



Co-funded by the European Commission

# Action Guidelines

## Handlungsrichtlinien

### Procedure



# i-SME

# Action Guidelines

## Theoriebasierte Bausteine für die Organisation einer Veranstaltung

Leitlinien für die Organisation von Veranstaltungen zur Förderung der intrinsischen Motivation von KMUs, sich für Bewerber mit einer Behinderung zu öffnen und Menschen mit Behinderung einzustellen.

### Wenn Sie:

- immer wollten, dass mehr Menschen mit Behinderung auf dem regulären Arbeitsmarkt arbeiten
- immer ein Anliegen hatten, dass immer mehr Arbeitgeber ihre Türen für Menschen mit Behinderungen offen halten
- immer bemüht waren, dies durch Kampagnen, soziale Medien, Treffen, Subventionen usw. zu erreichen
- und jedes Mal daran denken, was und wie wir noch besser tun können

**Dann können diese Handlungsrichtlinien "i-SME Action Guidelines" Ihnen sehr hilfreich sein.**

**Die "i-SME Action Guidelines" unterstützen Sie und Ihre Mitarbeiter bei der Entwicklung der Maßnahmen, indem sie:**

- **das Richtige tun**
- **zum richtigen Zeitpunkt tun**
- **richtige Mittel einsetzen**
- **richtige Botschaft vermitteln**
- **am richtigen Ort tun**

# Einführung

Weniger Menschen mit Behinderung sind erwerbstätig im Vergleich zu Menschen ohne Behinderung. Viele Menschen mit Behinderung sind erwerbsfähig. Maßnahmen zur Steigerung der Beschäftigungsquote unter Menschen mit Behinderung können gesetzlich eingeleitet werden. In den meisten Fällen arbeiten diese Maßnahmen mit dem traditionellen Zuckerbrot und der Peitsche oder sie kombinieren sie, indem sie entweder Arbeitgeber verpflichten, Menschen mit Behinderungen einzustellen, mit starken finanziellen Anreizen, wenn sie es nicht tun, oder indem sie es Arbeitgeber fördern, Menschen mit Behinderungen einzustellen, mit geeigneten finanziellen Anreizen, wenn sie es tun.

Wir wissen, dass Zwang auf lange Sicht nicht funktioniert, aber Förderung schon. Die Regierungen können positive Anreize schaffen. Das hilft, die Beschäftigungschancen für Menschen mit Behinderungen zu erhöhen. Diese Anreize funktionieren am besten, wenn Arbeitgeber intrinsisch motiviert sind, eine Person mit einer Behinderung einzustellen. Und es ist gerade diese intrinsische Motivation, die wir so weit wie möglich fördern müssen. Darauf zielen wir mit diesen "i-SME Action Guidelines" ab: die intrinsische Motivation von KMU zu erhöhen, sich für Bewerber mit einer Behinderung zu öffnen und Menschen mit einer Behinderung einzustellen.

Diese "i-SME Action Guidelines" beruhen vollständig auf einschlägigen Theorien zur Verhaltensänderung. Diese Theorien gaben uns einen Einblick in alle "Bausteine", die bei der Organisation von Veranstaltungen zur Steigerung der Motivation von KMU, sich für Bewerber mit einer Behinderung zu öffnen, wichtig und relevant sind. Die Liste von Bausteinen und eine standardisierte Arbeitsweise in zwölf Schritten bilden die Grundlage für die "i-SME Action Guidelines". Diese Handlungsrichtlinien führen Sie durch eine Reihe von Schritten, um die richtigen Entscheidungen zu treffen, wenn Sie eine Veranstaltung mit Schwerpunkt auf KMU entwickeln, damit sie ihre Türen für Menschen mit Behinderungen als mögliche zukünftige Mitarbeiter öffnen.

## Frisch gewagt ist halb gewonnen!

Dieses Sprichwort ist im Zusammenhang mit diesen Handlungsrichtlinien besonders relevant. Die Vorbereitung der Veranstaltung braucht Zeit. Es bedarf einiger Sitzungen, um zu entscheiden, "warum wir was, wo, wann, wie und wann tun". Sobald dies alles entschieden ist, geht es nur noch um die Organisation und anschließend darum, den Erfolg zu feiern.

## Fangen Sie einfach an!



# Durchführung einer Veranstaltung: eine standardisierte Arbeitsweise; Standpunkte und Bausteine

In den i-SME-Handlungsrichtlinien verwenden wir diese standardisierte Arbeitsweise bei:

- den Bausteinen, die in die Veranstaltung aufgenommen werden sollen
- den Punkten, die bei der Planung und Organisation zu berücksichtigen sind

