



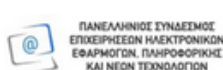
Become Busy Xelerator

Skills Development Outline Activities for the BBX Xelerator SocialX

Projektnummer: 2023-1-EL02-KA220-YOU-000160907



WWW.BECOMEBUSY.EU



Co-funded by
the European Union



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth and Lifelong Learning Foundation (INEDIVIM). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Inhalt

Einführung in den	03
Kompetenzentwicklungsrahmen -	10
SocialX	18
Schulungsmodule und Aktivitäten,	27
Bewertung und Zertifizierung,	29
Fazit	

Import

Hintergrund des BB Xelerator-Programms Das BB Xelerator-Programm ist eine dynamische, wirkungsorientierte Initiative, die **Unternehmern, Veränderern und sozialen Innovatoren** die erforderlichen Fähigkeiten, Ressourcen und strategischen Netzwerke bereitstellt, um **Unternehmungen zu gründen, zu skalieren und aufrechtzuerhalten**, die eine bedeutende und nachhaltige soziale Wirkung erzielen. In einer Welt, in der wirtschaftliche und soziale Ungleichheit, Umweltkrisen und systemische Herausforderungen weiterhin zunehmen, ist die Rolle des **Unternehmertums als Kraft des Guten** wichtiger denn je.



Dieses Programm wurde als unmittelbare Reaktion auf diese globalen Herausforderungen konzipiert, indem es Jungunternehmern und Unternehmen in der Wachstumsphase einen strukturierten Rahmen bietet, um ihre Ideen in skalierbare, nachhaltige Lösungen zu transformieren, die dringende soziale und ökologische Probleme adressieren.

Anders als traditionelle Unternehmensinkubatoren und -beschleuniger, die primär auf die Maximierung finanzieller Erträge und die Optimierung einer raschen Skalierbarkeit fokussiert sind, definiert BB Xelerator den Erfolg neu, indem es die soziale Wirkung in den Vordergrund rückt.



Es überschreitet traditionelle Modelle der Geschäftsentwicklung und fördert eine Kultur des verantwortungsvollen Unternehmertums, in der Unternehmen nicht nur finanziell tragfähig sind, sondern auch zum sozialen Fortschritt, zur Gleichheit und zur ökologischen Nachhaltigkeit beitragen. Das Programm berücksichtigt, dass Unternehmer heute nicht nur Wirtschaftsführer, sondern auch Problemlöser, Gemeinschaftsbildner und Influencer sind, die eine entscheidende Rolle bei der Umgestaltung von Branchen, der Unterstützung von Veränderungen und der Förderung systemischer Transformationen spielen können.

Der ganzheitliche Ansatz von BB Xelerator bietet Unternehmern in unterschiedlichen Phasen ihrer Reise maßgeschneiderte Unterstützung – von der Ideenentwicklung und Validierung bis zur Skalierung, politischen Einflussnahme und Investitionsbereitschaft.

Das Programm erkennt an, dass soziales Unternehmertum an der Schnittstelle von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft stattfindet, und fördert ein Ökosystem, in dem Experten, politische Entscheidungsträger, Investoren, einflussreiche Persönlichkeiten und Basisorganisationen zusammenarbeiten, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln und soziale Unternehmen zu stärken. Die Teilnehmer profitieren von der Betreuung durch Fachleute, praxisorientierten Lernmodulen, der Zusammenarbeit mit Kollegen, dem Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten und der Auseinandersetzung mit realen Fallstudien zur Wirkung. Dadurch wird sichergestellt, dass ihre Unternehmungen nicht nur auf soliden Geschäftsgrundlagen basieren, sondern auch auf umfassendere Ziele zur sozialen Wirkung ausgerichtet sind.

Die Rolle von SocialX im BB Xelerator-Programm.

Innerhalb des BB Xelerator-Programms fungiert der SocialX-Track als spezialisierter Beschleuniger für unternehmerisch engagierte Personen, die sich der Lösung sozialer Herausforderungen durch nachhaltige und innovative Geschäftsmodelle widmen.

Soziales Unternehmertum umfasst nicht lediglich die Leitung einer gemeinnützigen Organisation oder Wohltätigkeitsorganisation; vielmehr geht es darum, Unternehmen zu gründen, die finanzielle Nachhaltigkeit mit quantifizierbaren sozialen und ökologischen Auswirkungen verknüpfen. Der Aufbau eines wirkungsvollen Sozialunternehmens ist jedoch häufig mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert, wie der Bewältigung komplexer regulatorischer Rahmenbedingungen, der Sicherstellung langfristiger Finanzierungen, der Skalierung von Lösungen ohne Beeinträchtigung der Integrität der Mission sowie der effektiven Messung der Wirkung.

Um diese Herausforderungen zu meistern, bietet der SocialX-Track strukturierte Unterstützung, die eine kontinuierliche Entwicklung der Geschäftsstrategie mit einem wirkungsorientierten Ansatz vereint. Die Teilnehmer absolvieren eine umfassende Schulung, die die Grundlagen der sozialen Geschäftsmodellierung, der Wirkungsmessung, der ethischen Führung, des Fundraisings, des gesellschaftlichen Engagements und der Interessenvertretung behandelt.

Durch die Fokussierung auf Mission und Markt gewährleistet das SocialX-Programm, dass Unternehmer finanzielle Nachhaltigkeit erlangen und gleichzeitig einen bedeutenden Einfluss auf die Gemeinschaften ausüben, denen sie dienen.

Die Programmstruktur basiert auf den neuesten Erkenntnissen zu sozialen Auswirkungen, politischen Rahmenbedingungen und praktischen Geschäftserfahrungen und bietet Unternehmern einen evidenzbasierten, praxisorientierten Ansatz zur Gründung und Skalierung ihrer Unternehmen. Die Teilnehmer erlernen, wie sie Geschäftsmodelle entwickeln, die Zweck und Rentabilität harmonisieren, um sicherzustellen, dass ihre Initiativen langfristig erfolgreich sind, ohne übermäßig von Spenden oder Zuschüssen abhängig zu sein. Das Programm vernetzt Unternehmer zudem mit Social Impact-Investoren, Philanthropen, Regierungsbehörden und Unternehmenspartnern und unterstützt sie dabei, Finanzierungen zu sichern, sinnvolle Kooperationen aufzubauen und im globalen Impact-Ökosystem sichtbar zu werden.



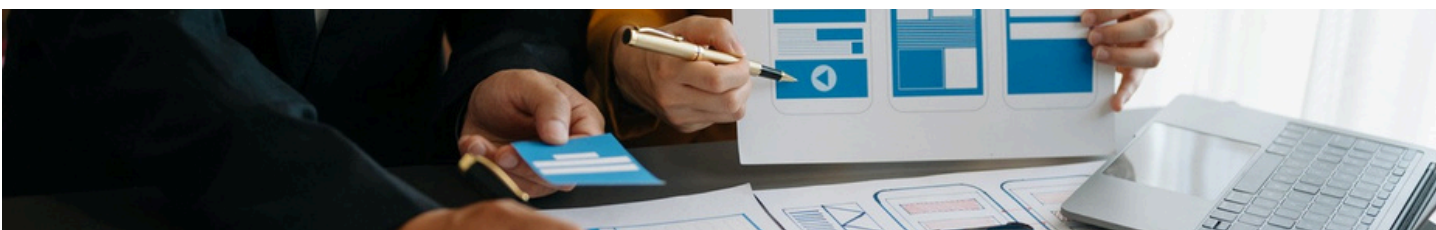
Das SocialX Accelerator-Programm erkennt an, dass zur Schaffung nachhaltiger Veränderungen mehr als nur eine innovative Idee erforderlich ist – es bedarf strategischer Umsetzung, Einbindung der Stakeholder und langfristiger Skalierbarkeit. Das Programm vermittelt den Teilnehmern die praktischen Werkzeuge, die strategische Denkweise und die fachkundige Anleitung, die sie benötigen, um Hindernisse zu überwinden, Chancen zu nutzen und ihre Wirkung zu maximieren. Durch die Förderung eines Umfelds der Zusammenarbeit, Innovation und Führungsentwicklung stellt SocialX sicher, dass Unternehmer nicht nur Unternehmen aufbauen, sondern Bewegungen anführen, die in ihren jeweiligen Bereichen systemische Veränderungen bewirken.

Letztendlich zielt das BB Xelerator-Programm – insbesondere der SocialX-Bereich – darauf ab, die nächste Generation sozialer Unternehmer zu fördern, die Branchen transformieren, politische Reformen vorantreiben und skalierbare Lösungen für einige der drängendsten Herausforderungen der Welt entwickeln. Angesichts des wachsenden Bedarfs an sozialer Innovation und verantwortungsvollen Geschäftspraktiken positioniert der SocialX Accelerator seine Teilnehmer an der Spitze dieser Bewegung und befähigt sie, das Verständnis von Erfolg in der modernen Geschäftswelt neu zu definieren.

Ziele des Skills Development Framework Das Skills Development Framework des SocialX Accelerator zielt darauf ab, den Teilnehmern ein umfassendes Spektrum an Kompetenzen zu vermitteln, die auf die grundlegenden Prinzipien des sozialen Unternehmertums abgestimmt sind.

Da Sozialunternehmen an der Schnittstelle von Wirtschaft, Politik und gesellschaftlichem Engagement tätig sind, benötigen Unternehmer ein umfassendes Spektrum an Fähigkeiten, die über die konventionelle Unternehmensführung hinausgehen. Der Rahmen ist so gestaltet, dass die Teilnehmer Erfahrungen in wirkungsorientierter Geschäftsplanung, Stakeholder-Engagement, Kapitalbeschaffung und ethischer Führung erwerben.

Eines der Hauptziele besteht darin, den Teilnehmern zu helfen, ein fundiertes Verständnis sozialer Geschäftsmodelle zu entwickeln, um finanzielle Nachhaltigkeit mit den in ihrer Mission definierten Zielen in Einklang zu bringen. Viele Sozialunternehmer haben Schwierigkeiten, klare Wirkungsmaßstäbe zu definieren und den Erfolg über den Gewinn hinaus zu messen. Aus diesem Grund legt das Programm den Schwerpunkt auf Rahmenwerke zur Wirkungsmessung und -berichterstattung, wie den sozialen Return on Investment (SROI) und Methoden der Theorie der Veränderung. Mithilfe dieser Instrumente können Unternehmer ihre Wirkung gegenüber Geldgebern, Partnern und politischen Entscheidungsträgern effektiv kommunizieren und so langfristige Nachhaltigkeit und Glaubwürdigkeit gewährleisten. Darüber hinaus ist das Rahmenwerk darauf ausgelegt, die Fähigkeit der Teilnehmer zu stärken, sich in Gemeinschaften zu engagieren, bedeutungsvolle Beziehungen zu Interessenvertretern aufzubauen und Instrumente der Interessenvertretung für politische Veränderungen zu nutzen.



