



Co-funded by
the European Union

UNRUHE
PRIVAT
STIFTUNG

TRAINING ON SOCIAL INNOVATION

#3.-GEMEINSCHAFTSDIENST

Basierend auf Print it Yourself, Ungarn, Budapest



MODUL #1

Vorstellung des Programms und des
Konzepts der sozialen Innovation

Vorstellung TRIC

Antrag: Erasmus+ Small Scale Program

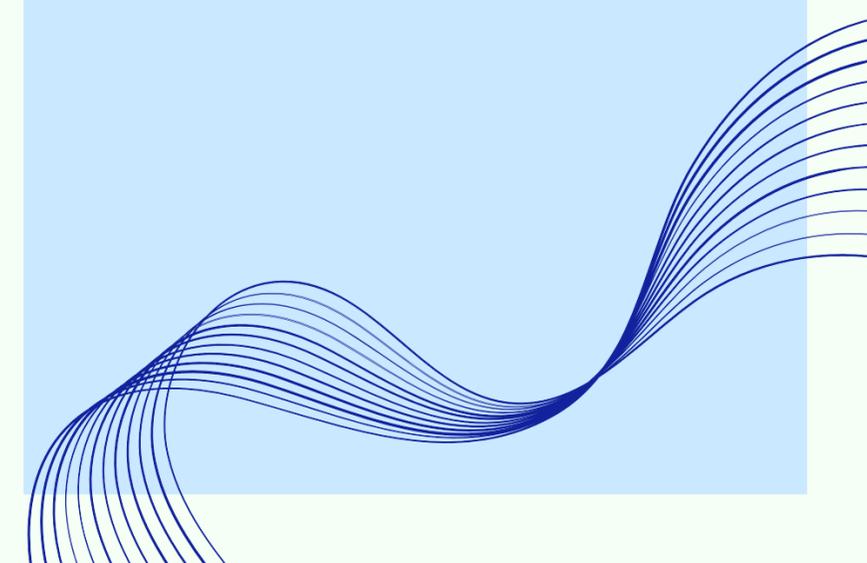
Projekt: TRIC – TRansferring social Innovation into Competencies

Implementierungsphase: 01/02/2023– 31/01/2024.

Im Rahmen des TRIC-Projekts suchten wir nach sozialen Innovationskompetenzen, indem wir bereits bewährte und erfolgreiche soziale Initiativen analysierten.

Unsere Ziele:

- Stärkung der sozialen Innovationskompetenzen von Erwachsenen mit non-formalen Bildungsmethoden.
- Unterstützung der Übertragbarkeit von effektiven Methoden der sozialen Innovation, durch die Umwandlung von Projekten in Schulungsmaterial.
- Identifizierung der Kompetenzen, die soziale Innovationen aufweisen, welche für den Arbeitsmarkt angepasst werden können, und die Vermittlung dieser Kompetenzen an Erwachsene.



TRIC AKTIVITÄTEN

01

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG DER METHODIK ZU DEN MÖGLICHKEITEN DES TRANSFERS VON SOZIALER INNOVATION IN BILDUNGSMATERIALIEN

02

UMFRAGE UND AUFARBEITUNG VON SOZIALMARIE-GEWINNERN UND NOMINIERTEN PROJEKTEN

03

TRANSFORMATION VON METHODEN, DIE AUS SOZIALEN INNOVATIONEN GEWONNEN WERDEN KÖNNEN, IN SCHLÜSSELKOMPETENZEN

04

ESTELLUNG VON 5 SCHULUNGSPAKETEN AUF DER GRUNDLAGE VON FALLSTUDIEN ZUR SOZIALEN INNOVATION

05

20 ERWACHSENE STUDENTEN ENTWICKELN IHRE SOZIALEN INNOVATIONSKOMPETENZEN

06

DISSEMINATION DER ERGEBNISSE

The logo for Unruhe Privatstiftung features the word "UNRUHE" in large, light green, uppercase letters. To its right, the word "PRIVAT" is written vertically in smaller, blue, uppercase letters. To the right of "PRIVAT", the word "STIFTUNG" is written in large, light green, uppercase letters, matching the style of "UNRUHE".

UNRUHE PRIVATSTIFTUNG



Das Hauptprojekt der Unruhe Privatstiftung ist die SozialMarie - Preis für soziale Innovation.

Die SozialMarie wurde 2005 ins Leben gerufen und ist der erste Preis für soziale Innovation in Europa. Jedes Jahr werden 15 herausragende soziale Innovationen in einem mehrstufigen Bewertungsverfahren unter Einbeziehung regionaler Expert*innen und einer internationalen Jury ausgewählt. Die Gewinnerprojekte werden im Rahmen einer Preisverleihung in Wien der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Unruhe Privatstiftung organisiert Workshops und Veranstaltungen, um die Siegerprojekte zu betreuen und um den Dialog über soziale Innovation in der Region Mittel- und Osteuropa zu fördern.

<https://sozialmarie.org/de>

Die Cromo-Stiftung wurde 2002 gegründet, um zur lokalen und regionalen Zusammenarbeit von Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen und staatlichen Akteuren beizutragen und so eine partizipative, aktive und demokratische Gesellschaft in Ungarn und Europa zu stärken.

Die Grundwerte der Organisation sind Glaubwürdigkeit, Verantwortlichkeit, Professionalität und Innovation. Cromo möchte, dass lokale Organisationen gut verwaltet werden und effektiv arbeiten, damit Bürger*innen vor Ort aktiv werden und sich engagieren, damit lokale Gemeinschaften lebendig und nachhaltig sind und damit eine integrative und tolerante Gesellschaft gefördert wird.

<https://www.cromofoundation.org>

ÜBER SOZIALMARIE

Soziale Innovation entwirft Lösungen für dringende gesellschaftliche Herausforderungen. Sie schafft Raum für neue Denkansätze, gibt innovative Antworten und weist neue Wege. Damit reagiert sie entweder auf neue soziale Fragestellungen oder löst ein bekanntes Problem durch eine neue Herangehensweise. Dieses Handeln kann von der betroffenen sozialen Gruppe selbst ausgehen, es muss in jedem Fall von den Betroffenen mitgetragen und mitgestaltet werden. Auf diese Weise schafft soziale Innovation nachhaltige, beispielgebende Lösungen, die für andere zur Inspiration werden.

