



PR1 | MULTIMETHODISCHE, ITERATIVE UND NUTZERZENTRIERTE BEDARFSANALYSE FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION VON SOZIALUNTERNEHMEN

Giulia Parola, Clémentine Blazy (ECSF GmbH)



Co-funded by
the European Union

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG.....	3
1.1. PROBLEMSTELLUNG.....	3
1.2. BEYOND CAPITAL PROJEKT UND ZIELSETZUNG	3
2. PROJEKTERGEBNIS 1.....	4
2.1 BESCHREIBUNG	5
2.2 ZIELGRUPPEN.....	5
2.3 ABLAUF	6
3. PHASE A: ANALYSE DER GEGENWÄRTIGEN SITUATION	7
3.1. DATENERHEBUNG: FOKUSGRUPPEN	7
3.1.1. AUFBAU	7
3.1.2. TEILNEHMER.....	7
3.1.3. ABLAUF	8
3.2. DATENANALYSE	9
3.3. ERGEBNISSE.....	10
3.3.1. THEMEN	11
3.3.2. DISKUSSION	12
4. PHASE B: ITERATIVE BEDARFSANALYSE	13
4.1. ZWECK	13
4.2. LOTSSEN.....	13
4.2.1. VORBEREITUNG	13
4.2.2. DURCHFÜHRUNG	14
4.3. ANALYSE DER RÜCKMELDUNGEN	15
4.3.1. ERHEBUNGEN UND ANTWORTEN	15
4.3.2. TEIL I: STRUKTUR.....	15
4.3.3. TEIL II: QUALITÄT DER INFORMATIONEN.....	16
4.3.4. TEIL III: INHALT	16
4.3.5. TEIL IV: LIEFERUNG.....	17
4.3.6. TEIL V: RELEVANZ	18
4.3.7. SCHLUSSFOLGERUNGEN	18
5. PHASE C: ÜBERSETZUNG UND LIEFERUNG	18
6. REFERENZEN.....	19

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

Die Initiative für soziales Unternehmertum (*Social Business Initiative, SBI*) der Europäischen Kommission wurde 2011 ins Leben gerufen, um durch die Schaffung eines günstigen Klimas für Sozialunternehmen einen sozialen und wirtschaftlichen Wandel herbeizuführen. Ein aktueller vergleichender Bericht der Europäischen Kommission (Borzaga et al., 2020) hat jedoch gezeigt, dass das Potenzial der Ökosysteme von Sozialunternehmen noch lange nicht voll ausgeschöpft ist. Diese Ergebnisse bestätigen die allgemeine Annahme, dass der Zugang zu Finanzmitteln für Sozialunternehmen komplexer ist als für traditionelle Unternehmen. Erstens sind die Haupthindernisse für die Beschaffung der erforderlichen externen Ressourcen für Sozialunternehmen nicht auf ein mangelndes Angebot zurückzuführen, sondern vielmehr auf ein allgemeines Unverständnis für die Geschäftsmodelle von Sozialunternehmen. Zweitens haben Sozialunternehmer oft Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln, die auf unzureichende Kenntnisse über das bestehende Finanzangebot und auf die Unfähigkeit zurückzuführen sind, nachhaltige Finanzmittel zu beschaffen und zu verwalten. Drittens mangelt es den Sozialunternehmern an Interesse an einer soliden Finanzplanung, da diese im Vergleich zur Entwicklung des Sozialunternehmens (z. B. Entwicklung und Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen, Gewinnung von Kunden und Vergrößerung des Marktanteils, Schaffung neuer Geschäftsbeziehungen und Partnerschaften) als nicht vorrangig angesehen wird. Und schließlich behindert vor allem in den Mittelmeerländern der übermäßige Rückgriff auf familiäre Beziehungen und gemeinschaftliche Gegenseitigkeit die Entwicklung von Sozialunternehmen, die Schwierigkeiten haben, sich zu entwickeln.

In jüngster Zeit hat die Coronavirus-Pandemie eine tiefe Wirtschaftskrise ausgelöst, die zahlreiche Sektoren in Mitleidenschaft gezogen und zu Arbeitsplatzverlusten in mehreren Branchen geführt hat. Sozialunternehmen und allgemeiner Organisationen, die in der Sozialwirtschaft tätig sind, haben einerseits eine Schlüsselrolle bei der Unterstützung der Menschen und der Bewältigung der Krise gespielt. Andererseits mussten sie sich jedoch den Herausforderungen und Belastungen im Zusammenhang mit COVID-19 stellen und sich an ein sich stark veränderndes und komplexes Umfeld anpassen. Die Ungewissheit über die Zukunft und die Forderung nach widerstandsfähigen Unternehmen in der Erholungsphase erfordern gezielte Fähigkeiten und Instrumente, um das Überleben und vor allem die Nachhaltigkeit der sozialwirtschaftlichen Organisationen zu fördern, deren Rolle in der heutigen Gesellschaft sich als wesentlich erwiesen hat. Mehr denn je sind heute eine vorausschauende Finanzplanung und ein vorausschauendes Finanzmanagement von entscheidender Bedeutung, insbesondere für Sozialunternehmen in der Anfangsphase (die seit weniger als fünf Jahren auf einem Markt tätig sind). Letztere brauchen Unterstützung beim Übergang zum "späteren Wachstum" durch finanzielle Nachhaltigkeit.

1.2. Beyond Capital Projekt und Zielsetzung

Beyond Capital ist ein Erasmus+ Projekt im Bereich der beruflichen Aus- und Weiterbildung, das das nachhaltige Wachstum der Sozialwirtschaft unterstützt, indem es sich auf Sozialunternehmen in der "Frühphase" konzentriert. Sieben europäische Organisationen nehmen an dem transnationalen Projekt teil: Maltese Italian Chamber of Commerce (Malta),

Synthesis center for research and education Limited (Zypern), Gestión Estratégica e Innovación SL (Spanien), Malta Stock Exchange Institute Ltd (Malta), Exeo Lab Srl (Italien), ECSF GmbH (Deutschland), Cooperation Bancaire pour l'Europe (Belgien).

Die Zusammenarbeit in Form einer transnationalen Partnerschaft stellt eine kosteneffiziente Lösung dar, bei der Organisationen in verschiedenen Mitgliedstaaten das Potenzial von externem Wissen nutzen können, um zur Entwicklung ihrer jeweiligen lokalen Ökosysteme für soziale Unternehmen beizutragen. Durch die länderübergreifende Durchführung dieses Projekts wollen wir auch die Konvergenz im Hinblick auf ein gemeinsames Verständnis des Phänomens des sozialen Unternehmens in Europa verbessern, indem wir die von der SBI aufgestellte operationelle Definition des sozialen Unternehmens unter den Partnerorganisationen, ihrem Netzwerk, den direkten Teilnehmern und ihren Gemeinschaften in den verschiedenen Teilnehmerländern verbreiten.

Sozialunternehmen - Unternehmen, deren Hauptziel darin besteht, positive soziale Auswirkungen zu erzielen - gibt es in jedem europäischen Land. Sie sind ein wichtiger Teil der Sozialwirtschaft, in der heute etwa 13,6 Millionen Europäer arbeiten. Einige von ihnen erbringen lebenswichtige Pflegedienstleistungen, andere konzentrieren sich auf die Bereitstellung von Arbeitsplätzen für benachteiligte Gruppen, und wieder andere befassen sich mit einem umfassenderen Spektrum gesellschaftlicher Herausforderungen, wie z. B. der Verwirklichung der Ziele der nachhaltigen Entwicklung. Letztendlich will Beyond Capital das Risiko des Scheiterns neu gegründeter Unternehmen der Sozialwirtschaft, der Wirtschaft, die für die Menschen arbeitet, verringern. Die Ziele von Beyond Capital sind im Einzelnen:

Angebot fortgeschrittener Finanzplanungs- und Managementschulungen für Sozialunternehmer in der Anfangsphase, Manager und Mitarbeiter von Sozialunternehmen, Genossenschaften und gemeinnützigen Organisationen;

Verbreitung fortgeschrittener Kenntnisse über das Finanzangebot und nachhaltige Finanzierungsmöglichkeiten, einschließlich innovativer Finanzinstrumente (z. B. Green Bonds und Social Impact Bonds, Crowdfunding);

Entwicklung von Eigeninitiative und unternehmerischer Kultur im Sinne der Fähigkeit zu innovativem und unternehmerischem Handeln, insbesondere in Bezug auf Finanzplanung und -verwaltung.