Von der Gemeinschaft geleitetes Unternehmertum erfordert ein tiefes Verständnis für soziale Dynamiken, partizipative Entwicklung und inklusive Entscheidungsfindung, die alle in den Lehrplan des Programms integriert sind. Darüber hinaus stellt die Sicherstellung der Finanzierung sozialer Unternehmen häufig eine erhebliche Herausforderung dar. Aus diesem Grund legt der Rahmen besonderen Wert auf Strategien zur Mittelbeschaffung, einschließlich des Verfassens von Förderanträgen, Impact Investing und alternativen Finanzierungsmechanismen wie Crowdfunding und sozialen Anleihen.

Durch diesen Rahmen gewährleistet der SocialX Accelerator, dass die Teilnehmer nicht nur bereit sind, ihr Unternehmen zu gründen, sondern auch darauf vorbereitet sind, ihre Wirkung langfristig aufrechtzuerhalten und zu steigern. Durch strukturierte Schulungen, Mentoring und praktische Anwendungen fördert das Programm eine neue Generation von Unternehmern, die sich der Entwicklung sozial verantwortlicher, skalierbarer und wirtschaftlich nachhaltiger Lösungen verschrieben haben.

Methodik und Ansatz

Das SocialX Accelerator-Programm nutzt eine multidimensionale Lernmethode, die interaktive Workshops, praxisnahe Fallstudien, Mentoring-Programme und die praktische Umsetzung von Projekten umfasst. Im Gegensatz zu traditionellen Schulungen im Klassenzimmer legt SocialX großen Wert auf erfahrungsbasiertes Lernen, bei dem die Teilnehmer aktiv die Herausforderungen der Community angehen, Lösungen erarbeiten und ihre Geschäftsmodelle basierend auf praxisnahem Feedback weiterentwickeln.

Das Programm gliedert sich in drei Haupttrainingsphasen:

Die Landschaft des sozialen Unternehmertums begreifen – Die Teilnehmer starten mit der Analyse globaler und lokaler sozialer Herausforderungen, bestehender politischer Rahmenbedingungen sowie Fallstudien erfolgreicher Sozialunternehmen. Sie gewinnen Einblicke in die Funktionsweise auftragsorientierter Unternehmen in verschiedenen wirtschaftlichen und kulturellen Kontexten und gewährleisten somit, dass ihr eigenes Unternehmen relevant und skalierbar bleibt.

Erstellung und Testung nachhaltiger Geschäftsmodelle – Unternehmer erhalten eine umfassende Schulung in der Entwicklung sozialer Geschäftsmodelle, wirtschaftlicher Nachhaltigkeitsstrategien und Methoden zur Einbindung von Interessengruppen. Diese Phase ist äußerst interaktiv und beinhaltet Design-Thinking-Workshops, Community-Immersionserlebnisse sowie Übungen zur Geschäftsmodellierung, um sicherzustellen, dass die Ideen praktikabel, benutzerzentriert und wirkungsorientiert sind.

3. Auswirkungen der Größenordnung und der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit – In der abschließenden Phase liegt der Fokus auf Wachstumsstrategien, Investitionsbereitschaft und dem Eintreten für politische Veränderungen. Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse darüber, wie sie ihre Geschäfte über lokale Märkte hinaus ausdehnen, ihre Auswirkungen effektiv messen und kommunizieren sowie mit Investoren, Wohltätigkeitsorganisationen und politischen Entscheidungsträgern kooperieren, um langfristige Nachhaltigkeit zu gewährleisten.



Mentoring stellt eine wesentliche Säule des Programms dar. Die Teilnehmer profitieren von individueller Beratung durch erfahrene Sozialunternehmer, Impact-Investoren und Branchenexperten. Dieses Mentoring gewährleistet, dass die Teilnehmer eine maßgeschneiderte Unterstützung erhalten, die auf ihre spezifischen Herausforderungen und Geschäftsziele abgestimmt ist. Darüber hinaus fördert das Programm das Peer-Learning und ermöglicht es Unternehmern, zusammenzuarbeiten, Wissen auszutauschen und Netzwerke aufzubauen, die ihre Unternehmen über das Accelerator-Programm hinaus unterstützen.

Durch diesen integrativen und umfassenden Ansatz überbrückt der SocialX Accelerator die Kluft zwischen Theorie und Praxis und gewährleistet, dass die Teilnehmer das Programm nicht nur mit Wissen, sondern auch mit einem klaren Plan für die effektive Umsetzung und nachhaltige Führung ihrer Sozialunternehmen abschließen.

Integration der Erkenntnisse aus dem SocialX-Ideenfindungsworkshop.

Der Lehrplan des SocialX-Accelerators basiert maßgeblich auf den Erkenntnissen aus den SocialX-Workshops zur Ideenfindung, die wertvolle Einblicke in die Herausforderungen, Chancen und Bedürfnisse aufstrebender Sozialunternehmer bieten. Diese Workshops fungierten als Vorbeschleunigungsräume und ermöglichten den Teilnehmern, Ideen in einem frühen Stadium zu entwickeln, Prototypen zu erstellen und zu testen, während sie Rückmeldungen von Experten und Interessengruppen erhielten.

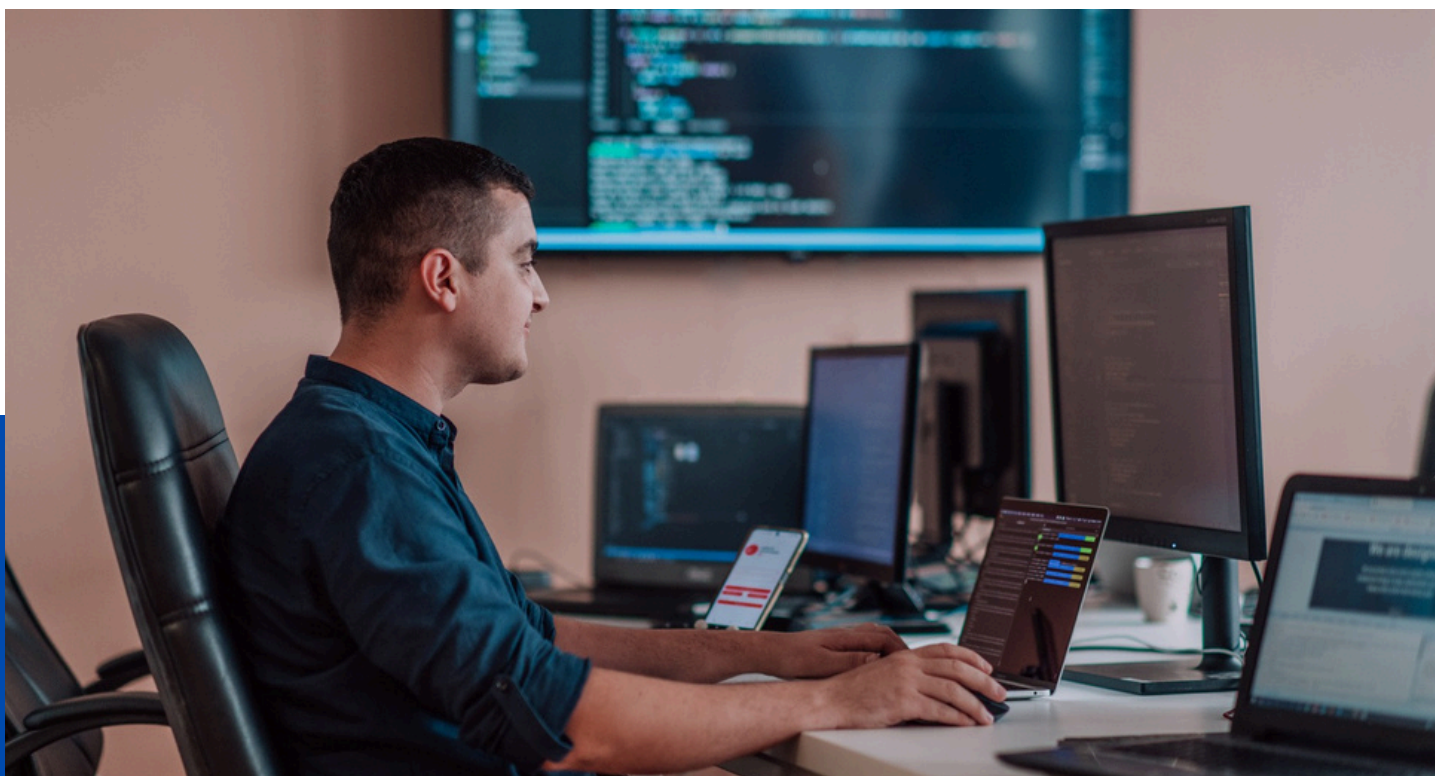
Eine der zentralen Erkenntnisse der Ideenfindungs-Workshops war, dass viele Unternehmer Schwierigkeiten hatten, präzise Kennzahlen für die soziale Wirkung zu definieren und eine Finanzierung zu sichern. Trotz ihres leidenschaftlichen Engagements für ihre Anliegen mangelte es ihnen häufig an dem notwendigen technischen Wissen, um tragfähige Umsatzmodelle zu entwickeln und ihre soziale Wirkung effizient zu messen.

Um diesem Problem zu begegnen, integriert der Accelerator gezielte Schulungen zu Wirkungsmessungsrahmen, Finanzmodellen für Sozialunternehmen und Fundraising-Strategien, um den Teilnehmern praxisnahe Werkzeuge für die Sicherung ihrer Unternehmen bereitzustellen.

Ein weiteres bedeutendes Ergebnis war die Notwendigkeit eines intensiveren Engagements der Gemeinschaft sowie partizipativer Entwicklungsansätze. Viele Teilnehmer hoben hervor, wie herausfordernd es ist, das Vertrauen der lokalen Gemeinschaften zu gewinnen, ihre Lösungen an den tatsächlichen Bedürfnissen auszurichten und langfristige Partnerschaften mit Interessengruppen zu etablieren. In Reaktion darauf umfasst der SocialX-Accelerator spezielle Module zur gemeinschaftsorientierten Geschäftsentwicklung, Stakeholder-Engagement und digitalen Advocacy-Techniken, um sicherzustellen, dass Unternehmer ihre Zielgruppe erfolgreich ansprechen und mobilisieren können.