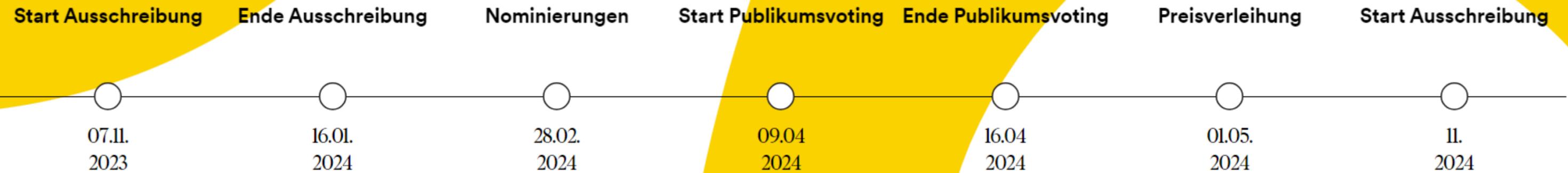
Definition soziale Innovation,
Unruhe Privatstiftung

SozialMarie ist ein Preis für soziale Innovation, der jedes Jahr an 15 herausragende Projekte vergeben wird. Mit der ersten Ausschreibung im Jahr 2004 und der Verleihung im Jahr 2005 war sie der erste Preis für soziale Innovation in Europa. Neben einer finanziellen Anerkennung in Höhe von 55.000 € bietet SozialMarie vor allem eine öffentliche Plattform für sozial innovative Projekte in Mitteleuropa.

Teilnahmeberechtigt sind Projekte von Privatpersonen, gewerblichen Unternehmen, der Sozialwirtschaft (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs, gemeinnützige Organisationen, Vereine) und der öffentlichen Verwaltung. Projekte, die in Österreich, Kroatien, der Tschechischen Republik, Ungarn, der Slowakei und Slowenien durchgeführt werden, sind zur Bewerbung eingeladen.

ÜBER SOZIALMARIE (TEIL 2)

Zeitplan



VORSTELLUNG PRINT IT YOURSELF, UNGARN

3. PREIS 2020

3. Preis 2020

Land: Ungarn

Region: Landesweite Implementierung

Sektor: Zivilgesellschaft / Sozialwirtschaft

Felder: Bewusstseinsbildung / Gemeinschaftsentwicklung

Projekthinhaber: eDemocracy Workshop Association

Verantwortliche Person: János L. László

JURY-WÜRDIGUNG

Die ungarische Regierung kontrolliert derzeit mehr als drei Viertel aller Fernseh-, Radio- und Printmedien des Landes. Dies wirkt sich besonders auf die Wahlergebnisse in ländlichen Gemeinden aus.

Nyomtass Te is! (Print it yourself!) versorgt Gemeinden als nichtstaatliches Medium mit Informationen durch einen innovativen und einfachen Ansatz. Dadurch werden unabhängiger Journalismus und Online-Nachrichten für die Gemeinden und politischen Diskurse im ländlichen Ungarn zugänglich.

Soziale Innovation

MISSION



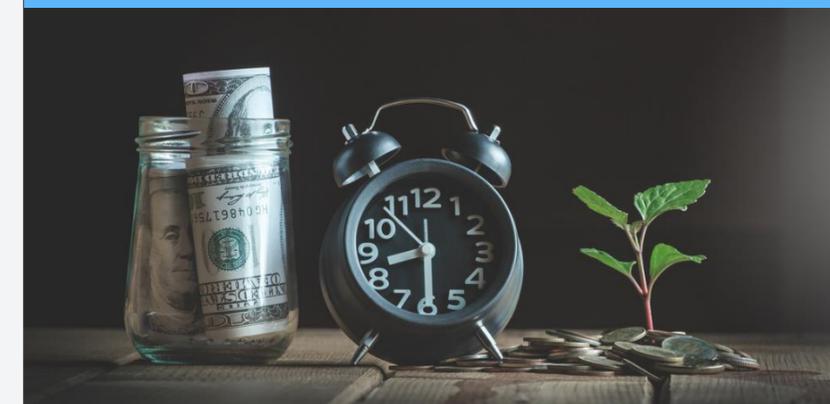
Was ist soziale Innovation?

Soziale Innovation bezieht sich auf den Prozess der Entwicklung und Umsetzung neuer, effektiver Lösungen für soziale oder ökologische Probleme.

Soziale Innovation soll langfristige Auswirkungen in großem Maßstab haben. Soziale Innovation wird traditionell durch gemeinnützige Organisationen vorangetrieben, aber auch die Wirtschaft ist offen für die Bewältigung der gesellschaftlichen Herausforderungen.

[Social Innovation - the What, Why and How \(viima.com\)](https://www.viima.com)

VISION



Model/Tool #1 - Social Innovation Framework

AMANI SOCIAL INNOVATION FRAMEWORK

8 Steps to Creating a New Idea





MODUL #2

Zur Idee, Vision und Mission

ÜBUNG #1

Denke über Deine Idee nach

In welchen
Gemeinschaften lebst
Du?

FRAGE 1

Was sind die
Bedürfnisse und
Herausforderungen in
Deiner Gesellschaft/
Nachbarschaft/
Gemeinschaft?

