



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

**Modul Kulturunternehmer - Zusammenarbeit
mit lokalen Gemeinschaften:
Stiftung Landkarte der Leidenschaften**



PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646



Erasmus+

**DIE UNTERSTÜTZUNG DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION FÜR DIE ERSTELLUNG
DIESER VERÖFFENTLICHUNG STELLT KEINE BILLIGUNG DES INHALTS DAR, DER
AUSSCHLIESSLICH DIE MEINUNG DER AUTOREN WIDERSPIEGELT, UND DIE
KOMMISSION KANN NICHT FÜR DIE VERWENDUNG DER DARIN ENTHALTENEN
INFORMATIONEN VERANTWORTLICH GEMACHT WERDEN.**



Konsortium

Das Konsortium besteht aus sieben Organisationen aus sechs Ländern, von denen jede ihre eigene Erfahrung und ihr eigenes Fachgebiet hat. Ihr Ziel ist es, die Menschen zu motivieren, aktive Bürgerinnen und Bürger ihrer Gemeinden zu werden und sich in einem größeren Kontext zu engagieren.



Koordinatorin -
Polen



Polen



Deutschland



Zypern



Griechenland



Rumänien



Ungarn



Inhaltsübersicht

01

Einführung

Was haben Sie bis jetzt gelernt?

02

Kartierung der Akteure und Anbahnung der Zusammenarbeit

Wir werden den Begriff der Stakeholder und ihre Bedeutung für die Entwicklung des Unternehmertums vorstellen.

03

Verständnis für die örtlichen Gegebenheiten und Erkennen von Bedürfnissen

Das Hauptziel besteht darin zu verstehen, wie lokale Bedingungen (d.h. kulturelles Erbe, Geschichte, Identität) das Unternehmertum formen und stärken können.

04

Sammlung bewährter Praktiken

Das Hauptziel ist es, zu verstehen, was eine "gute Praxis" ist, was sie enthalten sollte und wo man sie finden kann. Wir werden auch einige Beispiele für gute Praktiken vorstellen.

05

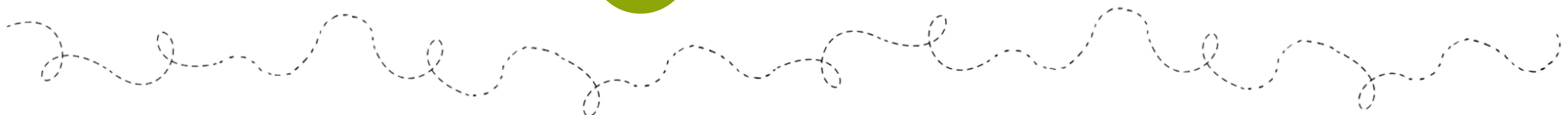
Engagement für die Gemeinschaft und Öffentlichkeitsarbeit

Sie werden lernen, wie Sie die lokale Gemeinschaft in Ihre Tätigkeit einbeziehen können und welche Vorteile dies mit sich bringt.

06

Schlussfolgerung & Modul-Szenario

Fazit & Modul-Szenario für die Open Badges





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



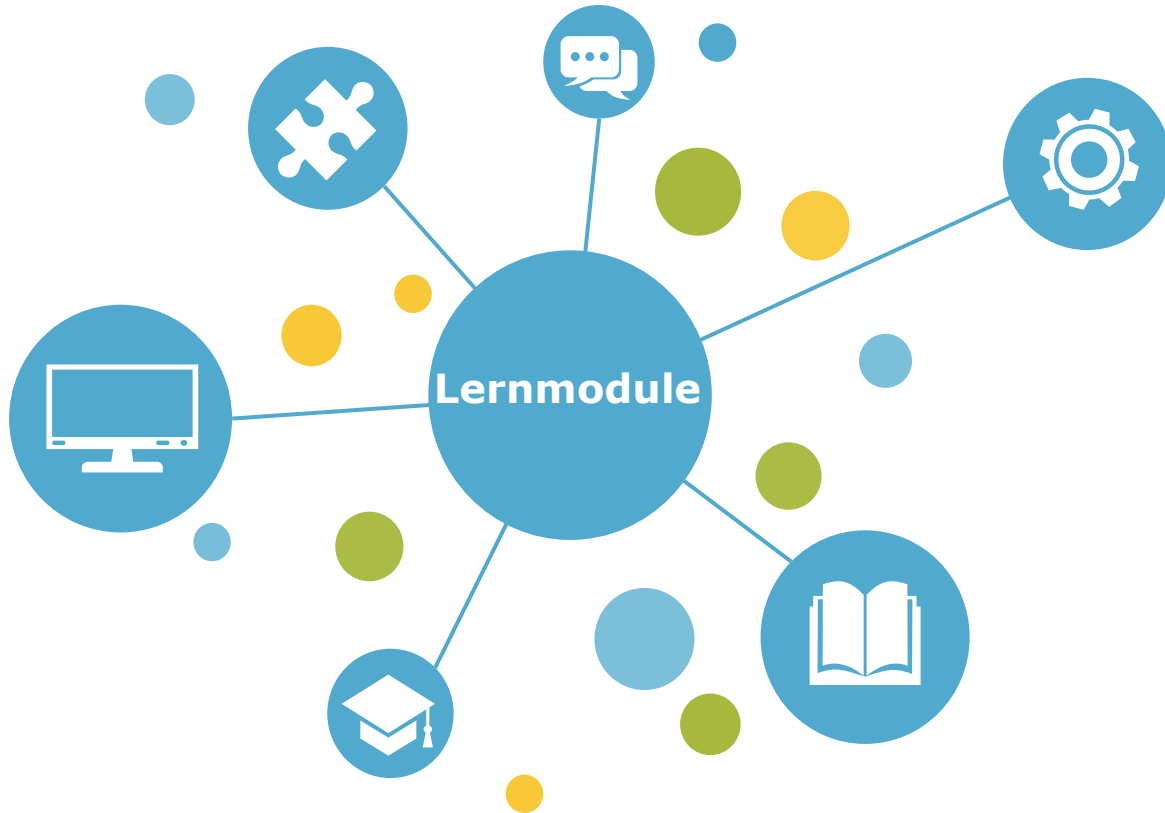
DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Einführung



DIGITALROUTES@CULTURE

Lernmodule



Modul 1

Einführung - Treffen Sie den Kulturunternehmer

Modul 2

Unternehmer im Kulturtourismus

Modul 3

Kulturelle Unternehmer-
Unternehmerische
Kompetenzen

Modul 4

Kulturelle Unternehmer -
Kommunikations- und
Marketingkompetenzen

Modul 5

Kulturelle Unternehmer-
Digitale Kompetenzen

Modul 6

Kulturelle Unternehmer-
Kreative Kompetenzen

Modul 7

Kulturunternehmer -
Zusammenarbeit mit
lokalen Gemeinschaften



Ziele und Aufgaben



#1

Junge Menschen sollen ermutigt werden, sich beruflich im Kulturbereich zu engagieren, und sie sollen mit den notwendigen sozialunternehmerischen und digitalen Fähigkeiten ausgestattet werden, um neue kulturbezogene Beschäftigungsmöglichkeiten zu erschließen.