Darüber hinaus verdeutlichten die Workshops, dass viele Teilnehmer zwar über innovative Ideen verfügen, jedoch das notwendige rechtliche und politische Wissen fehlt, um die Komplexität der Führung eines Sozialunternehmens zu meistern. Unternehmer äußerten Schwierigkeiten beim Verständnis der regulatorischen Anforderungen, beim Erhalt von Zertifizierungen und bei der Unterstützung politischer Veränderungen. Um diese Lücke zu schließen, bietet der Accelerator Schulungen in den Bereichen Rechtskonformität, ethische Führung und Engagement in der öffentlichen Ordnung an und vermittelt den Teilnehmern die Fähigkeiten, sich im Regulierungsumfeld effektiv zurechtzufinden und es zu beeinflussen.

Durch die Integration dieser Erkenntnisse aus Ideenfindungslaboren gewährleistet der SocialX Accelerator, dass sein Lehrplan unmittelbar auf die realen Herausforderungen ausgerichtet ist, mit denen Sozialunternehmer konfrontiert sind. Dieser evidenzbasierte Ansatz steigert nicht nur die Relevanz und Effektivität des Programms, sondern sichert auch, dass die Teilnehmer praxisnahe Anleitungen erhalten, die den langfristigen Erfolg ihrer Bestrebungen fördern.



Rahmenwerk zur Kompetenzentwicklung – SocialX

Im Zentrum des SocialX-Accelerators steht das Engagement, eine neue Generation von Unternehmern zu fördern – Individuen, die nicht nur soziale Herausforderungen identifizieren, sondern auch die Fähigkeiten besitzen, Lösungen zu entwickeln, zu implementieren und nachhaltig zu gestalten. Der in diesem Kapitel dargestellte Rahmen für die Kompetenzentwicklung bildet die Grundlage, auf der das SocialX-Training basiert. Er transformiert das Wissen und die Bedürfnisse, die während der Workshops zur Ideenfindung erfasst wurden, in einen strukturierten Lehrplan, der auf die Gegebenheiten und Ambitionen sozial orientierter Unternehmer abgestimmt ist.

Dieser Rahmen erweitert die traditionelle Wirtschaftsausbildung. Er integriert die Prinzipien der sozialen Gerechtigkeit, der Gemeinschaftsstärkung, der ethischen Führung und der systemischen Transformation und erkennt an, dass Unternehmertum, wenn es zielorientiert ist, ein wirkungsvoller Hebel für nachhaltige Veränderungen sein kann. Durch einen ausgewogenen Fokus auf praktische Werkzeuge, strategisches Denken und wertorientiertes Handeln gewährleistet das Framework, dass die Teilnehmer die erforderlichen Kompetenzen entwickeln, um soziale Unternehmungen mit spürbarer, nachhaltiger Wirkung zu initiieren und zu skalieren.

Jeder der fünf Schlüsselbereiche – Gestaltung sozialer Geschäftsmodelle, gesellschaftliches Engagement und Interessenvertretung, Wirkungsmessung, Mittelbeschaffung und Beantragung von Zuschüssen sowie ethische Führung und Einflussnahme auf die Politik – behandelt eine wesentliche Säule des sozialen Unternehmertums. Gemeinsam bilden sie eine umfassende und interdisziplinäre Basis, die es den Teilnehmern ermöglicht, sich von engagierten Veränderern zu strategischen sozialen Innovatoren zu entwickeln.

In diesem Kapitel werden die Schlüsselkompetenzbereiche umfassend analysiert. Es werden sowohl theoretische Grundlagen als auch praktische Orientierung bereitgestellt, um sicherzustellen, dass die Teilnehmer nicht nur darauf vorbereitet sind, erfolgreiche Unternehmen zu gründen, sondern auch, integrative, nachhaltige und gerechte Bewegungen für Veränderungen zu leiten.

Gestaltung sozialer Geschäftsmodelle – Strukturierung eines Unternehmens mit ökonomischen und sozialen Zielen.

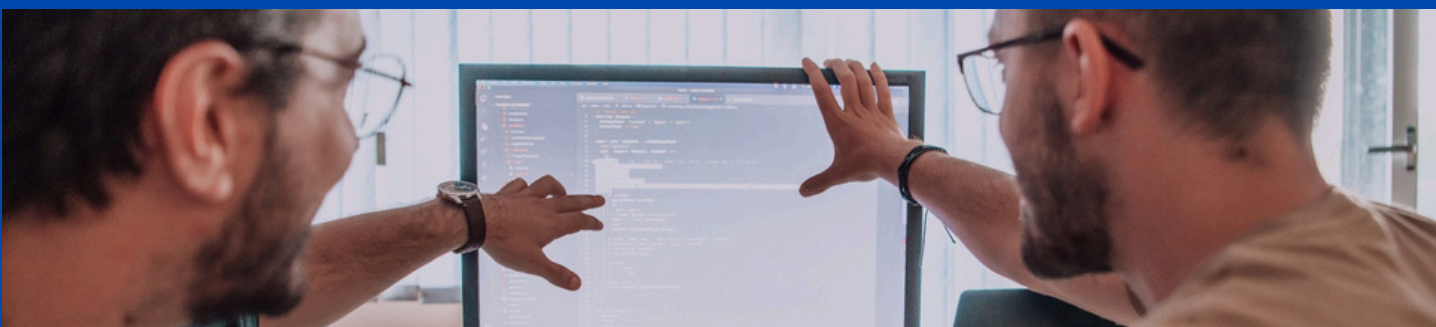
Die Entwicklung sozialer Geschäftsmodelle stellt eine fundamentale Säule des SocialX-Lehrplans dar, wobei anerkannt wird, dass das Wesen des sozialen Unternehmertums in seiner Fähigkeit besteht, Mission und Markt zu verknüpfen.



Dieser Kompetenzbereich fordert die Teilnehmer dazu auf, über herkömmliche gewinnorientierte Geschäftsmodelle hinauszugehen und stattdessen Unternehmen zu gründen, die soziale Auswirkungen in den Mittelpunkt stellen. Er vermittelt ein Verständnis dafür, wie Projekte strukturiert werden, die sich mit drängenden sozialen Problemen wie Armut, Ungleichheit, Zugang zu Bildung oder Umweltzerstörung befassen und gleichzeitig eine langfristige finanzielle Nachhaltigkeit gewährleisten.

Der Rahmen hebt die Entwicklung von Geschäftsmodellen hervor, die kommerzielle Strategien mit spezifischen Zielen verknüpfen. Die Teilnehmer untersuchen, wie gewinnbringende Aktivitäten strukturiert werden können, die eine soziale Mission unterstützen, ohne die Integrität oder das Vertrauen der Gemeinschaft zu gefährden. Durch praktische Übungen, Fallstudien und die Zusammenarbeit mit Kollegen erlernen sie die Bewertung unterschiedlicher Organisationsformen – von gemeinnützigen Organisationen mit Erwerbseinkommensstrategien bis hin zu gewinnorientierten Sozialunternehmen, die ihre Gewinne reinvestieren, um einen positiven Einfluss zu erzielen. Diese Forschung bietet ihnen die Flexibilität, Strukturen auszuwählen oder zu entwickeln, die mit ihren Zielen, ihrem Publikum und ihrem betrieblichen Kontext übereinstimmen. Besonderer Wert wird auf das Konzept der dreifachen Gewinn- und Verlustrechnung gelegt, bei dem der Erfolg nicht nur anhand finanzieller Ergebnisse, sondern auch hinsichtlich des Umweltschutzes und der sozialen Gerechtigkeit gemessen wird. Die Teilnehmer werden darin geschult, diese ganzheitliche Perspektive auf alle Aspekte der Geschäftsplanung anzuwenden, von der Beschaffung in der Lieferkette und den Arbeitspraktiken bis hin zum Produktdesign und der Kundenbindung. Zudem lernen sie Methoden der schlanken Geschäftsplanung kennen, die schnelle Tests, feedbackgesteuerte Entwicklung und agile Anpassung fördern – essentielle Werkzeuge für Jungunternehmer, die in unsicheren Umgebungen mit begrenzten Ressourcen agieren.

Ein weiteres zentrales Element ist die ethische Monetarisierung, die gewährleistet, dass Einnahmestrategien nicht im Widerspruch zur sozialen Mission stehen und schutzbedürftige Bevölkerungsgruppen nicht ausbeuten. Die Teilnehmer lernen, mit der Spannung zwischen Wachstum und Treue zur Mission umzugehen und Preismodelle, Ansätze zur Servicebereitstellung sowie Kooperationsstrategien zu entwickeln, die Transparenz, Fairness und gemeinsamen Wert verkörpern. Durch die Auseinandersetzung mit Rahmenwerken wie dem Business Model Canvas und der Theory of Change werden sie durch den Prozess geleitet, wie Ressourcen in sinnvolle Ergebnisse umgewandelt werden.



Engagement in der Gemeinschaft und soziale Interessenvertretung – Etablierung von Beziehungen zu bedeutenden Interessengruppen.

Das Engagement der Gemeinschaft und die soziale Interessenvertretung bilden das Fundament erfolgreichen Sozialunternehmertums. Im SocialX-Accelerator wird diese Möglichkeit nicht als Nebentätigkeit betrachtet, sondern als strategische Säule, die jedes auftragsorientierte Geschäft unterstützt und legitimiert. Effektives Engagement in der Gemeinschaft umfasst mehr als nur Kommunikation – es geht darum, authentische, wechselseitige Beziehungen zu Einzelpersonen und Gruppen aufzubauen, die direkt von den behandelten sozialen Problemen betroffen sind. Durch strukturiertes Training erwerben die Teilnehmer die Fähigkeiten, von transaktionalen Interaktionen zu langfristigem, relationalem Engagement überzugehen, bei dem Vertrauen und Verantwortlichkeit von zentraler Bedeutung sind.

Einer der Schwerpunkte in diesem Bereich ist die partizipative Planung – eine Methode, die die Begünstigten nicht nur als Empfänger von Dienstleistungen, sondern auch als Entscheidungsträger einbezieht. Die Teilnehmer werden in Moderationstechniken geschult, die Beteiligung, Empathie und gemeinsame Verantwortung fördern und sie befähigen, gemeinschaftsdiagnostische Analysen, Bedarfsanalysen und Fokusgruppen mit hoher Sensibilität und kultureller Kompetenz durchzuführen.

Dadurch wird gewährleistet, dass die über den Accelerator entwickelten sozialen Projekte nicht nur kontextuell relevant sind, sondern auch von den Gemeinschaften, denen sie dienen sollen, unterstützt und legitimiert werden.