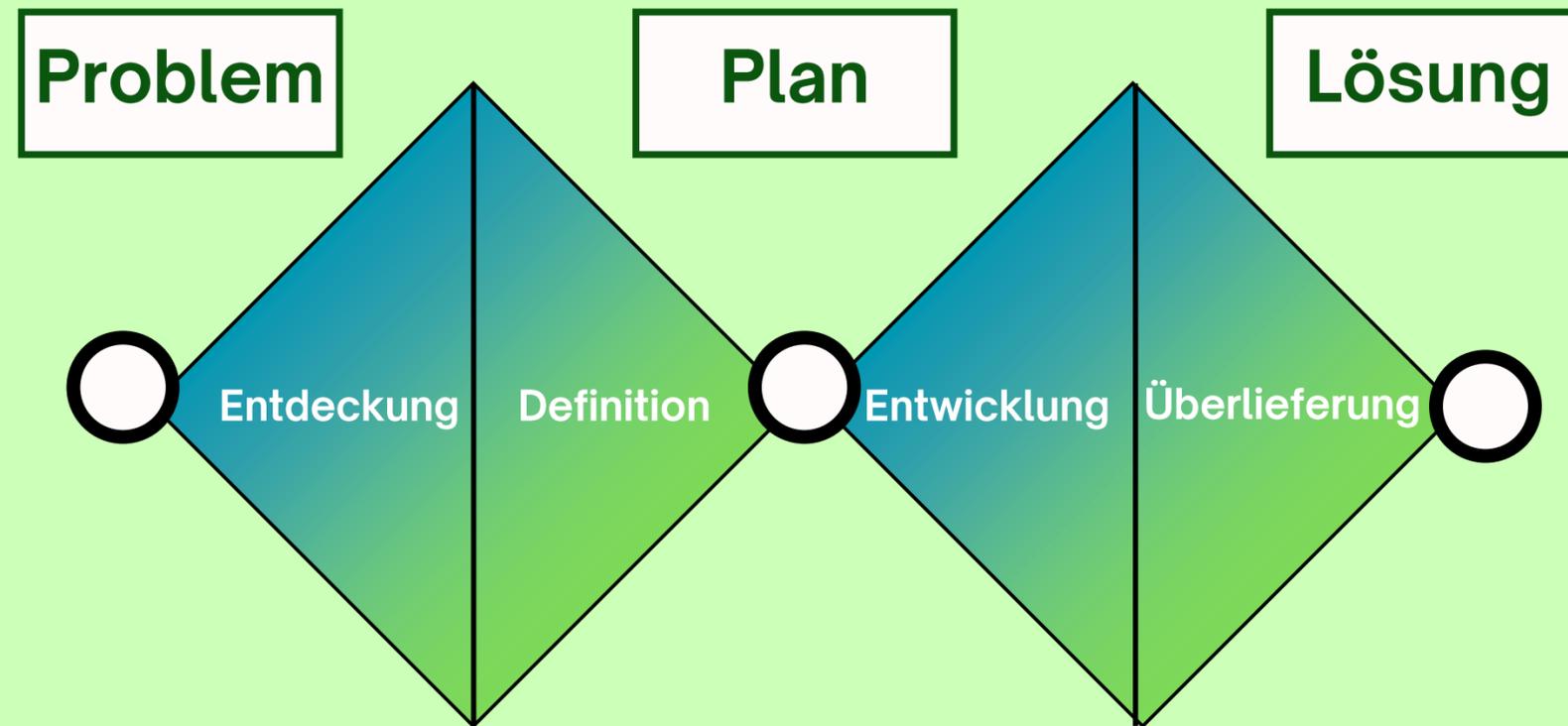
FRAGE 2

Welches sind Deine
persönlichen
Interessen in dieser
Hinsicht?

FRAGE 3

Model/Tool #2 – Ideen-Herausforderung

- Was ist das Kernproblem?
- Wie wird es definiert?
- Problemzentrierter vs lösungszentrierter Ansatz
- Generierung mehrerer Ideen – Brainstorming
- Auswahl der Besten – Ideen-Ranking



Beispiel #1 - *Print it Yourself*-Idee



trinc

Nyomtass Te is! knüpft an die Samizdat-Tradition Osteuropas an. *Print it Yourself!* ist eine wöchentliche Zusammenfassung der wichtigsten Nachrichten aus unabhängigen Medien in einfacher, verständlicher Sprache, gedruckt auf einem gefalteten A4-Papier. Die Mini-Zeitung kann von der Website heruntergeladen und in beliebiger Menge gedruckt und verteilt werden.

Indem die Gemeinden in den Kleinstädten erreicht werden, erhalten sie vielfältige Perspektiven zu Themen, die oft nur von einer Seite vertreten werden. Da das Projekt der Regierungspropaganda auf dem ungarischen Land entgegentritt, kann das öffentliche politische Bewusstsein und die Demokratie im ganzen Land verbessert werden.

Vision und Mission

VISION



Bei der Visionsfindung handelt es sich um einen Prozess, in dem eine Gemeinschaft bzw. die Mitglieder einer Organisation die, von ihnen gewünschte Zukunft, definieren.

"Die Vision ist wie ein Leuchtturm, der eher beleuchtet als begrenzt, der eher die Richtung als das Ziel vorgibt."(James J.Mapes, Foresight First)

Ein Leitbild wird von einer Gemeinschaft/Organisation verwendet, um in einfachen und prägnanten Worten ihren Zweck bzw. ihre Ziele zu erklären. Die Erklärung ist im Allgemeinen kurz, entweder ein einzelner Satz oder ein kurzer Absatz.

MISSION



MODEL/TOOL #2

KREATION EINER VISION UND MISSION

01

WIE STELLST DU DIR DIE IDEALE ZUKUNFT VOR?

02

WARUM MÖCHTEST DU DAFÜR ARBEITEN?

03

WIE MÖCHTEST DU DIESE GESTALTEN?
PROGRAMME/SERVICES/LÖSUNGEN

04

WO MÖCHTEST DU ARBEITEN? GEOGRAPHISCHER BEREICH

05

FÜR WEN MÖCHTEST DU ARBEITEN? ZIELGRUPPE /
PROFITEURE

Übung #2

Kreiere eine Vision

WIE SIEHST DU DIE
IDEALE ZUKUNFT?
KURZFRISTIG?
LANGFRISTIG?

WAS
MÖCHTEST DU
MACHEN?

IN WELCHER
GEMEINSCHAFT/
GESELLSCHAFT/
NACHBARSCHAFT
MÖCHTEST DU LEBEN?

WELCHES SIND
DEINE
PERSÖNLICHEN
INTERESSEN IN
DIESER HINSICHT?

WIE MÖCHTEST DU
BEITRAGEN?

ÜBUNG #3

DENKE ÜBER DEINE IDEE NACH

trick

Was möchtest
Du für die
ideale Zukunft
machen?

FRAGE 1

Warum
möchtest Du
beitragen?

FRAGE 2

Wie möchtest
du es
erreichen?

