



COMMUNITY BUILDING STRATEGIE

Projektergebnis 3

PROJEKTNUMMER

2021-1-AT01-KA220-YOU-000034217

AUTOR

Einführung

In diesem Dokument wird die Strategie für den Aufbau einer Gemeinschaft im Rahmen des Projekts Women4Green vorgestellt. Es beschreibt die Strategie und die geplanten Instrumente zur Schaffung und Aktivierung einer lebendigen und inspirierenden Gemeinschaft. Darüber hinaus werden die Zielgruppen des Projekts und ihre Bedürfnisse identifiziert und erklärt, wie sie erreicht werden können. Die Strategie zum Aufbau einer Gemeinschaft gibt Informationen und Vorschläge, um die beste Reichweite und Wirkung einer On- und Offline-Gemeinschaft zu erzielen, wobei sowohl das Konsortium als auch die individuellen Aktivitäten der Partner berücksichtigt werden.

Women4Green ist ein Projekt, das darauf abzielt, Frauen und Mädchen an Berufe im grünen Sektor heranzuführen, da in diesem Bereich ein Geschlechtergefälle zu beobachten ist, obwohl diese Berufe gute Zukunftsaussichten haben.

Die Strategie der Gemeinschaftsbildung ist von zentraler Bedeutung für die Verwirklichung der Projektziele, da die Zielgruppen erreicht und mit relevanten Inhalten angesprochen werden, um

- das Bewusstsein und Interesse junger Frauen für künftige relevante Berufe in der grünen Wirtschaft zu wecken und so zur Gleichstellung der Geschlechter in diesem Berufsfeld beizutragen
- junge Frauen zu befähigen, sich für einen Arbeitsplatz in der grünen Wirtschaft zu entscheiden
- Anpassungen bei der Berufsorientierung von Jugendlichen einleiten, wobei der Schwerpunkt auf der Berufsorientierung für Arbeitsplätze in der grünen Wirtschaft liegt und ein geschlechtersensibler Ansatz berücksichtigt werden muss
- ein klares Verständnis und einen Überblick über bestehende/entstehende Arbeitsplätze in der grünen Wirtschaft und die erforderlichen Fähigkeiten/Kompetenzen sowie Informationen über diesbezügliche Bildungswege zu vermitteln.

Die Gemeinschaftsbildung wird im Rahmen des Projekts gefördert, aber sie wird im Rahmen der transnationalen Zusammenarbeit noch weiter vorangetrieben. Im Rahmen der geplanten LTT-Veranstaltungen können junge Frauen einerseits Informationen und Erfahrungen austauschen sowie sich gegenseitig stärken und unterstützen, wenn es um die Aufnahme einer Karriere in einem grünen Beruf geht. Andererseits können sich auch die teilnehmenden Jugendorganisationen und Organisationen der Jugendberufsorientierung persönlich austauschen und vernetzen und erhalten durch den gemeinsamen Austausch und die Analyse im Rahmen der Veranstaltungen einen konkreteren Einblick, wie sie junge Frauen gezielt ansprechen können.

Während der gesamten Projektlaufzeit steht die Gemeinschaftsbildung im Vordergrund, die zum einen durch die Bereitstellung einer gemeinsamen Plattform für den Austausch interessierter junger Frauen und guter Praktiken und zum anderen durch die Durchführung verschiedener Workshops mit Expert:innen und Vorbildern in diesem Bereich erleichtert wird. Darüber hinaus werden für die Bereitstellung von zusätzlichem inspirierendem und attraktivem Input Podcast-Episoden generiert, die Frauen einbeziehen, die bereits erfolgreich im Bereich der grünen Jobs arbeiten, Unternehmen in diesem Bereich oder auch Personen, die in der Berufsorientierung tätig sind.

ÖJAB ist der Partner, der für die Gemeinschaftsbildungsstrategie verantwortlich ist und deren Umsetzung überwacht, die vom gesamten Konsortium aktiv unterstützt und umgesetzt wird. Jeder Partner wird sich daher aktiv an der Förderung, dem Austausch und der Versorgung der Gemeinschaft

des Projekts beteiligen und so zu den besten Ergebnissen und einer positiven Bewertung beitragen. Jeder Partner wird einen Community-Building-Workshop gemäß dem vorgestellten Konzept durchführen und zu zwei internationalen Community-Building-Workshops beitragen. ÖJAB und SBCT werden Beiträge für die Online-Community erstellen und diese einmal wöchentlich veröffentlichen (jede Organisation), während Jonathan die Online-Community koordiniert und für die Erstellung von ansprechenden Geschichten sowie für den schriftlichen Austausch mit der Community verantwortlich sein wird.

Um der Gemeinschaft interessante Inhalte zu bieten, soll ein Podcast entwickelt werden. ÖJAB wird das Konzept für den Podcast entwickeln und 3 englische Episoden produzieren. Jeder andere Partner wird 1 Episode in seiner Landessprache produzieren.

1. Theoretischer Input

1.1 Ermächtigung der Frauen

Frauen und Mädchen machen mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung aus und sind in vielen Regionen deutlich stärker als Männer und Jungen von Armut, Klimawandel, Ernährungsunsicherheit und -knappheit, unzureichender Gesundheitsversorgung, globalen Wirtschaftskrisen und Umweltkatastrophen betroffen. Sie sind in allen Gesellschaften in unverhältnismäßig hohem Maße vielfältigen Formen von geschlechtsspezifischer Diskriminierung und Gewalt ausgesetzt, die häufig ungestraft bleiben. Die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern ist ein globales Phänomen, das Frauen und Mädchen ihrer Menschenrechte und Chancen beraubt. Diese Benachteiligung sollte bis 2030 im Rahmen der Ziele für nachhaltige Entwicklung angegangen und verringert werden. Daher ist die Gleichstellung der Geschlechter als eigenes Ziel Nr. 5 in die SDGs aufgenommen worden.



Um dieses Ziel zu erreichen, ist die politische und wirtschaftliche Teilhabe und Einbeziehung entscheidend. Indem das Projekt Women4Green junge Frauen und Mädchen dabei unterstützt, sich um Arbeitsplätze im grünen Sektor zu bemühen, steht es im Einklang mit diesem Ziel, insbesondere mit dem Ziel Nr. 5.5 Gewährleistung der vollen und effektiven Beteiligung von Frauen und ihrer Chancengleichheit in Führungspositionen.

Der Klimawandel und die Umweltzerstörung sind zwei der zentralen Herausforderungen der Zukunft. Aus diesem Grund ist eine wirtschaftliche Neuausrichtung auf Nachhaltigkeit unabdingbar. Es ist daher wünschenswert, Frauen und Mädchen aktiv in diesen Prozess einzubeziehen und diesen Wandel nach ihren Bedürfnissen zu gestalten.