Eine weitere wesentliche Dimension ist die Entwicklung strategischer Fähigkeiten im Geschichtenerzählen und in der digitalen Interessenvertretung. Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse darüber, wie sie überzeugende Narrative formulieren, die komplexe soziale Herausforderungen humanisieren, marginalisierte Stimmen hervorheben und Interessenvertreter branchenübergreifend mobilisieren. Die Schulung umfasst die Nutzung digitaler Advocacy-Plattformen – wie beispielsweise Social-Media-Kampagnen, Podcasts, interaktive Inhalte und visuelles Storytelling – um das öffentliche Engagement und die Unterstützung an der Basis zu fördern.

Diese Fähigkeiten sind entscheidend, um einer Angelegenheit mehr Dynamik zu verleihen, insbesondere in einer Zeit, in der digitale Narrative die politische Agenda und die Finanzierungsprioritäten erheblich beeinflussen.





Darüber hinaus bietet das Framework Werkzeuge zur Stakeholder-Zuordnung und Machtanalyse, die es den Teilnehmern ermöglichen, wesentliche Akteure zu identifizieren, Einflussniveaus zu bewerten und gezielte Engagementstrategien zu entwickeln. Um nachhaltige Unterstützungsökosysteme zu etablieren, ist es entscheidend, die Rollen von NGOs, der Zivilgesellschaft, lokalen Regierungen, Bildungseinrichtungen und informellen Gemeindeführern zu verstehen. Durch Simulationsübungen und reale Fallstudien trainieren die Teilnehmer das Verhandeln, die Zusammenarbeit und die gemeinsame Entwicklung von Lösungen mit verschiedenen Akteuren – auch im Kontext von Meinungsverschiedenheiten oder Konflikten.

Schließlich widmet sich das Programm intensiv der Bildung von Koalitionen und der sektorübergreifenden Zusammenarbeit und erkennt an, dass nachhaltige soziale Veränderungen nicht isoliert erreicht werden können. Die Teilnehmer analysieren Modelle der Kooperation zwischen verschiedenen Interessengruppen und erlernen den Aufbau von Allianzen, die eine kollektive Wirkung entfalten. Der Fokus liegt auf der Entwicklung von Vorhaben, die in umfassendere Bewegungen integriert sind – Initiativen, die bestehende Gemeinschaftsbemühungen ergänzen, marginalisierten Stimmen Gehör verschaffen und zu systemischen Veränderungen beitragen.

Wirkungsmessung und -berichterstattung – Quantifizierung der Effektivität sozialer Initiativen.

Die Messung und Berichterstattung der Auswirkungen stellt eine wesentliche Säule des SocialX-Kompetenzentwicklungsrahmens dar und bietet den Teilnehmern die strategischen Werkzeuge, die erforderlich sind, um den sozialen Wert zu verstehen, zu bewerten und zu kommunizieren, den ihre Unternehmungen schaffen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Geschäftskennzahlen, die sich ausschließlich auf die finanzielle Leistung konzentrieren, müssen Sozialunternehmen auch die menschlichen, ökologischen und systemischen Auswirkungen ihrer Maßnahmen berücksichtigen. Daher werden die Teilnehmer angeleitet, evidenzbasierte Ansätze zur Überwachung sowohl unmittelbarer als auch langfristiger Ergebnisse zu entwickeln, um sicherzustellen, dass ihre Arbeit weiterhin mit ihrer Mission im Einklang steht.

Im Fokus dieses Moduls steht die Schulung zum Social Return on Investment (SROI) – einer Methode, die dabei unterstützt, den umfassenderen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Wert zu quantifizieren, der durch ein Unternehmen generiert wird. Durch die Zuordnung finanzieller Stellvertreter zu nicht-finanziellen Ergebnissen (z. B. verbesserte psychische Gesundheit, höhere Schulbesuchsquote, reduzierte CO2-Emissionen) erlernen die Teilnehmer, ein überzeugendes Wertversprechen zu formulieren, das über anekdotische Erfolgsgeschichten hinausgeht. Diese Fähigkeit stärkt nicht nur die interne Entscheidungsfindung, sondern liefert auch relevante Daten für Interessenvertreter, Geldgeber und politische Befürworter.

Die Teilnehmer erwerben zudem praktische Erfahrungen in der Entwicklung logischer Modelle und von Theorie-der-Veränderung-Rahmenwerken, die dazu beitragen, den Zusammenhang zwischen ihren Aktivitäten und den erwarteten Wirkungen zu verdeutlichen. Diese Instrumente fördern die Klarheit in der Projektplanung, erleichtern die Definition messbarer Indikatoren, verhindern ein Abweichen von den Zielen und passen die Aktivitäten besser an übergeordnete gesellschaftliche Zielsetzungen an. Das logische Modell fungiert als Blaupause, die aufzeigt, wie Inputs (Ressourcen), Aktivitäten (Aktionen), Outputs (greifbare Ergebnisse) und Ergebnisse (kurz- und langfristige Effekte) miteinander verknüpft sind. Es entwickelt sich zu einem wesentlichen Instrument sowohl für die interne als auch für die externe Berichterstattung.

Darüber hinaus setzen sich die Teilnehmer intensiv mit der Entwicklung von Key Performance Indicators (KPIs) auseinander, die auf den Kontext der sozialen Auswirkungen abgestimmt sind. Zu diesen Indikatoren zählen Kennzahlen wie die Anzahl der nicht versorgten Begünstigten, Veränderungen im Gesundheitszustand der Bevölkerung, relevante politische Veränderungen oder erzielte Umwelteinsparungen.

Der Fokus liegt auf der Auswahl von Indikatoren, die nicht nur quantifizierbar, sondern auch bedeutungsvoll und kontextabhängig sind, sodass jedes Unternehmen seinen Fortschritt auf eine Weise verfolgen kann, die seine individuelle Vision und Werte widerspiegelt.

Um eine globale Relevanz zu gewährleisten, orientiert sich die Schulung an international anerkannten Rahmenwerken wie den Zielen für nachhaltige Entwicklung der UN (SDGs), den Bewertungskriterien der OECD-EAC und dem Impact Management Project (IMP). Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse darüber, wie sie ihre Beiträge in diese umfassenderen Systeme integrieren und somit die Sichtbarkeit sowie Vergleichbarkeit ihrer Arbeit auf nationalen und internationalen Plattformen steigern können.

Fundraising und Antragstellung – Bereitstellung finanzieller Mittel für Sozialunternehmen.

Das Einwerben von Mitteln und das Verfassen von Förderanträgen sind zentrale Elemente des SocialX-Rahmenwerks zur Kompetenzentwicklung, wobei die finanzielle Nachhaltigkeit nach wie vor eines der größten Hindernisse für neu gegründete Sozialunternehmen darstellt. Viele Teilnehmer starten das Programm mit beeindruckenden Ideen und tief verwurzelten Gemeinschaftszielen, jedoch mangelt es ihnen häufig an der erforderlichen Finanzkompetenz und dem strategischen Wissen, um die Finanzierung zu sichern und zu verwalten. Aus diesem Grund zielt dieses Modul darauf ab, Vertrauen und Kompetenz im Umgang mit der komplexen Welt des Fundraisings zu fördern.



Die Teilnehmer werden zunächst die vielfältigen Finanzierungsmechanismen untersuchen, die Sozialunternehmern zur Verfügung stehen. Diese reichen von traditionellen philanthropischen Zuschüssen bis hin zu innovativen Finanzinstrumenten wie Impact Investing, Social Impact Bonds und kollektivem Crowdfunding. Besonderes Augenmerk wird auf die Finanzierungsströme der Europäischen Union für soziale Innovation, Jugendförderung und nachhaltige Entwicklung gelegt, wobei Einblicke gegeben werden, wie Unternehmer Möglichkeiten auf EU-Ebene nutzen können, um ihre Arbeit grenzüberschreitend auszudehnen. Durch die Entmystifizierung der Finanzierungslandschaft gewährleistet das Programm, dass die Teilnehmer ihr Unternehmen entsprechend ihrem Entwicklungsstadium und ihrer Missionsausrichtung strategisch mit den geeignetsten Finanzinstrumenten ausstatten können.

Eines der Hauptziele der Schulung besteht darin, überzeugende Förderanträge zu formulieren. Die Teilnehmer erlernen, wie sie ihre Problemstellungen präzise darstellen, klare Ziele definieren und überzeugende Theorien des Wandels präsentieren, die durch Daten und praktische Erfahrungen untermauert sind. Der Fokus liegt auf der Entwicklung von SMART-Zielen, logischen Rahmenbedingungen und überzeugenden Narrativen, die mit den Prioritäten der Geldgeber übereinstimmen und gleichzeitig der sozialen Mission treu bleiben. Anhand realer Fallstudien und Peer-Reviews haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Vorschläge zu verfeinern und in einem kollaborativen Umfeld konstruktives Feedback zu erhalten.

Ebenso entscheidend ist die Entwicklung von Fähigkeiten in der Budgetierung und Finanzplanung.

Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse zur Erstellung transparenter, realistischer und auftragsorientierter Budgets, die sowohl den betrieblichen Anforderungen als auch der langfristigen Nachhaltigkeit gerecht werden. Dies umfasst die Berechnung direkter und indirekter Kosten, die Ermittlung von Sachleistungen sowie die Integration von Monitoring und Evaluation (M&E) in die Haushaltslinien. Darüber hinaus behandelt die Schulung die Erstellung von Finanzberichten für Geldgeber, die Einhaltung der Förderbedingungen und die Beachtung ethischer Standards bei der Mittelverwendung.

Darüber hinaus erwerben die Teilnehmer fundierte Kenntnisse im Spenderbeziehungsmanagement und lernen, wie sie finanzielle Unterstützer langfristig gewinnen, betreuen und binden können.

Vom Verfassen von Dankesbriefen und dem Teilen von Wirkungsberichten bis hin zur Organisation von Veranstaltungen zur Einbindung von Spendern werden die Teilnehmer die Prinzipien einer vertrauensbasierten Philanthropie und eines ethischen Fundraisings kennenlernen, um sicherzustellen, dass sie authentische, langfristige Partnerschaften mit Geldgebern aufbauen können.



Ethische Führung und politischer Einfluss – Unterstützung nachhaltiger systemischer Veränderungen.

