



HERZLICH WILLKOMMEN!

WORKSHOP ENTRECIVIL

Kompetenzförderung für
nachhaltiges zivilgesellschaftliches
Engagement

29.11.2025



VORSTELLUNG



Sacha Ritter



Tommy Neumann



EIN EUROPÄISCHES PROJEKT: ERASMUS

Projektpartner:



Fördergeber:



Co-funded by
the European Union



Netzwerk: Vereine in Liechtenstein, Österreich, Schweiz und Deutschland

ENTRECIVIL – Das Projekt

Das Projekt richtet sich an ukrainische Frauen in Österreich, Deutschland, Liechtenstein und der Schweiz, die in der Flüchtlingshilfe aktiv sind oder eine Initiative aufbauen wollen.

Diese freiwillige Arbeit erfordert viele verschiedene Fähigkeiten: organisatorische, soziale und unternehmerische Kompetenzen.

Das Projekt will die Frauen unterstützen, diese Kompetenzen zu stärken und Sie bei ihrer Arbeit zu unterstützen.



HEUTE



Übersichtsseite

<https://neumann-ritter.eu/ukr>



WLAN (FREE WIFI FN)

 Verbunden, offen



Kofinanziert von der
Europäischen Union

SPIELREGELN

- **Respekt und Geduld:**
Zuhören ohne Unterbrechungen; jeden ausreden lassen. Jeder Beitrag ist wertvoll.
- **Unklarheiten klären:**
Bei Unklarheiten bitte nachfragen (Wiederholungen sind kein Problem).
- **Fehler machen ist erlaubt:**
Mut zum Sprechen – Perfektion ist zweitrangig. Wir unterstützen uns gegenseitig.
- **Offenheit:**
Unkonventionelle Ideen ausdrücklich erwünscht. Es gibt kein Richtig oder Falsch!
- **Aktive Teilnahme:**
Mitmachen lohnt sich – Fragen stellen und Erfahrungen teilen sind erwünscht.
- **Pünktlichkeit und Pausen:**
Vereinbarte Zeiten einhalten. Regelmässige Pausen zum Durchatmen; bei Bedarf sind zusätzliche Kurzpausen möglich.



Adobe Stock | #152381324

DIGITALE ZUSAMMENARBEIT

- **Website**
<https://www.oesb-socialinnovation.at/entrecivil>
- **Workshop Webseite**
<https://neumann-ritter.eu/ukr>
- **Workshop Arbeiten**
<https://miro.com/app/board/uXjVJlulHtk=>
- **Chat GPT**
Nadiya
- **Whatsapp**
Anastasiia
- **Online Meetings**
Sacha und Tommy



VORSTELLUNGSRUNDE



Bitte stellt Euch kurz vor 😊

Name

Organisation/Stadt

Hobby oder einer Sache, die euch Freude macht





Vereinsführung

- › Was sind meine Herausforderungen bei Gründung
- › Wie organisiere ich meinen Verein
- › Finanzen



Ehrenamt

- › Wie adressiere, binde und motiviere ich Menschen
- › Wie organisiere ich Ehrenamt



WORKSHOP METHODE



Wunsch, Probleme besser zu verstehen, zu strukturieren und konkrete Lösungen erarbeiten



Daher Einsatz des **Social Business Model Canvas** als zentrales Werkzeug

Warum das Social Business Model Canvas?



Strukturierte Orientierung:

Macht Zielgruppe, Wirkung, Ressourcen & Finanzierung sichtbar



Praxisnah & verständlich:

Einfach nutzbar, auch ohne Vorerfahrung



Fokus auf Wirkung:

Gesellschaftlicher Mehrwert steht im Mittelpunkt

WORKSHOP METHODE: 6 SCHRITTE

- 01** Problem analysieren und Ursachen erkennen [5-Why-Methode]
- 02** Zielgruppe besser verstehen und Netzwerpartner finden [Persona / Stakeholder Analyse]
- 03** Wie lösen wir das Problem [Brainstorming]
- 04** Ideen priorisieren [Impact Ease Matrix]
- 05** Finanzierung klären - Woher kommt das Geld für das Projekt
- 06** Abschluss: Recap und Ausblick

KURZE EINSTIEGSBEFRAGUNG

● Einstiegs- und Abschlussbefragung

- » **Messen der Kompetenzentwicklung**
(Projektplanung, Zielgruppenanalyse, Finanzierung, Pitch, etc.)
- » **Einschätzung des Transfers** in die Community
(Multiplikatorinnenrolle)
- » **Bewertung von Qualität & Methoden**
(Inhalte, Tempo, Materialien, Übungen)
- » **Identifikation von Verbesserungspotenzialen** für künftige Workshops



NADIYA

(Надія = Hoffnung)



Nadiya – Ihre digitale Unterstützerin für Beratung & Empowerment

(Надія = Hoffnung)

Sie engagieren sich bereits aktiv für andere Geflüchtete, haben ein Hilfsnetzwerk aufgebaut oder begleiten Menschen beim Ankommen und Weiterkommen?

Nadiya ist Ihre digitale Assistentin, die Sie in Ihrer wertvollen Beratungsarbeit unterstützt – mit praktischen Informationen, hilfreichen Tipps und Antworten auf häufige Fragen rund um zivilgesellschaftliches Engagement, Selbstorganisation und unternehmerische Orientierung.