1 <https://sdgs.un.org/goals>

Die Beteiligung an politischen und wirtschaftlichen Prozessen und Entscheidungen ist ein wesentlicher Bestandteil der Rechte von Frauen und Mädchen. Obwohl Frauen auf allen Ebenen an der Entscheidungsfindung beteiligt sind, erfolgt ihre Beteiligung oft unter ungleichen Bedingungen, behindert durch geschlechtsspezifische Normen und Erwartungen, die ihren Zugang zu gesellschaftlich entscheidenden Positionen in Politik und Wirtschaft beschränken. Dies führt dazu, dass wichtige Chancen verpasst werden, sowohl für den Einzelnen als auch für die Gemeinschaften. Denn Frauen haben oft ein geringeres Einkommen, leben aber gleichzeitig häufiger in einem Haushalt mit Kindern, was das Armutrisiko für Frauen und Kinder erhöht.

Es gibt verschiedene Ansätze für die Stärkung der Rolle der Frau, aber fünf Komponenten werden oft als zentral angesehen (und können in verschiedenen Lebensbereichen angewendet werden):

- Das Selbstwertgefühl von Frauen;
- Ihr Recht, Entscheidungen zu treffen und zu bestimmen;
- Ihr Recht auf Zugang zu Chancen und Ressourcen;
- ihr Recht, über ihr eigenes Leben innerhalb und außerhalb der Wohnung zu bestimmen, und
- Ihre Fähigkeit, die Richtung des gesellschaftlichen Wandels zu beeinflussen, um eine gerechtere Sozial- und Wirtschaftsordnung auf nationaler und internationaler Ebene zu schaffen. ¹

Das Projekt Women4Green setzt an allen 5 Komponenten an, indem es junge Frauen und Mädchen befähigt, fundierte Entscheidungen über ihre berufliche und wirtschaftliche Zukunft zu treffen. Hinderliche Geschlechterrollen werden in Frage gestellt und damit neue Perspektiven eröffnet, die auch lukrative Arbeitsmöglichkeiten ermöglichen, die eine solide wirtschaftliche Basis sichern. Darüber hinaus werden Frauen zu Akteurinnen eines nachhaltigen Wandels. Grüne Arbeitsplätze stellen eine neue Art der Beschäftigung dar, die noch nicht in der Geschichte und Trägheit sozialer Ungleichheit gefangen ist. Dies könnte eine Chance für eine gerechtere Aufteilung des Einkommens zwischen Kapital und Arbeit darstellen. Diese Chance kann auch Frauen helfen, Karrierewege einzuschlagen, die es ihnen ermöglichen, finanziell sicherer zu werden und sich und ihre Familien zu unterstützen. ²

Langfristig ermöglicht dies einen Türöffner-Effekt, d.h. dass zunächst wenige Frauen diese Berufe ergreifen, aber als Vorbilder durch Beziehungen und Netzwerke auch anderen Frauen der Zugang zu diesen Berufen zunehmend erleichtert wird.

Darüber hinaus bedeutet dies, dass Frauen aktiv an der Lösung der dringlichsten Probleme der Zukunft beteiligt sind und diese langfristig angehen. Dies wiederum ermöglicht, dass die Bedürfnisse der Frauen bei der Bewältigung dieser Zukunftsprobleme berücksichtigt werden und nicht ein Kompromiss zwischen sozialer Gerechtigkeit und ökologischem Bewusstsein eingegangen wird.

¹ <https://www.empowerwomen.org/en/community/discussions/2016/11/five-major-components-of-womens-empowerment>

² <https://www.greengrowthknowledge.org/research/green-jobs-and-women-workers-employment-equity-equality>

1.2 Die Rolle der Gemeinschaften bei der Stärkung der Rolle der Frauen

Gemeinschaften spielen eine wichtige Rolle bei der Stärkung der Rolle der Frauen. Hier finden die Frauen Unterstützung, Ermutigung und Informationen, die es ihnen erleichtern, nachhaltige Entscheidungen für ihr Leben zu treffen. Außerdem werden Beziehungen und Netzwerke geknüpft, die Karrieren ermöglichen, indem sie den Zugang zu Arbeitsplätzen ermöglichen oder erleichtern. Der Einzelne erfährt so etwas über Karrierewege, relevante Qualifikationen und lernt potenzielle Arbeitsplätze und Arbeitgeber kennen.

Auf der psychosozialen Ebene finden die Frauen in den Gemeinschaften eine Anlaufstelle. Hier können sie sich - idealerweise vertrauensvoll - austauschen und finden Unterstützung, Inspiration und positive Zeugnisse. Dies ist besonders wichtig, wenn Positionen oder Entscheidungen getroffen werden, die über die Norm hinausgehen. Grüne Arbeitsplätze sind keine klassischen Frauenberufe, weil sie nicht von sozialen Komponenten dominiert werden. Infolgedessen sind diese Berufe für Frauen weniger offensichtlich, was sie zu einer Option abseits der Norm macht, und Frauen finden zunächst weniger Bestätigung, wenn sie einen solchen Weg einschlagen. Eine Community kann dies abfedern, indem sie Gleichgesinnte zusammenbringt und in den Austausch bringt, und indem sie Identifikationsfiguren aufzeigt, die einen solchen Weg eingeschlagen haben.

Da der grüne Sektor noch recht neu ist, sind die Zahlen und Studien zu diesem Bereich noch recht überschaubar. Da der grüne Sektor ein neuer Sektor ist, sind die Vorurteile in diesem Bereich noch nicht so stark ausgeprägt und verfestigt. So gibt es Studien, die belegen, dass Frauen diesen Bereich als relativ attraktiv und greifbar wahrnehmen³. Alternativ kann man sich auch an Studien über MINT und Frauen orientieren, da es in diesem Bereich große Überschneidungen gibt.

2. Vision und Auftrag

Die Gemeinschaftsbildung ist eine der wichtigsten Säulen des Women4Green-Projekts, da sie einerseits zur Erreichung der allgemeinen Ziele des Projekts beiträgt, andererseits aber auch alle anderen Projektaktivitäten und -ergebnisse unterstützt, indem sie bei einem interessierten Publikum bekannt gemacht wird.

Eine starke und inspirierende Gemeinschaft ist wichtig für

- das Bewusstsein und das Interesse junger Frauen für künftige relevante Berufe in der grünen Wirtschaft zu wecken und so zur Gleichstellung der Geschlechter in diesem Berufsfeld beizutragen
- junge Frauen zu befähigen, sich für einen Arbeitsplatz in der grünen Wirtschaft zu entscheiden
- Anpassungen bei der Berufsorientierung von Jugendlichen einleiten, wobei der Schwerpunkt auf der Berufsorientierung für Arbeitsplätze in der grünen Wirtschaft liegt und ein geschlechtsspezifischer Ansatz berücksichtigt werden sollte

³ <https://www.unido.org/news/how-can-more-women-power-transition-green-industry>

- ein klares Verständnis und einen Überblick über bestehende/entstehende Arbeitsplätze in der grünen Wirtschaft und die erforderlichen Fähigkeiten/Kompetenzen zu vermitteln sowie Informationen über diesbezügliche Bildungswege bereitzustellen.