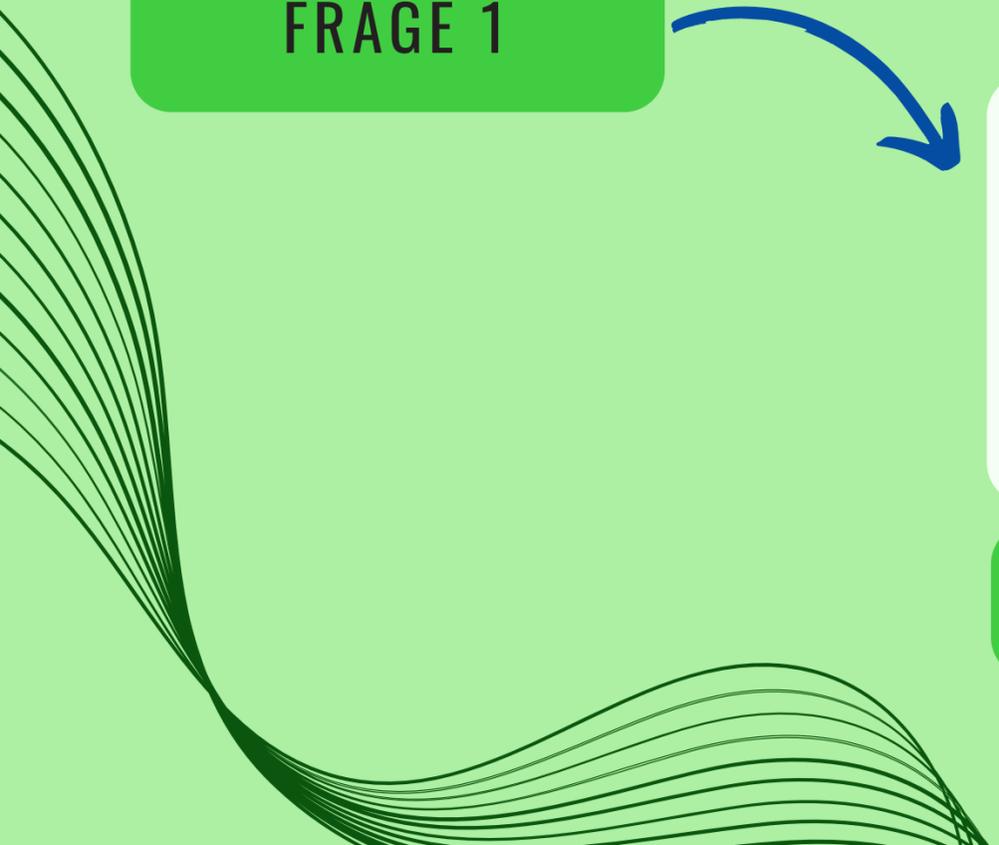
FRAGE 3

Für wen?

FRAGE 5

Wo?

FRAGE 4



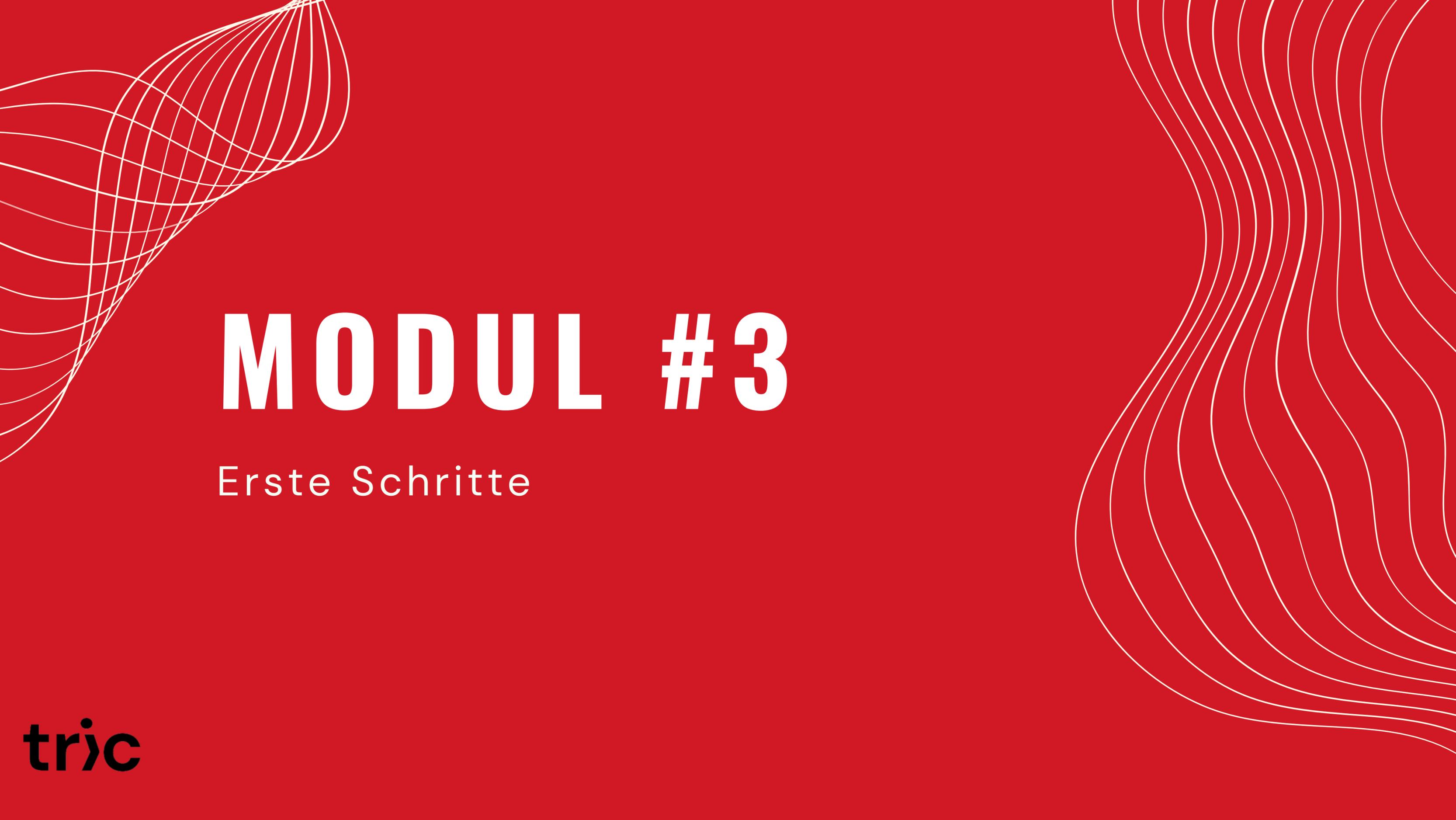
Beispiel #2-Print it Yourself- Vision und Mission

VISION

Die Vision des Projekts ist es, ein Medium zu schaffen, das jeder drucken und verbreiten kann, im Gegensatz zu den staatlichen Medien. Dadurch kann im ganzen Land, insbesondere in ländlichen Gebieten, transparente und reale Informationen überliefert werden.

