



Social Entrepreneurship 4 Arts

PR1 - Protokoll für den Erwerb von Fähigkeiten und
Kompetenzen im Bereich Unternehmertum

Zusammenfassung des Unified Mixed Research Report

ICTIDCenter



© 2022-2023. This work is licensed under a [CC BY-NC-SA 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden



Einführung

Das Hauptziel des SE4Arts-Projekts besteht darin, die Fähigkeiten junger Künstler zur Gründung kreativer sozialer Unternehmen zu fördern, um sie in die Lage zu versetzen, ihre Ideen auf einem wettbewerbsorientierten Markt zu entwickeln und soziales Unternehmertum im Bereich Kunst und Kultur als alternative Option einzuführen. Das Projekt will dies durch die Entwicklung eines (gezielten) maßgeschneiderten Trainingskurses für junge Künstler (18-35) und Studenten der Sekundar- und Hochschulbildung in kreativen Fächern wie Kunst und Geisteswissenschaften erreichen.

Diese Zusammenfassung des vergleichenden Berichts ist eines der Endergebnisse von Projektergebnis 1, dem "Protokoll für den Erwerb von Fähigkeiten und Kompetenzen im Bereich Unternehmertum". Er gibt einen kurzen Überblick über die Situation in den verschiedenen Ländern und über die Bedürfnisse und Hindernisse für junge Künstler.

Das Hauptziel war es, evidenzbasierte Praktiken zu sammeln und folglich den Inhalt des Kurses für soziales Unternehmertum zu entwickeln. Die durchgeführten Untersuchungen sahen die folgenden Hauptschritte vor:

1. Analysen des jeweiligen **nationalen Kontextes der sozialen und wirtschaftlichen Ausgrenzung junger Künstler**, die sich mit der Frage befassen, wie das soziale, politische, wirtschaftliche und kulturelle Umfeld die Gründung von Sozialunternehmen durch junge Künstler erschwert
2. Nationale Sekundärforschung zu den **aktuellen Konzepten und Methoden** der Ausbildung für soziales Unternehmertum
3. Sammlung von mindestens **3 bewährten Verfahren** für erfolgreiche Schulungen/Programme für soziales Unternehmertum pro Partner.
4. Durchführung von **Fokusgruppen** (nationale Feldforschung) mit 10 jungen professionellen Künstlern/Studenten in jedem Partnerland zur Anreicherung der Daten und Ergänzung der Sekundärforschung in Bezug auf Hindernisse und Bedürfnisse junger Künstler (bei der Gründung eines sozialen Unternehmens)
5. Die Forschungsergebnisse zu den **Ausbildungsanforderungen von Mentoren** in der Ausbildung zu sozialem Unternehmertum werden untersucht und kartiert, um eine vergleichende Bedarfsanalyse der Lernbedürfnisse der zukünftigen Auszubildenden zu ermöglichen, die für die Gestaltung des Mentorenprogramms genutzt wird.

Jeder Partner verfasste einen nationalen Bericht auf der Grundlage der einheitlichen Vorlage für die gemischte Forschungsberichterstattung und bereitete die nachstehend zusammengefassten bewährten Verfahren auf der Grundlage einer einheitlichen Vorlage vor. Für detailliertere Informationen zu jedem einzelnen Projektpartnerland sollten die nationalen Berichte konsultiert werden.

Ein kurzer theoretischer Rahmen über die Ausbildung im Bereich des kreativen sozialen Unternehmertums wurde als Überblick über die wichtigsten Herausforderungen gegeben, die im Rahmen des Projekts angegangen wurden; gefolgt von den Ergebnissen der Länderuntersuchungen, einschließlich der PESCUlt-Analyse, die die Situation des sozialen Unternehmertums für junge Künstler in jedem Land beschreibt, sowie einem Überblick über die bestehenden Ausbildungsmethoden in diesem Bereich. Die Ergebnisse der vergleichenden Feldforschung gaben einen hilfreichen Einblick in die Herausforderungen und Bedürfnisse junger europäischer Künstler und ihre Erwartungen an potenzielle Mentoren für soziales Unternehmertum in der Kunst.



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden



Dieser zusammenfassende Bericht wird in die bulgarische, deutsche, italienische, griechische und englische Sprache übersetzt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.



**Co-funded by
the European Union**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden

Desk Research

Die Forscher der einzelnen Partnerorganisationen untersuchten die einschlägige Literatur und Ressourcen in ihren Ländern und orientierten sich dabei an den in der Methodik beschriebenen Konzepten, Fragen und Indikatoren.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung bildeten in Verbindung mit den Erkenntnissen der Feldforschung die Grundlage für die anderen Projektergebnisse.