Um dies zu erreichen, verfolgt das Community Building die Vision, eine lebendige Gemeinschaft von jungen Frauen und Mädchen zu schaffen. Mit, über und durch die Gemeinschaft werden berufliche Perspektiven eröffnet. Frauen und Mädchen lernen neue Berufe kennen und erfahren, wie sie diese erreichen können. So werden nicht nur Berufe, sondern auch relevante Bildungswege bekannt gemacht. Mit diesem Wissen werden Frauen und Mädchen befähigt, bewusste Entscheidungen über ihre berufliche Laufbahn zu treffen und sie somit bewusst zu gestalten.

Die Mitglieder der Community sollen Anregungen und Austausch zur Berufswahl finden und die Möglichkeit haben, ihre diesbezüglichen Wünsche und Ziele zu reflektieren, denn oft ändert sich die Gewichtung bestimmter Rahmenbedingungen im Laufe der Zeit und so werden oft Studien, Ausbildungen begonnen und später ganz andere Berufe ausgeübt.

Im Idealfall bietet die Community eine Anlaufstelle für Fragen und Anregungen zu Berufswahl und Nachhaltigkeit und entwickelt eine Eigendynamik, d.h. die Community wird nicht nur vom Gastgeber (dem Projekt) mit Inhalten gefüttert, sondern auch durch den Austausch der Mitglieder mit Inhalt und Leben gefüllt. So soll die Diskussion und der Austausch zwischen den Mitgliedern angeregt und inspiriert werden. Eine Gemeinschaft lebt und wird auch durch einen starken Austausch unter den Mitgliedern gespeist, sowohl über inhaltsbezogenes Wissen, Kompetenzen, aber auch über damit verbundene Möglichkeiten, direkte Erfahrungen, d.h. persönliche Erfahrungen mit grünen Jobs/Praktika, auch über "Ausbildungswege, die sie beginnen und verfolgen können, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen.

Den Studien zufolge sollte eine Online-Community drei Hauptansätze verfolgen:

- **Informieren:** Teilen und Verbreiten von relevanten Informationen für Karrieren im grünen Sektor
- **Engagieren:** Schaffen Sie ein unterstützendes und inspirierendes Umfeld.
- **Empowerment:** Kampf gegen einschränkende Rollenbilder

Der Aufbau einer Gemeinschaft ist von entscheidender Bedeutung, da er die Zielgruppe direkt einbezieht und dauerhaft aktiv ist.

3. Zielgruppen

Die Community richtet sich in erster Linie an junge Mädchen und Frauen in der Phase der Berufsorientierung, aber auch in der Phase der Neuorientierung (z.B. nach Beginn des Erststudiums). Aufgrund des thematischen Schwerpunkts spricht die Community vor allem Personen an, die sich am

Ende ihres ersten Bildungsweges befinden. Da die Community jedoch online eingerichtet ist, steht sie auch anderen Personen offen, unabhängig von Geschlecht, Alter usw.

Indirekte Zielgruppen sind Personen, die die Berufsorientierung unterstützen und junge Frauen an alternative oder neue Berufswege heranzuführen, wie Lehrer, Ausbilder und Jugendbetreuer.

Die Inhalte der Community werden primär in englischer Sprache veröffentlicht, was einerseits den Nutzerkreis über Ländergrenzen hinweg öffnet, ihn aber gleichzeitig natürlich aufgrund der notwendigen Sprachkenntnisse möglicherweise einschränkt. Gerade jüngere Generationen zeigen eine hohe Affinität zu englischsprachigen Inhalten, so dass diese eher als Potenzial wahrgenommen werden. Zudem sollen die Inhalte recht einfach und niedrigschwellig gehalten werden, so dass die notwendigen Sprachkenntnisse nicht zu anspruchsvoll sind.

4. Umsetzung

4.1 Online-Community

4.1.1 Strategie zum Aufbau einer Gemeinschaft und Kampagne in den sozialen Medien

Im Rahmen des Women4Green-Projekts werden sowohl eine Strategie zur Gemeinschaftsbildung als auch eine Social-Media-Kampagne entwickelt. Beides wird größtenteils in den sozialen Medien stattfinden, wobei sich die Gemeinschaftsbildung auf eine Instagram-Gruppe konzentriert, neben einer Facebook- und Instagram-Projektseite. Social-Media-Kampagne und Community Building haben unterschiedliche - sich ergänzende - Schwerpunkte. Die Social-Media-Kampagne zielt darauf ab, über das Projekt selbst zu informieren, die Projektergebnisse zu fördern und die Projektinhalte zu verbreiten. Auf diese Weise erfüllt sie den Informationsauftrag der Social-Media-Kanäle.

Das Community Building konzentriert sich daher mehr auf den zwischenmenschlichen Austausch, den sozialen Charakter des Social Media Auftritts. Es geht also viel mehr um die Gestaltung der Interaktion mit und innerhalb der Gemeinschaft, die sich durch und um das Projekt herum bildet. Aber es nutzt und bezieht sich auch auf die Projektaktivitäten und -ergebnisse.

4.1.2 Rahmen für eine Online-Gemeinschaft

Jede Gemeinschaft braucht engagierte und interessierte Mitglieder, die eine Gemeinschaft tragen, beleben und voranbringen. Im Wettbewerb des Internets um Aufmerksamkeit ist es eine besondere Herausforderung, interessierte Menschen zu gewinnen und zu binden, zumal man auch Menschen ansprechen will, die sonst weniger Kontakt mit den Themen des Projekts haben, um eine größere Wirkung zu erzielen und Menschen "außerhalb der Blase" zu erreichen.

Aus diesem Grund sollte ein Online-Community-Building-Workshop der Startpunkt der Community sein. So können sich bereits interessierte Teilnehmer:innen online aktiv mit den Themen auseinandersetzen. Um einen aktiven Austausch und Gemeinschaftsgeist zu generieren, sollten rund um diesen Startpunkt viele spannende Impulse gesetzt werden, die Anregung bieten und Menschen binden.

Wichtig ist auch, dass ein Schneeballeffekt entsteht, damit die Community nach diesem Startschuss weiter wächst und nicht versiegt. Zu diesem Zweck können Impulse gesetzt werden, um andere Menschen auf die Inhalte der Plattform aufmerksam zu machen.

In Bezug auf die Social-Media-Kampagne werden die genannten Social-Media-Kanäle (Instagram und Facebook) im Rahmen der Community-Building-Workshops genutzt, verlinkt und beworben.

Alle Gemeinschaftsdokumente und -aktivitäten müssen einen offensichtlichen Bezug zum Projekt aufweisen, indem das Projektlogo und das Erasmus+ Logo verwendet werden und ein ähnlicher Farbcode und Stil verwendet wird (siehe Verbreitungsstrategie).

Deshalb haben wir einen wiedererkennbaren Stil für die Darstellung des Inhalts in Form von Vorlagen gewählt, die mit dem Design der Website und der Farbpalette von W4G übereinstimmen.

Für persönliche Erklärungen, die mit dem Porträt dieser Personen geteilt werden, wird ein gemeinsamer Stil (z. B. schwarz-weiß mit farbigen Highlights) bevorzugt.

Jeder Beitrag muss die unterschiedlichen Seitenverhältnisse von Facebook und Instagram berücksichtigen.