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, sieht Beyond Capital die Entwicklung von vier Projektergebnissen (PRs) vor, wie in Tabelle 1 unten dargestellt.

Project result	Leading organization	Result title	Starting period	Ending period
1	ECSF GmbH	MULTI-METHOD, ITERATIVE AND USER-CENTERED NEEDS ASSESSMENT FOR THE NEXT GENERATION OF SOCIAL ENTERPRISES	01.11.2021	31.08.2023
2	Malta Stock Exchange Institute Ltd	BEYOND CAPITAL TRAINING CURRICULUM FOR SOCIAL ENTREPRENEURS AND MANAGERS	01.03.2022	23.06.2023
3	Exeo Lab Srl	OPEN GUIDE FOR VET PROVIDERS	01.08.2022	30.06.2023
4	Gestión Estratégica e Innovación SL	MOOC	01.06.2023	31.10.2023

Table 1. Summary of Beyond Capital project results.

2. Projektergebnis 1

2.1 Beschreibung

Das erste Projektergebnis (PR1) hat die Form eines transnationalen Forschungsberichts, in dem die Ergebnisse einer Bedarfsanalyse vorgestellt werden, die als Grundlage für die Erstellung des Beyond-Capital-Schulungscurriculums für Sozialunternehmer und Manager von Sozialunternehmen (PR2) dient, das auf die Lernbedürfnisse der Teilnehmer eingeht. Der jüngste vergleichende Bericht der Europäischen Kommission (Borzaga et al., 2020) stellte fest, dass ein dringender Bedarf an Kapazitätsaufbau und Wissensaustausch zwischen traditionellen und sozialen Finanzgebern und Beamten besteht. Viele Unternehmer in der Anfangsphase haben oft Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln, die auf unzureichende Kenntnisse über das bestehende Finanzangebot und auf die Unfähigkeit zurückzuführen sind, nachhaltige Finanzmittel zu beschaffen und zu verwalten. Viele von ihnen ziehen es vor, Familie und Freunde um Darlehen zu bitten. Und selbst wenn es zu einer formellen Kreditaufnahme kommt, erfolgt diese in der Regel bei Geschäftsbanken und nicht bei spezialisierten Kreditgebern für soziale Investitionen.

Auf der Angebotsseite verstehen traditionelle Finanzdienstleister nicht immer die besonderen Merkmale und finanziellen Bedürfnisse von Sozialunternehmen, was zu unangemessenen Finanzierungsbedingungen und hohen Anforderungen an die Sicherheiten führt. Andererseits neigen Anbieter sozialer Finanzierungen (z. B. Kreditgeber für soziale Investitionen) dazu, mit traditionellen Geschäftsbanken um Marktanteile zu konkurrieren, anstatt sich auf die Finanzierungslücken der Banken zu konzentrieren, insbesondere in früheren Entwicklungsphasen sozialer Unternehmen.

Was schließlich die öffentlichen Finanzierungsmöglichkeiten betrifft, so besteht bei den nationalen und lokalen Behörden die allgemeine Tendenz, die umgesetzten EU-Vorschriften (z. B. die Richtlinie über das öffentliche Auftragswesen) sehr restriktiv auszulegen, was letztendlich zu einer Benachteiligung der Sozialunternehmen führt, insbesondere bei öffentlichen Ausschreibungen.

2.2 Zielgruppen

Direkte Zielgruppen von PR1 sind die Projektpartnerorganisationen, die aus erster Hand von der Bedarfsanalyse profitieren. PR1 kann das Verständnis der Partnerorganisationen und anderer Stakeholder für die Wünsche, Bedürfnisse, Anforderungen, Erwartungen, Motivationen, Defizite, Einschränkungen und Anforderungen der Teilnehmer in Bezug auf die Finanzierung von Sozialunternehmen verbessern. Darüber hinaus kann PR1 externe Stakeholder wie traditionelle und soziale Finanzdienstleister, politische Entscheidungsträger und alle Organisationen, die im Ökosystem sozialer Unternehmen tätig sind, über den Finanzierungsbedarf von Sozialunternehmern in der Frühphase informieren. Genauer gesagt, PR1:

- informiert traditionelle Banken über die Grenzen von Sozialunternehmen und ermöglicht ihnen, die Verfügbarkeit von Fremdkapital für Sozialunternehmer zu erhöhen;

- ermöglicht es Anbietern von Sozialfinanzierungen, Einblicke in die von traditionellen Banken hinterlassenen Finanzierungslücken zu gewinnen und ihr Angebot entsprechend anzupassen;

- das Verständnis von Beamten für politische Optionen im Kontext des Ökosystems der Sozialunternehmen verbessert, um Entscheidungen auf institutioneller Ebene zu verbessern.

Nach unserem Kenntnisstand scheint die Forschung über Sozialunternehmen und ihren Zugang zu verschiedenen Finanzierungsformen fragmentiert zu sein. Außerdem stützen sich die meisten Untersuchungen auf sekundäre Quellen (z. B. statistische Daten von nationalen und europäischen Agenturen). Durch die direkte Erhebung von Primärdaten bei Sozialunternehmern in der Anfangsphase kann PR1 reichhaltige Informationen liefern, die ein umfassendes Bild des Phänomens vermitteln. Die Ergebnisse der finanziellen Bedarfsermittlung bieten einen wertvollen Lernrahmen für die Projektpartner und ihre direkten Begünstigten.

2.3 Ablauf

Phase A erstreckte sich vom ersten Monat (M1) bis M4 und bestand aus einer Analyse der gegenwärtigen Situation (PSA). Die PSA stützte sich auf Fokusgruppen, um die spezifischen Bedürfnisse und Hindernisse beim Zugang zu Finanzmitteln zu erfassen und zu verstehen, mit denen Sozialunternehmer in der Anfangsphase in ihren lokalen Ökosystemen konfrontiert sind. Die Gruppeninterviews mit Sozialunternehmern konzentrierten sich insbesondere auf das Verständnis der lokalen Modelle sozialer Unternehmen und der Herausforderungen, denen sie beim Zugang zu Finanzmitteln gegenüberstehen. Die Fokusgruppen trugen dazu bei, die spezifischen pädagogischen Bedürfnisse in Bezug auf Methodik, Werkzeuge und den Einsatz von Technologie für den Unterricht besser zu verstehen. Lokale Interessenvertreter, wie die Projektpartner, wurden ebenfalls konsultiert, um den sozioökonomischen und institutionellen Kontext jedes beteiligten Landes zu definieren. Die Ergebnisse der Fokusgruppen bilden die Grundlage für die Gestaltung der Ausbildung. Phase B erstreckt sich von M16 bis M20 und besteht aus einer iterativen Bedarfsanalyse (Iterative Needs Analysis, INA). Die INA stützt sich auf Daten, die von den Teilnehmern im Längsschnitt selbst erhoben werden. Die Teilnehmer an den Pilotaktivitäten führten anhand eines strukturierten Rahmens ein Protokoll über ihre Gedanken und Erfahrungen mit dem Trainingskurs in ihrer realen Umgebung.

