



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

Empowering Restarting Women Entrepreneurs: Entfesseln Sie das Potenzial mit dem Mentor's Toolkit



Mentor's
Toolkit



www.restarteurope.org

Projekttitel: Mentoring für Unternehmerinnen der zweiten Chance zur Wiederbelebung des europäischen Kunst- und Kreativsektors

PR3: Das Restart Mentor's Toolkit

Projekt-Website: www.restarteurope.org

Das Toolkit ist Teil des europäischen Projekts "RestART Europe-Mentoring Second-Chance Female Entrepreneurs to Restart the European Arts and Creative Sector", das vom Science-to-Business Marketing Research Centre an der FH Münster geleitet wird. Es bringt fünf Partner aus vier Ländern zusammen. Die Partner von RestART Europe haben ehrgeizige Pläne, Pioniere zu werden, indem sie ein Mentorenprogramm anbieten, das darauf abzielt, Mentoren auszubilden, die Unternehmerinnen beim Neustart beraten, motivieren und als Vorbilder dienen und ihnen unternehmerische Fähigkeiten im Kunst- und Kreativsektor vermitteln.

Diese Veröffentlichung wurde von den Mitgliedern der RestART-Partnerschaft gemeinsam verfasst.

AUTOREN

Elina Isakova, Xenia Morasch, Ekaterina Nikolaeva (FH Münster)

Harshitha Polathula (ACCEU)

Eline de Koning (FIRDA)

Fabio S. Sandes, Ana Sofia Pereira (Universität Lus fona)

Angelo Ranieri, Cristina Mele (Universität von Neapel Federico II)

Kontakt: elina.isakova@fh-muenster.de (Elina Isakova, Projektleiterin)

KONSORTIALPARTNER



HAFTUNGSAUSSCHLUSS

"Die auf dieser Website enthaltenen Informationen und Ansichten sind die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die offizielle Meinung der Europäischen Union wider. Weder die Organe und Einrichtungen der Europäischen Union noch die in ihrem Namen handelnden Personen können für die Verwendung der hierin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden."

TABLE OF CONTENTS

Mentor's Toolkit Karte	4
Die Werkzeuge und Symbole	5
Digitale Werkzeuge	6
01 Vorbereitung	7
02 Verhandlung	29
03 Skills des 21. JH.	46
04 Unternehmerische Fähigkeiten	88
05 Soziokulturelle Kompetenzen	117
06 Wachstum	132
07 Abschluss	138

MENTOR'S TOOLKIT KARTE



DIE WERKZEUGE UND SYMBOLE

Diese Seite gibt Ihnen einen Überblick darüber, wofür die Tools verwendet werden, für wen sie bestimmt sind und was die einzelnen Symbole bedeuten.

DIE VORTEILE DER TOOL

Die Tools bieten Mentor:innen sowohl wissenschaftlich validierte als auch praktische Methoden und Instrumente für die Zusammenarbeit mit Mentees. Die bereitgestellten Beschreibungen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen sollen Sie als Mentor:in dabei unterstützen, Ihre Mentees effektiv durch den Mentoring-Prozess zu führen und ihnen dabei spezifische Fähigkeiten zu vermitteln.

ZIELGRUPPE

Diese Instrumente sind auf ein breites Spektrum von Mentor:innen zugeschnitten, insbesondere auf solche mit einem starken unternehmerischen Fokus und einem Schwerpunkt auf Unternehmerinnen in der Kunst- und Kreativbranche.

Mentor:innen mit unterschiedlichem Hintergrund – aus dem akademischen Bereich, der Wirtschaft, gemeinnützigen Organisationen und der Politik - können auf diese Auswahl an Tools und bewährten Verfahren zugreifen.

Diese Ressourcen wurden sorgfältig zusammengestellt, um nicht nur die Fähigkeiten und Fertigkeiten von Mentor:innen zu verbessern, sondern ihnen auch die notwendigen Instrumente an die Hand zu geben, um einen bedeutenden Einfluss auszuüben und Unternehmerinnen auf ihrem Weg durch das Mentoring zu unterstützen.

SYMBOLE



Die hier angegebene Zeit ist eine Schätzung der an dem Instrument beteiligten Akteure. Sie kann je nach Umsetzung, Anzahl der Personen und Kontext variieren, wobei auch genügend Zeit für Vor- und Nachbereitung berücksichtigt werden muss.



Dieses Symbol hebt die Fähigkeiten hervor, die Mentees durch den Einsatz des Tools erwerben oder verbessern wird.



Einige Methoden können ohne große Vorbereitung angewandt werden, während andere spezifische Fähigkeiten und Erfahrung in Prozessen erfordern.

Leicht: Das Tool kann ohne methodische oder technische Vorkenntnisse verstanden und angewendet werden.

Mittel: Das Tool ist mit Vorkenntnissen und weiteren Informationen leicht anzuwenden.

Schwer: Das Instrument erfordert einige methodische oder technische Vorkenntnisse oder Schulungen.

DIGITALE WERKZEUGE

Digitale Tools sind nichts anderes als Hilfsmittel zur Verbesserung der Zusammenarbeit und Kommunikation im digitalen Umfeld, die z.B. auch im Mentoring-Prozess eingesetzt werden können. Die hier aufgeführten Tools und Methoden können Sie als Mentor:in dabei unterstützen, das Mentoring effektiver und effizienter zu gestalten - und die Implementierung von Tools zu vereinfachen.

KOMMUNIKATION



Cisco WebEx: Software für Videokonferenzen und Online-Meetings



Google Hangouts: Video und Chat Kommunikation über Google



Slack: Kollaborations- und Kommunikationstool für in Kanälen gebündelte Gruppen



Microsoft Teams: Kommunikationswerkzeug für Gruppen und Team-Chat mit Schwerpunkt auf digitaler Zusammenarbeit



Zoom: Videokonferenzsystem mit Breakout-Räumen

ORGANISATION



Asana: Tools für komplexe Aufgaben



Calendly: Software zur Terminplanung zwischen Einzelpersonen, dem ganzen Team oder externen Partnern



Evernote: Verwalten und Organisieren von Aufgaben und Notizen



Notion: Bereitstellung von verschiedenen Komponenten, um ein Managementsystem zu erstellen



Trello: Kanban-basiertes Aufgabenmanagement-Tool

ENGAGEMENT



Kahoot: Spielbasierte Lernplattform mit Quizen



Mentimeter: Kreative Echtzeit-Abstimmung und Ideensammlung



Slido: Plattform für Echtzeit-Fragen und Antworten mit Abstimmungsfunktion

KREATIVITÄT



Graphics. Software zur Gestaltung von grafischen Benutzeroberflächen für Web- und Mobile-Apps



Canva: Plattform für Grafikdesign zur Erstellung visueller Inhalte wie Poster, Dokumente und soziale Medien



Figma: Vektorgrafik-Bearbeitungs- und Prototyping-Werkzeug



Miro: Online-Whiteboard für Team-zusammenarbeit



Mural: Online-Whiteboard für digitale Zusammenarbeit

DOKUMENTENABLAGE



Dropbox: Das am häufigsten verwendete Cloud-Speichersystem auf dem Markt mit 2 GB kostenfreiem Speicherplatz, erweiterbar auf 16 GB kostenfreien Speicherplatz durch Weiterempfehlungen an Freunde



GoogleDrive: Kostenloses Cloud-Speichersystem von Google mit bis zu 15 GB Speicherplatz



OneDrive: Kostenloses Cloud-Speichersystem von Microsoft mit bis zu 5 GB Speicherplatz



VORBEREITUNG



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

WAS IST MENTORING?

Dieses Tool ist eine Einführung in das, was wir unter Mentoring für RestART-Mentor:innen verstehen.

1. WAS IST MENTORING?

- Im Mentoring bietet die/der Mentor:in Unterstützung für eine oder mehrere Mentees.
- Mentoring leistet einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum und Erfolg.
- Mentees erreichen ihre Ziele besser und schneller, wenn sie Unterstützung und Ermutigung von jemandem erhalten, der denselben Weg zuvor gegangen ist.
- Sie nutzen die Lebensstrategien der/des Mentor:in
- Die Kraft des Mentorings liegt darin, dass alle Beteiligten davon profitieren.

2. WER IST EIN/E MENTOR:IN?

- Ein/e Mentor:in ist eine (Lebens-)Erfahrungsexpertin und ein Vorbild.
- Die Mentor:innen nutzen ihr eigenes Wissen und ihre Erfahrung.
- Ein/e Mentor:in ist jemand, der neben der Mentee steht, sie ergänzt, ermutigt und motiviert, weiterzumachen.
- Ein/e Mentor:in holt das Beste aus den Menschen heraus und betrachtet die Stärken der Person.

3. MENTORING ARTEN

Individuelles Mentoring:

- Eine Mentee wird mit jemandem zusammengebracht, der ein Vorbild und eine Erfahrungsexpertin sein kann.



Gruppen-Mentoring:

- Ein/e Mentor:in kann auch mehrere Mentees als Gruppe betreuen.
- Auf diese Weise können die Mentees auch voneinander profitieren.
- Beachten Sie, dass die Führung einer Gruppe andere Fähigkeiten von dem/der Mentor:in erfordert.

FRAGEN

Verwenden Sie diese Informationen, um herauszufinden, was zu Ihren Mentees passt. Es gibt kein Richtig oder Falsch. Mentoring gibt es in vielen Formen. Nehmen Sie sich Zeit mit den Mentees und tun Sie das, was zu Ihrem Mentee passt.

- Welche Art von Mentoring erkennen Sie in Ihrem eigenen Leben?
- Was sind Ihre Erfahrungen mit Mentor:innen oder Mentees?
- Diskutieren Sie dies während der Einführung.

MEHR INFORMATIONEN HIER: [Rhodes Jean, Keynote European Mentoring Summit 2018](#)  [Ralph Reid. "Making a mentor." TEDxUSFSM](#) 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

VIER PHASEN DES MENTORINGS

Dieses Tool zeigt, welche Phasen im erfolgreichen Mentoring existieren: Vorbereitung, Verhandlung, Wachstum und Abschluss.

VIER PHASEN

Erfolgreiche Mentoring-Beziehungen durchlaufen vier Phasen: Vorbereitung, Verhandlung, Wachstum und Abschluss. Diese aufeinander aufbauenden Phasen variieren in ihrer Länge und beinhalten spezifische Schritte sowie Strategien, die zu einem hochwertigen Mentoring führen. Die RestART-Plattform bietet Werkzeuge für jede Phase, um Sie bei dem Mentoring zu unterstützen.

1. PHASE: VORBEREITUNG

Die Beziehung vorbereiten

- Kontaktaufnahme initiieren
- Hintergrundinformationen austauschen
- Sich gegenseitig kennenlernen

2. PHASE: VERHANDLUNG

Agenden koordinieren:

- Wie man sich trifft (online, persönlich)
- Grundregeln
- Erwartungen
- Ziele

3. PHASE: WACHSTUM

Ermutigen und stärken

- Als Mentor:in nutzen Sie Ihre Expertise, Erfahrung und Fähigkeiten, um der anderen Person beim Wachstum zu helfen.
- Sie entwickeln Fähigkeiten, um dies möglich zu machen.

4. PHASE: ABSCHLUSS

Das Ende ist der Anfang...:

- Überlegen Sie, wie Sie sich Ihre Mentoring-Beziehung nach dem formellen Abschluss vorstellen.
- Teilen Sie Erfahrungen.

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

DAS TEILEN DER LEBENSGESCHICHTE

Das ist ein wirkungsvolles Instrument, um Empathie, Verständnis und ein Gemeinschaftsgefühl zwischen Mentor:innen und Mentees aufzubauen, in dem sie ihre Lebensgeschichten austauschen.

1. **BÜHNE FREI:** Versammeln Sie Ihre Mentees (ca. 4-5 falls Gruppen Mentoring) in einer angenehmen und sicheren Umgebung, z.B. in einem Besprechungsraum. Stellen Sie sicher, dass alle Personen einander gut sehen und hören können.
2. **ERKLÄRUNG DER ÜBUNG:** Stellen Sie kurz die Übung „Teilen der Lebensgeschichte“ und ihren Zweck vor. Erklären Sie, dass alle Teilnehmenden die Möglichkeit haben, innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens (ca. 5 Minuten) eine zusammengefasste Version der eigenen Lebensgeschichte zu erzählen. Weisen die Teilnehmenden darauf hin, dass die Einhaltung des Zeitlimits wichtig ist, um sicherzustellen, dass alle die gleiche Gelegenheit zum Sprechen haben.
3. **RESPEKT UND UNTERSTÜTZUNG:** Schaffen Sie während der Übung eine Atmosphäre des Respekts und der Unterstützung. Ermutigen Sie alle, sich gegenseitig aufmerksam und respektvoll zuzuhören, ohne die jeweilige Person zu unterbrechen. Erinnern Sie dabei alle Teilnehmenden daran, dass der einzelne Lebensweg einzigartig ist und dass man dem Austausch mit Verständnis und Mitgefühl begegnen sollte.
4. **BEGINN DER ÜBUNG DURCH MENTOR:IN:** Beginnen Sie mit sich selbst als Beispiel. Sie können innerhalb des Zeitlimits Ihre eigene kurze Lebensgeschichte erzählen, um den Ton anzugeben und andere zu ermutigen, es Ihnen gleichzutun.
5. **LEBENSGESCHICHTEN DER MENTEEs:** Geben Sie allen Teilnehmenden das Wort, damit diese die eigene Lebensgeschichte innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens erzählen können. Ermutigen Sie sich auf wichtige Ereignisse, Meilensteine oder Erfahrungen zu konzentrieren, die sie zu dem gemacht haben, was sie heute sind.
6. **REFLEKTIEREN UND TEILEN:** Nachdem alle Personen die eigene Geschichte erzählt haben, bieten Sie Zeit und Raum zum Nachdenken an. Fordern Sie die Teilnehmenden auf, die eigenen Gefühle, Erkenntnisse oder Verbindungen, die sie während der Übung gespürt haben, mitzuteilen.
7. **ABSCHLUSS DER ÜBUNG:** Schließen Sie die Übung, in dem Sie sich bei allen Teilnehmenden für ihre Bereitschaft zum Teilen und Zuhören bedanken. Betonen Sie den Wert des Aufbaus von Empathie und Verständnis durch das Erzählen von Geschichten.

WICHTIG: Denken Sie daran, dass die Übung für einige Personen emotional belastend sein könnte, weshalb Sensibilität und Unterstützung während des gesamten Prozesses unerlässlich sind. Sorgen Sie als Moderation dafür, dass das Umfeld für alle Teilnehmenden positiv, inklusiv und respektvoll bleibt.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Vertrauensbildung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

BRICH DAS EIS

Dies ist ein wertvoller Eisbrecher für Sie und Ihre Mentees, da es eine offene Kommunikation fördert, Barrieren abbaut und eine positive und vertrauensvolle Beziehung fördert.

1. **EINLEITUNG DER ÜBUNG** Teilen Sie den Teilnehmenden (4-5 Mentees) mit, dass sie abwechselnd drei Aussagen über sich selbst machen, werden: zwei wahre und eine falsche Aussage.
2. **AUSSAGEND DER MENTEES:** Alle Teilnehmenden kommen dran und teilen der Gruppe die eigenen drei Aussagen mit. Ermutigen Sie sie, Wahrheiten und Lügen kreativ zu mischen, damit es für die anderen interessant wird.
3. **RATGEBERRUNDE:** Nachdem jeweils eine Person die eigenen Aussagen mitgeteilt hat, lassen Sie die anderen Teilnehmenden raten, welche Aussage ihrer Meinung nach eine Lüge ist. Dieser interaktive Aspekt fördert die Konversation und trägt zur Schaffung einer freundlichen Atmosphäre bei.
4. **ENTDECKUNG DER LÜGE:** Nachdem alle geraten haben, verrät die Person, die die Aussagen geteilt hat, welche die Lüge war, und erzählt eine kurze Erklärung oder Geschichte hinter jeder Aussage.
5. **WECHSEL:** Wechseln Sie sich mit den Mentees ab, bis alle Teilnehmenden Gelegenheit hatte, Aussagen zu machen und die anderen die Lüge erraten haben.
6. **FÖRDERUNG DER ZUSAMMENARBEIT:** Ziehen Sie nach Abschluss der Übung eine kurze Nachbesprechung in Betracht, um die Aktivität zu reflektieren. Die Teilnehmenden können interessante Fakten austauschen, die sie während der Übung übereinander erfahren haben, um das Gefühl der Verbundenheit und Kollaboration zu fördern.

BEISPIEL:

Eine Mentee sagt: "Ich bin im Sommer in drei verschiedene Länder gereist, ich beherrsche das Morsealphabet und habe während meines Masterstudiums die beste Position erreicht".

Jeder versucht zu erraten, was wahr (2 Aussagen) und was falsch (1 Aussage) ist.

Die Mentee teilt alle Aussagen mit und geht auf jede einzelne ein, erzählt die Geschichte ihrer Reisen in bestimmte Länder, die Reise zum Erlernen der Morsezeichen und die Gründe dafür, dass sie nicht die beste Schülerin im Kurs war.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Teambildung

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

ZEITLEISTE DER REFLEXION

Dies ist ein wertvolles Instrument, mit dem Sie der Mentee helfen können, aus den eigenen Erfahrungen zu lernen und fundiertere Entscheidungen zu treffen.

1. **SIGNIFIKANTE MOMENTE:** Ermutigen Sie die Mentee über Schlüsselmomente im eigenen Leben nachzudenken, die sie nachhaltig geprägt haben. Diese Momente können positive oder herausfordernde Erfahrungen, Wendepunkte, Erfolge, Misserfolge oder andere Ereignisse sein, die einen tiefen Eindruck hinterlassen haben.
2. **VISUALISIERUNG DER MOMENTE:** Bitten Sie darum, die bedeutsamen Momente grafisch darzustellen, indem sie diese in ein Diagramm einträgt, bei dem die x-Achse die Zeitachse ihres Lebens und die y-Achse den emotionalen Aspekt von negativ bis positiv darstellt.
3. **REKAPITULATION:** Bitten Sie die Mentee, sich an die Details der ausgewählten Momente zu erinnern. Ermutigen Sie sie, sich mit dem Kontext, den Emotionen, den beteiligten Personen und den Handlungen, die sie während dieser Zeit unternommen hat, auseinanderzusetzen.
4. **GEWONNENE ERKENNTNISSE:** Ermutigen Sie Ihre Mentee zu überlegen, was sie aus jeder Erfahrung gelernt hat:
 - Welche Erkenntnisse, Fähigkeiten oder Perspektiven hat sie in diesen Momenten gewonnen?
 - Was hat ihr geholfen, mit Misserfolgen umzugehen, und was hat ihr zum Erfolg verholfen?
5. **VERBINDUNGEN:** Helfen Sie der Mentee, Verbindungen zwischen verschiedenen Momenten herzustellen und wiederkehrende Themen im eigenen Leben zu erkennen:
 - Gibt es irgendwelche gemeinsamen Gefühle, die in diesen Momenten auftauchen?
 - Hat die Mentee Ähnlichkeiten bei den Menschen festgestellt, mit denen sie sich in diesen Momenten zu umgeben pflegt?
 - Gibt es Bestrebungen, die über diese Momente hinweg bestehen geblieben sind?
6. **WACHSTUM UND WIDERSTANDSFÄHIGKEIT:** Betonen Sie, wie wichtig es ist persönliches Wachstum und die aus der Bewältigung von Herausforderungen gewonnene Widerstandsfähigkeit anzuerkennen. Ermutigen Sie die Mentee, die eigenen Stärken und Erfolge anzuerkennen.
7. **KÜNFTIGE ANWENDUNGEN:** Überlegen, wie die Lektionen, die sie aus vergangenen Erfahrungen gelernt hat, in ihren gegenwärtigen und zukünftigen Unternehmungen angewendet werden können. Wie kann sie dieses Wissen nutzen, um positive Veränderungen vorzunehmen oder zukünftige Herausforderungen zu bewältigen?

WICHTIG: Lebensreflexion ist ein fortlaufender Prozess, der zu kontinuierlichem Wachstum und Selbsterkenntnis führen kann. Ermutigen Sie Ihren Mentee, diese Übung regelmäßig zu wiederholen, um in Zukunft neue Erkenntnisse zu gewinnen.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Selbstwahrnehmung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

AUSTAUSCH VON STÄRKEN

Diese Übung zielt darauf ab, die Beziehung zwischen Ihnen und Ihrer Mentees zu vertiefen, indem Sie die Stärken der anderen erkunden, gemeinsame Ziele festlegen und die Bestrebungen aufeinander abstimmen.

1. **STÄRKENERKUNDUNG:** Sie und Ihre Mentee erstellen unabhängig voneinander eine Liste mit Ihren wichtigsten Stärken, Fähigkeiten und Fachgebieten. Tauschen Sie dann abwechselnd Ihre Listen aus. Diskutieren Sie, warum diese Stärken für Sie wichtig sind und wie sie zu Ihrem persönlichen und beruflichen Werdegang beigetragen haben.
2. **GEGENSEITIGE ZIELSETZUNG:** Finden Sie gemeinsam heraus, in welchen Bereichen Ihre Stärken übereinstimmen oder sich gegenseitig ergänzen. Dies könnte sich auf eine bestimmte Fähigkeit, ein Projekt oder ein Ziel beziehen. Machen Sie ein Brainstorming und besprechen Sie mögliche gemeinsame Ziele, bei denen diese gemeinsamen Stärken zum Tragen kommen. Diese Ziele könnten persönliches Wachstum, die Entwicklung von Fähigkeiten oder sogar gemeinsame Projekte beinhalten.
3. **DISKUSSION ÜBER DIE ZIELANPASSUNG:** Führen Sie ein Gespräch darüber, wie Ihre gemeinsamen Stärken zur Erreichung der gemeinsamen Ziele beitragen können. Erkunden Sie, wie Ihre Anleitung und der Enthusiasmus der Mentees zu einer effektiveren Erreichung dieser Ziele führen können.
4. **AKTIONSPLAN:** Erstellen Sie gemeinsam einen Aktionsplan, der die erforderlichen Schritte zur Erreichung der gemeinsamen Ziele beschreibt. Weisen Sie Verantwortlichkeiten zu und legen Sie einen Zeitplan für die Erreichung von Meilensteinen fest.
5. **REGELMÄSSIGE KONTROLLBESUCHE:** Planen Sie regelmäßige Folgesitzungen ein, um die Fortschritte zu verfolgen, Herausforderungen zu besprechen und Erfolge zu feiern. Nutzen Sie diese Sitzungen, um Feedback auszutauschen und Unterstützung anzubieten.
6. **REFLEXION UND ANPASSUNG:** Reflektieren Sie regelmäßig über Ihre Stärken und darüber, wie diese zu den Fortschritten bei der Verwirklichung der gemeinsamen Ziele beigetragen haben. Passen Sie den Aktionsplan bei Bedarf an, um neue Möglichkeiten, Herausforderungen oder veränderte Umstände zu berücksichtigen.

WICHTIG:

Der Erfolg dieser Übung liegt in der offenen Kommunikation, aktiver Teilnahme und der Bereitschaft, gemeinsam zu lernen und zu wachsen. Durch diesen Prozess können Sie ein tieferes Verständnis für die Fähigkeiten des anderen entwickeln und eine Grundlage für eine starke und wirkungsvolle Beziehung schaffen.

Zeit: 40-60 Minuten

Fokus: Beziehungsaufbau

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel



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

ERSTELLUNG EINES VISION BOARDS

Diese Übung hilft Ihnen und Ihren Mentees, gemeinsam Ihre individuellen und gemeinsamen Ziele zu visualisieren und fördert so die Abstimmung und Motivation innerhalb der Mentoringbeziehung.

1. **BESPRECHUNG DER ZIELE:** Besprechen Sie zunächst Ihre individuellen Ziele und Wünsche sowie alle gemeinsamen Ziele, die Sie für Ihr Mentoring festgelegt haben.
2. **SAMMLUNG VON MATERIALIEN:** Beauftragen Sie Ihre Mentees damit Zeitschriften, Zeitungen und gedruckte Bilder zu sammeln, die mit ihren Zielen übereinstimmen. Sie sollte nach Bildern, Wörtern und Sätzen suchen, die mit Ihren Visionen übereinstimmen und Ihre Ziele, Werte, Träume und Gefühle repräsentieren.
3. **AUSTAUSCH:** Tauschen Sie die von Ihnen ausgewählten Bilder und Texte untereinander aus. Erläutern Sie die Bedeutung der einzelnen Elemente und wie sie mit Ihren Zielen zusammenhängen.
4. **ERSTELLUNG DES VISION BOARDS:** Beginnen Sie mit ihren Mentees damit, die Bilder und den Text auf Ihrer Plakatwand so anzuordnen und aufzukleben, wie es für Sie optisch ansprechend und sinnvoll ist. Sie können die Bilder auch überlappen, collagieren oder Abschnitte bilden.
5. **BESPRECHUNG DER KREATIONEN:** Wenn beide Vision Boards fertig sind, besprechen Sie abwechselnd die Elemente, die Sie aufgenommen haben, und die Geschichte, die Ihr Vision Board erzählt. Tauschen Sie sich darüber aus, wie Ihre Ziele miteinander verbunden sind und sich gegenseitig unterstützen. Identifizieren Sie alle gemeinsamen Themen oder Elemente, die auf beiden Vision Boards erscheinen.
6. **ZIELFESTLEGUNG:** Besprechen Sie die Möglichkeit, sich gemeinsame Ziele zu setzen, die sich an den von Ihnen ermittelten Themen orientieren. Dies könnten Aktivitäten, Projekte oder Bereiche sein, an denen Sie gemeinsam arbeiten wollen.
7. **AUSTELLUNG VON VISION BOARDS:** Suchen Sie sich einen gut sichtbaren Platz für Ihre Vision Boards, sei es in Ihrem Arbeitsbereich oder in anderen bedeutungsvollen Bereichen. Wenn Sie sie täglich sehen, werden Sie ständig an Ihre Ziele erinnert.
8. **ÜBERPRÜFUNG UND REFLEKTION:** Überprüfen Sie Ihre Vision Boards regelmäßig gemeinsam während der Mentoring-Sitzungen. Überlegen Sie, welche Fortschritte Sie auf dem Weg zu Ihren Zielen gemacht haben und welche Anpassungen erforderlich sind.

Zeit: 40-60 Minuten

Fokus: Zusammenarbeit und Visualisierung

Schwierigkeitsgrad: Einfach




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

VISIONSERKLÄRUNG

Dieses Tool fördert offene Kommunikation und Vertrauen, um gemeinsam eine Visionserklärung zu erstellen. Es ermöglicht Ihnen, Ihren Mentees dabei zu unterstützen, ein starkes Gefühl von Zweck und Richtung zu etablieren.

1. **EINFÜHRUNG IN DIE VISIONSERKLÄRUNG:** Beginnen Sie, indem Sie Ihren Mentees das Konzept einer Visionserklärung erklären. Teilen Sie Beispiele von bekannten Visionserklärungen. Betonen Sie, dass eine Visionserklärung über spezifische Ziele hinausgeht und das Gesamtbild dessen einfängt, was sie durch die Mentoring-Beziehung erreichen möchten.
2. **DEFINIEREN DER VISION:** Leiten Sie Ihre Mentees dabei an, die Vision für die Zukunft zu definieren. Ermutigen Sie sie, über den Einfluss nachzudenken, den sie erzielen möchten, die Fähigkeiten, die sie entwickeln wollen, und die Werte, die sie bewahren möchten. Helfen Sie ihnen dabei, ihre Vision in einer prägnanten und inspirierenden Aussage zu formulieren.
3. **KOLLABORATIVE AKTIVITÄT:** Beteiligen Sie sich an einer kollaborativen Aktivität, um gemeinsam die Visionserklärung zu erstellen. Ermutigen Sie zu offenen Diskussionen, Brainstorming und dem Verfeinern von Ideen. Dieser Prozess trägt dazu bei, das Vertrauen zwischen Ihnen und Ihren Mentees aufzubauen, während Sie gemeinsam daran arbeiten, eine bedeutsame und inspirierende Vision zu definieren.
4. **ÜBERPRÜFUNG UND ABSCHLUSS:** Überprüfen Sie die Visionserklärung mit Ihren Mentees. Stellen Sie sicher, dass sie genau ihren Zielen entspricht und mit dem Zweck der Mentoring-Beziehung übereinstimmt. Nehmen Sie gegebenenfalls Anpassungen vor, um eine Aussage zu gestalten, die authentisch und motivierend wirkt.
5. **PRÄSENTIEREN UND ÜBERPRÜFEN:** Ermutigen Sie Ihre Mentees, die Visionserklärung an einem Ort auszustellen, an dem sie sie häufig sehen werden. Dies dient als ständige Erinnerung an ihre ultimativen Ziele und fördert das Engagement für die Mentoring-Reise.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Simon Sinek's TED talk "How great leaders inspire action"](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Kommunikation und Vertrauen

Schwierigkeitsgrad: Mittel




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

ZIELPLANUNG

Indem Sie an einer Zielplanungssitzung teilnehmen und den REAL-Ziele-Rahmen verwenden, legen Sie eine Grundlage gemeinsamer Ziele, offener Kommunikation und gegenseitiger Verpflichtung.

- 1. EINFÜHRUNG IN REALE ZIELE:** Führen Sie das REAL-Ziele-Framework ein: Relevant, Experimental, Aspirational, Lernbasiert. Erklären Sie jede Komponente und wie sie zur Schaffung bedeutungsvoller Ziele beiträgt. Betonen Sie, dass Ziele eine klare Richtung vorgeben, dabei helfen, den Fortschritt zu verfolgen und sicherstellen, dass sowohl Mentees als auch Mentor:innen in ihren Bemühungen aufeinander abgestimmt sind.
- 2. MENTEE FÜHREN LASSEN:** Ermutigen Sie Ihre Mentees, die Führung bei der Entwicklung ihrer REAL-Ziele zu übernehmen. Bieten Sie bei Bedarf Anleitung und Unterstützung, lassen Sie sie jedoch ihre Wünsche und Ideen äußern. Falls sie Schwierigkeiten haben, stellen Sie gezielte Fragen, um ihnen zu helfen, ihre Ziele zu präzisieren.
- 3. FESTLEGUNG DER ZEITLEISTE:** Arbeiten Sie zusammen, um für jedes Ziel eine Zeitlinie zu erstellen. Diskutieren Sie die Machbarkeit, jedes Ziel innerhalb des Zeitrahmens Ihrer Mentoring-Beziehung zu erreichen. Stellen Sie sicher, dass die Zeitlinie realistisch und erreichbar ist. Legen Sie für jedes Ziel Meilensteine oder Etappen fest, die es Ihnen und Ihren Mentees ermöglichen, den Fortschritt zu verfolgen. Besprechen Sie, wie Sie den Erfolg an verschiedenen Punkten auf dem Weg messen werden.
- 4. REGELMÄSSIGE ÜBERPRÜFUNG UND REFLEXION** Während Ihrer Fortschritte in der Mentoring-Beziehung, überprüfen Sie regelmäßig gemeinsam die Ziele. Reflektieren Sie den erreichten Fortschritt, besprechen Sie etwaige Herausforderungen und passen Sie die Ziele gegebenenfalls an. Dieser fortlaufende Dialog stärkt das Vertrauen und die Verantwortlichkeit.
- 5. FEIERN DER ERFOLGE:** Feiern Sie jeden Meilenstein und Erfolg, ganz gleich wie klein. Anerkennen Sie die Bemühungen Ihrer Mentees und würdigen Sie ihr Wachstum. Positive Verstärkung stärkt das Vertrauen und die Motivation.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Why the secret to success is setting the right goals | John Doerr | TED](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Kommunikation und Vertrauen

Schwierigkeitsgrad: Mittel




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

GELEGENHEIT ZUM GEGENSEITIGEN BEGLEITEN BEI DER ARBEIT

Dieses Tool unterstützt Sie und Ihre Mentees dabei, eine tiefere Wertschätzung für die jeweiligen Rollen und Beiträge zu gewinnen. Die Transparenz und das gemeinsame Lernen stärken das Vertrauen zwischen Ihnen.

1. **ZIEL DES JOB SHADOWING:** Unterstreichen Sie, dass diese Aktivität darin besteht, dass Ihr Mentee Ihre täglichen Aufgaben und Verantwortlichkeiten beobachtet und wertvolle Einblicke in Ihre Rolle und das Arbeitsumfeld gewinnt. Betonen Sie, dass es Ihren Mentees die Möglichkeit bietet, Ihre Rolle, die erforderlichen Fähigkeiten und die Feinheiten Ihrer Arbeit besser zu verstehen
2. **VORBEREITUNG:** Vor dem Tag des Job-Shadowings teilen Sie mit Ihren Mentees eine Übersicht Ihres Zeitplans. Heben Sie wichtige Aktivitäten, Besprechungen und Aufgaben hervor, die sie beobachten werden. Ermutigen Sie sie, Fragen entsprechend ihren Lernzielen vorzubereiten
3. **TAG GES JOB-SHADOWINGS:** An dem festgelegten Tag sollen Ihre Mentees Sie entweder virtuell oder physisch 'begleiten', je nach Arbeitsumgebung. Ermutigen Sie sie, Notizen zu machen, Ihre Interaktionen zu beobachten und sich aktiv einzubringen.
4. **DISKUSSIONEN:** Während des gesamten Tages des Job-Shadowings sollten Sie mit Ihren Mentees in Diskussionen verwickelt sein. Ermutigen Sie sie, Fragen zu stellen, um Klarstellungen zu bitten und ihre Beobachtungen zu teilen. Diskutieren Sie die Gründe hinter Ihren Entscheidungen und Handlungen.
5. **GEGENSEITIGES LERNEN:** Unterstreichen Sie, dass das Job-Shadowing eine gegenseitige Lernerfahrung ist. Genau wie Ihre Mentees Einblicke gewinnt, profitieren auch Sie davon, Ihre Arbeitsumgebung mit frischem Blick zu betrachten. Dies fördert gegenseitiges Verständnis und Vertrauen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

["21 Do's and Don'ts of Job Shadowing" by Indeed Editorial Team](#) 

Zeit: Einige Stunden bis zu einem Tag

Fokus: Kommunikation und Vertrauen

Schwierigkeitsgrad: Mittel




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

ZIELBEZOGENE DISKUSSION ÜBER AKTUELLE NACHRICHTEN

Dieses Tool unterstützt Sie und Ihre Mentees dabei, eine tiefere Wertschätzung für die jeweiligen Rollen und Beiträge zu gewinnen. Die Transparenz und das gemeinsame Lernen stärken das Vertrauen zwischen Ihnen.