Der erste Teil der Analyse befasst sich mit der politischen, wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen, rechtlichen und technologischen Situation im Bereich des sozialen Unternehmertums für Kunst in jedem Land. Darüber hinaus werden bestehende und derzeit genutzte Vermittlungsansätze, Methoden und Ausbildungsthemen in diesem Bereich vorgestellt, um zu verstehen, was gut funktioniert und worauf das Projekt aufbauen kann.

Schließlich wurde eine Sammlung bewährter Praktiken verschiedener Schulungsansätze für soziales Unternehmertum in der Kunst erstellt, die in einem weiteren Schritt über die Website des Projekts mit den Interessengruppen geteilt werden soll.

o Analyse des jeweiligen nationalen Kontextes der sozialen und wirtschaftlichen Ausgrenzung junger Künstler

Die PEST-Analyse (Political, Economic, Social and Technological) wurde erstmals unter dem Namen ETPS von Harvard-Professor Francis J. Aguilar in der 1967 erschienenen Veröffentlichung "Scanning the Business Environment" vorgestellt. Eine vor allem in Großbritannien und Irland verbreitete Variante der PEST-Analyse ist der strategische Planungsansatz PESTLE, der die zusätzlichen Aspekte Recht und Umwelt einbezieht. Für die Zwecke dieses Projekts führt die Partnerschaft ein neues Akronym ein: **PESCULT** context analysis of the business context of social entrepreneurship for arts, was für: Political, Economic, Social, **C**ultural, Legal, Technological.

PESCU LT Aspekt e	Ergebnisse
Politisc h	<p>Die Untersuchung ergab, dass das politische Klima für die Entwicklung sozialer Unternehmen in den Partnerländern von schlecht (Bulgarien, Griechenland) über mäßig gut (Zypern, Italien) bis sehr gut (Deutschland und Irland) reicht.</p> <p>In einigen Partnerländern gab es eine Reihe von lokalen/regionalen/nationalen öffentlichen Einrichtungen, die junge Künstler und soziales Unternehmertum unterstützen, z. B. öffentliche Einrichtungen, die Schulungen für Künstler/Jugendliche anbieten, die sich im Bereich des sozialen Unternehmertums engagieren wollen, während es in anderen Ländern keine derartige Unterstützung gab, was die Gründung und Aufrechterhaltung eines kunstbasierten sozialen Unternehmens immer noch zu einem schwierigen Unterfangen macht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obwohl die Gesetzgebung in der Europäischen Union (EU) allgemein vereinheitlicht



wurde, gibt es immer noch Unterschiede in der lokalen/regionalen/nationalen **Politik** der verschiedenen Partnerländer zur Förderung der Ausbildung und des Unterrichts in sozialem Unternehmertum. Einige bieten einen günstigeren rechtlichen Rahmen, während andere immer noch auf der Ebene vager und unklarer rechtlicher Definitionen verharren und es an einem durchdachten Ansatz bei den gesetzlichen Maßnahmen für soziales Unternehmertum auf lokaler und nationaler Ebene mangelt.

- In einigen Partnerländern gibt es noch immer keine klaren Strategien, daher haben sich die Partner bemüht, die Lücken zu ermitteln und Lösungen anzubieten.