Die Forscher analysierten die im Laufe des Prozesses gesammelten Daten iterativ, um die Qualität der Erfahrungen der Teilnehmer im Laufe der Zeit besser zu verstehen. Die Tatsache, dass die Daten kontinuierlich gesammelt und analysiert wurden, hilft den Projektpartnern, notwendige Änderungen in der Anfangsphase zu erkennen, und schafft mehrere Gelegenheiten, Ideen zu überdenken und ihre Auswirkungen in späteren Phasen kritisch zu reflektieren. Phase C fand von M21 bis M22 statt und besteht aus Übersetzung und Lieferung. Der umfassende Bericht wurde aus dem Englischen ins Spanische, Französische, Italienische, Deutsche und Griechische übersetzt und auf der Projektwebsite zur Verfügung gestellt sowie durch akademische Konferenzen, die Veröffentlichung in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift und Multiplikatorenveranstaltungen verbreitet. Der Bericht wird auch an die relevanten Interessengruppen in den Partnerländern verteilt, wie z. B. an einschlägige Wirtschaftsverbände und öffentliche Verwaltungen. Die folgende Tabelle 2 fasst die drei Phasen zusammen, die zur Entwicklung von PR1 führten.

Phases	Name	Timeline
A	Present Situation Analysis (PSA)	M1 to M4
B	Iterative Needs Analysis (INA)	M16 to M20
C	Translation and Delivery	M21 to M22

Table 2. Summary of PR1 phases.

3. Phase A: Analyse der gegenwärtigen Situation

3.1. Datenerhebung: Fokusgruppen

In einer Fokusgruppe werden qualitative Daten erhoben, indem Einzelpersonen zusammenkommen, um ein bestimmtes Thema in einer freizügigen, nicht bedrohlichen Umgebung zu diskutieren. Ziel ist es, besser zu verstehen, wie Menschen über ein Thema, eine Idee, ein Produkt oder eine Dienstleistung denken oder fühlen. Die Fragen sind offen formuliert, um eine informelle Diskussion mit den Teilnehmern anzuregen und ihre Wahrnehmungen, Überzeugungen, Ängste, Fragen und ihren Informationsbedarf zu verstehen. Die Teilnehmer werden ausgewählt, weil sie bestimmte gemeinsame Merkmale aufweisen (hier: Sozialunternehmer in der Anfangsphase in einem bestimmten Land), die sich auf das Thema (Finanzierung für Sozialunternehmer) der Fokusgruppe beziehen. Die Gruppengröße sollte einerseits die Möglichkeit bieten, Erkenntnisse auszutauschen, und andererseits die Vielfalt der Wahrnehmungen gewährleisten. Der Moderator schafft ein freizügiges Umfeld, das die Teilnehmer ermutigt, Wahrnehmungen und Standpunkte auszutauschen. Ziel ist es, eine möglichst große Anzahl unterschiedlicher Ideen und Meinungen zu generieren. Die Gruppendiskussion wird mehrmals mit ähnlichen Arten von Teilnehmern durchgeführt, damit die Forscher Trends und Muster in den Wahrnehmungen erkennen können (Krueger & Casey, 2015).

3.1.1. Aufbau

Für jedes am Projekt beteiligte Land wurde ein Fokusgruppen-Workshop durchgeführt: Belgien, Zypern, Deutschland, Italien, Malta und Spanien. Ein Moderator des ECSF bereitete alle sechs Fokusgruppen vor und leitete sie. Zusätzlich nahm ein lokaler Vertreter (der Projektleiter der Partnerorganisation) an der jeweiligen lokalen Fokusgruppe teil. Die lokalen Vertreter unterstützten den ECSF bei der Vorbereitung, indem sie zum Beispiel die Angemessenheit und Kohärenz für die lokalen kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten sicherstellten. Während der Fokusgruppen fungierte der lokale Vertreter als Beobachter, machte sich Notizen und nahm an einer Nachbesprechung mit dem Moderator nach dem Fokusgruppen-Workshop teil. Weitere Beobachter waren willkommen. Das Fokusgruppenkonzept umfasst 120 Minuten: 10,5 Minuten sind der strukturierten Datenerhebung gewidmet, während weitere 15 Minuten vorgesehen sind, wenn weitere Diskussionen erforderlich sind. Es werden zwei Hauptansätze kombiniert:

Ansatz 1: Bewusstwerden der individuellen, auch impliziten Bedürfnisse, Erwartungen und Herausforderungen durch Fotoerhebung;

Ansatz 2: Geleitete Diskussion zur Verknüpfung und Vertiefung des durch Ansatz 1 gewonnenen Wissens unter Verwendung der Nominal Group Technique (NGT), um zu einem möglichst umfassenden, gemeinsamen Verständnis der finanziellen Bedürfnisse von Sozialunternehmen als Ausgangspunkt für die Entwicklung des Curriculums zu gelangen.

3.1.2. Teilnehmer

Es sollten zwischen fünf und acht Teilnehmer ermittelt und zu der Fokusgruppe mit einer Gesamtdauer von 120 Minuten eingeladen werden. Da es für die Ergebnisse der Fokusgruppe

wesentlich ist, dass die Teilnehmer ihre Bedürfnisse, Ideen und Hindernisse mitteilen können, müssen die Teilnehmer dieselbe Sprache auf einem Niveau sprechen, auf dem sie sich wohl fühlen und sich ohne Missverständnisse aufgrund von Sprachbarrieren ausdrücken können. Außerdem war es wichtig, dass die Teilnehmer sich gegenseitig gut verstehen, um auf ihren Gedanken aufbauen zu können. Die Projektpartner konnten je nach Bedarf im Voraus wählen, ob eine Fokusgruppe auf Englisch, Griechisch, Italienisch, Französisch oder Spanisch abgehalten werden sollte, und ob sie eine Online-, Hybrid- oder Präsenzform bevorzugten.

Im Februar 2022 versammelten die Projektpartner fünf bis acht Sozialunternehmer im Anfangsstadium:

- die die gleiche Sprache auf hohem Niveau sprechen (Englisch, Griechisch, Italienisch, Französisch oder Spanisch);
- die zum vereinbarten Datum und Zeitpunkt des Fokusgruppen-Workshops verfügbar sind;
- die in verschiedenen Sektoren arbeiten;
- mit heterogenen demografischen Merkmalen;
- die bereit sind, Schmerzpunkte offen zu kommunizieren und den Status quo kritisch zu hinterfragen;
- über einen PC mit einer stabilen Internetverbindung verfügen (für hybride und Online-Fokusgruppen).

3.1.3. Ablauf

Der Moderator leitete die Fokusgruppe in allen sechs Ländern digital. Die ECSF-Forscher zeichneten die Sitzungen auf, um die Daten bestmöglich für die Bedarfsanalyse nutzen zu können (die Teilnehmer wurden im Voraus über die Aufzeichnung informiert). Alle gesammelten Informationen wurden für diesen Bericht anonymisiert. Es wurde sichergestellt und den Teilnehmern vermittelt, dass die Fokusgruppen trotz der Aufzeichnung ein geschützter Raum blieben, in dem sie ihre Meinung offen äußern konnten. Wie Tabelle 3 unten zeigt, war der Zeitraum von April bis Juli 2022 für die Durchführung der Fokusgruppen geeignet.

Date →	April – July 2022					
Project partner ↓						
Maltese Italian Chamber of Commerce Malta Stock Exchange Institute Ltd (Malta)						19.07.22 at 11 AM
SYNTHESIS CENTER FOR RESEARCH AND EDUCATION LIMITED (Cyprus)	15.04.22 at 11 AM					
Gestión Estratégica e Innovación SL (Spain)					25.05.22 at 11 AM	
Exeo Lab Srl (Italy)		22.04.22 at 11 AM				
ECSF GmbH (Germany)				19.05.22 at 11 AM		
COOPERATION BANCAIRE POUR L'EUROPE (Belgium)			25.04.22 at 12 PM			

Table 3. Dates for the implementation of the focus group workshops.