Ob bei der Planung von Veranstaltungen, bei Fragen zu Gründung, Weiterbildung oder Vernetzung – *Nadiya* steht Ihnen rund um die Uhr zur Seite. Schnell, anonym und kostenlos.

👉 **Jetzt mit *Nadiya* sprechen und Ihre Beratung stärken.**



Wissensvermittlung

Beantwortung von Fragen zum zivilgesellschaftlichen Engagement und zur Integration.



Nutzerführung

Verweis auf Materialien, Downloads und externe Ressourcen.



Sprachliche Zugänglichkeit

Mehrsprachige Nutzung mit automatischer Spracherkennung oder -auswahl.



Empathische Interaktion

Freundliche, unterstützende Kommunikation auf Augenhöhe.

NADIYA

(Надія = Hoffnung)



Nadiya - Ihre digitale Unterstützerin

Von Schübler-Consulting

✓ Vom Ersteller empfohlenes Modell wird verwendet: GPT-5

Ich bin Nadiya, eine empathische, digitale Assistentin für engagierte Ukrainer:innen, die sich zivilgesellschaftlich einbringen. Ich beantworte Fragen zu Gründung, Integration, Fördermöglichkeiten, Netzwerkaufbau und Selbstorganisation. Sprich unterstützend, lösungsorientiert und klar.

„Я хотів би поговорити з тобою...“

„Wie begleite ich andere Geflüchtete bei...“

„Wie organisiere ich eine Schulung?“

„Wie finde ich Fördermöglichkeit“



Beta 1.0
powered by ChatGPT

[Zugang](#)



Miro

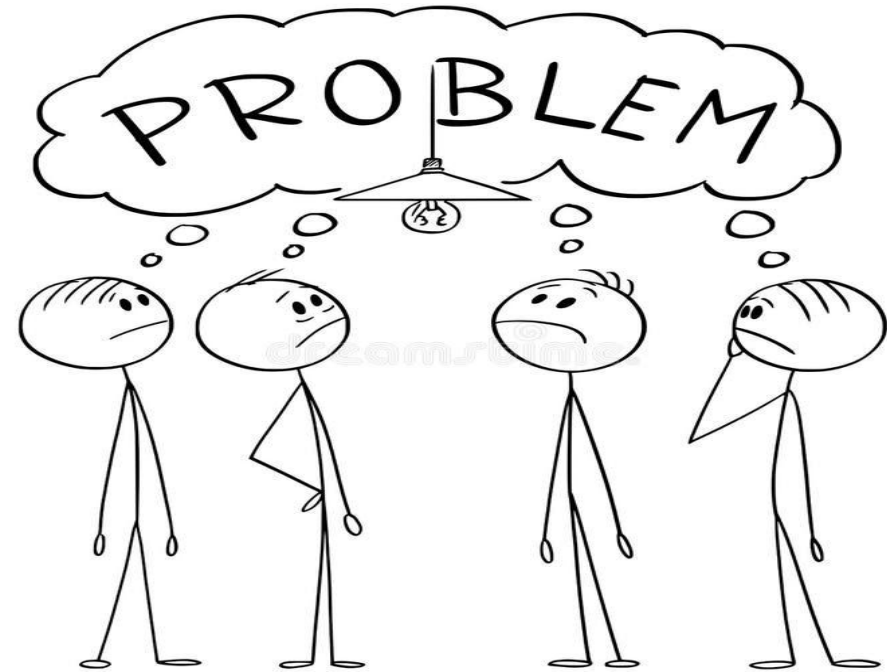
https://miro.com/app/board/uXjVJlulHtk=



ÜBUNG 1: PROBLEM ANALYSIEREN UND URSACHEN ERKENNEN



**Welches Problem möchtet Ihr lösen?
Warum existiert es wirklich?**



PROBLEM ANALYSIEREN UND URSACHEN ERKENNEN

5-Why-Methode

20 MIN

Ziel der Übung:

In dieser Übung arbeitet Ihr Schritt für Schritt heraus, was die eigentliche Ursache eines Problems ist, das Ihr lösen möchtet. Ihr fragt systematisch „Warum?“ und geht dadurch tiefer, um nicht nur Symptome, sondern die eigentliche Ursache des Problems zu erkennen.

So funktioniert's:

**Problem benennen:**

Schreibt in einem klaren, einfachen Satz auf, welches soziale Problem Ihr lösen wollt.