MISSION

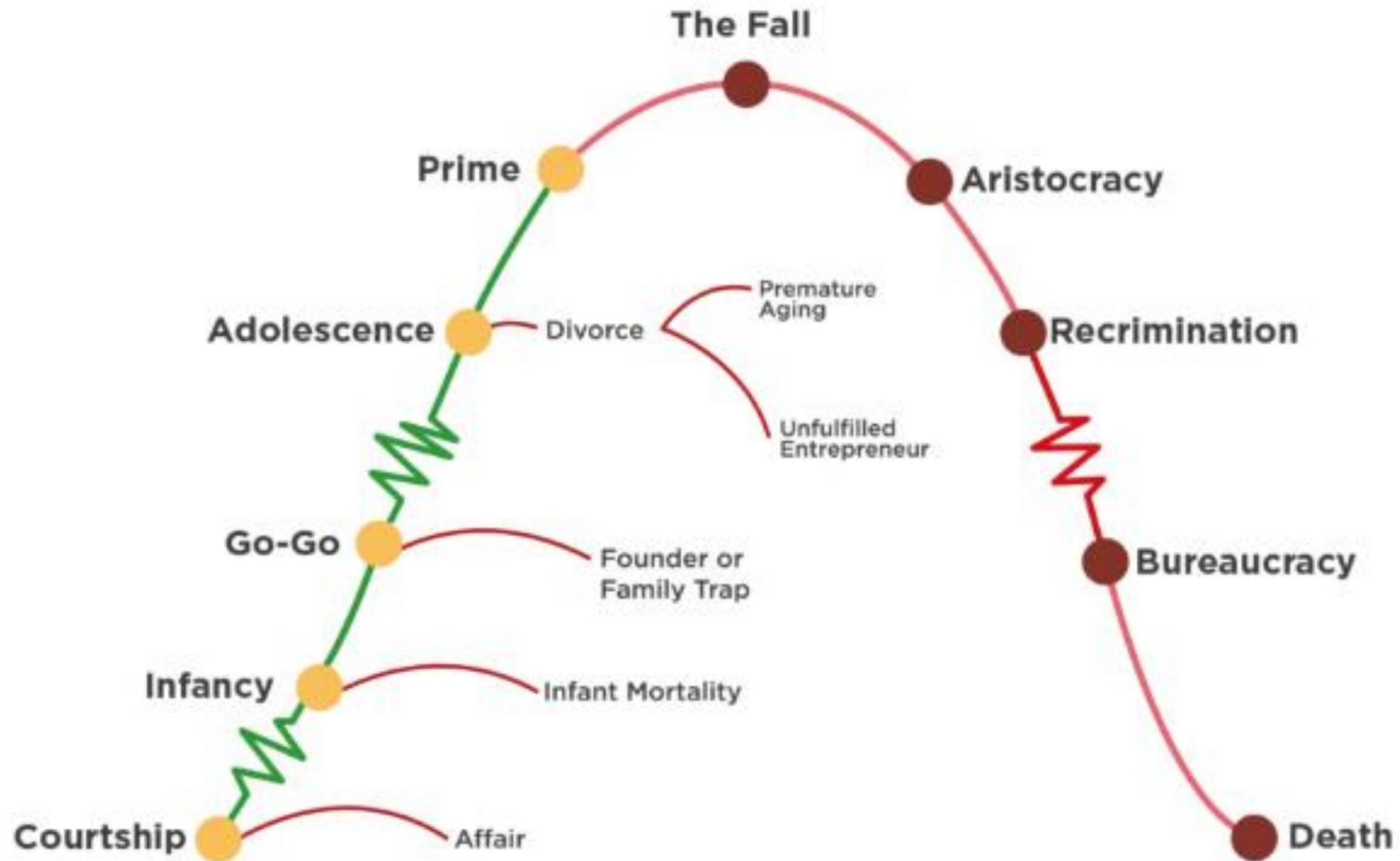
Übermittlung faktenbasierter Nachrichten, die in regierungsnahen Medien zurückgehalten werden, an kleine Dörfer. Ziel des Projekts ist es, eine Zeitung zu produzieren, auf die alle Einwohner*innen über das Internet zugreifen können und welche gedruckt in den Gemeinden verteilt werden kann. Damit soll auch in kleineren ungarischen Siedlungen gültige und glaubwürdige Information landen, die sich von staatlich gelenkten Medien unterscheidet.



MODUL #3

Erste Schritte

Model/Tool #3 Projektlebenszyklus



MODEL/TOOL #3

PROJEKTLEBENSZYKLUS – 10 SCHRITTE (TEIL 1)

01

COURTSHIP – IN DER ANFANGSPHASE GEHT ES UM DIE ENTWICKLUNG DER IDEE, DIE KAPITALBESCHAFFUNG UND DIE GRÜNDUNG DES UNTERNEHMENS.

02

INFANT – WIE DER NAME SCHON SAGT, IST DIESE PHASE DER BEGINN DER LAUFENDEN PROJEKTE. DAS RISIKO DER KINDERSTERBLICHKEIT BESTEHT.

03

GO-GO- DIE DINGE WERDEN HEKTISCH, VIELLEICHT CHAOTISCH. MAN KANN IN DIE GRÜNDER-FAMILIEN-FALLE GERATEN, IN DER DIE PROJEKTAKTIVITÄTEN UND DAS FAMILIENLEBEN IN KONKURRENZ ZUEINANDER TRETEN.

04

ADOLESCENT- DAS PROJEKT BEGINNT SICH SELBST ZU DEFINIEREN UND SEINEN PLATZ EINZUNEHMEN. ES KANN ZU EINER SCHEIDUNG KOMMEN, ENTWEDER DURCH VORZEITIGE ALTERSERSCHEINUNGEN ODER DURCH ENTTÄUSCHTE TEILNEHMER/GRÜNDER.

05

PRIME – IN SEINER BLÜTEZEIT IST DAS PROJEKT FIT, GESUND UND RENTABEL.

MODEL/TOOL #3

PROJEKTLEBENSZYKLUS– 10 SCHRITTE (TEIL 2)

06

THE FALL- DIE HAUPTPHASE ENDET, WENN DIE PROJEKTTEILNEHMER*INNEN IHREN BISS VERLIEREN

07

ARISTOCRATIC-TAS PROJEKT BLEIBT AUFGRUND SEINER ERFOLGE UND SEINER PRÄSENZ STARK, VERLIERT ABER MARKTANTEILE, DA ES DEN TECHNOLOGISCHEN VERÄNDERUNGEN UND MARKTTRENDS ZUM OPFER FÄLLT.