Zur Vorbereitung der Fokusgruppen-Workshops erhielten alle Projektpartner und die jeweiligen lokalen Vertreter das "Anmeldeformular für Fokusgruppen" (Anhang A), mit dem sie einen Termin buchen, ihre bevorzugte Sprache festlegen und ihre Teilnehmer anmelden konnten; das "Konzept für die Durchführung der Fokusgruppen" (Anhang B), das den methodisch-wissenschaftlichen Ansatz, die Ziele der Fokusgruppen sowie die detaillierte Gliederung und den Zeitplan des Workshops enthielt; die "Notizen-Tipps für die Beobachtung" (Anhang C), die den Beobachtern wertvolle Hinweise zum effektiven Notieren gaben, die "Notizen-Vorlage" (Anhang D), die als Ausgangspunkt für die Notizen diente, und das "Teilnehmer-Informationsblatt" (Anhang E), das die Projektpartner mit Informationen versorgte, die an die ausgewählten Fokusgruppen-Teilnehmer weitergegeben werden sollten, um sie über den Zweck der Forschung, die Erwartungen an sie bei der Vorbereitung und während des Workshops und die geplante Verwendung der gesammelten Daten zu informieren.

Da nur sehr wenige Teilnehmer die für die Fotoerhebung erforderlichen Bilder zur Verfügung stellten, beschlossen die Forscher des ECSF, in den Fokusgruppen ihre eigenen Bildaufforderungen zu verwenden. Jede der vier gewählten Aufforderungen ist repräsentativ für eine Kategorie finanzieller Ressourcen (1. rückzahlbare Ressourcen, 2. nicht rückzahlbare Ressourcen, 3. Steuererleichterungen und Steuervorteile und 4. Ressourcen aus einkommensschaffenden Maßnahmen), um die Diskussion über die von den Teilnehmern wahrgenommenen Hindernisse und Bedürfnisse in der spezifischen Kategorie anzuregen. Abbildung 1 zeigt die vier Bildanregungen.

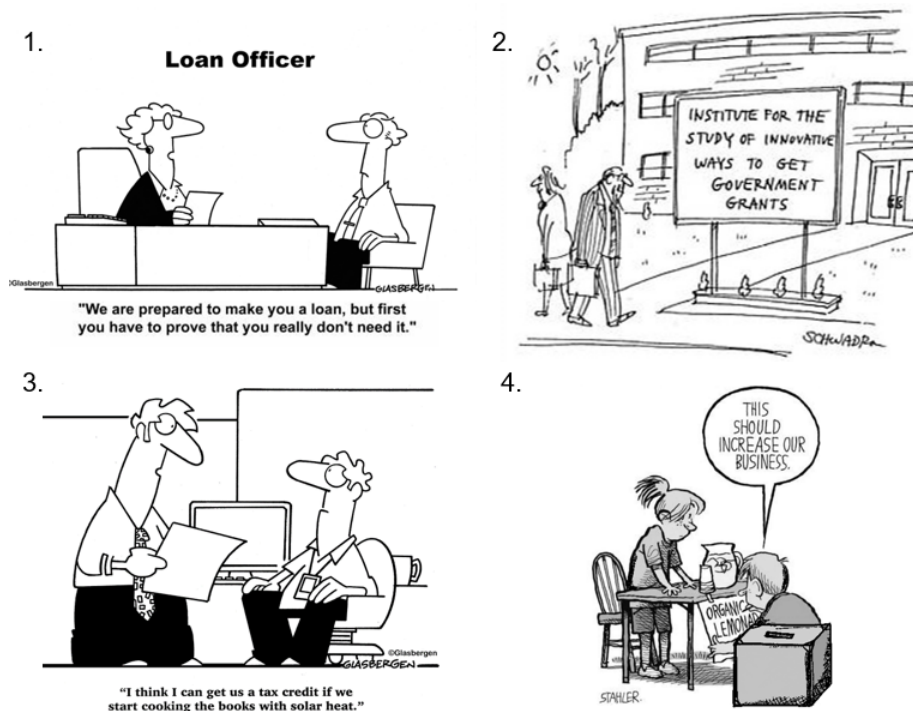


Figure 1. Image prompts used in the focus groups.

3.2. Datenanalyse

Die Analyse der erhobenen Daten erfolgte parallel zur Datenerhebung und begann mit der Nachbesprechung zwischen dem Moderator und den Beobachtern der Fokusgruppen-Workshops. Die Forscher des ECSF waren für die weitere Analyse der Daten verantwortlich,

wobei sie eine Kombination von Ansätzen verwendeten, sich aber grob an den fünf Schlüsselphasen von Krueger (1994) orientierten: Einarbeitung, Identifizierung eines thematischen Rahmens, Indexierung, Kartierung, Mapping und Interpretation. Die letzten beiden Schritte erforderten die aktive Beteiligung der Projektpartner. Die Ergebnisse der Fokusgruppen bilden die Grundlage für die Gestaltung des Trainings und werden in den nächsten Abschnitten dargestellt und diskutiert.

3.3. Ergebnisse

<p>CYPRUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8 participants • in-presence • 120 minutes • Greek language 	<p>ITALY</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 participants • hybrid • 100 minutes • Italian language 	<p>BELGIUM</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 participants • online • 90 minutes • English language
<p>GERMANY</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 participants • online • 80 minutes • English language 	<p>SPAIN</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 participants • online • 40 minutes • Spanish language 	<p>MALTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 participants • online • 60 minutes • English language

Figure 2. Summary of information for the six focus group workshops.

Alle Projektpartner organisierten ihre Fokusgruppen unabhängig und entsprechend den lokalen Bedürfnissen und Bedingungen. Die erste Fokusgruppe fand am 15. April 2022 in Zypern in Form einer Präsenzveranstaltung statt. Dies war auch die einzige Fokusgruppe, bei der der lokale Vertreter aufgrund von Sprachbarrieren als Moderator fungierte, da der Workshop in den Büros des Projektpartners auf Griechisch abgehalten wurde. Die ECSF-Forscher nahmen für eine kurze Einführung über Zoom teil. Die Fokusgruppe umfasste 8 Teilnehmer und dauerte etwa 2 Stunden. Die zweite Fokusgruppe wurde am 22. April 2022 in Italien vom lokalen Projektpartner in einer hybriden Modalität organisiert. Etwa zehn Sozialunternehmer nahmen an dem Workshop teil, der vom Moderator in italienischer Sprache geleitet wurde. Die Veranstaltung dauerte 1 Stunde und 40 Minuten. Cooperation Bancaire pour l'Europe organisierte am 25. April 2022 eine Online-Fokusgruppe in Belgien, an der vier lokale Sozialunternehmer teilnahmen. Die gesamte Veranstaltung wurde von den ECSF-Forschern online auf Englisch moderiert und dauerte eineinhalb Stunden. An der vierten Fokusgruppe nahmen am 19. Mai 2022 fünf deutsche Sozialunternehmer online teil.

Die Veranstaltung wurde von der ECSF in englischer Sprache organisiert und moderiert und dauerte eine Stunde und 20 Minuten. Der spanische Projektpartner von Beyond Capital veranstaltete am 25.05.2022 den fünften Online-Workshop. Die Veranstaltung wurde auf Spanisch über Zoom moderiert und versammelte drei lokale Sozialunternehmer. Die letzte Fokusgruppe schließlich fand am 19.07.2022 mit vier Teilnehmern online statt und wurde von den beiden maltesischen Partnern des Konsortiums gemeinsam organisiert. Der Workshop dauerte eine Stunde und wurde von den ECSF-Forschern über Zoom moderiert. Eine Zusammenfassung der oben genannten Informationen ist in Abbildung 2 zu finden.

3.3.1. Themen

Aus der Analyse der Fokusgruppen ergaben sich sechs Hauptthemen:

- Messung der sozialen Auswirkungen
- Lernen, wie man mit nicht rückzahlbaren Ressourcen umgeht;
- Wissen, wie man vermarktet;
- Aufbau von und/oder Beitritt zu Netzwerken;
- Verständnis des gesamten Spektrums finanzieller Ressourcen;
- Anwerbung von Fachleuten mit technischen Kompetenzen.

Viele der Themen waren in allen Ländern gleich, wie in Abbildung 3 dargestellt. In den folgenden Abschnitten gehen wir auf jedes Thema ein und erläutern die spezifischen lokalen Hindernisse und Bedürfnisse, die die Teilnehmer der Fokusgruppen während der Workshops diskutierten.