Instagram: 1080 px x 1080 px und vertikales Format

Facebook: 1200 x 627 px und Querformat

4.1.3 Zugang zur Online-Community

Das Projekt sieht sich im Zwiespalt, viele Menschen zu erreichen, aber vor allem die Zielgruppe: Frauen* und Mädchen*. Obwohl der Zugang zur Community niedrigschwellig sein soll, soll die Community einen sicheren Raum für vertrauensvollen und intimen Austausch unter Frauen* und Mädchen* bieten. Daher wird es eine vorherige Zugangsbeschränkung und Kontrolle durch die Admins geben, um nur Frauen* und Mädchen* Zugang zu gewähren. Bei Auffälligkeiten und Verstößen gegen die selbst auferlegten Community-Regeln werden zudem Personen aus der Community ausgeschlossen.

Gleichzeitig werden die Follower (=Mitglieder der Community) immer wieder aufgefordert, neue Personen hinzuzufügen oder auf Inhalte im Social-Media-Kanal aufmerksam zu machen (siehe Aktivitäten).

4.1.4 Moderation einer Online-Community

Jede Online-Gemeinschaft braucht Moderation. Die Aufgaben der Moderation sind:

- Sicherstellung der Einhaltung der Gemeinschaftsregeln
- Erleichterung einer respektvollen Interaktion zu den definierten Themen der Gemeinschaft
- Bereitstellung von Inhalten für fruchtbare Diskussionen oder Bereitstellung geeigneter Inhalte und Aufforderungen zum Handeln
- Schriftlicher Austausch mit der Community (z.B. Beantwortung von DMs)

So trägt die Moderation wesentlich zur Atmosphäre einer Online-Community bei, indem sie die Grenzen der Interaktion definiert und sicherstellt. In unserem Fall sollte diese Atmosphäre von Respekt, Neugierde, Objektivität und Motivation geprägt sein.

Bei der Moderation der Online-Community müssen die Ressourcen und Fähigkeiten der Partner berücksichtigt werden. Es sollten genügend Admins eingesetzt werden, um bei Bedarf schnell reagieren zu können. Die Moderation der Online-Community wird in Verantwortungsbereiche unter den Partnern aufgeteilt;

(1) Instagram-Postings vorbereiten & hochladen: SBTC & ÖJAB

(2) Gesamtüberblick/ Inhaltsstrategie und Engagement für die Gemeinschaft: Jonathan

(1) Mindestens zwei Beiträge und eine Geschichte sollten pro Woche geteilt werden, um Kontinuität zu gewährleisten. Der Posting-Tag des SBTC ist der Dienstag, während der ÖJAB jeden Donnerstag einen Beitrag hochladen wird. Die Beiträge können informativ sein und/oder eine Ergänzung zu den Geschichten von Jonathan darstellen. Die thematische Aufteilung ist wie folgt:

SBTC: Motivierende Zitate, Vorbilder, Statistik & Wissenschaft (Zahlen & Fakten), Potenzialentfaltung

ÖJAB: Bildungsinhalte, Vorstellung verschiedener Green Jobs, Fragen, Berufsorientierung

Damit Jonathan seine Geschichten auf die Postings abstimmen und eine entsprechende Content-Strategie entwickeln kann, stellen SBTC und ÖJAB [hier](#) ihre Postings für den Folgemonat im Rahmen des Postingplans vor.

(2) die Geschichten sollen interaktiv sein, anregend und zum Mitmachen einladen (z. B. durch Fragen an die Gemeinschaft in den Geschichten). Interaktive Inhalte müssen immer eine Aufforderung zum Handeln enthalten, wie z. B. die Teilnahme an einer Umfrage, die Mitteilung Ihrer Meinung, Ihre Sichtweise usw. Jeder Beitrag muss Text und ein grafisches Element (wie ein Bild oder eine Animation) enthalten. Die relevantesten, interessantesten, beliebtesten, lustigsten usw. Inhalte werden von Jonathan in einem Instagram-Reel zusammengefasst.

4.1.5 Regeln für die Gemeinschaft

Im Vorfeld wird ein Verhaltenskodex aufgestellt. Der Kodex bietet eine Anleitung für die Moderation und einen Rahmen für die Gemeinschaft. Dieser Verhaltenskodex ist auf der Website für alle sichtbar und zugänglich verankert und enthält Ziele, Werte und Regeln. Die Einhaltung der Regeln wird von der Moderation überwacht.

Die Regeln der Women4Green-Gemeinschaft sind in ANHANG 1 zu finden.

5. Workshops zur Gemeinschaftsbildung

5.1 Konzept für Workshops zur Gemeinschaftsbildung

Ziel der Community Building Workshops ist es, interessierte Menschen zu erreichen und sie für die Ziele des Projekts zu gewinnen. Während der Projektlaufzeit sollten 4-6 Workshops zur Gemeinschaftsbildung durchgeführt werden.

Die gemeinschaftsbildenden Workshops sollten alle den gleichen Geist verkörpern wie die Gemeinschaft selbst: interaktiv, informativ, ermächtigend. Mit Ausnahme der Auftakt- und Abschlussveranstaltung richten sich die gemeinschaftsbildenden Workshops an ein lokales Publikum. Die Kick-Off-Veranstaltung ist online und international und bildet daher eine Ausnahme vom allgemeinen Konzept. Der Kick Off Workshop wird von allen Partnern gemeinsam organisiert, während die lokalen Workshops von einem Partner organisiert werden. Daher werden die lokalen Workshops in der jeweiligen Landessprache abgehalten und haben einen regionalen Bezug.

Für jeden Workshop muss ein passendes Thema und ein Titel gefunden werden, der eine junge Zielgruppe anspricht, Interesse weckt und Lust auf die Veranstaltung macht. Es sollte darauf geachtet werden, dass die Moderation von einer Frau* übernommen wird und auch das Podium weiblich besetzt ist.

5.2 Zielgruppen:

Die Community-Building-Workshops richten sich in erster Linie an junge Mädchen und Frauen in der Berufsorientierungsphase, aber auch in der Umorientierungsphase (z.B. nach Beginn des Erststudiums). Aufgrund der thematischen Ausrichtung spricht die Community vor allem Menschen gegen Ende ihres ersten Bildungsweges an.

Der Community-Building-Workshop kann auch (nur oder zusätzlich) die indirekte Zielgruppe der Personen ansprechen, die die Berufsorientierung unterstützen und junge Frauen an alternative oder neuartige Berufswege heranführen, wie z. B. Lehrer, Ausbilder und Jugendarbeiter. Um ausschließlich diese Zielgruppe zu erreichen, wird ein Online-Community-Workshop in der Mitte nur für diese Zielgruppe durchgeführt. Dabei wird davon ausgegangen, dass ein Online-Format und die englische Sprache weniger eine Barriere für diese Zielgruppe darstellen und Ausbilder eine relevante Multiplikatorengruppe sind.

Je nach Thema kann der Gastgeber entscheiden, dass der Community Building Workshop nur für LGBTIQ+-Personen offen ist. Dies kann bei intimeren oder kontroversen Themen sinnvoll sein.

