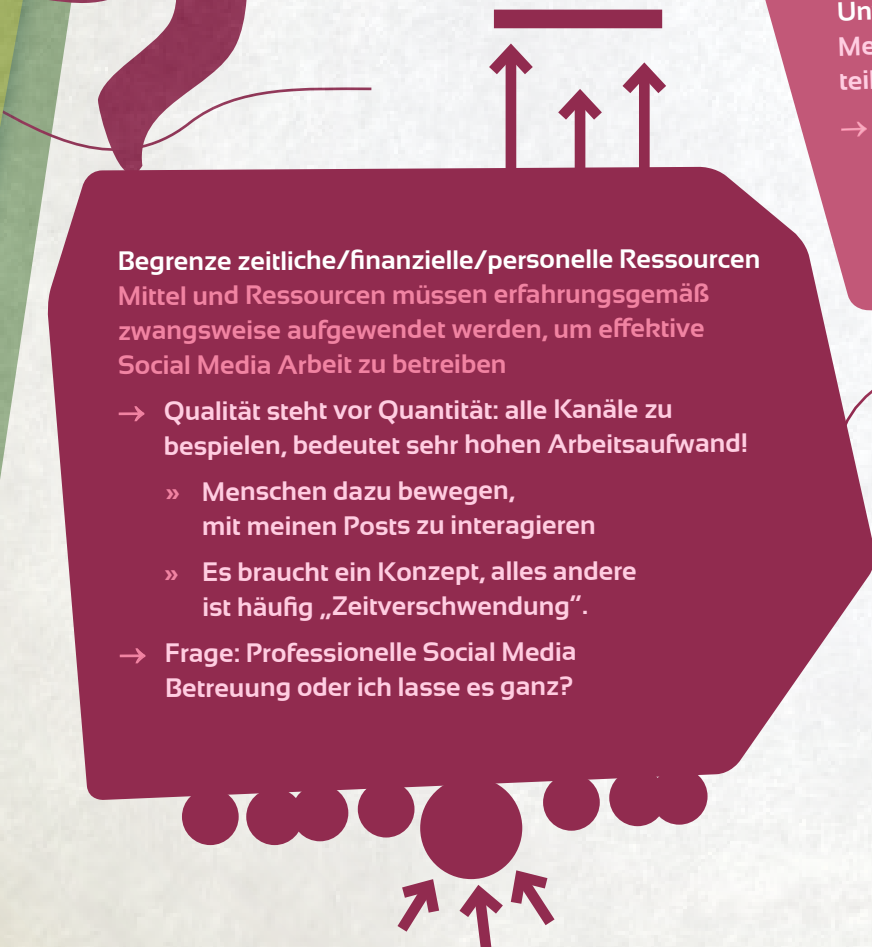
Land

- private Netzwerke pflegen, am besten über Messenger

Dörfer und Kleinstädte

- haben Facebook Orts-Gruppen, in der Viele aus dem Dorf aktiv sind
- Menschen informieren sich über Soziale Kanäle, z.B. wenn Straßen gesperrt sind, jemand Dinge verloren hat, Informationen/Veranstaltungen geteilt werden.
 - » Zum Teil auch „WhatsApp-Dorfgruppen“, wo sämtliche Menschen aus dem Ort drin sind
 - » Potenzial als Organisation möglicherweise an diese WhatsApp-Gruppen anknüpfen (Bereits existierende Kanäle nutzen!)

MÖGLICHE FALLSTRICKE



Begrenze zeitliche/finanzielle/personelle Ressourcen
Mittel und Ressourcen müssen erfahrungsgemäß zwangsweise aufgewendet werden, um effektive Social Media Arbeit zu betreiben

- Qualität steht vor Quantität: alle Kanäle zu bespielen, bedeutet sehr hohen Arbeitsaufwand!
 - » Menschen dazu bewegen, mit meinen Posts zu interagieren
 - » Es braucht ein Konzept, alles andere ist häufig „Zeitverschwendung“.
- Frage: Professionelle Social Media Betreuung oder ich lasse es ganz?