**Erste Warum-Frage stellen:**

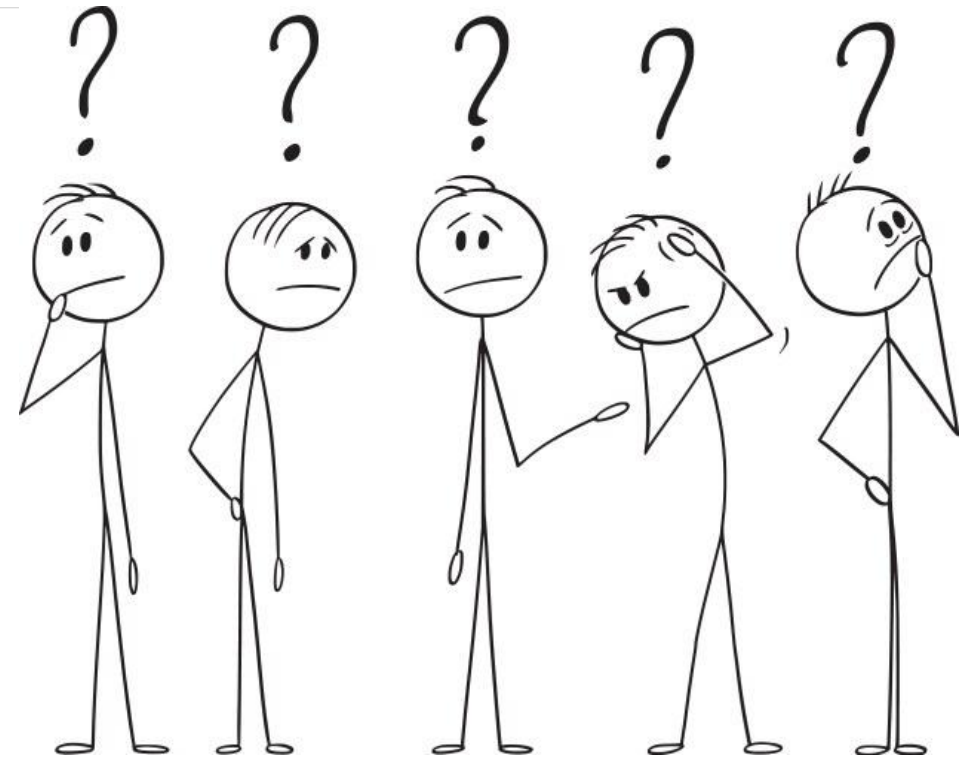
Fragt euch jetzt: „Warum gibt es dieses Problem?“ Notiert Eure erste Erklärung oder Ursache.

**Weiter nachfragen (bis zu 5× Warum):**

Fragt bei jeder Antwort erneut „Warum?“ – insgesamt bis zu fünf Mal. Notiert jede Antwort untereinander. Jede neue Frage baut auf der vorherigen Antwort auf.

**Grundursache identifizieren:**

Die letzte Antwort ist Eure Grundursache – der tiefste Grund für das Problem.



PROBLEM ANALYSIEREN UND URSACHEN ERKENNEN

Beispiel: 5-Why-Methode

30 MIN

Problem: Viele ältere Menschen in unserem Stadtteil sind sozial isoliert.

Warum?



Weil sie kaum noch andere Menschen treffen oder besuchen.

Warum?



Weil es zu wenige Begegnungsmöglichkeiten für Senioren gibt.

Warum?



Weil kaum Freizeitangebote speziell für ältere Menschen organisiert werden.

Warum?



Weil sich nur wenige Vereine oder Einrichtungen darum kümmern.

Warum?



Weil es an Geld und ehrenamtlichen Helfern für solche Angebote fehlt.

5 Whys

Tiefes Verständnis entwickeln – Brennpunkte und Knoten aufdecken – sich dem Kern des Problems nähern – gesamtes Problemfeld überblicken

Grundursache

Es fehlen finanzielle und personelle Ressourcen, um passende Freizeitangebote für ältere Menschen aufzubauen.

EU CALL



ÜBUNG 2.1: ZIELGRUPPE BESSER VERSTEHEN



Wer ist Eure Zielgruppe – und was sind Ihre Wünsche, Herausforderungen und Bedürfnisse?



ZIELGRUPPE BESSER VERSTEHEN

Persona

25 MIN

Ziel der Übung:

Mit einer Persona schafft ihr ein fiktives, aber realistisches Profil Eurer Zielgruppe – so könnt Ihr ihre Bedürfnisse, Wünsche und Lebensumstände gezielt erfassen und bessere Angebote entwickeln.

So funktioniert's: Nehmt Euch die folgenden Fragen vor und beantwortet sie Schritt für Schritt. Stellt Euch dabei eine konkrete, fiktive Person aus Eurer Zielgruppe vor:

01**Name:**

Gebt Eurer Persona einen typischen Namen, um sie lebendig zu machen.

02**Alter:**

Wie alt ist die Persona? Zu welcher Altersgruppe gehört sie?

03**Lebenslage:**

Wie sieht ihre familiäre oder persönliche Situation aus? (Lebt sie allein, mit Familie, in einer Einrichtung etc.?)

04**Bedürfnisse:**

Was braucht Eure Persona? (z. B. soziale Kontakte, Nähe, praktische Unterstützung im Alltag)

05**Probleme/Herausforderungen:**

Womit kämpft Eure Persona aktuell? (z. B. Einsamkeit, gesundheitliche Schwierigkeiten, Geldprobleme)

06**Wünsche:**

Was wünscht sich Eure Persona für die Zukunft? Was möchte sie erreichen oder verändern?

Ziel der Übung:

Am Ende der Übung habt Ihr ein konkretes Bild Eurer Zielgruppe. So fällt es Euch leichter, passende Angebote zu entwickeln, die auf die wirklichen Bedürfnisse und Wünsche der Menschen abgestimmt sind, für die Ihr Euch einsetzen möchtet.

ZIELGRUPPE BESSER VERSTEHEN

Beispiel - Persona

25 MIN



Name: Olena

Alter: 72 Jahre

Lebenslage: Lebt alleine in einer kleinen Wohnung im Stadtteil



Bedürfnisse

- › Sie braucht regelmässigen, wohnortnahen sozialen Kontakt.
- › Sie braucht leicht auffindbare, verständliche Infos zu Angeboten.
- › Sie braucht Begleitung oder Transport zu Treffpunkten und Terminen.