08

RECRIMINATION- ZWEIFEL, PROBLEME UND INTERNE STREITIGKEITEN ÜBER RÜCKSCHRITTE KÖNNEN DAZU FÜHREN, DASS DAS PROJEKT SEINEN ZWECK VERLIERT.

09

BUREAUCRACY- INTERN AUF PROZESSE UND VERFAHREN FOKUSSIONERT, STREBT DAS PROJEKT EINEN AUSSTIEG ODER EINE VERÄUSSERUNG AN

10

DEATH- WENN DIE ORGANISATION SICH NICHT ERNEUERN KANN, WIRD SIE GESCHLOSSEN, VERKAUFT, GEHT IN KONKURS ODER VERÄUSSERT IHRE VERMÖGENSWERTE.

Beispiel #3 Print It Yourself

Herausforderungen und Lösungen

trio

COVID19 - PERSÖNLICHE
VERTEILUNG
VERLANGSAMT SICH

Die Zeitung beginnt,
mehr und mehr
sachliche und
glaubwürdige
Informationen über
Covid zu verbreiten.

ALTERSUNTERSCHIED - DIE
ZEITUNG WIRD
HAUPTSÄCHLICH VON
ÄLTEREN MENSCHEN VERTEILT

Es wird versucht, die
Universitäten zu erreichen,
um junge Menschen
einzubeziehen, und es ist
gelingen, einen Kurs über
Samisdat-Medien an der
ELTE-Universität ins Leben
zu rufen.

EIN INTERNETZUGANG IST IN
LÄNDLICHEN GEBIETEN NICHT
ÜBERALL VERFÜGBAR

Der unmittelbare
Freundes- und
Bekanntenkreis beginnt,
das Medium auf dem Land
zu verbreiten, wo es kein
Internet gibt - man kann
ein Selfie machen, um zu
zeigen, in welcher Stadt
man unterwegs ist.

ÜBUNG #4

Mache eine Liste von Dos und Don'ts basierend auf der Projektbeschreibung

CHECKLISTE, DOS UND DON'TS

trıc



SKILL #1

MOTIVATION

Der/die Projektleiter*in einer solchen Initiative muss emotional beteiligt, einfühlsam und motiviert sein. Er oder sie muss verstehen, was andere motiviert, und diese Motivation aufrechterhalten.

Model/Tool #4 Motivation- Die treibende Kraft hinter unseren Handlungen

tric



[VeryWellMind](#)

Der Begriff [Motivation](#) beschreibt, warum eine Person etwas tut. Sie ist die treibende Kraft hinter menschlichen Handlungen. Motivation ist der Prozess, der zielgerichtetes Verhalten initiiert, leitet und aufrechterhält.

BESTANDTEILE DER MOTIVATION

Um motiviert zu werden und zu bleiben, sind verschiedene Elemente oder Komponenten erforderlich. Forscher haben drei Hauptkomponenten der Motivation ermittelt: Aktivierung, Ausdauer und Intensität.

- **Aktivierung** ist die Entscheidung, ein Verhalten zu initiieren. Ein Beispiel für Aktivierung wäre die Einschreibung in [Psychologiekurse](#), um einen Abschluss zu machen.
- **Ausdauer** ist das fortgesetzte Bemühen um ein Ziel, auch wenn es Hindernisse gibt. Ein Beispiel für Ausdauer wäre das Erscheinen zum Psychologieunterricht, obwohl man vom langen Abend zuvor müde ist.
- **Intensität** ist die Konzentration und der Elan, mit dem man ein Ziel verfolgt. So kann es sein, dass ein Student ohne große Anstrengung vor sich hin dümpelt (geringe Intensität), während ein anderer Student regelmäßig lernt, sich an Diskussionen im Klassenzimmer beteiligt und [Forschungsmöglichkeiten](#) außerhalb des Unterrichts wahrnimmt (höhere Intensität).

WIE KANN MAN SEINE MOTIVATION VERBESSERN?



Wenn man sich wenig motiviert fühlt, kann man einige Schritte unternehmen, um die Motivation zu steigern. Einige Dinge, die man tun kann, um Motivation zu entwickeln oder zu verbessern, sind:

- Ziele anpassen, um sich auf Dinge zu konzentrieren, die wirklich wichtig sind. Dann werden Herausforderungen besser gemeistert, als wenn sich Ziele auf etwas beziehen, das einem weniger wichtig erscheint.
- Wenn etwas in Angriff genommen wird, das zu groß oder überwältigend erscheint, kann es in kleinere, leichter zu bewältigende Schritte unterteilt werden. Das erste Ziel kann sein, den ersten Schritt zutun. Anstatt beispielsweise zu versuchen 25kg abzunehmen, sollte dieses Ziel in 5kg-Schritten erreicht werden.
- [Verbesserung des Selbstvertrauen](#). Untersuchungen haben ergeben, dass es einen Zusammenhang zwischen Selbstvertrauen und Motivation gibt. Wenn man kein Vertrauen in sich selbst und in die eigenen Fähigkeiten gewinnt, kann sich das auf die Zielerreichung negativ auswirken.
- Sich zu erinnern, was in der Vergangenheit schon erreicht wurde und wo die Stärken liegen, kann verhindern, dass [Selbstzweifel](#) die Motivation einschränken.

SKILLS #2 KLARE ZIELE SETZEN

Der/die Projektleiter*in und die Mitarbeiter*innen müssen in der Lage sein, klare, einfache und messbare Ziele zu setzen.



Model/Tool #5 - SMART Goals

Das Problem, wenn man kein Ziel hat ist, dass man sein ganzes Leben damit verbringen kann, auf dem Feld auf und ab zu rennen und nie ein Tor zu erzielen - Bill Copeland

SMART ist ein Akronym, das als Leitfaden für Zielsetzung verwendet werden kann. Um sicherzustellen, dass Ziele klar und erreichbar sind, sollte jedes Ziel folgendermaßen sein:

- **S**pezifisch (einfach, sinnvoll, bedeutsam).
- **M**essbar (sinnvoll, motivierend).
- **A**chievable/Erreichbar (vereinbart, realisierbar).
- **R**elevant (vernünftig, realistisch und ressourcenorientiert, ergebnisorientiert).
- **T**ime bound / Zeitlich begrenzt (zeitbasiert, zeitlich begrenzt, zeit-/kostenbegrenzt, zeitnah, zeitkritisch).