Im Gegensatz zur Online-Community sind die Workshops zur Gemeinschaftsbildung (meist) regional ausgerichtet. Daher können die Workshops in der Landessprache abgehalten werden, da dies insbesondere für Menschen mit geringeren Englischkenntnissen persönlicher und einfacher ist.

5.3 Teilnehmer:innenrekrutierung:

Entscheidend für den Erfolg der Community Building Workshops ist es, interessierte und geeignete Teilnehmer:innen zu finden. Je nach Thema kann eine unterschiedliche Anzahl von Teilnehmer:innenn

sinnvoll sein. Sensiblere Themen oder interaktive Formate lassen sich besser mit einer kleineren, vertrauten Gruppe bearbeiten. Daher muss für jeden Community Building-Workshop abgewogen werden, wie viele Personen und auf welchen Wegen Teilnehmer:innen gesucht werden sollen. Es kann auch sinnvoll sein, einen Workshop für eine bereits bestehende Gruppe (z.B. eine Schulklasse) anzubieten. Diese Entscheidung hängt auch von den bestehenden Netzwerken des Konsortiums und den nationalen Bestimmungen (insbesondere für die Arbeit mit öffentlichen Bildungseinrichtungen) ab.

Daher bietet die folgende Liste Ideen für eine breitere Rekrutierung von Teilnehmer:innenn, die unabhängig von den Netzwerken oder dem Hintergrund der Organisation ist.

Um interessierte Teilnehmer:innen zu finden, können die folgenden Online-Kanäle genutzt werden:

- die Projekt-Website
- die sozialen Medienkanäle des Projekts
- die Social-Media-Kanäle der Partnerorganisationen.

Je nach nationalem Kontext eignen sich die folgenden Kanäle für die Werbung für die Workshops zur Gemeinschaftsbildung:

- Schulen
- Berufsbildungseinrichtungen
- Staatliche Arbeitslosenzentren
- Jugendzentren
- Jugendclubs
- Online-Plattformen für die Stellensuche
- Online-Foren für die Stellensuche
- Mailinglisten
- und weiter.

Die Rekrutierung von Teilnehmer:innenn sollte immer mit genügend Vorlaufzeit beginnen. Es wird daher empfohlen, die erste Runde der öffentlichen Anwerbung mindestens 3 Wochen im Voraus zu starten. 1 Woche vor der Veranstaltung kann eine weitere Erinnerung verschickt werden oder - je nach Anzahl der Anmeldungen - die Rekrutierung durch die Nutzung neuer Kanäle intensiviert werden. Die informelle Anwerbung in den eigenen Netzwerken kann in anderen Zeiträumen erfolgen.

Da die Community-Building-Workshops darauf abzielen, unsere Gemeinschaft zu vergrößern, wollen wir mit den Teilnehmer:innenn und Interessierten in Kontakt bleiben. Aus diesem Grund sollten die Social-Media-Accounts von Women4Green sichtbar und einladend sein, um neue Leute zu finden, die auch an anderen Projektaktivitäten teilnehmen können. Eine Nachbereitung der Workshops ist daher notwendig und wichtig, um mit interessierten Personen in Kontakt zu bleiben und die Möglichkeit zu haben, sie zu weiteren Aktivitäten einzuladen.

5.4 Vorbereitung:

- Datum und Uhrzeit:** Finden Sie ein Datum und eine Uhrzeit, die für Ihre Zielgruppe attraktiv sind. Berücksichtigen Sie die typischen Schulzeiten in Ihrem Land und wählen Sie eine Zeit danach (-> Nachmittag).
- Veranstaltungsort:** Finden Sie einen geeigneten Ort für den Workshop.
- Titel:** Finden Sie ein attraktives Thema und einen Titel. Wenn die Rekrutierung von Teilnehmer:innen innerhalb der eigenen Organisation oder mit einem Kooperationspartner erfolgt, berücksichtigen Sie das Profil der Teilnehmer:innen für das Konzept des Workshops (in Bezug auf Dauer, Format, mögliche Themen, Bildungsniveau).
- Anmeldung:** Der Gastgeber muss entscheiden, ob eine Anmeldung für den Workshop sinnvoll und nützlich ist.
- Online-Veranstaltung:** Es kann eine Facebook-/Eventbrite-Veranstaltung erstellt werden, um mögliche Teilnehmer:innen zu erfassen und eine Vorstellung davon zu bekommen, wie viele Personen kommen werden.
- Diskussionsteilnehmer:innen:** Finden Sie weibliche Expert:innen und/oder Vorbilder, die für das gewählte Thema geeignet sind und verschiedene bereichernde Perspektiven einbringen können. Podiumsteilnehmer:innen können auch Headhunter oder Personalvermittlerinnen sein.
- Werbung:** Erstellen Sie einen schönen Flyer oder ein Online-Banner, je nachdem, wo Sie die Teilnehmer:innen hauptsächlich finden wollen.
- Werben:** Teilen Sie die Einladung zum Workshop.
- Programm:** Organisieren Sie alles und jeden, der für Ihr Programm notwendig ist
 - Fazilitation
 - Sprecher
 - Material
- Projektförderung:** Stellen Sie sicher, dass der Hinweis auf das Projekt Women4Green und das EU-Förderlogo auf allen Materialien und während der Veranstaltung sichtbar ist.
- Dokumentation:** Erstellen Sie eine Teilnehmer:innenliste und eine Einwilligungliste für Fotos. Machen Sie Fotos.

Zwei internationale Workshops zur Gemeinschaftsbildung zu Beginn und am Ende werden online durchgeführt. Die aufgelisteten Aufgaben werden unter den Partnern aufgeteilt und alle Partner tragen zum Erfolg der internationalen Community Building Workshops bei.

5.5 Allgemeine Tagesordnung:

- Willkommen

Begrüßen Sie die Teilnehmer im Namen Ihrer Organisation und stellen Sie die Hauptpersonen des Workshops vor.

- Einführung in das Thema

Stellen Sie kurz das Thema des Workshops vor, um zu begründen, warum alle hier sind. In kleineren Runden kann der Moderator auch nach dem persönlichen Interesse an dem Thema und den Erwartungen an den Workshop fragen.

- Einführung in das Projekt

Stellen Sie das Projekt Women4Green mit seinen Zielen und kommenden interessanten Aktivitäten vor.

- Thema

Das Hauptthema soll mit tiefen Einblicken und verschiedenen Perspektiven präsentiert werden. Je nach Format kann dieser Teil auch eher interaktiv und persönlich sein.

- Fragen und Diskussion

Lassen Sie Raum für Fragen und Diskussionen, damit die Veranstaltung interaktiv ist.

- Interaktive Diskussion mit sozialen Medien

Stimulierung der Interaktion mit den sozialen Medienkonten des Projekts.

- Bewertung

Bewerten Sie den Workshop. Eine Bewertungsvorlage finden Sie in ANHANG IV.