#2

Entwicklung eines offenen, dynamischen und interaktiven Webportals und einer mobilen Anwendung, die das kulturelle Erbe mit Hilfe von Augmented-Reality-Funktionen abbilden.



#3

Auseinandersetzung mit dem Problem der Jugendarbeitslosigkeit und der Verstärkung der Jugend.



#4

Förderung der kulturbasierten Kreativität in den Bereichen Bildung und Innovation sowie Beschäftigung und Wachstum.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Modul Beschreibung



Das **Modul 7: Kulturunternehmer - Arbeit mit lokalen Gemeinschaften** zielt darauf ab, ein Verständnis dafür zu vermitteln, wie man Interessengruppen erfasst und eine Zusammenarbeit initiiert, was eine gute Praxis ist und wie man sie in seiner Tätigkeit einsetzt, sowie wie man die lokale Gemeinschaft in die Zusammenarbeit für das Gemeinwohl einbindet. Wir werden auch einige Beispiele für gute Praktiken im Zusammenhang mit kulturellem Unternehmertum vorstellen.



Das Hauptziel für die Teilnehmer besteht darin, ihre eigenen Geschäftsideen im Kultursektor in Bezug auf die lokale Gemeinschaft zu analysieren - wer sind meine potenziellen Partner? Wer wird von meiner Aktivität profitieren? Wer wird dagegen sein und warum? Wie kann ich Partner für meine Aktivität gewinnen?





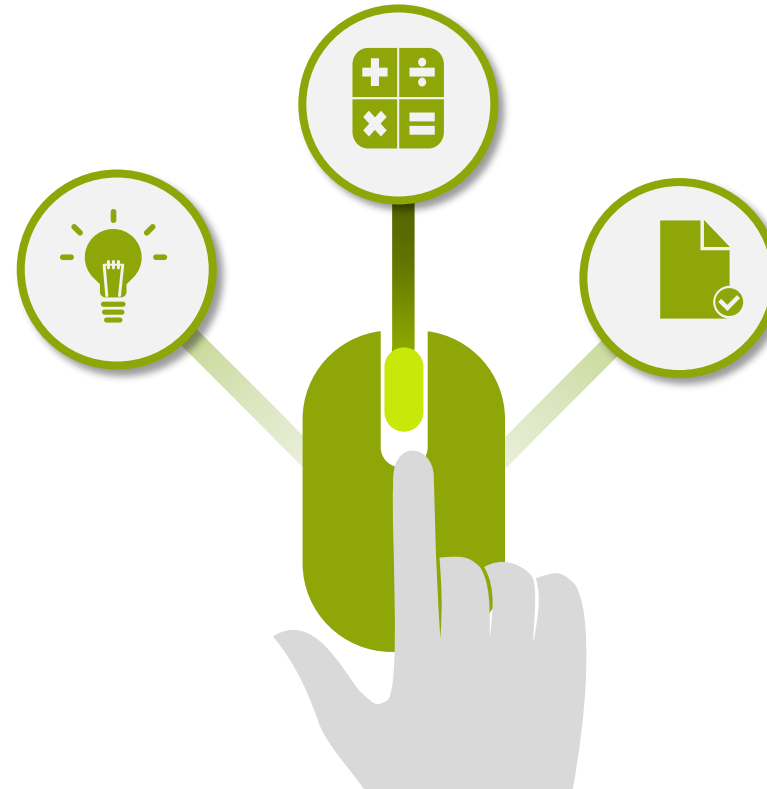
Modul 7 - Themen

Thema 2

Sammlung bewährter Praktiken,
Verständnis der lokalen Bedingungen
und Erkennen von Bedürfnissen

Thema 1

Kartierung der Akteure und
Anbahnung der Zusammenarbeit



Thema 3

Engagement für die Gemeinschaft
und Öffentlichkeitsarbeit



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Thema 1 - 1. Kartierung der Akteure und Anbahnung der Zusammenarbeit



Was ist ein Stakeholder?

Post, Preston, Sachs (2002) verwenden die folgende Definition des Begriffs "Stakeholder":

"Eine Person, Gruppe oder Organisation, die ein Interesse an einer Organisation hat. Stakeholder können die Handlungen, Ziele und Strategien der Organisation beeinflussen oder von ihnen betroffen sein.

Stakeholder kann auch jemand sein, der ein Interesse an einem Projekt hat oder von einem Projekt betroffen ist, das nicht unbedingt von einem Unternehmen initiiert wurde.

Stakeholder sind alle Unternehmen oder Einzelpersonen, die in das Projekt investieren (an der Durchführung teilnehmen) oder direkt mit der Durchführung des Projekts verbunden sind. Stakeholder können die Organisation beeinflussen.





Arten von Interessengruppen

Hauptakteure (in der Regel interne Interessengruppen)

- diejenigen, die in direktem Kontakt mit der Organisation stehen (z. B. Aktionäre, Kunden - Empfänger von Aktivitäten, Lieferanten, Partner und Mitarbeiter).

Sekundäre Interessengruppen (in der Regel externe Akteure)

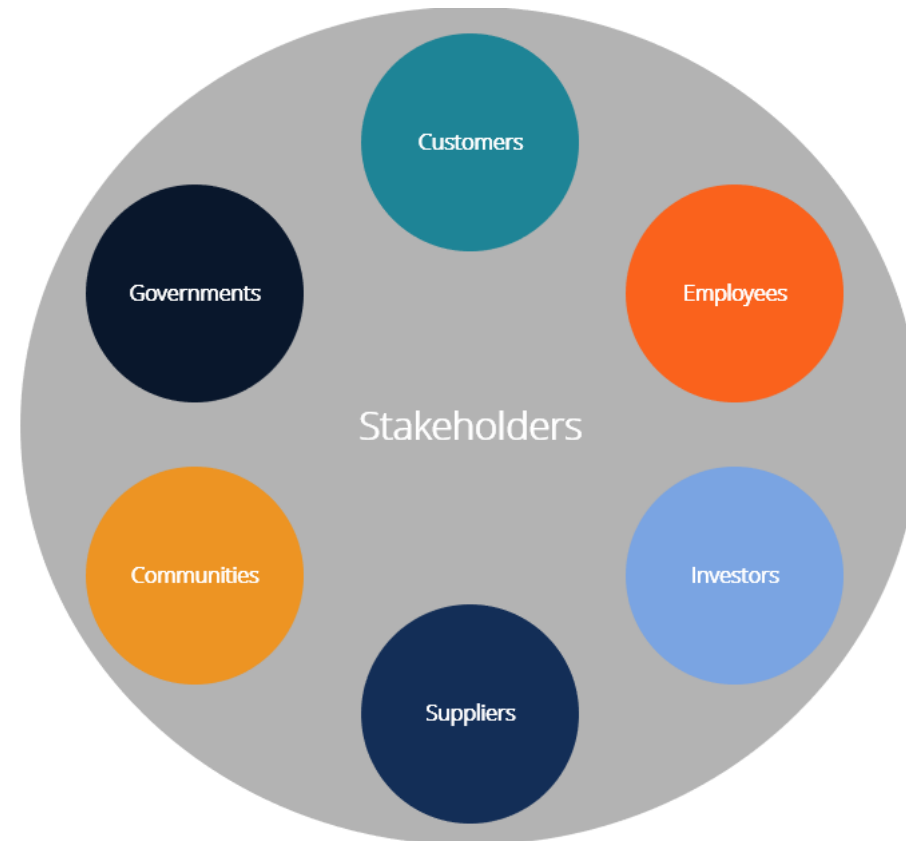
- Personen, die von der Organisation beeinflusst werden oder beeinflusst werden können (z. B. die Öffentlichkeit, Gemeinden, Aktivistengruppen, Unterstützerguppen der Organisation und die Medien).