S Specific	M Measurable	A Attainable	R Realistic	T Time-bound
<p>Do: Set real numbers with real deadlines.</p> <p>Don't: Say, "I want more visitors."</p> 	<p>Do: Make sure your goal is trackable.</p> <p>Don't: Hide behind buzzwords like, "brand engagement," or, "social influence."</p>	<p>Do: Work towards a goal that is challenging, but possible.</p> <p>Don't: Try to take over the world in one night.</p>	<p>Do: Be honest with yourself- you know what you and your team are capable of.</p> <p>Don't: Forget any hurdles you may have to overcome.</p>	<p>Do: Give yourself a deadline.</p> <p>Don't: Keep pushing towards a goal you might hit, "some day."</p>

ÜBUNG #5

Basierend auf der
Projektbeschreibung,
mache eine Liste von Dos
und Don'ts

CHECKLISTE DOS und DON'TS

trıc

Showcase #4 Print It Yourself-

trio

Motivation und Zielsetzung

MOTIVATION

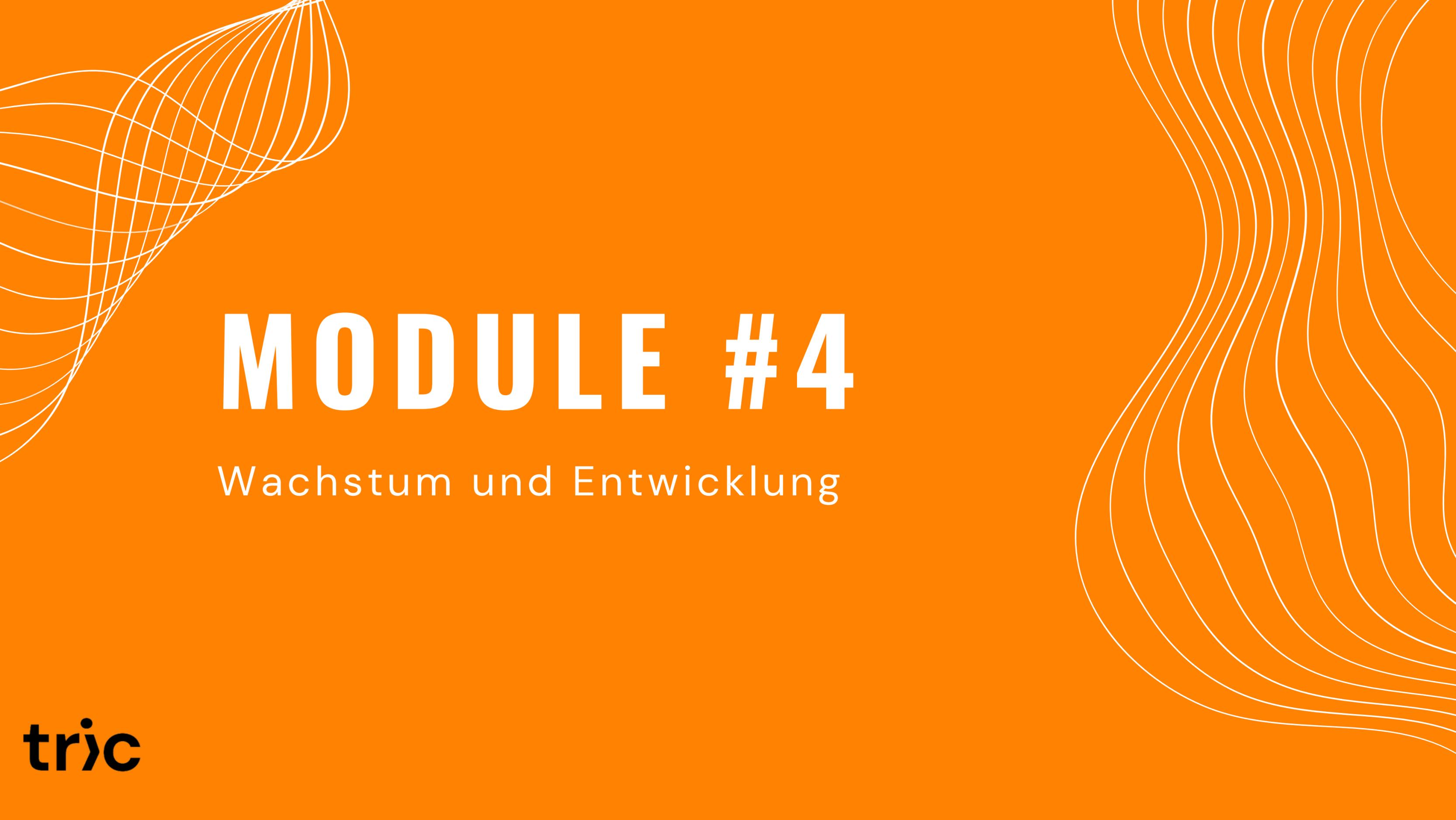


Die Projektleiter*innen und -teilnehmer*innen waren nicht durch materielle Dinge motiviert, sondern in erster Linie durch Emotionen (Wut über die Auswüchse der staatlichen Medien) und Selbstverwirklichung (etwas zu schaffen, das nachhaltig und praktikabel ist und eine echte Lösung für das Problem darstellt).

In der Anfangsphase entsprach das gesetzte Ziel nicht den SMART-Erwartungen, der Output wurde nicht quantifiziert. Erst später, in der Entwicklungs- und Wachstumsphase, wurde festgelegt, die Verbreitung in 50 Gemeinden für mindestens sechs Wochen aufrechtzuerhalten. Dies wurde später auf 1000 Gemeinden ausgeweitet.

ZIELSETZUNG





MODULE #4

Wachstum und Entwicklung



SKILL #3 FINANZIELLE TRANSPARENZ

Ein/e Projektleiter*in muss in der Lage sein, finanzielle Fragen transparent zu gestalten, offen zu kommunizieren und eine kontinuierliche Überwachung durch die Projektbeteiligten zu ermöglichen. Mehr Menschen werden ein Projekt unterstützen, wenn die finanziellen Bedingungen transparent und leicht zu verstehen sind und nicht nur einer kleinen Gruppe von Personen besondere finanzielle Vorteile verschaffen.

Beispiel #5 Finanzielle Transparenz

trio

Die Kosten für das Projekt sind einfach: Druck- und Lieferkosten sowie Ausgaben für das Grafikdesign. Da alle Mitarbeiter*innen ehrenamtlich tätig sind, gibt es keine Gehalts- und Lohnzahlungen. Eine kleine Druckerei druckt eine Zeitung für 10 HUF, eine große Druckerei für 6,5 HUF, das Honorar für den Grafiker beträgt 50 000 HUF.