1. **DEFINITION DES ZWECKS:** Klären Sie, dass der Zweck der Diskussion von Nachrichten oder Ereignissen darin besteht, den Mentee-Zielen einen realen Kontext zu verleihen. Nachrichten, Studien oder Umfragen können Beispiele und Fallstudien liefern, die mit ihren Zielen in Verbindung stehen. Erklären Sie Ihren Mentees die Idee, zielbezogene Nachrichten oder Ereignisse zu diskutieren, um die Gespräche im Mentoring zu bereichern.
2. **IDENTIFIZIERUNG VON RELEVANTEN THEMEN:** Arbeiten Sie mit Ihren Mentees zusammen, um Themen zu identifizieren, die direkt mit ihren Zielen zusammenhängen. Diese könnten Branchentrends, bewährte Praktiken, aufkommende Technologien, Führungseinblicke oder andere relevante Themen sein.
3. **EINRICHTUNG VON ECHTZEIT-SYNDIZIERUNGS (RSS) FEEDS:** Stellen Sie Ihren Mentees Tools wie Feedly vor, die es ihnen ermöglichen, personalisierte RSS-Feeds für spezifische Themen einzurichten. Führen Sie sie durch den Prozess der Auswahl relevanter Quellen und der Abonnierung von Aktualisierungen.
4. **AUSWAHL DER DISKUSSIONSPUNKTE:** Überprüfen Sie die geteilten Artikel und wählen Sie Schlüsseldiskussionspunkte aus, die mit den Zielen Ihrer Mentees übereinstimmen. Diese Punkte könnten innovative Strategien, Herausforderungen, Erfolgsgeschichten oder Lernerfahrungen hervorheben. Nehmen Sie sich regelmäßig Zeit, um die ausgewählten Nachrichten oder Ereignisse zu diskutieren.
5. **REFLEXION UND ANWENDUNG:** Nach der Diskussion ermutigen Sie Ihre Mentees, über das Gelernte nachzudenken und zu überlegen, wie sie diese Erkenntnisse auf ihre Ziele und ihren beruflichen Werdegang anwenden können.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[How do RSS feeds work?](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Kommunikation und Vertrauen

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DIE MENTORING-BEZIEHUNG

Dieses Tool hilft dabei, mehr über die spezifischen Rollen der Mentor:innen und der Mentees zu erfahren und gibt einen Überblick über die Mentoring-Beziehung.

1. DIE MENTORING BEZIEHUNG: Mentoring ist eine persönliche Entwicklungsbeziehung, in der eine erfahrenere oder wissendere Person (Mentor:in) einer weniger erfahrenen oder weniger wissenden Person (Mentee) dabei hilft, zu führen.

2. DETAILS ZU MENTOR:INNEN:

- Ein/e Mentor:in ist ein/e Freiwilliger:in
- Lebens- und Berufserfahrung
- Unternehmerische und soziale Verantwortung
- Vorbild, das Erfolgsstrategien anbietet

3. DETAILS ZUM MENTEE:

- Fragen und Ziele lernen
- Die Frage hinter der Frage
- Persönliche innere Stärke
- Wachsende Ambitionen
- Vorbild, das Erfolgsstrategien anbietet
- Sich unterstützt und anerkannt fühlen.

4. DER ZUSAMMENSCHLUSS:


- Basierend auf persönlicher Einzigartigkeit und Authentizität
- Anerkennung und Wertschätzung in der Kreativbranche
- Ein Mentee wird mit jemandem abgeglichen, der als Vorbild und Erfahrungsexperte dienen kann.
- Lernziele der Mentees und Erfahrung der Mentor:innen passen zusammen.

FRAGEN:

Sowohl Mentor:in als auch Mentees:

- Überprüfen Sie die Details während eines Treffens.
- Wurden alle Bedingungen für eine gute Übereinstimmung erfüllt?
- Welche Art von Mentoring erkennen Sie aus Ihrem eigenen Leben?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit Mentoring oder Menteeship gemacht?
- Diskutieren Sie dies während der Einführung.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Shirley Liu. "Why the Power of Mentoring can Change the World". TED Talk.](#) 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

DIE VORTEILE DES MENTORINGS

Mithilfe dieses Tools können Sie andere Unternehmen oder freiberufliche Künstler:innen in der Kunst- und Kreativbranche davon überzeugen, wie wichtig Mentoring ist.

HAUPTVORTEILE:

Verbesserung der Führungskompetenzen: Mentoring ist ein Weg für jeden Berufstätigen, seine Führungsfähigkeiten zu verbessern. Mentoring erfordert die Bereitschaft, in einer flexiblen Beziehung, die sich nach den Bedürfnissen der Mentees richtet, zu teilen, zuzuhören und Ratschläge zu geben.

Unternehmerische soziale Verantwortung: Mentoring ist für Unternehmen eine Möglichkeit, ihre unternehmerische soziale Verantwortung (CSR) zu zeigen. Die Beteiligung am Mentoring-Programm ist eine Möglichkeit, der Gesellschaft etwas zurückzugeben.

Zukünftige Mitarbeiter:innen: Die Beteiligung am Mentoring-Programm schafft die Möglichkeit, zukünftige Mitarbeiter:in vorzubereiten und zu scouten.

Firmenimage: Mentoring schafft ein positives Bild Ihres Unternehmens bei zukünftigen Mitarbeiter:innen, zukünftigen Kund:innen und Klienten und generiert somit kommerziellen Gewinn.

Persönlich erfüllend: Es gibt eine persönliche Befriedigung darin, Weisheit und Erfahrung an andere weiterzugeben, ohne großen Zeitaufwand.

Mentoring ist eine persönliche Entwicklungsbeziehung, in der eine erfahrenere oder wissendere Person (Mentor:in) einer weniger erfahrenen oder weniger wissenden Person (Mentee) dabei hilft, zu führen.

DETAILS ZUM MENTOR:

- Ein/e Mentor:in ist ein/e Freiwillige:r
- Lebens- und Berufserfahrung
- Unternehmerische und soziale Verantwortung
- Vorbild, das Erfolgsstrategien anbietet


FRAGEN:


Sowohl Mentor:in als auch Mentees:

- Welche Vorteile treffen auf Sie zu?
- Diskutieren Sie dies während der Einführung.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

Vinnie Malcolm. "The Mutual Benefits of Mentorship". TED Talk: 

Mentorprogramm afriesland 

Why Mentoring 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach

ROLLEN DER MENTOR:INNEN

	COACH	LEHRER:IN	BERATER:IN	MENTOR:IN
ZENTRAL	Aufgabe, Fähigkeiten	Neue Fähigkeiten, Wissen	Individuelle	Individuell
FOKUS	Aufgabe, Performance	Lernen von Fähigkeiten, Informationen, Wissen	Selbstbewusstsein aufbauen und persönliche Probleme lösen	Persönliches Wachstum, Aufbau von Fähigkeiten
BEZIEHUNG	Hauptsächlich 1:1	1 - Gruppe	Hauptsächlich 1:1	Hauptsächlich 1:1
SCHLÜSSEL-KOMPETENZEN	Feedback zur beobachteten Leistung geben	Anweisen, erklären	Zuhören, Befragen	Hilfe für die Lernenden, ihre eigene Weisheit zu entdecken
ZIELORIENTIERUNG	Ziele für Lernende setzen / Die Organisation setzt ebenfalls Ziele	Eine Prüfung bestehen, ein Abschluss erhalten	Hilfe, um der Person zu ermöglichen, eigenständig zurechtzukommen	Arbeitet mit den eigenen Zielen der Lernenden
NÄHE DER BEZIEHUNG	Moderat	Niedrig	Niedrig	Hoch
LERNFLUSS	Einseitig	Einseitig	Einseitig	Beidseitig. Erwachsenenlernen
DAUER	Je nach Bedarf, kurzfristig	Abhängig vom Training bzw. Kurs	Kurzfristig, je nach den Sitzungen.	Kann sich zu einer Beziehung über viele Jahre entwickeln.
VORTEILE	Coachee	Studierende	Klienten	Beide Parteien

FRAGEN:

- Erkennen Sie diese Rollen?
- Fühlen Sie sich mit der Rolle des/der Mentor:in wohl?
- Sind sich Ihre Mentee dem Unterschiede zwischen den Rollen bewusst?

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

FAKTEN ÜBER DAS MENTORING

Wer ist ein bedeutsame/e Mentor:in? In diesem Tool finden Sie einige interessante Fakten über Mentoring.

LIEBLINGSMENTOR:

Befragte Erwachsene wurden gebeten, über den/die "bedeutendsten" Mentor:innen nachzudenken.

Mentor:innen wird beschrieben als "derjenige/diejenige, an den wir zuerst denken, wenn es um die Unterstützung durch einen fürsorglichen Erwachsenen geht, derjenige, dem wir für die Hilfe auf dem Weg zum Erwachsenwerden danken müssen".

Hier sind einige Höhepunkte aus der Forschung:

- Über 70% der Personen über alle Generationen hinweg empfanden, dass sie einem großen Teil ihres persönlichen Erfolgs diesen bedeutenden Personen zu verdanken haben.
- Natürliche Mentor:innen wurden dreimal häufiger nominiert als programmbasierte Mentor:innen, insbesondere Lehrer:in, Freunde der Familie und Familienmitglieder.
- Schulen waren die prominenteste Quelle formeller Mentor:innen in allen Altersgruppen, aber besonders bei jungen Erwachsenen.

AM BEDEUTENDSTEN:


Die "bedeutendsten" primären Mentor:innen haben folgendes getan:

- Geholfen, Probleme zu lösen
- Geholfen, ein Zugehörigkeitsgefühl aufzubauen
- Geholfen, zu verstehen "wer ich als Person bin".

MEHR INFORMATIONEN HIER:

THE
CHRONICLE
OF EVIDENCE-BASED MENTORING



The Chronicle of Evidence-Based Mentoring 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

SCHNELLE TIPPS ZUM MENTORING

Dieses Tool bietet Ihnen schnelle Tipps, um die Qualität des Mentoring-Prozesses sowohl für Sie als auch Ihre Mentees zu verbessern.

1. TIPPS FÜR GROßARTIGE MENTEEES

Im Mentoring bieten Mentor:innen Unterstützung für eine/n oder mehrere Mentees.

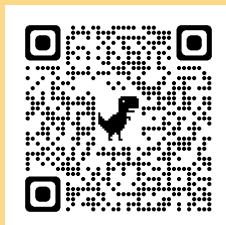
- Wählen Sie eine/n Mentor:in, der/die Ihnen hilft, das Beste aus sich herauszuholen - nicht jemanden, der/die Ihnen den Erfolg erleichtert.
- Manchmal kann man mehr von Menschen lernen, die anders sind als man selbst.
- Klären Sie Ihre Ziele und Erwartungen an die Mentoring-Beziehung und kommunizieren Sie diese in Ihrem ersten Treffen.
- Seien Sie authentisch. Seien Sie bereit, Risiken bei neuen Fähigkeiten und Ideen einzugehen.
- Wenn Ihnen Feedback gegeben wird, hören Sie gut zu und sagen Sie danke.


2. TIPPS FÜR GROßARTIGE MENTOR:INNEN

- Mentoring ist eine Partnerschaft, um Ihrem Protégé beim Lernen zu helfen. Es geht nicht darum, ein/e Expert:in oder Autorität zu sein.
- Weisen Sie nicht an; fördern Sie die Entdeckung. Stellen Sie kraftvolle Fragen, anstatt kluge Antworten zu geben.
- Seien Sie authentisch, offen und aufrichtig. Schaffen Sie eine komfortable und sichere Umgebung.
- Verhalten Sie sich eher wie ein/e Freund:in als wie ein/e Chef:in.
- Seien Sie neugierig und aufmerksam.
- Geben Sie Feedback mit einem starken Fokus auf die Zukunft, nicht auf die Vergangenheit.

"Der mächtigste und doch schwierigste Teil des Mentorings besteht darin, einfach man selbst zu sein... Dies soll nicht implizieren, dass ein Mentor eine Art Superheld ohne Fehler, Zweifel oder die Fähigkeit, Fehler zu machen, sein muss. Grundsätzlich geht es beim Mentoring um das Wachstum - Mentoren wachsen mit ihren Schützlingen, Schützlinge wachsen mit Mentoren". - Bell, C. R., & Goldsmith, M. (2013). Managers as mentors: Building partnerships for learning. Berrett-Koehler Publishers.

MEHR INFORMATIONEN HIER:



The Magic of Mentoring. 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

DIE MAGIE DES MENTORINGS

Dieses inspirierende Tool gibt Einblicke darüber, warum Mentoring funktioniert, welchen Effekt Sie erzielen können und wie Sie es (nicht) nachweisen können.

ZITATE VON ERFAHRENEN MENTOR:INNEN DES MENTORINGPROGRAMMS FRIESLAND

„Man weiß nie ganz genau, worauf man sich einlässt. Manchmal ergeben sich sehr grundlegende praktische Fragen. Oder etwas Unerwartetes passiert im Leben des Mentees. Dann passt man sich dieser Situation an. Da man sich in die persönliche Entwicklung einbringt, ergeben sich manchmal andere Fragen als wir anfangs erwartet haben. Das ist schön und sinnvoll und macht es Spaß, dies zu tun.“ – Cathy Wielema

Mentor Perspective - Interview with Cathy Wielema

"Es ist schwer, die Auswirkungen des Mentorings zu messen, weil man nie weiß, wie sich die Person entwickelt hätte, wenn ich nicht als Mentor:in dabei gewesen wäre. Aber meine Erfahrung ist, dass wir beide nach jedem Mentoring das Gefühl haben, dass wir davon profitiert haben. Das macht es so sinnvoll." – Oege Reitsma


"Zwei Personen beginnen eine Mentor-Mentee-Beziehung. Das ist die Essenz. Du wählst es aus. Was genau als Nächstes passiert, ist immer eine Überraschung und immer anders. (Fast) immer gibt es etwas Schönes. Es ist nicht leicht zu erklären. Aber sowohl Mentor:in als auch Mentee erleben etwas Bedeutungsvolles und lernen daraus. Es ist Magie." – Hans Doodkorte

FRAGEN

Für den/die Mentor:in und Mentees:

- Können Sie ein Beispiel nennen, in dem Sie sich an eine unerwartete Entwicklung während einer Mentoring-Beziehung anpassen mussten?
- Wie möchten Sie mit unerwarteten Herausforderungen oder Veränderungen in den Umständen umgehen und gleichzeitig sicherstellen, dass die Mentoring-Beziehung effektiv bleibt?
- Kennen Sie Beispiele, in denen Mentoring zu unerwarteter und bedeutsamer persönlicher Entwicklung geführt hat?
- Wie balancieren Sie zwischen der Diskussion grundlegender praktischer Fragen und der Förderung einer tieferen persönlichen Entwicklung?

MEHR INFORMATIONEN HIER:

Taylor Francis Magic - Mentoring 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Über das Mentoring

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

BEFRAGUNG

Das Stellen offener und prägnanter Fragen ist ein wesentlicher Bestandteil des Mentorings. Sie sollten häufig Fragen verwenden, um Ihre Mentees dabei zu helfen, ihre Herausforderungen, Ziele und Lösungen zu erkunden.

1. AUFBAU EINER VERTRAUENSBEZIEHUNG

Bevor Sie damit beginnen, Fragen zu stellen, ist es wichtig, eine Vertrauensbeziehung zu den Mentees aufzubauen. Dies hilft den Mentees, sich beim Teilen von Gedanken, Emotionen und persönlichen Herausforderungen wohlfühlen.

2. FESTLEGUNG DER ZIELE

Beginnen Sie damit, den Mentees nach ihren Zielen für die Mentoring-Sitzung oder den gesamten Mentoring-Prozess zu fragen. Helfen Sie den Mentees dabei, klare, messbare Ziele zu setzen, die mit ihren Vision und ihren Werten übereinstimmen.

3. ERKUNDEN DER AKTUELLEN SITUATION

Verwenden Sie offene Fragen, um den Mentees dabei zu helfen, die aktuelle Situation eingehend zu erforschen, einschließlich der damit verbundenen Herausforderungen und Emotionen.

4. ENTWICKLUNG VON LÖSUNGEN UND KONKRETE MAßNAMEN


Sobald die aktuelle Situation verstanden ist, stellen Sie lösungsorientierte Fragen, um den Mentees dabei zu helfen, konkrete Aktionspläne zur Erreichung ihrer Ziele zu entwickeln.

5. FORTSCHRITT UND ÜBERWACHUNG VON FORTSCHRITT

Regelmäßig die Fortschritte der Mentees in Bezug auf die Ziele überprüfen und bei Bedarf Anpassungen des Aktionsplans vornehmen. Ermöglichen Sie den Mentees auch, über ihre Fortschritte und Erfolge zu reflektieren.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[“Questions Mentors Should Ask Their Mentees” by Ryan Carruthers](#) 

[“Effective questioning tips for mentors” by European Music Incubator](#) 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Selbstregulierung

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

ADKAR-MODELL

Dieses Tool ist wertvoll, um Sie dabei zu unterstützen, Ihre Mentees durch verschiedene Phasen der persönlichen und beruflichen Entwicklung zu verstehen, zu führen und zu unterstützen.

1. BEWUSSTSEIN (AWARENESS)

- Identifizieren Sie den Bedarf für Mentoring. Dies könnte eine Fähigkeitslücke, eine Karriereaspiration oder ein persönliches Entwicklungsziel sein.
- Erkennen Sie die Vorteile des Mentorings für persönliches und berufliches Wachstum.

2. WUNSCH (DESIRE)

- Entwickeln Sie einen starken Wunsch und Engagement für den Mentoring-Prozess.
- Verstehen Sie den Wert und die potenziellen Ergebnisse der Mentoring-Beziehung.

3. WISSEN (KNOWLEDGE)

- Einen Überblick darüber gewinnen, was Coaching oder Mentoring beinhaltet.
- Die Rollen und Verantwortlichkeiten von Ihnen und den Mentees klären.
- Potenzielle Bedenken oder Fragen zum Mentoring-Prozess identifizieren.

4. FÄHIGKEIT (ABILITY)

- Die Bereitschaft und Fähigkeit der Einzelperson zur Teilnahme am Coaching oder Mentoring bewerten.
- Logistische oder praktische Hindernisse ansprechen, die sich auf die Coaching-/Mentoring-Beziehung auswirken könnten, wie beispielsweise Zeitplanung oder Ressourcenbeschränkungen.

5. BESTÄRKUNG (REINFORCEMENT)

- Richten Sie ein Unterstützungssystem ein, um das Engagement für Coaching oder Mentoring zu verstärken. Dies könnte Kollegen, Gleichgesinnte oder Mentor:innen umfassen.
- Erstellen Sie einen Plan für kontinuierliches Feedback und Evaluation, um sicherzustellen, dass der Coaching- oder Mentoringprozess wirksam bleibt und mit den individuellen Zielen übereinstimmt.

AWARENESS: BEWUSSTSEIN über die Notwendigkeit der Veränderung

DESIRE: WUNSCH, die Veränderung zu unterstützen

KNOWLEDGE: WISSEN darüber, wie man sich verändert

ABILITY: FÄHIGKEIT, Fertigkeiten und Verhaltensweisen zu demonstrieren

REINFORCEMENT: VERSTÄRKUNG, um die Veränderung zu festigen

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Jim Hemerling. "5 Ways to Lead in an Era of Constant Change". TED Talk.](#) 

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstregulierung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

GROW-MODELL

Dieses Instrument bietet einen strukturierten und systematischen Ansatz für Zielsetzung, Problemlösung und Aktionsplanung. Es ermöglicht Mentees, die Verantwortung für ihre Entwicklung zu übernehmen, und zeigt einen klaren Weg auf, um ihre Ziele zu erreichen.

1. FESTLEGUNG VON ZIELEN

Beginnen Sie damit, die Ziele und Zielsetzungen der Coaching- oder Mentoring-Beziehung zu klären: Welche spezifischen Ergebnisse möchten Sie erreichen?

Diese Ziele sollten spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden sein.

2. VERSTÄNDNIS DER AKTUELLEN SITUATION

Nehmen Sie sich Zeit, um das aktuelle Umfeld der Person gründlich zu verstehen, einschließlich Stärken, Schwächen und Herausforderungen. Dies beinhaltet das Sammeln relevanter Informationen und Daten über ihre Situation.

3. ERKUNDUNG MÖGLICHER OPTIONEN

- Generieren Sie eine Liste potenzieller Wege, um das Ziel zu erreichen. Dies könnte Brainstorming, das Denken über herkömmliche Lösungswege hinaus und das In-Betracht-Ziehen unkonventioneller Ansätze beinhalten.
- Bewerten Sie sorgfältig alle Vor- und Nachteile jeder Alternative. Diese Bewertung hilft bei fundierten Entscheidungen.
- Stellen Sie sicher, dass der gewählte Weg mit den Kernüberzeugungen und Fähigkeiten der Person in Einklang steht.
- Untersuchen Sie Risiken und potenzielle Hindernisse, die mit jeder identifizierten und analysierten Option verbunden sind.
- Priorisieren Sie die Optionen basierend auf ihrer Umsetzbarkeit und ihrer Ausrichtung auf das übergeordnete Ziel.

4. ERSTELLUNG EINES PLANS

Unter Berücksichtigung der identifizierten Optionen erstellen Sie einen strukturierten Plan, der die Schritte, Meilensteine und einen Zeitplan zur Zielerreichung umfasst. Dieser Plan sollte als Fahrplan für den gesamten Prozess dienen.

GOAL: ZIEL – Was möchten Sie?

REALITY: REALITÄT – Wo stehen Sie jetzt?

OPTIONS: OPTIONEN – Was könnten Sie tun?

WILL: WILLE – Was werden Sie tun?

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

SHIFT-MODELL

Dieses Instrument hilft dabei, Ihre Mentees durch persönliche oder berufliche Veränderungen oder Transformationen zu führen. Das Shift-Modell zielt darauf ab, Verschiebungen oder Veränderungen im Verhalten, Denkweise oder Perspektive zu erleichtern, um spezifische Ziele oder Verbesserungen zu erreichen.

1. BEURTEILUNG UND BEWUSSTSEIN

Beginnen Sie mit der Bewertung der aktuellen Situation, die die Stärken, Schwächen, Ziele und Herausforderungen der Person umfasst. Schaffen Sie Bewusstsein für die Notwendigkeit von Veränderung oder Transformation. Helfen Sie der Person dabei, Bereiche zu erkennen, die Verbesserung oder Entwicklung erfordern.

2. ZIELSETZUNG

Gemeinsam spezifische, messbare, erreichbare, relevante und zeitgebundene (SMART) Ziele festlegen.

3. ERKUNDEN UND LERNEN

Erkunden Sie verschiedene Strategien, Techniken oder Ansätze, die die gewünschten Veränderungen erleichtern können. Erlangen Sie das erforderliche Wissen, Fähigkeiten und Einblicke, um die gewünschten Veränderungen herbeizuführen.

4. HANDLUNG UND UMSETZUNG

Handeln Sie gemäß den während der Erkundungsphase entwickelten Plänen und Strategien. Wenden Sie konsequent neue Verhaltensweisen, Herangehensweisen oder Strategien in realen Situationen an.

5. ÜBERWACHUNG UND RÜCKMELDUNG

Verfolgen Sie kontinuierlich den Fortschritt in Richtung der festgelegten Ziele. Verwenden Sie Metriken, Meilensteine oder Leistungsindikatoren (KPIs), um zu bewerten, wie gut sich die Person entwickelt und ob sie sich in die gewünschte Richtung bewegt. Bieten Sie konstruktives Feedback und Anleitung basierend auf Beobachtungen und Daten.

SPECIFY: SPEZIFIZIEREN Sie das gewünschte Ergebnis

HIGHLIGHT: HERVORHEBEN von Hindernissen und Kategorisieren

IDENTIFY: IDENTIFIZIEREN Sie den menschlichen Faktor

FIND: FINDEN Sie Alternativen

TAKE: ERGREIFEN Sie disziplinierte Maßnahmen

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Planungsaustauschbarkeit

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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



02

VERHANDLUNG



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

ROLLEN VON MENTOR:INNEN/MENTEES

Das ist ein Werkzeug für Sie und Ihre Mentees oder eine Gruppe von Mentees, um Rollen zu definieren und zu verstehen.

1. INVENTORY

Mentor: "Schreiben Sie auf mehrere Post-its: Was erwarten Sie von Ihrer Rolle als Mentor:in?"

Mentee(s): "Schreiben Sie auf mehrere Post-its: Was erwarten sie von ihrer Rolle als Mentee?"

2. DAS ERGEBNIS

Kleben Sie die Post-its der Mentee(s) und Ihnen auf getrennte Laschen.

3. KLASSIFIZIERUNG

Rollenzuordnung der Post-its:

- **Role model (Vorbild):** Der/die Mentor:in ist jemand, der/die den Mentees nahesteht. Jemand, der/die einige Schritte weiter an einem Ort ist, an dem die Mentees auch ankommen möchte.
- **Confidant (Vertrauensperson):** Der/die Mentor:in ist ein/e Gesprächspartner:in, der/die die Mentees dabei unterstützt, eine Geschichte zu teilen. Grundregel: "Was zwischen Mentor:in und Mentee geteilt wird, wird nicht mit anderen geteilt".
- **Coach (Coach):** Der/die Mentor:in ist kein/e Berater:in, aber die Mentees können existenzielle oder Lebensfragen haben. Der/die Mentor:in gibt Ratschläge und Tipps auf der Grundlage eigener Erfahrungen und Einsichten.
- **Talententwickler:in:** Der/die Mentor:in erkennt Stärken und Talente. Was möchten die Mentees tatsächlich erreichen? Was ist nötig, um dies zu erreichen?
- **Verantwortung:** Als Mentor:in tragen Sie die Verantwortung, den Prozess zu überwachen, damit die Treffen ihr Ziel erreichen.

4. VERGLEICH

Diskutieren Sie Ähnlichkeiten und Unterschiede in Bezug darauf, wie Sie Ihre eigenen Rollen und die des anderen wahrnehmen.

5. SCHLUSSFOLGERUNG/FAZIT

Anerkennen Sie die Unterschiede, falls vorhanden, und stimmen Sie darüber ab, wie Sie die Beziehung sehen.

ZUSÄTZLICHE TIPPS

Als Mentee sollte man während des Mentoring-Prozesses ein Tagebuch/Führungsbuch führen. Kaufen Sie ein Notizbuch, in dem Sie beispielsweise die eigenen Notizen aus den Mentoring-Gesprächen festhalten und nützliche Tipps oder Gedanken für das nächste Treffen notieren können.

Erstellen Sie ein Moodboard. Sie können damit Ihre zukünftigen Ideen mit Bildern auf einem großen Blatt Papier festhalten. Sie können auch Ihren Computer für ein Moodboard nutzen.

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Kommunikation und Klarheit

Schwierigkeitsgrad: Mittel

DER/DIE IDEALE MENTOR:IN

Diese Übung ist wertvoll, um sich mit Ihren Mentees über vergangene Mentoring Erfahrungen bewusst zu werden.

1. **WER HAT DICH UNTERSTÜTZT:** Denken Sie über die Menschen in Ihrem Leben nach, die eine unterstützende Rolle gespielt oder als Mentor:in fungiert haben. Dies könnten Eltern, Lehrer:in, Familie, Freunde, Trainer:in usw. sein.
2. **ERINNERN:** Wählen Sie eine oder zwei dieser Personen aus und denken Sie über die Beziehung und Interaktion mit dieser Person nach. Teilen Sie Ihre Erinnerungen.
3. **FRAGEN:** Abwechselnd die folgenden Fragen besprechen:
 - Wie haben sie Sie fühlen lassen?
 - Was haben Sie von diesen Personen gelernt?
 - Welche Eigenschaften sehen Sie in diesen Personen?
4. **ZUSÄTZLICHE FRAGEN**

"Was haben Sie gelernt, das Sie weitergeben möchten?"

"Was haben Sie gelernt, das Sie nicht weitergeben möchten?"
5. **ZUSAMMEN VERVOLLSTÄNDIGEN I:** Sie sollten ein Inventar (mit Hilfe eines Flipcharts) über die ideale Einstellung sowohl von Ihnen als auch Ihren Mentees erstellen:
 - Gib den Mentees Raum
 - Empathie zeigen
 - Etwas über sich selbst preisgeben
 - Einen Schritt zurücktreten
 - Da sein/bereit sein, wenn nötig
 - Geduld haben
 - Durchhalten
6. **ZUSAMMEN VERVOLLSTÄNDIGEN II:** Im Umgang mit Widerstand seitens der Mentees:
 - Vertrauen aufbauen
 - Interesse zeigen
 - Sicherheit anbieten
 - Eigene Erwartungen in Perspektive setzen

FAZITZUSÄTZLICHE TIPPS: Visualisiere deine/n idealen Mentor:in durch:

- Bilder
- Porträts,
- Filmclips
- Symbole

MEHR INFORMATIONEN HIER:

Kenneth Ortiz. "How to be a Great Mentor". TED Talk. 

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Selbsteinschätzung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

MENTORING-GRENZEN

Mit dieser Übung werden Sie Ihre Grenzen und Verantwortlichkeiten als Mentor:in entdecken.

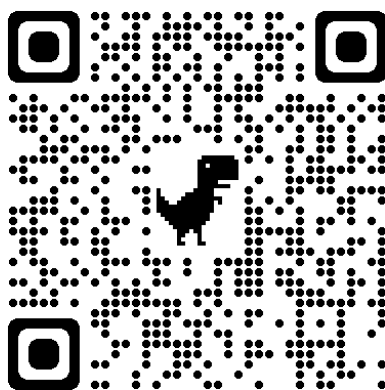
JA ODER NEIN?

- Entscheidungen für die Mentees treffen
- Gefühle und Gedanken der Mentees verstehen
- Regelmäßige Termine
- Sich ineinander verlieben
- Eine Beziehung miteinander beginnen
- Den Mentees zur Verfügung stehen
- Evaluation nach Aktionen
- Sich gegenseitig zu einer (Geburtstags-)Feier einladen
- Respekt füreinander haben
- Persönliche Ratschläge geben
- Moralisieren und predigen
- Geld an die Mentee leihen
- Sich miteinander anfreunden
- Nutzung von sozialen Medien, WhatsApp

WICHTIG:

Als Mentor:in ist es wichtig, dies regelmäßig mit den Mentees zu besprechen und zu überprüfen, ob es immer noch aktuell ist.

Bitte beachten Sie, dass sowohl Sie als auch die Mentees dafür verantwortlich sind, Ihre eigenen Grenzen und die des anderen zu respektieren.



MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Nedra Glover Tawwab. "Your 3-step guide to setting better boundaries at work". TED.](#)



Zeit: 30 Minuten

Fokus: Bewusstsein

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

PRAKTISCHE CHECKLISTE

Mit diesem Tool können Sie klare Vereinbarungen über Planung und Meeting Methoden treffen.

1. FRAGEN, DIE GEMEINSAM BEANTWORTET WERDEN SOLLTEN:

- Welche Kommunikationskanäle nutzen wir?
- Meetings online/ persönlich?
- Wo sollen die physischen Treffen stattfinden?
- Wie viel Zeit sollte zwischen den Treffen liegen?
- Termine für die nächsten Treffen (welche Wochentage und Zeiten sind möglich?)

2. ANDERE THEMEN ZUR DISKUSSION

- Länge der Treffen
- Was, wenn jemand nicht kommen kann
- Wer übernimmt die Initiative für den nächsten Termin

3. FORMAT FÜR DAS TREFFEN

Ablauf für jedes Treffen (falls gewünscht):

- Start: Rückblick - besprechen Sie das Gefühl nach der letzten Mentoring-Sitzung
- Bestimmung des Themas für dieses Treffen
- Bewerten Sie jedes Treffen

BEISPIEL EINES MENTORING-FORMULARS:

MENTORING FORM	
MENTOR:IN:	
MENTEE:	
Alle Treffen zwischen Mentor:in und Mentee finden wie vereinbart statt.	
Ein Folgetermin wird nach jedem Treffen vereinbart.	
Mentor:in und Mentee halten sich an die Dauer des Mentorings, die mindestens ... Monate beträgt.	
Sowohl Mentor:in als auch Mentee setzen sich umgehend miteinander in Verbindung, wenn es zu Änderungen im Zeitplan kommt.	
Mentor:in und Mentee behandeln die Informationen des anderen vertraulich.	
Im Falle von Problemen können Mentees sich an die Person/die Plattformunterstützung von XXX wenden.	
Datum:	
Unterschrift MENTOR:IN	
Unterschrift MENTEE	

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Beziehung definieren

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

WIE MAN FEEDBACK GIBT

Dieses Tool hilft Ihnen, Vereinbarungen über das Geben von Feedback zu treffen, um den größtmöglichen Nutzen daraus zu ziehen.