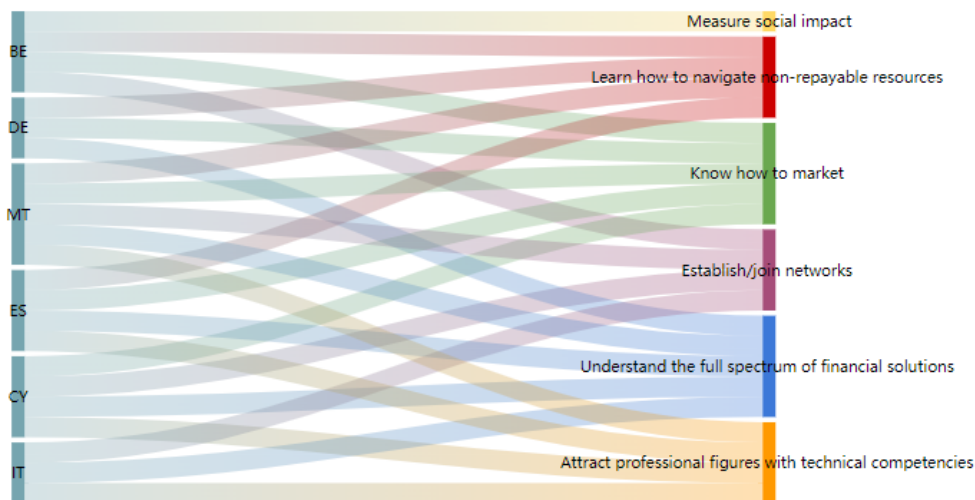


Figure 3. Overview of the six major themes.

Die Messung der sozialen Auswirkungen ist das einzige Thema, das in der Fokusgruppe nur in unserem Land (Belgien) identifiziert und diskutiert wurde. Viele der Teilnehmer wiesen darauf hin, dass der Nachweis der positiven sozialen Auswirkungen ihrer Maßnahmen und Operationen eine echte Herausforderung darstellt, insbesondere wenn sie ihre Auswirkungen quantifizieren müssen, um potenzielle Investoren zu gewinnen.

Das Erlernen des Umgangs mit nicht rückzahlbaren Mitteln wurde in vier von fünf Ländern als ein Hindernis erkannt. Insbesondere die Teilnehmer in Spanien und Deutschland betonten, dass sie nicht wussten, wie sie wettbewerbsfähige Vorschläge ausarbeiten sollten, und nicht wussten, wo sie diesbezügliche Informationen erhalten konnten. In Malta fügten die Teilnehmer hinzu, dass es relativ schwierig sei, ein detailliertes Feedback zu erhalten, da den abgelehnten Anträgen oft kurze Briefe beigelegt waren, in denen die Mängel des eingereichten Vorschlags nicht genannt wurden. Sozialunternehmer in Belgien wiesen darauf hin, dass sie von einer "Landkarte" der nicht rückzahlbaren Mittel auf lokaler und EU-Ebene profitieren könnten, um einen Überblick über alle Finanzierungsmöglichkeiten zu erhalten.

Die Frage, **wie man sich vermarktet**, ist in fünf der fünf Länder, in denen die Fokusgruppen organisiert wurden, ein wichtiges Thema. In Zypern und Spanien berichteten die Teilnehmer über Schwierigkeiten im Zusammenhang mit der Vermarktung des Auftrags des Sozialunternehmens. In ähnlicher Weise hob die Fokusgruppe in Belgien hervor, dass es

schwierig ist, soziale Produkte oder Dienstleistungen als Mainstream zu positionieren, da sie oft als Teil eines Nischenmarktes wahrgenommen werden. In Deutschland sprachen die Sozialunternehmer stattdessen darüber, wie schwierig es ist, Geldgeber zu gewinnen, da das Produkt oder die Dienstleistung häufig so innovativ ist, dass es an Verständnis für ihr Potenzial mangelt.

Der Aufbau von und/oder der Beitritt zu Netzwerken wurde von vielen Teilnehmern der Fokusgruppen als ein grundlegendes Problem bezeichnet. In Belgien erkennen die Sozialunternehmer, dass dies äußerst nützlich ist, um in vielen Bereichen kostenlose Unterstützung zu erhalten. In Zypern waren die Teilnehmer der Ansicht, dass Netzwerke die Finanzierungsmöglichkeiten verbessern können. In Italien erörterten die Teilnehmer die Notwendigkeit, ihre Soft Skills (z. B. Kommunikation, Verhandlung) zu verbessern, um Netzwerke aufzubauen oder ihnen beizutreten, die Sozialunternehmern erhebliche Vorteile bringen können.

Das **Verständnis des gesamten Spektrums finanzieller Ressourcen** ist ein weiteres sehr wichtiges Thema. Die Teilnehmer in Zypern waren daran interessiert, mehr über verschiedene Arten von Investoren und andere innovativere Instrumente (z. B. Crowdfunding) zu erfahren. Daneben erkannten Sozialunternehmer in Deutschland die Notwendigkeit, sich über verschiedene Finanzmittel zu informieren, da die von traditionellen Banken verlangten Garantien oft zu hoch sind. In Italien und Spanien berichteten die Teilnehmer, dass das Verständnis des gesamten Spektrums finanzieller Ressourcen Sozialunternehmern dabei helfen könnte, sich nicht zu sehr auf das Kapital von Freunden und Familie zu verlassen, die oft die bevorzugte Wahl für eine Erstfinanzierung sind.

Die **Anziehung von Fachleuten mit technischen Kompetenzen** ist ein Thema, das in drei Fokusgruppen identifiziert und diskutiert wurde. Einerseits wiesen die Teilnehmer in Zypern auf den Bedarf an rechtlicher Beratung hin, da das Land über keinen gut etablierten rechtlichen Rahmen für soziales Unternehmertum verfügt. Andererseits berichteten Sozialunternehmer in Italien über verschiedene Schwierigkeiten, sich in einem gut etablierten, aber recht komplexen Rechtsrahmen zurechtzufinden. In Spanien schließlich wurden Herausforderungen im Zusammenhang mit der Gewinnung von Fachkräften mit technischen Kompetenzen in ländlichen Gebieten genannt.

3.3.2. Diskussion

Die Ergebnisse der Fokusgruppen brachten einige interessante Erkenntnisse zutage, die den Projektpartnern bei der Planung der Aktivitäten im weiteren Verlauf des Projekts halfen und daher während des Beyond Capital Kick-off Meetings in La Valletta (Malta) am 7. und 8. Juli 2022 diskutiert wurden. Nach einem Meinungsaustausch über die sechs identifizierten Themen wurde darüber diskutiert, wie die Ergebnisse der Fokusgruppen in die vier Module des Beyond Capital-Trainingsplans für Sozialunternehmer und Manager (PR2) integriert werden können:

1. Soziale Unternehmen, Management und Betrieb
2. Erstellung des Strategieplans und Aufbau einer Finanzfunktion
3. Finanzierung von Sozialunternehmen
4. Soziales Unternehmertum und Unternehmensethik

Jedes Thema wurde, wie in Tabelle 4 dargestellt, einem der Module zugeordnet.

Themes	Module
Measuring social impact	1

Learning how to navigate non-repayable resources	2 and 3
Knowing how to market	1 and 2
Establishing and/or joining networks	1 and 2
Understanding the full spectrum of financial resources	3
Attracting professional figures with technical competencies	4

Table 4. Integration of focus group findings into Beyond Capital modules.