Ausgeschlossene Interessengruppen

- wie z. B. Kinder oder die unbeteiligte Öffentlichkeit, die keinen Einfluss auf die Organisation haben



Kulturelles Erbe Interessierte Unternehmen



Quelle :
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/stakeholder/>





Kulturelles Erbe in ganz Europa - Akteure und ihre Interessen

#1 Kunden

Einsatz:
Produkt-
/Dienstleistungsqualität
und Werte

#2 Mitarbeiter

Einsatz:
Beschäftigungseinkommen und
Sicherheit
sowie
Auftrag/Werte des
Unternehmens

#3 Investoren

Einsatz:
Finanzielle
Erträge,
Nachhaltigkeit

#4 Lieferanten und Verkäufer

Einsatz:
Einnahmen
und
Sicherheit

#5 Gemeinden

Einsatz:
Gesundheit,
Sicherheit,
wirtschaftliche
Entwicklung,
soziale und
kulturelle
Entwicklung

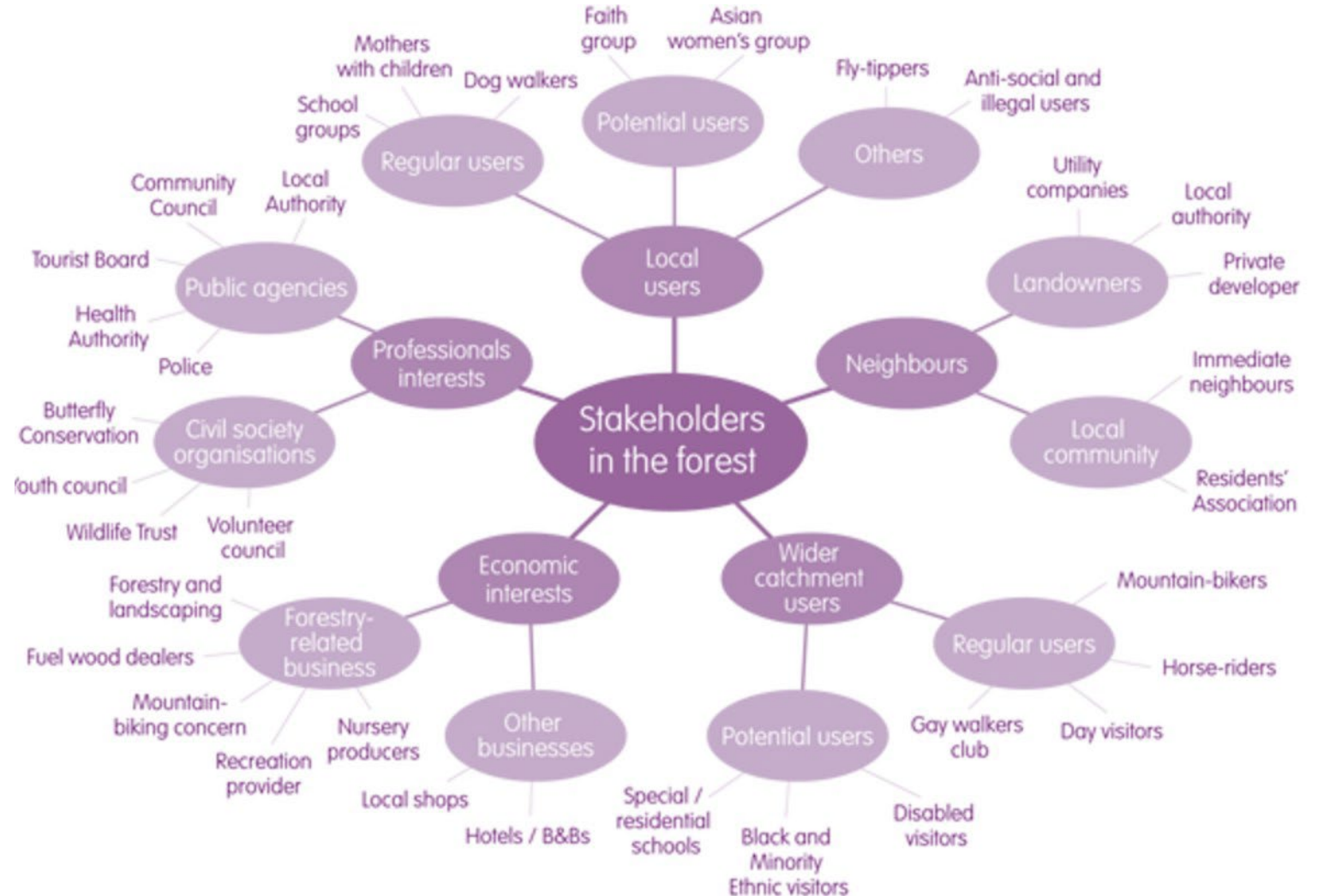
#6 Regierungen

Einsatz:
Steuern und
BIP, kulturelle
Entwicklung



Kartierung von Interessengruppen

- Erstellen Sie eine Karte Ihrer Stakeholder.
- Markieren Sie deren Einfluss auf Ihre geplante Aktivität - ist er positiv oder negativ? Warum?
- Wer hat den stärksten Einfluss?
- Wen sollten Sie zuerst ansprechen?