1. FEEDBACK RICHTLINIEN

- Nehmen Sie sich Zeit, um Ihr Feedback zu formulieren. Schreiben Sie es zuerst auf, um zu überprüfen, ob es den Regeln entspricht.
- Sprechen Sie in Ich-Form. "Ich habe gesehen, gehört, bemerkt..." Beginnen Sie nicht mit "Du...". Dies wirkt sofort wie ein Vorwurf oder eine Verurteilung.
- Seien Sie klar und konkret.
- Begründen Sie Ihr Feedback auf sinnlichen Wahrnehmungen: "Ich habe das gesehen... Ich habe das gehört". Geben Sie konkret an, was geändert werden muss.
- Geben Sie Feedback zum Verhalten der Person, nicht über die Person selbst.
- Seien Sie konstruktiv kritisch:
 - Was könnte verbessert werden?
 - Was hat die andere Person gut gemacht?
- Beschreiben Sie Ihre Gefühle.
- Beschreiben Sie, wie sich das Verhalten auf Sie ausgewirkt hat.


2. RICHTLINIEN BEIM EMPANGEN VON FEEDBACK


- Sprechen Sie in der Ich-Form.
- Fragen Sie um Klärung.
- Fragen Sie, was die andere Person möchte.
- Was Sie erhalten, bezieht sich auf Ihr Verhalten und nicht auf Ihre Persönlichkeit.
- Seien Sie offen für das erhaltene Feedback.
- Gehen Sie nicht sofort in die Defensive oder zum Angriff über.


3. EVALUIERUNG DES RÜCKMELDEPROZESSES

- Machen Sie Feedback-Sitzungen zu einem regelmäßigen Thema der Treffen.
- Verbessern Sie es durch regelmäßiges Üben.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

LeeAnn Renninger. "The secret to giving great feedback". TED. 

Sheila Heen. "How to use others' feedback to learn and grow". TED Talk. 

Don't like giving feedback? These 20 tips are for you 

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Beziehung definieren

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

AKTIVER ZUHÖRKREIS

Diese Übung hilft Ihnen dabei, Ihre Mentees durch die Technik des aktiven Zuhörens (ACL) zu führen, um offene Kommunikation zu fördern, Erwartungen zu besprechen und ihre Zuhörfähigkeiten zu verbessern. Diese interaktive Aktivität wird einen bedeutungsvollen Dialog fördern und dazu beitragen, eine unterstützende Gemeinschaft aufzubauen.

1. EINFÜHRUNG

Begrüßen Sie die Mentees und erklären Sie den Zweck der Sitzung: die Erkundung von Erwartungen und die Entwicklung von aktiven Zuhörfähigkeiten unter Betonung der Bedeutung, einen sicheren und respektvollen Raum für den Austausch zu schaffen.

2. ERKLÄRUNG DER ÜBUNG

Einführung des Konzepts des aktiven Zuhörens: volle Aufmerksamkeit dem/der Sprecher:in schenken, deren Perspektive verstehen und nachdenklich reagieren.

Erklären, dass der aktive Zuhörkreis ein strukturierter Rahmen für bedeutungsvollen Dialog ist.

3. DISKUSSION ÜBER ERWARTUNGEN

Präsentieren Sie eine vorbereitete Reihe von Diskussionsfragen zu Erwartungen. Diese Fragen könnten persönliche, berufliche und zwischenmenschliche Aspekte abdecken. Ermutigen Sie alle Mentee, ihre Gedanken und Erfahrungen zu teilen.

4. ÜBUNG ZUM AKTIVEN ZUHÖREN

Teilen Sie die Gruppe in Paare oder kleine Gruppen auf. In jedem Paar/Gruppe wird eine Person ihre Antwort auf eine Frage teilen, während die andere das aktive Zuhören übt. Nach einer festgelegten Zeit tauschen die Teilnehmenden die Rollen, so dass beide Teilnehmenden die Möglichkeit haben, zu teilen und zuzuhören.

5. GRUPPENREFLEXION

Bringen Sie die Gruppe wieder zusammen und bitten Sie Freiwillige, ihre Erkenntnisse aus der Übung zum aktiven Zuhören zu teilen. Leiten Sie eine kurze Diskussion über die Erfahrung des aktiven Zuhörens und den Einfluss auf die effektive Kommunikation.

6. ABSCHLUSS UND NÄCHSTE SCHRITTE

Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse der Sitzung zusammen: die Bedeutung des aktiven Zuhörens und des Verstehens von Erwartungen. Besprechen Sie, wie die Gruppe weiterhin das aktive Zuhören im Alltag üben kann. Bitten Sie die Mentees, Feedback zur Sitzung zu geben und Themen für zukünftige Diskussionen vorzuschlagen.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Bequeme Sitzanordnung;
- Timer, Notizblöcke und Stifte
- Liste mit Diskussionsfragen zu Erwartungen (vorbereitet von Mentor:in).

Zeit: 75 Minuten

Fokus: Aktives Zuhören

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel



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

DIE ERWARTUNGS-KUNSTGALARIE

In dieser Mentoring-Sitzung werden Sie Ihre Mentees durch eine "Erwartungs-Kunstgalerie"-Aktivität führen. Diese kreative und ansprechende Übung ermutigt die Mentees, ihre Erwartungen auf eine einzigartige und visuelle Weise zu erkunden und auszudrücken.

1. **EINFÜHRUNG:** Begrüßen Sie die Mentees und erklären Sie den Zweck: Erwartungen durch Kunst auszudrücken und zu besprechen.
2. **DISKUSSION ÜBER ERWARTUNGEN:** Starten Sie mit einer kurzen Diskussion über die Bedeutung von Erwartungen in verschiedenen Lebensbereichen. Teilen Sie das Thema und den Zweck der Kunstgalerie mit: individuelle Erwartungen visuell darstellen.
3. **ERKUNDUNG VON ERWARTUNGEN:** Verteilen Sie Kunstmaterialien und ermutigen Sie die Mentees, über ihre Erwartungen in verschiedenen Bereichen nachzudenken (z. B. Beziehungen, Karriere, persönliches Wachstum). Erklären Sie, dass ihre Kunstwerke symbolisch, abstrakt oder wörtlich sein können.
4. **ERSTELLEN VON KUNSTWERKEN:** Geben Sie den Mentees Zeit, um ihre Kunstwerke basierend auf ihren Überlegungen zu den Erwartungen zu gestalten. Betonen Sie, dass es keine richtigen oder falschen Möglichkeiten gibt, sich auszudrücken.
5. **AUFBAU DER KUNSTGALERIE:** Richten Sie Staffeleien oder Flächen ein, um die Kunstwerke von allen Mentees auszustellen. Platzieren Sie Notizkarten oder Etiketten neben jedem Kunstwerk für eine kurze Beschreibung.
6. **DISKUSSION WÄHREND DES GALERIE-RUNDGANGS:** Laden Sie die Mentees zu einem Rundgang durch die Galerie ein, bei dem sie sich die Kunstwerke der anderen ansehen und die Beschreibungen lesen. Nach dem Rundgang versammeln Sie die Gruppe, um ihre Interpretationen der Kunst und der dargestellten Erwartungen zu diskutieren.
7. **REFLEXION UND EINSICHTEN:** Leiten Sie eine Gruppendiskussion über die gewonnenen Erkenntnisse aus der Aktivität. Besprechen Sie, wie das Ausdrücken von Erwartungen durch Kunst neue Perspektiven bieten und Gespräche ermöglichen kann.
8. **ABSCHLUSS UND ERMUTIGUNG:** Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus der Aktivität zusammen und die Kraft des kreativen Ausdrucks. Ermutigen Sie die Mentees, weiterhin ihre Erwartungen auf verschiedene Arten zu erkunden und zu kommunizieren.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Kunstmaterialien (Farben, Pinsel, Marker, Bleistifte usw.);
- Große Blätter Papier oder Leinwände (eine für jeden Mentee);
- Staffeleien oder Flächen zur Präsentation der Kunstwerke;
- Timer, Notizkarten oder Etiketten für Kunstbeschreibungen;
- Bequeme Sitzanordnung.

Zeit: 80 Minuten

Fokus: Kreativität

Schwierigkeitsgrad: Mittel – hart



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

ERWARTUNGEN: STORYTELLING BONFIRE

In dieser Mentoring-Sitzung leiten Sie Ihre Mentees durch eine "Storytelling Bonfire"-Aktivität. Diese einzigartige und immersive Erfahrung soll die Mentees ermutigen, ihre Erwartungen auf kreative und erzählerische Weise zu teilen und so ein Gefühl von Gemeinschaft und Verbundenheit zu fördern.

1. **EINFÜHRUNG:** Begrüßen Sie die Mentees herzlich und erläutern Sie den Zweck: Erwartungen durch Geschichtenerzählung zu teilen und dabei ein symbolisches "Feuer" der Verbundenheit zu schaffen.
2. **DISKUSSION ÜBER ERWARTUNGEN:** Starten Sie mit einer kurzen Diskussion über die Bedeutung von Erwartungen in verschiedenen Lebensbereichen. Teilen Sie dann das Thema und den Zweck des Geschichtenerzählungsfeuers mit: persönliche Erwartungen durch Geschichten zu teilen.
3. **REFLEXION UND TAGEBUCHFÜHRUNG:** Verteilen Sie leere Notizbücher oder Journale und ermutigen Sie die Mentees, über ihre Erwartungen in verschiedenen Lebensbereichen nachzudenken. Weisen Sie sie an, Schlüsselpunkte, Gefühle und Gedanken im Zusammenhang mit ihren Erwartungen aufzuschreiben.
4. **GESCHICHTENGESTALTUNG:** Geben Sie Mentees Zeit, ihre Reflexionen in kreative und fesselnde Geschichten zu verwandeln. Ermutigen Sie sie, lebendige Bilder, Emotionen und persönliche Erfahrungen einzubeziehen.
5. **GESCHICHTENAUSTAUSCH:** Laden Sie alle Mentees ein, der Reihe nach ihre Geschichten um das "Feuer" herum zu teilen. Ermutigen Sie dabei eine offene und unterstützende Umgebung, in der aufmerksam zugehört und Erfahrungen geteilt werden können.
6. **REFLEXION UND DISKUSSION:** Moderieren Sie eine Diskussion über die Emotionen, Erkenntnisse und Verbindungen, die aus der Erfahrung des Geschichtenerzählens entstanden sind. Besprechen Sie gemeinsame Themen und Schlussfolgerungen im Zusammenhang mit den Erwartungen.
7. **ABSCHLUSSZEREMONIE AM LAGEFEUER:** Als symbolische Geste laden Sie die Mentees ein, ihre Tagebucheinträge in das "Lagerfeuer" zu legen, sei es real oder simuliert. Betonen Sie die Idee, Erwartungen loszulassen, um Raum für Wachstum und Verbindung zu schaffen.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Leere Notizbücher oder Journale für jeden Mentee;
- Stifte oder Bleistifte;
- Feuerstelle oder einen sicheren Bereich für ein "Feuer" (echt oder simuliert);
- Batteriebetriebene Kerzen oder Lichterketten (bei Verwendung eines simulierten Feuers);
- Gemütliche Sitzarrangements (Stühle, Kissen, Decken);

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Geschichtenerzählung

Schwierigkeitsgrad: Mittel – hart

ERWARTUNGEN: VERHANDLUNG SIMULATION (I)

Diese praktische Übung wird Ihrem Mentee helfen, die Bedeutung der Diskussion von Erwartungen in einer Verhandlungssituation zu verstehen. Befolgen Sie dieses Handbuch, um die Sitzung effektiv durchzuführen.

1. **EINFÜHRUNG:** Begrüßen Sie Ihren Mentee herzlich und setzen Sie eine kooperative und lehrreiche Stimmung für die Sitzung. Erklären Sie den Zweck der Aktivität: das Üben der Diskussion von Erwartungen in einer Verhandlungssituation.
2. **DISKUSSION ÜBER ERWARTUNGEN IN DER VERHANDLUNG:** Beginnen Sie mit einer kurzen Diskussion über die Rolle von Erwartungen in Verhandlungen. Teilen Sie die Bedeutung klarer Kommunikation und der Abstimmung von Erwartungen für erfolgreiche Verhandlungen mit.
3. **ERKLÄRUNG DER VERHANDLUNG SIMULATION:** Führen Sie das Konzept von Verhandlungssimulationen ein: Rollenspielszenarien, die reale Verhandlungssituationen nachahmen. Erklären Sie, dass das Ziel darin besteht, das Diskutieren und Abstimmen von Erwartungen in einem Verhandlungskontext zu üben.
4. **AUSWAHL DES SZENARIOS:** Wählen Sie ein Verhandlungsszenario aus, das für die Interessen oder Ziele Ihrer Mentees relevant ist. Beschreiben Sie das Szenario und die Rollen kurz für Ihre Mentees.
5. **ROLLENSPIEL UND DISKUSSION: Weisen Sie** Rollen zu, sowohl Ihnen als auch Ihren Mentees (Verhandler:in und Verhandlungspartner:in). Stellen Sie einen Timer für die Verhandlungssimulation ein (etwa 15 Minuten für jedes Rollenspiel). Beteiligen Sie sich an der Verhandlungssimulation und konzentrieren Sie sich dabei auf die Diskussion von Erwartungen, Bedürfnissen und gewünschten Ergebnissen. Nach jedem Rollenspiel führen Sie eine Diskussion über den Verhandlungsprozess, auftretende Herausforderungen und gewonnene Erkenntnisse.
6. **REFLEKTIVER DIALOG:** Führen Sie ein Gespräch über die Erfahrungen Ihrer Mentees während der Verhandlungssimulation. Besprechen Sie Erkenntnisse, die aus der Übung gewonnen wurden, und wie die Diskussion über Erwartungen die Verhandlung beeinflusst hat.
7. **ERKENNTNISSE UND NÄCHSTE SCHRITTE:** Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus der Aktivität und die Bedeutung von Erwartungen in Verhandlungen zusammen.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Stift und Papier für Sie und Ihre Mentees;
- Timer; Ausgedruckte Verhandlungsszenarien (im Voraus vorbereitet).

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel



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

ERWARTUNGEN: VERHANDLUNG SIMULATION (II): SZENARIO VORSCHLÄGE

Einige Vorschläge für Szenarien, die in dieser Aktivität verwendet werden können.

SZENARIO 1: EIN KUNSTSTUDIO MIETEN

Zwei Mentees werden an diesem Verhandlungsszenario teilnehmen:

- **Mentee A:** Möchte ein Kunststudio in der Stadt für einen Einjahresmietvertrag mieten.
- **Mentee B:** Vertritt den/die Vermieter:in des Studios.
- Hintergrund: Mentee A interessiert sich dafür, das Studio in der Stadt zu mieten. Das Studio erfüllt die meisten ihrer Anforderungen, aber sie haben Bedenken hinsichtlich der Mietkosten und der Notwendigkeit einiger geringfügiger Reparaturen in der Einheit. Mentee B, der/die Vermieter:in, ist bereit zu verhandeln, hat jedoch eine Untergrenze für die Mietkosten, um die Ausgaben zu decken.
- Zu besprechende Erwartungen:
 - Mietbetrag
 - Verantwortlichkeiten für Reparaturen und Instandhaltung
 - Mietbedingungen und -dauer

SZENARIO 2: GEMEINSAMER PROJEKTVORSCHLAG

Zwei verschiedene Mentees werden an diesem Verhandlungsszenario teilnehmen:

- **Mentee C:** Ein/e Grafikdesigner:in, der gerne mit einem/einer Webentwickler:in an einem Projekt zusammenarbeiten möchte.
- **Mentee D:** Ein/e Webentwickler:in, der an der Zusammenarbeit interessiert ist.
- Hintergrund: Mentee C und Mentee D überlegen, bei einem Projekt zusammenzuarbeiten, das die Gestaltung und Entwicklung einer Website für ein lokales Unternehmen umfasst. Beide Mentees verfügen über einzigartige Fähigkeiten, die für den Erfolg des Projekts entscheidend sind. Sie müssen ihre Rollen, Vergütung und Aufgabenverteilung besprechen, um eine für beide Seiten vorteilhafte Zusammenarbeit zu gewährleisten.
- Zu besprechende Erwartungen:
 - Rollen und Verantwortlichkeiten
 - Vergütung und Gewinnbeteiligung
 - Zeitplan und Projektmeilensteine
- Fühlen Sie sich frei, diese Szenarien an die spezifischen Interessen und Ziele Ihrer Mentees anzupassen. Diese Szenarien ermöglichen es ihnen, Techniken der verhandlungsbasierten Führung zu üben und Einblicke darüber zu gewinnen, wie man Erwartungen in einer Verhandlungsumgebung effektiv bespricht.

ERWARTUNGEN: VERHANDLUNG SIMULATION (III): PRINZIPIEN

Die Prinzipien, denen Ihre Mentees in einer solchen Simulation folgen sollten, sind unten zusammengefasst.

FOLGE DIESEN PRINZIPIEN:

1. Trennen Sie Personen von dem Problem:

Dieses Prinzip betont die Bedeutung, sich auf die aktuellen Angelegenheiten zu konzentrieren, anstatt persönliche Emotionen oder Beziehungen in den Vordergrund zu stellen. Indem Verhandlungspartner:innen die sachlichen Fragen ansprechen und gleichzeitig eine positive und respektvolle Beziehung zur anderen Partei pflegen, können sie unnötige Konflikte vermeiden und eine produktivere Umgebung schaffen.

2. Fokussieren Sie auf Interessen, nicht auf Positionen:

Anstatt sich starr an bestimmte Positionen zu halten, sollten Verhandlungspartner:innen die zugrunde liegenden Interessen und Bedürfnisse identifizieren, die diese Positionen antreiben. Durch das Verständnis der Interessen jeder Partei können Verhandlungspartner:innen kreative Lösungen finden, die die Bedürfnisse beider Seiten erfüllen und zu mehr gegenseitig vorteilhaften Vereinbarungen führen.

3. Entwickeln Sie Optionen für beidseitigen Gewinn:

Die Förderung von Ideenfindung und die Erkundung verschiedener Alternativen helfen dabei, potenzielle Lösungen zu entdecken, die den Wert für alle beteiligten Parteien maximieren. Die Autoren betonen die Bedeutung, den Bereich der Optionen zu erweitern, um sich nicht in begrenzten Lösungen zu verfangen.

4. Bestehen Sie auf der Verwendung objektiver Kriterien:

Anstatt sich ausschließlich auf subjektive Meinungen zu verlassen, sollten Verhandlungspartner:innen objektive Kriterien oder Standards als Maßstäbe zur Bewertung vorgeschlagener Lösungen verwenden. Objektive Kriterien bieten eine faire und unvoreingenommene Grundlage für Entscheidungen und stärken die Glaubwürdigkeit des Verhandlungsprozesses.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel



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

16 PRSÖNLICHKEITEN TESTS

Dieses Instrument zielt darauf ab, das Mentoringerlebnis zu verbessern, indem es ein tieferes Verständnis von sich selbst und anderen fördert.

1. PERSÖBLICHKEITEN VERSTEHEN: Gib einen Überblick über die 16 Persönlichkeitstypen. Erläutere kurz, warum es wichtig ist, den eigenen Typ zu verstehen, und wie man diese Informationen nutzen kann.

2. TEST MACHEN: Ermutigen Sie die Mentees, den Test in einer entspannten Umgebung durchzuführen, in der sie über ihre Antworten nachdenken können.

Verwenden Sie den Test von der Webseite: 16personalities.com 

3. INTERPRETIEREN DER ERGEBNISSE: Bieten Sie eine kurze Übersicht darüber, was jede Komponente des Codes (E/I, S/N, T/F, J/P) repräsentiert. Geben Sie den Mentees Zeit, die Ergebnisse zu lesen und zu verstehen.

4. REFLEKTIEREN ÜBER DIE ERGEBNISSE: Stellen Sie eine Reihe von Fragen für die Mentees bereit, um über ihre Ergebnisse nachzudenken. Zum Beispiel:

- Welche Aspekte der Persönlichkeitsbeschreibung kommen Ihnen bekannt vor?
- Können Sie sich an Momente in Ihrem Leben erinnern, in denen diese Eigenschaften offensichtlich wurden?
- Wie denken Sie, beeinflusst Ihre Persönlichkeit Ihr Verhalten und Ihre Entscheidungen?

5. PERSÖNLICHKEITSTYP VERSTEHEN: Besprechen Sie, wie verschiedene Persönlichkeitstypen effektiv interagieren und zusammenarbeiten können. Ermutigen Sie die Mentee, über ihre Stärken und Entwicklungsbereiche nachzudenken, die in ihrem Persönlichkeitstyp identifiziert wurden. Bieten Sie Tipps an, wie die Kommunikation angepasst werden kann, um eine bessere Verbindung mit verschiedenen Persönlichkeitstypen herzustellen.

6. KONFLIKT LÖSEN: Geben Sie Anleitungen, wie Konflikte, die auf Persönlichkeitsunterschieden beruhen, gehandhabt werden können. Schlagen Sie effektive Kommunikationstechniken und -ansätze vor.

WICHTIG:

Denke daran, eine offene und nicht wertende Atmosphäre zu fördern, damit Mentees ihre Persönlichkeitsart erforschen und besprechen können.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstbewusstsein

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

MENTORING STRATEGIE

Wirksames Mentoring ist eine zweiseitige Angelegenheit. Sowohl der/die Mentor:in als auch die Mentees tragen zum Erfolg der Beziehung bei, und ein offener, respektvoller und kooperativer Ansatz ist der Schlüssel zum Erreichen sinnvoller Ergebnisse.

1. **FESTLEGUNG DER ZIELE:** Definieren Sie klare Ziele und Erwartungen für die Mentoring-Beziehung:
 - Was möchten Ihre Mentees erreichen?
 - In welchen spezifischen Bereichen benötigen sie Beratung?
2. **AUFBAU VON VERTAUREN UND BEZIEHUNG:** Schaffen Sie ein offenes und vertrauensvolles Umfeld, in dem sich Ihre Mentees wohl fühlen, wenn sie ihre Herausforderungen, Wünsche und Sorgen mitteilen.
3. **AKTIVES ZUHÖREN:** Hören Sie den Gedanken, Ideen und Fragen der Mentees aufmerksam zu. Das zeigt, dass Sie den Beitrag der Mentees schätzen und wirklich an ihren Entwicklungen interessiert sind.
4. **AUSSAGRÄFTIGE FRAGEN:** Verwenden Sie offene Fragen, um die Reflexion, das kritische Denken und die Selbstentdeckung der Mentees zu fördern.
5. **KONSTRUKTIVES FEEDBACK:** Geben Sie Feedback, das spezifisch und umsetzbar ist und sich auf Verhaltensweisen oder Aktionen konzentriert. Gleichgewicht zwischen positivem Feedback und Bereichen für Verbesserung.
6. **AUSTAUSCH PERSÖNLICHER ERFAHRUNGEN:** Erzählen Sie relevante Anekdoten, Erfahrungen und Lektionen aus Ihrem eigenen Leben, um Konzepte zu veranschaulichen und praktische Einsichten zu vermitteln.
7. **ERMUTIGUNG ZUR ZIELESETZUNG:** Helfen Sie den Mentees, SMART-Ziele (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) zu setzen und Aktionspläne zu entwickeln, um auf ihre Ziele hinzuarbeiten.
8. **HILFE BEI ORIENTIERUNG:** Anstatt alle Antworten zu geben, leiten Sie die Mentees an, mögliche Lösungen selbst zu erkunden. Dies fördert unabhängiges Denken und Problemlösungskompetenz.
9. **FEIERN VON ERFOLG:** Erkennen Sie die Leistungen und Meilensteine der Mentees an und feiern Sie sie, egal wie klein sie sind. Das stärkt das Selbstvertrauen und ihre Motivation.
10. **ANPASSUNG AN INDIVIDUELLE BEDÜRFNISSE:** Stimmen Sie Ihren Mentoring-Ansatz auf den Lernstil, die Persönlichkeit und die spezifischen Ziele der Mentees ab.

Zeit: Während des gesamten Prozesses

Fokus: Beratungskompetenzen

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DIE 4CS DES MENTORINGS

Der 4C-Rahmen befähigt Sie als Mentor:in, offene Gespräche zu führen, authentische Verbindungen aufzubauen, eine unterstützende Gemeinschaft zu fördern und eine positive Kultur zu gestalten.

ROLLE DES/DER MENTOR:IN

ROLLE DER MENTEEES

1. KONVERSATION

- **Engagieren Sie sich aktiv:** Initiieren Sie offene und einfühlsame Diskussionen, stellen Sie aufschlussreiche Fragen.
- **Weisheiten teilen:** Geben Sie Anleitung, teilen Sie relevante Erfahrungen und bieten Sie konstruktives Feedback, um die Zielsetzung zu unterstützen und die Reflexion zu fördern.
- **Seien Sie offen:** Teilen Sie Ihre Wünsche und Herausforderungen offen mit, um eine Grundlage zu schaffen für sinnvolle Gespräche zu schaffen.
- **Engagement initiieren:** Bringen Sie proaktiv Themen ein, legen Sie Diskussionspläne fest und reflektieren Sie den Fortschritt.

2. VERBINDUNG

- **Rapport aufbauen:** Schaffen Sie ein angenehmes und vertrauensvolles Umfeld durch offene Kommunikation und echtes Interesse.
- **Persönliche Geschichten erzählen:** Stellen Sie eine Verbindung her, indem Sie relevante Erfahrungen und Anekdoten erzählen.
- **Gehen Sie authentisch vor:** Seien Sie offen und empfänglich, damit sich eine echte Verbindung zu Ihres/ihrer Mentor:in entwickeln kann.
- Nehmen Sie die Weisheit des/der Mentor:in an: Schätzen Sie die Erfahrungen Ihres/ihrer Mentor:in und lernen Sie von ihnen, um eine Vertrauensbasis zu schaffen.

3. GEMEINSCHAFT

- **Erleichterung der Netzworkebildung:** Stellen Sie den Mentees Kontakte, Kollegen oder Ressourcen vor, die ihr Netzwerk und ihr Wissen bereichern können.
- **Anleitung zur Hebelwirkung:** Handeln Sie nach den Einführungen und Verbindungen, die Ihr/Ihre Mentor:in Ihnen vermittelt, um Ihr Netzwerk zu erweitern.

4. KULTUR

- **Ethische Verhaltensweisen vorleben:** Halten Sie bei Ihren Interaktionen und Entscheidungen ethische Standards ein und geben Sie den Mentees ein positives Beispiel.
- **Ermutigung zum Wachstum:** Schlagen Sie persönliche Wachstumsinitiativen vor, die mit den Werten übereinstimmen, und fördern Sie eine Kultur der kontinuierlichen Entwicklung.
- **Ethische Werte:** Verhalten Sie sich bei Ihren Handlungen und Entscheidungen ethisch und richten Sie sich dabei nach den Standards des/der Mentors:in.
- **Vielfalt respektieren:** Erkennen Sie den Wert unterschiedlicher Standpunkte an und zeigen Sie Respekt im Umgang miteinander.

Zeit: Während des gesamten Prozesses

Fokus: Mentoring-Beziehung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

VERHANDLUNGSANSÄTZE

Dieses Tool mit Quellen liefert wertvolle Erkenntnisse, Strategien und Techniken zur Verbesserung der Verhandlungsfähigkeiten.



KOLLABORATION IST DIE BESTE OPTION:

1. Das **Win-Win-Modell** stellt die Bedürfnisse aller beteiligten Parteien in den Vordergrund.
2. Ein **kooperativer** Verhandlungsansatz kann eine Herausforderung sein, da er viel Zeit und Mühe erfordert, um die besten Lösungen zu finden. Er ist jedoch in Situationen erfolgreich, in denen die Ziele der beteiligten Parteien miteinander vereinbar sind, wie z. B. in Unternehmen oder Familien.

“SEIEN SIE KREATIV IN BEZUG AUF DEN PROZESS UND DIE GESTALTUNG”. BE CREATIVE ABOUT THE PROCESS AND FRAMING”

LESEN SIE HIER MEHR:

“Negotiator Styles in Bargaining” Charles Craver



“What is your negotiation strategy” by Jonathan Hughes and Danny Ertel



Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Verhandlung

Schwierigkeitsgrad: Einfach - mittel



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

SMART ZIELSETZUNG

Die SMART-Zielsetzung ist ein wertvoller Rahmen für Sie als Mentor:in, um Ihre Mentees bei der Formulierung von Zielen anzuleiten, die spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitlich begrenzt sind, und so einen klaren und effektiven Weg zu persönlichem und beruflichem Wachstum zu fördern.

SCHNELL-ÜBERSICHT: Sie beginnen damit, SMART-Ziele vorzustellen und die einzelnen Aspekte zu erläutern. Mit Hilfe der gemeinsamen Wünsche und Gründe der Mentees für die Zielsetzung arbeiten Sie gemeinsam an den verschiedenen Aspekten.

1. **SCHRITT: SPEZIFISCH (S):** Ein spezifisches Ziel ist klar definiert und gibt deutlich an, was die Mentees erreichen möchten. Diese Fragen helfen dabei, das Ziel zu konkretisieren:
 - Was genau möchte ich erreichen?
 - Warum ist dieses Ziel wichtig?
 - Wer ist daran beteiligt?
 - Wo wird sie stattfinden?
 - Welche Ressourcen oder Einschränkungen sind damit verbunden?
2. **SCHRITT: MESSBAR (M):** Ein messbares Ziel beinhaltet konkrete Kriterien, anhand derer der Fortschritt der Mentees verfolgt und festgestellt werden kann, wann sie das eigene Ziel erreicht haben. Die Mentees sollten sich die folgenden Fragen stellen, um das Ziel messbar zu machen:
 - Wie werde ich meinen Fortschritt oder Erfolg messen?
 - Was sind die quantifizierbaren Aspekte dieses Ziels?
 - Woran werde ich erkennen, dass ich mein Ziel erreicht habe?
3. **SCHRITT: ACHIEVABALE (ERREICHBAR) (A):** Ein erreichbares Ziel ist realistisch und angesichts der aktuellen Ressourcen, Fähigkeiten und Umstände der Mentees erreichbar. Die folgenden Fragen helfen dabei, Ihr Ziel erreichbar zu machen:
 - Ist dieses Ziel realistisch und machbar?
 - Habe ich die notwendigen Ressourcen, Zeit und Fähigkeiten, um dieses Ziel zu erreichen?
 - Gibt es mögliche Hindernisse, und wie kann ich sie überwinden?
4. **SCHRITT: RELEVANT (R):** Ein relevantes Ziel steht im Einklang mit den Gesamtzielen der Mentees und trägt zu deren umfassenderen persönlichen oder beruflichen Bestrebungen bei. Die folgenden Fragen können den Mentees helfen:
 - Steht dieses Ziel im Einklang mit meinen langfristigen Zielen?
 - Wird sich das Erreichen dieses Ziels positiv auf mein Wachstum und meine Entwicklung auswirken?
5. **SCHRITT: TIME-BOUND (ZEITGESCHRÄNKT) (T):** Ein zeitgebundenes Ziel hat einen bestimmten Zeitrahmen für die Fertigstellung. Die Festlegung einer Frist schafft ein Gefühl der Dringlichkeit und hilft den Mentees, sich zu konzentrieren. Diese Fragen helfen dabei, das Ziel zeitlich zu begrenzen:
 - Bis wann will ich dieses Ziel erreichen?
 - Was kann ich heute, diese Woche und diesen Monat tun, um diesem Ziel näher zu kommen?

Zeit: 30-60 Minuten

Fokus: Zielsetzung und Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



SKILLS DES 21. JH.



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

DAS SPIEGELSPIEL

Indem Sie am Spiegelspiel teilnehmen, schaffen Sie eine einzigartige Gelegenheit, um aktives Zuhören, Empathie und nonverbale Kommunikationsfähigkeiten zu üben.

1. EINFÜHRUNG IN DIE ÜBUNG

Das Konzept des Spiegelspiels erklären Sie Ihren Mentees als eine Möglichkeit, die Kommunikation, Empathie und das Verständnis zwischen beiden Parteien zu verbessern. Klären Sie, dass das Ziel des Spiegelspiels darin besteht, die Kommunikation zu verbessern, indem man aufmerksam die Körpersprache, Gesichtsausdrücke und die Tonlage des anderen beobachtet und spiegelt.

2. FESTLEGUNG DER RUNDEN

Nach einigen Minuten die Rollen wechseln. Lassen Sie Ihre Mentees zum Spiegel werden, während Sie ein Thema Ihrer Wahl teilen. Ermutigen Sie sie, Ihren Kommunikationsstil genauso zu spiegeln, wie Sie es für sie getan haben. Nehmen Sie sich einen Moment, um die Erfahrung mit Ihren Mentees zu reflektieren. Besprechen Sie, wie sich das Spiegelspiel für jeden von Ihnen angefühlt hat und wie es Ihre Wahrnehmung der Kommunikation des anderen beeinflusst hat.

3. ROLLENTAUSCH

Das Spiegelspiel beginnen, indem Sie eine Person dazu bestimmen, ein Thema zu teilen, für das sie sich begeistern oder das sie interessiert. Die Rolle der anderen Person besteht darin, aktiv Gesten, Haltung und Intonation zu spiegeln. Während die Mentees spricht, spiegeln Sie aktiv ihre nonverbalen Hinweise und Kommunikationsweise. Konzentrieren Sie sich darauf, echte Empathie und Aufmerksamkeit zu zeigen, ohne zu übertreiben oder zu verspotten.


4. ANWENDUNG DER ERKENNTNISSE

Ermutigen Sie Ihre Mentees, die aus dem Spiegelspiel gewonnenen Erkenntnisse in die reguläre Kommunikation zu integrieren. Besprechen Sie, wie sie nonverbale Hinweise absichtlich nutzen können, um ihre Botschaft zu verbessern.