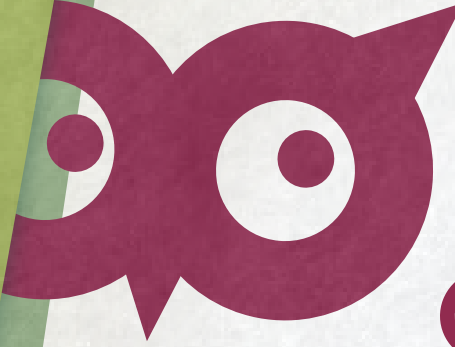
Unverbindlichkeit von Social Media

Menschen „denken“, sie hätten an Veranstaltungen teilgenommen, wenn sie auf *Zusagen* geklickt haben

- Arbeit hört nicht auf, sobald ich Zusagen habe bei Facebook. Es braucht eine Strategie, dass diese Menschen dann auch wirklich motiviert sind zu kommen.
- » Tipp: Einen Tag vorher per **Privat-Nachricht** Erinnerung schicken.

Copyright und Lizenzgebühren bei Posts beachten

- Zitieren und Quellenangaben sind wichtig. Dann dürfen Ausschnitte aus z.B. ZDF-Beiträgen verwendet werden.



FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND LINKS



➤ Potenzial ist vorhanden, da ein Großteil der Menschen in Deutschland Social Media nutzt

➔ Aber: Social Media ist zeitintensiv und funktioniert effektiv nicht „so nebenbei“

➤ Definiert eure Ziele, Vorteile, Mehrwert für Social Media Nutzung

➤ Lernt eure Zielgruppe kennen

➤ Beachtet zeitliche und personellen Kapazitäten

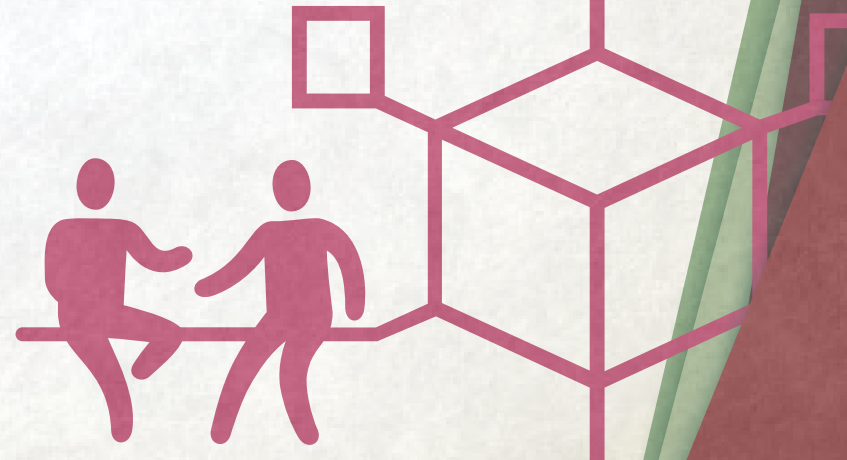
➤ Nicht auf allen Hochzeiten gleichzeitig tanzen

➤ Qualität vor Quantität

➤ Erarbeitet ein Konzept

➤ Messt und evaluiert eure Erfolge und passt gegebenenfalls euer Konzept an

- <https://blog.hootsuite.com/de/social-media-statistiken-2019-in-deutschland>
- <https://www.futurebiz.de/social-media-nutzerzahlen>
- Beispiele für „erfolgreiche Social Media Konzepte“:
BvG (Selbstkritik, Selbstironie)
<https://www.bvg.de/de/weilwirdichlieben>



SOCIAL MEDIA

SINNVOOLL NUTZEN

IN
DEUTSCHLAND
NUTZEN

98%

DAS
INTERNET



3/4 NUTZEN
YOUTUBE

INSTAGRAM WÄCHST
RÄSANT!

AUF DEM
LAND:

JONAS
HEIDBRECHT

SOZIALE MEDIEN
FORDERN
INTERAKTION!

MAILS
WERDEN
OFT NICHT
GELESEN!