<p>Wirtschaft</p>	<p>Die Untersuchung konzentrierte sich auf die Unternehmensinfrastruktur, das unternehmerische Klima, die Gründungsrate von Sozialunternehmen, staatliche und nichtstaatliche Mittel, zwischenstaatliche Mittel und Wirtschaftsförderungsprogramme in jedem Partnerland.</p> <p>Die Ergebnisse zeigen, dass Sozialunternehmen in jedem Projektland quer durch die Gesellschaft und die Wirtschaft tätig sind und sich mit sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen auseinandersetzen.</p> <p>In den meisten Ländern interagieren viele Sozialunternehmen mit einem breiten Spektrum staatlicher Förderprogramme in Bereichen wie Arbeitsmarktpolitik, ländliche und kommunale Entwicklung, Kinderbetreuung, Gesundheit, soziale Eingliederung und Umweltpolitik. Die ersten beiden Jahre der Covid-19-Pandemie waren für die meisten Unternehmen in allen Partnerländern wirtschaftlich schwierig, aber vor allem soziale Unternehmen und die Kultur- und Kreativwirtschaft waren stark betroffen.</p> <p>Es wurde darauf hingewiesen, dass Sozialunternehmen ebenso wie konventionelle Start-ups Kapital für umfangreiche Investitionen benötigen, um ihre soziale Wirkung zu erzielen. Zu diesem Zweck nutzen sie häufig hybride und heterogene Finanzierungsoptionen. Ein großes Hindernis ist, dass es in Griechenland und Bulgarien keinen Markt für soziale Investitionen gibt. Es gibt keine spezialisierten Finanzintermediäre oder Instrumente, die auf die besonderen Bedürfnisse von Sozialunternehmen zugeschnitten sind.</p>
<p>Soziales</p>	<p>Generell hat die Untersuchung ergeben, dass es in allen Projektpartnerländern keinen ernsthaften Investitionsmarkt für Sozialunternehmen gibt. In einigen von ihnen fehlt diese Struktur völlig. Viele Unternehmen sind dort stark auf Spenden angewiesen. In anderen Ländern ist die Situation etwas besser, aber im Allgemeinen sind alle Förderprogramme relativ neu.</p> <p>Soziales Kapital, soziale Partnerschaften und Netzwerke. Lokale/regionale/nationale Unterstützungsstellen, z. B. zivilgesellschaftliche Organisationen, die junge Künstler unterstützen bzw. Möglichkeiten für sie schaffen. Eine kleine Anzahl von Vereinigungen und Stiftungen in Griechenland, Zypern und Bulgarien haben in letzter Zeit wirtschaftliche Aktivitäten entwickelt, um Einkommen zu erzielen, die ihre Nachhaltigkeit unterstützen. Obwohl sie sich selbst nicht als Sozialunternehmen bezeichnen können, konzentrieren sich diese Einrichtungen häufig auf die Erbringung von Dienstleistungen für das Wohlergehen gefährdeter und/oder sozial ausgegrenzter Gruppen und erwirtschaften einen beträchtlichen Teil ihres Einkommens durch wirtschaftliche Aktivitäten, einschließlich Recycling, Herstellung von Bioprodukten und Betrieb von Second-Hand-Läden. Aktivitäten und Projekte im Zusammenhang mit der sozialen und beruflichen Eingliederung von gefährdeten oder marginalisierten Gruppen werden auch von Verbänden und Stiftungen durchgeführt.</p>



<p>Kulturelles</p>	<p>In Deutschland gibt es eine Reihe von Social Impact Labs, Impact Hubs sowie die <i>Social Entrepreneurship Academy</i> und die <i>Impact Factory</i>: Soziale Start-ups können an Programmen teilnehmen und von verschiedenen Schulungs-, Vernetzungs- und Unterstützungsprojekten profitieren.</p> <p>In Italien stehen junge Unternehmen in einer Zeit der Turbulenzen vor einer großen Herausforderung. In weniger als einem Vierteljahrhundert folgten zehn große Krisen aufeinander. Von der großen Finanzkrise, die auf die Realwirtschaft übergriff (2008-2009), über die Staatsschuldenkrise (2011-2013), die erste Phase der russisch-ukrainischen Krise (2014), die globale Pandemie (2020), die Engpässe in den globalen Versorgungsketten und die Eskalation der Rohstoffpreise (2020-2021), den Ausbruch der Energiekrise (2021) bis hin zur Invasion in der Ukraine (2022), Ereignisse, die von einer fortschreitenden Klimakrise und der Rückkehr des demografischen Winters überlagert werden. Wir sind vom "kurzen Jahrhundert" zum "Jahrhundert der Unsicherheit" übergegangen.</p> <p>Soziales Unternehmertum ist ein schnell wachsender Bereich, da Unternehmen nicht mehr losgelöst von sozialen, ökologischen und politischen Herausforderungen agieren können. Während die Ursprünge der öffentlichen Unterstützung für den Sektor der Sozialunternehmen in zwei aufeinanderfolgenden Programmen liegen, die auf die Sozialwirtschaft im weiteren Sinne abzielten, ist die öffentliche Unterstützung für Sozialunternehmen in den letzten Jahren deutlicher geworden.</p>
<p>Rechtliches</p>	<p>Dieser Teil der Untersuchung konzentrierte sich auf das Vorhandensein einer unternehmerischen Kultur, die kulturelle Einstellung zu sozialen Unternehmen/NGOs, die Kultur der Menschenrechte, die Kultur der Wohltätigkeit sowie kulturelle Werte wie Kreativität und Innovation.</p> <p>In Partnerländern wie Bulgarien, Griechenland und Zypern sind soziale Unternehmen aufgrund der fehlenden Tradition und Kultur bei der Entwicklung des dritten Sektors während der kommunistischen Ära immer noch nicht gut bekannt und werden von der Gesellschaft im Allgemeinen oft falsch wahrgenommen. Die meisten kulturellen und kreativen Sozialunternehmen werden von Personen geleitet, die oft keinen unternehmerischen Hintergrund haben. Darüber hinaus besteht das Personal von NRO und Unternehmen des sozialen Sektors zumeist aus Künstlern, Kreativen, Sozialarbeitern und Philanthropen, und die Wissenschaft des Geldverdienens ist ihnen völlig fremd.</p> <p>Die Beschäftigten im Kunst- und Kreativsektor in Italien leiden mehr als andere Kategorien unter der Notlage, so dass eine Reform des Sektors immer dringlicher wird. Dies liegt vor allem daran, dass der Arbeit von Künstlern und Kreativen auf kultureller Ebene nicht die gebührende Bedeutung beigemessen wird, da die Auswirkungen, die sie auf das Wohlergehen von Gemeinschaften haben können, kaum anerkannt werden. Sozialunternehmer schaffen soziale Innovationen und testen ihr Wirkungsmodell, um soziale und ökologische Herausforderungen zu lösen.</p> <p>In Deutschland bewerteten fast 90 % der DSEM-Unternehmen ihr soziales Unternehmen in mindestens einem Bereich als innovativ. In Irland begann Amerika als Folge der großen Auswanderung in die USA einen großen Einfluss auszuüben, und</p>