Wünsche

- › Sie wünscht sich kleine, vertraute Gruppen mit Gleichaltrigen.
- › Sie wünscht sich ruhige Treffen bei Kaffee oder Spaziergängen.
- › Sie wünscht sich Nachmittags-Termine ein- bis zweimal pro Woche.



Probleme/Herausforderung

- › Sie traut sich nicht, neue Orte allein aufzusuchen.
- › Sie ist in ihrer Mobilität eingeschränkt und nutzt öffentliche Verkehrsmittel selten.
- › Sie findet passende Angebote nicht, weil die Informationen unübersichtlich sind.

PERSONA SENIOREN



Walter Haas

ALTER:	79 Jahre
GESCHLECHT:	männlich
BERUF:	Rentner (früher Schreiner)
FAMILIENSTAND:	verheiratet
WOHNSITUATION:	Haus mit kleinem Garten

Biografie

Walter wohnt mit seiner Frau Inge in einem Haus mit einem kleinen Garten in einem kleinen Dorf in der Nähe von Dresden. Sein Sohn, seine Schwiegertochter und deren 2 Kinder wohnen nur wenige Kilometer entfernt, weshalb er und seine Frau oft Zeit mit den Enkeln verbringen und auch auf sie aufpassen, wenn die Eltern keine Zeit haben.

Wenn seine Enkel nicht da sind, widmet sich Walter gerne der Gartenarbeit in seinem kleinen Garten. Für ihn ist die Gartenarbeit nicht nur ein Hobby, sondern hält ihn auch körperlich fit und entspannt ihn.

Abends verbringt er gerne Zeit mit seiner Frau. Die beiden schauen dann entweder zusammen Fernsehen oder lesen Bücher.

Auf Grund seines hohen Alters hat Walter oft wenig Durst und weil er im Alltag mit seinen Enkeln oft das Trinken vergisst, nimmt er zu wenig Wasser zu sich. Um sich zum vermehrten Trinken zu motivieren, hat er sich und seiner Frau einen Wasserfilter gekauft, der ihn hoffentlich zum Trinken motiviert.

Bedürfnisse

Walter wünscht sich von dem Wasserfilter, dass er nicht nur gesundheitliche Vorteile erfährt, sondern auch zum Vermehrten Trinken motiviert wird. Ob das durch Trinkerinnerungen passiert oder durch den guten, frischen Geschmack, ist ihn dabei egal. Der Tischwasserfilter sollte außerdem nicht zu teuer sein, nicht zu groß, so dass er gut in die Küche passt und im Idealfall auch von seinen Enkeln benutzt werden können.

ÜBUNG 2.2: NETZWERKPARTNER FINDEN



**Wer kann Euch bei Eurem
Projekt unterstützen – und mit
wem solltet Ihr Euch
vernetzen?**



NETZWERKPARTNER FINDEN

STAKEHOLDER MAP

15 MIN

So funktioniert's:



Akteur*innen sammeln:

Überlegt zunächst, welche Personen, Gruppen oder Organisationen für Euer Projekt wichtig sein könnten. Schreibt jeden Akteur auf einen eigenen Zettel.



Akteur*innen einordnen (Einfluss & Interesse):

Ordnet diese Akteur*innen nun in einer Matrix mit zwei Kriterien ein:

- Einfluss: Wie stark kann diese Person oder Organisation Euer Projekt fördern oder behindern?
- Interesse: Wie gross ist ihr Interesse, das Projekt aktiv zu unterstützen oder sich zu beteiligen?

Platziert Eure Zettel entsprechend in der Matrix.



Ergebnis analysieren:

Nach der Einordnung seht Ihr auf einen Blick:

- Wer besonders wichtig für Euren Erfolg ist
- Wen Ihr aktiv einbeziehen solltet
- Und wen Ihr zumindest regelmässig informieren solltet