Die Förderung ethischer Führung stellt eine fundamentale Säule für Sozialunternehmer dar, die in ihren Gemeinden transformative Veränderungen bewirken möchten. Im Rahmen des SocialX-Programms geht dieser Kompetenzbereich weit über die ethische Entscheidungsfindung hinaus – er erfordert ein tiefes, bewusstes Engagement für Gleichheit, Gerechtigkeit und bürgerliche Verantwortung. Die Teilnehmer werden die komplexen Dynamiken ethischer Führung erforschen, indem sie reale Dilemmata in der Landschaft sozialer Unternehmen analysieren, in denen Entscheidungen häufig Kompromisse zwischen finanzieller Nachhaltigkeit, Gemeinschaftsbedürfnissen und systemischer Gerechtigkeit erfordern. Durch fallbasiertes Lernen untersuchen sie, wie Werte wie Transparenz, Inklusion und Verantwortlichkeit in Führungsverhalten umgesetzt werden können, das Vertrauen, Ermächtigung und Legitimität fördert.

Inklusive Führung stellt ein zentrales Element dieser Einheit dar. Die Teilnehmer werden angeregt, strukturelle Vorurteile und Machtungleichgewichte in ihren eigenen Organisationen sowie in den umfassenderen Ökosystemen, in denen sie tätig sind, zu identifizieren und abzubauen. Dies umfasst eine kritische Analyse der Fragen, wer einen Platz am Tisch einnimmt, wessen Stimme Gehör findet oder marginalisiert wird und wie Entscheidungsprozesse demokratisiert werden können.

Durch die Anwendung sektorübergreifender Ansätze erhalten die Teilnehmer die Werkzeuge, um Organisationskulturen zu entwickeln, die die Gemeinschaften widerspiegeln, denen sie dienen – in denen Führung geteilt wird und unterschiedliche Erfahrungen respektiert sowie in die Mission integriert werden. Über die interne Kultur ihrer Unternehmen hinaus werden die Teilnehmer darin geschult, selbstbewusst in die Arena des politischen Einflusses einzutreten.



Sozialunternehmer müssen zunehmend als Fürsprecher agieren und Reformen vorantreiben, die Barrieren für Inklusion, Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit abbauen. In diesem Modul erwerben die Teilnehmer Kenntnisse über die Mechanismen des politischen Engagements, angefangen beim Verfassen politischer Berichte und der Teilnahme an öffentlichen Konsultationen bis hin zur Organisation von Koalitionen und Lobbyarbeit für Veränderungen. Durch praktische Simulationen und die Anleitung von Aktivisten und Politikern lernen sie, sich in institutionellen Systemen zurechtzufinden, Hebelpunkte zu identifizieren und evidenzbasierte Argumente zu nutzen, um Entscheidungsträger auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene zu beeinflussen.

Wesentlich ist, dass das Modul die Synergie zwischen Unternehmertum und bürgerschaftlichem Engagement betont. Sozialunternehmen agieren nicht isoliert – sie sind Teil eines umfassenderen gesellschaftspolitischen Gefüges. Die Teilnehmer werden daher analysieren, wie ihre Geschäftsmodelle nicht nur den unmittelbaren Bedarf decken, sondern auch zu einem langfristigen Strukturwandel beitragen können. Dazu gehört die Nutzung von Geschichtenerzählen als Instrument der gesellschaftlichen Interessenvertretung, die Stärkung der Stimmen der Gemeinschaft durch partizipative Plattformen und die Kooperation mit Akteuren des öffentlichen Sektors zur gemeinsamen Entwicklung von Lösungen.

Um diese Konzepte in die Praxis umzusetzen, umfasst das Modul Fallstudien zu politisch motivierten sozialen Innovationen – von Basisinitiativen, die erfolgreich für Bildungsreformen eintraten, bis hin zu Unternehmen, die durch datenbasierte Interessenvertretung zur Umweltgesetzgebung beitrugen. Diese Erzählungen verdeutlichen, wie ethische Führung in Verbindung mit einer klaren Strategie des politischen Engagements einen systemischen Wandel herbeiführen kann, der weit über die Reichweite einzelner Unternehmen hinausgeht.



Bildungsangebote und Aktivitäten

Abschnitt 1: Einführung in das soziale Unternehmertum

Dieses Einführungsmodul bildet die Grundlage für das Verständnis der Teilnehmer hinsichtlich der Prinzipien und Praktiken des sozialen Unternehmertums, einem Bereich, der Geschäftsinnovation mit dem Streben nach positivem sozialen Wandel verknüpft. Die Teilnehmer werden mit den Grundwerten, Modellen und Betriebsrahmen vertraut gemacht, die zweckorientierte Unternehmen antreiben, und verdeutlichen deren doppeltes Engagement für finanzielle Nachhaltigkeit und soziale Wirkung. Das Modul untersucht die Unterschiede zwischen Sozialunternehmen und traditionellen gewinnorientierten Unternehmen, insbesondere in Bezug auf Governance-Strukturen, Finanzierungsstrategien, Reinvestition von Gewinnen und Rechenschaftspflicht gegenüber verschiedenen Interessengruppen.

In geführten Diskussionen und praktischen Erkundungen lernen die Teilnehmer, wie Sozialunternehmen ihre Missionen an umfassendere globale Prioritäten, wie die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der UN, anpassen. Durch diese analytische Perspektive können sie nachvollziehen, wie lokale Maßnahmen zur globalen Transformation beitragen und warum es für moderne Unternehmer von entscheidender Bedeutung ist, Impact-Denken in jeden Aspekt der Geschäftsplanung zu integrieren.

In der zweiten Hälfte des Moduls werden die Teilnehmer dazu angeregt, dieses Wissen auf ihre eigenen Ideen anzuwenden. Sie lernen, die Ursachen gesellschaftlicher Herausforderungen zu identifizieren, eine präzise Problemstellung zu formulieren und potenzielle Geschäftslösungen zu entwickeln, die diese Probleme im großen Maßstab angehen. Das Konzept eines „sozialen Wertversprechens“ wird eingeführt, um ihnen zu helfen, nicht nur zu artikulieren, was ihr Unternehmen tut, sondern auch, wie es messbare soziale oder ökologische Veränderungen bewirken kann. Am Ende des Moduls verstehen die Teilnehmer nicht nur die theoretischen Grundlagen des sozialen Unternehmertums, sondern beginnen auch, sich als Akteure des Wandels zu begreifen, die ihr Wissen in die Praxis umsetzen können.

Vorgeschlagene Übungen für den Workshop zum Social Enterprise Canvas:

In dieser interaktiven Sitzung nutzen die Teilnehmer eine angepasste Version des Business Model Canvas, die speziell für Sozialunternehmen konzipiert wurde. Dazu zählen Aspekte wie soziale Mission, Begünstigtensegmente, Wirkungsmetriken und soziale Leistung sowie die gängigen Kategorien wie Wertversprechen und Einnahmequellen. Das Ziel besteht darin, den Teilnehmern aufzuzeigen, wie sich Wirkung und Umsatz in einem nachhaltigen Modell überschneiden. Sie beginnen einzeln oder in Paaren mit der Entwicklung einer Vorlage für eine Geschäftsidee, die sie begeistert, und erhalten Feedback von Kollegen und Moderatoren, um ihre anfänglichen Überlegungen zu verfeinern.



Praktische Anwendungsfälle:

Die Teilnehmer werden in kleine Gruppen eingeteilt und erhalten drei Fallstudien zu Sozialunternehmen – eine lokale, eine aus einem anderen EU-Land und eine globale Erfolgsgeschichte. Sie analysieren jeden Fall hinsichtlich der Mission, des Geschäftsmodells, der Strategie zur Einbindung der Stakeholder, der Skalierbarkeit und der Ausrichtung an den SDGs. Anhand gezielter Diskussionsfragen bewerten die Teams, was erfolgreich war, welche Verbesserungen möglich sind und welche Erkenntnisse sie auf ihre eigenen Projekte übertragen können. Dieser Reflexionsprozess fördert die Fähigkeiten zum kritischen Denken und zur vergleichenden Analyse und bietet gleichzeitig Einblicke in eine Vielzahl von Ansätzen des sozialen Unternehmertums.

Herausforderungen der Gemeinschaft darstellen:

In dieser Übung werden menschenzentrierte Designprinzipien präsentiert, die die Teilnehmer dazu anregen, von der Gemeinschaft und nicht von der Lösung auszugehen. In kleinen regionalen Gruppen erörtern sie dringende soziale oder ökologische Herausforderungen, mit denen die örtlichen Gemeinschaften konfrontiert sind – wie beispielsweise Jugendarbeitslosigkeit, Umweltzerstörung oder der Zugang zu psychiatrischen Diensten. Die Teams führen eine vorläufige Ursachenanalyse durch, identifizieren die betroffenen Stakeholder und entwickeln frühzeitig Geschäftsideen. Diese Ideen werden in zukünftigen Modulen weiter verfeinert, wobei das Hauptziel darin besteht, lösungsorientiertes Denken auf der Grundlage der lokalen Realität und der Eigenverantwortung der Gemeinschaft zu fördern.

Modul 2: Strategien zur Einbeziehung der Gemeinschaft

Im Bereich des Sozialunternehmertums ist das Engagement in der Gemeinschaft nicht nur eine unterstützende Ergänzung, sondern eine fundamentale Säule für nachhaltige Wirkung. Sozialunternehmen, die die Stimmen und Realitäten der Gemeinschaften, denen sie dienen, ignorieren, sind häufig nicht in der Lage, bedeutende oder dauerhafte Veränderungen herbeizuführen. Dieses Modul vermittelt den Teilnehmern das Wissen, die Werkzeuge und die Denkweise, die erforderlich sind, um authentische, integrative und kollaborative Beziehungen zu ihren Stakeholdern aufzubauen und somit den Grundstein für gemeinsam entwickelte Lösungen zu legen, die den lokalen Bedürfnissen tatsächlich gerecht werden.

Die Teilnehmer beginnen mit der Erkundung des Stakeholder-Mappings, einem wesentlichen Instrument zur Identifizierung, Analyse und Priorisierung von Einzelpersonen oder Gruppen, die von einem Sozialunternehmen betroffen sind oder Einfluss darauf ausüben können.

Durch interaktive Simulationen und reale Szenarien erwerben die Teilnehmer die Fähigkeit, zwischen primären und sekundären Stakeholdern zu differenzieren, deren Einfluss und Interessen zu bewerten und maßgeschneiderte Engagementstrategien für jede Gruppe zu entwickeln. Dieser Prozess fördert nicht nur die strategische Planung, sondern entwickelt auch Empathie und Weitsicht in der Planungsphase des Projekts.