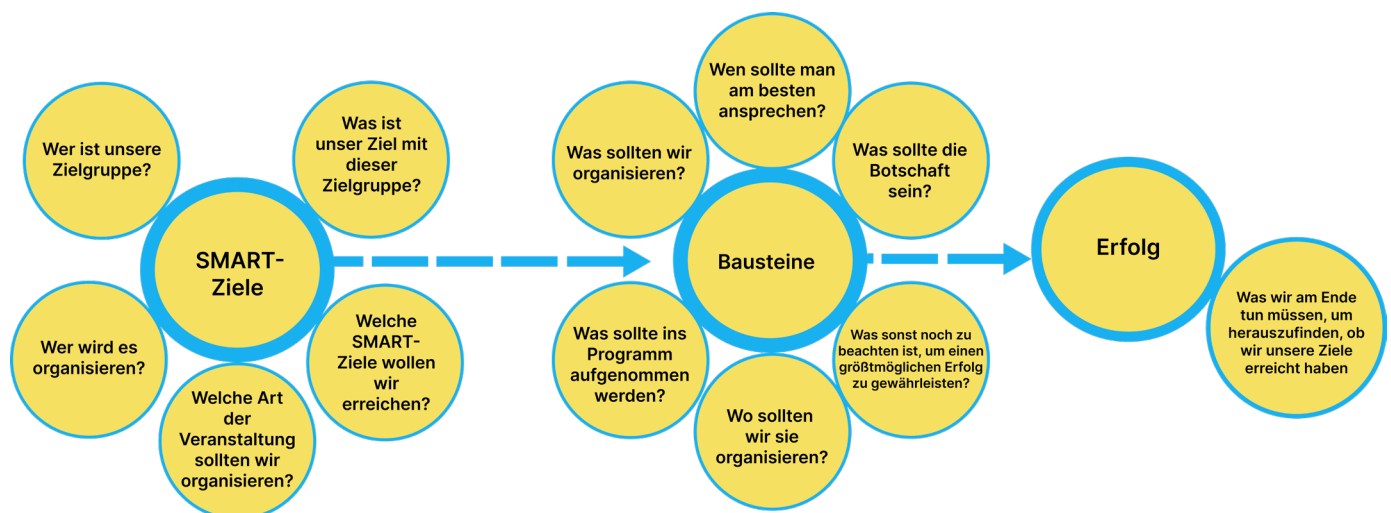
Bei der Entwicklung einer Veranstaltung, die sich auf die stärkere Einbeziehung von KMU abzielt, unterstützt unsere standardisierte Arbeitsweise Sie dabei, "das Richtige zum richtigen Zeitpunkt, mit den richtigen Mitteln, mit der richtigen Botschaft am richtigen Ort zu tun".

## Bausteine

Die Bausteine sind die Komponenten, die Ihren Erfolg beeinflussen. Insgesamt unterscheiden wir zwölf Arten von Bausteinen, die Sie bei der Organisation einer Veranstaltung berücksichtigen können. Einige sind allgemeine Bausteine, die Sie immer einbeziehen sollten, andere sind spezifisch, wie z. B. Bausteine im Zusammenhang mit der Einladung, der Wahl von Referenten, des Veranstaltungsortes usw.

## Drei Standpunkte, an die Sie denken sollten

Wenn Sie eine Veranstaltung organisieren, gibt es drei wesentliche Punkte, an die Sie denken sollten. Wenn Sie jeden Aspekt ansprechen, arbeiten Sie nach dieser standardisierten Arbeitsweise, von der wir wissen, dass sie eine echte Hilfe ist, wenn Sie sicher sein wollen, alle relevanten Punkte zu berücksichtigen. Jeder Standpunkt ist in einen oder mehrere Teile unterteilt, die zum jeweiligen Themenbereich gehören.



Diese "Action Guidelines" bestehen aus:

- drei Standpunkten
- Bausteinen
- einem Arbeitsdokument

# Wie Sie anfangen

Beginnen Sie mit der Lektüre über die Standpunkte und den jeweiligen Themenbereich, lesen Sie auch über die Bausteine, um einen ersten Eindruck zu gewinnen. Dann ist es an der Zeit, zu planen und zu organisieren. Am besten befolgen Sie einfach die folgenden Schritte!

Schritt 1  
**Bilden Sie ein Team**

Schritt 2  
**Organisieren Sie die erste  
Besprechung**

Schritt 3  
**Erarbeiten Sie die Ergebnisse  
der Besprechung**

Schritt 4  
**Organisieren Sie eine  
Abschlussbesprechung**

Schritt 1

## **Bilden Sie ein Team**

Beginnen Sie mit der Zusammensetzung eines Teams von Partnern, die aufgrund ihrer Rolle oder ihres Fachwissens zum Thema einen wichtigen Beitrag leisten können. Denken Sie an KMU-Eigentümer, Mitarbeiter von KMU, die im Bereich Personalwesen tätig sind, Fachleute unter Anbietern beruflicher Dienstleistungen, Geldgeber für die Veranstaltung und Vertreter von Menschen mit Behinderungen. Die Zusammenstellung des Teams bedeutet, dass die wichtigsten Parteien zusammenkommen. Andere können aufgrund ihrer Kenntnisse und ihres Fachwissens hinzukommen; denken Sie an Projektleiter von Wiedereingliederungsmaßnahmen, Sozialpartner, Forscher, Organisationen, die sich auf die Eingliederung konzentrieren. Stellen Sie ein Team zusammen, das klein genug ist, um schnelle Entscheidungen zu treffen, und groß genug, um den nötigen Input für die Organisation der Veranstaltung zu erhalten. Bitten Sie alle Teammitglieder, die "i-SME Action Guidelines" gründlich zu lesen, und bitten Sie sie, bereits jetzt zu entscheiden, was für die Veranstaltung von Bedeutung oder Interesse sein könnte.