Techno logisch e	<p>dies war nie mehr der Fall als zu dem Zeitpunkt, als Irland seine Wirtschaft wieder für ausländische Direktinvestitionen öffnete.</p> <p>Dieser Teil der Untersuchung befasste sich mit dem rechtlichen Rahmen für die SW in jedem Partnerland. Die Untersuchung ergab, dass die Wahl der Rechtsform für Sozialunternehmer oft eine schwierige Aufgabe ist. Die Erfüllung der "Double Bottom Line", d.h. die Schaffung eines sozialen Mehrwerts bei gleichzeitiger Sicherstellung der finanziellen Nachhaltigkeit und Stabilität, stellt eine große Herausforderung bei der Wahl der Rechtsform dar. Social Entrepreneurs wollen mit ihrem Sozialunternehmen eine soziale Herausforderung unternehmerisch lösen und/oder starke Unternehmenswerte rund um soziale und ökologische Nachhaltigkeit auch durch eine Rechtsform verankern.</p> <p>Viele Social Entrepreneurs beschäftigen sich vor allem mit der Frage, ob die Gemeinnützigkeit in ihrem Fall sinnvoll ist und wie sie im Vergleich zu traditionellen Start-ups umgesetzt werden kann.</p> <p>In einigen Ländern (Bulgarien, Griechenland) enthält die lokale Gesetzgebung weder eine klare rechtliche Definition von Sozialunternehmen noch gibt es Vorschriften, die deren Status, Form und Aktivitäten regeln. Folglich nehmen Sozialunternehmen eine Vielzahl von Rechtsformen an; die drei häufigsten sind juristische Personen ohne Erwerbzweck wie Vereine und Stiftungen, Genossenschaften und spezialisierte Unternehmen für Menschen mit Behinderungen. Bis vor kurzem gab es weder im Gesellschaftsrecht noch in anderen Rechtsinstrumenten in Zypern eine klare Definition des Begriffs "Sozialunternehmen". Darüber hinaus gab es keine spezifischen Rechtsinstrumente, die die Gründung, den Aufbau, die Zusammensetzung und die Tätigkeit von Sozialunternehmen regeln.</p> <p>In Irland gibt es keine institutionalisierten Formen von Sozialunternehmen. Während die Entwicklung einer national anerkannten Definition von Sozialunternehmen in Irland ein aktueller und laufender Prozess ist, gibt es bereits "Etiketten", die zur Beschreibung der Arten von Organisationen verwendet werden können, die als Sozialunternehmen angesehen werden könnten.</p> <p>In Irland können Aktiengesellschaften und gemeinnützige Gesellschaften (mit beschränkter Garantie), deren Hauptzweck ein "wohltätiger Zweck" ist und die keine Gewinne ausschütten, bei der Steuerbehörde bestimmte Steuerbefreiungen beantragen.</p> <p>Viele Sozialunternehmer sind auf der Suche nach einer Rechtsform, die sowohl die Gemeinnützigkeit als auch den kommerziellen Status vereint. Im Gegensatz zu anderen Ländern bietet die deutsche und italienische Gesetzgebung (noch) keine ideale Lösung für diesen Konflikt. Dementsprechend müssen sich die meisten Sozialunternehmer für oder gegen eine Gemeinnützigkeit entscheiden. In einigen Fällen lösen Sozialunternehmen dieses Problem mit hybriden Strukturen. Das heißt, sie kombinieren mehrere Rechtsformen, um allen Interessengruppen in ihrem Unternehmen gerecht zu werden. Dies führt zu einer Heterogenität der Rechtsformen im Bereich des sozialen Unternehmertums.</p>
---------------------------------	---

Infrastruktur, Wissen, Fertigkeiten, soziale/kulturelle Einstellungen

Bei der Untersuchung der bewährten Praktiken von Sozialunternehmern, die erfolgreich Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) einsetzen, um in den Projektpartnerländern soziale Wirkung zu erzielen, konnten wir feststellen, dass sie über die digitale Kompetenz hinausgehen, es geschafft haben, die Interessengruppen umfassend einzubeziehen und ihre Ergebnisse über soziale Medien und andere digitale Kanäle erfolgreich an die Gemeinschaft zu kommunizieren. Darüber hinaus hat die COVID-19-Pandemie den digitalen Wandel beschleunigt und die Chancen und Herausforderungen der Online-Bereitstellung von Dienstleistungen aufgezeigt.