5. FORTSCHRITT FEIERN

Den Fortschritt in der Kommunikation zwischen Ihnen und Ihren Mentees anerkennen. Das gesteigerte Maß an gegenseitigem Verständnis und Offenheit feiern.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Drama Teacher Learning Centre](#) 

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Kommunikationsstil

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DAS FRAGEN SPIEL

Das Fragespiel dient als mächtiges Werkzeug, um tiefere Gespräche zu erleichtern, die Selbstentdeckung zu fördern und kreatives Denken anzuregen.

1. EINFÜHRUNG IN DIE ÜBUNG

Erklären Sie Ihren Mentees, dass das Fragespiel darauf abzielt, ihr Denken zu vertiefen und Erkundungen zu fördern, ohne direkte Ratschläge zu geben. Betonen Sie den Wert von offenen Fragen bei der Generierung von Erkenntnissen und Lösungen. Klären Sie den Zweck des Fragespiels: sich mit einem interessanten Thema auseinanderzusetzen, neue Perspektiven zu erkunden und potenzielle Lösungen oder Erkenntnisse aufzudecken.

2. THEMATISCHE LÖSUNG

Bitten Sie Ihre Mentees, ein Thema auszuwählen, das sie erkunden oder mehr darüber erfahren möchten. Es könnte ein persönliches Ziel, eine Herausforderung, mit der sie konfrontiert sind, oder ein Thema sein, das sie interessiert. Erklären Sie die Arten von Fragen, die verwendet werden sollten: solche, die mit "was", "wie" oder "warum" beginnen, um eingehende Antworten zu fördern. Entmutigen Sie Fragen, die mit einem einfachen Ja oder Nein beantwortet werden können.

3. ÜBERGANG ZUM AKTIVES ZUHÖREN

Während Ihre Mentees über das ausgewählte Thema spricht, hören Sie aktiv zu, um Schlüsselpunkte und Bereiche zu identifizieren, in denen eine vertiefte Erkundung hilfreich sein könnte. Beginnen Sie, offene Fragen im Zusammenhang mit dem Thema zu stellen. Verwenden Sie Phrasen wie "Welche Aspekte dieser Herausforderung haben Sie in Betracht gezogen?" oder "Wie stellen Sie sich vor, dieses Problem anzugehen?"

Stellen Sie Fragen, die zur Selbstreflexion und Erkundung ermutigen, wie "Warum glauben Sie, dass dieser Ansatz funktionieren könnte?" oder "Wie könnte diese Herausforderung aus einer anderen Perspektive betrachtet werden?"

4. VERMEIDEN, LÖSUNG ANZUBIETEN

Widerstehen Sie dem Drang, direkte Lösungen oder Ratschläge zu geben. Konzentrieren Sie sich stattdessen darauf, ihren Denkprozess durch gut formulierte Fragen zu fördern.

5. ANWENDUNG BESPRECHEN

Ermutigen Sie Ihre Mentees, zu überlegen, wie die Erkenntnisse aus dem Fragespiel auf ihre Situation angewendet werden können. Helfen Sie ihnen dabei, aufgrund ihrer neu gewonnenen Perspektiven handlungsfähige Schritte zu identifizieren.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[40 Questions To Ask A Mentor](#) 

[Five Questions Every Mentor Must Ask](#) 

Zeit: 30 – 45 Minuten

Fokus: Kommunikationsstil

Schwierigkeitsgrad: Mittel

DAS FEEDBACK SPIEL

Das Feedback-Spiel fördert eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung und gegenseitigen Unterstützung.

1. EINFÜHRUNG IN DIE ÜBUNG

Erklären Sie Ihren Mentees, dass das Feedback-Spiel darauf abzielt, einen konstruktiven Austausch von Feedback zu fördern, um die Leistung zu verbessern und das Wachstum zu fördern. Betonen Sie die Bedeutung von spezifischem, umsetzbarem und positivem Feedback. Klären Sie, dass das Ziel des Feedback-Spiels darin besteht, Feedback zu geben und zu erhalten, das Stärken hervorhebt und Bereiche für Verbesserung vorschlägt.

2. AUSWAHL DER ARBEIT ODER FÄHIGKEIT

Bitten Sie Ihre Mentees, ein Arbeitsstück, ein Projekt oder eine Fähigkeit zu teilen, das sie kürzlich abgeschlossen haben oder derzeit bearbeiten. Dies könnte eine Präsentation, ein Bericht oder eine Aufgabe sein, die für ihre Ziele relevant ist. Einführung der Situation, Verhalten, Auswirkung (SVA) Feedbackmodells. Erklären Sie, dass das Feedback die Situation/den Kontext, das beobachtete Verhalten und die Auswirkungen dieses Verhaltens enthalten sollte.

3. FEEDBACK GEBEN (MENTOR:IN)

Überprüfen Sie die von Ihren Mentees bereitgestellte Arbeit oder Fähigkeit. Bieten Sie Feedback gemäß dem SBI-Modell an. Zum Beispiel: "Während des Projektmeetings hat Ihre gründliche Recherche und klare Erklärungen dem Team geholfen, das komplexe Thema zu verstehen, was zu informierten Entscheidungen geführt hat."

Führen Sie ein reflektierendes Gespräch über das ausgetauschte Feedback. Besprechen Sie spezifische Bereiche zur Verbesserung und hervorgehobene Stärken. Konzentrieren Sie sich auf umsetzbare Schritte, die unternommen werden können.

4. FEEDBACK GEBEN (MENTEE)

Bitten Sie Ihren Mentees, Feedback zu Ihrem Mentoring-Stil unter Verwendung des SBI-Modells zu geben. Zum Beispiel: "Während unserer Sitzungen hat Ihre geduldige und einsichtsvolle Anleitung mir geholfen, ein tieferes Verständnis meiner Ziele zu gewinnen, was zu erhöhter Motivation geführt hat."

5. UNTERSTÜTZUNG UND RESSOURCEN ANBIETEN

Ressourcen oder Vorschläge bereitstellen, die Ihren Mentees dabei helfen können, die in dem Feedback identifizierten Verbesserungsbereiche anzugehen. Bieten Sie Ihre Unterstützung auf ihrem Weg des persönlichen Wachstums an.

SITUATION: Zeitpunkt und Ort verankern.

VERHALTEN: Beobachtbare Handlung.

AUSWIRKUNG: Was Ihre Mentee gefühlt/gedacht/erlebt haben.

Zeit: 30 – 45 Minuten

Fokus: Kommunikationsstil

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DAS ZUSAMMENFASSUNGS-SPIEL

Durch aktives Umschreiben und Bestätigen der Gedanken des anderen schaffen Sie eine unterstützende Umgebung, die einen offenen Dialog und bedeutungsvolle Interaktionen fördert.

1. EINFÜHRUNG IN DIE ÜBUNG

Erklären Sie Ihren Mentees den Zweck des Zusammenfassungs-Spiels: die Verbesserung der Kommunikation, das Zeigen echten Interesses und die Sicherstellung einer genauen Verständigung. Skizzieren Sie die Schritte des Zusammenfassungs-Spiels: Ihre Mentees werden ein Problem, ein Ziel oder Feedback teilen, und Sie fassen in Ihren eigenen Worten zusammen, was sie gesagt haben, um Ihr Verständnis zu überprüfen.

2. AKTIVES ZUHÖREN ÜBEN

Während Ihre Mentees sprechen, hören Sie aktiv zu und machen Sie Notizen zu den Hauptpunkten, ausgedrückten Emotionen und eventuell gestellten Fragen. Unterbrechen Sie nicht und bilden Sie keine Urteile. Sobald Ihre Mentees mit dem Teilen fertig sind, verwenden Sie Ihre Notizen, um das Gesagte zu paraphrasieren und zusammenzufassen. Beginnen Sie mit Phrasen wie "Wenn ich es richtig verstehe..." oder "Also, was ich höre, ist..."

3. SUCHE NACH BESTÄTIGUNG

Nachdem Sie zusammengefasst haben, fragen Sie Ihre Mentees, ob Ihr Verständnis mit dem übereinstimmt, was sie ausdrücken wollen. Ermutigen Sie sie, Unklarheiten zu klären, die Ihnen entgangen sein könnten, oder Missverständnisse zu korrigieren. Wenn Ihre Mentees zusätzliche Einblicke oder Korrekturen liefert, nehmen Sie ihr Feedback an und aktualisieren Sie Ihre Zusammenfassung entsprechend. Führen Sie ein Gespräch, um die zugrunde liegenden Emotionen, Gedanken und Handlungen zum Thema zu erkunden. Stellen Sie offene Fragen, um eine umfassendere Diskussion zu fördern.

4. REFLEKTION UND VALIDIERUNG

Reflektieren Sie darüber, wie das Zusammenfassungsspiel es Ihnen ermöglicht hat, eine klarere Vorstellung von der Perspektive Ihrer Mentees zu gewinnen. Validieren Sie ihre Gefühle und Gedanken, indem Sie Empathie und Unterstützung zum Ausdruck bringen.

5. WIEDERHOLUNG DER ÜBUNG

Integrieren Sie das Zusammenfassungsspiel in Ihre laufenden Mentoring-Interaktionen. Regelmäßige Anwendung kann zu einer verbesserten Kommunikation, reduzierten Missverständnissen und einer stärkeren Beziehung führen.

RAT: Präsent sein. Blickkontakt aufrechterhalten. Unterbrechungen vermeiden. Klärende Fragen stellen. Empathie zeigen. Geduld üben.

Zeit: 45 Minuten

Fokus: Kommunikationsstil

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DAS WELT-CAFÉ

Dieses Instrument bietet Ihnen als Mentor:in eine flexible und kreative Methode, die zu einem intensiven Dialog zwischen den Mentees führt. Auf diese Weise können Probleme und Fragen zu einem bestimmten Thema in transdisziplinären Kleingruppen intensiv diskutiert werden. Ansichten können auf der Grundlage unterschiedlicher struktureller Hintergründe und Logiken verstanden werden, und es können Lösungsvorschläge entwickelt werden.

SCHNELLER ÜBERBLICK

Diese Methode kann digital mithilfe eines Online-Whiteboards wie Miro durchgeführt werden oder persönlich auf einem großen Blatt Papier oder einem Whiteboard.

1. ANGEMESSENE ATMOSPHÄRE

Zuerst schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre für die Teilnehmenden und bedecken Sie jeden Tisch (idealerweise einen runden) mit einer Tischdecke, auf der geschrieben werden kann (z. B. eine Papier-Tischdecke).

2. KLEINE GRUPPEN

Weisen Sie den Teilnehmenden kleine Gruppen (3-5 Personen) zu, die gemeinsam an einem Tisch sitzen. Jeder Tisch kann ein unterschiedliches Thema haben.

3. ERSTE DISKUSSIONSRUNDE

In den kleinen Gruppen diskutieren die Teilnehmenden das jeweilige Thema entlang einer vordefinierten Frage (+/- 20 Minuten). Die wichtigsten Punkte der Diskussion sollten direkt schriftlich oder grafisch auf der Tischdecke festgehalten werden. Es gibt mehrere Diskussionsrunden, normalerweise entsprechend der Anzahl der verschiedenen Fragen.

4. ROTATION

Nach jeder Runde wechseln die Teilnehmenden zu einem anderen Tisch. Zuvor ausgewählte Teilnehmende bleiben als "Gastgeber:innen" am Tisch und fasst kurz die vorherigen Diskussionen mit den neuen Teilnehmenden zusammen.

5. ZWEITE DISKUSSIONSRUNDE

In der zweiten Diskussionsrunde werden die festgehaltenen Punkte aus der vorherigen Diskussion verwendet, um sie mit der neuen Runde von Diskussionen zu verknüpfen. Es besteht auch die Möglichkeit, völlig neue Ideen zu sammeln. Dieser Prozess wird wiederholt, bis jeder Teilnehmende alle Tische besucht hat oder die letzte Diskussionsfrage gestellt wurde.

6. LETZTE RUNDE

Nach der letzten Runde werden die Ergebnisse und Erkenntnisse von den Gastgeber:innen der Tische allen Teilnehmenden präsentiert, diskutiert und abschließend zusammengefasst.

VORSCHLAG: Sie können 3 Runden mit der Erstellung von Fragen durchführen und alle 20-25 Minuten den Tisch wechseln.

Zeit: 120 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel

SCHATZSUCHE

Dieses Instrument hilft Ihnen und Ihren Mentees, sich kennenzulernen und einander zu schätzen. Es ermutigt Sie beide, aufeinander zuzugehen und sich auszutauschen, um Vertrauen durch einen informellen, aber angeleiteten Austausch aufzubauen.

1. EINFÜHRUNG

Bei der Vorbereitung auf die Schatzsuche sollten Mentor:innen Fragen für die Mentees formulieren, die sie sich später gegenseitig stellen können. Sie können die Fragen individuell an ein bestimmtes Thema oder Projekt anpassen. Die Fragen können auf persönlichem und kulturellem Hintergrund sowie auf Entwicklungen oder Herausforderungen in kommenden Projekten basieren.

2. VORBEREITUNGEN

Zu Beginn sollten alle Teilnehmenden eine Liste der zuvor entwickelten Fragen haben. Um Antworten auf diese Fragen zu finden, bewegen sich die Teilnehmenden nun etwa 15 Minuten lang im Raum und sprechen mit den anderen Teilnehmenden. Dabei können sie jede Person nach der Antwort fragen, dürfen jedoch nicht mehr als eine Information gleichzeitig von einer Person erhalten. Außerdem sollten sie nicht mehr als eine Person gleichzeitig befragen.

3. MEHR INFORMATIONEN

Fordern Sie die Teilnehmenden nach 15 Minuten auf, zum Kreis zurückzukehren. Gehen Sie gemeinsam alle Fragen durch. Die Personen, die eine Antwort auf jede Frage erhalten haben, heben die Hand und nennen die Antwort.

4. VERSCHIEDENE STANDPUNKTE

Nun führen Sie eine Nachbetrachtung der Aktivität durch, indem Sie die folgenden Fragen besprechen:

1. Wer empfindet, dass er/sie/ sie eine einzigartige oder überraschende Antwort erhalten hat?
2. Wem wurde dieselbe Frage von anderen Teilnehmenden gestellt, und warum glauben Sie, dass dies passiert ist?
3. Was haben Sie aus der Übung gelernt, und wie hat sich Ihr Vertrauen in die anderen Teilnehmenden verändert?

VORSCHLAG: Sie können verschiedene Gespräche mit etwa 15 Minuten und 10 Fragen führen.

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

KOMPETENZSONNE

Dieses Tool bietet Ihnen eine einfache und kreative Möglichkeit, Ihren Mentees beizubringen, etwas über den Charakter und die Kompetenzen einer anderen Person herauszufinden, Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Gruppe zu entdecken und damit die Fähigkeit zur Teamarbeit zu stärken.

1. EINFÜHRUNG

Diese Methode kann digital mithilfe eines Online-Whiteboards wie zum Beispiel Miro durchgeführt werden oder persönlich auf einem großen Blatt Papier oder einem Whiteboard. Beginnen Sie damit, breite Sonnenstrahlen auf ein Blatt Papier/ein Whiteboard zu zeichnen, entsprechend der Anzahl der Mentees.

2. VORBEREITUNG

Jede Person wird nun einem Sonnenstrahl zugeordnet und sammelt mindestens zehn Qualitäten (z. B. Kompetenzen oder Eigenschaften) über sich selbst. Eine Kompetenz wird auf einem Haftnotizzettel notiert und auf dem entsprechenden Sonnenstrahl befestigt.

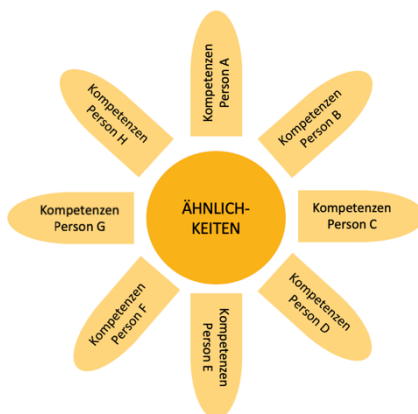
3. EIGENSCHAFTEN

Die erste Person beginnt nun, ihre/seine/ihre Eigenschaften zu präsentieren. Eigenschaften, die auch auf andere zutreffen, können sofort geteilt werden. Fragen können jederzeit gestellt werden.

Sammeln Sie die Eigenschaften, die Sie gemeinsam haben, in der Mitte der Sonne. Alle anderen Eigenschaften werden in den Sonnenstrahl der jeweiligen Person platziert. Die Eigenschaften, die nur einige Personen teilen, werden mit ihren Namen oder mit farbigen Punkten vermerkt.

4. GEMEINSAMER GRUPPENNAME

Abschließend sollten die Teilnehmenden einen gemeinsamen Gruppennamen für die gesammelten Kompetenzen finden (z. B. die kommunikativen). Nun haben Sie einen guten Überblick über die vorhandenen Kompetenzen in der Gruppe.



Zeit: 30 – 40 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

ASSOZIATIONEN MIT KARTEN

Dieses Werkzeug geht darum, wie man Assoziationskarten verwendet, um Ideen während einer Brainstorming-Sitzung in Gang zu bringen.

1. EINFÜHRUNG

Mit Assoziationskarten können Sie Gedanken und Gefühle mithilfe von Bildern ausdrücken. Assoziationskarten bieten nicht nur Interaktion, sondern vertiefen auch das Gespräch.

Sie gewinnen Einblick darin, wie jemand sich in diesem Moment fühlt, sich an etwas erinnert oder wovon jemand träumt. Assoziationskarten sind ein vielseitiges Werkzeug, das die Kommunikation, Selbstdarstellung und persönliche Entwicklung im Mentoring verbessern kann.

Ob bei Teambildung oder kreativer Problemlösung fördern sie ein tieferes Verständnis für Emotionen, Gedanken und Bestrebungen, was letztendlich zu bedeutungsvolleren Interaktionen und persönlichen Erkenntnissen führt.

2. CHECK-IN

Verbreiten Sie alle Karten auf einem Tisch. Geben Sie den Mentees eine gut anwendbare Frage, auf der Grundlage derer sie eine oder mehrere Karten auswählen können. Die Idee ist, dass die Mentees die Frage beantworten, indem sie ihre Antwort mit einer der Karten assoziiert.

3. BEISPIELHAFTE ARBEITSMETHODEN

- Emotionserkennung: Welches Bild repräsentiert Ihre aktuelle Emotion?
- Geschichtenerzählen: Erstellen Sie eine Geschichte basierend auf ausgewählten Karten.
- Zielsetzung: Wählen Sie Karten aus, um persönliche Ziele zu identifizieren und zu visualisieren. Suchen Sie Karten, die mit angestrebten Ergebnissen resonieren, und besprechen Sie Ihre Absichten.
- Welche Karte verbinden Sie mit dem heutigen Thema?
- Welche Karte repräsentiert das, was Sie hoffen, nach heute mitzunehmen?

KARTEN

Sie können alle Arten von Karten verwenden, wie beispielsweise Postkarten, Fotos, Bilder aus Zeitschriften, etc. Es ist wichtig, eine Vielzahl von Karten mit Symbolen, Menschen, Landschaften, Gebäuden und anderen Elementen zu haben.

Zeit: 35 – 50 Minuten

Fokus: Kreatives Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

OUT-OF-THE-BOX-DENKEN

Dieses Tool dient als Einführung in das "Out-of-the-Box-Denken".

1. EINFÜHRUNG

Was bedeutet "Outside the Box" denken?

Lernen Sie Professor Giovanni Corazza kennen, einen kreativen Forscher und Gründer des Marconi Institute for Creativity.

Dies ist seine Definition von "Outside the Box" denken:

"Outside the Box ist eine Grenze in unserem Denken. Die Grenze zwischen dem, was wir wissen, und dem, was wir noch nicht (bisher) gedacht haben."

Wie überwindet man diese Grenze?


2. ZUSAMMENFASSUNG

Erneuern Sie die Art und Weise, wie Sie neue Ideen entwickeln. Anstelle von Brainstorming versuchen Sie den kreativen Prozess.

Vergessen Sie alles, was Sie über ein Thema wissen, und fangen Sie von vorne an. Dann übertreiben Sie oder kombinieren Sie verschiedene Elemente. Und wenn dabei etwas Absurdes entsteht, schauen Sie, ob Sie es noch verrückter machen können.

All dies halten Sie in einer Mind Map fest.


3. MIND MAP WERKZEUG BEISPIEL

Miro's mind map tool 

AUFGABEN

Denken Sie sich einen realen oder fiktiven Fall aus, um damit zu experimentieren und einen unkonventionellen Ansatz zu verfolgen. Erstellen Sie eine Mind Map dazu.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

Giovanni Corazza. "Creative thinking - how to get out of the box and generate ideas." TEDxRoma. 

Luc de Brabandere. "Reinventing creative thinking." TED@BCG London. 

Zeit: 35 – 50 Minuten

Fokus: Kreatives Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

BRAINSTORMING TECHNIK

Dieses Tool ist ein gutes Beispiel für eine Brainstorming-Technik, die sich gut für Mentoring eignet.

1. STORYBOARDING

Storyboarding kann Ihnen dabei helfen, einen Prozess zu entwerfen.


- Erstellen Sie eine visuelle Geschichte, um das Problem als Erzählung zu erkunden.
- Verwenden Sie Post-its, um Ihre Ideen als einzelne Notizen aufzuschreiben. Diese können allerlei Gedanken, Zitate und Bilder sein. Diese Notizen helfen Ihnen, neue Beziehungen zwischen verschiedenen Komponenten zu erkennen.
- Sobald Sie eine Gruppe von Haftnotizen haben, beginnen Sie, sie auf dem Board als Fortschritt anzuordnen: zuerst dies, dann das.
- Die Organisation Ihrer Ideen als eine fortlaufende Serie wird Ihnen helfen, neue Verbindungen zu erkennen und überflüssiges Material zu eliminieren, das Ihr Endziel nicht unterstützt.


2. WARUM DAS FUNKTIONIERT

Storyboarding ermöglicht es Ihnen, Ihre Ideen in einem sequenziellen Muster zu sehen. Sie werden in der Lage sein, einen umfassenden Überblick über einen neuen oder bestehenden Prozess zu erhalten, ohne zu tief in die Details einzusteigen.


Sie können von überall aus starten - vom Anfang, der Mitte oder dem Ende - und dann die Lücken ausfüllen.


WEITERE TECHNIKEN


[10 Brainstorming Techniques for Developing New Ideas](#) 

[8 group brainstorming techniques for distributed teams and how to approach them](#) 

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Brian Janosch. "No joke! Yes, you can learn from how The Onion brainstorms its ideas". TED.](#) 

[How to lead a brainstorm.](#) 

[How to run a brainstorm for introverts \(and extroverts too\).](#) 

Zeit: 35 – 50 Minuten

Fokus: Kreatives Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

INSPIRIERENDE ÜBUNG

Diese Übung ist eine sehr kreative Möglichkeit, auszudrücken, was die Mentees beizutragen haben. Kein Sprechen - kreieren Sie etwas!

1. BOX DESIGN

Die Gestaltung der Schachtel ist eine unterhaltsame Übung, um die Kommunikation über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu verbessern und es einzigartig zu vermarkten.

Bei dieser Übung entwerfen Sie eine Produktverpackung für Ihr Produkt, Ihre Idee oder Dienstleistung.

Setup: Stellen Sie Materialien wie Papier, Marker, Bastelpapier, Aufkleber, Klebeband und Scheren zum Zeichnen oder Basteln von Schachteln zur Verfügung.

Füllen Sie die Schachtel: Denken Sie darüber nach, was sich in der Schachtel befinden könnte. Berücksichtigen Sie Namen, potenzielle Kund:innen, Merkmale, Funktionen und andere definierende Details.

Phase Zwei: Machen Sie die Schachtel:

Geben Sie den Mentees 30 Minuten oder mehr Zeit, um die Verpackung für ihre Idee zu erstellen und sich vorzustellen, wie sie im Einzelhandelsregal aussehen würde.

Verkaufen Sie die Schachtel:


Jedes Team oder Individuum präsentiert und "verkauft" ihre Schachtel an die Gruppe.

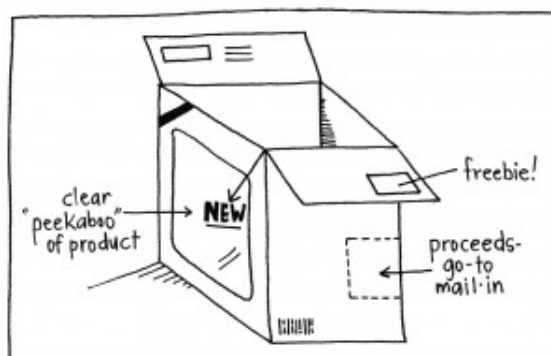
Geben Sie Feedback darüber, wie Merkmale während der Präsentation in Vorteile umgesetzt werden.

Strategie (Option): Zeigen Sie die erstellten Schachteln an einem prominenten Ort als wertvolle Artefakte. Passen Sie die Übung an verschiedene Kontexte und Teilnehmenden an.

2. QUELLE

Die Übung hat verschiedene Namen und Quellen, mit Anpassungen aus Luke Hohmanns "Product Box" in "Innovation Games" und Beiträgen von Jim Highsmith und Bill Shackelford.

Gamestorming 



Zeit: 35 – 50 Minuten

Fokus: Kreatives Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

PERSONA

Die Persona ist ein weit verbreitetes Instrument im Design Thinking, das Ihnen und Ihren Mentee dabei hilft, einen exemplarischen Benutzertypen für das Produkt oder die Dienstleistung Ihres Mentees zu erstellen. Dies ermöglicht es Ihnen, konkrete Eigenschaften und Verhaltensweisen zu definieren und sie besser zu verstehen, um einen bedarfsorientierten Ansatz in verschiedenen Projekten zu unterstützen.

EINFÜHRUNG

Am Anfang sollten Sie darüber nachdenken, wer die Zielgruppen des Mentees sind. Erstellen Sie für jede dieser Zielgruppen einen fiktiven Benutzertyp (=Persona), der die spezifische Zielgruppe repräsentiert. Abhängig von der Anzahl der Zielgruppen kann dies eine oder mehrere Personas sein. Es sollten entsprechend viele Vorlagen erstellt werden, in denen die wichtigsten Merkmale Ihrer Persona erfasst werden.

1. ERSTER SCHRITT DER VORBEREITUNG

Geben Sie der Persona einen fiktiven Namen und stellen Sie sie mit einem Foto dar. Sammeln Sie qualitative und/oder quantitative Daten aus Ihrer spezifischen Zielgruppe. Abhängig von der Komplexität der Datensammlung variiert die benötigte Zeit erheblich. Sie sollten sowohl primäre als auch sekundäre Daten verwenden.

2. ERSTER SCHRITT DER VORBEREITUNG

Beschreiben Sie gemeinsam die Persona der Mentees. Beginnen Sie mit demografischen Fakten wie Alter, Beruf, Familienstand und Wohnort.

3. MEHR INFORMATIONEN

Sammeln Sie weitere Informationen über die Persona.

- Wie sieht ihre Umgebung aus?
- Wo verbringt Ihre Persona viel Zeit?
- Was beeinflusst sie?

Je nach Relevanz für Ihren Mentee können weitere Attribute hinzugefügt werden.

4. WEITERE FORSCHUNG

Abschließend definieren Sie gemeinsam mit Ihrem Mentee, was sie noch nicht über ihre Persona wissen, und formulieren neue Forschungsaufgaben.

5. UNTERSCHIEDLICHE STANDPUNKTE

Beziehen Sie sich bei Entscheidungen in einem bestimmten Projekt immer auf die Persona: "Ist Ihr Projekt mit Ihrer Persona abgestimmt, und werden deren Bedürfnisse erfüllt?"

Ihr Mentee sollte ihre Persona im Verlauf des Projekts aktualisieren, wenn sie neue Informationen sammeln.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Persona Template](#) 

Zeit: 120 – 240 Minuten

Fokus: Kreatives Denken und Handeln

Schwierigkeitsgrad: Mittel

SECHS DENKHÜTE

Die Hüte werden typischerweise durch sechs verschiedene Farben repräsentiert, wobei jede eine unterschiedliche Denkweise symbolisiert. Dieses Werkzeug hilft Ihnen, Ihre Mentees dabei zu unterstützen, die Fähigkeit zu entwickeln, Probleme, Entscheidungen und Diskussionen aus verschiedenen Perspektiven anzugehen.

1. WEISSER HUT (FAKTEN UND INFORMATIONEN)

Beginnen Sie mit dem Weißen Hut. Fordern Sie Ihre Mentees auf, den "Weißen Hut" aufzusetzen und sich auf objektive, datengesteuerte Informationen zu konzentrieren.

Ermutigen Sie sie, Fakten, Zahlen und Daten zu sammeln, die sich auf das vorliegende Problem oder Thema beziehen. Diskutieren Sie die Bedeutung, sich in dieser Phase auf überprüfbare Informationen zu stützen und persönliche Meinungen zu vermeiden.

2. ROTER HUT (EMOTIONEN UND GEFÜHLE)

Wechseln Sie zum Roten Hut. Weisen Sie Ihre Mentees an, den "Roten Hut" aufzusetzen und ihre Emotionen, Intuitionen und Bauchgefühle auszudrücken.

Ermutigen Sie sie, ihre emotionalen Reaktionen auf das Problem oder die Idee offen zu teilen, ohne diese zu rechtfertigen. Betonen Sie, dass dies ein sicherer Raum ist, um Gefühle auszudrücken, ohne beurteilt zu werden.

3. SCHWARZER HUT (KRITISCHES UND NEGATIVES DENKEN)

Wechseln Sie zum Schwarzen Hut. Fordern Sie Ihre Mentees auf, den "Schwarzen Hut" aufzusetzen und die Rolle des Advokaten des Teufels zu spielen. Ermutigen Sie sie, die Idee oder Lösung kritisch zu analysieren und potenzielle Risiken, Schwächen oder Nachteile zu identifizieren. Diskutieren Sie die Bedeutung konstruktiver Kritik ohne persönliche Angriffe.

4. GELBER HUT (POSITIVES UND OPTIMISTISCHES DENKEN)

Gehen Sie zum Gelben Hut über. Fordern Sie Ihre Mentees auf, den "Gelben Hut" aufzusetzen und sich auf positive Aspekte und Vorteile zu konzentrieren. Ermutigen Sie sie, die potenziellen Vorteile, Chancen und Stärken der Idee oder Lösung zu erkunden. Besprechen Sie die Bedeutung von Optimismus bei der Betrachtung verschiedener Perspektiven.

5. GRÜNER HUT (KREATIVES UND INNOVATIVES DENKEN)

Wechseln Sie zum Gelben Hut. Fordern Sie Ihre Mentees auf, den "Gelben Hut" aufzusetzen und sich auf positive Aspekte und Vorteile zu konzentrieren. Ermutigen Sie sie, die potenziellen Vorteile, Chancen und Stärken der Idee oder Lösung zu erkunden. Besprechen Sie die Bedeutung von Optimismus bei der Betrachtung verschiedener Perspektiven.

6. BLAUER HUT (PROZESS UND ORGANISATION)

Schließen Sie den Prozess mit dem Blauen Hut ab. Setzen Sie selbst oder gemeinsam mit Ihren Mentees den "Blauen Hut" auf, um den Denkprozess zu überwachen. Fassen Sie die Erkenntnisse aus der Perspektive jedes Hutes zusammen. Besprechen Sie, wie diese Erkenntnisse organisiert, priorisiert und in einen kohärenten Aktionsplan umgesetzt werden können.

Zeit: 60 – 120 Minuten

Fokus: Kreatives Denken und Handeln

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

SELBSTBEFRAGUNG

Das Denken selbst ist eine Fähigkeit. Wenn Gedanken effektiv eingesetzt werden, um zu verstehen, zu bewerten, zu interpretieren und zu einer Entscheidung zu gelangen, kann dies als eine Denkfähigkeit charakterisiert werden.

1. WAS GESCHIEHT

- Fördert Beobachtung und Bewusstsein für die aktuelle Situation.
- Verbessert die Fähigkeit, den Kontext eines Problems zu identifizieren und zu verstehen.

2. WARUM IST ES WICHTIG?

- Fördert die Bewertung der Bedeutung und Relevanz der Situation oder des Problems.
- Unterstützt die Fähigkeit, Probleme nach ihrer Wichtigkeit zu priorisieren.

3. WAS SEHE ICH NICHT?

- Fordert Einzelpersonen heraus, über das Offensichtliche hinauszudenken und verborgene Faktoren zu erkunden.
- Ermutigt zur kritischen Prüfung von Annahmen und Vorurteilen.

4. HOW DO I KNOW?

- Fördert die Validierung von Informationen durch Recherche und Beweise.
- Fördert eine Kultur der entscheidungsorientierten Beweisführung.


5. WER SAGT DAS?

- Ermutigt zu Skepsis und kritischer Analyse der Informationsquellen.
- Fördert Medienkompetenz und die Fähigkeit, vertrauenswürdige Quellen zu erkennen.

6. WAS NOCH? WAS WENN?

- Ermutigt Kreativität und die Erkundung alternativer Perspektiven und Lösungen.
- Verbessert die Problemlösungsfähigkeiten durch Betrachtung mehrerer Szenarien.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Suryamukhi Venigalla. "Self-questioning means a changing perception of success". TED.](#) 

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

GEHIRN TRAINING

Dieses Tool kann Ihnen eine Vielzahl von Ideen für Spiele bieten, die direkt zur Effektivität und zum Erfolg von Mentoring-Beziehungen beitragen.