4. Phase B: Iterative Bedarfsanalyse

4.1. Zweck

In diesem Abschnitt des Dokuments befassen wir uns mit der Iterativen Bedarfsanalyse (INA), einer entscheidenden Komponente, die ihre Erkenntnisse aus den von den Pilotteilnehmern während des Pilotzeitraums (Mai bis August 2023) bereitgestellten Selbstauskünften bezieht. Während ihrer Teilnahme an den Pilotaktivitäten führten die Teilnehmer ein detailliertes Protokoll, in dem sie ihre Gedanken und Erfahrungen während der Teilnahme am Beyond Capital-Trainingskurs festhielten. Zur Erleichterung des laufenden Feedback-Prozesses wurden vier Online-Umfragen mit einer Kombination aus offenen und geschlossenen Fragen durchgeführt (siehe **Anhänge F, G, H und I**). Diese Umfragen dienten als wertvolle Instrumente zur Erfassung der Perspektiven und Erkenntnisse der Teilnehmer, die im nächsten Abschnitt erörtert werden.

4.2. Lotsen

4.2.1. Vorbereitung

Die Pilotaktivitäten für das Projekt Beyond Capital bestanden aus vier Schulungsmodulen, die von den sechs Projektpartnern in ihren jeweiligen Ländern durchgeführt wurden: Belgien, Zypern, Deutschland, Italien, Malta und Spanien.

Entwicklung des Curriculums: Der Inhalt der Schulungsmodule wurde von allen Partnern, die an der Entwicklung dieser Module mitgewirkt hatten, auf der Grundlage ihres spezifischen Fachwissens im Zusammenhang mit PR2 erarbeitet. Anschließend initiierten die Projektpartner untereinander ein Peer-Review-Verfahren, um die entwickelten Materialien zu bewerten. Nach Abschluss des Peer-Review-Verfahrens und den erforderlichen Änderungen am Schulungsmaterial übersetzten die Partner den Schulungskurs und die Materialien in ihre jeweiligen Landessprachen.

Überblick über die Schulung: Die endgültige Version des Beyond Capital-Schulungsprogramms wurde in vier Module unterteilt, die sich jeweils auf verschiedene Aspekte der Entwicklung sozialer Unternehmen konzentrieren.

1. Soziale Unternehmen, Management und Betrieb

Modul 1 dient als Einführung in die Welt der Sozialunternehmen in Europa. Es befasst sich mit der Definition und dem historischen Kontext von Sozialunternehmen und bietet Einblicke in Benefit Corporations und die B-Corp-Zertifizierung. Ein wichtiges Ziel ist es, neue Unternehmer bei der Erlangung dieser Zertifizierung zu unterstützen. Dieses Modul befasst sich auch mit der Gesetzgebung für Sozialunternehmen in den europäischen Ländern und betont, wie wichtig es ist, über das eigene Land hinaus nach potenziellen Partnern zu suchen, und zwar durch eine Analyse der Interessengruppen und eine effektive Geschäftsplanung. Darüber hinaus wird ein Best-Case-Beispiel eines seit langem bestehenden Sozialunternehmens vorgestellt, um die notwendigen Kompetenzen für ein nachhaltiges Wachstum zu fördern.

2. Erstellung des Strategieplans und Aufbau einer Finanzfunktion

Modul 2 konzentriert sich auf die strategische Planung und das Finanzmanagement für Sozialunternehmen in der Anfangsphase. Die Unternehmer lernen, wie sie einen umfassenden Geschäftsplan erstellen und Finanzprozesse mithilfe innovativer und digitaler Tools verwalten können. Zu den behandelten Themen gehören der Zweck der Planung, die Entwicklung von Geschäftsplänen, das Verständnis wirtschaftlicher Bilanzen und ihrer Komponenten sowie die Einführung in das digitale Finanzmanagement. Das Modul zielt darauf ab, Unternehmer mit den Fähigkeiten auszustatten, Ressourcen strategisch in Übereinstimmung mit den vorher festgelegten Zielen zuzuweisen.

3. Finanzierung von Sozialunternehmen

Modul 3 betont die entscheidende Rolle der Finanzplanung und des Cashflow-Managements bei der Aufrechterhaltung der Wirkung und des Wachstums eines Sozialunternehmens. Es befasst sich mit den Herausforderungen von Cashflow-Zyklen und bietet Einblicke in verschiedene Finanzierungsquellen, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Die Unternehmer lernen, vorausschauende Finanzierungsstrategien zu entwickeln, die es ihnen ermöglichen, sich auf ihre Mission zu konzentrieren, anstatt ständig dem Geld hinterherzulaufen. Das Modul leitet sie an, den Finanzierungsbedarf zu verstehen, Finanzierungsquellen zu erkunden und effektive Finanzierungsstrategien zu formulieren, um die Nachhaltigkeit des Unternehmens zu unterstützen.

4. Soziales Unternehmertum und Unternehmensethik

Modul 4 untersucht die Überschneidung von sozialem Unternehmertum und Unternehmensethik. Es bietet einen kurzen Überblick über diese Konzepte und befasst sich mit den Grundsätzen und Themen, die der Unternehmensethik zugrunde liegen, wobei deren zentrale Rolle für das soziale Unternehmertum hervorgehoben wird. Das Modul unterstreicht die Bedeutung der Einhaltung ethischer Praktiken sowohl innerhalb der Organisation als auch nach außen gegenüber den Stakeholdern und der Öffentlichkeit. Es erkennt an, dass Unternehmen, unabhängig von ihrer Einstufung als Sozialunternehmen, von der Übernahme nachhaltiger und ethischer Geschäftsmodelle und -praktiken profitieren können, indem sie ein größeres Engagement in der Gemeinschaft, eine größere Sichtbarkeit und ein langfristiges Wachstum fördern.

Einbindung der Teilnehmer: Um die Pilotaktivitäten in Gang zu bringen, richteten sich die Projektpartner an Geschäftsführer und Manager von Sozialunternehmen, die nicht länger als fünf Jahre bestehen. Mit diesem Auswahlkriterium wurde sichergestellt, dass das Pilotprojekt mit relevanten und relativ neuen Unternehmen zusammenarbeitet, die auf Wachstum und Entwicklung ausgerichtet sind.

Daten zur Anmeldung: Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Anzahl der eingegangenen Anmeldungen für die Pilotaktivitäten in den einzelnen Teilnehmerländern.

Land→ Modul↓	Belgien	Zypern	Deutschland	Malta	Italien	Spanien	Registrierungen/Modul
1	10	10	10	0	22	8	60
2	10	10	10	0	22	8	60
3	10	10	9	0	22	8	59
4	10	10	9	0	22	8	59

Tabelle 5. Zusammenfassung der Pilotregistrierungen nach Land und Modul.

4.2.2. Durchführung

Angepasstes Format und Zeitplan: Jedes teilnehmende Land wählte einen flexiblen Ansatz bei der Festlegung des Zeitplans und des Formats der Pilotaktivitäten. Der Zeitpunkt wurde strategisch so gewählt, dass er mit den Bedürfnissen der Zielgruppen in jedem Land übereinstimmte. Außerdem wurde das Format der Pilotaktivitäten an die spezifischen Bedürfnisse der Teilnehmer angepasst. Diese Anpassungsfähigkeit ermöglichte eine besser zugeschnittene und effektivere Durchführung der Schulungen. Konkret wurden in Belgien, Zypern, Deutschland

und Spanien Online-Schulungen durchgeführt, während in Italien ein gemischter Ansatz gewählt wurde. Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Anzahl der Teilnehmer an den Pilotaktivitäten in jedem teilnehmenden Land.

Land→ Modul↓	Belgien	Zypern	Deutschland	Malta	Italien	Spanien	Teilnehmer/Modul
1	10	6	4	0	21	7	48
2	10	6	2	0	21	7	46
3	10	6	1	0	20	6	43
4	10	6	2	0	20	5	43

Tabelle 6. Zusammenfassung der Pilotteilnehmer nach Land und Modul.