AUCH LOKALE
GRUPPEN UND
DÖRFER ORGANISIEREN
SICH ÜBER MESSENGER-APPS

ANDERER
NUTZEN:
SHARING IS
CARING
GRUPPEN

ZUSTÄNDIGKEIT
SCHAFEN

ZIELE UND
NUTZEN
KENNEN

QUALITÄT
VOR
QUANTITÄT

SOCIAL MEDIA
MIT
KONZEPT

1 RESSOURCEN
CHECKEN

2 ZIELGRUPPE
DEFINIEREN

3 ZIEL DEFINIEREN

4 WELCHE KANÄLE?

5

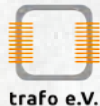
KONZEPT



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

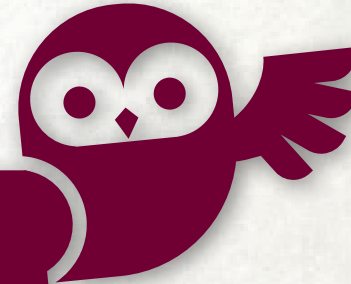


Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>

landen
auf dem
Lande



WISSEN KOMPAKT

Teams
im Wandel

Ein Projekt von



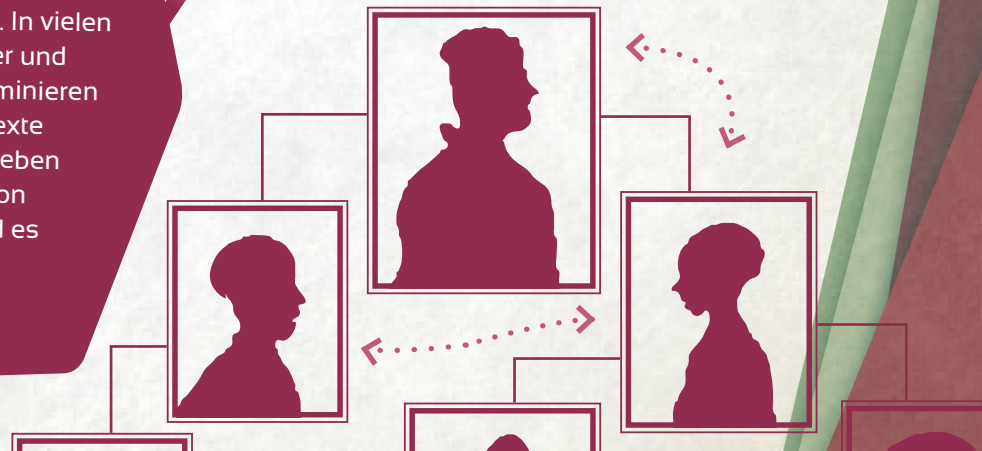
mohio

ALLGEMEINE HERAUSFORDERUNG

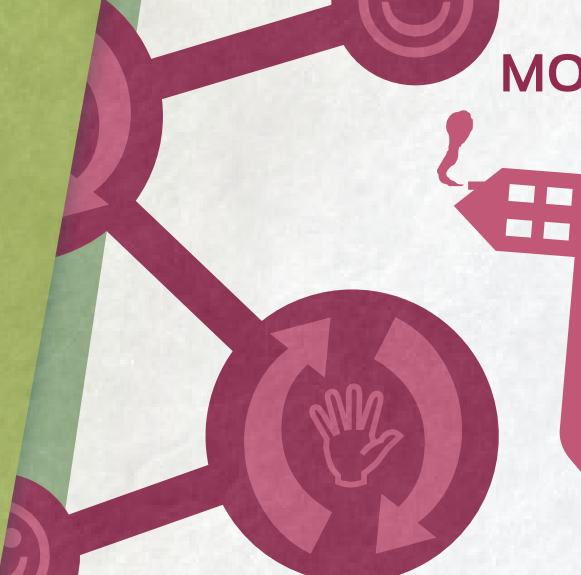


Veränderung ist oft eine Herausforderung. Für viele Teams im urbanen Raum sind sie eine Bestandteil ihrer täglichen Arbeit, was nicht heißt, dass sie diese immer einfach meistern. In vielen ländlichen Regionen sind Veränderungen oft langsamer und nicht ganz so an der Tagesordnung. Starke Figuren dominieren in den ländlichen Gegenden häufig verschiedene Kontexte (sind z.B. Pfarrerin und Vorsitzende eines Vereins). Daneben sind gewissen Strukturen und Kanäle in den Händen von bestimmten Personengruppen. Jede:r kennt jede:n und es gibt kein einfaches Aussteigen aus Kontexten des Zusammenlebens → Daher gestaltet es sich mitunter schwieriger für einzelne Personen.

Neue Einflüsse und Diversität sowie Dynamik haben auf urbane Lebensräume einen viel größeren Einfluss, dennoch sind sie auch in ländlichen Gebieten wirksam. Teams im ländlichen Raum erleben auch vielfältige Veränderungen: Menschen mit Migrationserfahrungen kommen hinzu, „alte Hasen“ tun sich mitunter schwer mit Veränderung und junge Menschen (Praktikant:innen oder Freiwillige etc.) sind nur kurz Teil des Teams. Viele Organisationen leben dort im Spannungsfeld von alten, bewährten oder auch eingefahrenen Strukturen und neuen Ansätzen in der Organisationskultur, die nicht einfach zu vermitteln sind und Organisationen vor neue Herausforderungen stellen.