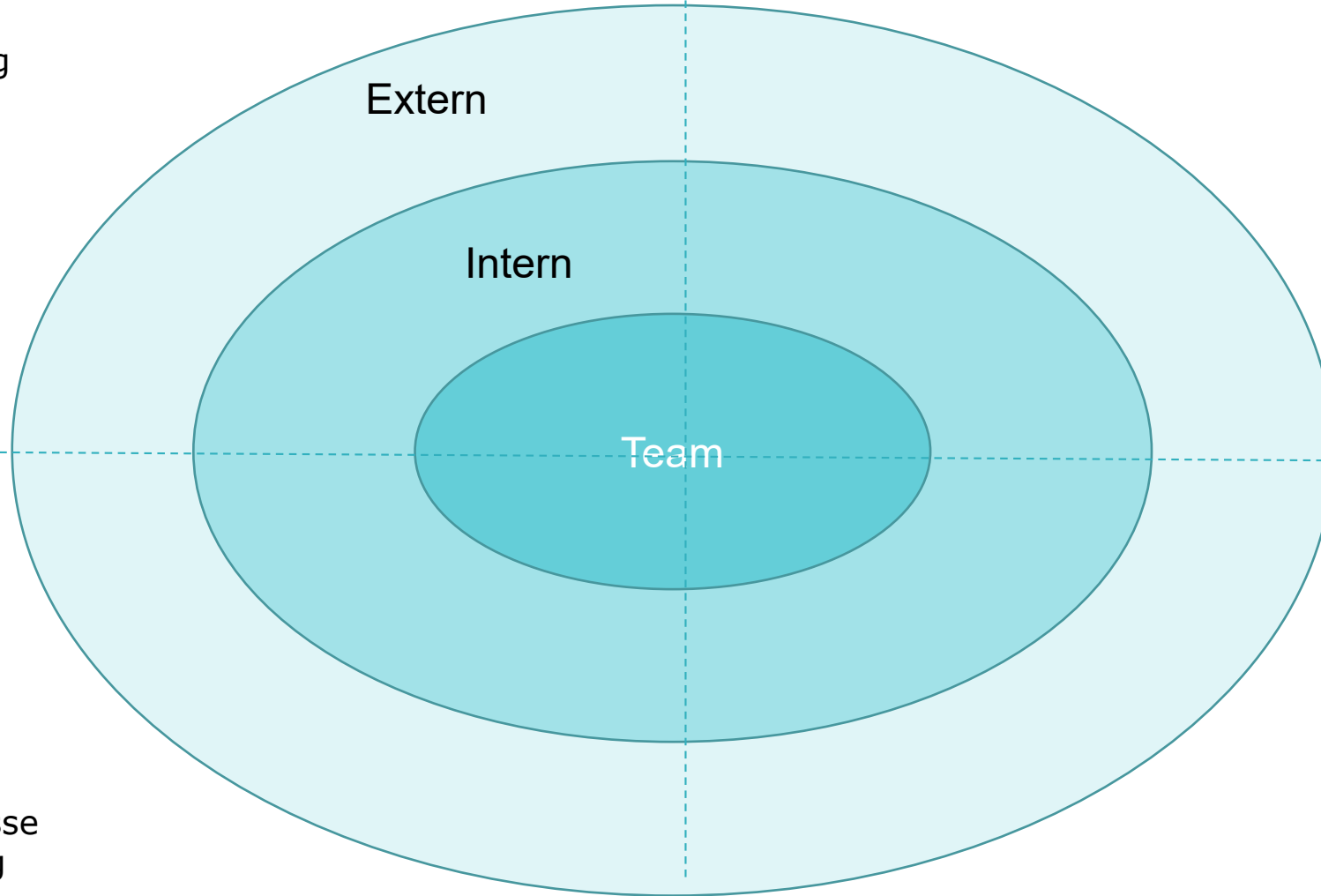


Kartierung von Interessengruppen (Zeichnen Sie die einzelnen Interessengruppen in ein Diagramm ein um zu sehen, wie ihr Einfluss verteilt ist)

Öffentlich

Hohes Interesse
Geringe Leistung

Hohes Interesse
Hohe Leistung



Geringes Interesse
Geringe Leistung

Geringes Interesse
Hohe Leistung



**Thema 2 - Sammlung
bewährter Praktiken,
Verständnis der lokalen
Bedingungen und Erkennen
von Bedürfnissen**



Was ist eine gute Praxis?

- ✓ Eine gute Praxis ist nicht nur eine Praxis, die gut ist, sondern eine Praxis, die nachweislich gut funktioniert und gute Ergebnisse liefert und daher als **Modell** empfohlen wird.





Eine gute Praxis sollte sein:

- ✓ Verwendbar durch verschiedene Personen/Einheiten
- ✓ Sorgfältig beschrieben:
- ✓ Schlüsselerfolgsfaktoren,
- ✓ Mindestvoraussetzungen, die erfüllt werden müssen,
- ✓ Einbeziehung lokaler Gegebenheiten
- ✓ Übertragbar auf verschiedene Umgebungen:
- ✓ Was können wir ändern?
- ✓ Was sollte beibehalten werden?
- ✓ **INSPIRIEREND!!!** - Sie brauchen es nicht zu kopieren, es sollte Ihnen IDEEN für Ihre eigene Tätigkeit liefern!





QUESTS - Expeditionen der Entdecker

sind pädagogische und touristische Outdoor-Spiele, die auf einer Schatzsuche basieren. Die Grundlage des Spiels besteht darin, die Route der Suche im Gelände abzugehen. Das kann ein Spaziergang im Dorf, eine Fahrradtour durch den Wald, eine Floßfahrt oder ein Museumsbesuch sein. Alles, was Sie brauchen, um Spaß zu haben, ist ein Falblatt oder eine kostenlose mobile Anwendung. Die Falblätter sind in ausgewählten Touristeninformationsstellen erhältlich oder können als Datei von den Websites heruntergeladen werden. Durch das Lesen der Hinweise in den Versen folgt der Teilnehmer der Suche vor Ort und erfährt die Geheimnisse des Ortes. Am Ende des Weges finden die Entdecker einen "Schatz" - den Abschlussbehälter mit einem Gedenkstempel und dem Quest Book.





Thematische Dörfer–

ein umfassendes Projekt, das auf die Wiederbelebung der ländlichen Wirtschaft abzielt, indem es die lokale Gemeinschaft in Fragen einbezieht, die mit einem bestimmten Produkt, einer Dienstleistung oder der Kultur einer bestimmten Region zusammenhängen. Eine Stadt, deren Entwicklung einer bestimmten Idee untergeordnet ist und die ein spezifisches touristisches Produkt darstellt, um das herum alternative Einkommensmöglichkeiten geschaffen werden.

Quelle : https://en.wikipedia.org/wiki/Thematic_village





Ökomuseen

Das Ökomuseum ist ein Netz von Stätten in einem bestimmten Gebiet (Stadt, Region), die eine "lebendige" Sammlung bilden und die lokalen natürlichen und kulturellen Werte und Errungenschaften einer Gemeinschaft veranschaulichen. Einzigartige Merkmale einer Region werden als Bindeglied zwischen den natürlichen Bedingungen und den menschlichen Aktivitäten in Geschichte und Gegenwart präsentiert.