4.3. Analyse der Rückmeldungen

4.3.1. Erhebungen und Antworten

Jede Umfrage war in fünf Abschnitte unterteilt: In Teil I wurde die Struktur des Moduls bewertet, in Teil II die Qualität der vermittelten Informationen, in Teil III die Meinung der Teilnehmer zum Inhalt des Schulungsmoduls, in Teil IV die Durchführung des Schulungsmoduls und in Teil V die Relevanz des Moduls. Jede Umfrage bestand überwiegend aus geschlossenen Fragen, die die Teilnehmer auf einer 5-stufigen Likert-Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut) beantworten sollten. Die einzigen offenen Fragen befanden sich in Teil III und dienten dazu, Einzelheiten über die in den einzelnen Modulen vermittelten Inhalte zu erfassen. Die Teilnehmer des Pilotprojekts erhielten diese Umfragen unmittelbar nach Abschluss der einzelnen Schulungsmodule. Diese Strategie zielte darauf ab, ihre Meinungen zu erfassen, während die Erfahrung noch frisch in ihrem Gedächtnis war, so dass sie sich nicht an entfernte Erinnerungen erinnern mussten.

Land→ Modul↓	Belgien	Zypern	Deutschland	Malta	Italien	Spanien	Umfrageantworten/Modul
1	10	7	3	0	16	7	43
2	10	6	2	0	10	6	34
3	10	6	0	0	7	5	28
4	10	8	1	0	4	0	23

Tabelle 7. Zusammenfassung der Umfrageantworten nach Land und Modul.

4.3.2. Teil I: Struktur

Teil I diente dazu, Daten über die Struktur der Schulung zu sammeln, insbesondere über die Logik der Gliederung, die allgemeine Kohärenz und die Gewichtung der verschiedenen Themen. Die Analyse der Umfrageantworten zeigt, dass die Teilnehmer diesen Aspekt insgesamt positiv bewerteten. Im Durchschnitt liegen die Antworten im Bereich von gut bis sehr gut.

Wie in Abbildung 4 dargestellt, liegt die Durchschnittsnote für jedes Modul über 4,5.

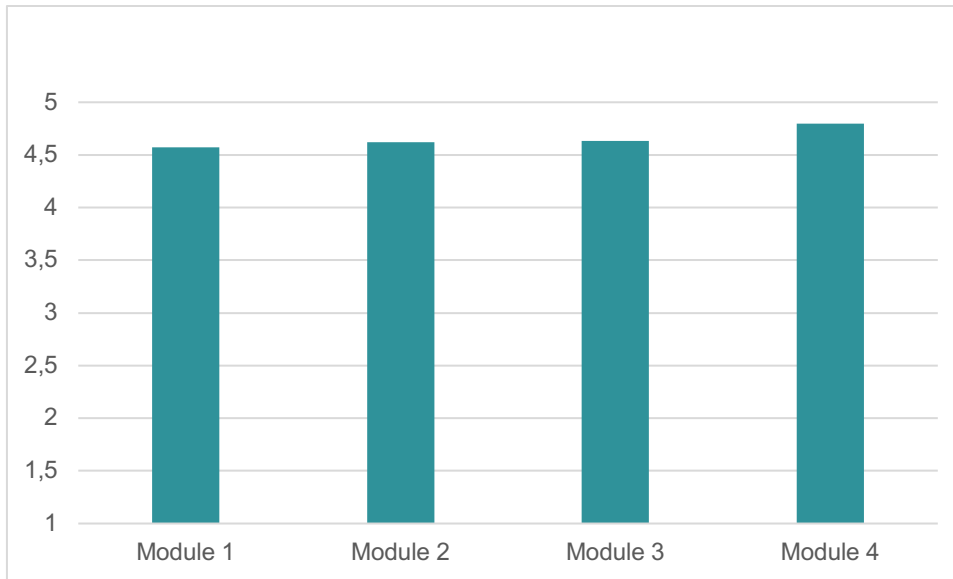


Abbildung 4. Durchschnittliche Punktzahl für "Struktur".

4.3.3. Teil II: Qualität der Informationen

Was die Qualität der Informationen angeht, so bewerteten die Teilnehmer die Schulungsmodule im Allgemeinen positiv, wobei die Durchschnittswerte zwischen gut und sehr gut lagen. Modul 2 war das einzige mit Durchschnittswerten unter 4,5, wie in Abbildung 5 dargestellt.

In Modul 2 wurden die niedrigsten Punktzahlen für die Qualität der Informationen über die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten des Finanzmanagements und den Instrumenten, die das Finanzmanagement ausmachen, sowie für die Qualität der Informationen über digitale Instrumente für Finanzprozesse vergeben.

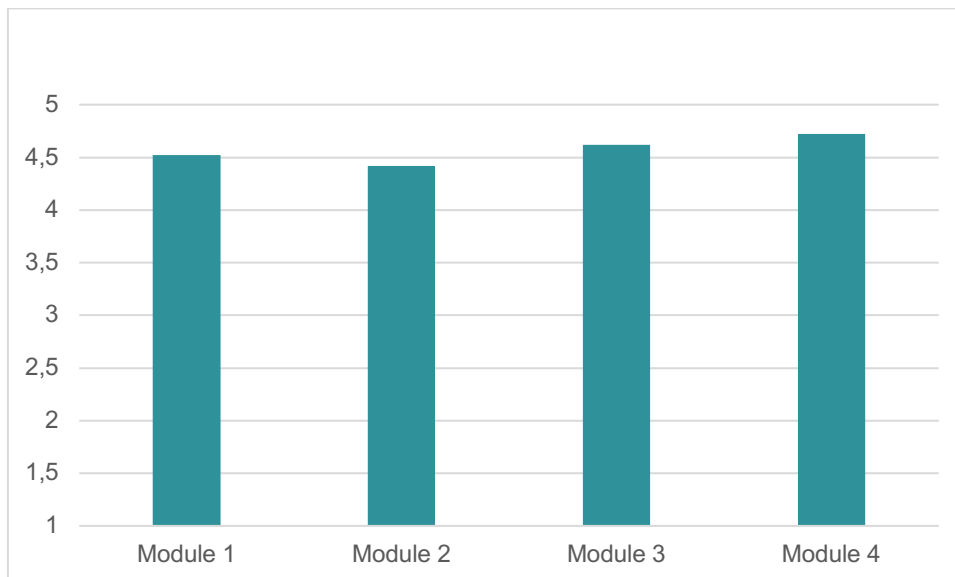


Abbildung 5. Durchschnittliche Punktzahl für "Qualität der Informationen".

4.3.4. Teil III: Inhalt

In Bezug auf den Inhalt wurden den Teilnehmern eine Reihe von vier offenen Fragen gestellt. Diese Fragen zielten darauf ab, Einblicke in die relevantesten und am wenigsten relevanten Themen zu erhalten, die im Schulungsmodul behandelt wurden, Aspekte, die sie schätzten, aber gerne noch vertieft hätten, und ob es zusätzliche Themen gab, die sie gerne in die Schulung aufgenommen hätten.

Modul 1: Die Teilnehmer an Modul 1 der Pilotschulung nannten als relevanteste Themen das Wirkungsmanagement, B-Corps, Definitionen und Ziele von Sozialunternehmen, länderspezifische Gesetzgebung, Netzwerke und Wertschöpfungsketten. Einige Teilnehmer hielten jedoch den Abschnitt über die Definitionen und Ziele von Sozialunternehmen und die Gesetzgebung in anderen Ländern als ihrem eigenen für weniger relevant. Darüber hinaus äußerten sie Interesse daran, aktuellere Rechtsvorschriften, Einblicke in die interne Arbeitsweise von Sozialunternehmen und die Erforschung der Motivation und der Ursprünge von Sozialunternehmen in die Schulung aufzunehmen.

Modul 2: Die Teilnehmer an Modul 2 hielten die in dem Schulungsmodul behandelten Themen Finanzplanung und -management, Unternehmensplanung, Managementenerklärungen und Bilanzen für am relevantesten. Dagegen hielten sie Zeitmanagement und KPIs für die am wenigsten relevanten Themen. Darüber hinaus äußerten sie den Wunsch, dass das Modul einen Abschnitt über die Bewertung der ursprünglichen Geschäftsidee und einen speziellen Teil über die Entwicklung eines Marketingplans enthalten sollte.