Schritt 2

## **Organisieren Sie die erste Besprechung**

Planen Sie eine Besprechung, um einen ersten Entwurf der Veranstaltung zu erstellen. Erklären Sie zunächst das Ziel der Besprechung:

- das SMART-Ziel festzulegen
- Brainstorming darüber, welche Bausteine zu berücksichtigen sind
- Brainstorming darüber, wie der Erfolg gemessen werden kann

Machen Sie deutlich, dass alle Teile der Tabelle ausgefüllt werden müssen, bevor das SMART-Ziel festgelegt wird. Übertragen Sie einer Person die Verantwortung für die Leitung der Diskussion, treffen Sie Absprachen darüber, wie man zu einer Entscheidung kommt, und beginnen Sie dann einfach mit den Tabellen auf den nächsten Seiten. Tragen Sie in das Arbeitsdokument ein, was zu tun ist, wer dafür verantwortlich ist und wann es getan werden soll.

Schritt 3

## **Erarbeiten Sie die Ergebnisse der Besprechung**

Schreiben Sie die Ergebnisse der Diskussion während der Sitzung auf. Schicken Sie die Ergebnisse an die Teammitglieder und bitten Sie, die Ergebnisse so zu lesen, als ob sie die Veranstaltung von Anfang bis Ende vor ihren Augen sehen würden!

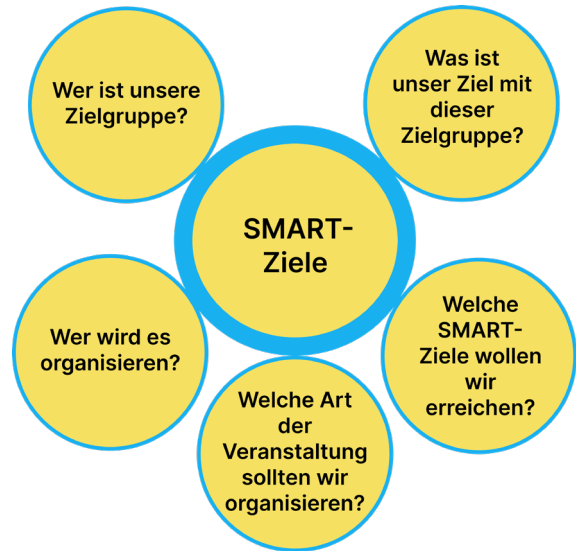
Schritt 4

## **Organisieren Sie eine Abschlussbesprechung**

Planen Sie eine Besprechung, um den Ablauf der Veranstaltung endgültig festzulegen. Legen Sie fest, wer und wofür zuständig ist und beginnen Sie mit der Organisation!

# SMART-Ziel

Der erste Standpunkt befasst sich mit der Formulierung von SMART-Zielen für Ihre Veranstaltung. Bei der Formulierung Ihres SMART-Ziels beginnen Sie mit der Entscheidung, wer Ihre Zielgruppe sein wird, dann formulieren Sie Ihre Bestrebungen für diese Zielgruppe und denken über die Art der Veranstaltung nach, die Sie organisieren möchten, und der letzte Teil besteht darin, ein oder mehrere SMART-Ziele zu formulieren, die Sie gerne erreichen möchten.



## Schritt 1

### Wer ist meine Zielgruppe?

Zunächst müssen Sie entscheiden, wer Ihre Zielgruppe sein wird; welche Zielgruppe(n) brauchen Sie, um Ihr Ziel zu erreichen? Es kann sich um eine Zielgruppe handeln, die direkt in der Lage ist, Menschen mit Behinderungen einzustellen, wie z. B. Geschäftsführer von KMU. Es kann sich auch um eine Zielgruppe handeln, die andere in der Firma beeinflussen kann, Menschen mit Behinderungen einzustellen, wie z. B. Personalverantwortliche, Manager, Gewerkschaftsvertreter. Sie wählen Ihre Zielgruppe auf der Grundlage dessen aus, was Sie erreichen möchten: die Zielgruppe, die einen starken Einfluss auf die Verwirklichung Ihrer Ziele hat.

Die Eigenschaften einer Zielgruppe haben einen starken Einfluss auf alle Aspekte Ihrer Veranstaltung. Die Organisation einer Veranstaltung für die Personalabteilung von KMU unterscheidet sich zum Beispiel von der Organisation einer Veranstaltung für die Geschäftsführer von KMU. Sie haben andere Rollen und Positionen im Unternehmen und verfügen höchstwahrscheinlich über andere Kenntnisse in Personalfragen, andere Kenntnisse über strategische Aspekte des Unternehmens, andere Kollegen, die sie respektieren und zu denen sie aufschauen, und sie sind möglicherweise offen für andere Botschaften als die CEOs der KMU. Wenn Sie Ihre Zielgruppe kennen, können Sie Ihr Programm, Ihre Botschaft und Ihre Sprecher besser auf Ihre Zielgruppe abstimmen. Ein weiterer Punkt, den Sie berücksichtigen sollten, ist die Anzahl der Personen, die an Ihrer Veranstaltung teilnehmen sollen. Treffen Sie hierzu eine Entscheidung, da sie alle weiteren Schritte beeinflusst.