Quelle : <https://ecomuseums.com/>

ekomuzeum rzemiosła w Dobkowie
Kraina Wygasłych Wulkanów - Góry i Pogórze Kaczawskie

1 EKOMUZEUM to muzeum bez murów, gdzie nie ma nietykalnych ekspozycji, a ludzie i przedmioty dają się poznać - w naturalnym dla nich otoczeniu. Rzemielnicy, artyści zapraszają do swoich pracowni i galerii. Poczłaczają, redykcji przygotowali dla Państwa miód i produkty pszczele, jajka, sery, młoko, przetworzone owoce. Gospodarstwa gościnnie - przytulny nocleg. Zapraszamy.

2 DAS "ÖKOMUSEUM DES HANDWERKS" ist ein Museum ohne Dach und Wände, es nimmt Sie mit auf eine Reise durch Raum und Zeit. Hier finden Sie viele Besucherhöfe, die Ihnen in ihrer Arbeit ein Verständnis über das Zusammenspiel zwischen Mensch und Natur geben möchten. Die Handwerker und Künstler des Ökomuseums laden Sie in ihre Werkstätte und Häuser ein. Dort produzieren und verkaufen sie eigene Erzeugnisse: Keramik, Holz, Gemüse, hausgemachte Marmelade, Sirup, Liköre. Die Handwerker sind meistens in ihren Ateliers und Wirkungsstätten erreichbar.

3 EKOMUSEUM is a museum without fixed walls or roofs. We give you the possibility to discover plenty of sights of a Lower Silesian village and show the association between humans and the surrounding landscape. The craftsmen and artists of the "Ekomuseum of handicraft" invite you to their houses. They manufacture and sell ceramics, can organize pottery workshops for you, sell their own products like honey, vegetables, fruit, homemade jams and liquors. Opening hours: "open after knocking", as we call it.

LEGENDA
PRZYSTANEK bus stop, bus station
KAPLICZKA (KRYJEZ) PRZYBRANO wapieni obelisk, Kapelle
MEZO honey, honey
INFORMACJA TURYSTYCZNA Tourist Information
SZLAK KAPLICZKI dead end, Kapelle
WYKŁADZOWNIA lecture room
KUCHNIA kitchen
CENNIK price list
GALERIA galeria
RADIOWANIE radio

STOWARZYSZENIE DOBKÓW
www.ekomuzeum.info

1 PASIEKA "U MIETKA"
(for germs, Biernogęcin)
Berta i Mirosław Gibalscy
Dobków 1, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 44 54
e-mail: miroslaw.gibalscy@wp.pl

2 PRACOWNIA BIBULKARSKA
(Sielogopięć - Wieloletni)
Grzyba Grażyna
Dobków 10, 59-540 Swierawa
gsm. +48 785 493 100
e-mail: grzymas@poczta.onet.pl

3 PASIEKA "SIENY SMAK"
(for germs, Biernogęcin)
Franciszka i Władysław Koliński
Dobków 14, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 43 91

4 ART-EL CERAMIKA PRACOWNIA CERAMIKI
(Ceramic workshop, Krasnodworki)
Elżbieta Teleszyńska
Dobków 14, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 43 91, gsm. +48 607 288 496
e-mail: artdel@wp.pl
www.artel.gov.pl

5 PASIEKA "NA MALINOWYM WĄZÓRZU" MIODY PITNI, PRODUKTY PSZCZELE, OWOCE
(for germs, Biernogęcin)
Cecylia i Andrzej Ryznar
Dobków 14, 59-540 Swierawa
gsm. +48 604 907 495, +48 609 958 658

6 PASIEKA "GRABCY"
(for germs, Biernogęcin)
Jola i Zygmunt Gabczy
Dobków 26, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 44 12

7 "JÓRZA PORANNA" AGROTURYSTYKA (054, Przewodni)
Herman i Renka Szeszuber
Dobków 42, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 39 68, gsm. +48 530 713 177
e-mail: hermanrenka@interia.pl
www.zanopanna.com

8 VILLA GRETA - MAGIA TRADYCJI ... AGROTURYSTYKA (054, Przewodni)
Ewelina i Krzysztof Biędyłowscy
Dobków 58, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 44 53, gsm. +48 509 745 591
e-mail: ewelina@villagreta.pl
www.villagreta.pl

9 PASIEKA GIBALSCY
(for germs, Biernogęcin)
Janina i Ryszard Gibalscy
Dobków 77, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 43 99

10 SCHRONISKO MŁODZIEŻOWE
(Youth Hostel, Jęzuchów)
Dobków 84a, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 52 73, gsm. +48 607 431 332
e-mail: mgk@skm.wierawa.pl

11 BIBULKARSTWO

12 "ZORZA PORANNA"

13 Pasieka "Lenny Smak" ART-EL Ceramika "Na Malinowym Wązórzu"

14 Punkt Widokowy "Trzy Cierne Wulkanizacji"

15 Figura św. Nepomucena

16 Sudecka Zagroda Edukacyjna

17 Sala Wiejska

18 Magic-Art-Gallery

19 "Dobków 96"

20 Boisko sportowe

21 Kapliczka

22 Kościół św. Idziego

23 Pasieka "Gibalscy"

24 Schronisko Młodzieżowe

25 Cmentarz

26 "Galeria Pod Aniołem"

27 Ruiny dworu z XVI w.

28 Pasieka "Grabcy"

29 Ruiny wapiennika

30 "Villa Greta"

31 Sudecka Zagroda Edukacyjna (Edukational center, Jęzuchów, Sudeck-Bühlsdorf)
Stowarzyszenie Kaczawskie
Dobków 66, 59-540 Swierawa
tel. +48 76 972 87 18
www.gromadniedobkowskiej.pl
Stowarzyszenie Dobków
tel. +48 75 713 41 53, www.ekomuzeum.info

32 "MAGIC-ART-GALLERY" PRACOWNIA CERAMIKI ARTYSTYCZNEJ I UŻYTKOWEJ WARSZTATY CERAMICZNE, ZARĘCZA JOGI
(Ceramic workshop, Krasnodworki)
Agnieszka Gaj i Mariusz Kubiś
Dobków 76, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 47 48, gsm. +48 607 907 024, +48 695 091 176
e-mail: agniew@wp.pl

33 "DOBKÓW 96" PRACOWNIA I GALERIA CERAMIKI SZANOWANEJ RZECZYPOKROWANIEJ ARTYSTYCZNEJ I UŻYTKOWEJ WARSZTATY CERAMICZNE
(Ceramic workshop, Krasnodworki)
Ula Seronowiec i Bogdan Hatanin
Dobków 96, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 46 18, gsm. +48 693 672 711, +48 607 758 672
e-mail: slacozanami@poczta.onet.pl, www.ceramika-dobkow96.pl