Dauer: zwischen 45 Minuten und anderthalb Stunden

Länderreferenz: Um eine Länderreferenz zu erstellen, können in dem Land ansässige Unternehmen des grünen Sektors dargestellt oder wichtige Branchen mit einem nachhaltigen Bezug hervorgehoben werden. Andere Möglichkeiten für einen Länderbezug sind Mangelberufe (=Berufe, bei denen die Nachfrage nach Arbeitskräften das Angebot weit übersteigt).

5.6 Dokumentation:

Bitte dokumentieren Sie den Workshop zur Gemeinschaftsbildung mit dem folgenden Material:

- Einladung
- Tagesordnung
- Teilnehmer:innenliste
- Fotografien
- Zusammenfassung der Bewertung

Der Gastgeber eines jeden Workshops zur Gemeinschaftsbildung ist dafür verantwortlich, die oben genannten Dokumente zu sammeln und dem ÖJAB zur Verfügung zu stellen, da sie für den Abschlussbericht benötigt werden.

Zusätzliche Erkenntnisse und Rückmeldungen werden dem Konsortium helfen, die weiteren Workshops zur Gemeinschaftsbildung zu verbessern.

6. Podcast

6.1 Rahmenwerk

Podcasts erfreuen sich seit geraumer Zeit großer Beliebtheit. Sie bieten die Möglichkeit, Themen in verschiedenen Facetten niedrigschwellig zu beleuchten und auch in verschiedene Details zu gehen. Im Kontext unseres Projekts bietet er einen persönlichen Zugang zum Thema, der tiefere Inhalte vermitteln kann. Darüber hinaus können die Podcasts mit der Online-Community interagieren, d.h. die Podcasts können dort beworben werden, aber auch Anregungen aus der Community können in weiteren Podcast-Episoden aufgegriffen werden.

6.2 Podcast-Präsentation

Damit ein Podcast ein interessiertes Publikum findet, muss er ein von außen klar erkennbares Thema, eine Mission oder ein Format haben und einen Wiedererkennungswert besitzen. Der Titel sollte sich auf das entsprechende Thema beziehen, damit Interessierte den Podcast leicht finden können.

Der Titel, eine kurze Beschreibung und ein Bild sind notwendig, um den Podcast auf jeder Podcatcher-Plattform ansprechend zu präsentieren.

Titel: Grüner Job, Traumjob?

Untertitel: Warum grüne Arbeitsplätze gut für Sie und den Planeten sind.

Stichworte: Karriere, Wirtschaft, grüne Arbeitsplätze, Berufsberatung

Podcast-Beschreibung

Grüner Job, Traumjob? - Warum grüne Jobs gut für Sie und den Planeten sind. Sind Sie unsicher bei Ihrer Berufswahl? Willst du herausfinden, wie du den richtigen Job für dich findest UND einen Einfluss auf unseren Planeten hast? In diesem Podcast werden verschiedene Berufe im grünen Sektor vorgestellt, indem Menschen interviewt werden, die diese Berufe ausüben. Sie geben Einblicke, wie sie ihren Traumberuf gefunden haben, wie sie zu ihrem Job gekommen sind, wie der Arbeitsalltag aussieht und was sie an ihrem Job mögen oder hassen.

Der Podcast wird im Rahmen des durch Erasmus+ finanzierten Projekts Women4Green produziert.

HINWEIS: Dies ist nur die allgemeine Beschreibung. Jede Episode braucht eine eigene Beschreibung, die den Inhalt einprägsam zusammenfasst, den Namen des Interviewpartners, seine Stellenbeschreibung und den Sektor, in dem er arbeitet, nennt.

Podcast-Bild



Podcast-Jingle

Der ÖJAB erstellt und teilt einen Podcast-Jingle, der in jeder Podcast-Folge verwendet wird.

6.3 Produktionsplan

Die Produktion jeder Podcast-Episode umfasst dieselben Schritte und Aufgaben.

Forschung

Obwohl dieses Skript einen Redaktionsplan mit Vorschlägen für die zu behandelnden Themen enthält, ist für jede Episode eine Recherche erforderlich. Die Recherche sollte klären, wie wichtig das Thema ist und ob es zum Gesamthema des Podcasts passt. Sie bildet die Grundlage für das Skript der Folge (welche Themen behandelt werden sollen) und welche Interviewgäste eingeladen werden könnten. Wählen Sie einige interessante Fakten aus, die in den Inhalt einfließen und während der Aufnahme als Brücke dienen können (von einer Frage zur nächsten).

Organisation

Diese Aufgabe beinhaltet die Rekrutierung von Interviewgästen, die Expert:innenn sind und ihre Erfahrungen im Podcast teilen können. Es muss ein geeigneter Zeitpunkt für die Vorschau und die Aufnahme festgelegt werden. Der Raum, die Ausrüstung und der Schnitt müssen anschließend organisiert werden.

Skripting

Jede Podcast-Folge braucht ein Skript, das sich an der Übersicht in ANHANG II orientieren kann. Das Skript stellt sicher, dass alle relevanten Themen aufgezeichnet werden und dass interessante Themen behandelt werden. Es ermöglicht auch dem Moderator, der kein:e Expert:in auf diesem Gebiet ist, sich einen Überblick über das Thema zu verschaffen.

Briefing / Vorschau

Vor der Aufnahme der Episode sollte eine Vorschau und ein Briefing mit dem Moderator und dem Interviewpartner stattfinden, da sie eine gemeinsame Vorstellung davon haben müssen, was aufgenommen wird, was abgedeckt werden soll usw. Es ist auch wichtig, dass sie die Zielgruppe und das Ziel des Podcasts kennen, damit sie ihre Antworten vorbereiten können.

Erleichterung

Jede Folge braucht einen Moderator, der durch die Inhaltsblöcke führt, die Fragen stellt und das Interview leitet.

Aufnahme

Die Aufzeichnung kann am gleichen Ort stattfinden oder nicht. In jedem Fall sollte die technische Ausstattung vorab getestet und geprüft werden, ob sie funktioniert und die Personen mit der Anwendung ausreichend vertraut sind. Außerdem muss im Voraus geprüft werden, ob genügend Speicherkapazität vorhanden ist.

Bearbeitung von

Jeder Podcast braucht einen Schnitt. Hier werden alle Themenblöcke in die richtige Reihenfolge gebracht. Die Inhalte werden sinnvoll geordnet und auf das Relevante und Interessante reduziert. Deshalb werden Wiederholungen, Versprecher und Abschweifungen herausgeschnitten. Hilfreich kann ein Schnittskript sein, das Timecodes für den Schnitt (mit Beginn und Ende der relevanten Blöcke) angibt. Am Ende wird der Ton abgemischt.

Freigabe

Jede Folge braucht eine kurze individuelle Beschreibung, die den Inhalt zusammenfasst und den Gast nennt.