In allen Projektpartnerländern wurde jedoch mehr oder weniger deutlich festgestellt, dass die Entwicklung digitaler Strategien für Sozialunternehmen nach wie vor notwendig ist, um innovative Sozialunternehmen auf eine nachhaltige Entwicklung auszurichten und Sozialunternehmer zu befähigen, die soziale Eingliederung voranzutreiben.

Den Staaten und lokalen Behörden mangelt es immer noch an angemessenen Strategien und Programmen, um Sozialunternehmen mit digitalen Werkzeugen und einer strategischen Planung für die digitale Transformation auszustatten, damit sie ihren Betrieb umgestalten, ihre Kunden stärken und die Wirkung der Sozialwirtschaft auf ein neues Niveau heben können.

Aktuelle Ansätze, Methoden und Schulungsthemen für die Ausbildung zum sozialen Unternehmertum

o Lernansätze für die Ausbildung zum sozialen Unternehmertum

Verschiedene Lernansätze, die derzeit in der Ausbildung zum sozialen Unternehmertum verwendet werden, können Einblicke in das Thema geben. Dabei kann es sich um formale Bildungsansätze in formalen Lernumgebungen (z. B. Studiengänge), nicht-formale Bildungsansätze, die in nicht-formalen Lernumgebungen angeboten werden (z. B. kostenlose Schulungen auf NRO-Basis), oder um Beispiele für Berufsausbildungen handeln, die von Unternehmen oder kommunalen Ausbildungszentren angeboten werden.

Darüber hinaus hat die COVID-19-Pandemie die Gesellschaft vor radikale Herausforderungen gestellt und insbesondere den Prozess der Entwicklung unternehmerischer Kompetenzen, Fähigkeiten und Einstellungen erheblich beeinflusst.

Es gibt sowohl formale als auch nicht formale Bildungsprogramme für soziales Unternehmertum. In der formalen Bildung wird soziales Unternehmertum nur auf der höheren Bildungsebene studiert. Initiativen für soziales Unternehmertum auf allen drei Ebenen: Primar-, Sekundar- und Tertiärstufe.

- **Initiativen auf der Primärebene**
 - o Programm für Jungunternehmer
 - o Junior Achievement
 - o BizWorld





- **Initiativen im Sekundarbereich**

Die Programme für studentisches Unternehmertum in verschiedenen Ländern

Wirtschaftspädagogen und politische Entscheidungsträger haben sich von dem Mythos gelöst, dass Unternehmer geboren und nicht gemacht werden. In Anbetracht der Tatsache, dass großes Wachstum zum Teil auf die Gründung neuer Unternehmen zurückzuführen ist, hat sich die Frage, ob jedes Unternehmen unternehmerisch tätig sein kann, erübrigt. Die relevantere Frage ist, was gelehrt werden sollte und wie Entrepreneurship-Programme strukturiert und durchgeführt werden sollten, um ein ausreichendes Angebot an Unternehmern und die Entwicklung von unternehmerischem Denken zu gewährleisten.

Die Erziehung zum Unternehmertum spiegelt eine einzigartige kulturelle, soziale, politische und institutionelle Geschichte wider. Sie hat sich in einem vielschichtigen und komplexen Kontext entwickelt und umfasst: politische und kulturelle

Art und Struktur der Primar-, Sekundar- und Hochschuleinrichtungen (HEIs).

Fähigkeiten, die soziales Unternehmertum untermauern, sind ebenfalls von zentraler Bedeutung für die Ausbildung, und es gibt viele Beispiele für gute Arbeit, die in vielen Schulen im Übergangsjahr mit der Gründung von Mini-Unternehmen und anderen Projekten zur Förderung des sozialen Unternehmertums geleistet wird. Alle oben genannten Fähigkeiten, verbunden mit der Erlangung von Kompetenzen für lebenslanges Lernen und für die Schaffung einer Kultur des Unternehmertums. Es steht den Pädagogen frei, die oben genannten Punkte durch spezifische Ressourcen für die Erziehung zum Unternehmertum zu ergänzen.