34 "GALERIA POD ANIOŁEM" ANIOLKI GLINIANE - CERAMIKA ARTYSTYCZNA I UŻYTKOWA RZECZYPOKROWANIE Z GLINY, WARSZTATY CERAMICZNE
(Ceramic workshop, Krasnodworki)
Bogdanowa i Zuzanna Białkowskie
Dobków 104, 59-540 Swierawa
tel. +48 75 713 44 55, gsm. +48 785 925 983
e-mail: ceramika@wp.pl, www.ceramika.pl



Grüne Wege

sind multifunktionale Wanderwege, die entlang natürlicher Korridore, Flüsse und Kanäle, historischer Handelsrouten und stillgelegter Eisenbahnstrecken entwickelt wurden. Sie verbinden Regionen, touristische Attraktionen und kommunale Initiativen, unterstützen nachhaltigen Tourismus und Erholung, fördern eine gesunde Lebensweise und den nicht-motorisierten Verkehr. Sie schaffen Möglichkeiten zur Verbesserung der Lebensqualität und der Umwelt, zur Wiederbelebung der lokalen Wirtschaft, zur Förderung lokaler Produkte, zur Unterstützung gemeinschaftsbasierter Unternehmen und zum Schutz einzigartiger Natur-, Landschafts- und Kulturgüter in Mittel- und Osteuropa.





Diskutiere

Sind die oben genannten bewährten Verfahren für Ihre geplante Geschäftstätigkeit nützlich?

Warum?

Was können Sie aus diesen Praktiken lernen?

- ✓ Prozesse
- ✓ Themen
- ✓ Lieferkette
- ✓ Management-Struktur
- ✓ Art der Zusammenarbeit
- ✓ Andere...?





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Thema 3 - Engagement für die Gemeinschaft und Öffentlichkeitsarbeit



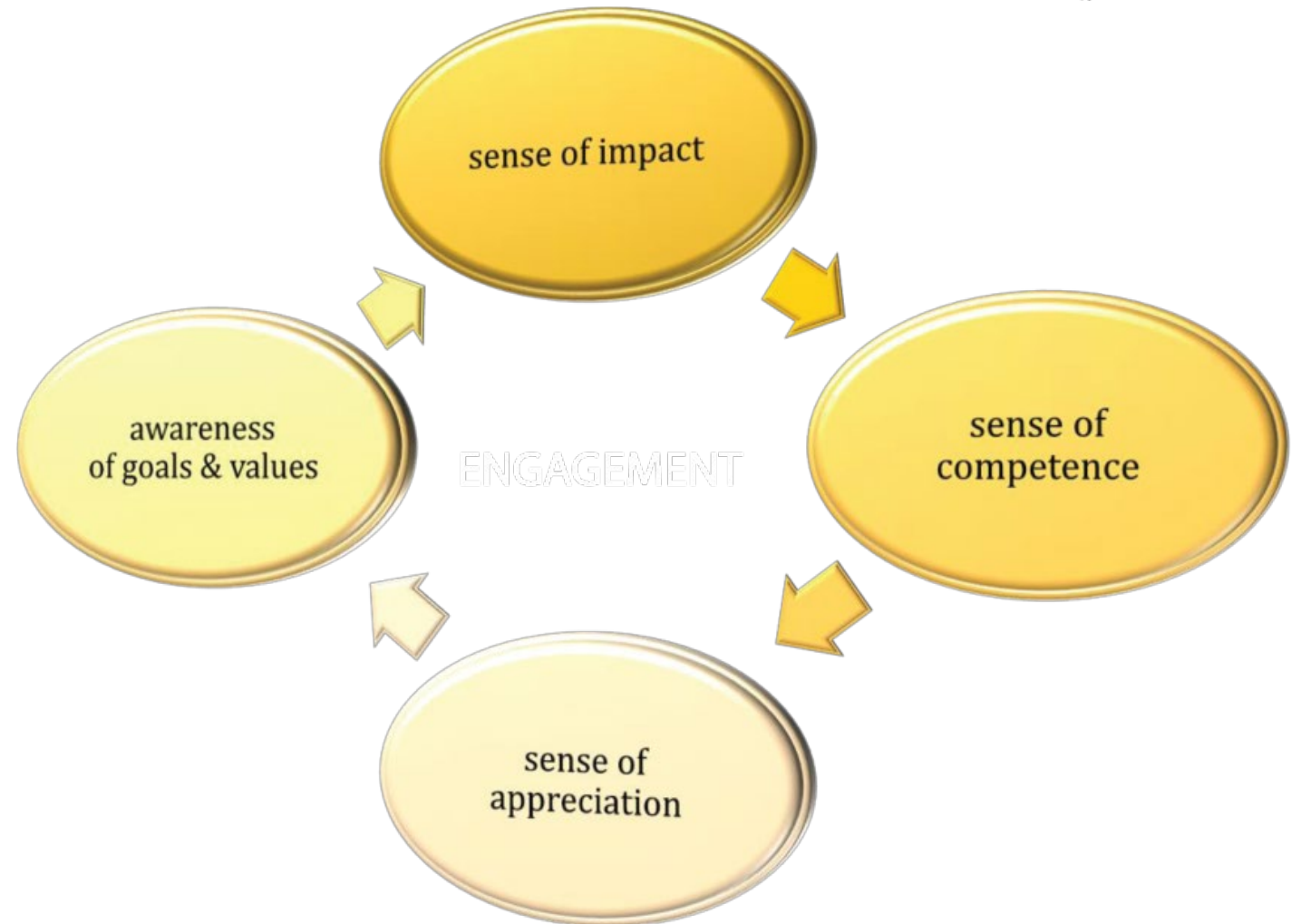
Warum ist die lokale Gemeinschaft für Ihr Unternehmen wichtig?

- ✓ Sie haben Kenntnisse über das lokale Erbe, die Kultur und die Geschichte
- ✓ Sie schaffen lokale Identität
- ✓ Sie können Sie ihren Kunden empfehlen
- ✓ Sie können Sie beliefern (Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung bereichern)
- ✓ Sie schaffen ein Umfeld für Ihr Unternehmen
- ✓ Sie können Ihre Produkte/Dienstleistungen kaufen
- ✓ Sie können ergänzende Produkte/Dienstleistungen entwickeln
- ✓





Schlüsselfaktoren des Engagements





Intrinsische Belohnungen, die Menschen zum Handeln bewegen

Ein Gefühl der Sinnhaftigkeit:

- **Ein nicht-zynisches Klima**
- die Freiheit, sich intensiv zu kümmern
 - **Klar identifizierte Leidenschaften** - Einsicht in das, was uns am Herzen liegt
- **Eine aufregende Vision** - ein lebhaftes Bild dessen, was erreicht werden kann
 - **Relevante Aufgabenstellung** - Verbindung zwischen unserer Arbeit und der Vision
- **Ganzheitliche Aufgaben** - Verantwortung für ein identifizierbares Produkt oder eine Dienstleistung

Sinn für Wahlmöglichkeiten:

- **Delegierte Autorität** - das Recht, Entscheidungen zu treffen
- **Vertrauen** - Vertrauen in das Selbstmanagement des Einzelnen
- **Sicherheit** - keine Angst vor Bestrafung für ehrliche Fehler
- **Ein klares Ziel** - verstehen, was wir zu erreichen versuchen
- **Information** - Zugang zu relevanten Fakten und Quellen

Sinn für Kompetenz:

- **Wissen** - ein ausreichender Fundus an Erkenntnissen aus Bildung und Erfahrung
- **Positives Feedback** - Informationen darüber, was funktioniert
- **Anerkennung von Fähigkeiten** - gebührende Anerkennung für unsere Erfolge
- **Herausforderung** - anspruchsvolle Aufgaben, die unseren Fähigkeiten entsprechen
- **Hohe, nicht-komparative Standards** - anspruchsvolle Standards, die keine Rangordnung erzwingen

Das Gefühl von Fortschritt:

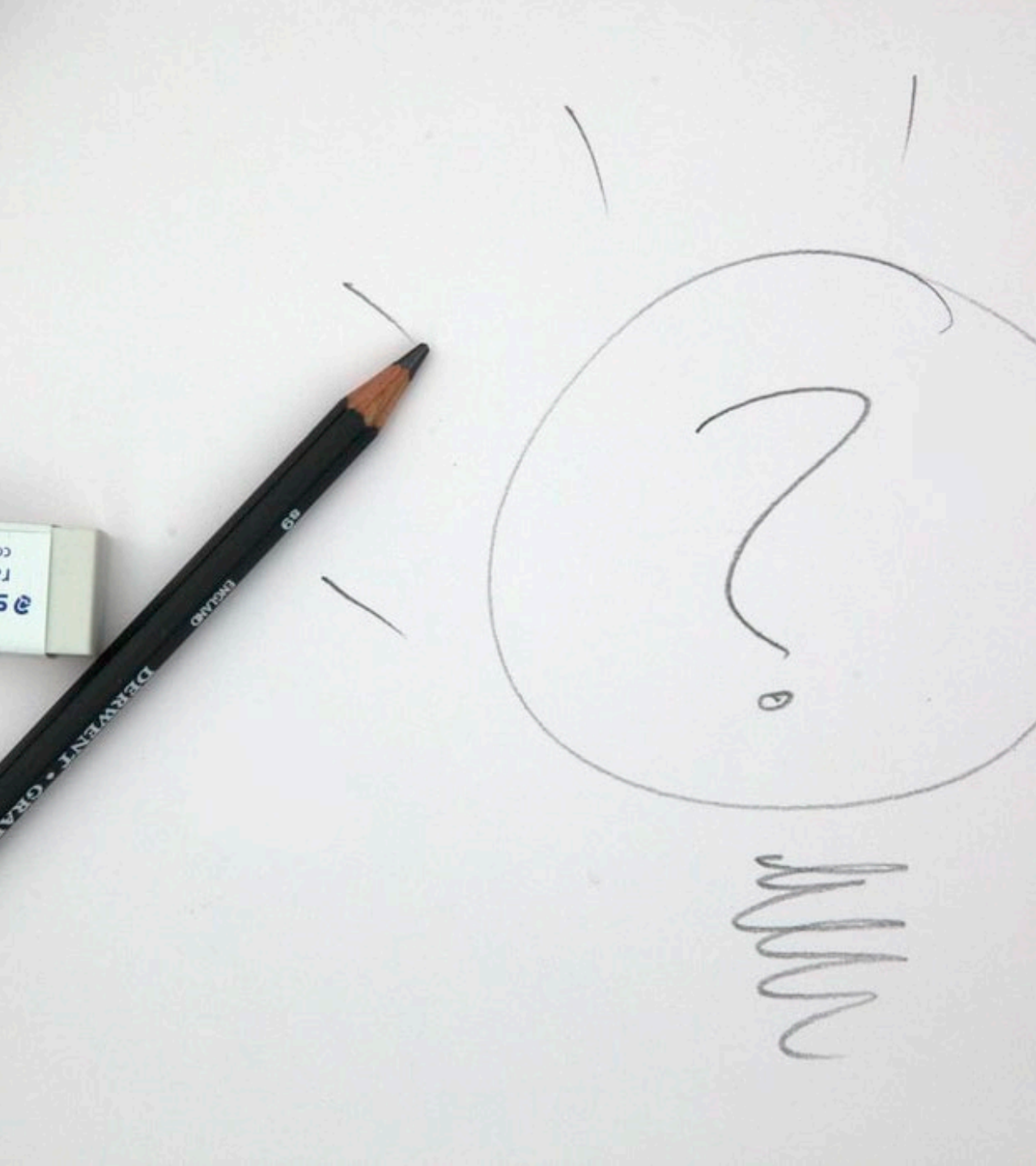
- **Ein kollaboratives Klima** - Mitarbeiter helfen sich gegenseitig zum Erfolg
- **Meilensteine** - Bezugspunkte zur Markierung von Etappen des Erreichten
- **Feiern** - Anlässe zur gemeinsamen Freude an Meilensteinen
- **Zugang zu Kunden** - Interaktion mit denjenigen, die unsere Produkte nutzen
- **Messung von Verbesserungen** - ein Weg, um zu sehen, ob die Leistung besser wird



Organisation eines Treffens mit der lokalen Gemeinschaft

- ✓ **Denken Sie vor dem Treffen daran:**
 - ✓ Alle potenziellen lokalen Akteure einladen
 - ✓ Erklären Sie das Ziel des Treffens
 - ✓ Wählen Sie einen neutralen und bequemen Ort
 - ✓ Die Tische so zu stellen, dass die Diskussion erleichtert wird.
- ✓ **Während des Treffens nicht vergessen:**
 - ✓ Begrüßen Sie alle Teilnehmer und stellen Sie das Programm des Treffens vor.
 - ✓ Regeln für die Diskussion aufstellen (ein Vertrag)
 - ✓ jeden zu respektieren und die Diskussionskultur aufrechtzuerhalten
 - ✓ Sichtbare Notizen machen (auf einem Flipchart/einem Bildschirm)
- ✓ **Nach dem Treffen nicht vergessen:**
 - ✓ Allen Teilnehmern zu danken
 - ✓ Das Protokoll / die Ergebnisse an alle Teilnehmer zu senden





DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

**Diskutieren Sie:
Wie können Sie die lokale
Gemeinschaft in Ihre Aktivität
einbeziehen?**

- ✓ Welchen Nutzen werden Sie aus dieser Zusammenarbeit ziehen?
- ✓ Welchen Nutzen würden sie haben?
- ✓ Welche gemeinsamen Ziele können Sie erreichen?
- ✓ Welchen Beitrag können sie leisten?
- ✓ Was sind die Risiken?
- ✓ **MACHEN SIE EINEN PLAN!**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Schlussfolgerung