## Schritt 2

### Was sind meine Ziele in Bezug auf diese Zielgruppe?

Wenn Sie Ihre Zielgruppe ausgewählt haben, müssen Sie sich erneut mit Ihrem Bestreben befassen. Welche Bestreben haben Sie in Bezug auf diese Zielgruppe? Mit anderen Worten: Was treibt Sie an, um diese Zielgruppe dorthin zu bringen, wo Sie sie haben möchten?

- Ein Ziel ist ein angestrebtes Ergebnis, das Sie erreichen möchten; das, was Sie erreichen wollen.
- Ein Bestreben ist ein Wunsch, das, was Sie antreibt, dorthin zu gelangen, wo Sie sein möchten.

Wenn zu Ihrer Zielgruppe Geschäftsführer gehören, könnte Ihr Ziel darin bestehen, dass sie alle offen dafür sind, eine Person mit einer Behinderung einzustellen. Wenn Ihre Zielgruppe aus Vorgesetzten oder Managern besteht, könnte Ihr Ziel darin bestehen, dass diese die Möglichkeiten für ihre Abteilung sehen, Menschen mit einer Behinderung einzustellen, und dass sie dann in der Lage sind, mit ihrem CEO über die Einstellung eines Menschen mit einer Behinderung zu sprechen. Sobald Sie Ihr Ziel in Bezug auf Ihre Zielgruppe erarbeitet haben, können Sie Ihr Ziel konkretisieren und SMART-Ziele festlegen, die Sie mit dieser Zielgruppe erreichen möchten.



### Schritt 3

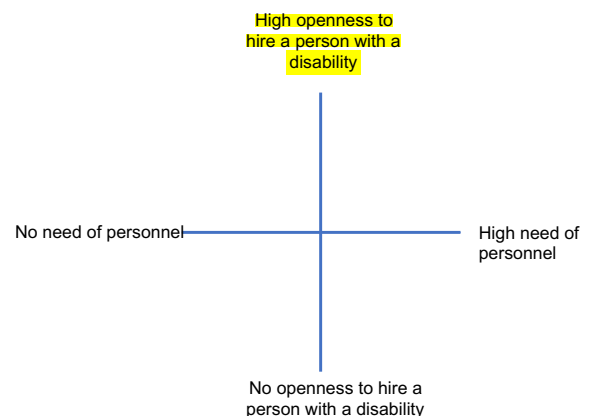
## Welche Art von Veranstaltung soll ich organisieren?

Die Art der "Veranstaltung" hängt stark von Ihrem Ziel und Ihrer Zielgruppe ab. Wenn Sie das Ziel festlegen, "Ihre Zielgruppe über etwas Relevantes zu informieren", nutzen Sie am besten einfach die von Ihrer Zielgruppe genutzten Kanäle und senden Sie Ihre Botschaft über diese Kanäle. Wenn z. B. Arbeitgeber in Ihrer Region ein eigenes Wirtschaftsforum haben, können Sie Vorkehrungen treffen, um dieses Forum für Ihre Botschaft zu nutzen. Wenn Sie Ziele erarbeiten, die sich auf die "Sensibilisierung" oder auf "erwünschtes Verhalten" beziehen, wie das gerade formulierte SMART-Ziel, dann funktioniert die Organisation einer Veranstaltung besser.

Sie funktioniert besser, weil der direkte Kontakt mit der Zielgruppe Ihnen die Möglichkeit zur Interaktion gibt, die notwendig ist, um einzelne Personen in der Zielgruppe zu überzeugen und zu motivieren und mögliche Widerstände zu beseitigen. Dann können Sie sich entweder für eine Online-Veranstaltung oder für eine Präsenzveranstaltung entscheiden. Dies hängt von Ihrem Budget ab und hat auch mit der "Einstellung" Ihrer Zielgruppe zum Thema der Veranstaltung zu tun. Das Thema der Veranstaltung steht immer im Zusammenhang mit der Vermittlung von Menschen mit einer Behinderung auf dem freien Arbeitsmarkt, in diesem Fall insbesondere in KMU.

Die Einstellung Ihrer Zielgruppe zu diesem Thema hat einen großen Einfluss auf die Organisation und den Inhalt Ihres Programms. Dazu verwenden wir ein Stakeholder-Analyse-Diagramm mit zwei Achsen: eine waagerechte Achse mit einer linken Seite "kein Personalbedarf" und einer rechten Seite "hoher Personalbedarf" und eine senkrechte Achse mit einer unteren Seite "keine Offenheit für die Einstellung von Menschen mit Behinderung" und einer oberen Seite "offen für die Einstellung von Menschen mit Behinderung". Wir haben uns für diese waagerechte Achse entschieden, da es einen starken Zusammenhang zwischen dem bestehenden Personalbedarf in KMU und der Bereitschaft, Menschen mit Behinderungen einzustellen, zu geben scheint. Die senkrechte Achse scheint für den Inhalt Ihrer "Veranstaltung" wichtig zu sein. Lassen Sie uns das erklären.