Die Podcasts können kostenlos auf Anchor.fm gehostet werden (Hosting bedeutet das Speichern der Datei auf einem Server) und ÖJAB wird die Episoden unter Verwendung der von den Partnern bereitgestellten Dateien hochladen. Der Podcast wird per RSS-Feed auf den folgenden Podcast-Streaming-Plattformen bereitgestellt:

- Spotify (als häufigste Streaming-Plattform)
- GooglePodcasts (als bekannte internationale Streaming-Plattform)

Für die Veröffentlichung muss sichergestellt werden, dass der Podcast im richtigen Format vorliegt und auf verschiedene Podcatcher-Plattformen hochgeladen werden kann, darunter

- Spotify
- GooglePodcasts

Technische Ausrüstung, die notwendig ist:

- Mikrofone
- Kopfhörer
- wahrscheinlich zusätzliche Speicherkarte
- einen Laptop, der über einen ausreichend großen Arbeitsspeicher verfügt, um die Inhalte bearbeiten zu können
- Empfohlene Aufnahmesoftware: Zencastr <https://zencastr.com/>
- Empfohlene Bearbeitungssoftware: Audacity <https://www.audacityteam.org/>
- Gastgeber: AnchorFM

Vorbereitung auf die Podcast-Aufnahme:

- Testen Sie Ihre technische Ausrüstung und Software im Voraus, damit Sie mit der Bedienung vertraut sind. Testen Sie auch, ob die Datenspeicherung richtig funktioniert.

- Achten Sie darauf, dass Sie genügend Zeit für die Aufnahme einplanen (1,5 Stunden: 20 Minuten für den Aufbau und die Vorbereitung, 45 Minuten für die Aufnahme, und etwas freie Zeit).

- Informieren Sie Ihren Interviewpartner im Voraus, damit er eine ungefähre Vorstellung davon hat, warum Sie den Podcast machen. Dies geschieht idealerweise direkt vor der Aufnahme, so dass Sie bereits in einen Gesprächsmodus kommen.

- Achten Sie darauf, in einer ruhigen Umgebung aufzunehmen (Rückengeräusche sind störend, aber auch Geräusche vom Essen, Trinken, Papierrascheln).

- Schalten Sie Töne und Benachrichtigungen aller elektronischen Geräte aus, da sie Sie unterbrechen oder Lärm verursachen können.

6.4 Podcast-Gliederung

Ungefähre Dauer der Podcast-Episode: 25 Minuten

Jede einzelne Podcast-Episode besteht aus denselben Inhaltsblöcken.

NU	Block	Schätzung. Dauer	Verantwortung
1	Jingle	30 Sekunden	Vorproduziert

2	Einführung in den Podcast	2 min	Vorproduziert auf Englisch
3	Einführung in das heutige Thema und den Gast	~ 3 min	Produziert von jedem Partner
4	Interview	15 min	Produziert von jedem Partner
5	Kurze Zusammenfassung / Frage und Antwort / Spaß-Elemente mit einem kurzen klimpern / Highlight von Unternehmen	3 min	Produziert von jedem Partner
6	Outro	1 Minute	Vorproduziert auf Englisch

Der Interview-Leitfaden bietet lediglich einen Überblick darüber, was Sie fragen und welche Inhalte Sie abdecken sollten. Bitte beachten Sie, dass der Podcast von einem gesprächigen und spontanen Dialog profitiert und daher ein bloßes Abspulen der Fragen nicht erwünscht ist.

6.5 Aufgabenverteilung

Die Partner werden bei der Entwicklung des Podcasts zusammenarbeiten. ÖJAB ist für den gesamten Prozess und den Podcast-Kanal verantwortlich. Der ÖJAB entwickelt das allgemeine Podcast-Konzept, den gebrandeten Podcast-Kanal und wird den Podcast-Kanal verwalten. Jeder Partner ist dafür verantwortlich, die Entwicklung seiner eigenen Episode zu organisieren und ein Drehbuch für die Episode zu schreiben. Jeder Partner schneidet die eigene Episode und verfasst eine Beschreibung in Englisch und seiner Landessprache. Der Upload der Episode wird von der ÖJAB durchgeführt.

6.6 Timeline und Inhalt

NU	Freigabe	Thema	Verantwortlich
1	Dezember 2022	Allgemeine Einführung in grüne Arbeitsplätze (EN)	ÖJAB
2	Juli 2023	Digitalisierung (TR)	SBTC
3	September 2023	Umweltechnik (GER)	bit
4	November 2023	Energiesektor (EN)	ÖJAB
5	Februar 2024	Abfallwirtschaft (SW)	Jonathan

6	Juni 2024	Verkehrsplanung/ Energiewirtschaft (IT)	Bit
7	September 2024	Abschluss und Zusammenfassung des Projekts	ÖJAB

7. Timeline

Aufgabe	Zeit und Verantwortlichkeit												
	06/22	07/22	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23
Aufbau der Gemeinschaft	Wise Academy												
Workshops zur Gemeinschaftsbildung					Internationaler Workshop (1. Workshop)					ÖJAB (2. Workshop)		Jonathan (3. Workshop)	
Erleichterung	Geteilte Verantwortung: ÖJAN & SBTC (Erstellen & Hochladen von Beiträgen), Jonathan (Gesamtkoordination der Inhalte & Engagement in der Gemeinschaft)												
Podcast-Einführung							ÖJAB						
Podcast-Veröffentlichungen							ÖJAB (1. Podcast)						

Aufgabe	Zeit und Verantwortlichkeit									
	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	12/23	1/24	2/24	3/24	04/24
Workshops zur Gemeinschaftsbildung				SBTC				Internationaler Workshop		
Erleichterung	Geteilte Verantwortung: ÖJAN & SBTC (Erstellen & Hochladen von Beiträgen), Jonathan (Gesamtkoordination der Inhalte & Engagement in der Gemeinschaft)									
Podcast-Veröffentlichungen	SBTC (2. Podcast)		Bit (3. Podcast)		ÖJAB (4. Podcast)			Jonathan - Abfallwirtschaft (5. Podcast)		

Aufgabe	Zeit und Verantwortlichkeit						
	05/24	06/24	07/24	08/24	09/24	10/24	
Workshops zur Gemeinschaftsbildung							

	International (alle, 5. Workshop)					
Erleichterung	Geteilte Verantwortung: ÖJAN & SBTC (Erstellen & Hochladen von Beiträgen), Jonathan (Gesamtkoordination der Inhalte & Engagement in der Gemeinschaft)					
Podcast- Veröffentlichungen		Bit (6. Podcast): Verkehrspl anung/ Energiewir tschaft			ÖJAB (7. Podcast) (Nachberei tung des Projekts)	

8. Indikatoren und Dokumentation

Um einen guten Überblick über den Erfolg der gemeinschaftsbildenden Maßnahmen im Rahmen des Women4Green-Projekts zu erhalten, sollten die folgenden quantitativen Indikatoren der Aktivitäten dokumentiert werden:

- Anzahl der Beiträge auf den sozialen Medienkanälen
- Anzahl der Follower auf den Social-Media-Kanälen
- Anzahl der Workshops zur Gemeinschaftsbildung
- Anzahl der Teilnehmer:innen an den Workshops zur Gemeinschaftsbildung
- Anzahl der Expert:innen und Vorbilder, die bei den Workshops zur Gemeinschaftsbildung vertreten waren
- Anzahl der Podcast-Episoden
- Anzahl der Podcast-Hörer
- Anzahl der Bewertungen des Podcasts
- Anzahl der im Podcast vertretenen Expert:innen und Vorbilder

9. ANHÄNGE

I) VERHALTENSKODEX

Ziele und Werte der Women4Green-Gemeinschaft

Die Women4Green-Gemeinschaft hat sich zum Ziel gesetzt, junge Frauen und Mädchen zu vernetzen, zu inspirieren und zu unterstützen, damit sie in der grünen Branche arbeiten.