MODELL IN DER PRAXIS – HAUS DER VERÄNDERUNG



Das „HAUS DER VERÄNDERUNG“ ist ein Modell neben anderen. Es begreift „Veränderung“ in verschiedene Phasen. Im „Haus der Veränderung“ gibt es vier Zimmer. Jedes Zimmer beschreibt einen Zustand einer Person, je nachdem, in welcher Phase sie sich befindet. Alle Personen einer Organisation oder eines Teams werden in einem Veränderungsprozess immer alle Zimmer durchlaufen. In den verschiedenen Zimmern fühlen sich Menschen unterschiedlich und haben auch unterschiedliche Bedarfe, was v.a. für Menschen mit Führungsverantwortung interessant ist.

Rahmenbedingungen

Um Veränderung weniger als Bedrohung, sondern als Teil von Organisationen und Teams zu sehen, kann es helfen, Veränderungsprozesse modellhaft zu veranschaulichen, so zum Beispiel im Haus der Veränderung.

Akute Herausforderungen und praxisnahe Konflikte im Change-Prozess können daneben in Form einer „kollegialen Beratung“ bearbeitet werden.

Das Modell kann Teams unterstützen,

- Verständnis für „Wandelprozesse“ und damit einhergehende Konflikte zu entwickeln: jede:r Mitarbeiter:in wird diese Phasen durchlaufen → die mit den Zimmern einhergehenden emotionalen Befindlichkeiten sind „normal“ und lassen sich nicht einfach „wegreden“, sie sind schlicht Teil des Prozesses.
- Veränderung weniger als Bedrohung wahrzunehmen.
- dass Organisationen und Teams lernen, sich aus der „Komfortzone“ herauszubewegen.
- dass Veränderung ein immer wiederkehrender Prozess ist.
- nicht die Veränderung an sich als „Problem“ zu verklären, sondern den fehlenden positiven Umgang mit den menschlich „normalen“ Widerständen zu erkennen.
- die Organisation als Ganzes und auch die einzelnen Teammitglieder zu verstehen und welche Bedürfnisse sie gerade haben.
- Veränderung als etwas zu erkennen, was sie bewältigen, reflektieren und bearbeiten können.

MODELL IN DER PRAXIS – HAUS DER VERÄNDERUNG

Voraussetzung

Führungspersonen/Leitung muss sich intensiver mit Veränderung als Prozess auseinandersetzen. Sie brauchen „Vorlauf“ vor der Gruppe, da das Modell nicht gut gemeinsam erarbeitet werden kann.

[Voraussetzung]

Wertschätzung im Umgang der einzelnen Gruppenmitglieder untereinander ermöglicht Kommunikation über den Veränderungsprozess.

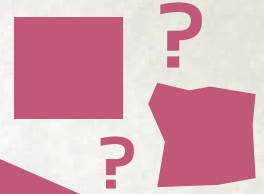
Wichtig

Validierung/Anerkennen des Widerstandes ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass sich Menschen auf Veränderungen einlassen können! → erhöht die Bereitschaft weiterzugehen

- Jeder „Raum“ hat seine Daseinsberechtigung für seine Zeit und sollte sich gegenseitig zugestanden werden.



MÖGLICHE FALLSTRICKE LIMITS DER METHODE IN DER PRAXIS



Neues nicht gegen Altes ausspielen und dadurch automatisch aufwerten/abwerten.

- Veränderung heißt nicht automatisch „besser“, sondern erst einmal anders, eventuell der Situation angemessener.

Anderen Teammitgliedern ihre Rolle nicht zuordnen und sie nicht darauf festlegen.

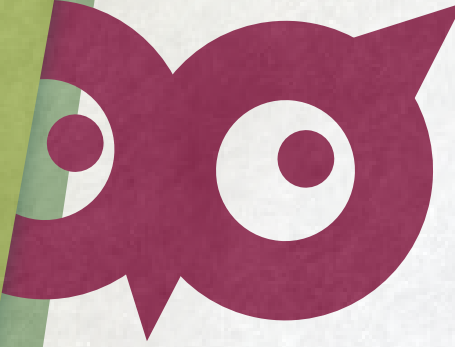
- muss aus den Personen selbst kommen
- Betonen, dass die Verortung in einem Zimmer nur eine Orientierung ist und sich ändern kann!