1. MUSTERERKENNUNG

Viele Puzzle-Spiele, wie Sudoku, Puzzles und Tetris, erfordern, dass Sie Muster erkennen und vervollständigen. Dies trainiert Ihr Gehirn, Regelmäßigkeiten und Unregelmäßigkeiten zu identifizieren, eine Schlüsselkomponente des kritischen Denkens.

2. LOGISCHE SCHLUSSFOLGERUNG

Spiele wie Schach und Logikrätsel erfordern logisches Denken und Schlussfolgerung. Sie müssen Ihre Züge planen, die Aktionen Ihres Gegners voraussehen und verschiedene Ergebnisse in Betracht ziehen. Dies fördert analytisches Denken und die Entwicklung von Strategien.

3. RAUMWAHRNEHMUNG

Spiele zur räumlichen Vorstellung, wie 3D-Puzzles oder Übungen zur räumlichen Visualisierung, verbessern Ihre Fähigkeit, Objekte mental zu manipulieren und ihre räumlichen Beziehungen zu verstehen. Diese Fähigkeit ist wertvoll, wenn Sie komplexe Szenarien visualisieren oder räumliche Probleme im wirklichen Leben lösen müssen.

4. GEDÄCHTNIS UND ABRUF

Gedächtnisspiele wie Memory-Karten oder Gehirntrainings-Apps wie Lumosity können Ihr Gedächtnis und die Informationsretention verbessern. Kritisches Denken basiert oft auf Ihrer Fähigkeit, relevante Informationen abzurufen und anzuwenden.

5. AUFMERKSAMKEIT FÜR DETAILS

Viele Gehirntrainingspiele erfordern, dass Sie besonders auf Details achten, was beim kritischen Denken entscheidend ist. Das Übersehen eines kleinen Details in einem Rätsel kann zu falschen Schlussfolgerungen oder Lösungen führen.

6. ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Spiele, die Entscheidungen und Konsequenzen beinhalten, wie zum Beispiel Strategiespiele oder interaktive Geschichten, können Ihnen beim Üben der Entscheidungsfindung helfen. Sie lernen, Optionen zu bewerten, Ergebnisse zu antizipieren und informierte Entscheidungen zu treffen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[How To Train An Entrepreneurial Mind To Be Ultraproductive.](#)



[Simple brain training for entrepreneurs](#)



[5 Brain Training Techniques to Cultivate Your Creative Genius](#)



Zeit: 30 Minuten

Fokus: Entwicklung der Denkfähigkeiten

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

BLOOMS PYRAMIDE

Dieses Modell zerlegt kritisches Denken in hierarchische Ebenen, beginnend mit grundlegenden Fähigkeiten und fortschreitend zu fortgeschrittenen kognitiven Fähigkeiten.

1. WISSEN

Die Basis der Pyramide repräsentiert den fundamentalen Baustein des kritischen Denkens. Es beinhaltet das Erlangen und Verstehen von Informationen, Fakten und Konzepten, die für ein bestimmtes Thema oder Problem relevant sind. Ohne eine solide Wissensgrundlage kann kritisches Denken nicht effektiv voranschreiten.

2. VERSTEHEN

Nachdem Sie Wissen gesammelt haben, ist der nächste Schritt, die Informationen zu verstehen und ihren Bedeutungszusammenhang zu erfassen. Dies beinhaltet das Verstehen des Kontexts, die Identifizierung von Schlüsselideen und die Zusammenfassung des Materials.

3. ANWENDUNG

Mit einem guten Verständnis der Informationen können Sie dazu übergehen, das Gelernte in verschiedenen Kontexten anzuwenden. Diese Ebene des kritischen Denkens beinhaltet die Nutzung von Wissen und Verständnis, um Probleme zu lösen oder Entscheidungen zu treffen.

4. ANALYSE

Analyse erfordert das Aufteilen komplexer Informationen in ihre Teile und das Identifizieren von Mustern, Beziehungen und zugrunde liegenden Annahmen. Dieser Schritt beinhaltet die Suche nach Beweisen, die Bewertung von Argumenten und die Identifizierung von Voreingenommenheiten.

5. SYNTHESE

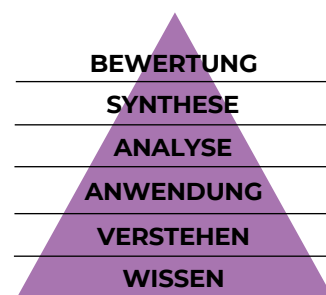
Synthese beinhaltet das Nehmen der analysierten Informationen und das Kombinieren auf kreative und innovative Weise, um neue Erkenntnisse, Ideen oder Lösungen zu generieren. Es geht darum, Verbindungen zwischen verschiedenen Informationsfragmenten zu erkennen und ganzheitlich zu denken.

6. BEWERTUNG

Auf dieser Ebene bewerten Sie kritisch die Qualität und Gültigkeit von Informationen, Argumenten oder Lösungen. Sie berücksichtigen Beweise, Logik und Glaubwürdigkeit von Quellen, um Urteile über deren Wert zu fällen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Use Bloom's to Think Critically](#)



Zeit: 60 – 90 Minuten

Fokus: Organisation

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

TAGEBUCHANREGUNGEN

Dieses Tool bietet eine Liste von Anregungen, die Ihre Mentees dazu ermutigen, über Erfahrungen, Emotionen und Strategien zum Überwinden von Herausforderungen nachzudenken. Das Führen eines Journals kann ein mächtiges Werkzeug für den Aufbau von Widerstandsfähigkeit sein.

1. DEFINITION DES ZWECKS

Skizzieren Sie klar den Zweck der Übung mit Journalanregungen. Konzentrieren Sie sich auf Selbstreflexion, Dankbarkeit, Problemlösung oder einen anderen Aspekt der Widerstandsfähigkeit?

2. BESTIMMUNG VON HÄUFIGKEIT UND DAUER

Entscheiden Sie, wie oft die Mentees sich mit den Journalanregungen beschäftigen wird (z. B. täglich, wöchentlich) und wie lange (z. B. 10 Minuten, 30 Minuten).

3. AUSWAHL VON THEMEN UND MOTIVEN

Identifizieren Sie spezifische Themen oder Motive, die mit den Zielen des Widerstandsaufbaus übereinstimmen. Berücksichtigen Sie die Hintergründe, Erfahrungen und Herausforderungen der Mentees bei der Gestaltung der Anregungen. Stellen Sie sicher, dass sie relevant und bedeutungsvoll für die Mentees sind.

4. KLARE ANWEISUNGEN GEBEN

Erklären Sie deutlich, wie die Mentees den Prozess des Journalings angehen sollte. Zum Beispiel könnten sie ermutigt werden, frei zu schreiben, ohne sich um Grammatik oder Rechtschreibung zu kümmern. Betonen Sie die Bedeutung von Authentizität und Ehrlichkeit in ihren Journaleinträgen. Dies hilft den Mentees, tiefere Einblicke in ihre Gedanken und Emotionen zu gewinnen.

5. BETONUNG DER REFLEXION

Ermutigen Sie Ihre Mentees, über ihre Einträge zu reflektieren. Was haben sie über sich selbst gelernt? Wie hat sie die Übung fühlen lassen?

6. RÜCKMELDUNG UND UNTERSTÜTZUNG BIETEN

Geben Sie, falls angemessen, Feedback zu den Journaleinträgen der Mentees. Bieten Sie Ermutigung und Unterstützung an und gehen Sie auf etwaige Herausforderungen ein, mit denen sie konfrontiert sein könnten.

7. ANPASSEN UND ANPASSEN

Basierend auf dem Feedback und dem Fortschritt der Mentees sollten Sie in Erwägung ziehen, Anpassungen an den Anregungen oder der Struktur der Übung vorzunehmen, um besser auf ihre Bedürfnisse einzugehen.

Zeit: 45 – 60 Minuten

Fokus: Selbstreflexion

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

WIDERSTANDSFÄHIGKEITSAUFBAUÜBUNG

Dieses Tool trägt dazu bei, die Fähigkeit der Mentees zu verbessern, Herausforderungen, Widrigkeiten und Stressoren effektiv zu bewältigen und sich anzupassen.

1. KLARE ZIELE DEFINIEREN

Formulieren Sie klar den Zweck der Übung. Welchen spezifischen Aspekt der Widerstandsfähigkeit möchten Sie ansprechen (z.B. Umgang mit Stress, Anpassung an Veränderungen, Wiederaufstehen nach Rückschlägen)?

2. EINFÜHRUNG DES WIDERSTANDSFÄHIGKEITSKONZEPTS

Geben Sie einen kurzen Überblick über Widerstandsfähigkeit und ihre Bedeutung. Erklären Sie, wie der Aufbau von Widerstandsfähigkeit Ihrer Mentees in ihrem persönlichen und beruflichen Leben zugutekommen kann.

3. MENTEES IN EINER AKTIVITÄT EINBINDEN

Wählen Sie eine Aktivität aus, die mit den Zielen übereinstimmt. Dies könnte ein Rollenspiel-Szenario, eine Problemlösungsübung oder eine kreative Ausdrucksaktivität sein.

4. REFLEXION FÖRDERN

Nach der Aktivität bitten Sie Ihre Mentees, über ihre Erfahrungen zu reflektieren. Was haben sie gelernt? Wie haben sie sich gefühlt? Welche Strategien haben sie angewendet? Diese Reflexion hilft, das Gelernte zu festigen.

5. BEZUG ZU REALITÄTSNAHEN SZENARIEN HERSTELLEN

Helfen Sie Ihren Mentees, das Gelernte mit realen Situationen zu verbinden. Besprechen Sie, wie die im Training geübten Strategien in ihrem Alltag angewendet werden können.


6. ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

Überprüfen Sie die Hauptpunkte und Schlüsselerkenntnisse aus der Übung. Betonen Sie, wie diese zur Stärkung der Widerstandsfähigkeit angewendet werden können.

7. DIE SITZUNG ABSCHLIEßEN

Beenden Sie die Sitzung mit einer Zusammenfassung dessen, was besprochen wurde. Ermutigen Sie die Mentees, den Aufbau ihrer Widerstandsfähigkeit fortzusetzen, und bieten Sie Ressourcen für weitere Erkundungen an.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Denise Mai. "How to build resilience as your superpower". TED.](#) 

Zeit: 30 – 45 Minuten

Fokus: Widerstandsfähigkeit

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

SCAMPER TECHNIK

SCAMPER ist ein Akronym, das für Substitute (ersetzen), Combine (kombinieren), Adapt (anpassen), Modify (modifizieren), Put to another use (für einen anderen Zweck verwenden), Eliminate (eliminieren) und Reverse/Rearrange (umkehren/neu anordnen) steht. Befolgen Sie diese schrittweisen Anweisungen, um eine ansprechende und produktive SCAMPER-Sitzung mit Ihren Mentees durchzuführen.

1. EINFÜHRUNG: Beginnen Sie damit, das SCAMPER-Problemlösungstool Ihren Mentees vorzustellen. Teilen Sie Beispiele, wie SCAMPER erfolgreich in verschiedenen Branchen eingesetzt wurde, um innovatives Denken zu fördern.

2. IDENTIFIZIERUNG DES PROBLEMS: Definieren Sie das Problem oder die Herausforderung, die Sie möchten, dass Ihre Mentees angehen. Es könnte sich auf ihre Projekte, ihr Geschäft oder ihre persönlichen Ziele beziehen.

3. SCAMPER-ABKÜRZUNGSLEITFADEN

- *Substitute (Ersetzen):* Fordern Sie die Mentees auf, darüber nachzudenken, bestimmte Elemente ihrer aktuellen Lösung durch etwas anderes zu ersetzen. Welche Alternativen könnten die Lösung verbessern?
- *Combine (Kombinieren):* Ermutigen Sie die Mentees, darüber nachzudenken, wie sie verschiedene Ideen, Elemente oder Prozesse kombinieren können, um eine neue Lösung zu schaffen, die Synergien nutzt.
- *Adapt (Anpassen):* Besprechen Sie, wie bestehende Lösungen oder Ideen aus verschiedenen Kontexten angepasst werden könnten, um das aktuelle Problem zu lösen.
- *Modify (Modifizieren):* Fordern Sie die Mentees heraus zu erkunden, wie sie verschiedene Aspekte ihrer Lösung modifizieren könnten, um deren Effektivität zu verbessern.
- *Put to another use (Für einen anderen Zweck verwenden):* Ermutigen Sie die Mentees, darüber nachzudenken, wie ihre Lösung für eine andere Anwendung oder einen anderen Kontext umfunktioniert werden könnte.
- *Eliminate (Eliminieren):* Bitten Sie die Mentees, Elemente zu identifizieren, die aus ihrer Lösung entfernt oder optimiert werden könnten, ohne deren Wirksamkeit zu beeinträchtigen.
- *Reverse/Rearrange (Umkehren/Neu anordnen):* Fordern Sie die Mentees auf zu überlegen, wie sie die Reihenfolge oder Anordnung von Komponenten umkehren könnten, um eine neue Perspektive zu schaffen.

4. IDEENBEWERTUNG: Nachdem alle Elemente erkundet wurden, leiten Sie Ihre Mentees an, die vielversprechendsten Ideen auszuwählen und zu bewerten, die während der Sitzung generiert wurden. Besprechen Sie die Machbarkeit, die potenziellen Auswirkungen und die Übereinstimmung mit dem Problem oder der Herausforderung.

5. TEILEN UND DISKUTIEREN: Nachdem vielversprechende Ideen identifiziert wurden, helfen Sie Ihren Mentees, Aktionspläne für die Umsetzung und Prüfung dieser Ideen zu entwickeln. Ermutigen Sie sie, potenzielle Hindernisse, benötigte Ressourcen und Zeitpläne zu berücksichtigen.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

MCKINSEYS 8 SCHRITTE (I)

Dieses Instrument hilft dabei, den Problemlösungsrahmen von McKinsey durchzuarbeiten und die Grundsätze einer effektiven Entscheidungsfindung zu integrieren.

1. DAS ERSTE TREFFEN

- Einführung des Konzepts, Probleme mit einer Hypothese zu lösen. Erklären Sie, dass eine gut definierte Hypothese die Richtung für die Suche nach Lösungen vorgibt.
- Ermutigen Sie Ihre Mentees, zum Treffen mit einer vorläufigen Hypothese zum vorliegenden Problem vorbereitet zu erscheinen.

2. BEDEUTUNG DER INTUITION

- Erklären Sie, dass die Kombination von Intuition mit Datenanalyse zu ganzheitlicheren Erkenntnissen führen kann.
- Weisen Sie Ihre Mentees an, ihre anfängliche Intuition zum Problem zu teilen, bevor sie sich in die Datenanalyse vertiefen.

3. FÜHREN SIE IHRE RECHERCHE DURCH

- Ermutigen Sie Ihre Mentees, bestehende Lösungen und bewährte Praktiken zu erkunden und betonen Sie die Bedeutung von Forschung zur Informationsgewinnung.
- Leiten Sie Ihre Mentees an, ähnliche Probleme, mit denen andere Organisationen konfrontiert waren, zu erforschen und anwendbare Lösungen zu identifizieren.

4. ERZÄHLEN SIE DIE GESCHICHTE HINTER DEN DATEN

- Erklären Sie die Bedeutung, Daten in einer sinnvollen Erzählung zu präsentieren. Daten unterstützen die Geschichte, anstatt sie zu überwältigen.
- Weisen Sie Ihre Mentees an, die von ihnen gesammelten Daten zu analysieren und in eine Erzählung zu organisieren, die ihre Hypothese unterstützt.

5. PREWIRE

- Einführung des Konzepts des Prewirings, bei dem Unterstützung für eine Lösung aufgebaut wird, bevor sie formell präsentiert wird.
- Ermutigen Sie die Mentees, wichtige Interessengruppen zu identifizieren, die informiert/überzeugt werden müssen, und strategisieren Sie, wie sie ihre Unterstützung gewinnen können.

6. MIT DER SCHLUSSFOLGERUNG BEGINNEN

- Besprechen Sie die Kraft, eine Präsentation mit der Schlussfolgerung zu beginnen und dann die unterstützenden Informationen bereitzustellen.
- Weisen Sie Ihre Mentees an, ihre Präsentation zur Problemlösung zu strukturieren, indem sie ihre Hypothese und Hauptkenntnisse zuerst präsentieren.

7. EINZELNE TREFFER ERZIELEN

- Erklären Sie das Prinzip, stetigen Fortschritt durch Fokussierung auf erreichbare, inkrementelle Schritte zu machen.
- Leiten Sie Ihre Mentees an, die unmittelbaren Maßnahmen zu identifizieren, die sie ergreifen können, um sich einer Lösung zu nähern, auch wenn sie noch nicht bereit für eine umfassende Lösung sind.

8. RESPEKTIEREN SIE IHRE ZEIT

- Ermutigen Sie Ihre Mentees, die Zeit für jeden Schritt des Problemlösungsprozesses effektiv zu nutzen und übermäßige Analyse zu vermeiden.

Zeit: 120 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

VORSCHLÄGE ZU MCKINSEYS 8 SCHRITTE (II)

Diese Übung wird Ihre Mentees befähigen, sich effektiv und effizient komplexen Herausforderungen zu stellen. Indem Sie Ihre Mentees durch McKinseys 8 Schritte zur Problemlösung führen und dabei die spezifizierten Prinzipien integrieren, bieten Sie ihnen einen umfassenden Rahmen zur Problemlösung, der mit praktischen Entscheidungsstrategien angereichert ist. Einige Vorschläge für Szenarien, die Sie in der Diskussion verwenden können:

SZENARIO 1: STRATEGIE FÜR DEN AUSBAU IM EINZELHANDEL

- *Problem:* Ein Einzelhandelsunternehmen steht vor Herausforderungen bei der Ausweitung seiner Aktivitäten in neue Märkte.
- *Probleme:* Wettbewerb, kulturelle Unterschiede, regulatorische Hürden.
- *Ursachen:* Begrenzte Marktforschung, unzureichende Lokalisierung, Unkenntnis der lokalen Vorschriften.
- *Lösungen:* Anpassbare Marketingkampagnen, strategische Partnerschaften, Experten und Expertinnen für regulatorische Angelegenheiten im Team.
- *Aktionspläne:* Entwickeln Sie maßgeschneiderte Marketingpläne für jeden neuen Markt, etablieren Sie Partnerschaften mit lokalen Unternehmen, integrieren Sie rechtliche Berater:innen für die Einhaltung der Vorschriften.

SZENARIO 2: OPTIMIERUNG DER LIEFERKETTE

- *Problem:* Ein Designunternehmen hat mit Lieferkettenstörungen zu kämpfen, die die Produktion beeinträchtigen.
- *Probleme:* Bestandsmanagement, Transportverzögerungen, Zuverlässigkeit der Lieferanten.
- *Ursachen:* Ungenaue Bedarfsprognosen, Mangel an Backup-Lieferanten, unzureichende Kommunikation.
- *Lösungen:* Implementierung fortschrittlicher Bedarfsprognose-Tools, Diversifizierung der Lieferantenbasis, Verbesserung der Kommunikationskanäle.
- *Aktionspläne:* Integration von Bedarfsprognose-Software, Identifizierung und Einbindung von Backup-Lieferanten, Festlegung regelmäßiger Kommunikationsprotokolle.



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

VORSCHLÄGE ZU MCKINSEYS 8 SCHRITTE (III)

Diese Übung wird Ihre Mentees befähigen, sich effektiv und effizient komplexen Herausforderungen zu stellen. Indem Sie Ihre Mentees durch McKinseys 8 Schritte zur Problemlösung führen und dabei die spezifizierten Prinzipien integrieren, bieten Sie ihnen einen umfassenden Rahmen zur Problemlösung, der mit praktischen Entscheidungsstrategien angereichert ist. Einige Vorschläge für Szenarien, die Sie in der Diskussion verwenden können:

SZENARIO 3: STRATEGIE FÜR DEN AUSBAU IM EINZELHANDEL

- *Problem:* Ein Art-Startup hat mit geringer Mitarbeitenden-Bindung und hoher Fluktuation zu kämpfen.
- *Probleme:* Fehlende Wachstumschancen, Kommunikationslücken, unklare Erwartungen.
- *Ursachen:* Fehlen von beruflichen Entwicklungsprogrammen, begrenzte Feedbackmechanismen, undefinierte Karrierewege.
- *Lösungen:* Einführung von Mentoring-Programmen, Durchführung regelmäßiger Feedback-Sitzungen, Festlegung klarer Karriereverläufe.
- *Aktionspläne:* Start von Mentoring-Initiativen, Planung von vierteljährlichen Feedback-Sitzungen, Erstellung personalisierter Karriereentwicklungspläne.

SZENARIO 4: MARKETINGEFFEKTIVITÄT

- *Problem:* Ein E-Commerce-Unternehmen kämpft mit niedrigen Konversionsraten und Kundenbindung.
- *Probleme:* Ineffektive Marketingstrategien, schlechte Benutzererfahrung auf der Website, mangelnde Kundenbindung.
- *Ursachen:* Nicht abgestimmte Marketingbotschaften, komplizierte Website-Navigation, Fehlen von Treueprogrammen.
- *Lösungen:* Überarbeitung des Marketinginhalts, um Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, Optimierung des Website-Designs, Einführung von Treueprogrammen.
- *Aktionspläne:* Marktforschung durchführen, um Marketingbotschaften anzupassen, mit UX-Designer:innen zusammenarbeiten, um die Website zu verbessern, ein gestaffeltes Treueprogramm einführen.



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

ACCENTURES PROBLEM-LÖSUNGSRAHMEN

Dieses Tool wird Ihnen helfen, mit Ihrer Gruppe von Mentees an den Fähigkeiten zur Problemlösung zu arbeiten. Der strukturierte Accenture Case-Interview-Rahmen ermöglicht es Ihnen, gemeinsam komplexe Herausforderungen mit einem systematischen Ansatz anzugehen.

1. **EINFÜHRUNG:** Führen Sie den Accenture Case Interview-Rahmen (siehe Teil 2) ein, der weit verbreitet ist, um Geschäftsprobleme zu analysieren und zu lösen. Betonen Sie die Bedeutung, Herausforderungen in handhabbare Schritte für strategische Entscheidungsfindung zu unterteilen.
2. **GRUPPENAKTIVITÄT EINRICHTEN:** Teilen Sie Ihre Mentees in kleine Gruppen auf. Jede Gruppe wird anhand des Case-Interview-Frameworks an einem bestimmten Szenario arbeiten. Stellen Sie jeder Gruppe die Szenarioinformationen zur Verfügung und führen Sie sie schrittweise durch das Framework."
3. **DIE 5 SCHLÜSSELSCHRITTE PRÄSENTIEREN**
 - Problem klären;
 - Informationen sammeln;
 - Informationen analysieren;
 - Lösungen entwickeln;
 - Empfehlungen kommunizieren;
 - Diskutieren Sie den Zweck und die Ziele jedes Schrittes, wobei hervorgehoben wird, wie sie zum gesamten Lösungsprozess beitragen."
4. **GRUPPEN AKTIVITÄT:** Mentees nehmen aktiv an Diskussionen teil, arbeiten an der Datenanalyse und der kreativen Lösungsfindung zusammen, während Sie als Mentor:in den Prozess leiten, Optionen zu bewerten und einen Konsens zur besten Lösung zu finden.
5. **PRESENTATION UND DISKUSSION:** Setzen Sie die Rotation der Präsentationsreihenfolge zwischen Ihnen und den Mentees fort, bis jede Gruppe die Gelegenheit hatte, ihre Präsentation zu teilen.

MODERATIONSTIPPS

- Stellen Sie jeder Gruppe die Szenariendetails und eine Kopie des Case-Interview-Rahmens zur Verfügung.
- Ermutigen Sie aktive Teilnahme, Zusammenarbeit und kreatives Problemlösen innerhalb der Gruppen.
- Weisen Sie ausreichend Zeit zu, damit jede Gruppe den Rahmen durchgehen und ihre Empfehlungen entwickeln kann.
- Während der Präsentations- und Diskussionsphase fördern Sie einen offenen Ideenaustausch und ermutigen die Gruppen, voneinander zu lernen.
- Indem Sie Ihre Mentees mithilfe dieser vielfältigen Szenarien durch den Rahmen führen, ermöglichen Sie ihnen, sich systematisch und strategisch komplexen Herausforderungen zu nähern. Diese Gruppenaktivität wird ihre Problemlösungsfähigkeiten, Teamarbeit sowie ihre Fähigkeit zur Analyse und Empfehlung von Lösungen für realweltliche Geschäftsszenarien verbessern.

Zeit: 120 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

PDF – FALLINTERVIEW – ARBEITSBUCH VON ACCENTURE

Einige Vorschläge für Szenarien zur Verwendung in der Diskussion:

SZENARIO 1: MARKTEINTRITTSSTRATEGIE FÜR EIN STARTUP

- *Problem:* Ein Art-Startup möchte in einen neuen Markt expandieren, ist sich jedoch unsicher über die optimale Markteintrittsstrategie.
- *Szenariendetails:* Das Startup entwickelt innovative Bildungstechnologielösungen für Schulen und plant den Eintritt in einen internationalen Markt.
- *Klärung:* Definieren Sie die wichtigsten Fragen zum Markt, zur Zielgruppe, zur Konkurrenz und zu den Markteintrittsoptionen.
- *Informationsbeschaffung:* Recherchieren Sie den Bildungssektor des Zielmarktes, die Wettbewerbslandschaft, die regulatorischen Anforderungen und potenzielle Partnerschaften.
- *Datenanalyse:* Analysieren Sie die gesammelten Daten, um die Marktnachfrage, die Stärken der Konkurrenten und potenzielle Markteintrittsbarrieren zu bewerten.
- *Lösungen entwickeln:* Entwickeln Sie Strategien für den Markteintritt, wie zum Beispiel direkte Partnerschaften mit lokalen Schulen, Lizenzpartnerschaften oder Online-Vertrieb.
- *Empfehlungen kommunizieren:* Präsentieren Sie die empfohlene Markteintrittsstrategie mit unterstützenden Argumenten und potenziellen Risiken.
- *Verbesserungen:* Implementieren Sie ein gestuftes Treueprogramm.

SZENARIO 2: KUNDENERLEBNIS FÜR EIN E-COMMERCE STARTUP

- *Problem:* Eine E-Commerce-Plattform erhält Kundenbeschwerden über die Benutzererfahrung und möchte die Kundenzufriedenheit verbessern.
- *Szenariendetails:* Die E-Commerce-Plattform bietet eine Vielzahl von Produkten verschiedener Verkäufer:innen an und agiert in einem wettbewerbsintensiven Markt.
- *Klärung:* Definieren Sie die Probleme, die die Kundenerfahrung beeinträchtigen, einschließlich der Website-Navigation, der Produktsuche, des Checkout-Prozesses und des Kundensupports.
- *Informationsbeschaffung:* Sammeln Sie Benutzerfeedback, führen Sie Umfragen durch, analysieren Sie Website-Analytics und vergleichen Sie diese mit den Kundenerfahrungen der Mitbewerber:innen.
- *Datenanalyse:* Identifizieren Sie Schmerzpunkte in der Benutzerreise, verstehen Sie Kundenpräferenzen und bewerten Sie die Effektivität des Kundensupports.
- *Lösungen entwickeln:* Schlagen Sie Lösungen vor, wie die Optimierung des Website-Designs, die Implementierung eines KI-gesteuerten Chatbots für sofortige Unterstützung und das Angebot personalisierter Empfehlungen.
- *Empfehlungen kommunizieren:* Präsentieren Sie die empfohlenen Lösungen mit datengestützten Erkenntnissen und potenziellen Vorteilen für die Kundenzufriedenheit und -bindung.



SZENARIO 3: VERBESSERUNG DER BETRIEBLICHEN EFFIZIENZ IN EINEM UNTERNEHMEN

- *Problem:* Ein Designunternehmen sieht sich mit betrieblichen Ineffizienzen konfrontiert, die zu Produktionsverzögerungen und gestiegenen Kosten führen.
- *Szenarien Details:* Das Fertigungsunternehmen produziert Unterhaltungselektronik und agiert in einem wettbewerbsintensiven globalen Markt.
- *Klärung:* Identifizieren Sie wichtige betriebliche Herausforderungen, einschließlich Produktionsengpässen, Qualitätskontrollproblemen und Störungen in der Lieferkette.
- *Informationsbeschaffung:* Sammeln Sie Daten zu Produktionsprozessen, Gerätwartung, Qualitätskontrolle und Leistung der Lieferkette.
- *Datenanalyse:* Analysieren Sie die Daten, um Engpässe zu lokalisieren, die Effizienz der Produktionslinie zu bewerten und die Ursachen von Qualitätsproblemen zu identifizieren.
- *Lösungen entwickeln:* Generieren Sie Lösungen wie die Umsetzung von Prinzipien des schlanken Fertigungsprozesses, die Aufrüstung von Ausrüstungen und die Verbesserung der Qualitätskontrollprozesse.
- *Empfehlungen kommunizieren:* Präsentieren Sie die empfohlenen Lösungen mit dem Schwerpunkt darauf, wie sie Produktionsverzögerungen angehen, die Produktqualität verbessern und Kosten reduzieren werden.

In dieser Gruppensitzung werden Sie Ihre Mentees durch das kreative Radialdiagramm-Framework führen, um ihnen zu ermöglichen, gemeinsam komplexe Herausforderungen anzugehen.

1. **DAS ERSTE TREFFEN:** Einführung in das Radialdiagramm-Framework. Erklären Sie, dass dieses kreative Werkzeug dazu dient, miteinander verbundene Probleme innerhalb eines größeren Themas zu identifizieren. Betonen Sie die Bedeutung der Erkundung verschiedener Dimensionen eines Problems, um zugrunde liegende Herausforderungen aufzudecken.
2. **GRUPPENAKTIVITÄTSAUFBAU:** Teilen Sie Ihre Mentees in kleine Gruppen auf. Jede Gruppe wird an einem spezifischen Szenario mit dem Radialdiagramm-Framework arbeiten. Geben Sie jeder Gruppe die Szenarioinformationen und leiten Sie sie schrittweise durch das Framework.
3. **DIE SCHRITTE DES FRAMEWORKS PRÄSENTIEREN**
 - Definieren Sie das zentrale Problem (Dachproblem)
 - Identifizieren Sie zugehörige Probleme
 - Erkunden Sie Verbindungen
 - Generieren Sie Erkenntnisse und Lösungen
 - Diskutieren Sie den Zweck und die Ziele jeder Phase und heben Sie hervor, wie sie zum gesamten Problemlösungsprozess beitragen.
4. **GRUPPEN SZENARIO:** Weisen Sie jeder Gruppe ein Szenario zu. Geben Sie den Gruppen Zeit, um die Schritte des Radialdiagramm-Frameworks für ihre jeweiligen Szenarien zu durchlaufen. Ermutigen Sie die Mitglieder der Gruppe zum Brainstorming, zur Diskussion von Ideen und zur Nutzung der Perspektiven der anderen.
5. **PRESENTATION UND DISKUSSION:** Leiten Sie eine Diskussion, nachdem jede Gruppe ihre Problemlösungsübung abgeschlossen hat. Lassen Sie sie ihre Ergebnisse, Erkenntnisse und Empfehlungen der gesamten Gruppe präsentieren.

MODERATIONSTIPPS

- Jeder Gruppe werden Szenariendetails und eine leere Radialdiagramm-Vorlage zur Verfügung gestellt. Ermutigen Sie zu Brainstorming, Diskussion und Zusammenarbeit innerhalb der Gruppen. Weisen Sie jeder Gruppe ausreichend Zeit zu, um ihre Radialdiagramme auszufüllen und ihre Erkenntnisse zu entwickeln. Fördern Sie einen offenen Austausch von Ideen und ermutigen Sie die Gruppen, während der Präsentations- und Diskussionsphase voneinander zu lernen.
- Indem Sie Ihre Mentees durch das Radialdiagramm-Framework mit diesen vielfältigen Szenarien führen, ermöglichen Sie ihnen, sich komplexen Herausforderungen mit einem ganzheitlichen Blick zu nähern und zugrunde liegende vernetzte Probleme aufzudecken. Diese Gruppenaktivität wird ihre Fähigkeiten zur Problemlösung, Kreativität und Identifizierung multidimensionaler Lösungen für realistische Szenarien stärken.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

Einige Vorschläge für Szenarien, um das Radialdiagramm, auch als Dachproblem bekannt, kreativ zur Problemlösung anzuwenden. Bitte lesen Sie die folgenden Szenariovorschläge für eine bessere Anwendung der Übung.

SZENARIO 1: NACHHALTIGE VERPACKUNGSLÖSUNGEN FÜR EIN UNTERNEHMEN

- *Problem:* Ein Unternehmen verpflichtet sich, seinen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, und möchte nachhaltige Verpackungsoptionen erkunden.
- *Szenariodetails:* Das Unternehmen stellt eine Vielzahl von Produkten mit unterschiedlichen Verpackungsanforderungen her, von verderblichen Gütern bis zu langlebigen Produkten.
- *Zentrales Problem (Dachproblem):* Identifizierung nachhaltiger Verpackungslösungen für diverse Produktkategorien.
- *Zugehörige Probleme:* Ausgewogenheit zwischen Produktschutz, Kosteneffizienz, Kundenansprache und regulatorischer Konformität.
- *Verbindungen:* Untersuchen Sie die Beziehungen zwischen Verpackungsmaterialien, Produktionsprozessen, Kundenpräferenzen und Umweltauswirkungen.
- *Erkenntnisse und Lösungen:* Schlagen Sie Lösungen vor, wie die Verwendung von bio-basierten Materialien, die Optimierung von Verpackungsdesigns für effizienten Transport und die Einbindung der Kunden in den Nachhaltigkeitsprozess.