1. Ihr Unternehmen wird in einem lokalen Umfeld agieren - Sie müssen Ihre Stakeholder identifizieren und Verbindungen zur lokalen Gemeinschaft herstellen
2. Es gibt verschiedene Arten von Stakeholdern, deren Einfluss auf Ihre Tätigkeit klein oder groß sein kann. Erstellen Sie eine Karte und analysieren Sie sie!
3. Sie können sich von bewährten Verfahren aus anderen Regionen und Ländern inspirieren lassen. Kopieren Sie jedoch nicht alles, sondern seien Sie kreativ!
4. Um eine nachhaltige Geschäftstätigkeit im Kultursektor aufzubauen, brauchen Sie das Engagement der lokalen Gemeinschaft. Erinnern Sie sich an die Schlüsselfaktoren des Engagements und stellen Sie sicher, dass sie erfüllt werden.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Glossar



TERMIN	DEFINITION
Interessensvertreter	Engagement in der Gemeinschaft Eine Person, Gruppe oder Organisation, die Interesse an einer Organisation/einem Projekt hat oder sich dafür interessiert.
Karte der Interessengruppen	Eine Stakeholder-Map ist eine visuelle Einfluss-Interessen-Matrix mit vier Quadranten, die dazu dient, die Stakeholder zu identifizieren und sie in Bezug auf ihren Einfluss und ihr Interesse am Projekt zu kategorisieren. Eine Stakeholder-Map ist der erste Schritt zum Stakeholder-Management, da sie die Beziehung der Stakeholder zum Projekt definiert. Sie dient als Grundlage für fast alle Entscheidungen, die ein Projektmanager in Bezug auf seine Stakeholder trifft, einschließlich der Häufigkeit ihrer Treffen und der Menge an Informationen, die sie über das Projekt erhalten.
Bewährte Verfahren	Gute Praktiken sind all jene Arbeitsmethoden, die über die üblichen Lösungen hinausgehen. Meistens definieren wir eine gute Praxis als eine Tätigkeit, die ein gewisses Innovationspotenzial hat, aber dauerhaft und wiederholbar ist.
Gemeinschaftliches Engagement	Gemeinschaftliches Engagement bedeutet, dass Menschen zusammenarbeiten, um positive Veränderungen zu bewirken.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Literaturverzeichnis



- <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/stakeholder/>
- https://inspiringcommunities.org.nz/ic_resource/stakeholder-mapping/
- Clark, Delia; Glazer, Steven (2004) *Questing: A Guide to Creating Community Treasure Hunts*
- www.questy.org.pl
- https://en.wikipedia.org/wiki/Thematic_village
- <https://ecomuseums.com/>
- <https://www.greenways.org.pl/en>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism
- <https://adaptivesag.com/en/115-employee-engagement-programs.html>
- Intrinsic Motivation at Work (W. Thomas Kenneth)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Modul- Szenario



Szenario PIWNICZNA-ZDRÓJ

Sophia ist begeistert von der Region Piwniczna-Zdrój, in der sie lebt. Es ist die Region der Poprad Highlanders mit ihrem besonderen kulturellen Erbe. Sie bewundert die Geschichte, die Kultur, die lokalen Bräuche und das Kunsthandwerk, insbesondere die Handschuhe und Wintermützen aus der speziellen schwarzen Schafwolle. In Piwniczna-Zdrój gibt es ein lokales Kulturzentrum, das das regionale Erbe dokumentiert. Es bereitet einen Antrag auf Aufnahme der Wollhandschuhe und -mützen in die nationale Liste des immateriellen Kulturerbes vor. Sie plant, ein Unternehmen zu gründen, das dieses Kulturerbe fördert und lokale Produkte, darunter die einzigartigen Handschuhe und Mützen, verkauft.

Sophia kennt einige Kunsthandwerker und ist auch eine begabte Fotografin, aber sie ist sich noch nicht sicher, womit sie anfangen soll. Um alles zu planen, beschloss sie, eine Karte der lokalen Akteure ihres Unternehmens zu erstellen. Sie möchte die Zusammenarbeit mit der lokalen Gemeinschaft und den Produzenten ausbauen. Eine gute Idee wäre es auch, nach Inspiration und neuen Ideen zu suchen, um ihr Unternehmen auf dem Markt einzigartig und attraktiv zu machen. Vielleicht eine Studienreise, um sich über bewährte Praktiken in anderen Ländern zu informieren? Das würde wahrscheinlich die Hilfe anderer Organisationen erfordern. Sie braucht Unterstützung.

Da sie selbst keine Kunsthandwerkerin ist, aber das regionale Kulturerbe fördern möchte, weiß sie, wie wichtig es ist, die lokale Gemeinschaft in ihre Maßnahmen einzubeziehen. Sie weiß, dass sie verschiedene Faktoren der Beteiligung analysieren sollte, um die lokale Gemeinschaft zur Zusammenarbeit mit ihr zu ermutigen. Es gibt eine Reihe von Fragen, die sie beantworten sollte, um ihre Aktionen bestmöglich zu planen.



BEWERTUNGSFRAGEN:

1. Welche Art von Interessengruppen sind für Sophia die Kunsthandwerker, die Handschuhe und Wintermützen herstellen?
 - a) primäre Interessenvertreter
 - b) sekundäre Interessengruppen
 - c) ausgeschlossene Interessengruppen
2. Wo sollte Sophia das Kulturzentrum in Piwniczna-Zdrój auf ihrer Karte der Interessengruppen platzieren?
 - a) In der Zone mit geringem Interesse und geringer Macht
 - b) In der Zone mit geringem Interesse und hoher Macht
 - c) In der Zone mit hohem Interesse und niedriger Leistung
 - d) In der Zone mit hohem Interesse und hoher Leistung
3. Sophia hat gehört, dass es in Łącko ein Unternehmen gibt, das Säfte aus lokalen Äpfeln herstellt und verkauft. Wäre dies für Sophia eine wertvolle gute Praxis? Begründen Sie Ihre Antwort.
4. Sophia plant, ein Treffen für lokale Interessengruppen zu organisieren, um ihnen von ihrer Geschäftsidee zu erzählen und sie in die Zusammenarbeit einzubeziehen. Was sollte sie tun, um sicherzustellen, dass sich die Teilnehmer des Treffens auf ihre Idee einlassen? Denken Sie an die Schlüsselfaktoren für Engagement.
5. Woran sollte Sophia während des Treffens mit den Interessengruppen denken?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

FINDEN SIE UNS ONLINE!



<http://digitalroutes.4learning.eu/>



@digitalroutes





Dieses Dokument darf entsprechend der oben genannten Regelung kopiert, vervielfältigt oder verändert werden. Darüber hinaus muss die Autorenschaft des Dokuments genannt und auf die entsprechenden Teile des Urheberrechtshinweises deutlich verwiesen werden.

Alle Rechte vorbehalten. © Copyright 2022 DIGITALROUTES@CULTURE