Für diejenigen, **die keinen Bedarf an Personal haben und nicht bereit sind, eine Person mit einer Behinderung einzustellen**, ist die Organisation einer Präsenzveranstaltung, um sie über die Einstellung einer Person mit einer Behinderung zu informieren, höchstwahrscheinlich ein Schritt zu weit. Ein erster Schritt kann die Nutzung sozialer Medien als Event sein, oder jede Online-Botschaft, die Sie an "Kanäle" weitergeben können, die von dieser Zielgruppe genutzt werden. Verwenden Sie jedoch so viele Bausteine wie möglich, die wichtig sind, um sie in die Lage zu versetzen, in der sie mehr Interesse zeigen.



Für diejenigen, **die einen gewissen Personalbedarf haben und bereit sind, eine Person mit einer Behinderung einzustellen**, könnte die Organisation einer Veranstaltung die Zielgruppe in die Lage versetzen, aufgeschlossener für die Einstellung von Menschen mit einer Behinderung zu sein. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie die Zielgruppe nicht mit einer Fülle von Fakten, Zahlen und spezifischen Informationen "überfordern". Verwenden Sie die Bausteine, und denken Sie daran: Vermeiden Sie Details, vor allem bei Rechtsvorschriften, Subventionen, Organisationen usw. Halten Sie die Botschaften einfach und kurz. Binden Sie in alle Präsentationen Stories ein, egal ob es sich um Fakten und Zahlen, Merkmale von Menschen mit Behinderungen oder Beispiele für das Publikum handelt: Stellen Sie das Storytelling in den Mittelpunkt.

Für Unternehmen, **die einen gewissen bis hohen Personalbedarf haben und durchaus bereit sind, einen Menschen mit einer Behinderung einzustellen**, kann die Organisation einer Veranstaltung genutzt werden, um den Teilnehmern den letzten "Anstoß" zu geben, sich zu öffnen. Dann ist Storytelling immer noch eine der besten Möglichkeiten, das Publikum zu beeinflussen. Dennoch müssen die Teilnehmer mehr Einzelheiten darüber erhalten, was es wirklich bedeutet, eine Person mit einer Behinderung einzustellen; es müssen spezifische und detaillierte Informationen enthalten.

Für diejenigen, **die einen hohen Personalbedarf haben und bereit sind, einen Menschen mit einer Behinderung einzustellen**, sind persönliche Gespräche viel effektiver. Auch die Bereitstellung von Informationen auf speziellen Websites funktioniert gut. Auf diesen Websites müssen sie alle Informationen finden, die sie interessieren; in kurzen Texten und kurzen Videos. Die Informationen auf diesen Websites, wohin sie sich wenden müssen, sollten sehr klar sein, und eine Nachbereitung, wenn sie um Informationen bitten, sollte schnell erfolgen.



Ein Beispiel für Storytelling in einem Video: Der Inhaber einer Bäckerei sagt: "Wir alle lieben Brot", wenn Sie unser Brot kaufen, kaufen Sie "ein inklusives Brot", wir haben beschlossen, aktiv Menschen mit einer Behinderung einzustellen, am Anfang war es eine Herausforderung, für uns alle, für den neuen Mitarbeiter, für mich und für die Kollegen, aber jetzt fühlen wir uns großartig, wir alle, was zählt, ist, dass mein Geschäft gut läuft und sich alle gut fühlen!

**Unabhängig von der Art der Veranstaltung, die Sie organisieren, kommt es auf die Bausteine an, die Sie in Ihre Veranstaltung einbeziehen werden. In jedem Fall können Sie Bausteine einbeziehen, die Ihre Chancen, Ihre Ziele zu erreichen, erhöhen. Wenn Sie die hier beschriebenen Schritte befolgen, werden Sie es herausfinden.**

Schritt 4

### **Wer wird die Veranstaltung organisieren?**

Die Antwort auf diese Frage finden Sie in den Bausteinen: Lassen Sie "Peers" (Fachkollegen) aus Ihrer Zielgruppe die Veranstaltung offiziell organisieren. Jeder Arbeitgeber wird offener für die Einladung eines Kollegen sein als für die Einladung anderer, die mit der Einstellung von Menschen mit Behinderungen zu tun haben. Bei der Lektüre der Bausteine können weitere Bausteine verwendet werden, um zu entscheiden, wer die Veranstaltung organisieren soll. Auf der Grundlage dieser Bausteine und natürlich der Verfügbarkeit von Arbeitgebern oder Arbeitgeberorganisationen treffen Sie Ihre Entscheidung, wer die Veranstaltung offiziell organisieren wird. Im Hintergrund können sich alle anderen Beteiligten die für die Organisation erforderlichen Aufgaben teilen.

Schritt 5

### **Welche der SMART-Ziele wollen wir erreichen?**

SMART-Ziele helfen Ihnen zu wissen, was für die Organisation des "Events" erforderlich ist und was Sie in Ihr "Event" aufnehmen müssen, um diese Ziele zu erreichen. Es hilft Ihnen auch, am Ende herauszufinden, ob Sie Ihre Ziele erreicht haben.