MODEL/TOOL #8

Institutionalisierung

Finde Freiwillige und Kolleg*innen mit denen Du arbeiten möchtest

AUFBAU VON PERSONAL

Entwirf eine interne Kommunikation und verwende Social Media für die externe

KOMMUNIKATION

Kreiere einen Budget, sowie einen Kosten- und Ertragsplan

FINANZIELLE FRAGEN

Mache eine Struktur und definiere Rollen und Verantwortlichkeiten

ROLLEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

Liste die wichtigsten Aufgaben und mache eine Prozessbeschreibung

MINIMALE PROZESSENTWICKLUNG

BEISPIEL #6-PRINT IT YOURSELF-FRÜHZEITIGE INSTITUTIONALISIERUNG DES PROJEKTS



Mitarbeiter*innen aufbauen: Lange Zeit stützte sich das Redaktionsteam auf eigene Freunde und Bekannte, um Artikel zu schreiben und zu verbreiten. Erst später, in der Wachstums- und Aufbauphase, wurde daraus ein nationales Netzwerk, dem sich Koordinator*innen und lokale Verteiler*innen anschlossen.

Rollen und Verantwortlichkeiten: In den Anfängen gab es keine Struktur, keine Rollenverteilung, sondern nur klare Rollen aus professioneller Sicht.

Minimale Prozessentwicklung: Es wurde der Versuch gestartet, einen professionellen Organisationsentwickler hinzuzuziehen, mit dem man nicht ganz zufrieden war.

Finanzielle Fragen: Da das Projekt von vornherein über ein geringes Budget verfügte, wurden die für die Durchführung des Projekts erforderlichen Mittel hauptsächlich durch Spenden aufgebracht. Erst relativ spät, kurz vor den Wahlen, erhielt es eine größere Finanzierung (Frühjahr 2022).

Kommunikation: Das Projekt war nicht nur in Ungarn, sondern auch im Ausland erfolgreich. Über den Projektleiter wurde in zahlreichen Zeitungen und Internetartikeln berichtet. Auch wenn dies nicht immer in direktem Zusammenhang mit dem Projektziel stand, kam die Öffentlichkeitsarbeit dem Projekt sehr zugute.

ÜBUNG #6

Basierend auf der
Projektbeschreibung,
mache eine Liste von Dos
und Don'ts

CHECKLISTE, DOS UND DON'TS

trıc



MODUL #5

Nachhaltigkeit und Zukunftspläne

Unter sozialer Wirkung versteht man alle signifikanten oder positiven Veränderungen, die soziale Ungerechtigkeiten und Herausforderungen lösen oder zumindest angehen.

Phasen der SW:

- Formulierung des übergreifenden sozialen Problems
- Identifizierung von Ressourcen und Bedürfnissen
- Festlegung von Zielen und Strategien
- Überwachung der Ergebnisse, Analyse der Zahlen
- Entwicklung und Innovation

MODEL/TOOL #9 SOZIALE WIRKUNG

tríc

Beispiel #8-Print It Yourself – soziale Wirkung und Zukunftspläne

Der Wendepunkt des Projekts waren die Vorwahlen 2022, als die NGOs, die die Vorwahlen organisierten, die Projektleiter baten, dieses Forum zu nutzen, um die freiwilligen Stimmzähler (22 000 Personen) zu informieren.

Die App, die im Google Play Store heruntergeladen werden kann, vervielfachte die Wirkung des Projekts. Auf dem Höhepunkt des Projekts verteilten 150 lokale Aktivist*innen 1,3 Millionen Exemplare pro Tag, an einem Tag gingen mehr als 80 Selfies ein, d. h. das Material wurde in den Monaten vor den Wahlen in 80 Siedlungen pro Tag verteilt.

Im Moment ist die Aktivität deutlich zurückgegangen, es gibt kein geeignetes politisches Umfeld. Es ist denkbar, dass das Projekt zu den Kommunal- und EU-Wahlen 2024 wieder anspringt.

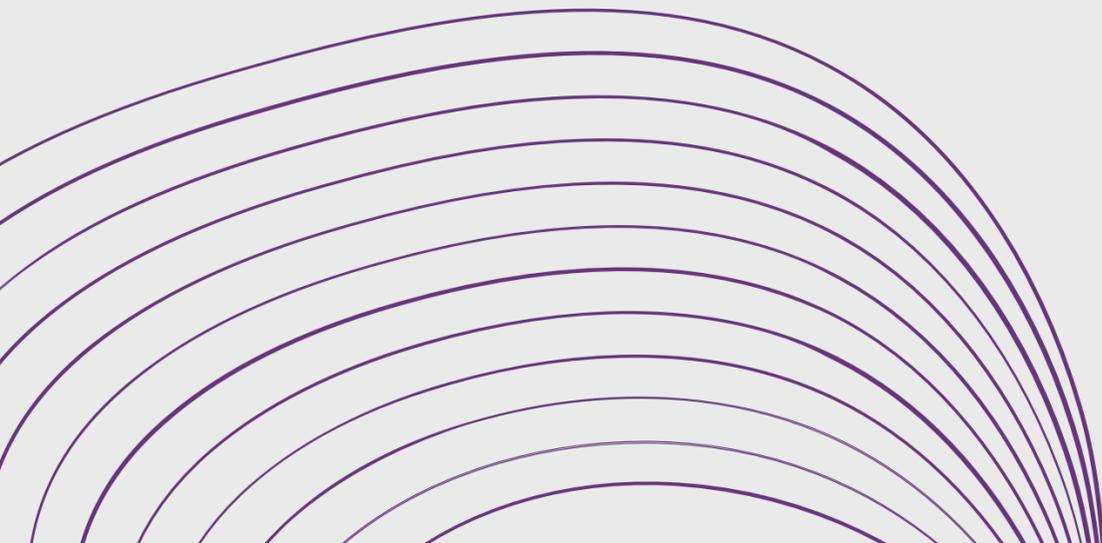
ÜBUNG #7 – AKTIONSPLAN



**Wenn Du ein
Entscheidungsträger wärst,
wie würdest Du beginnen?**



**Was kannst Du als
Bürger*in tun?**



**Vielen Dank für Deine
Aufmerksamkeit!**



**Co-funded by
the European Union**

DISCLAIMER:

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 OeAD-GmbH wider. Weder die Europäische Union noch die OeAD-GmbH können dafür verantwortlich gemacht werden.



**Co-funded by
the European Union**