Beachten:

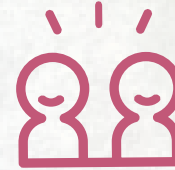
Viel Energie geht verloren bei der „Sanktionierung“ von Menschen, die sich verweigern und dem Versuch, die Menschen wieder zurück ins System zu holen. Es ist auch in Ordnung, wenn die zumeist wenigen Menschen den Weg nicht mitgehen möchten! Mögliche Lösung ist eine Exit-Strategie zu entwickeln, in der sie einen anderen Weg für sich wählen.

Oft wird viel Energie darauf verwandt, sich vor allem um die zu kümmern, die „hinten dranhängen“, dabei brauchen insbesondere diejenigen, die viel an neuen Strukturen gebaut haben, Pausen und Anerkennung für ihre Arbeit!!





FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND LINKS



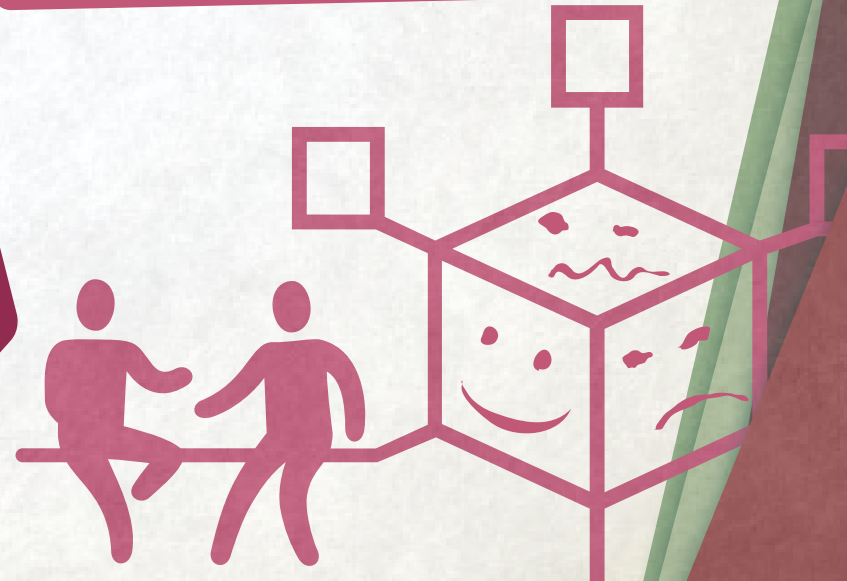
➤ Veränderungsprozesse sind Teil von Menschen, Organisationen und Teams.

➤ Jedes Modell ist immer nur ein Modell: gibt Rahmen, um Standardanalyse machen zu können, sowie Kommunikation anzustoßen, Konflikte aufzudecken und Potenziale zu entdecken. Kein Modell ist perfekt oder zeigt die absolute Wahrheit.

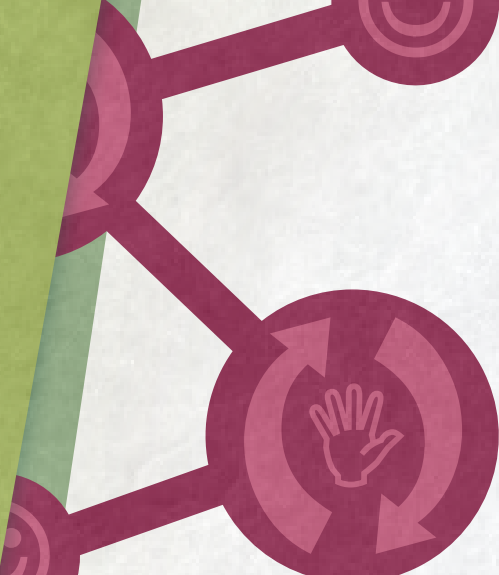
➤ Menschen nicht mit zu vielen Veränderungen „überfordern“! Überforderung und zu wenige Teammitglieder, die Veränderungen „bearbeiten“, bringen eine Organisation schnell an ihre Grenzen.