SZENARIO 2: STRATEGIEN ZUR MITARBEITERBINDUNG FÜR EIN IT-UNTERNEHMEN

- *Problem:* Ein IT-Unternehmen steht vor Herausforderungen bei der Bindung von Top-Talenten und möchte wirksame Strategien implementieren, um die Fluktuation zu reduzieren.
- *Szenariodetails:* Das Unternehmen agiert in einer wettbewerbsintensiven Technologiebranche und strebt an, ein förderliches Arbeitsumfeld für seine Mitarbeiter:innen zu schaffen.
- *Zentrales Problem (Dachproblem):* Entwicklung umfassender Strategien zur Mitarbeiterbindung, um die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung zu verbessern.
- *Zugehörige Probleme:* Umgang mit Work-Life-Balance, Karriereentwicklungsmöglichkeiten, wettbewerbsfähiger Vergütung und Teamdynamik.
- *Verbindungen:* Erforschen Sie, wie jedes zugehörige Problem die anderen beeinflusst und gemeinsam die Mitarbeiterbindung beeinflusst.
- *Erkenntnisse und Lösungen:* Empfehlen Sie Lösungen wie flexible Arbeitsarrangements, Mentoringprogramme, personalisierte Karriereentwicklungspläne und die Förderung einer kooperativen Teamkultur.



SZENARIO 3: DIVERSIFIKATION DER ERTRAGSSTRÖME FÜR EIN UNTERNEHMEN

- *Problem:* Ein Unternehmen, das sich auf einen einzigen Ertragsstrom konzentriert, möchte Diversifizierungsmöglichkeiten erkunden, um seine finanzielle Stabilität zu stärken.
- *Szenariendetails:* Das Unternehmen betreibt ein Boutique-Hotel und sucht nach Möglichkeiten, zusätzliche Einnahmen neben Zimmerbuchungen zu generieren.
- *Zentrales Problem (Dachproblem):* Identifizierung und Implementierung neuer Ertragsströme, um die Hotelbetriebe zu ergänzen.
- *Zugehörige Probleme:* Bewertung potenzieller Einnahmequellen, Sicherstellung der Ausrichtung mit der Markenidentität, effektives Ressourcenmanagement.
- *Verbindungen:* Untersuchen Sie, wie jeder neue Ertragsstrom vorhandene Ressourcen nutzen und das gesamte Gästeerlebnis verbessern könnte.
- *Erkenntnisse und Lösungen:* Schlagen Sie Lösungen vor, wie das Angebot von Veranstaltungsdienstleistungen, die Zusammenarbeit mit lokalen Handwerkern für einzigartige Einzelhandelsangebote und die Einführung exklusiver Erlebnispakete.



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

BRAINSTORMING FÜR KREATIVE LÖSUNGEN

In dieser Gruppensitzung werden Sie eine Gruppe von Mentees durch eine kreative Problemlösungs-Brainstorming-Aktivität leiten. Das Ziel besteht darin, innovative Ideen zu generieren, um ein bestimmtes Problem anzugehen.

VORBEREITUNG: Wählen Sie eine Problemstellung aus, die für die Interessen und Bedürfnisse der Gruppe relevant ist. Machen Sie sich mit den Brainstorming-Techniken vertraut, die Sie verwenden werden. Richten Sie den Raum (oder den digitalen Raum) so ein, dass jeder das Whiteboard oder den gemeinsam genutzten Bildschirm sehen kann.

1. **EINFÜHRUNG:** Begrüßen Sie die Mentees und erläutern Sie den Zweck der Sitzung: die Generierung kreativer Ideen zur Lösung eines bestimmten Problems. Stellen Sie kurz die Problemstellung vor und setzen Sie die Grundregeln für respektvolle und offene Beteiligung.
2. **WARM-UP AKTIVITÄT:** Beginnen Sie mit einer Aufwärmaktivität, um die kreativen Gedanken in Gang zu setzen, indem Sie der Gruppe eine unterhaltsame und nicht damit zusammenhängende Frage stellen und schnelle, imaginative Antworten fördern. Beispiel: "Wenn du eine Superkraft haben könntest, welche wäre es und wie würdest du sie nutzen, um ein reales Problem zu lösen?"
3. **IDEENGENERIERUNG:** Erklären Sie der Gruppe den Brainstorming-Prozess. Beginnen Sie mit der Vorstellung der "klassischen Brainstorming-Technik":
 - Stellen Sie einen Timer auf 5 Minuten und ermutigen Sie die Mentees, individuell so viele Ideen wie möglich zu der Problemstellung aufzuschreiben. Betonen Sie die Menge über die Qualität.
 - Nach 5 Minuten lassen Sie alle Mentee der Reihe nach ihre Ideen teilen, während Sie sie auf das Whiteboard schreiben.
4. **IDEENKOMBINIERUNG:** Einführung in die "Idee-Kombinationstechnik":
 - Überprüfen Sie die Liste der generierten Ideen auf dem Whiteboard.
 - Ermutigen Sie die Mentees, interessante Kombinationen oder Variationen der vorhandenen Ideen zu identifizieren.
 - Schreiben Sie diese neuen kombinierten Ideen auf und leiten Sie eine Diskussion über die potenziellen Stärken und Schwächen jeder kombinierten Idee.
5. **IDEENEVALUIERUNG UND AUSWAHL**
 - Erklären Sie die Bedeutung der Bewertung und Auswahl der vielversprechendsten Ideen. Fordern Sie die Mentees auf, die kombinierten Ideen, die sie am faszinierendsten finden, individuell zu markieren.
 - Diskutieren Sie als Gruppe, welche Ideen die meisten Markierungen erhalten haben und warum sie herausstechen.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Klebezettel und Stifte (oder digitale Werkzeuge für virtuelle Sitzungen); Timer
- Problemstellung (klar definiert und im Vorfeld der Sitzung mit den Mentees geteilt).

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

NETWORKING-ROLLENSPIELE

Simulieren Sie Networking-Szenarien, z.B. Konferenzen, gesellschaftliche Veranstaltungen oder Online-Networking-Plattformen. Lassen Sie die Mentees üben, Gespräche zu initiieren, sinnvolle Fragen zu stellen und Kontaktinformationen auszutauschen.

1. DIE RICHTIGE KULISSE

Entscheiden Sie zunächst, welche Art von Networking-Veranstaltung oder welches Szenario Sie simulieren möchten, z. B. eine Fachkonferenz, ein Branchentreffen oder ein geselliges Beisammensein.

2. ZUWEISUNG DER ROLLEN

Legen Sie fest, welche Rolle die Mentees übernehmen und wen die anderen Teilnehmenden oder Fachleute darstellen, mit denen die Mentees interagieren werden (z. B. Gruppen-Mentoring). Sie können auch die Rollen von bestimmten Personen übernehmen, mit denen die Mentees Kontakte knüpfen möchte (z. B. Arbeitgeber, Branchenexperten).

3. GESTALTEN VON UNTERHALTUNGEN

Erstellen Sie Muster für Gesprächsanfänge und Antworten, die für das gewählte Netzwerkszenario relevant sind. Dazu können Begrüßungen, Smalltalk-Themen und Fragen in Bezug auf die beruflichen Interessen des Mentees gehören.

4. EINLEITUNG VON GESPRÄCHEN

Beginnen Sie damit, dass die unterschiedlichen Mentees auf die anderen Teilnehmenden zugehen und ein Gespräch beginnen. Die Mentees können sich nacheinander mit dem jeweiligen Elevator Pitch vorstellen und dann Fragen stellen oder ein Gespräch über die vorbereiteten Themen führen.

5. VERSCHIEDENE SZENARIEN

Im weiteren Verlauf des Rollenspiels können Sie als Mentor:in die Mentees durch verschiedene Szenarien führen, die ihnen beim Networking begegnen könnten. Dazu kann der Umgang mit herausfordernden Fragen, das Navigieren in Gruppengesprächen oder das elegante Verlassen eines Gesprächs gehören, um andere zu treffen.

6. RÜCKMELDUNG UND COACHING

Geben Sie den Mentees nach jedem Rollenspiel konstruktives Feedback und Coaching. Weisen Sie diese auf Bereiche hin, in denen sie sich besonders hervorgetan haben, und machen Sie Vorschläge für Verbesserungen.

BEISPIEL

Szenario: Stellen Sie sich vor, eine der Mentees ist ein/e aufstrebende bildende Künstler:in, welche an einer Galerieeröffnung teilnimmt. Der/die Mentor:in schlüpft in die Rolle einer etablierten Kunstkuratorin oder Galeristin, und die anderen Teilnehmenden können auch in die Rollen anderer Künstler:in, Kunstinteressierter oder potenzieller Kund:innen schlüpfen.

Zielsetzung: Ziel der Übung ist es, den Mentees dabei zu helfen, die eigene Netzwerkfähigkeiten zu trainieren, sinnvolle Kontakte zu knüpfen und Gelegenheiten zu schaffen, eigene Kunstwerke zu präsentieren.

Schritte:

1. Vorstellung der einzelnen Mentees
2. Präsentation der Kunstwerke
3. Entgegennahme von Feedback
4. Networking mit Gleichgesinnten
5. Potenzielle Kund:innen/Sammler:in ansprechen
6. Rapport aufbauen
7. Austausch von Kontaktinformationen
8. Follow-Up-Plan

Zeit: 15-30 Minuten pro Szenario

Fokus: Effektives Netzwerken

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

GRUNDREGELN DES NETWORKINGS

Dieses Tool bietet wertvolle Einblicke in die Regeln für erfolgreiches Networking. Es kann Ihnen und Ihren Mentees helfen, ihre Networking-Fähigkeiten zu verbessern und sinnvolle Verbindungen herzustellen.

SCHNELLER ÜBERBLICK

Betrachten Sie dieses Tool als Leitfaden zur Verbesserung der Netzwerkfähigkeiten Ihrer Mentees und nicht als strikte Schritt-für-Schritt-Übung.

1. INFORMIEREN ÜBER DIE PERSON

Ermutigen Sie Ihre Mentees, sich für die Person, mit welchen diese ein Netzwerk aufbauen möchte, zu interessieren. Schlagen Sie ihnen vor, Zeit zu investieren, um mehr über die Person, ihre Interessen, Leistungen und Werte zu erfahren.

2. AUFBAU DER BEZIEHUNGEN

Fordern Sie Ihre Mentees auf, Beziehungen als einen Muskel zu betrachten, der mit der Benutzung wächst und stärker wird. Je mehr sie in den Aufbau sinnvoller Beziehungen investieren, Unterstützung anbieten und echtes Interesse an anderen zeigen, desto stärker wird ihr Netzwerk werden.

3. AUFBAU EINES NETZWERKES

Ermutigen Sie die Mentees, proaktiv Beziehungen aufzubauen, ohne einen unmittelbaren Nutzen zu erwarten. Indem Sie sich auf echte Verbindungen konzentrieren, können Ihre Mentees eine starke Grundlage schaffen, die sich in der Zukunft als unschätzbar erweisen wird.

4. AUSSUCHEN DER BESTEN NETZWERKPARTNER:INNEN


Raten Sie Ihren Mentees, darauf zu achten, wie sie die eigene Zeit einteilen und Prioritäten bei den Kontakten setzen. Nicht jede Person wird den gleichen Nutzen bringen, daher ist es wichtig, dass sie zwischen wertvollen und weniger produktiven Kontakten unterscheiden können.

5. DER BESTE SMALLTALK IST DAS VERMEIDEN VON SMALLTALK

Anstatt sich mit banalem oder uninteressantem Smalltalk die Zeit zu vertreiben, sollten Sie Ihre Mentees ermutigen, Ehrlichkeit und Offenheit im Umgang mit anderen zu bevorzugen.

WICHTIG: Die Zeit, die für die Nutzung dieses Instruments veranschlagt wird, hängt davon ab, ob Ihre Mentees alle Informationen erhalten. Im Anschluss an die Sitzung sind die Mentees dafür verantwortlich, sich selbständig mit Aktivitäten zu beschäftigen, wie z. B. Lesen, Anschauen, Lernen über verschiedene Personen, usw.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

"Never Eat Alone" von Keith Ferrazzi 

"How to Build a Powerful Network" von Keith Ferrazzi mit Lewis Howes 

Zeit: 15-20 Minuten

Fokus: Selbstwahrnehmung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

MAKING IT REAL

Mit diesem Tool können Sie Ihren Mentees beibringen, ein LinkedIn-Profil zu erstellen, denn es erleichtert die Vernetzung, den Aufbau von Glaubwürdigkeit, die Förderung der Marke, die Geschäftsentwicklung und den Zugang zu Branchenkenntnissen, was letztlich die Chancen auf Wachstum und Erfolg erhöht.

1. EINLEITUNG: Die meisten Menschen haben bereits ein Profil. Wenn Ihre Mentees noch keins haben, sollten Sie sie motivieren, eines zu erstellen.

2. PROFIL AKTUALISIEREN: Die Mentees sollten das eigene Profil überprüfen und herausfinden, was sie tun müssen, um es zu aktualisieren. Dazu können die Aktualisierung des aktuellen Fotos, das Hinzufügen des aktuellen Jobs und das Einholen von Empfehlungen gehören.

3. IDENTIFIZIERUNG: Führen Sie gemeinsam mit den Mentees ein Brainstorming durch, um die in der Branche gebräuchlichen Schlüsselwörter zu ermitteln und die Profile mit diesen zu ergänzen.

WEITERE SCHRITTE, DIE SIE IHREN MENTEEES VORSCHLAGEN KÖNNEN:

1. Titelbild und Überschrift:

- Wählen Sie ein aussagekräftiges Titelbild, das Ihre Marke oder Ihren Wirtschaftszweig repräsentiert.
- Verfassen Sie eine prägnante Überschrift, die Ihre Rolle, Ihr Fachwissen und Ihr Wert und Angebot hervorhebt.

2. Zusammenfassung:

- Verfassen Sie eine aussagekräftige Zusammenfassung, die Ihren Hintergrund, Ihre Leistungen, Ihre Fähigkeiten und Ihre Ambitionen umreißt.
- Heben Sie Ihre besonderen Verkaufsargumente hervor und beschreiben Sie, was Sie als Unternehmer:in auszeichnet.

3. Erfahrung:

- Fügen Sie Ihre gegenwärtigen und früheren Funktionen mit detaillierten Beschreibungen Ihrer Verantwortlichkeiten, Errungenschaften und Ihres Einflusses hinzu.
- Verwenden Sie Bulletpoints, um Ihre Leistungen leicht lesbar zu machen.

4. Ausbildung und Zertifizierungen: Führen Sie Ihren Bildungshintergrund auf, einschließlich der Abschlüsse und einschlägigen Zeugnisse.

5. Qualifikationen und Befähigungsnachweise: Wählen Sie Schlüsselqualifikationen aus, die Ihr Fachwissen widerspiegeln, und suchen Sie nach Bestätigungen von Kolleg:innen und Bekannten, um Ihre Fähigkeiten zu bestätigen.

6. Weiteres: Empfehlungen, Errungenschaften, Medien und Veröffentlichungen, Kontaktinformationen und URL-Anpassung.

Zeit: 20-30 Minuten

Fokus: Persönliche Markenbildung

Schwierigkeitsgrad: Einfach

NETWORKING-REFLEXION

Dieses Tool kann den Mentees bei der Reflexion der eigenen Networking-Erfahrungen anleiten und ihnen helfen, tiefere Einblicke in die eigenen Stärken, Wachstumsbereiche und Möglichkeiten zum Aufbau sinnvoller Verbindungen zu gewinnen.

KURZER ÜBERBLICK: Die Reflexion von Networking-Erfahrungen kann für die persönliche und berufliche Entwicklung sehr aufschlussreich sein, da sie zur Entwicklung einer Reihe wertvoller Fähigkeiten beitragen kann.

1. BEGINNEN MIT OFFENEN FRAGEN:

- Wenn Sie über Ihre jüngsten Networking-Erfahrungen nachdenken, welche Gespräche haben einen starken Eindruck hinterlassen?
- Wie bereiten Sie sich normalerweise auf Networking-Veranstaltungen vor?
- Anhand welcher Indikatoren können Sie den Fortschritt Ihrer Networking-Fähigkeiten überwachen?

2. AKTIVES ZUHÖREN

Hören Sie aktiv zu, wenn die Mentees von eigenen Erfahrungen berichtet, ohne zu unterbrechen. Zeigen Sie echtes Interesse an ihren Geschichten und stellen Sie Folgefragen, um bestimmte Aspekte zu vertiefen.

3. ERKUNDEN VON GELERNTEN LEKTIONEN

Leiten Sie die Mentees an, über die Fähigkeiten, die sie eingesetzt haben, die Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert waren, und die Ergebnisse ihrer Netzwerkinteraktionen. Ermutigen Sie sie, wertvolle Lektionen zu identifizieren, die sie gelernt haben. Sie können sie zum Beispiel fragen:

- Wenn Sie über Ihre Networking-Reise nachdenken, welche Herausforderungen können Sie aufzeigen?

4. IDENTIFIKATION VON STÄRKEN UND WACHSTUMSBEREICHEN

Helfen Sie den Mentees, eigene Stärken zu erkennen, die zu erfolgreichen Networking-Interaktionen beigetragen haben, und zeigen Sie ihnen Bereiche auf, in denen sie Verbesserungsmöglichkeiten sehen.

- Was können Sie konkret tun, um die Effektivität Ihres Networkings zu erhöhen?

5. ZIELFESTLEGUNG

Helfen Sie den Mentees auf der Grundlage der Reflexion bei der Festlegung spezifischer Netzwerkziele. Diese Ziele können sich auf die Verbesserung der Fähigkeiten, die Erweiterung des Netzwerks oder das Knüpfen sinnvoller Kontakte beziehen.

6. FEEDBACK

Bieten Sie das Feedback an, um die Bemühungen der Mentees um Selbstreflexion und Networking-Wachstum zu würdigen. Diese Ermutigung kann sie dazu motivieren, eigene Fähigkeiten weiter zu verbessern.

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Entwicklung einer Vernetzungsstrategie

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

STAKEHOLDER EGO-NETWORK

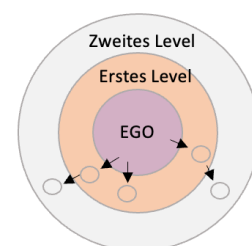
Dieses Tool hilft Ihnen und Ihren Mentees dabei, die Beziehungen zwischen den Interessengruppen eines transdisziplinären Projektteams herauszuarbeiten, um sie so effektiv und effizient wie möglich zu nutzen.

KURZER ÜBERBLICK: Das Ego-Netzwerk besteht aus einem zentralen Knoten (Ego = "Ich") und den mit ihm verbundenen Knoten (Kontaktpersonen).

1. **DEFINITION VON KNOTEN:** Definieren Sie mit Ihren Mentees den Begriff "Knoten" (Ego). Wie sollte der Punkt repräsentiert werden (als Einzelperson oder als Team)?
2. **ERSTES LEVEL:** Geben Sie die direkten Verbindungen zum zentralen Knoten Ihrer Mentees (Ego) in der ersten Ebene ein.
3. **ZWEITES LEVEL:** Für die zweite Ebene überlegen Sie, wen die Personen in der ersten Ebene kennen könnten. Dies könnte Ihren Mentees Zugang zu neuen Kenntnissen oder Informationen verschaffen. Dabei sollten Ihre Mentees soziale Netzwerke nutzen, wenn sie sich nicht sicher ist, wer ihre direkten Verbindungen sind.
4. **BEZIEHUNGEN:** Jetzt sollte Ihre Mentees Pfeile verwenden, um die Beziehungen zwischen den einzelnen Knoten in ihrem Netzwerk zu zeichnen. Die Richtung des Pfeils symbolisiert den Fluss von Informationen und Wissen. Je öfter ein Knoten über indirekte Verbindungen mit anderen Knoten verbunden ist, desto einfacher ist es für das Ego, diesen Knoten zu erreichen. Überlegen Sie, welche Knoten eine grenzüberschreitende Funktion haben.
5. **VERBINDUNGEN:** Darüber hinaus sollten Sie besprechen, welche Verbindungen als stark oder schwach betrachtet werden.
 - Mit welchen Verbindungen sollten die Mentees vorsichtig sein?
 - Welche Verbindungen haben bereits eine solide Vertrauensbasis?
6. **EINBEZIEHUNG VON VERÄNDERUNG:** Das Netzwerk verändert sich während des Projekts. Ihre Mentees sollte ihr Netzwerk anpassen, wenn neue Verbindungen entstehen oder bestehende Beziehungen verschwinden.
7. **RÜCKMELDUNG UND ANLEITUNG:** Wenn Ihre Mentees ihr Ego-Netzwerk mit verschiedenen Netzwerken verbinden möchte, können sie dem Verfahren im unten beschriebenen Papier folgen.

WEITERE INFORMATIONEN HIER:

Measuring ego-centered social networks on the web: Questionnaire design issues by Vehovar, Vasia, et al. (2008).



Zeit: 30-60 Minuten

Fokus: Networking

Schwierigkeitsgrad: Einfach

INTERKULTURELLE KOMMUNIKATIONSFÄHIGKEITEN

Dieses Tool behandelt einige wesentliche Wissensbereiche, um die interkulturelle Kommunikation zu verbessern.

1. STARTPUNKT

Der Wunsch nach interkultureller Kommunikation geht von der Ansicht aus, dass Kommunikation besser ist, wenn sie konstruktiv ist und nicht unter Missverständnissen und Störungen leidet.

"Wenn du mit einem Menschen in einer Sprache sprichst, die er versteht, geht das in seinen Kopf. Wenn du mit ihm in seiner Sprache sprichst, geht das in sein Herz." - Nelson Mandela

2. SCHLÜSSELBEREICHE

- Einige Kenntnisse über Kulturen, Geschichte und die allgemeine Lebensweise verschiedener Regionen.
- Die Anerkennung, dass diese Aspekte Verhaltensnormen beeinflussen.
- Ein Verständnis dafür, wie Kultur die Kommunikation und Sprache beeinflussen kann. Zum Beispiel wird oft gesagt, dass in den nordischen Ländern direkter gesprochen wird als bei englischen Muttersprachlern.
- Ein gewisses Verständnis für Konventionen wie Ansichten zur Rolle der Frauen.
- Bewusstsein für eigene und fremde Überzeugungen und Werte sowie die Bereitschaft anzuerkennen, wenn diese kollidieren können.
- Sensibilität gegenüber kulturellen Stereotypen, die die interkulturelle Kommunikation beeinflussen können.

3. FRAGEN

- Haben Sie jemals eine unangenehme Situation aufgrund kultureller Unterschiede erlebt?
- Wie ist es verlaufen?
- Erkennen Sie die Schlüsselbereiche?
- In welchen Bereichen möchten Sie sich weiterentwickeln?

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Interkulturelle Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

INTERKULTURELLE REALITÄT

Diese Übung hilft Ihren Mentees, einen tieferen Einblick in die interkulturelle Realität zu gewinnen.

1. ARBEITSGESPRÄCH

Sprechen Sie mit einer oder zwei Personen über kulturelle Probleme, die sie bei der Arbeit erleben. Wenn möglich, treffen Sie die Person am Arbeitsplatz und fragen Sie, ob Sie dort einige Zeit beobachten können.

2. VORBEREITUNG

Finden Sie jemanden in der Kreativbranche:

- Mindestens sieben Jahre älter oder jünger als Sie.
- Arbeiten Sie, die Sie sich nicht vorstellen können zu tun.
- Kulturell deutlich unterschiedlich von Ihnen.

3. INTERVIEW

Ihr Ziel ist es, sie zum Sprechen zu bringen. Hören Sie auf das, was gesagt wird, auf das, was vorgeschlagen wird, und auf das, was nicht gesagt wird. Versuchen Sie nicht, Ihre Meinung und Erfahrung einzubringen.

Beginnen Sie das Interview, indem Sie erklären, wer Sie sind und warum Sie sie interviewen. Bedanken Sie sich aufrichtig dafür, dass sie ihre Zeit und Gedanken teilen. Achten Sie während des Interviews darauf, ob die Person weitermachen möchte.

4. BEISPIEL INTERVIEW FRAGEN

- Welche Art von Arbeit machen Sie?
- Wie lange machen Sie das schon?
- Bei der Beobachtung: Können Sie zeigen, was Sie tun, und wie sieht Ihr Tag aus?
- Warum haben Sie sich für diese Arbeit entschieden?
- Welche Art von Person macht oft diese Art von Arbeit?
- Was mögen Sie an dieser Arbeit?
- Was ist schwierig an dieser Arbeit?
- Wie behandeln Sie das?
- Welche Rolle spielt es, ein (füllen Sie die Lücke mit einer charakteristischen kulturellen Kategorie, z. B. Mann, ältere Person, Afroamerikaner) in der Arbeit zu sein, die Sie tun?
- Hat diese Arbeit Ihre Sicht auf sich selbst und die Welt verändert?

Machen Sie einen Bericht über das Interview und teilen Sie ihn mit der Person.

WEITERE INFORMATIONEN HIER:

[Shireen Chua. "Exploring Cultural Intelligence". TED](#)



Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Kulturelles Verständnis

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

PRAKTISCHE KOMMUNIKATION TIPPS

Top zehn Tipps für effektive interkulturelle Kommunikation.

10 TIPPS


1. Beachten Sie die Etikette, z. B. wie man eine Person anspricht ('Frau', 'San')
2. Vermeiden Sie Slang
3. Sprechen Sie langsam
4. Halten Sie es einfach
5. Üben Sie aktives Zuhören
6. Wechseln Sie sich beim Sprechen ab
7. Schreiben Sie Dinge auf
8. Vermeiden Sie geschlossene Fragen
9. Seien Sie vorsichtig mit Humor
10. Seien Sie unterstützend


FRAGEN


- Was halten Sie von diesen Tipps?
- Können Sie damit beginnen oder machen Sie das bereits?
- Was könnten Sie verbessern?

"Wenn Sie reisen, denken Sie daran, dass ein fremdes Land nicht darauf ausgelegt ist, es Ihnen bequem zu machen. Es ist darauf ausgelegt, seinen eigenen Menschen Komfort zu bieten." - Clifton Fadiman


WEITERE INFORMATIONEN HIER:


Lera Boroditsky. "How language shapes the way we think". TEDWomen. 

Julian Treasure. "How to speak so that people want to listen". TEDGlobal 

Katherine Hampsten. "How miscommunication happens (and how to avoid it)". TED-Ed 

Communicating With Your Mentee 

What Is Effective Communication? Skills for Work, School, and Life 

8 Ways You Can Improve Your Communication Skills 

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

STRESS-TAGEBUCH-TOOL

Dieses Tool hilft dabei, Auslöser zu identifizieren und Selbstregulationsfähigkeiten zu verbessern. Es bietet einen strukturierten Ansatz, um Stressoren, Reaktionen und Verhaltensweisen zu verstehen.

1. BEGINN EINES STRESS-TAGEBUCHS

Beginnen Sie damit, Ihre Mentees dabei zu unterstützen, ein Stress-Tagebuch einzurichten. Dies kann ein physisches Notizbuch oder ein digitales Dokument sein, in dem sie ihre Gedanken, Gefühle und Reaktionen auf verschiedene Situationen, die Stress auslösen, festhalten. Während des Tages, immer wenn sie auf stressauslösende Situationen stoßen, bitten Sie sie, sich einen Moment Zeit zu nehmen, um dies in ihrem Stress-Tagebuch festzuhalten, indem sie spezifisch auf die Situation, die beteiligten Personen, ihre Emotionen und ihre Reaktionen eingehen.

2. ÜBERLEGEN ÜBER MUSTER

Bitten Sie Ihre Mentees, Auslöser für einige Tage oder Wochen aufzuzeichnen, und überprüfen Sie gemeinsam die Einträge im Stress-Tagebuch. Suchen Sie nach Mustern und Gemeinsamkeiten zwischen den Situationen, die Stress auslösen. Identifizieren Sie für jeden Auslöser, wie Ihre Mentees reagiert haben, und verstehen Sie gemeinsam, wo Selbstregulation erforderlich ist.

3. UNTERSUCHUNG

Gehen Sie tiefer darauf ein, warum bestimmte Situationen solche Reaktionen auslösen. Gibt es zugrunde liegende Ängste, Unsicherheiten oder vergangene Erfahrungen, die zu den Reaktionen Ihrer Mentees beitragen? Das Verständnis der Ursachen wird Ihnen helfen, sie zu befähigen, diese effektiv anzugehen.

4. ERSETZEN VON NEGATIVEM VERHALTEN

Nachdem Sie Auslöser und negative Reaktionen identifiziert haben, entwickeln Sie alternative, positivere Verhaltensweisen und Reaktionen. Wenn Ihre Mentees beispielsweise dazu neigen, bei hoher Arbeitsbelastung Kollegen anzuschnauzen, könnten Strategien wie kurze Pausen, Atemübungen oder höfliche Kommunikation des Bedürfnisses nach Raum in Betracht gezogen werden.

5. ÜBERWACHUNG IHRES WOHLBEFINDENS

Leiten Sie Ihre Mentees an, regelmäßig ihr Wohlbefinden und ihre Stresslevel anhand der Erkenntnisse aus ihrem Stress-Tagebuch zu bewerten.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

HERAUSFORDERUNG DER SELBSTDISZIPLIN

Selbstdisziplin durch eine Selbstkontrolle-Herausforderung zu üben, ist eine kraftvolle Möglichkeit, Ausdauer, Fokus und die Fähigkeit zur Hingabe an eigene Ziele zu fördern.

1. HERAUSFORDERUNGEN DEFINIEREN

- Beginnen Sie damit, Ihre Mentees dabei zu unterstützen, den Bereich in ihrer beruflichen Arbeit zu identifizieren, in dem sie ihre Selbstkontrolle verbessern möchten.
- Definieren Sie gemeinsam klar die Ziele für die Selbstkontroll-Herausforderung. Welches spezifische Verhalten oder Gewohnheit möchten sie entwickeln? Stellen Sie sicher, dass diese Ziele spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden (SMART) sind.

2. VERBINDLICHES FESTLEGEN EINES ZEITPLANS

- Entscheiden Sie über die Dauer der Selbstkontroll-Herausforderung. Es könnte eine Woche, ein Monat oder jeder Zeitrahmen sein, der ihren Zielen entspricht. Eine festgelegte Zeitspanne gibt Struktur und Motivation.
- Skizzieren Sie einen Aktionsplan für jeden Tag oder jede Woche der Herausforderung. Ein klarer Plan erleichtert es, auf Kurs zu bleiben.

3. ÜBERWACHUNG DES PROZESSES

- Verfolgen Sie regelmäßig den Fortschritt Ihrer Mentees während der Herausforderung. Bitten Sie Ihre Mentees, ein Tagebuch oder ein anderes digitales Tool zu verwenden, um ihre Bemühungen, Erfolge und etwaige Hindernisse zu dokumentieren.
- Erinnern Sie Ihre Mentees kontinuierlich an die langfristigen Vorteile und helfen Sie ihnen, das Endziel im Blick zu behalten.

4. AUFBAU VON MOMENTUM

- Leiten Sie Ihre Mentees an, den Schwung aus dem Abschluss einer Selbstkontroll-Herausforderung zu nutzen, um größere und komplexere Ziele anzugehen.

5. TEILEN VON ERFAHRUNGEN

- Fragen Sie Ihre Mentees, ob sie ihre Erfahrungen mit der Selbstkontroll-Herausforderung mit anderen teilen möchten, die davon profitieren könnten. Ihre Reise könnte andere inspirieren und motivieren, proaktive Schritte zur Selbstverbesserung zu unternehmen.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DIE DREI R'S DER GEWOHNHEITSÄNDERUNG

Reminder (Erinnerung), Routine, Reward (Belohnung).

1. IDENTIFIZIERUNG DER ERINNERUNG

Dieses Tool führt Mentor:innen und unterstützt Mentees durch den Prozess der Gewohnheitsänderung, wobei der Fokus auf den drei Rs liegt: Erinnerung, Routine und Belohnung. Der erste Schritt besteht darin, mit Ihren Mentees die Situationen oder Reize zu besprechen, die unerwünschtes Verhalten auslösen, insbesondere im Zusammenhang mit ihrer Fähigkeit, ihre Geschäft erfolgreich zu führen.

2. FESTLEGEN DER NEUEN ROUTINE

Nachdem Sie die Routine oder das Verhalten identifiziert haben, das Ihre Mentees ändern möchte, planen Sie gemeinsam im Voraus, um die alte Routine zu bekämpfen, und finden Sie eine Möglichkeit, Ihre Mentees bei der Entwicklung einer neuen Routine zu unterstützen, die mit ihren Zielen zur Selbstregulation in Einklang steht.

3. BESTIMMUNG DER BELOHNUNG


Verfolgen Sie regelmäßig den Fortschritt Ihrer Mentees und identifizieren Sie eine Belohnung, die mit der alten Routine verbunden ist. Durch die Umsetzung der drei Rs der Gewohnheitsänderung können Ihre Mentees ihre Selbstregulation verbessern und die Kontrolle über ihr Verhalten verstärken.


4. AUFBAU VON MOMENTUM

Indem Sie Mentees durch die drei Rs der Gewohnheitsänderung führen, ermöglichen Sie es ihnen, die Kontrolle über ihre Selbstregulation zu übernehmen und in den kreativen Branchen erfolgreich zu sein:

- Erinnerung: Ermächtigen Sie Mentees, Auslöser und Selbstzweifelsmuster zu erkennen.
- Routine: Arbeiten Sie gemeinsam an praktischen Strategien, die mit ihren Stärken und dem Aufbau von Selbstvertrauen in Einklang stehen.
- Belohnung: Ändern Sie ihre Perspektive hin zu bedeutungsvollen Belohnungen wie Verbindungen und Zusammenarbeit.