SMART bedeutet Specific (spezifisch), Measurable (messbar), Achievable (realistisch), Relevant (attraktiv) and Timebound (terminiert). Wenn Sie Ihre Ziele festlegen, denken Sie daran 'keep it simple' (es einfach zu halten). Erarbeiten Sie Ihre Ziele, die realistisch für Ihre Zielgruppe sind. Je leichter es zu erreichen ist, desto eher werden sie bereit sein, dieses Ziel zu verfolgen. Ein Beispiel für ein spezifisches, messbares, realistisches, attraktives und terminiertes Ziel, das sich an eine Gruppe von CEOs von KMU richtet, ist z. B.:

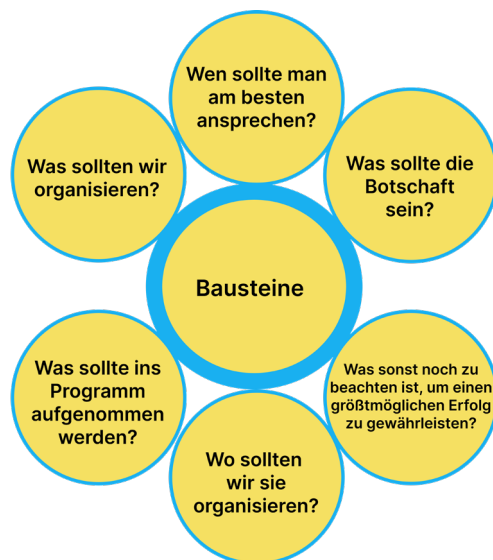
**Am Ende der Veranstaltung haben sich 60 % der Teilnehmer bereit erklärt, Ja zu sagen, wenn der örtliche Dienstleister sie in der kommenden Woche anruft und um ein Treffen innerhalb von zwei Wochen bittet, um die Möglichkeiten der Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen in ihre Organisation zu erkunden.**

Es ist spezifisch (man sagt "Ja"), messbar (ob man es tatsächlich getan hat), realistisch (½ - 1 Stunde), attraktiv (es geht um ihre Organisation und die Möglichkeiten) und terminiert (innerhalb von zwei Wochen). Sobald Sie Ihr Ziel oder Ihre Ziele festgelegt haben und Ihre Zielgruppe kennen, können Sie entscheiden, welche Art von Veranstaltung zum "Erreichen" dieses Ziels passt.



# Bausteine

Der zweite Standpunkt betrifft die Bausteine. Diese Bausteine bilden die Grundlage für Ihre Veranstaltung. Sie brauchen sie, um zu entscheiden, was Sie organisieren, wo Sie sie organisieren, was Sie in das Programm aufnehmen, wer am besten sprechen sollte und was Ihre Kernbotschaft sein wird. Während Sie beim ersten Punkt nacheinander an jedem Teil arbeiten müssen, müssen Sie bei diesem alle Komponenten in Kombination miteinander betrachten; jede Entscheidung zu einem Teil beeinflusst die anderen Teile.



Während Sie beim ersten Aspekt nacheinander an jedem Teil arbeiten müssen, müssen Sie bei diesem alle Komponente in Kombination miteinander betrachten; jede Entscheidung zu einem Teil beeinflusst die anderen Teile. Aus diesem Grund sollten Sie sich Zeit nehmen, um jeden Teil auszuarbeiten und dann Entscheidungen zu allen Teilen im Verhältnis zueinander zu treffen und einen klaren Plan darüber zu erstellen, was Sie organisieren, wo Sie organisieren, was Sie in das Programm aufnehmen, wen Sie am besten ansprechen und was Ihre zentrale Botschaft sein wird".

## Welche Bausteine sind wichtig?

Es gibt eine lange Liste von Bausteinen, die Sie bei Ihrer Veranstaltung nutzen können. Tatsächlich gibt es eine einfache Regel: Je mehr Bausteine Sie aufnehmen, desto größer ist die Chance, dass Sie Ihre Ziele erreichen. Es gibt nur eine Einschränkung, und das ist der Unterschied in der Herangehensweise, wenn 1) Teilnehmer, die nur wenig offen dafür sind, eine Person mit einer Behinderung einzustellen und ein gewisses Personalbedarf haben, im Vergleich zu 2) Teilnehmern, die offen sind und einen hohen Personalbedarf haben. Sehen Sie im Text zuvor, wie sich dies auf Ihre Veranstaltung auswirkt. Das Beste ist, die gesamte Liste durchzugehen und zu sehen, was einfach aufzunehmen ist und was mehr Aufwand erfordert. Entscheiden Sie sich dann für die endgültige Liste der Bausteine, die Sie aufnehmen möchten, erstellen Sie eine Checkliste daraus und verwenden Sie diese Liste bei der Organisation Ihrer Veranstaltung.

### Schritt 6

#### Was sollten wir organisieren?

Was zu organisieren ist, hängt stark damit zusammen, was Ihre Zielgruppe bevorzugt. Sie müssen zuerst ihre Präferenz herausfinden. Wenn es sich um eine Zielgruppe von Geschäftsinhabern handelt, treffen sie sich gerne informell, meistens zu Beginn oder am Ende des Tages, und die Veranstaltung sollte 'nicht zu lang' sein. Es ist auch bekannt, dass Geschäftsinhaber gerne etwas tun, während sie sich vernetzen und hören, was sie hören sollen. Stellen Sie sicher, dass Sie etwas Originelles anbieten, da die meisten Geschäftsinhaber bereits zu vielen Veranstaltungen eingeladen sind. Was sich zuvor als erfolgreich erwiesen hat, ist zum Beispiel ein Frühstückstreffen, das Erlernen eines neuen und einfachen Sportspiels wie Curling, das Kochshow und das Handicap beim Kochen und das Einladen von Referenten während dieser Aktivitäten. Es gibt viele Veranstaltungen, die Sie organisieren können, und um Ihre für sie interessant zu machen, fragen Sie sie und hören Sie auf ihre Ideen aufmerksam zu.