➤ „Haus der Veränderung“ ist universell: Veränderung ist Veränderung!
– egal wo sie stattfindet

- <https://www.teamelephant.de/2020/02/27/house-of-change-change-phasen-mal-anders-tipps-fuer-gelingende-change-kommunikation>
- <https://www.geemco.de/artikel/kvp-eine-frage-der-veraenderung>



MODELL IN DER PRAXIS – KOLLEGIALE BERATUNG



Eine „KOLLEGIALE BERATUNG“ ist ein Beratungsgespräch, in dem Kollegen sich nach einer vorgegebenen Gesprächsstruktur wechselseitig zu beruflichen Fragen und Schlüsselthemen beraten und gemeinsam Lösungen entwickeln.

Menschen widmen sich in fest definierten Rahmen von ca. einer Stunde dem Anliegen eines/r „Fallgebenden“:

- Mögliche Fälle sind konkrete, aktuelle Praxissituationen aus dem Berufsalltag, die außerhalb der Gruppe angesiedelt sind und den/die Fallgebenden beschäftigen.
- Fokus liegt auf gezielten und systematischen Austausch.

Kollegiale Fallberatung zeichnet sich aus durch

- niedrigschwellige, einfache Struktur und ist auch für Ungeübte leicht abzuarbeiten
- Durchführbarkeit auch ohne explizites Fachwissen, braucht lediglich Raum und gemeinsames commitment
- niedriger Material- und Ressourcenaufwand (Zeit, Ruhe, Stifte, Papier, Motivation).

Voraussetzungen für die Durchführung einer ertragreichen Fallberatung sind

- Vertrauen (niemand darf Schaden nehmen!), Offenheit, Wertschätzung, Akzeptanz und Geheimhaltung
→ dies sollte vorab unbedingt miteinander vereinbart werden
- Geschützter Raum für die Beratung nötig: darf nicht „gestört werden“
 - » Auch digital möglich! Fallgeber:in kann durch Video ausmachen für den Moment aus dem Gruppenkontext herausgenommen werden und nur zuhören.
 - » Gute Moderation ist allerdings im digitalen Raum noch wichtiger!



MODELL IN DER PRAXIS – KOLLEGIALE BERATUNG

Tipp

Fallgebende Person während der Diskussion von Lösungen aus dem Kreis „rausnehmen“ (z.B. indem sie sich umdreht, sich hinter eine Pinnwand setzt etc.).

Was spricht für Kollegiale Beratung ...

...als Tool zur Bearbeitung von Konflikten, Spannungen oder anderen Herausforderungen von Veränderungsprozessen?

- Kollegiale Beratung ist häufig sehr gewinnbringend für die fallgebende Person, denn sie erhält ein großes Sammelsurium an „Lösungsvorschlägen“!
- Nebeneffekt: schafft emotionale Verbindung zueinander, der oftmals weiterträgt als man dem Prozess in dem Moment zutrauen würde
- kann unerwartete Ergebnisse bringen
- stärkt Kollegialität untereinander

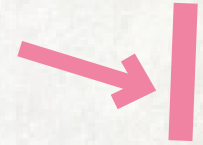


FALLSTRICKE UND HERAUSFORDERUNGEN



Die Fragestellung sollte sehr konkret und praxisnah sein!
→ relativ früh Frage konkretisieren.

- Methode ist nicht geeignet für sehr theoretische Zusammenhänge.



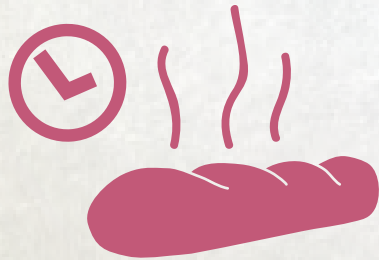
Rollenkonflikte von Personen sowie Hierarchieunterschiede, die Denk- und Redefreiheit einschränken.

- Es sollte vorab geklärt sein, dass an der kollegialen Fallbesprechung teilnehmende Personen nicht in Konflikt zueinanderstehen.

Wenn die Bearbeitung einer Frage über den Rahmen einer Peer-Beratung hinausgeht, z.B. bei sexuellen Übergriffen, sind Grenzen erreicht.

Häufig ist man geneigt, möglichst schnell vorzugehen oder zu lange zu diskutieren.

- Es ist empfehlenswert, sich genau an die vorgegebenen Zeiten zu halten!
 - » Moderator:in bestimmen
 - » Zeitwächter:in ist wichtig: Es braucht Personen, die auf die Zeit achten!
 - » Nicht zu schnell in konkreten Lösungen denken und sich Zeit lassen, Ideen zu spinnen.
 - » Ruhig die ganze Zeit nutzen, auch wenn es manchmal scheint, als würden keine neuen Ideen mehr kommen!