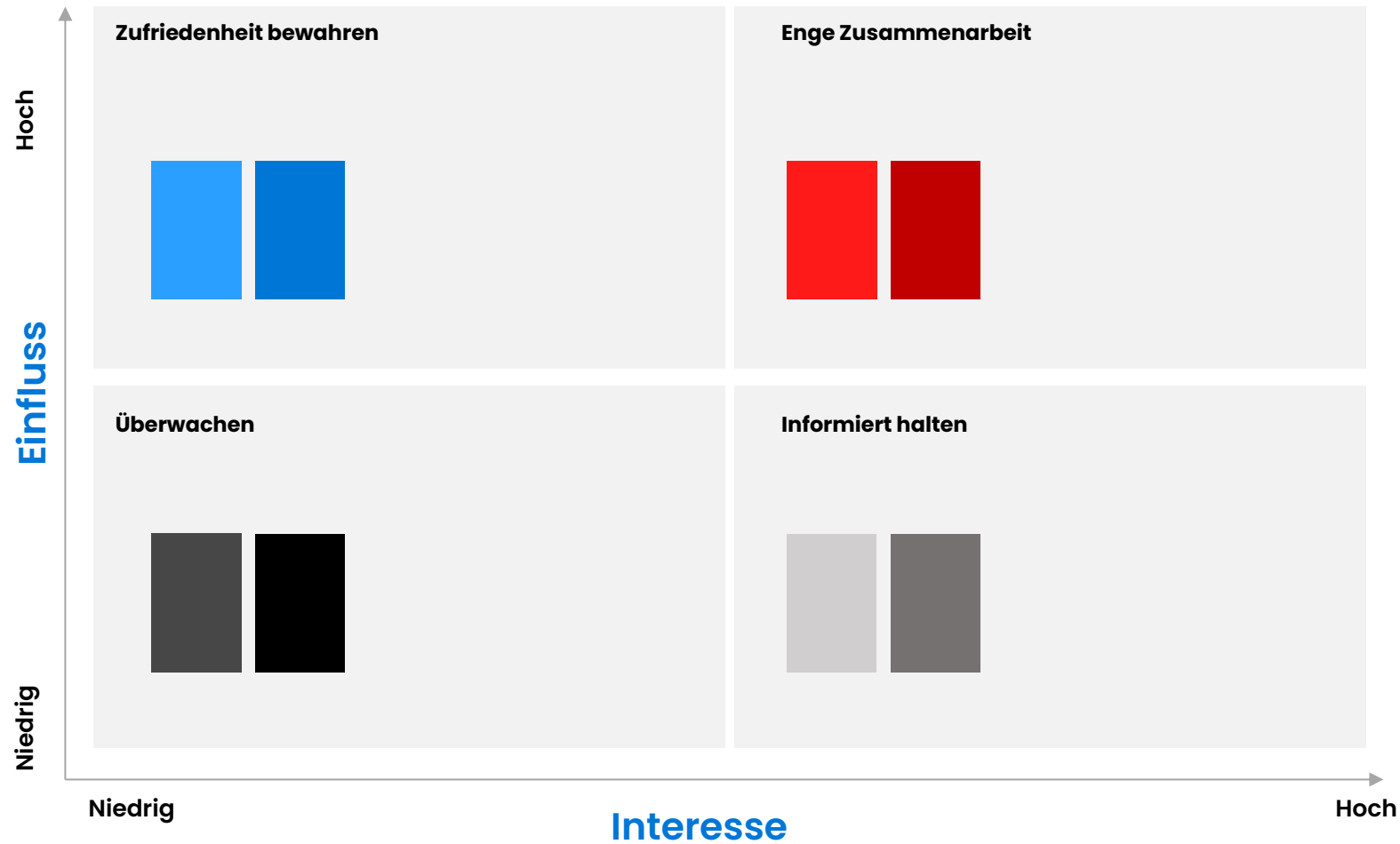
Ziel der Übung:

Ihr erkennt auf einen Blick, welche Ideen für Euer Nutzenversprechen besonders attraktiv und umsetzbar sind. Dadurch wisst Ihr genau, welche Massnahmen Ihr zuerst angehen solltet, um Eure Ressourcen optimal einzusetzen und maximale Wirkung für Eure Zielgruppe zu erzielen.

NETZWERKPARTNER FINDEN

STAKEHOLDER MAP

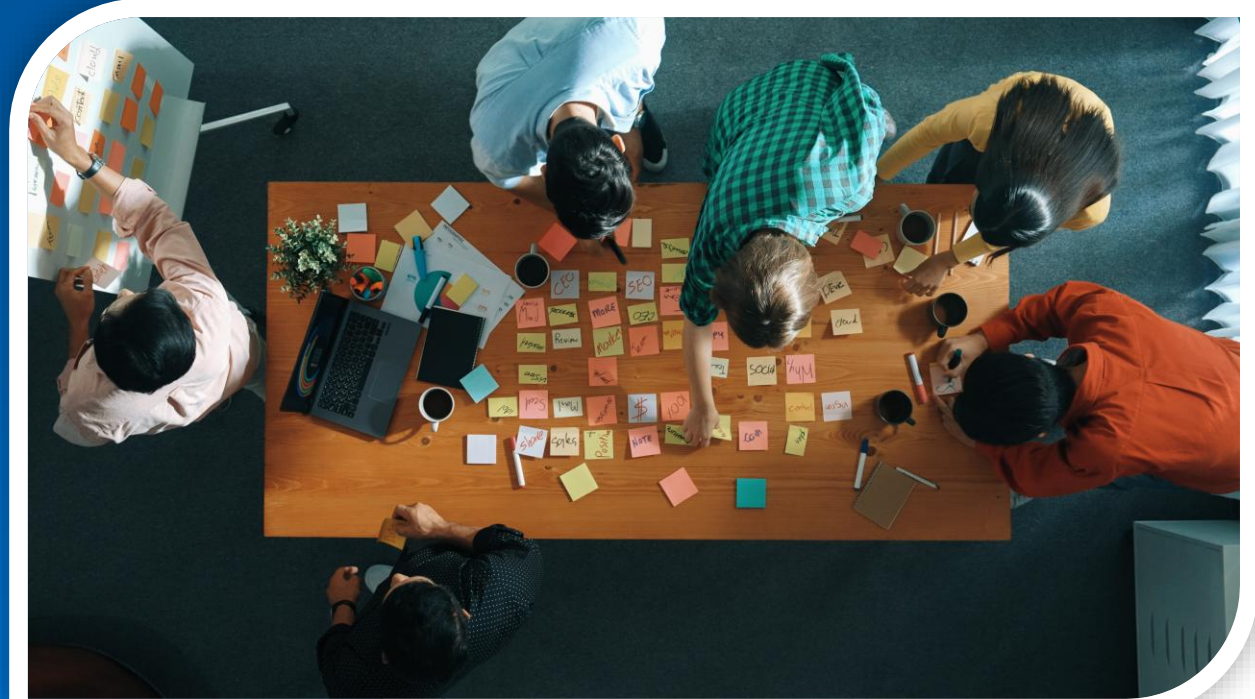
25 MIN



ÜBUNG 3: DAS ANGEBOT – WIE LÖSEN WIR DAS PROBLEM?