Anschließend behandelt das Modul partizipative Entwicklungsmethoden, einschließlich Empathieinterviews, Fokusgruppen und Community-Listening-Sitzungen. Diese Ansätze ermöglichen es Unternehmern, von einem Top-down-Liefermodell zu einem Modell überzugehen, bei dem die Gemeinschaften sowohl bei der Identifizierung von Problemen als auch bei der Entwicklung von Lösungen als aktive Partner fungieren. Die Teilnehmer werden die Bedeutung kultureller Kompetenz, Beteiligung und Vertrauensbildung reflektieren und erkennen, dass effektives Engagement in der Gemeinschaft auf Beziehungen basiert – und nicht nur auf Sichtbarkeit.

Ein zentrales Merkmal des Moduls ist die Betonung der digitalen Interessenvertretung sowie der sozialen Medien als Instrumente zur Mobilisierung von Unterstützung und zur Katalyse systemischer Veränderungen. Die Teilnehmer untersuchen die strategische Nutzung von Plattformen wie Instagram, TikTok und LinkedIn, um das Bewusstsein zu schärfen, Verbündete zu gewinnen und Bewegungen rund um ihre Mission aufzubauen. Themen wie Inhaltsentwicklung, digitales Storytelling und plattformspezifische Engagement-Taktiken werden eingehend behandelt. Darüber hinaus sind Diskussionen über die Ethik von Algorithmen, Desinformation und die Ermüdung durch Online-Aktivismus vorgesehen.

Im Wesentlichen bietet das Modul die Möglichkeit, die ethischen Dilemmata von Repräsentation, Stimme und Handlungsfähigkeit in der Interessenvertretung zu erkunden. Wer ist befugt, im Namen einer Gemeinschaft zu sprechen? Wie gewährleisten Sozialunternehmer, dass sie niemanden aneignen, stereotypisieren oder zum Schweigen bringen? Die Teilnehmer werden angeregt, ihre eigenen Annahmen zu hinterfragen und Fallstudien kritisch zu analysieren, in denen Kampagnen die Gemeinschaften, die sie unterstützen wollten, entweder gestärkt oder unbeabsichtigt ausgebeutet haben.

Vorgeschlagene empirische Maßnahmen:

Um den Lerneffekt zu optimieren, nehmen die Teilnehmer an einer Stakeholder-Mapping-Simulation teil, bei der sie entweder ein reales Gemeinschaftsproblem oder ein fiktives Szenario auswählen und Stakeholder-Analysenetzwerke nutzen, um die Stakeholder nach Einfluss, Interesse und Missionsausrichtung zu bewerten.

Durch diese Übung sind sie in der Lage, zu planen, wie sie mit jeder Gruppe interagieren und die potenziellen Dynamiken zu verstehen, die in Umgebungen mit mehreren Beteiligten entstehen können.

Anschließend nehmen sie am Rollenspiel „Community Listening Circles“ teil, bei dem sie einen partizipativen Workshop oder eine Bürgerversammlung simulieren. Einige Teilnehmer schlüpfen in die Rolle von Community-Mitgliedern mit eigener Lebenserfahrung, während andere als Moderatoren agieren. Ziel dieser Übung ist es, aktives Zuhören, Empathie und die Fähigkeit zu entwickeln, aus einem offenen Dialog differenziertes Wissen zu gewinnen.

Die letzte bedeutende Aktivität ist das digitale Kampagnenlabor. Die Teams entwickeln eine Minikampagne zu einem ausgewählten sozialen Problem und definieren dabei Interessenvertretungsziele, Zielgruppen, Schlüsselbotschaften, Hashtags und visuelle Storytelling-Elemente. Sie erhalten Rückmeldungen von Kollegen und Mentoren, wobei der Fokus auf Inklusion, Zielklarheit und ethischer Inhaltserstellung liegt. Kampagnen werden hinsichtlich ihrer Wirkung, Relevanz und emotionalen Anziehungskraft getestet.

Modul 3: Wirkung messen und skalieren

Einer der prägendsten Aspekte des Sozialunternehmertums ist seine doppelte Fokussierung auf Zweck und Ergebnis. Während traditionelle Geschäftsmodelle stark auf Umsatz und Gewinnspannen als Erfolgsindikatoren setzen, stehen Sozialunternehmen vor der Herausforderung, ihre soziale Wirkung zu quantifizieren – eine Aufgabe, die naturgemäß differenzierter und vielschichtiger ist. Dieses Modul führt die Teilnehmer in die Grundlagen der Wirkungsmessung und Skalierbarkeit ein und bietet ihnen Werkzeuge zur Definition, Überwachung und Erweiterung des sozialen Werts, den ihr Unternehmen schafft.

Der erste Teil des Moduls fokussiert sich auf die Theory of Change (ToC) – ein strukturierter Rahmen, der Sozialunternehmern ermöglicht, den Weg von ihren Aktivitäten zu den angestrebten langfristigen Ergebnissen zu planen. Mithilfe dieses Rahmens lernen die Teilnehmer, das Problem, das sie angehen möchten, die Beiträge und Aktivitäten ihres Projekts sowie die kurz- und mittelfristigen Ergebnisse und letztlich die Wirkung, die sie erzielen möchten, präzise zu formulieren. ToC trägt dazu bei, die Abläufe bei Veränderungen zu entmystifizieren und etabliert einen logikbasierten Ansatz für die Entwicklung von Programmen, die zielgerichtet, evidenzbasiert und ergebnisorientiert sind.



Auf dieser Grundlage wird im Modul der soziale Return on Investment (SROI) als Methode zur Quantifizierung der Auswirkungen in monetären Werten präsentiert. So können Unternehmer den höheren Wert ermitteln, der im Verhältnis zu den getätigten Investitionen für die Gesellschaft geschaffen wird. Dies ist besonders wichtig, um Investoren, Spender und Behörden zu überzeugen, die zunehmend Rechenschaft über die Wirkung fordern. Die Teilnehmer lernen, wie sie sowohl quantitative Indikatoren (z. B. Anzahl der erreichten Begünstigten, Emissionsreduktionen, Schaffung von Arbeitsplätzen) als auch qualitative Erkenntnisse (z. B. Verhaltensänderungen, verbessertes Wohlbefinden, sozialer Zusammenhalt) erfassen. Der Fokus liegt zudem auf den ethischen Dimensionen der Datenerhebung, einschließlich Zustimmung, Vertretung und der Vermeidung von Exportpraktiken.

Die zweite Hälfte des Moduls fokussiert sich auf die Skalierung sozialer Auswirkungen. Die Teilnehmer untersuchen verschiedene Ansätze zur Skalierung: Skalierung nach oben (Erweiterung der Aktivitäten auf neue Regionen oder Bevölkerungsgruppen), Skalierung nach unten (Replikation oder Franchising des Modells) und Skalierung in die Tiefe (Vertiefung der Wirkung innerhalb derselben Gemeinschaft durch kulturelle oder systemische Veränderungen). Zu den wesentlichen Fragen, die dabei berücksichtigt werden, zählen: Ist die Lösung auf andere Kontexte übertragbar? Welche Partnerschaften oder Ressourcen sind für die Skalierung erforderlich? Wie kann die Wirkung während des Wachstums des Projekts aufrechterhalten oder verbessert werden?

Empfohlene Übungen:

Abbildung der Wandeltheorie

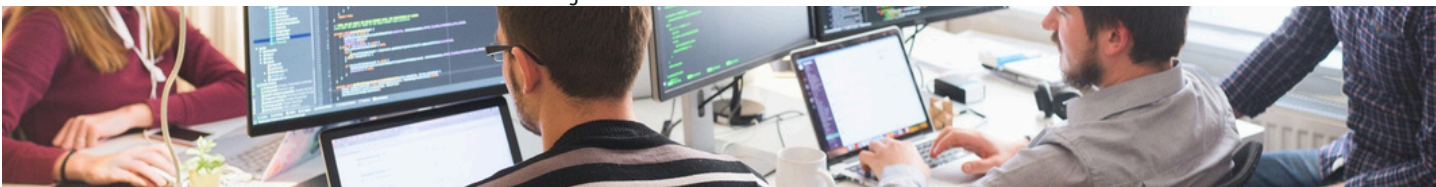
Die Teilnehmer werden durch den Prozess der Entwicklung ihrer eigenen Theorie der Veränderung für ihre soziale Unternehmensidee geleitet. Mithilfe der ToC-Leinwand definieren sie ihre langfristigen Auswirkungen, identifizieren Zwischenergebnisse und skizzieren Aktivitäten sowie Inputs, die in logischer Verbindung zu diesen Ergebnissen stehen. Diese praktische Aktivität regt die Teilnehmer dazu an, kritisch über Kausalzusammenhänge und zugrunde liegende Annahmen nachzudenken. Dies ist entscheidend für die Entwicklung von Programmen, die nicht nur ehrgeizig, sondern auch umsetzbar sind.

Simulation der SROI-Berechnung

Die Teilnehmer werden in Gruppen eingeteilt und erhalten fiktive Fallstudien oder vereinfachte Daten aus realen Sozialunternehmen. Anhand dieser Informationen berechnen sie eine grundlegende SROI-Kennzahl, indem sie Inputs (finanziell und nicht-finanziell), Outputs und Ergebnisse ermitteln und Finanzintermediäre mit der Quantifizierung dieser Ergebnisse beauftragen. Diese Simulation verdeutlicht die Relevanz eines wertorientierten und datengestützten Storytellings und zeigt, wie soziale Unternehmen durch messbare Auswirkungen überzeugende Argumente für Investitionen und Unterstützung formulieren können.

3. Bewertung der Bereitschaft zur Skalierung

Jeder Teilnehmer oder jede Gruppe führt eine strukturierte Selbsteinschätzung durch, um die Skalierbarkeit ihres sozialen Projekts zu bewerten.



Sie werden die Anpassungsfähigkeit ihres Modells an verschiedene Umgebungen, die Standardisierung ihrer Prozesse, die Verfügbarkeit von Ressourcen und Talenten sowie die Bereitschaft ihrer Organisation zur Bewältigung des Wachstums reflektieren. Diese Aktivität unterstützt dabei, Vorhaben zu identifizieren, die bereit für die Skalierung sind, und solche, die einer weiteren Konsolidierung bedürfen. Dadurch wird eine vorzeitige Skalierung vermieden, die die Wirkung beeinträchtigen könnte.

Modul 4: Finanzielle Nachhaltigkeit in Sozialen Unternehmen

Die finanzielle Nachhaltigkeit stellt für Sozialunternehmen häufig eine der größten Herausforderungen dar, ist jedoch auch eines der entscheidenden Elemente für ihre langfristige Stabilität und ihr Wachstum. Im Gegensatz zu traditionellen Unternehmen müssen Sozialunternehmen ihre soziale Mission mit der Notwendigkeit in Einklang bringen, ausreichende Einnahmen zu generieren, um die Betriebskosten zu decken, ihre Wirkung zu skalieren und von kurzfristigen oder unvorhersehbaren Finanzierungsquellen unabhängig zu bleiben. Dieses Modul soll den Teilnehmern die finanziellen Instrumente und das strategische Denken vermitteln, die erforderlich sind, um dieses Gleichgewicht zu erreichen.

Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse über eine Vielzahl von Umsatzmodellen, einschließlich Zuschüssen, Strategien zur Generierung von Erwerbseinkommen, Finanzierungsmodellen und Möglichkeiten für Impact-Investitionen. Das Modul beginnt mit einem Überblick über die grundlegenden Prinzipien des Verfassens von Förderanträgen und behandelt wesentliche Elemente wie Problemdefinition, Ziele, Ergebnisse, Budget und Bewertungskriterien. Praktikanten arbeiten mit realen Spender-Vorbildern zusammen und üben, ihre Projektideen so anzupassen, dass sie mit den Prioritäten der Geldgeber übereinstimmen. Dabei lernen sie, sowohl die Sprache der Wirkung als auch der Rechenschaftspflicht zu beherrschen.

Darüber hinaus behandelt das Modul Strategien zur Generierung von erwerbsorientiertem Einkommen – wie Sozialunternehmen durch Produkte oder Dienstleistungen Einnahmen erzielen und gleichzeitig ihrer Mission treu bleiben können. Ein Sozialunternehmen kann beispielsweise Beratungsdienste anbieten, ethische Produkte vertreiben oder Bildungsseminare durchführen. Die Teilnehmer analysieren die finanzielle Machbarkeit, Skalierbarkeit und Ausrichtung auf die Mission beim Aufbau dieser Modelle und stellen sicher, dass sie nicht nur profitabel, sondern auch ethisch vertretbar sind.

Der Abschnitt beleuchtet ebenfalls alternative Mechanismen zur Mittelbeschaffung, wie beispielsweise Crowdfunding-Plattformen, wiederkehrende Spenden (z. B. Mitgliedschaftsmodelle im Stil von Patreon) und sogar Anleihen sozialer Unternehmen.



Besonderes Augenmerk wird auf die Kunst des Geschichtenerzählens und die emotionale Einbindung gelegt – entscheidende Fähigkeiten für die erfolgreiche Mobilisierung von Spendern und Unterstützern aus der Community in Online-Kampagnen. Finanzprognosen, Cashflow-Planung und Risikostreuung werden durch praxisnahe Simulationen integriert, sodass die Teilnehmer mit Unsicherheiten umgehen und ihre Widerstandsfähigkeit planen können.

Empfohlene Übungen:

Senden Sie eine Pitch-Herausforderung

Die Teilnehmer arbeiten in Teams, um einen prägnanten Finanzierungsvorschlag zu entwickeln und zu präsentieren. Hierbei nutzen sie authentische Förderrichtlinien (z. B. von Erasmus+, EEA Grants oder lokalen Wohltätigkeitsorganisationen). Die Herausforderung simuliert ein wettbewerbsorientiertes Finanzierungsumfeld, in dem jedes Team nicht nur eine überzeugende Idee präsentieren, sondern auch die erwartete Wirkung, die Budgetbegründung und die Nachhaltigkeitsstrategie klar kommunizieren muss. Die Teams stellen ihre Vorschläge einem virtuellen Gremium aus Geldgebern (z. B. Mentoren, Trainern oder anderen Teilnehmern) vor, gefolgt von konstruktivem Feedback von Kollegen und Koordinatoren. Diese Übung fördert das Verfassen von Vorschlägen, die Präsentationssicherheit und die Fähigkeit, die Anforderungen der Geldgeber zu erfüllen.

2. Einnahmenmodell-Canvas

In dieser Sitzung nutzen die Teilnehmer eine angepasste Version des Business Model Canvas, die speziell auf Sozialunternehmen ausgerichtet ist. Sie werden mindestens zwei Einnahmequellen identifizieren – eine basierend auf dem Umsatz und eine auf den Spendern – und dabei Kundensegmente, Wertangebote, Preisstrategien und Kostenstrukturen analysieren. Das Ziel besteht darin, die Realisierbarkeit, Ausrichtung und Risiken der einzelnen Einnahmequellen zu vergleichen und gegenüberzustellen. Diese auf dem Canvas basierende Analyse wird es ihnen ermöglichen, potenzielle finanzielle Engpässe zu erkennen und nachhaltigere Geschäftsmodelle zu entwickeln.

3. Planung von Crowdfunding-Kampagnen

Die Teilnehmer wählen ein reales oder hypothetisches Projekt aus und entwickeln eine Crowdfunding-Kampagne von Grund auf. Sie bestimmen das Finanzierungsziel, die Zielgruppe, die Auswahl der Plattform (z. B. Kickstarter, GoFundMe, GlobalGiving), die Belohnungsstufen (sofern vorhanden) und eine grundlegende Strategie für das Storytelling.

Hierzu zählt das Verfassen einer Kampagnenbeschreibung, die Entwicklung von Ideen für visuelles Storytelling (Bilder, Videos) sowie die Erstellung eines Plans zur Einbindung von Spendern (Kommunikation vor dem Start, Updates, Erfahrungsberichte). Zudem lernen Sie, wie Sie Netzwerke und Partnerschaften nutzen, die Dynamik einer Kampagne steuern und auf Basis des erwarteten Spenderverhaltens realistische Finanzierungsziele berechnen.



Modul 5: Bevölkerungsschutz und ethische operative Leitung

Dieses letzte Modul stellt eine wesentliche Weiterentwicklung auf dem Weg der Teilnehmer zum Unternehmer dar – ihr Fokus verlagert sich vom Aufbau eines sinnvollen Unternehmens hin zur Beeinflussung der umfassenderen Systeme und Strukturen, die die Gemeinschaften prägen, denen sie dienen möchten.

Es führt die Teilnehmer in die zentrale Rolle der politischen Interessenvertretung zur Förderung des sozialen Wandels ein und stattet sie mit den notwendigen Werkzeugen aus, um aktiv am Bürgerdialog teilzunehmen, den öffentlichen Diskurs zu beeinflussen und legislative sowie institutionelle Verbesserungen voranzutreiben, die mit ihrer Mission übereinstimmen. Sozialunternehmer sind nicht nur Gründer; sie sind potenzielle Akteure des Wandels auf politischer Ebene und in der Lage, systemische Reformen zu initiieren.

Die Teilnehmer analysieren zunächst das rechtliche und regulatorische Umfeld für den Betrieb von Sozialunternehmen, einschließlich der Details zur Registrierung als gemeinnützige Organisation, zweckorientierte Genossenschaft oder KMU, abhängig vom nationalen Kontext.

Diese juristischen Kenntnisse sind von entscheidender Bedeutung – nicht nur für die Einhaltung von Vorschriften, sondern auch für die Identifizierung politischer Lücken, die unbeabsichtigt Innovation oder Fairness beeinträchtigen könnten. Durch szenariobasiertes Training erhalten die Teilnehmer wertvolle Einblicke in den Umgang mit Lizenzanforderungen, Datenschutzgesetzen, Arbeitsvorschriften und den spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen, die für Unternehmen mit sozialer Wirkung relevant sind.

Ein wesentlicher Bestandteil dieses Moduls konzentriert sich auf das Verständnis der strategischen Zusammenarbeit mit Politikern und öffentlichen Institutionen. Die Teilnehmer erwerben Kenntnisse darüber, wie sie überzeugende Botschaften formulieren, evidenzbasierte Argumente entwickeln und Koalitionen bilden, um ihre Stimme in der politischen Arena zu stärken.



Durch die Analyse politischer Ökosysteme werden sie nachvollziehen, wo Einfluss entsteht (auf kommunaler, nationaler und europäischer Ebene), wie Entscheidungen getroffen werden und wie Basisunternehmertum als Katalysator für systemische Veränderungen fungieren kann – insbesondere, wenn es durch kollektive Daten und gelebte Erfahrungen gestützt wird. Sie werden erfolgreiche Fallstudien untersuchen, in denen Unternehmer Vorschriften gestaltet, die öffentliche Beschaffungspolitik beeinflusst oder zu Verbesserungen der sozialen Wohlfahrt beigetragen haben.

Gleichzeitig führt das Modul Rahmenbedingungen für eine ethische Unternehmensführung ein, die über die Standard-Corporate-Governance hinausgehen. In einer Welt, in der die soziale Wirkung durch Marketing erschwert oder verringert werden kann, stehen die Teilnehmer vor der Herausforderung, zu definieren, was ethische Führung in der Praxis bedeutet – nicht nur im externen Branding, sondern auch in der internen Kultur. Themen wie Mitarbeiterführung, inklusive Entscheidungsfindung, Korruptionsbekämpfung, Transparenz und gesellschaftliche Verantwortung werden anhand von Praxisbeispielen erörtert. Durch Reflexion und Diskussion erforschen die Teilnehmer ihre eigene Führungsidentität und hinterfragen, wie ihre persönlichen Werte ihre Entscheidungen als Gründer und Vorbilder beeinflussen.

Empfohlene Übungen:

Workshop zur Festlegung von Richtlinien

In dieser praxisorientierten Simulation erstellen die Teilnehmer ein kurzes politisches Positionspapier oder Informationen zur Interessenvertretung, die auf die soziale Mission ihres Startups abgestimmt sind. Sie identifizieren ein reales oder fiktives politisches Problem (z. B. unzureichende öffentliche Mittel für gemeindenahе psychiatrische Dienste oder Hindernisse bei der Zertifizierung umweltfreundlicher Produkte) und verfassen ein einseitiges Dokument, in dem sie das Problem darlegen, eine Lösung vorschlagen und ihr Startup als Akteur in diesem Kontext positionieren. Diese Aktivität ermutigt die Teilnehmer, politisches Geschichtenerzählen zu praktizieren, Daten zu nutzen und ihre Arbeit in einen breiteren gesellschaftspolitischen Rahmen zu stellen – Fähigkeiten, die entscheidend sind, um Entscheidungsträger zu gewinnen oder Fördermittel für die Interessenvertretung zu beantragen.