### Step 7

#### Wo sollte ich die Veranstaltung durchführen?

Bei der Überlegung, wo eine Veranstaltung stattfinden soll, gibt es einen einfachen Baustein, der zu beachten ist, und zwar wo sich Ihre Zielgruppe gerne aufhält, Orte, die man regelmäßig besucht. Wenn sich Ihre Veranstaltung darauf abzielt, Ihre Zielgruppe zu informieren, finden Sie heraus, welche Kanäle sie normalerweise gerne besucht. Dies ist der Ort, an dem Sie sein müssen. Viele Geschäftsführer von KMU sind zum Beispiel gerne auf Facetime. Über Facetime können Sie herausfinden, welche Seiten die CEOs von KMU am häufigsten nutzen.

Informieren Sie sie dann über diese Kanäle. Vermeiden Sie, Kanäle zu verwenden, die sie nicht kennen oder Kanäle öffentlicher Organisationen, die zu offiziell sind. Dies ist nicht der richtige Ort für sie. Wenn sich Ihre Veranstaltung darauf abzielt, Bewusstsein zu schaffen und das Publikum das gewünschte Verhalten ausführen zu lassen, dann finden Sie den Ort, an dem sie sich gerne aufhalten. Viele Geschäftsführer von KMUs sind zum Beispiel Mitglied in lokalen Wirtschaftsclubs. Gehen Sie dorthin, sprechen Sie sie an und bitten Sie sie um ihr Engagement, eine Veranstaltung für ihre Mitglieder zu organisieren.

**Zusammenfassend, suchen Sie immer nach den Orten, an denen sich Ihre Zielgruppe gerne aufhält, sich gerne trifft. Vermeiden Sie Orte, an denen sich Ihre Zielgruppe nicht wohl fühlt, zu denen es keine Verbindung hat.**

Schritt 8

## **Was soll das Programm beinhalten?**

Es gibt immer eine Liste von Dingen, die man gerne in das Programm aufnehmen möchte. Der erste Schritt besteht darin, zu prüfen, ob die Teile, die Sie einbauen möchten, mit dem übereinstimmen, was laut Bausteinliste erforderlich ist. Wenn ja, fügen Sie sie in der Reihenfolge ein, in der sie in der Bausteinliste aufgeführt sind. Wenn Sie etwas anderes als die Bausteine einfügen möchten, prüfen Sie bitte, warum Sie es einfügen möchten und worin der Mehrwert für die Zielgruppe besteht, wenn Sie es einfügen.

Formulieren Sie ein SMART-Ziel für diesen Teil und prüfen Sie dann, welche Bausteine mit dem Teil übereinstimmen, den Sie aufnehmen möchten. Wenn Sie z. B. den Bürgermeister oder den Minister einbeziehen möchten, um über die moralische Verantwortung der Zielgruppe zu sprechen, dann prüfen Sie, ob dies mit den Bausteinen übereinstimmt. Wenn dies nicht der Fall ist, Sie aber trotzdem etwas einfügen möchten, dann suchen Sie nach Bausteinen, die eine größere Erfolgchance bieten, wenn Sie dies tun.

Besser ist es, sich an das zu halten, was in den Bausteinen als wichtiges "Thema" genannt wird, und an die Art und Weise, wie es präsentiert werden soll.

Schritt 9

## **Wer sollte bei der Veranstaltung sprechen?**

In der Liste der Bausteine finden Sie eine Beschreibung von Referenten. Berücksichtigen Sie immer diese Beschreibungen, da die Art der Sprecher/-innen einen starken Einfluss auf die Bereitschaft Ihrer Zielgruppe hat, im Sinne Ihrer Ziele zu handeln. Prüfen Sie immer, ob Ihre Sprecher/-innen die in der Bausteinliste genannten Anforderungen erfüllen. Wenn Sie sich unsicher sind, seien Sie offen und zögern Sie nicht, dies mit Ihren Referenten zu besprechen oder die Referenten zu wechseln.

Schritt 10

## **Was sollte die Botschaft sein?**

Die Botschaft, die Sie für Ihre Zielgruppe formulieren, sollte einfach sein, viele Male wiederholt werden und Ihre Zielgruppe sollte von dieser Botschaft emotional "berührt" werden. Aus diesem Grund müssen Sie sich Ihre Botschaft genau überlegen. Der beste Weg, um herauszufinden, ob Ihre Botschaft Ihre Zielgruppe "berührt", ist, sich vorher bei Vertretern Ihrer Zielgruppe zu erkundigen. Es gibt eine einfache Regel: Fragen Sie den Nutzer. Wenn Sie diese Regel befolgen und Ihre eigene Meinung darüber, was wichtig ist und wie die Botschaft vermittelt werden sollte, beiseite lassen und nur denjenigen zuhören, die zu Ihrer Zielgruppe gehören, wird Ihre Botschaft so stark sein, wie Sie es sich wünschen.