**Welche Lösungsideen könnt
Ihr entwickeln – und wie
könnten sie Euer Problem
wirkungsvoll lösen?**



DAS ANGEBOT – WIE LÖSEN WIR DAS PROBLEM?

Brainstorming

25 MIN



Worum geht es?

In dieser Übung sammelt Ihr gemeinsam so viele Ideen wie möglich für konkrete Massnahmen, Dienstleistungen oder Produkte, die Euer soziales Problem wirkungsvoll lösen könnten. Beim Brainstorming steht die Quantität der Ideen im Vordergrund – **jede Idee ist willkommen!**

Es gibt kein „Richtig“ oder „Falsch“. Ungewöhnliche oder kreative Einfälle sind ausdrücklich erwünscht und hilfreich.

So funktioniert's:



Start:

Eine Person notiert sichtbar für alle die Ideen (z. B. auf Flipchart oder Whiteboard).



Ideen sammeln:

Ruft alle Ideen in die Runde – alles, was Euch einfällt, wird aufgeschrieben.



Quantität statt Qualität:

Lasst Euch gegenseitig anregen und bleibt offen für neue, unkonventionelle Vorschläge.

Ziel der Übung:



Viele neue Ideen generieren



Eigene Denkmuster verlassen



Neue Möglichkeiten entdecken



Gemeinsam kreative Lösungen entwickeln

Am Ende habt Ihr eine Vielzahl spannender Ideen für Angebote, die konkret und praxisnah auf Euer soziales Problem eingehen.

BRAINSTORMING REGELN



Wilde, ungewöhnliche
oder verrückte Ideen sind
ausdrücklich erlaubt!



Je mehr Ideen,
desto besser.



Baut auf den Ideen
der anderen auf und
lasst Euch inspirieren.



Skizziert Eure
Idee.

Ideen kurz und knapp äussern.
Ausführliche Diskussionen und
Erklärungen gehören in eine
spätere Bewertungsphase.

Ideen werden weder kritisiert
noch bewertet

Alle Teilnehmenden sind
gleichwertig, unabhängig von
ihrer Rolle oder Position im
Team.

Ausreden lassen, keine
Unterbrechungen.

KAFFEPAUSE

10 MIN



IDEEN PRIORISIEREN

Impact-Ease-Matrix (Nutzen-Machbarkeit-Matrix)

15 MIN

Worum geht es?

Mit der Impact-Ease-Matrix bewertet Ihr Eure gesammelten Angebotsideen danach, wie wirkungsvoll (Impact) und gleichzeitig realistisch umsetzbar (Ease) sie sind. Ihr erkennt dadurch schnell, welche Ideen den grössten Nutzen für Eure Zielgruppe bieten und zugleich gut umsetzbar sind.

So funktioniert's:

Matrix vorbereiten

Zeichnet ein grosses Raster (2x2) auf Flipchart oder Whiteboard mit zwei Achsen:

Vertikale Achse: Nutzen/Wirkung

→ *Wie gross ist der positive Effekt der Idee für Eure Zielgruppe?*

Horizontale Achse: Machbarkeit/Aufwand

→ *Wie leicht lässt sich die Idee mit Euren Ressourcen umsetzen?*

Ideen einordnen:

Nehmt jede Eurer Angebotsideen einzeln und diskutiert kurz:

- Wie hoch schätzt Ihr den Nutzen (Wirkung) der Idee ein?
- Wie realistisch ist die Umsetzung (Machbarkeit/Aufwand)?
- Platziert jede Idee entsprechend auf der Matrix.

Auswertung

- Oben rechts (hoher Nutzen, leichte Umsetzung): Priorität – sofort angehen!
- Oben links (hoher Nutzen, schwere Umsetzung): Wichtig, später planen.
- Unten rechts (geringer Nutzen, leichte Umsetzung): Geringe Priorität.
- Unten links (geringer Nutzen, schwere Umsetzung): Bewusst verwerfen oder zurückstellen.