Verhaltenskodex:

- Wir vertrauen darauf und erwarten, dass Sie den sicheren Raum respektieren und dieser Gemeinschaft nur beitreten, wenn Sie sich als Frau* oder Mädchen* identifizieren.
 - Wir behandeln uns gegenseitig mit Respekt, Liebe und Sanftmut
 - Wir akzeptieren, dass es unterschiedliche Meinungen gibt
 - Wir üben Kritik in sachlicher und konstruktiver Weise
 - Wir unterstützen uns gegenseitig, besonders in schwierigen Zeiten
 - Wir nehmen die Sorgen und Nöte der anderen ernst, auch wenn wir sie nicht verstehen können.
-
- Wir halten uns an die geltenden Gesetze!
 - Alle Verstöße gegen das Urheber- und Persönlichkeitsrecht, sowie Beiträge, die Beleidigungen, Verleumdungen, Diffamierungen, Beschimpfungen von Personen oder Organisationen, vulgäre Beiträge enthalten. Gewaltverherrlichung, Diskriminierung, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit oder Sexismus enthalten, sowie menschenverachtende oder verfassungsfeindliche Beiträge haben hier keinen Platz.
 - Persönliche Angriffe, abfällige Kommentare, falsche Behauptungen, Mobbing und Hänseleien haben hier ebenfalls keinen Platz.
 - Werbliche Inhalte und Links sind nicht erwünscht
 - Die Veröffentlichung personenbezogener Daten oder vertraulicher Informationen ist untersagt.
 - Diese Regeln gelten sowohl für den öffentlich sichtbaren Bereich als auch für die persönlichen Nachrichten

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Ansichten der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Verstöße gegen die Gemeinschaftsrichtlinien werden im Interesse der Gemeinschaft verfolgt, da wir eine vertrauensvolle und positive Kommunikation mit der Gemeinschaft und Ihnen aufbauen möchten. Je nach Schwere des Verstoßes wird dieser mit unterschiedlichen Konsequenzen geahndet. Die möglichen Konsequenzen reichen von einer schriftlichen Verwarnung über einen vorübergehenden bis hin zu einem dauerhaften Ausschluss aus der Gemeinschaft. Wenn wir einen Verstoß nicht sehen, melden Sie ihn bitte an communityteam@xyzanbieter.de. Wir werden uns dann darum kümmern!

Mit dem Beitritt zur Women4Green-Community erklären Sie sich mit dem Community-Leitfaden einverstanden. Wir freuen uns auf eine schöne Zeit mit Ihnen und hoffen, dass Sie Ihre berufliche Vision bei uns finden! Wenn du Fragen oder Wünsche hast, kannst du dich jederzeit über AdminaX (Profil verlinkt), oder communityteam@xyzanbieter.de mit uns in Verbindung setzen.

II) LEITFRAGEN FÜR PODCAST-INTERVIEWS:

Diese Fragen sind für die Aufnahme des Podcasts nützlich. Bitte bereiten Sie im Voraus ein Podcast-Skript vor, das auch Folgendes enthält:

- 1) Eine Einführung: Heute spreche ich mit XY.
- 2) Fragen mit Brücken (= Fakten, die den Inhalt zusammenfassen, oder Informationen einführen, die noch nicht mitgeteilt wurden). Scheuen Sie sich nicht, Informationen hervorzuheben, die Sie für wichtig halten.
 - Wer sind Sie und was ist Ihr Beruf? Können Sie sich den Zuhörern kurz vorstellen?
 - Wann haben Sie sich für diesen Beruf entschieden und warum?
 - Was macht ein XY? Und wie sieht ein durchschnittlicher Tag als XY aus?
 - Wie sind Sie zu dieser Stelle gekommen?
 - Welche Fähigkeiten braucht man als XY?
 - Wie hilft Ihre Arbeit der Umwelt/dem Planeten/dem Klima?
 - Was gefällt Ihnen an Ihrem Job am meisten?
Was hassen Sie an Ihrem Job?
 - Was haben Sie erwartet, als Sie beschlossen, XY zu werden?
 - Was ist das Überraschende an Ihrem Job?
 - Was würden Sie jemandem raten, der noch auf der Suche nach einem geeigneten Beruf ist?
- 3) Kurze Zusammenfassung mit der Bedeutung dieses Arbeitsplatzes/Sektors, den Höhepunkten des Interviews und der zukünftigen Bedeutung grüner Arbeitsplätze.
- 4) Vielen Dank, XY, für das Gespräch! Dieses Interview war interessant/anregend aufgrund von ... (fassen Sie besondere Themen zusammen oder heben Sie sie hervor).

III) BEWERTUNGSFORMULAR

Workshop _____

Ort _____

Datum _____

Liebe Teilnehmer:in,

vielen Dank für Ihre Teilnahme an diesem Workshop unseres Women4Green-Projekts.
Bitte füllen Sie diese Umfrage vollständig aus und machen Sie so viele Angaben wie möglich.
Die Ergebnisse werden anonym gesammelt und in einem Bericht zusammengefasst, der an die österreichische Nationalagentur geschickt wird.

Wir danken Ihnen!

1. Wie haben Sie von diesem Workshop erfahren? *

2. War die Moderation des Workshops klar und angemessen? *

Ja

Nein (wenn Sie diese Option gewählt haben, machen Sie bitte unten weitere Angaben)

Kommentare:

3. Wurde das Thema informativ und interessant dargestellt? *

Ja

Nein (falls Sie diese Option gewählt haben, geben Sie dies bitte unten an)

Kommentare:

4. Bewertung des Workshops - Wie zufrieden oder unzufrieden waren Sie mit jedem der folgenden Punkte? *

	Sehr zufrieden	Ziemlich zufrieden	Neutral	Eher unzufrieden	Sehr unzufrieden
Die Organisation des Workshops	<input type="checkbox"/>				
Die verfügbaren Materialien	<input type="checkbox"/>				
Die Diskussionsrunden	<input type="checkbox"/>				
Ihre Erfahrungen mit den Teams/Gruppen	<input type="checkbox"/>				
Die Ergebnisse des Workshops	<input type="checkbox"/>				

Kommentare:

4. Bewertung des Workshops - Wie sind Ihre Gefühle nach dem Workshop? *

	Sehr	Irgendwie	Nicht	Neutral
Motiviert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspiziert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gelangweilt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Bevollmächtigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neugierig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


[women4green.eu](https://www.women4green.eu)

5. Was kann getan werden, um zukünftige Workshops zu verbessern?


[/WomeninPowerforaGreenEconomy](https://www.facebook.com/WomeninPowerforaGreenEconomy)


[/women4green/](https://www.instagram.com/women4green/)

© 2021–2024, Women4Green