Modul 3: In Modul 3 hielten die Teilnehmer des Pilotprojekts die folgenden Themen für besonders relevant: verschiedene Finanzierungsquellen, Finanzstrategie, Bewertung des Finanzbedarfs und Auswirkungen der Finanzierung. Der Cashflow-Zyklus wurde als am wenigsten relevant erachtet. Darüber hinaus äußerten die Teilnehmer den Wunsch nach eingehenderen Informationen über die Auswirkungen der Finanzierung, die Finanzstrategie und zusätzliche Einzelheiten über derzeit laufende Finanzhilfen.

Modul 4: In Modul 4 nannten die Teilnehmer die soziale Verantwortung der Unternehmen, den moralischen und ethischen Fußabdruck und ethische Fragen in der Wirtschaft als die wichtigsten Themen. Sie nannten keine Themen als irrelevant. Sie äußerten jedoch den Wunsch nach mehr Informationen über die soziale Verantwortung von Unternehmen und forderten zusätzliche Beispiele und praktische Anwendungen im Zusammenhang mit den behandelten Konzepten.

4.3.5. Teil IV: Lieferung

Hinsichtlich der Vermittlung der Module wurden die Teilnehmer des Pilotprojekts zu Layout, Design, Sprache und der Verwendung von Bildern, Abbildungen und Tabellen sowohl in den Folien als auch im Begleittext befragt. Im Allgemeinen wurde Teil IV von den Teilnehmern positiv bewertet. Im Durchschnitt lagen die Antworten im Bereich von gut bis sehr gut.

Allerdings ist Modul 2 das einzige, das mit einer Durchschnittsnote von weniger als 4,5 etwas hinter den Ergebnissen zurückbleibt, wie aus Abbildung 6 hervorgeht.

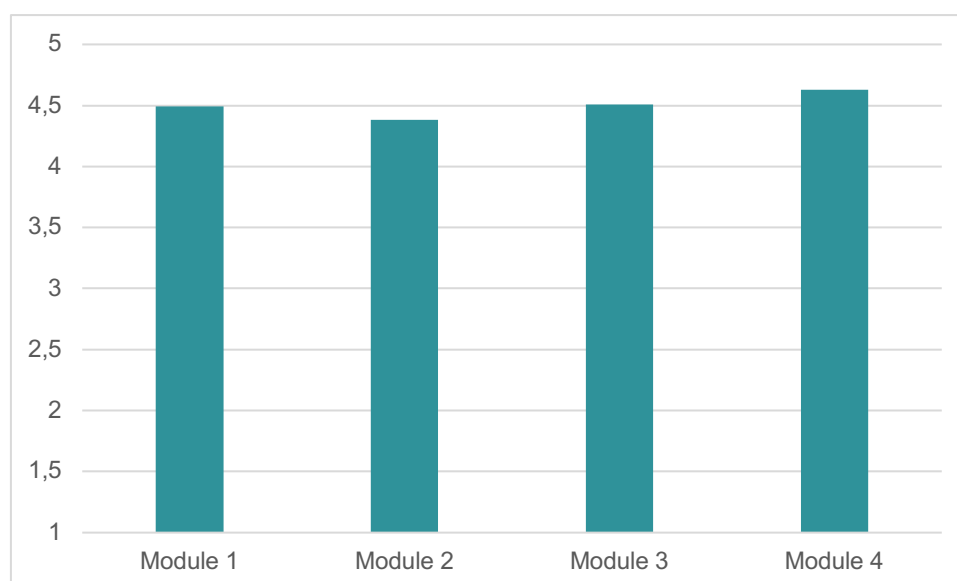


Abbildung 6. Durchschnittliche Punktzahl für "Lieferung".

4.3.6. Teil V: Relevanz

Im letzten Teil der Umfrage wurden die Teilnehmer schließlich gebeten, die Relevanz der Schulungsmodule im Hinblick auf die Anwendbarkeit der vorgestellten Konzepte und die Qualität der Beispiele und sonstigen praktischen Anwendungen zu bewerten. Im Durchschnitt liegen die Antworten im Bereich von gut bis sehr gut. Allerdings wurden die Module 2 und 4 als relevanter wahrgenommen, während die Module 1 und 3 mit Durchschnittswerten von unter 4,5 leicht zurückfielen, wie in Abbildung 7 dargestellt.

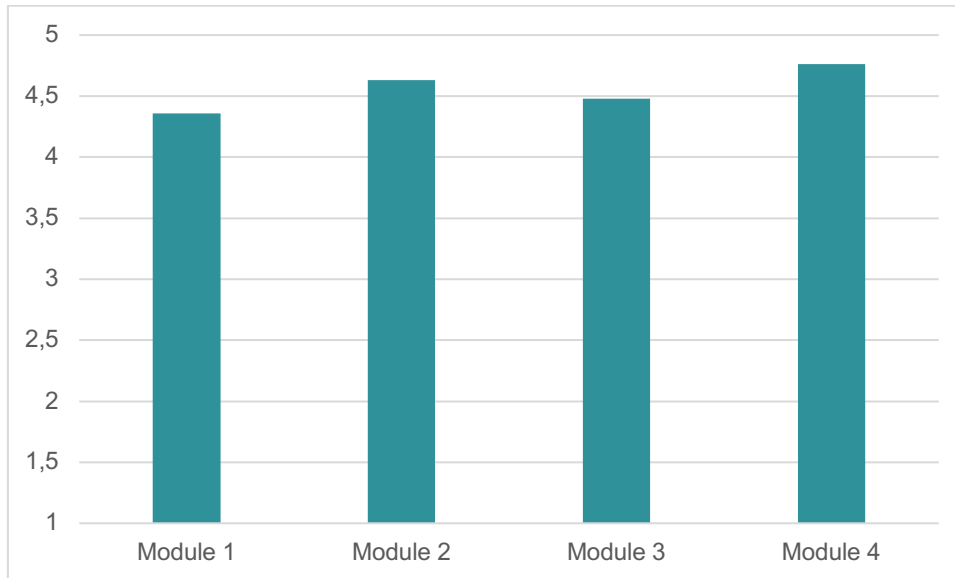


Abbildung 7. Durchschnittliche Punktzahl für "Relevanz".

4.3.7. Schlussfolgerungen

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Feedback-Analyse eine wichtige Grundlage für die Verfeinerung und Verbesserung der Schulungsmodule darstellt, um den Bedürfnissen und Erwartungen von Sozialunternehmern in der Anfangsphase besser gerecht zu werden. Es ist klar, dass das im Rahmen des Projekts Beyond Capital entwickelte Training weitgehend mit den Erwartungen der Teilnehmer übereinstimmt und Stärken in Bezug auf Struktur, Informationsqualität und allgemeine Relevanz aufweist. Die spezifischen Erkenntnisse, die gewonnen wurden, wie z. B. die etwas niedrigeren Punktzahlen in Modul 2 und bestimmte Aspekte der Module 1 und 3, zeigen jedoch Bereiche auf, in denen gezielte Verbesserungen vorgenommen werden könnten.

5. Phase C: Übersetzung und Lieferung

In der letzten Phase von PR1 überprüften die Partner die Feedback-Analyse auf dem abschließenden transnationalen Treffen, das am 5. und 6. Oktober 2023 in München stattfand. Anschließend übersetzten sie diesen Bericht in ihre jeweiligen Landessprachen, um die Zugänglichkeit und Verbreitung unter den nationalen Akteuren zu verbessern.

6. Referenzen

Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R., & Carini, C. (2020). *Sozialunternehmen in Europa und ihre Ökosysteme: Comparative synthesis report*. Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union.

Ho, S., Pattyn, V., Broucker, B., & Crompvoets, J. (2018). Needs Assessment in Land Administration: The potential of the nominal group technique. *Land*, 7(3), 87.

Krueger, R. A. (1994). *Fokusgruppen: Ein praktischer Leitfaden für die angewandte Forschung*. SAGE Publications.

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus Groups: A practical guide for applied research* (5th Edition). SAGE Publications.