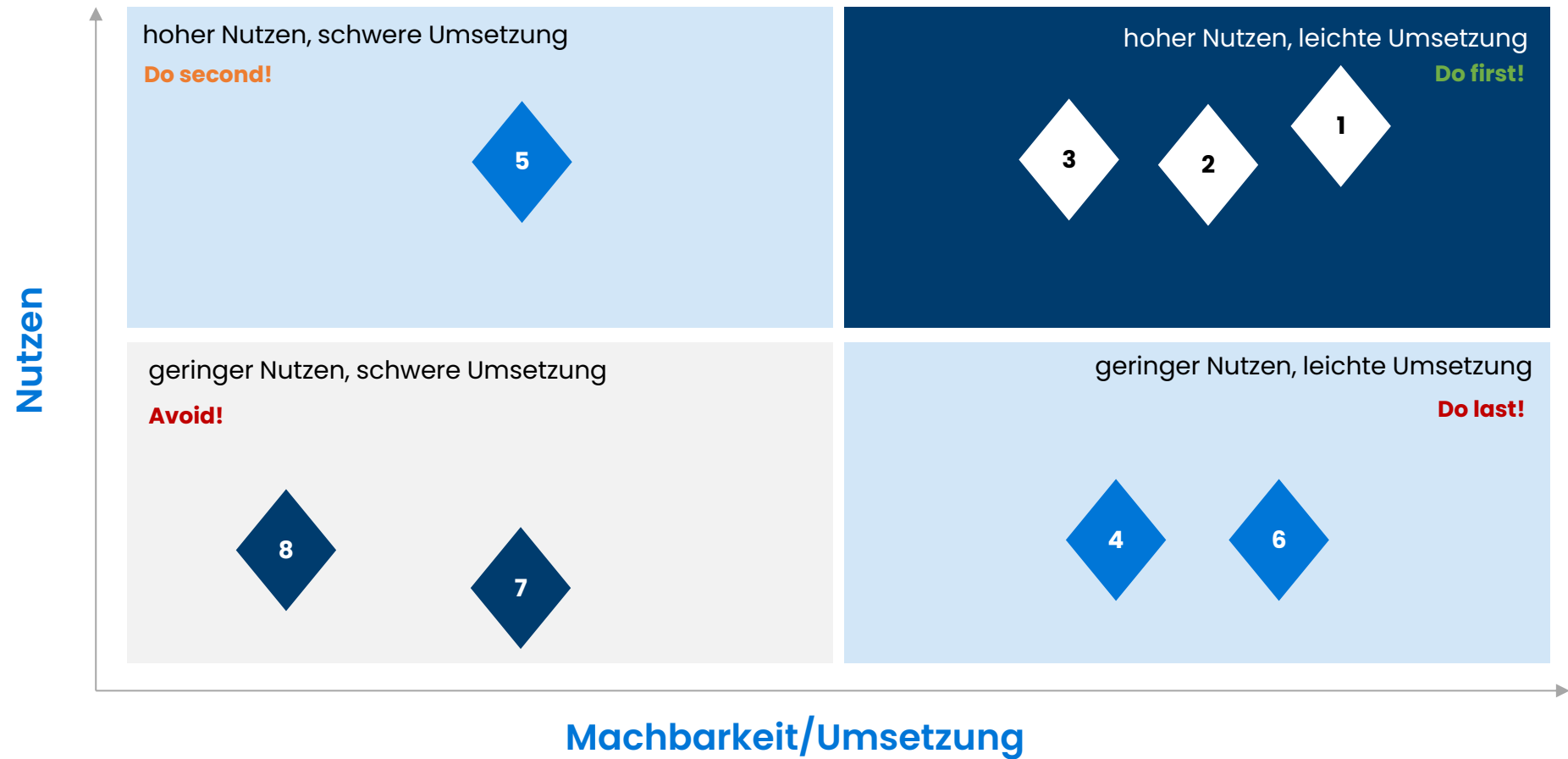
Ziel der Übung:

Ihr erkennt auf einen Blick, welche Ideen für Euer Nutzenversprechen besonders attraktiv und umsetzbar sind. Dadurch wisst Ihr genau, welche Massnahmen ihr zuerst angehen solltet, um Eure Ressourcen optimal einzusetzen und maximale Wirkung für Eure Zielgruppe zu erzielen.

IDEEN PRIORISIEREN

Impact-Ease-Matrix (Nutzen-Machbarkeit-Matrix)