2. Simulation der Regulierungsüberwachung

Die Teilnehmer analysieren ein fiktives Sozialunternehmen (z. B. eine Genossenschaft, die marginalisierte Jugendliche im ökologischen Bau beschäftigt) hinsichtlich der Einhaltung relevanter rechtlicher und regulatorischer Rahmenbedingungen. Dazu gehört die Bewertung der Einhaltung von Umweltstandards, Arbeitsgesetzen, der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), der steuerlichen Verpflichtungen für Sozialunternehmen sowie potenzieller Haftungen. Die Übung wird durch eine gemeinsam mit lokalen Rechtsexperten entwickelte „Compliance-Checkliste“ unterstützt. Auf diese Weise lernen Unternehmer, rechtliche Schwachstellen frühzeitig zu identifizieren, Rechtsberatern gezielte Fragen zu stellen und proaktiv Strategien zur Risikominderung zu implementieren.



3. Ethische Dilemmata „am runden Tisch“

In kleinen Gruppen analysieren die Teilnehmer realistische ethische Dilemmata, mit denen Sozialunternehmer häufig konfrontiert sind. Beispiele hierfür sind: „Sollte ein Sozialunternehmen eine Finanzierung von einem Unternehmenssponsor annehmen, der für umstrittene Arbeitspraktiken bekannt ist?“ oder „Wie reagieren Sie, wenn ein Community-Partner marginalisierte Stimmen vom kollaborativen Design ausschließen möchte?“ Den Teilnehmern wird ein strukturiertes Diskussionsformat bereitgestellt, um verschiedene Perspektiven zu präsentieren, gefolgt von einer moderierten Reflexion. Diese Übung vertieft die ethischen Denkfähigkeiten der Teilnehmer, hebt die Bedeutung einer integrativen Führung hervor und bekräftigt den Grundsatz, dass auftragsorientierte Unternehmen mit Klarheit und Mut durch komplexe ethische Herausforderungen navigieren müssen.

Bewertung und Zertifizierung

Die In-Stream-Bewertung des SocialX Accelerators dient nicht nur der Leistungsbewertung, sondern fungiert auch als effektives Lerntool, das gewährleistet, dass die Teilnehmer das Erlernte mit einer Impact-Denkweise sinnvoll in der realen Welt anwenden können.

Der Prozess betont die praktische Anwendung, kritisches Denken und die Schaffung sozialen Wertes, anstatt sich lediglich auf theoretische Kenntnisse zu konzentrieren. Jedes Bewertungselement ist präzise auf die Kernkompetenzen des Programms abgestimmt: Wirkungsplanung, ethische Führung, Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement. Die Zertifizierung spiegelt die Fähigkeit der Teilnehmer wider, Wissen in die Praxis umzusetzen, ein entscheidendes Merkmal für glaubwürdige Sozialunternehmer.

Die erste Säule der Bewertung besteht in der Vorbereitung und Präsentation einer Fallstudie zu den Auswirkungen auf die Gemeinschaft.

Die Teilnehmer sind aufgefordert, ein reales oder originelles Projekt zu recherchieren oder zu dokumentieren – entweder ihr eigenes oder eines, das sie während des Workshops gemeinsam entwickelt haben –, das sich mit einem spezifischen sozialen Problem auseinandersetzt. Sie analysieren den Kontext des Problems, beschreiben ihre Intervention, erläutern die Einbindung der Interessengruppen und messen kurzfristige oder langfristige Ergebnisse mithilfe qualitativer oder quantitativer Methoden.



Diese Aufgabe fordert die Teilnehmer heraus, sowohl analytische Präzision als auch Empathie zu demonstrieren, zwei grundlegende Kompetenzen im Bereich der sozialen Innovation. Zudem wird die Fähigkeit gestärkt, die Wirkung klar zu kommunizieren, was bei der Akquise von Finanzierung, Partnerschaften oder Medienunterstützung von entscheidender Bedeutung ist.

Die zweite Form der Bewertung ist der Social Business Pitch-Wettbewerb, bei dem jeder Teilnehmer oder jedes Team seine Social-Business-Idee einem Gremium aus Experten, Investoren, politischen Entscheidungsträgern und anderen Unternehmern präsentiert. Der Pitch sollte das Wertversprechen, die beabsichtigte soziale Wirkung, das Geschäftsmodell, die Zielgruppe und das Skalierungspotenzial klar vermitteln. Dieses Format bewertet nicht nur die Präsentations- und Überzeugungsfähigkeiten, sondern auch die Fähigkeit des Teilnehmers, alle Aspekte des Beschleunigers zu integrieren – von Stakeholder-Engagement und Finanzplanung bis hin zu ethischer Unternehmensführung und Interessenvertretung. In diesem Kontext wird die Präsentation zu einer Plattform für öffentliche Rechenschaftspflicht und strategische Visionen und simuliert die reale Erfahrung der Mittelbeschaffung oder des Erhalts institutioneller Unterstützung.

Die dritte und überzeugendste Bewertung ist der Bericht zur praktischen Umsetzung des Projekts. Die Teilnehmer setzen die ersten Schritte zur Einführung einer Initiative mit sozialer Wirkung in ihrer lokalen Gemeinschaft oder ihrem Themenbereich um (oder simulieren diese). Dazu könnte beispielsweise die Entwicklung eines Service-Prototyps, die Organisation einer Pilotveranstaltung, die Durchführung von Interviews vor Ort oder das Testen einer Schlüsselkomponente ihrer Lösung gehören. Der Bericht dokumentiert ihren Prozess, die Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert waren, das Feedback der Stakeholder und die gewonnenen Erkenntnisse. Dieses Element schließt die Lücke zwischen Lernen und Praxis und stellt sicher, dass die Teilnehmer nicht nur mit Ideen abschließen, sondern auch mit praktischer Erfahrung in der Anwendung von Geschäftsmethoden unter realen Bedingungen. Darüber hinaus fördert es reflektierendes Lernen, indem es die Teilnehmer dazu anregt, ihre Führungsqualitäten, Anpassungsfähigkeit und Problemlösungskompetenz kritisch zu bewerten.

Zusammenfassend gehen diese drei Bewertungsformen über herkömmliche Bewertungstechniken hinaus und fördern eine Kultur der evidenzbasierten Praxis, des kontinuierlichen Lernens und der Integrität der Mission. Nach erfolgreichem Abschluss erhalten die Teilnehmer ein BB Xelerator-Zertifikat für soziales Unternehmertum, das vom Konsortium genehmigt und durch Rückmeldungen von Partnern und Experten validiert wird. Dieses Zertifikat stellt nicht nur eine offizielle Anerkennung dar, sondern dient auch als verlässlicher Nachweis für die Teilnahme an Inkubatorprogrammen, die Beantragung von Fördermitteln für soziale Unternehmen oder die Suche nach Partnerschaften mit NGOs, Kommunen oder Sozialinvestoren.



Abschluss

Das SocialX Accelerator-Programm fungiert als transformativer Weg für ambitionierte Sozialunternehmer, die nicht nur ein Unternehmen gründen, sondern auch systemische, integrative und nachhaltige Veränderungen bewirken möchten. Im Kern bietet das Programm weit mehr als eine betriebswirtschaftliche Ausbildung – es fördert die Entwicklung einer neuen Generation ethisch orientierter Innovatoren und stattet sie mit den notwendigen Werkzeugen aus, um Unternehmen aufzubauen, die sich an ihrer Mission orientieren und auf den Markt reagieren. Durch die Integration wesentlicher Elemente wie strategische Ausrichtung, gemeinschaftsorientiertes Design, Finanzkompetenz und politisches Engagement positioniert das SocialX-Framework die Teilnehmer an der Schnittstelle zwischen Geschäftsinnovation und sozialer Gerechtigkeit.

Während des Programms durchlaufen die Teilnehmer von der Idee zur Umsetzung einen sorgfältig strukturierten Lehrplan, der die Anwendung in der realen Welt, kritisches Denken und ethische Führung in den Vordergrund stellt. Durch den Einsatz partizipativer Entwicklungsansätze, von Rahmenwerken zur Wirkungsmessung und erfahrungsbasierten Lernaktivitäten wird gewährleistet, dass die Projekte nicht nur nachhaltig sind, sondern auch den Bedürfnissen der Gemeinschaften gerecht werden, denen sie dienen sollen. Dieser Ansatz überbrückt die traditionelle Kluft zwischen finanzieller Nachhaltigkeit und sozialer Wirkung und befähigt Unternehmer, sowohl zielstrebig als auch ergebnisorientiert zu agieren.

Der strukturierte Charakter des Programms fördert zudem ein sicheres und kollaboratives Ökosystem, in dem unterschiedliche Stimmen gestärkt und lokale Kontexte gewürdigt werden. Die Teilnehmer werden angeregt, das gesamte System zu reflektieren und zu begreifen, wie ihre Bemühungen mit umfassenderen sozialen, politischen und ökologischen Dynamiken verknüpft sind. Durch die Stärkung ihrer Kompetenzen in den Bereichen Interessenvertretung, Stakeholder-Engagement und ethische Unternehmensführung werden SocialX-Absolventen nicht nur darauf vorbereitet, Unternehmen zu führen, sondern auch Bewegungen für Veränderungen anzustoßen, politische Entscheidungen zu beeinflussen und Welleneffekte zu erzeugen, die weit über die Grenzen eines einzelnen Unternehmens hinausreichen.

Wesentlich ist, dass der SocialX Accelerator im Wesentlichen auf Skalierbarkeit und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Durch die Fokussierung auf verschiedene Umsatzmodelle, soziale Finanzierungsstrategien und Mentoring nach der Beschleunigung wird gewährleistet, dass Unternehmen in einem sich wandelnden Wirtschaftsklima fortschreiten, wachsen und nachhaltig agieren können. Die Teilnehmer kehren nicht nur mit Ideen zurück, sondern auch mit validierten Geschäftsmodellen, Aktionsplänen, Netzwerken und dem Selbstvertrauen, die Herausforderungen der Führung sozialer Unternehmen zu meistern.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das SocialX Accelerator-Programm nicht nur ein Sprungbrett für Jungunternehmer darstellt, sondern auch einen Ausgangspunkt für eine langfristige, werteorientierte Führung bietet. Es fördert die Fähigkeiten von Veränderern, die strukturelle Ungleichheiten hinterfragen, Wirtschaftssysteme neu denken und durch Innovationen zu kollektivem Handeln anregen möchten. Der endgültige Erfolg des Programms liegt nicht nur in den Projekten, die es hervorbringt, sondern auch in der nachhaltigen sozialen Transformation der initiierten Projekte.



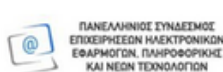
Become Busy Xelerator

Skills Development Outline Activities for the BBX Xelerator SocialX

Projektnummer: 2023-1-EL02-KA220-YOU-000160907



WWW.BECOMEBUSY.EU



**Co-funded by
the European Union**



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth and Lifelong Learning Foundation (INEDIVIM). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.