WEITERE INFORMATIONEN HIER:

["Trade bad habits for good ones"](#) by Harvard Health Publishing 

["Creating New Habits for Learning"](#) by Physiopedia 

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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



UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN



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

LERNEN DURCH DAS LESEN

Dieses Tool stellt drei wichtige Bücher vor, die weitere Einblicke in das Unternehmertum geben könnten.

1. „THE LEAN STARTUP“ – ERIC RIES

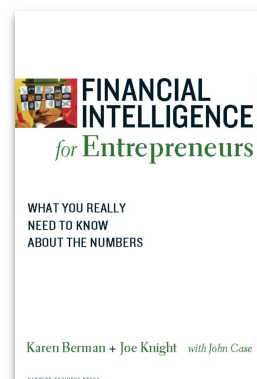
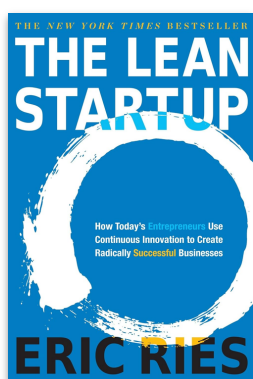
Der Lean-Startup-Ansatz fördert Unternehmen, die sowohl kapitaleffizienter als auch kreativer mit menschlichen Ressourcen umgehen. Inspiriert von Lehrenden aus dem Lean Manufacturing basiert er auf "validiertem Lernen", schnellen wissenschaftlichen Experimenten sowie mehreren gegenintuitiven Praktiken, die die Produktentwicklungszyklen verkürzen, tatsächlichen Fortschritt ohne Rückgriff auf Eitelkeitsmetriken messen und herausfinden, was Kund:innen wollen. Es ermöglicht einem Unternehmen, mit Agilität die Richtung zu ändern, Pläne Zoll für Zoll, Minute für Minute anzupassen. Diese Lektüre bietet Einblicke in den effizienten und effektiven Aufbau eines Startups.

2. "VENTURE DEALS" – BRAD FELD & JASON MENDELSON

"Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist" ist eine unverzichtbare Ressource für jede/n Unternehmer:in. Der Prozess der Risikokapitalvereinbarung ist komplex und wettbewerbsintensiv, aber mit diesem Buch als Leitfaden erfahren Sie, was erforderlich ist, um sich erfolgreich durch ihn hindurchzuarbeiten.

3. "FINANCIAL INTELLIGENCE FOR ENTREPRENEURS" – KAREN BERMAN & JOE KNIGHT

Dieses Buch handelt davon zu verstehen, was die Zahlen wirklich bedeuten. Es richtet sich an Unternehmer:innen und Unternehmensinhaber:innen, die genau verstehen müssen, was in ihrem Unternehmen aus finanzieller Sicht passiert. Es vermittelt das finanzielle Wissen, das Sie benötigen, um Ihr Unternehmen effektiver zu führen.



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Wissensaneignung

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

INVESTORENPRÄSENTATION

Ein Investor-Deck ist ein wichtiges Instrument für Unternehmer:innen und Start-ups, die nach Finanzierung suchen. Es handelt sich um eine prägnante, visuelle Präsentation, die Ihre Geschäftsidee, Ihren Wert und finanziellen Aussichten potenziellen Investoren vermittelt.

1. PROBLEMLÖSUNG

Definieren Sie klar das Problem, das Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung anspricht, und wie Ihre Lösung einzigartig ist.

2. MARKTCHANCE

Präsentieren Sie die Größe und das Wachstumspotenzial des Marktes, den Sie ansprechen. Verwenden Sie Daten und Marktforschung, um zu zeigen, dass es eine erhebliche Nachfrage nach Ihrem Angebot gibt.

3. BUSINESS MODELLE

Erklären Sie, wie Ihr Unternehmen Geld verdienen möchte. Beschreiben Sie Ihre Einnahmequellen, Ihre Preisstrategie und Ihren Ansatz zur Kundengewinnung. Investoren möchten die finanzielle Tragfähigkeit Ihres Unternehmens verstehen.

4. TRANSAKTIONEN UND MEILENSTEINE

Heben Sie bedeutende Leistungen, Meilensteine oder Erfolge hervor, die Ihr Unternehmen erreicht hat. Dazu können Nutzerwachstum, Umsatzzahlen, Partnerschaften oder Produktentwicklungsmeilensteine gehören.

5. TEAM

Stellen Sie Ihr Kernteam vor und betonen Sie dabei ihre relevanten Fähigkeiten und Erfahrungen. Investoren investieren oft genauso in Menschen wie in Ideen.

6. FINANZIELLE PROGNOSE

Geben Sie eine realistische finanzielle Prognose. Erklären Sie Ihre Differenzierungs- und Wettbewerbsstrategie.

7. VISUELLE DARSTELLUNGEN UND DESIGN

Gestalten Sie das Pitch-Deck visuell ansprechend und leicht verständlich. Verwenden Sie Grafiken, Diagramme und ein klares Design, um das Verständnis zu verbessern und das Interesse der Investoren aufrechtzuerhalten.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Scouting

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

BUSINESS MODEL CANVAS

Ein strategisches Management-Tool, das einen visuellen Rahmen für die Entwicklung, Beschreibung und Analyse des Geschäftsmodells eines Unternehmens oder Startups bietet.

1. IDENTIFIZIERUNG VON KUNDENSEGMENTEN

Bestimmen Sie, wer Ihre Zielkund:innen sind, und segmentieren Sie sie basierend auf ihren Bedürfnissen, Vorlieben und Verhaltensweisen. Verstehen Sie Ihr Publikum und deren spezifische Merkmale.

2. DEFINITION VON WERTVORSTELLUNGEN

Formulieren Sie deutlich den einzigartigen Wert, den Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für Ihre ausgewählten Kundensegmente bietet. Erklären Sie, wie Ihr Angebot ihre Probleme löst oder ihre Bedürfnisse erfüllt.

3. ABSTIMMUNG VON KERNAKTIVITÄTEN UND RESSOURCEN

Identifizieren Sie die wesentlichen Aktivitäten und Ressourcen, die erforderlich sind, um Ihre Wertversprechen umzusetzen. Dazu können Produktion, Marketing, Technologie, Partnerschaften und mehr gehören.

4. AUFBAU VON UMSATZSTRÖMEN


Skizzieren Sie, wie Ihr Unternehmen Geld verdienen wird. Geben Sie Ihre Preisstrategie, Einnahmequellen und Vertriebskanäle an. Berücksichtigen Sie verschiedene Monetarisierungsoptionen.

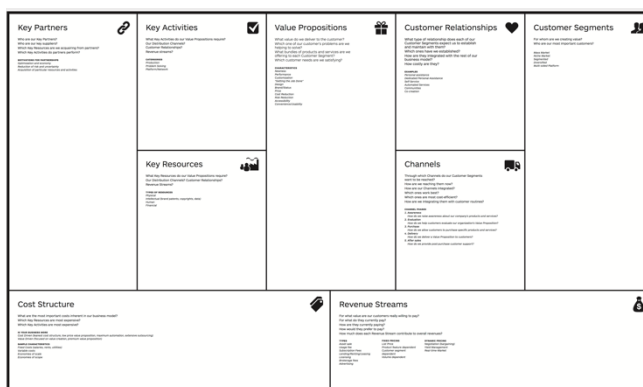
5. BESCHREIBUNG DER KUNDENBEZIEHUNG UND KANÄLE

Beschreiben Sie die Art der Beziehung, die Sie zu Ihren Kund:innen aufbauen. Identifizieren Sie die verschiedenen Möglichkeiten, wie Sie Ihr Wertversprechen an die Kund:innen weitergeben.

6. IDENTIFIZIERUNG WICHTIGER PARTNERSCHAFTEN UND KOSTENSTRUKTUR

Listen Sie wichtige Partner:innen oder Lieferant:innen auf, mit denen Sie effizient zusammenarbeiten müssen. Analysieren Sie auch Ihre Kostenstruktur, indem Sie die wichtigsten Kostenkomponenten identifizieren und verstehen, wie sie sich auf Ihr Geschäft auswirken.

Create Canvas 



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Analytische Fähigkeiten

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

PROJEKTVORSCHLAG

Ein strukturiertes Dokument, das verwendet wird, um Fördermittel, Stipendien oder andere Finanzierungsquellen zu beantragen. Es enthält in der Regel Informationen über Ihr Projekt oder Ihre Organisation und erklärt, warum es finanzielle Unterstützung verdient.

1. KOPFZEILE UND EINFÜHRUNG

Beginnen Sie mit einer Kopfzeile, die den Namen Ihrer Organisation, die Kontaktdaten und das Datum des Förderantrags enthält. Geben Sie eine prägnante Einleitung, die die Mission Ihrer Organisation erläutert und das Projekt, für das Sie Fördermittel beantragen, kurz vorstellt.

2. PROJEKT DETAILS


Skizzieren Sie die Ziele, Zielsetzungen und das spezifische Problem oder Bedürfnis, das das Projekt anspricht. Beschreiben Sie die Methodik, den Zeitplan und die erwarteten Ergebnisse des Projekts. Betonen Sie die Bedeutung und Relevanz Ihres Projekts für die Schwerpunktbereiche oder Prioritäten des Fördergeber:innen.

3. FINANZIELLE INFORMATION

Präsentieren Sie einen detaillierten Haushalt, der die Ausgaben aufschlüsselt, einschließlich Personalkosten, Materialien und anderer Kosten. Geben Sie den beantragten Förderbetrag an und wie er verwendet wird. Stellen Sie finanzielle Dokumente wie die Finanzberichte oder geprüfte Berichte der Organisation bereit, wenn erforderlich.

4. INFORMATIONEN ZUR MACHBARKEIT

Erklären Sie die potenziellen Auswirkungen Ihres Projekts auf die Gemeinschaft oder die Zielgruppe. Diskutieren Sie, wie Sie den Erfolg des Projekts messen und bewerten möchten. Gehen Sie auf die Nachhaltigkeit des Projekts ein, indem Sie darlegen, wie Sie über die Förderperiode hinaus Mittel oder Ressourcen sicherstellen möchten, um die langfristige Machbarkeit zu zeigen.

Template 



The template is divided into several sections:

- SECTION 1: PROJECT INFORMATION** (Top Left): Includes fields for Project Name, Date, and a table for Project Details.
- SECTION 2: PROJECT DESCRIPTION** (Top Right): Includes fields for Project Description, Objectives, and a table for Project Details.
- SECTION 3: FINANCIAL INFORMATION** (Bottom Left): Includes a table for Financial Information and a table for Project Details.
- SECTION 4: INFORMATION ON FEASIBILITY** (Bottom Right): Includes a table for Feasibility and a table for Project Details.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Vorschlag

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

FINANZPROGNOSE

Prognosen helfen Unternehmen, sich auf die Zukunft vorzubereiten, informierte Entscheidungen zu treffen und ihren finanziellen Ausblick gegenüber Stakeholdern wie Investor:innen, Kreditgeber:innen oder internem Management zu kommunizieren.

1. EINNAHMENPROGNOSEN

Schätzen Sie zukünftige Verkäufe und Einnahmequellen basierend auf historischen Daten, Marktforschung und Wachstumserwartungen ab. Geben Sie Details zu Produkt- oder Dienstleistungspreisen, Verkaufsvolumen und allen Faktoren, die sich auf die Einnahmen auswirken können.

2. AUSGABEPROGNOSEN

Prognostizieren Sie die Betriebsausgaben Ihres Unternehmens, einschließlich Kosten für Personal, Materialien, Marketing, Miete und Versorgungsunternehmen. Berücksichtigen Sie variable und fixe Ausgaben sowie eventuelle erwartete Veränderungen.


3. GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG


Erstellen Sie eine Gewinn- und Verlustrechnung, die Ihren prognostizierten Nettogewinn für einen bestimmten Zeitraum in der Zukunft berechnet, indem Sie die prognostizierten Ausgaben von den prognostizierten Einnahmen abziehen. Dies bietet ein klares Bild Ihrer erwarteten Rentabilität, Kostenstruktur und insgesamt finanziellen Gesundheit.

4. LIQUIDITÄTSPROGNOSTEN

Erstellen Sie Liquiditätsprognosen, um den Zeitpunkt der Ein- und Ausgänge von Bargeld zu überwachen. Stellen Sie sicher, dass Sie ausreichend Bargeld zur Verfügung haben, um Ausgaben zu decken, Schulden zurückzuzahlen und das Wachstum des Unternehmens zu unterstützen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[“Forecasting with confidence” by KPMG](#) 

[“What is a profit and loss statement?” by Hubspot](#) 

WICHTIG: Achten Sie darauf, wie Sie einen bestimmten Zeitraum wählen!

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Planung

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

DEFINITION DER HAUPTMERKMALE IHRER KUND:INNEN

Diese Sitzung über 'Grundlagen der Netnographie' für Unternehmer:innen wird darauf hinweisen, wie man soziale Medien nutzen kann, um das Publikum der Mentees zu verstehen. Ziel dieser Übung ist es, die Mentees dazu zu ermutigen, kritisch über die Merkmale und Vorlieben ihrer Zielgruppe nachzudenken.

1. EINFÜHRUNG

- Sie können mit 1-4 Mentees gleichzeitig an diesem Tool arbeiten.
- Das Ziel ist es, den Mentees zu helfen, ihre Zielverbraucher besser zu verstehen, indem sie das Online-Verhalten erkunden.
- Sie werden die Mentees durch den Prozess führen, der die Auswahl von Personen beinhaltet, die ihre ideale Zielgruppe repräsentieren. Diese Personen können aus den persönlichen Kreisen der Mentees stammen (Freunde, Bekannte, Familie) oder aus ihren früheren oder aktuellen Markenverbindungen.

2. AUFGABENSCHRITTE

- Beginnen Sie damit, die Mentees anzuweisen, drei Personen auszuwählen, die ihrer Zielgruppe sehr ähnlich sind.
- Für jede ausgewählte Person müssen die Mentees erklären, warum sie glauben, dass diese Personen die besten Vertreter ihrer Zielgruppe sind.
- Die Mentees verbringen dann etwa 10 Minuten damit, die Social-Media-Profile dieser ausgewählten Personen zu untersuchen. Das Ziel besteht darin, Persönlichkeitsmerkmale durch ihre Online-Präsenz zu identifizieren. Sie sollten Notizen zu allen Persönlichkeitsmerkmalen machen, die sie beobachten oder als bedeutend erachten.
- Nach jedem 10-12-minütigen Zeitraum können Sie die Mentees dazu auffordern, zum zweiten und dann zum dritten Verbraucher:innen zu wechseln. Diese Rotation ist wichtig, um nicht zu viel Zeit für die Recherche zu verwenden.
- Nachdem Informationen für alle drei Verbraucher:innen gesammelt wurden, leiten Sie die Mentees an, 15-20 Minuten damit zu verbringen, gemeinsame und einzigartige Merkmale zwischen den ausgewählten Personen zu analysieren. Der Fokus liegt darauf, geteilte Merkmale zu identifizieren und herauszufinden, was jeden Verbraucher:innen auszeichnet.
- Die Mentees erstellen eine Liste von Persönlichkeitsmerkmalen auf der Grundlage ihrer Ergebnisse. Aus dieser Liste sollten sie Merkmale auswählen, von denen sie glauben, dass sie mit den Werten ihrer Marke oder dem gewünschten Markenbild für die Zukunft übereinstimmen.
- Anschließend findet eine 25-30-minütige Diskussion statt. Jeder Mentee hat 5 Minuten Zeit, um seine endgültige Liste zu präsentieren und eventuelle bemerkenswerte Beobachtungen aus der Aktivität zu teilen.

REMINDER:

Durch die Analyse von Online-Verhalten und Persönlichkeitsmerkmalen können sie wertvolle Einblicke in die Zielgruppe gewinnen, die sich mit ihrer Marke identifiziert oder die sie anziehen möchte.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Planung

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel

MARKENUNTERSCHIEDUNGSMATRIX

Die Zielsetzung dieses Werkzeugs besteht darin, Ihren Mentees zu helfen, ein klareres Verständnis für die Position und Stärken ihrer Marke im Markt zu entwickeln.

1. **EINFÜHRUNG:** Beginnen Sie die Sitzung, indem Sie den Wert betonen, Einblicke in die Wettbewerbslandschaft ihrer Marke zu gewinnen.
2. **IDENTIFIKATION VON PRODUKTEN/DIENSTLEISTUNGEN UND WETTBEWERBERN:** Bitten Sie Ihre Mentees darum, ihre drei relevantesten Produkte oder Dienstleistungen aufzulisten. Diese sollten die Kernangebote sein, die die Wertschöpfung des Unternehmens definieren. Lassen Sie Ihre Mentees zwei Hauptkonkurrenten identifizieren, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Diese Konkurrenten sollten diejenigen sein, mit denen Ihre Mentees regelmäßig auf dem Markt konkurrieren.
3. **MARKENUNTERSCHIEDUNG:** Erklären Sie das Konzept der Matrix: Ein Tisch mit drei Zeilen, die die Produkte/Dienstleistungen Ihrer Mentees repräsentieren, und drei Spalten mit den Beschriftungen "Konkurrent A", "Konkurrent B" und "Ihre Marke". Weisen Sie Ihre Mentees an, die Matrixstruktur in physischer oder digitaler Form zu erstellen. Diese Matrix dient als visuelles Instrument zum Vergleich der Angebote mit denen der Konkurrenz.
4. **DIE PRÄFERENZEN DER VERBRAUCHER VERSTEHEN:** Leiten Sie Ihre Mentees durch die Analyse, warum ein/e Verbraucher:in sich möglicherweise für Konkurrent:in A, Konkurrent:in B oder die eigene Marke für jedes der drei Produkte oder Dienstleistungen entscheiden könnte. Ermutigen Sie Ihre Mentees, Faktoren wie Preisgestaltung, Funktionen, Qualität, Kundenservice, Ruf und andere relevante Aspekte zu erkunden, die die Entscheidungen der Verbraucher:in beeinflussen. Füllen Sie die Matrix gemeinsam aus, besprechen Sie die Gründe und notieren Sie sie in jeder entsprechenden Zelle.
5. **MARKENUNTERSCHIEDUNGSMERKMALE:** Mit der abgeschlossenen Matrix verlagern Sie Ihren Fokus auf die Zellen, die sich auf die Marke Ihrer Mentees beziehen. Helfen Sie ihnen dabei, Muster und Trends in den Stärken und Alleinstellungsmerkmalen ihrer Marke im Vergleich zu Mitbewerbern zu identifizieren. Fordern Sie Ihre Mentees auf sich zu überlegen, welche Aspekte ihre Marke herausstechen lassen und einen Wettbewerbsvorteil bieten. Besprechen Sie, wie diese Vorteile zur Gesamtwertproposition der Marke beitragen. Gehen Sie auf mögliche Lücken oder Bereiche ein, in denen die Marke Ihrer Mentees verbessert werden könnte, um ihre Attraktivität für Verbraucher zu steigern.
6. **MARKENWAHRNEHMUNG:** Fassen Sie die Erkenntnisse aus der gesamten Matrix zusammen. Diese Zusammenfassung bietet einen umfassenden Überblick über die Wahrnehmung der Marke Ihrer Mentees auf dem Markt im Vergleich zu Mitbewerber:innen. Erarbeiten Sie gemeinsam die wichtigsten Handlungspunkte, um die Alleinstellungsmerkmale der Marke zu nutzen und sie mit den strategischen Zielen der Marke in Einklang zu bringen.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Kundenorientierung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DIE FESTLEGUNG EINER VISION FÜR DIE ZUKUNFT IHRER MARKE

Diese innovative Übung wurde entwickelt, um Ihrer Gruppe von Mentees dabei zu helfen, eine strategische Visualisierung der Zukunft ihrer Marken zu erstellen und ein klares Verständnis für ihre gewünschte Marktpositionierung zu entwickeln.

1. **EINFÜHRUNG UND SET UP:** Führen Sie das Konzept ein, indem Sie betonen, dass diese Übung Ihre Mentees dazu ermutigt, sich eine zukünftige Situation vorzustellen, in der ihre Marke erhebliche Anerkennung und Erfolg erlangt. Erläutern Sie, dass alle Mentees eine Meldung erstellen wird, die ein besonderes Ereignis oder einen Meilenstein im Zusammenhang mit dem Wachstum und den Erfolgen ihrer Marke hervorhebt.
2. **VORSTELLUNG DER EILMELDUNG:** Fordern Sie Ihre Mentees auf, sich eine zukünftige Situation vorzustellen, sagen wir, in fünf Jahren. Weisen Sie sie an, sich ihre Marke als gut etablierte Größe in ihrer Branche vorzustellen. Ermutigen Sie die Mentees, sich ein Nachrichtenmedium (z. B. Nachrichtenartikel, Social-Media-Beitrag, Pressemitteilung) vorzustellen, das eine Schlagzeile über den Erfolg ihrer Marke präsentiert. Fordern Sie sie auf, über die Hauptmerkmale und Erfolge nachzudenken, die in dieser Nachricht hervorgehoben würden.
3. **ERSTELLEN DER EILMELDUNG:** In Zweiergruppen sollen die Mentees ihre vorgestellte Eilmeldung besprechen und formulieren. Welches bahnbrechende Ereignis oder welche Leistung wird dargestellt? Welche spezifischen Eigenschaften, Erfolge oder Innovationen werden hervorgehoben? Ermutigen Sie Kreativität und Innovation bei der Formulierung der Eilmeldungs-Schlagzeilen.
4. **TEILEN UND REFLEKTIEREN:** Laden Sie alle Mentees ein, ihre erstellte Eilmeldung mit der gesamten Gruppe zu teilen, um einen dynamischen Ideenaustausch zu fördern und sie zu ermutigen, voneinander zu lernen. Nach jeder Präsentation führen Sie eine kurze Diskussion über die Stärken und einzigartigen Merkmale durch, die in der Eilmeldung hervorgehoben wurden. Ermutigen Sie die Mentees, näher darauf einzugehen, warum diese Eigenschaften für den zukünftigen Erfolg ihrer Marke entscheidend sind.
5. **STRATEGISCHE WEGE:** Lesen Sie eine Diskussion über die strategischen Wege und Maßnahmen, die ergriffen werden müssen, um die vorgestellte Eilmeldung in die Realität umzusetzen, einschließlich der Schritte, die erforderlich sind, um die hervorgehobenen Erfolge zu erreichen. Leiten Sie die Mentees an, wesentliche Meilensteine, Ziele und Strategien zu identifizieren, um ihre zukünftigen Visionen mit praktischen und umsetzbaren Plänen in Einklang zu bringen.
6. **DER KERN DER EILMELDUNG:** Ermutigen Sie die Mentees, ihre vorgestellte Eilmeldung als Inspirationsquelle und Erinnerung an ihre langfristigen Ziele zu behalten. Schließen Sie die Sitzung ab, indem Sie die Mentees dazu ermutigen, über die Übung nachzudenken. Welche Erkenntnisse haben sie über das Potenzial ihrer Marke gewonnen? Wie hat die Übung ihr strategisches Denken gefördert?"

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Strategische Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

DIE ESSENZ IHRER MARKE GESTALTEN

Das Ziel dieses Instruments besteht darin, die Kernidentität und Werte der Marke zu erfassen und sie in eine prägnante und wirkungsvolle Markenessenz-Aussage zu transformieren.

1. **EINFÜHRUNG UND KONTEXT SCHAFFEN:** Beginnen Sie damit, die Markenessenz-Aussage zu erklären. Betonen Sie, dass sie die grundlegende Natur der Marke einfängt und als Grundlage für alle markenbezogenen Entscheidungen dient. Teilen Sie Beispiele von bekannten Markenessenz-Aussagen, um Kontext zu geben und Ihre Mentees zu inspirieren.
2. **ERKUNDUNG UND REFLEXION:** Bitten Sie Ihre Mentee darum, über die Mission, Werte, Vision, Zielgruppe und Alleinstellungsmerkmale ihrer Marke nachzudenken. Ermutigen Sie sie, darüber nachzudenken, was ihre Marke auf dem Markt einzigartig macht. Führen Sie Ihre Mentees durch eine Diskussion über die Persönlichkeitsmerkmale, Stimme und den Gesamtcharakter ihrer Marke. Ermutigen Sie sie, darüber nachzudenken, wie sie möchten, dass ihre Marke von Kund:innen wahrgenommen wird.
3. **HAUPTTHEMEN UND EIGENSCHAFTEN:** Helfen Sie Ihren Mentees dabei, 3-4 Hauptthemen oder Eigenschaften zu identifizieren, die die Essenz ihrer Marke definieren. Dies sollten Qualitäten sein, die die Kernidentität der Marke einfangen und mit ihrer Zielgruppe in Resonanz stehen. Ermutigen Sie Ihre Mentees dazu, Adjektive, Werte und Emotionen zu verwenden, um jedes ausgewählte Thema oder Attribut zu beschreiben. Diese Beschreibungen werden eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung der Essenzaussage spielen.
4. **MARKESENSSENZ-AUSSAGE:** Mit den identifizierten Themen oder Eigenschaften im Hinterkopf, führen Sie Ihre Mentees dabei, eine prägnante und wirkungsvolle Markenessenz-Aussage zu formulieren. Diese Aussage sollte den Geist und die Seele der Marke in nur wenigen Sätzen einfangen. *"Schlagen Sie vor, dass die Aussage einem Format folgt wie 'Wir sind [Adjektiv], [Adjektiv] und [Adjektiv], bieten [Wertversprechen] für [Zielgruppe] durch [einzigartigen Ansatz/Eigenschaft].'"*
5. **FEINABSTIMMUNG DER AUSSAGE:** Arbeiten Sie mit Ihren Mentee zusammen, um die Markenessenz-Aussage zu verfeinern. Besprechen Sie Wortwahl, Klarheit und die Übereinstimmung mit der Identität der Marke. Ermutigen Sie Ihre Mentees dazu, die Aussage zu prüfen, indem sie sich fragen, ob sie wirklich mit den Kernwerten und Zielen ihrer Marke in Resonanz steht.
6. **DISKUSSION ÜBER DIE AUSSAGE:** Lassen Sie Ihre Mentees ihre Markenessenz-Aussage mit Ihnen teilen. Hören Sie aufmerksam zu und geben Sie konstruktives Feedback, um sicherzustellen, dass die Aussage die Essenz der Marke genau widerspiegelt. Führen Sie eine Diskussion darüber, wie die Aussage mit der Vision und den Zielen der Marke in Einklang steht. Gehen Sie auf eventuelle Fragen oder Bedenken ein. Arbeiten Sie gemeinsam daran, die Markenessenz-Aussage abzuschließen.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Strategische Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel - schwer



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

MARKENMANIFEST

In dieser Sitzung werden Ihre Mentees ein Manifest verfassen, um zu definieren, wofür ihre Marke steht. Ein Markenmanifest ist eine Erklärung, die die Kernwerte, Überzeugungen und Bestrebungen der Marke auf eine Weise zusammenfasst, die tief mit dem Publikum in Resonanz steht.

1. **EINLEITUNG UND ZWECK:** Beginnen Sie die Sitzung, indem Sie das Konzept und den Zweck eines Markenmanifests erklären. Teilen Sie Beispiele beeindruckender Markenmanifeste, um Kontext und Inspiration zu bieten.
2. **DEFINITION DES MARKENWERTS:** Beginnen Sie damit, die Identität der Marke, ihre Werte, Mission und Alleinstellungsmerkmale zu besprechen. Ermutigen Sie Ihre Mentees, darüber nachzudenken, was ihre Marke besonders macht und warum dies für ihre Zielgruppe relevant ist. Leiten Sie Ihre Mentees durch ein Gespräch über die emotionale Verbindung, die sie mit ihrem Publikum herstellen möchten.
3. **DAS MARKENMANIFEST:** Erklären Sie, dass das Markenmanifest ein längeres Stück Inhalt ist, in der Regel ein Absatz. Es sollte emotional aufgeladen, authentisch und lebhaft beschreibend sein. Ermutigen Sie Ihre Mentees, frei und ausdrucksstark zu schreiben, sich darauf zu konzentrieren, wofür die Marke steht, woran sie glauben und welchen Einfluss sie anstreben.
4. **IDENTIFIKATION DER HAUPTTHEMEN:** Bitten Sie Ihre Mentees darum, Schlüsselthemen zu identifizieren, die sie im Markenmanifest vermitteln möchten. Diese könnten Werte, Mission, Vision, Zweck und die gewünschte emotionale Reaktion des Publikums umfassen. Unterstützen Sie Ihre Mentees dabei, eine Struktur für das Manifest zu skizzieren, die diese Schlüsselthemen hervorhebt.
5. **INHALTSGESTALTUNG:** Arbeiten Sie mit Ihren Mentees zusammen, um das Markenmanifest zu entwerfen. Ermutigen Sie sie, bildhafte Sprache, lebendige Bilder und emotionale Ansprache zu verwenden, um die/den Leser:in zu engagieren. Besprechen Sie die Bedeutung, das Manifest prägnant zu halten, während seine emotionale Kraft erhalten bleibt.
6. **BEARBEITUNG UND VERFEINERUNG:** Überprüfen Sie den Entwurf gemeinsam mit Ihren Mentees und geben Sie Feedback zur Klarheit, emotionalen Resonanz und Ausrichtung mit der Identität der Marke. Leiten Sie Ihre Mentees durch den Prozess der Verfeinerung des Manifests, um sicherzustellen, dass jedes Wort zu seiner Wirkung beiträgt.
7. **NOCHMALS DURCHGEHEN UND VERFEINERN:** Ermutigen Sie Ihre Mentees dazu, einen Schritt zurückzutreten und das Manifest mit frischem Blick zu überdenken. Fängt es die beabsichtigte Essenz und Emotion ein? Arbeiten Sie gemeinsam daran, das Manifest zu verfeinern, um seine Authentizität und Wirksamkeit sicherzustellen.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Strategische Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

BRANCHENANALYSE

Durch diese gemeinsame Übung zur Branchenanalyse können Sie und Ihre Mentees tief in das Verständnis der Branche eintauchen und strategische Ziele setzen, um ihre berufliche Reise effektiv zu gestalten.

1. EINFÜHRUNG IN DAS KONZEPT DER BRANCHENANALYSE

Erklären Sie Ihren Mentees das Konzept der Branchenanalyse und seine Bedeutung für das Verständnis der Branchenlandschaft und der beruflichen Laufbahn. Nutzen Sie gemeinsam eine Mural-Tafel als Werkzeug, um ihre Branchen- und Karriereverbindungen visuell darzustellen.

2. VORBEREITUNG DER MATERIALIEN

Weisen Sie Ihren Mentee an, sich selbst in die Mitte der Karte zu zeichnen, um ihre aktuelle Position in der Branche darzustellen. Leiten Sie sie an, ihre Rolle als Hauptakteure, Organisationen und Stakeholder in ihrem Sektor zu visualisieren. Helfen Sie ihnen dabei, eine visuelle Darstellung davon zu entwerfen, wie die Branche funktioniert, unter Berücksichtigung der Beziehungen und Dynamiken zwischen verschiedenen Akteuren.

3. IDENTIFIZIERUNG VON KOMPETENZLÜCKEN

Leiten Sie Ihre Mentees an, ihre beruflichen Ambitionen innerhalb der Branche zu skizzieren. Ermutigen Sie Ihre Mentees dazu, über ihre vorhandenen Fähigkeiten-Set nachzudenken und zu bewerten, ob sie die notwendigen Fähigkeiten besitzen, um in ihrer aktuellen Position herausragende Leistungen zu erbringen und ihre Ziele zu erreichen. Bitten Sie sie, zu teilen, wie sie Verbindungen zu ihren Kontakten aufgebaut haben, und besprechen Sie potenzielle Kontakte, die sie weiterentwickeln müssen.

4. IDENTIFIKATION VON MÖGLICHKEITEN ZUR NETZWERKERWEITERUNG

Führen Sie mit Ihren Mentees ein Gespräch über die Lücken in ihrem Netzwerk und wie sie neue Kontakte knüpfen können. Ermutigen Sie sie, Strategien zu entwickeln, um ihr Netzwerk zu erweitern und Verbindungen zu relevanten Branchenexpert:innen und Gleichgesinnten herzustellen.

5. REFLEXION UND SETZEN VON ZIELEN

Leiten Sie eine reflektierende Diskussion mit Ihren Mentees über die Erkenntnisse aus der Branchenanalyse. Unterstützen Sie sie dabei, konkrete Ziele für die Entwicklung von Fähigkeiten, die Erweiterung ihres Netzwerks und die berufliche Weiterentwicklung auf der Grundlage ihrer visuellen Darstellung zu setzen.

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Verständnis von Branchennetzwerken

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

ZEITAUSWERTUNG

Dieses Instrument hilft den Mentees zu erkennen, wofür sie die eigene Zeit aufwenden, und ermöglicht es ihnen, die erforderliche Zeit für die Entwicklung zu finden.

KURZER ÜBERBLICK

Die Reflexion von Networking-Erfahrungen kann für die persönliche und berufliche Entwicklung sehr aufschlussreich sein, da sie zur Entwicklung einer Reihe wertvoller Fähigkeiten beitragen kann.

1. ERSTELLEN EINER LISTE, DIE ALLE ASPEKTE DES AKTUELLEN LEBENS UMFASST

Bitten Sie die Mentees, die verschiedenen Aspekte des Lebens zu notieren, denen sie täglich Zeit widmen. Diese Bereiche können Kategorien wie Beruf, Freizeit, Haushalt, körperliche Aktivität, Selbstentfaltung und mehr umfassen. Achten Sie darauf, insgesamt 4-6 Hauptbereiche zu identifizieren, aber es ist auch wichtig, Unterkategorien einzubeziehen.