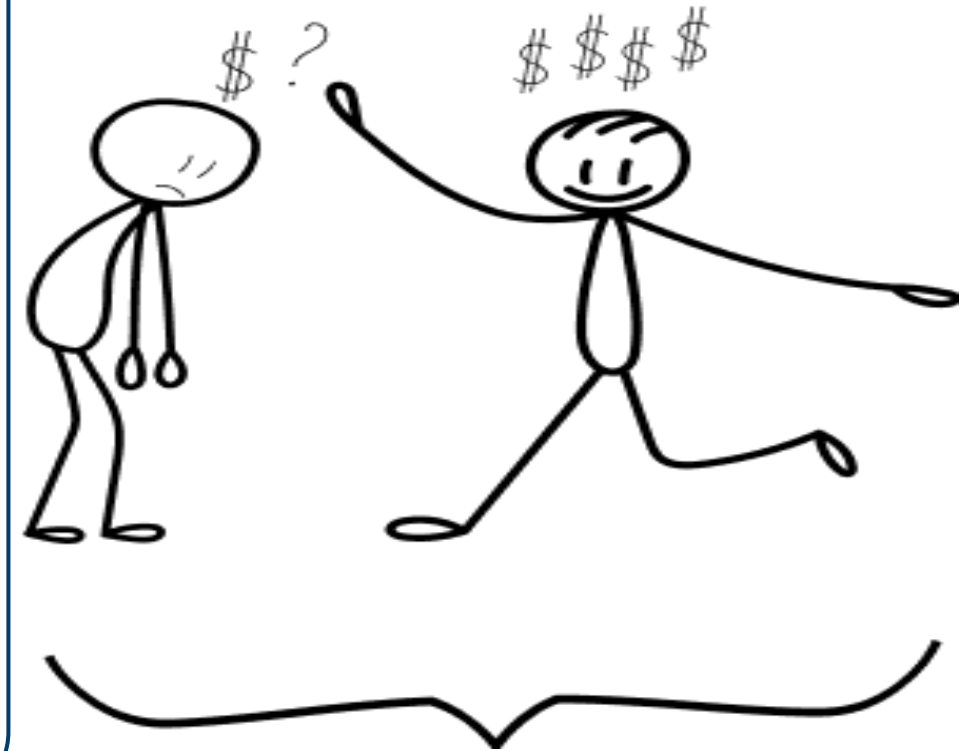
15 MIN



ÜBUNG 5: FINANZIERUNG KLÄREN – WOHER KOMMT DAS GELD FÜR DAS PROJEKT?



**Woher kommt das Geld für Euer Projekt?
Wie baut Ihr eine stabile finanzielle
Grundlage auf?**



FINANZIERUNG KLÄREN – WOHER KOMMT DAS GELD FÜR DAS PROJEKT?

15 MIN

Finanzierungssäulen

Worum geht es?

Damit euer soziales Projekt langfristig erfolgreich ist, braucht es eine stabile finanzielle Grundlage. In dieser Übung lernt Ihr die drei wichtigsten Finanzierungssäulen kennen, aus denen soziale Projekte typischerweise ihre Mittel beziehen:

Institutionelle Förderung

Projektförderung

Selbst erwirtschaftete Einnahmen / Zweckbetrieb

Anschliessend ordnet Ihr mögliche Einnahmequellen für Euer eigenes Projekt diesen Säulen zu.

Ziel der Übung:

Ihr bekommt ein klares Verständnis davon, welche Einnahmequellen für euer Projekt realistisch möglich sind. So könnt Ihr eine tragfähige und vielseitige Finanzierung aufbauen, die Eure Organisation langfristig stabil macht.



So funktioniert's:

- › Schaut Euch die Beispiele für jede Finanzierungssäule genau an.
- › Überlegt, welche dieser Einnahmequellen zu Eurem Projekt passen.
- › Ordnet Eure Ideen den drei Säulen zu – so entsteht ein erster Finanzierungsplan für Euer Projekt.



FINANZIERUNG KLÄREN – WOHER KOMMT DAS GELD FÜR DAS PROJEKT?

15 MIN

Finanzierungssäulen

Institutionelle Förderung	Projektförderung	WGB/ Zweckbetrieb
☐ Kleinspenden von Privatpersonen ☐ Grossspenden von Philanthrop*innen ☐ Mitgliedsbeiträge ☐ Fördermitgliedsbeiträge ☐ Institutionelle Förderung von Stiftungen ☐ Institutionelle Förderung von Unternehmen ☐ Zeitspenden (Ehrenamt) ☐ Pro-Bono-Dienste ☐ Corporate Volunteering ☐ Sachspenden ☐ Crowdfunding & Crowdfunding ☐ Gesellschaftermittel ☐ Institutionelle Unterstützung der öffentlichen Hand ☐ Erbschafts-/Testamentsspenden ☐ Sonstiges:	☐ Projektbezogene Kleinspenden ☐ Projektbezogene Grossspenden ☐ Öffentliche Projektförderung ☐ Projektförderung von Stiftungen ☐ Projektförderung von Unternehmen ☐ projektbezogenes Crowdfunding ☐ Sonstiges: ☐ Sonstiges:	☐ Selbst erwirtschaftete Einnahmen: ☐ Selbst erwirtschaftete Einnahmen: ☐ Selbst erwirtschaftete Einnahmen: ☐ Selbst erwirtschaftete Einnahmen: ☐ Transferleistungen nach SGB ☐ Vermietung und Verpachtung ☐ Kapitalerträge und Zinsen ☐ Sonstiges: ☐ Sonstiges:

ÜBUNG 6: ELEVATOR PITCH



**Wie stellt Ihr Euer Projekt vor
– und weckt dabei Interesse
und Neugier?**



**ELEVATOR
PITCH**

KURZE ABSCHLUSSBEFRAGUNG

● Einstiegs- und Abschlussbefragung

- » **Messen der Kompetenzentwicklung**
(Projektplanung, Zielgruppenanalyse, Finanzierung, Pitch, etc.)
- » **Einschätzung des Transfers** in die Community
(Multiplikatorinnenrolle)
- » **Bewertung von Qualität & Methoden**
(Inhalte, Tempo, Materialien, Übungen)
- » **Identifikation von Verbesserungspotenzialen**
für künftige Workshops



AUSBLICK

Wie geht es weiter?

Workshops in Vaduz, Bern, Wien, Friedrichshafen ✓

Weitere Workshops am Bodensee

- Februar/März 2026 in Friedrichshafen unter Leitung der ZHAW Zürich

Netzwerktreffen Online

- Januar 2026

Multiplikator*innen-Event (Wien)

- Projektergebnisse werden öffentlich vorgestellt





Übergabe Zertifikate

WORKSHOP ENTRECIVIL

Kompetenzförderung für
nachhaltiges zivilgesellschaftliches
Engagement

29.11.2025





Herzlichen Dank an euch!