**Co-funded by
the European Union**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden



1.1.2 Methoden und Techniken/Tools für die Ausbildung

Es gibt eine große Anzahl unterschiedlicher Ansätze, Methoden und Techniken, die in den verschiedenen Ländern für die Ausbildung im Bereich des sozialen Unternehmertums verwendet werden. Sie sind auch interdisziplinär. Auch wenn in jedem Land ein anderer Schwerpunkt gesetzt wird, können sie alle universell angewendet werden. Dieser Teil der Untersuchung gab einen Überblick über die kreativen und gut geeigneten Methoden und Techniken/Trainingsinstrumente, die in den einzelnen Partnerländern in der Ausbildung zum (sozialen) Unternehmertum eingesetzt werden und die auf die Zielgruppe angewendet werden können. Diese können formale Ausbildungsinstrumente wie Studienbücher, Monographien, Handbücher für Studenten usw. oder nicht-formale Ausbildungsinstrumente und -techniken wie Ausbildungs-Toolboxen, Handbücher, spezifische Richtlinien für Auszubildende und Ausbilder oder digitale Plattformen umfassen.

Folgende Methoden und Techniken/Trainingsinstrumente werden in der Ausbildung zum sozialen Unternehmertum eingesetzt:

- **Formale Bildungsmethoden:** Vorlesungen, Nachhilfeunterricht, Einzel- und Gruppenberatung, in der Regel als Langzeitprogramm, das zwischen einigen Monaten und 5 Jahren dauert.
 - Vorteile: Hohe Fachkompetenz und bewährte Lehrmethoden. ECTS-Punkte. Anwendbar sowohl als Präsenz- als auch als Online-Schulungsform.
- **Nicht-formale Bildungsmethoden:** basierend auf Learning by Doing, interaktivem, partizipativem Lernen, in der Regel Kurzzeitprogramme von einer bis wenigen Wochen; manchmal können sie auch einige Monate dauern.
 - Vorteile: Sie profitieren von einem offenen, zugänglichen, interaktiven und lernerzentrierten Schulungsansatz, der sich permanent an die sich ständig ändernden Bedürfnisse der Lernenden anpasst. Anwendbar sowohl als Präsenz- als auch als Online-Schulungsform.
- **Mentoren-Programme.** Werden in der Regel in nicht-formalen Lernumgebungen von NRO und Stiftungen angeboten. Der Mentor hat die Aufgabe, die Jugendlichen zu beraten und sie beim Erwerb der erforderlichen Fähigkeiten anzuleiten.
 - Vorteile: Der Lernende erhält ein sofortiges Feedback, das ihm ein Gefühl der Zufriedenheit vermittelt. In den meisten Fällen ist es sowohl als Präsenz- als auch als Online-Schulung einsetzbar.
- **Arbeitsbezogenes Lernen:** Sowohl BA- als auch MA-Studiengänge bieten arbeitsbezogenes Lernen im Bereich des sozialen Unternehmertums an. Es umfasst eine Vielzahl von formalen, nicht-formalen und informellen Arrangements, einschließlich Lehrstellen, Job Shadowing, Praktika, Studienreisen und informelles Lernen am Arbeitsplatz.
 - Vorteile: Anwendung des im Klassenzimmer Gelernten in der realen Welt; Herstellung einer Verbindung zwischen Lernen und Praxis; Erweiterung des Lehrplans und der Lernmöglichkeiten.

Allgemeine Herausforderungen

In einigen systematischen Übersichten über die Erziehung zu unternehmerischem Denken und Handeln in den Partnerländern wird berichtet, dass die angewandten pädagogischen Methoden nicht ausreichend beschrieben sind, dass es an einer klaren Konzeption und Definition der Begriffe fehlt und dass ein evidenzbasierter Unterricht voraussetzt, dass die Lehrkräfte bewusst und zielgerichtet vorgehen.





Co-funded by
the European Union



Es werden laufend Diskussionen darüber geführt, wie und was gelehrt werden soll, um sicherzustellen, dass der Lernprozess auf den besten verfügbaren Erkenntnissen beruht, um qualitativ hochwertige Bildungsergebnisse zu erzielen.

Trotz der laufenden Forschung und der bisherigen staatlichen und zivilgesellschaftlichen Bemühungen im Bereich der kultur- und kunstbasierten Bildung für soziales Unternehmertum gibt es eine Reihe wichtiger pädagogischer Fragen, die noch unbeantwortet sind.