Wie machen Sie das? Formulieren Sie Ihre Bestrebung und Ihre Ziele und fragen Sie eine kleine Gruppe von "Insidern", die zu Ihrer Zielgruppe gehören, nach ihrer Meinung, beziehen Sie sie in die Organisation ein und machen Sie sie zu einem Teil Ihres Teams. Und dann lassen Sie sie über die Botschaft und die Art und Weise, wie sie präsentiert werden soll, entscheiden.

Schritt 11

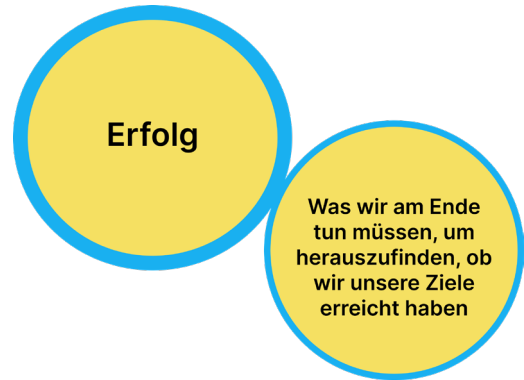
## **Was sonst noch zu beachten ist, um die größten Erfolgchancen zu gewährleisten?**

In der Bausteinliste werden viele Aspekte genannt, die einen direkten Einfluss auf das Verhalten Ihrer Zielgruppe haben; das gewünschte Verhalten, das in SMART-Zielen formuliert ist. Prüfen Sie diese Liste noch einmal, ob Sie vielleicht noch weitere Bausteine nutzen können, an die Sie bisher nicht gedacht haben. Und dann nehmen Sie sie in Ihre persönliche Checkliste auf und beziehen Sie diese Bausteine in die Organisation Ihrer Veranstaltung ein.



# Erfolg

Der letzte Punkt hat mit den Ergebnissen zu tun, die Sie geplant haben, mit der Feststellung, ob Sie Ihre Ziele erreicht haben. Hierfür müssen Sie die folgende Frage beantworten:



Schritt 12

## Wie können wir am Ende herausfinden, ob wir unser(e) Ziel(e) erreicht haben?

Am Ende Ihrer Veranstaltung können Sie überprüfen, ob Sie Ihr Ziel erreicht haben.

Die Formulierung von SMART-Zielen ermöglicht es Ihnen, eine Bewertung bei der Zielgruppe vorzunehmen. In den meisten Fällen bedeutet dies, dass Sie sie befragen, entweder indem Sie ihnen einen Link zu einem Online-Fragebogen schicken, oder indem Sie sie während der Veranstaltung befragen, oder indem Sie Ihnen nach der Veranstaltung eine E-Mail mit einigen Fragen zu den SMART-Zielen schicken.

Zum Beispiel kann das zuvor formulierte SMART-Ziel in Fragen übertragen werden:

Das SMART-Ziel: 60 % der Teilnehmer der Veranstaltung haben zugestimmt, ja zu sagen, wenn der lokale Dienstleister sie anruft und um ein Treffen innerhalb von zwei Wochen bittet, um die Möglichkeiten für die Einbeziehung von Menschen mit Behinderungen in ihre Organisation zu erkunden.

### Die Fragen:

Haben Sie zugestimmt, ja zu sagen, wenn ein lokaler Dienstleistungsanbieter Sie anruft und um ein Treffen bittet?

Ja oder Nein?

Wenn nein, erklären Sie bitte, warum Sie nicht zugestimmt haben?

Wenn ja, haben Sie diese Person innerhalb von zwei Wochen nach dem Anruf getroffen?

Ja oder Nein?

Wenn nein, warum nicht?

Wenn ja, haben Sie gemeinsam die Möglichkeiten in Ihrer Organisation untersucht, Menschen mit Behinderungen einzustellen?

Ja oder Nein?

Wenn nein, warum nicht?

Und dann haben Sie Ihre Antworten. Sie können eine weitere Frage einfügen, da sie Ihnen Aufschluss darüber gibt, ob Sie Ihrem Ziel näher gekommen sind, obwohl es offiziell nicht zu Ihrem Ziel gehört: Was war das Ergebnis dieser Erkundung?

Nach diesem Teil müssen auch die üblichen Elemente bei der Organisation von etwas geregelt werden. Das heißt, eine kurze Risikoanalyse, eine Aktivitätenliste und "andere Dinge, an die man denken muss". Achten Sie darauf, diese Teile zu beachten!

## Zusammenfassend

Bei der Organisation von Veranstaltungen für KMU mit dem Ziel, sie integrativer zu gestalten, können Sie sich auf Ihr eigenes Bauchgefühl verlassen. Sie können aber auch die theoretischen Grundlagen nutzen und die soeben erläuterten Schritte konsequent befolgen. Wir können Ihnen garantieren, dass sich die Chance, Ihre Ziele zu erreichen, dadurch erheblich erhöht!





Inclusion simply makes great enterprises



Co-funded by  
the European Union