FAZIT, WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN UND LINKS



Gute Beschreibung des Prozesses der Kollegialen Beratung
<http://www.kollegiale-beratung.de/Ebene2/6phasen.html>

Kollegiale Beratung kann überall
stattfinden, ist unkompliziert und
bringt schnell Ergebnisse.

taraaa

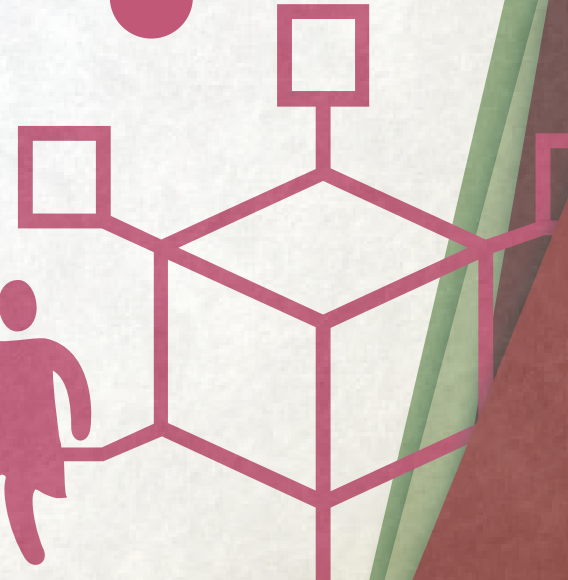
tröööt

trarira

tataaa

tatütata

taaa





TEAMS UND ORGANISATIONEN

SABINE
AYENI

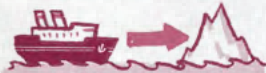
HAUS DER VERÄNDERUNG

IM WANDEL

VERÄNDERUNG
GEHT DURCH
STUFEN:



INFORMATIONEN
GEBEN



"WAS PASSIERT,
WENN WIR
NICHTS TUN?"



DIALOG ANREGEN



VERSTÄNDNIS
& MITGEFÜHL



FREUDE ROUTINE
SELBST-
VERTRauen
KOMFORT &
ZUFRIEDENHEIT



NEUGERDE AUFBRUCH
ERNEUERUNG &
UMSETZUNG



SCHOCK TROTZ WIDER-
STAND
ZORN
VERNEINUNG &
VERLEUGNUNG



ANGST VERWIRRUNG
CHAOS
GALERIE
VERWIRRUNG &
CHAOS



KELLER DER
ABLEHNUNG



ANERKENNUNG
GEBEN

ABER

"PIONIERE"
"NICHT ALLEINE
LASSEN



PERSPEKTIVEN
AUFZEIGEN

ZIEL & SINN
VERMITTELN

UNTERSTÜTZUNG
ANBIETEN

KOLLEGIALE BERATUNG

1.
THEMENGEBER:IN
BESCHREIBT
FRAGESTELLUNG

2.
NUR INHÄLTICHE
RÜCKFRAGEN

3.
WERTSCHÄTZENDE
IDEENSAMMLUNG

4.
THEMENGEBER:IN
HÖRT ZU

UND STELLT
KEINE FRAGEN!

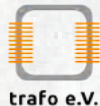
5.
THEMENGEBER:IN
WÄHLT AUS



mohio

Robert-Franz-Ring 13
06108 Halle (Saale)

0345 - 61 41 59 93
kontakt@mohio.org
www.mohio.org



Trafo e.V.

c/o Kümritz
Kochstraße 57
04275 Leipzig
info@trafo-leipzig.de
www.trafo-leipzig.de

„Landen auf dem Lande“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Vereine mohio (Halle) und trafo (Leipzig). Beide Organisationen führen in der Region Mitteldeutschland seit Jahren Workshops an Schulen und Berufsschulen mit Schwerpunkt BNE, Umwelt- und Demokratiebildung durch.

Diese Projekt wird gefördert durch



Entwicklungspolitisches
Netzwerk Sachsen e.V.



mit Mitteln des

BMZ



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein mohio e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global GmbH oder dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Weitere Informationen unter

<https://trafo-leipzig.de/projekte/landen-auf-dem-lande>
<https://mohio.org/landen-auf-dem-lande>