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden



o Ausbildungsthemen

Innerhalb der bestehenden Schulungsprogramme, die im vorigen Kapitel aufgeführt wurden, haben sich verschiedene Schulungsthemen herauskristallisiert. Im Folgenden finden Sie eine Liste der Schulungsinhalte, die im Rahmen dieser Programme durchgeführt werden und erforderlich sind

Die Themen der formalen und nicht-formalen Trainingsprogramme für soziales Unternehmertum in den einzelnen Projektpartnerländern würden im Allgemeinen die folgenden Themengruppen umfassen:

- Definition des Begriffs "soziales Unternehmen"; Hauptmerkmale, lokale Gesetzgebung und Format. Intellektuelles
- Das Sozialunternehmen als Teil der Sozialwirtschaft, Entstehungsgeschichte, Vorteile der Sozialwirtschaft.
- Überblick über europäische und internationale Praktiken.
- Fähigkeiten zur Identifizierung der besonderen Merkmale und Eigenschaften von sozialen Unternehmen und sozialem Unternehmertum.
- Formulierung einer Geschäftsidee für das Sozialunternehmen; Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen.
- Rechts- und Organisationsform für das Sozialunternehmen.
- Auswahl eines Geschäftsmodells und Festlegung finanzieller Ziele.
- Marketing - Geschäftsplan eines Sozialunternehmens - Geschäftsplanung, Struktur und Inhalt des Geschäftsplans.
- Finanzierungsquellen des Sozialunternehmens; Eigen- und Fremdkapital
- Finanzierung von Sozialunternehmen und Fragen der Unternehmensgründung Ermittlung der Risiken einer sozialunternehmerischen Laufbahn.
 - o eine Vielzahl von Fähigkeiten, einschließlich Verhandlung, Führung, Entwicklung neuer Produkte,
 - o kreatives Denken und technologische Innovation.
- Start-Up Erfolgsgeschichten
- Kritische Bewertung relevanter Theorien im Zusammenhang mit sozialen Unternehmen und sozialen Unternehmern in einem irischen und internationalen Kontext.
- Bewertung von Initiativen, die eine soziale Wirkung erzielen und einen sozialen Wandel herbeiführen;
- Identifizierung von Problemen und Vorbereitung von Antworten auf die integrative und dynamische Natur des Themas die Tätigkeit des sozialen Unternehmers.

Nur relativ wenige Programme befassen sich mit den ethischen Dimensionen des sozialen Unternehmertums.

Die Themen, die sich durch alle Programme ziehen, sind Fragen, die sich auf Folgendes beziehen:

- o die Merkmale, die eine sozialunternehmerische Persönlichkeit ausmachen;
- o die mit der Frühphase der Unternehmensentwicklung verbundenen Herausforderungen;
- o Ambiguitätstoleranz;
- o Ideenschutz;
- Überwachung, Risikobewertung und Evaluierung.





Bewährte Praktiken von Ausbildungsprogrammen für soziales Unternehmertum

Jeder Partner sammelte mindestens 3 bewährte Praktiken von bestehenden Programmen/Schulungen für soziales Unternehmertum aus verschiedenen europäischen Ländern. Mithilfe einer Vorlage analysierten sie, welche Lernansätze angewandt wurden, welche Methoden, Techniken und Instrumente zum Einsatz kamen und welches die wichtigsten Themen waren. Darüber hinaus erklärten sie, warum der Ansatz oder die Methode ein gutes Beispiel ist und warum sie für das Projekt relevant ist. Die Partner identifizierten 23 gute Praktiken aus 21 verschiedenen Ländern, die ihnen zugewiesen wurden

o **Feldforschung: Fokusgruppen**

Das Ziel der Fokusgruppen war es, die Daten zu bereichern und die Sekundärforschung des Projekts SE4A zu ergänzen, indem Erfahrungen, Gedanken, Empfehlungen, Überzeugungen und Ideen zu folgenden Themen erfasst wurden: Hindernisse und Bedürfnisse junger Künstler, die daran interessiert sind, ihre künstlerischen Werke durch ein Modell des sozialen Unternehmertums zu fördern. Die Erkenntnisse werden im Rahmen des Schulungsprogramms und der Einrichtung eines effektiven Mentorensystems berücksichtigt.

Fokusgruppen mit unterschiedlicher Teilnehmerzahl wurden in Italien, Bulgarien, Zypern, Irland und Griechenland abgehalten. Obwohl einige Künstler in Deutschland ihr Interesse an dem Projekt bekundeten, konnte die Fokusgruppe nicht stattfinden, da nicht genügend Rückmeldungen für die Teilnahme an den angekündigten Terminen vorlagen. Daher beschloss ITALCAM, Interviews zu führen und Fragebögen zu verteilen, um relevante Informationen für eine vergleichbare Analyse zwischen Deutschland und den anderen Projektpartnerländern zu sammeln.

Bei den Teilnehmern der Fokusgruppen und den Befragten handelte es sich um junge Künstler, professionelle und nicht-professionelle Kreative, die die Zielgruppe des Projekts abdeckten. Mit einigen wenigen Ausnahmen waren die Teilnehmer zwischen 18 und 35 Jahre alt. Die erfahreneren Künstler waren in der Lage, Einblicke in die Situation zu geben und darüber zu berichten, was ihnen bei der Gründung ihres Unternehmens geholfen hat oder was ihnen fehlte.

o **Benötigt**

Die Bedürfnisse der Künstler wurden anhand verschiedener Fragen ermittelt und in drei Kategorien unterteilt: Bedarf an kulturellen Anpassungen, Bedarf an sozialen Anpassungen und Bedarf an Kapazitätsaufbau, einschließlich Bildung und Ausbildung.

Bedarf an kulturellen Anpassungen

- Lokale Unterstützung durch die Gemeinden und lokalen Gemeinschaften, um die Öffentlichkeit zu sensibilisieren, die Gemeinschaften aufzuklären und eine positive und aufnahmebereite öffentliche Meinung gegenüber kulturellen Sozialunternehmen und ihren positiven Auswirkungen auf die soziale und wirtschaftliche Entwicklung der Gemeinschaften aufzubauen
- Das Verständnis in den Gemeinden, dass es bei sozialen Unternehmen um "lokale Helden" geht, die geerdet sind





Co-funded by
the European Union



- in der Gemeinde, stellen Waren und Dienstleistungen für die Menschen vor Ort bereit.
- Förderung sozialer Unternehmen als wirtschaftlich vorteilhaft für die Gemeinschaften, da sie von Menschen aus der lokalen Gemeinschaft geführt werden und lokale Menschen beschäftigen und so die lokale Wirtschaft unterstützen
 - Stärkeres Gender-Mainstreaming im Bereich des weiblichen Unternehmertums, Stärkung der Rolle der Frauen



Co-funded by
the European Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden



Soziale und wirtschaftliche Anpassungserfordernisse

- Staatliche Maßnahmen und Programme, die die Unterstützung von Kunst- und Kulturunternehmen regeln
- Soziales Bewusstsein und soziales Nachdenken, um den Wert sozialer Leistungen zu erkennen und die Bereitschaft, sich dieser Akkumulation zu widmen
- Zugang zu Finanzierung und Finanzmitteln: Ausweitung des Aufgabenbereichs von Kreditgenossenschaften; Entwicklung neuer Finanzierungsoptionen (Impact Investment, Venture Philanthropy, Social Impact Bonds); bessere Nutzung von EU-Mitteln
- Institutionelle Unterstützung, Hilfe bei der Suche und Verwaltung von Ausschreibungen oder Fonds
- Staatliche und europäische langfristige Finanzierungsprogramme, um kompetentes Personal für die Leitung des Unternehmens zu gewinnen.
- Mittelfristiges Eigenkapital und Investitionsmittel
- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit
- Entwicklung von Führungspersonlichkeiten und Erschließung breiterer Unterstützung durch die Gemeinschaft - Aufbau von Managementkapazitäten in Sozialunternehmen durch bestehende Praktikantenprogramme.
- Ständige Unterstützung, sowohl in technischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht
- Vernetzungsmöglichkeiten und gute Beispiele, Verbindungen
- Teilnahme an lokalen, nationalen und internationalen Netzwerken von kulturellen Sozialunternehmern, in denen sie Ideen und praktische Erfahrungen austauschen, aus Fehlschlägen und Erfolgen lernen, andere Kollegen treffen und vergleichen und von ihnen lernen können
- Psychologische Unterstützung

Bedarf beim Aufbau von Kapazitäten, einschließlich Bildung und Ausbildung

Um die Lücken beim Kapazitätsaufbau zu schließen, wiesen einige Teilnehmer der Fokusgruppe auf die Notwendigkeit hin, den Zugang zu Beratung und Unterstützung für Sozialunternehmen und Sozialunternehmer zu verbessern - gegebenenfalls auch durch Standarddienste wie die Dienste lokaler Unternehmensbüros -, um die Fähigkeit von Künstlern und Kulturunternehmern zur Entwicklung ihrer Geschäftsvorschläge zu fördern.

o Lehrmittel

In den Fokusgruppen diskutierten die Teilnehmer ihre Erfahrungen mit verschiedenen Schulungsinstrumenten, gaben Empfehlungen ab und teilten ihren Schulungsbedarf und ihre Erwartungen mit. Darüber hinaus diskutierten sie auch über die Durchführung und verschiedene geeignete Trainingsmethoden für soziales Unternehmertum im Kunstbereich.

o Potenzielle Mentoren

Die Teilnehmer der Fokusgruppen gaben ihr Feedback zu ihren Erwartungen an potenzielle Mentoren, damit diese eine hilfreiche Unterstützung bei der Gründung und Führung eines kreativen Sozialunternehmens sein können.