2. BESTIMMEN ANZAHL DER STUNDEN FÜR JEDEN BEREICH

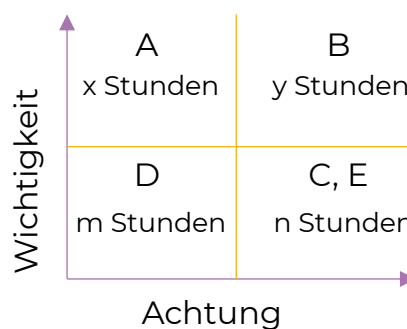
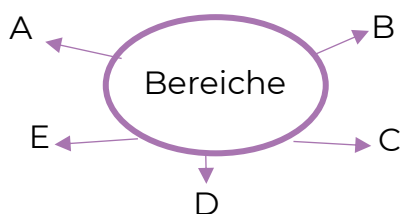
Denken Sie bei Ihren Berechnungen daran, dass eine Woche 168 Stunden umfasst; es ist jedoch wichtig, etwa 7-8 Stunden Schlaf pro Tag, Zeit für Mahlzeiten, Körperpflege und andere Routinetätigkeiten zu berücksichtigen.

3. SCHAFFEN VON BEWUSSTSEIN FÜR DIE VERFÜGBARE ZEIT

Helfen Sie den Mentees, mit Hilfe eines Rechners die Anzahl der Stunden zu ermitteln, die ihnen pro Woche zur Verfügung stehen. Dann können sie diese Zeit einteilen und mit ihren spezifischen Zielen in Einklang bringen.

4. ZEITZERLEGUNG

Sie können mit den Mentees das 4-Quadrant-Modell anwenden, um zu erkennen und zu unterscheiden, was unter den aktuellen Umständen wichtiger ist und was sofortige Aufmerksamkeit erfordert.



Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Selbstwahrnehmung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

REVERSE-ENGINEERING ZIELE

Diese Übung hilft Ihnen und Ihren Mentees, einen strukturierten und umsetzbaren Plan zu erstellen, um die langfristigen Ziele der Mentees zu erreichen.

1. KLÄRUNG DER LANGFRISTIGE ZIELE

Erörtern Sie zunächst die langfristigen Wünsche und Ziele der Mentees. Helfen Sie ihnen, konkrete und sinnvolle Ziele zu definieren, die sie in der Zukunft erreichen möchte.

2. AUFTEILUNG DER ZIELE IN ETAPPENZIELE

Arbeiten Sie mit den Mentees daran, die langfristigen Ziele in kleinere, erreichbare Etappenziele aufzuteilen. Diese Meilensteine sollten progressive Schritte sein, die zur Erreichung des größeren Ziels führen.

3. FESTLEGUNG KURZFRISTIGER ZIELE

Ermutigen Sie die Mentees, kurzfristige Ziele oder Aufgaben festzulegen, die zum Erreichen jedes Meilensteins beitragen. Diese Ziele sollten umsetzbar, messbar und realisierbar sein.

4. FESTLEGUNG DER ZEITVORGABEN

Unterstützen Sie die Mentees bei der Festlegung realistischer Fristen für jede kurzfristige Aufgabe. Durch die Festlegung genau definierter Fristen erhalten die Mentees eine klare Vorstellung davon, wie sie die ihre Zeit effektiv einteilen können, um ihre Ziele zu erreichen.

5. BESTIMMUNG DER NOTWENDIGEN RESSOURCEN

Besprechen Sie die Ressourcen (z. B. Fähigkeiten, Wissen, Unterstützung), die zur Erreichung der einzelnen kurzfristigen Ziele erforderlich sind. Ermitteln Sie mögliche Herausforderungen und wie diese bewältigt werden können.

6. ENTWICKLUNG DER AKTIONSPLÄNE

Erstellen Sie gemeinsam mit den Mentees Aktionspläne für jedes kurzfristige Ziel. Diese Pläne sollten die Schritte skizzieren, die erforderlich sind, um die Aufgaben erfolgreich zu bewältigen.

7. SETZUNG VON PRIORITÄTEN UND DER REIHENFOLGE

Helfen Sie den Mentees, ihre kurzfristigen Ziele nach Prioritäten zu ordnen und sie in eine logische Reihenfolge zu bringen. Dadurch wird sichergestellt, dass sie auf strukturierte und effiziente Weise vorankommen.

8. ÜBERWACHUNG DER FORTSCHRITTE

Ermutigen Sie die Mentees, ihre Fortschritte regelmäßig zu überwachen. Unterstützen Sie SIE dabei und geben Sie ihnen Feedback, wenn diese auf ihre Ziele hinarbeiten.

WICHTIG: Erinnern Sie die Mentee daran, dass das Setzen von Zielen ein fortlaufender Prozess ist. Ermutigen Sie sie, die eigenen Ziele zu überprüfen und anzupassen, wenn sich die Umstände ändern und sich neue Möglichkeiten ergeben.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Selbstwahrnehmung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

PRIORISIERUNGSMATRIX

Dieses einfache, aber wirksame Instrument hilft Ihnen, den Mentee anzuleiten, seine Aufgaben nach Dringlichkeit und Wichtigkeit zu kategorisieren, und verbessert so seine Fähigkeit, seine Zeit und seine Prioritäten effektiv zu verwalten.

1. ZEICHNE DIE QUADRANTEN

Zeichnen Sie eine 2x2-Matrix auf ein Blatt Papier oder erstellen Sie eine digitale Version. Beschriften Sie diese wie folgt:

- **Quadrant 1:** Dringend und wichtig
- **Quadrant 2:** Wichtig, aber nicht dringlich
- **Quadrant 3:** Dringend, aber nicht wichtig
- **Quadrant 4:** Weder dringlich noch wichtig

2. IDENTIFIZIERUNG DER AUFGABEN

Ermutigen Sie die Mentee, alle Aufgaben und Aktivitäten, die sie erledigen muss, auf Haftnotizen, einem Notizblock oder einer digitalen Liste zu notieren.

3. KATEGORISIERUNG DER AUFGABEN

Q1: Dringend und wichtig

Aufgaben in Q1 erfordern sofortige Aufmerksamkeit und sollten so schnell wie möglich erledigt werden. Sie sind oft kritisch und haben direkte Auswirkungen auf Ihre Ziele oder Ihr Wohlbefinden.

Q2: Wichtig, aber nicht dringlich

Diese Aufgaben sind für Ihre langfristigen Ziele und Ihr persönliches Wachstum wichtig, haben aber keine unmittelbare Frist. Planen Sie Zeit für diese Aufgaben ein, um sicherzustellen, dass Sie ihnen die nötige Aufmerksamkeit schenken.

Q3: Dringend, aber nicht wichtig

Bei den Aufgaben in Q3 handelt es sich oft um Ablenkungen oder Unterbrechungen, die sich zwar dringend anfühlen, aber nicht wesentlich zu den Zielen beitragen. Wenn möglich, delegieren Sie diese Aufgaben an andere oder minimieren Sie ihre zeitlichen Auswirkungen.

Q4: Weder dringlich noch wichtig

Diese Aufgaben sind von geringer Priorität und können Zeitfresser sein. Ziehen Sie in Erwägung, sie zu streichen oder die Zeit, die der Mentee mit ihnen verbringt, zu begrenzen.

4. AKTIONSPLANUNG

Helfen Sie dem Mentee, eine Strategie zu entwickeln, wie er die Aufgaben in jedem Quadranten angehen kann. Diskutieren Sie, welche Aufgabe zuerst in Angriff genommen werden sollte, wie Sie Zeit für wichtige, aber nicht dringende Aufgaben einplanen und wie Sie Aufgaben in den anderen Quadranten verwalten oder delegieren können. Fassen Sie die Übung und die wichtigsten Erkenntnisse zusammen. Legen Sie einen Plan fest, wann Sie die Fortschritte des Mentees bei seinen neu priorisierten Aufgaben überprüfen werden.

CHALLENGE DER ABLENKUNGEN

Dieses Werkzeug unterstützt Sie dabei, Mentees dazu herauszufordern, jeden Tag eine störungsfreie Stunde für konzentrierte Arbeit zu haben, und es bietet Strategien, um diese Ablenkungen während dieser Zeit zu minimieren, wie beispielsweise das Ausschalten von Benachrichtigungen, das Finden eines ruhigen Arbeitsplatzes usw.

1. HERAUSFORDERUNG ZUR ABLENKUNGSFREIEN ZEIT: Beschreiben Sie die Herausforderung als die Dedikation einer bestimmten Zeitspanne jeden Tag, um ohne Ablenkungen zu arbeiten. Dies könnte eine Stunde oder auch nur 30 Minuten sein, abhängig davon, was für die Mentee machbar erscheint.

Erklären Sie, dass den Mentees sich während dieser dedizierten Zeit darauf verpflichtet, Ablenkungen zu minimieren oder zu eliminieren. Dies beinhaltet das Ausschalten von Benachrichtigungen, das Weglegen des Telefons, das Schließen unnötiger Browser-Tabs und das Schaffen eines ruhigen Arbeitsplatzes.

Bieten Sie zusätzliche Strategien an:

- Einen dedizierten Arbeitsbereich schaffen
- Website- und App-Blocker verwenden
- Aufgaben priorisieren und Zeitblöcke setzen
- Die Pomodoro-Technik nutzen
- Arbeitsplatz entrümpeln
- Multitasking begrenzen
- Achtsamkeit und Meditation praktizieren
- Hintergrundmusik oder Weißes Rauschen verwenden
- Digitale Entgiftung praktizieren
- Grenzen setzen
- Hydriert bleiben und kurze Spaziergänge machen

2. VORBEREITUNG: Ziele definieren: Helfen Sie den Mentees dabei, die Ziele zu identifizieren, die sie während der ablenkungsfreien Zeit erreichen möchten (z. B. eine bestimmte Aufgabe abschließen oder Fortschritte machen).

3. UMSETZUNG: Ablenkungen minimieren: Leiten Sie sie an, wie sie Ablenkungen minimieren können. Dies könnte das Ausschalten von Benachrichtigungen auf Geräten, das Schließen von Social-Media-Apps und das Mitteilen an andere, dass sie in einer konzentrierten Arbeitssitzung sind, beinhalten.

Timer setzen: Empfehlen Sie die Verwendung eines Timers für die gewählte Dauer (z. B. 30 Minuten oder eine Stunde). Dies dient als Erinnerung, auf Kurs zu bleiben, und bietet gleichzeitig einen klaren Endpunkt.

4. ÜBERPRÜFUNG UND REFLEXION: Nach der Sitzung: Nachdem die ablenkungsfreie Zeit vorbei ist, lassen Sie sie darüber nachdenken, wie es gelaufen ist. Haben sie ihr Ziel erreicht? Gab es unerwartete Herausforderungen?

Anpassung und Lernen: Besprechen Sie alle Erkenntnisse aus der Erfahrung. Gab es Momente, in denen sie in Versuchung gerieten, sich ablenken zu lassen? Welche Strategien haben sich am besten bewährt, um konzentriert zu bleiben

STORYTELLING-WERKZEUG

Erstellen Sie fesselnde Erzählungen, die Ihr Publikum ansprechen und die Werte und Mission Ihrer Marke effektiv kommunizieren.

1. **DIE KRAFT DES GESCHICHTENERZÄHLENS ERKENNEN:** Unterstützen Sie Ihre Mentees dabei, die Auswirkungen des Geschichtenerzählens auf menschliche Emotionen und die Speicherretention zu verstehen. Anerkennen Sie das Potenzial des Geschichtenerzählens, um eine starke Bindung zwischen Marken und ihrem Publikum zu schaffen.
2. **DEFINITION DER MARKENGESCHICHTE:** Gemeinsam mit Ihren Mentees identifizieren Sie die Kernwerte, Mission und Essenz ihrer Marke oder ihres Unternehmens. Arbeiten Sie zusammen an der Gestaltung einer Erzählung, die mit ihrer Zielgruppe resoniert und zeigt, wie ihre Produkte oder Dienstleistungen diese Bedürfnisse adressieren.
3. **AUSWAHL EINES GESCHICHTENERZÄHLUNGSANSATZES:** Entscheiden Sie sich für die Art des Geschichtenerzählens, die zur Marke Ihrer Mentees passt (z. B. persönliche Anekdoten, Erfolgsgeschichten von Kund:innen). Bestimmen Sie den Ton und Stil, der mit der Identität der Marke in Einklang steht. Berücksichtigen Sie Tools, die dynamische Präsentationen, Videoproduktion, Social-Media-Management, Content-Marketing und digitales Asset-Management ermöglichen.
4. **ERSTELLUNG VON PRÄSENTATIONEN:** Verwenden Sie Prezi oder Canva, um ansprechende und nicht-lineare Präsentationen zu erstellen, die Ihr Publikum fesseln. Nutzen Sie Animoto, um professionell aussehende Videos mit Bildern, Videoclips und Text zu erstellen. Setzen Sie Hootsuite ein, um Social-Media-Inhalte über Plattformen zu planen und zu verwalten. Entscheiden Sie sich für StoryChief, um die Anstrengungen im Bereich Markengeschichtenerzählen zu zentralisieren.

ERSTELLUNG VON PRÄSENTATIONEN

Kelly Parker. "Business Storytelling Made Easy". TEDxBalchStreet 



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Marketing

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

MARKTREICHWEITE NAVIGIEREN

Dieses Werkzeug ermöglicht es Ihnen, Schritt für Schritt Ihre Zielgruppe zu definieren und sicherzustellen, dass Ihre Marke bei denen Anklang findet, die am wichtigsten sind.

1. DEFINITION VON MARKTSEGMENTEN

Unterstützen Sie Ihre Mentees dabei, den Umfang ihres Zielmarktes zu identifizieren, indem Sie verstehen, wer ihre idealen Kund:innen sind. Berücksichtigen Sie Faktoren wie Alter, Geschlecht, Standort und Einkommensniveau, die mit ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung in Einklang stehen.

2. ANALYSE VON VERHALTENSMERKMALEN

Gehen Sie tiefer in die Verhaltensmerkmale der Zielgruppe Ihrer Mentees, indem Sie deren Kaufgewohnheiten, Gründe für den Kauf eines Produkts und ihre Vorlieben untersuchen. Bestimmen Sie die geografischen Standorte, an denen sich diese Zielgruppe aufhält oder häufig engagiert. Dies hilft dabei, Strategien auf spezifische regionale Vorlieben zuzuschneiden.


3. ERKUNDUNG VON MARKTSEGMENTEN


Für ein tieferes Verständnis erkunden Sie verschiedene Arten von Marktsegmentierung. Dazu gehören möglicherweise demografische, psychografische, Verhaltens- und geografische Segmente. Gewinnen Sie zusätzliche Erkenntnisse, um Ihren Targeting-Ansatz weiter zu verfeinern.


4. ANPASSUNG DER STRATEGIE

Nutzen Sie die gesammelten Erkenntnisse, um Ihre Marketingstrategie für jedes Segment maßzuschneidern. Entwerfen Sie Botschaften, Inhalte und Kampagnen, die speziell mit den identifizierten Merkmalen Ihrer Zielgruppe in Resonanz stehen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

["Target Audience: How to Find Yours" by HubSpot](#) 

["4 Types of Market Segmentation: Real-World Examples & Benefits" by Yieldify](#) 

["How Can I Help You?" - Understanding Target Audience Barriers" by Nancy Lee at TEDxMontlakeCut](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Marketing

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

VISUELLES BRANDING

Durch die Verwendung von Piktochart als visuelles Branding-Tool können Sie hochwertige Grafiken, Infografiken und visuelle Inhalte erstellen, die mit Ihrer Markenidentität übereinstimmen.

1. ANPASSUNG VON INHALTEN

Erstellen Sie ein Konto auf der Website von Piktochart. Entdecken Sie die vielfältige Auswahl an professionell gestalteten Vorlagen für Infografiken, Präsentationen, Berichte und mehr. Wählen Sie eine Vorlage aus, die sich mit dem Stil und der Botschaft Ihrer Marke in Einklang befindet.

2. INTEGRATION DER MARKENWERTIGKEIT

Stellen Sie sicher, dass die Identitätselemente Ihrer Marke, wie Logo, Slogan und Markenfarben, im gesamten Design konsistent sind. Dies schafft eine zusammenhängende und erkennbare visuelle Identität. Nutzen Sie die benutzerfreundlichen Tools von Piktochart, um Symbole, Bilder, Diagramme, Grafiken und andere visuelle Elemente hinzuzufügen, die den Inhalt verbessern und die Botschaft Ihrer Marke effektiv vermitteln.

3. AUSWAHL DER TYPOGRAFIE UND SCHRIFTEN

Wählen Sie Schriftarten aus, die mit der Persönlichkeit und dem Ton Ihrer Marke übereinstimmen. Bewahren Sie Konsistenz in der Schriftanwendung in verschiedenen Abschnitten des Designs. Verfassen Sie prägnante und wirkungsvolle Botschaften, die bei Ihrer Zielgruppe Anklang finden. Stellen Sie sicher, dass die verwendete Sprache und der Ton Ihre Markenwerte und -stimme widerspiegeln.

4. EXPORTIEREN UND TEILEN

Sobald Sie mit Ihrem Design zufrieden sind, exportieren Sie es in Ihrem bevorzugten Format (PDF, PNG, etc.). Teilen Sie den visuellen Inhalt über Ihre Marketingkanäle wie soziale Medien, Website, E-Mail-Kampagnen und Präsentationen. Verfolgen Sie die Leistung des mit Piktochart erstellten visuellen Inhalts. Analysieren Sie Engagement-Metriken, um die Wirksamkeit Ihrer Marken- und Marketingbemühungen einzuschätzen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

["A Student's Guide to Getting Started With Piktochart" by Justin Wiesenfeld](#) 

["Introduction to Infographic Design and Using Piktochart" by University of Toronto](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Marketing

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

VIDEO – BRANDING

Durch die Nutzung der KI-Video-Branding-Tools von Vimeo Create können Sie fesselnde Videos erstellen, die sich mit Ihrer Markenidentität abstimmen und Ihre Botschaft effektiv vermitteln.

1. ERKUNDUNG VON VIMEO CREATE

Besuchen Sie die Vimeo Create-Website oder laden Sie die App herunter. Machen Sie sich mit den Funktionen und Angeboten der Plattform vertraut. Greifen Sie auf die Videoerstellungstools zu und beginnen Sie mit dem Aufbau Ihres gebrandeten Inhalts. Wählen Sie den Typ des Videos aus, das Sie erstellen möchten (z. B. Werbevideo, Social-Media-Beitrag).

2. ANPASSUNG MIT MARKENELEMENTEN

Identifizieren Sie den Zweck und die Botschaft des Videos, um sich mit Ihren Markenzielen abzustimmen. Laden Sie Ihr Filmmaterial, Bilder und Logo hoch, um Ihre Markenidentität zu integrieren. Nutzen Sie den KI-gesteuerten Editor von Vimeo, um Farben, Themen, Schriftarten und Musik vorzuschlagen.


3. BEARBEITEN UND VERBESSERN


Ordnen und bearbeiten Sie Ihre Videoclips, um eine fesselnde Geschichte zu erzählen. Stellen Sie sicher, dass der Videoinhalt mit Ihren Markenrichtlinien und Botschaften übereinstimmt. Hosten Sie Ihr Video auf der Vimeo-Plattform. Nutzen Sie die Vertrieboptionen, um das Video über verschiedene Online-Kanäle zu teilen.

4. EXPORTIEREN UND TEILEN

Veröffentlichen Sie das Video und teilen Sie es mit Ihrer Zielgruppe. Die Funktionen der Plattform, einschließlich KI-gesteuerter Bearbeitungsvorschläge und Vertrieboptionen, bieten eine umfassende Lösung zur Verbesserung Ihrer Marken- und Marketingbemühungen durch Videoinhalte.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[“How to use Vimeo Create” by Click2View](#) 

[“Vimeo Tutorial - Everything You Need Know To Get Started” by Capture Video and Marketing](#) 

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Marketing

Schwierigkeitsgrad: Schwer



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

SANDLER METHODE

Dieses Werkzeug bietet einen strukturierten und ethischen Ansatz für den Verkauf, der sich darauf konzentriert, starke, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Es hilft Mentees dabei, die Bedürfnisse ihrer Kund:innen zu verstehen und anzusprechen, während es gleichzeitig den/die Käufer:in im Entscheidungsprozess stärkt.

1. EINE SOLIDE BEZIEHUNG

Schaffen Sie eine solide Vertrauensbeziehung zu potenziellen Kund:innen auf. Sprechen Sie mit Einfachheit und Transparenz, stellen Sie viele offene Fragen, hören Sie aufmerksam zu, was die Interessenten antworten, und fassen Sie diese Informationen zusammen, indem Sie sie als Lösungen für ihre Bedürfnisse präsentieren.

2. DIE ANFÄNGLICHE VERTRÄGE

Definieren Sie eine Vorvereinbarung mit den potenziellen Kund:innen: Treffpunkt, Gegenstand des Treffens, Erwartungen und Details zum Produkt/Service sowie dessen Preis.

3. DER SCHMERZ

Verstehen Sie die Gründe für ihre Bedürfnisse, welche Hindernisse sie haben und was sie mit dem ausgewählten Produkt/Service zufriedenstellt, um die Aufmerksamkeit der Kund:innen auf die vorgeschlagene Lösung und den Preis zu lenken."

4. PREIS

Sprechen Sie sofort über das Budget, die Struktur und Lösungen (mit verschiedenen Preisen), um vorzuschlagen und festzustellen, in welchem Bereich sich Ihre potenziellen Kund:innen befinden können.

5. DIE FINALE ENTSCHEIDUNG

Informieren Sie präzise und aufmerksam über alle internen Schritte zur Strukturierung der endgültigen Entscheidung, die den potenziellen Kund:innen vorgeschlagen werden.


6. DIE ERFÜLLUNG

Der Verkauf endet, wenn die Bedürfnisse der Kund:innen durch Ihr Produkt/Ihren Service erfüllt sind.

7. NACH DEM VERKAUF

Vereinbaren Sie bereits bei Erhalt des Produkt-/Service-Anrufs die nächsten After-Sales-Termine und stellen Sie sicher, dass die Kund:innen mit dem Service zufrieden ist. Pflegen Sie die Beziehung und das Engagement.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Top 6 TED Talk Videos to Motivate Your Sales Team](#) 

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

SNAP SELLING

Ein praktischer und anpassungsfähiger Ansatz konzentriert sich darauf, die Bedürfnisse der heutigen vielbeschäftigten und überforderten Kunden zu verstehen und zu erfüllen.

KEEP IT SIMPLE

HALTE ES EINFACH



Machen Sie es Ihren Kund:innen leicht und klar.

BE INVALUABLE

UNVERZICHTBAR SEIN



Seien Sie die Person, auf die Ihre Kund:innen nicht verzichten können.

ALWAYS ALIGN

IMMER AUSRICHTEN



Stellen Sie sicher, dass Sie im Einklang mit den Zielen, Problemen und Bedürfnissen Ihrer Kund:innen stehen.

RAISE PRIORITIES

PRIORITÄTEN ERHÖHEN



Halten Sie die wichtigsten Entscheidungen in ihrem Bewusstsein.

1. VEREINFACHEN DER MESSAGE

- Wenden Sie das Prinzip "Einfach" an, indem Sie Ihre Verkaufsbotschaft vereinfachen.
- Erstellen Sie eine klare und prägnante Nutzensaussage, die kommuniziert, wie Ihr Produkt oder Service die Probleme Ihrer Kund:innen lösen oder ihre Bedürfnisse erfüllen kann.
- Vermeiden Sie Fachbegriffe und Komplexität.

2. BIETEN SIE UNSCHÄTZBARE LÖSUNGEN

- Fokussieren Sie sich darauf, bei jeder Interaktion mit potenziellen Kund:innen Wert zu liefern. Dies bedeutet, ihre Schmerzpunkte zu verstehen und zu zeigen, wie Ihr Angebot eine unschätzbare Lösung bietet.
- Seien Sie bereit, ihre Fragen und Bedenken effektiv anzusprechen.

3. FESTLEGUNG VON PRIORITÄTEN

- Zeigen Sie Ihren Kund:innen, dass sie Priorität haben.
- Zeigen Sie, dass Sie ihre zeitlichen Einschränkungen verstehen und dass die Interaktion mit Ihnen eine wertvolle Nutzung ihrer Zeit ist.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Analysieren

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

VERKAUFSTRICHTER

Dieses Werkzeug hilft, einen strukturierten Prozess zu verstehen, der potenzielle Kund:innen durch die Phasen ihrer Kaufreise führt.

1. VERKAUFSTRICHTER VERSTEHEN: Bevor Sie Verkaufsstrategien für jede Phase wählen, müssen Sie ein klares Verständnis Ihres Verkaufstrichters haben. Wissen Sie, was jede Phase repräsentiert, ihren Zweck und wie potenzielle Kund:innen typischerweise durch sie hindurch gehen.

- **TOFU** (Top of the Funnel): Bewusstseinsstufe - Hier ziehen Sie die Aufmerksamkeit potenzieller Kund:innen auf sich und machen sie auf Ihre Marke oder Ihr Produkt aufmerksam.
- **MOFU** (Mitte des Trichters): Überlegungsstufe - In dieser Phase erwägen Interessenten Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung und vergleichen es mit Alternativen.
- **BOFU** (Unteres Ende des Trichters): Entscheidungsstufe - Dies ist die abschließende Phase, in der Interessenten bereit sind, eine Entscheidung zu treffen und zu Kund:innen zu konvertieren.

2. DEFINITION VON KÄUFER:INNEN-PERSONAS Verstehen Sie, wer Ihre idealen Kund:innen sind, indem Sie Käufer:innen-Personas erstellen. Jede Stufe des Trichters kann sich auf eine etwas andere Persona oder einzigartige Merkmale konzentrieren. Dies hilft Ihnen, Ihre Strategien entsprechend anzupassen.

3. VERKAUFSSTRATEGIE FÜR JEDE PHASE

TOFU (Awareness Stage)

- Content Marketing: Erstellen Sie informative Blog-Beiträge, Videos und Infografiken, um Ihr Publikum über ihre Probleme aufzuklären und wie Sie sie lösen können.
- Social Media Marketing: Nutzen Sie soziale Plattformen, um die Markenbekanntheit zu steigern und mit Ihrem Publikum zu interagieren.
- Paid Advertising: Investieren Sie in gezielte Anzeigen, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen.

MOFU (Consideration Stage)

- E-Mail-Marketing: Versenden Sie informative E-Mails, Fallstudien und Produktvergleiche, um Interessenten bei informierten Entscheidungen zu unterstützen.
- Webinare und Workshops: Veranstalten Sie Online-Events, um die Vorteile Ihres Produkts zu präsentieren.
- Lead Nurturing-Kampagnen: Erstellen Sie automatisierte Drip-Kampagnen, um Leads zu pflegen und durch den Trichter zu führen.

BOFU (Decision Stage)

- Verkaufsgespräche oder Demos: Bieten Sie persönliche Beratungen oder Produktvorführungen an, um spezifische Bedürfnisse zu adressieren und den Abschluss zu tätigen.
- Kundenbewertungen und Testimonials: Teilen Sie Erfolgsgeschichten und Bewertungen, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen.
- Rabatte oder Sonderangebote: Bieten Sie Anreize, um Interessenten dazu zu bewegen, einen Kauf zu tätigen.

SPIN-BUCHSTABEN

Eine praktische und anpassungsfähige Herangehensweise konzentriert sich darauf, die Bedürfnisse der heutigen vielbeschäftigten und überlasteten Kund:innen zu verstehen und zu erfüllen.

1. INDIVIDUELLE LÖSUNGEN: Unternehmer:innen haben oft einzigartige Produkte oder Dienstleistungen. SPIN-Spelling hilft Ihnen, Ihre Angebote auf die spezifischen Bedürfnisse desr Kund:innen zuzuschneiden. Anstatt eine Einheitslösung zu verwenden, können Sie maßgeschneiderte Lösungen anbieten, die bei Ihrer Zielgruppe Anklang finden, was zu höheren Konversionsraten führen kann. Die folgenden Fragen zielen darauf ab, Informationen über die aktuelle Situation der Kund:innen zu sammeln und Kontext für den Verkauf bereitzustellen:

- Können Sie Ihre aktuelle [relevanten Aspekt einfügen] beschreiben?
- Was ist Ihr aktueller Prozess für [relevanten Prozess einfügen]?
- Wie lange haben Sie mit diesem [relevanten Problem einfügen] zu kämpfen?
- Wer ist derzeit am Entscheidungsprozess beteiligt?

2. PROBLEME VERSTEHEN: Problemfragen zielen darauf ab, die Schmerzpunkte, Herausforderungen oder Probleme des Kund:innen zu identifizieren.

- Mit welchen Herausforderungen oder Schwierigkeiten haben Sie bezüglich [relevanten Aspekt einfügen] zu kämpfen?
- Haben Sie spezifische Probleme im Zusammenhang mit [relevantem Problem einfügen] bemerkt?
- Wie beeinflusst [relevantes Problem einfügen] Ihr Geschäft oder Ihre täglichen Abläufe?
- Gibt es bestimmte Ziele oder Vorgaben, bei deren Erreichung Sie Schwierigkeiten haben?

3. ERKUNDUNG DER IMPLIKATIONEN: Implications-Fragen sollen den Kund:innen dabei helfen, die Konsequenzen oder Auswirkungen der Probleme oder Herausforderungen zu erkennen, die sie im vorherigen Schritt identifiziert haben.

- Was könnte passieren, wenn [relevantes Problem einfügen] nicht angegangen wird?
- Wie beeinflusst [relevantes Problem einfügen] die Produktivität Ihres Teams oder Ihr finanzielles Ergebnis?
- Haben Sie die langfristigen Auswirkungen von [relevanten Herausforderung einfügen] auf Ihr Unternehmen in Betracht gezogen?
- Können Sie die Kosten- oder Zeitimplikationen quantifizieren, wenn [relevantes Problem einfügen] nicht gelöst wird?

4. ERFORSCHUNG DES VERHÄLTNISSES ZWISCHEN BEDARF UND NUTZEN: Need-payoff Fragen sind darauf ausgerichtet, die Vorteile oder Bedürfnisse zu erkunden, die der Kund:innen hat und die Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung erfüllen kann.

- Wie würde sich unsere Lösung positiv auf die Effizienz Ihres Teams auswirken?
- Können Sie sich die Vorteile vorstellen, die sich aus der Verwendung unseres Produkts oder unserer Dienstleistung für Ihre Organisation ergeben würden?

MEHR INFORMATIONEN HIER:

["SPIN Selling: All-In-One Guide for 2022"](#)



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Schwer Schwierigkeit

111



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

ETHIK IN KREATIVEN INDUSTRIEN

Tipps und Ressourcen, um Ihren Mentees dabei zu helfen, die ethischen Herausforderungen zu bewältigen, die im Bereich kreatives Unternehmertum auftreten können.


1. DIE WICHTIGSTEN PROBLEME:


- **Transparenz:** Seien Sie offen und ehrlich in Ihren Geschäftspraktiken. Geben Sie klare Informationen über Ihre Produkte, Dienstleistungen und Preise weiter.
- **Kundendatenschutz:** Schützen Sie die Daten und die Privatsphäre Ihrer Kund:innen. Halten Sie sich an Datenschutzbestimmungen.
- **Respektierung von Urheberrechten und geistigem Eigentum:** Respektieren Sie Urheberrechte und geistiges Eigentum. Verwenden Sie die Arbeit anderer nicht ohne Erlaubnis.
- **Faire Entlohnung:** Zahlen Sie angemessene Löhne und fair Entlohnungen an Mitarbeiter:innen, Freelancer:innen und Partner:innen.
- **Umweltverantwortung:** Berücksichtigen Sie die Umweltauswirkungen Ihres kreativen Geschäfts und übernehmen Sie nachhaltige Praktiken.
- **Vielfalt und Inklusion:** Fördern Sie Vielfalt und Inklusion in Ihrem kreativen Unternehmen und schaffen Sie eine inklusive Arbeitskultur.
- **Community-Engagement:** Beteiligen Sie sich an Ihrer lokalen Gemeinschaft und engagieren Sie sich, wenn möglich.
- **Ethical Marketing:** Vermeiden Sie irreführende Marketingtaktiken und stellen Sie sicher, dass Ihre Werbung wahrheitsgemäß und ethisch ist.
- **Interessenkonflikte:** Seien Sie sich bewusst über mögliche Interessenkonflikte in Ihren Geschäftsbeziehungen und minimieren Sie sie.
- **Kontinuierliches Lernen:** Bleiben Sie über ethische Fragen und Trends in Ihrer Branche informiert, um Ihre Praktiken entsprechend anzupassen.

2. ÜBUNG ETHISCHES DILEMMA:

- Als Designer:in oder Künstler:in haben Sie möglicherweise Erfahrungen mit der Grenze zwischen der Inspiration aus der Arbeit anderer und dem Begehen von Plagiaten.
- Was würden Sie in einem solchen Fall tun?

MEHR INFORMATIONEN HIER:

Don't be a douchebag 

Belief, Attitude, and Intention towards Creative Industries 

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Unternehmerische Fähigkeiten

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Dieses Instrument hilft Ihnen, Ihren Mentees beizubringen, ein Bewusstsein für die Vorteile der unternehmerischen sozialen Verantwortung zu entwickeln.

1. DEFINITION DER CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN DER KREATIVBRANCHE

- Das bedeutet, dass Sie neben dem Streben nach Gewinn und Erfolg auch bewusst darauf achten, welchen Einfluss Ihre Aktivitäten auf den Planeten und die Menschen haben.

2. WARUM CSR ZU BESSEREN ERGEBNISSEN UND EINER BESSEREN GESELLSCHAFT FÜHRT

- Es ist gut für den Ruf Ihres Unternehmens. Es werden Gesetze entworfen, die CSR weniger freiwillig machen werden. Es ist daher klug, einen umfassenderen Ansatz für das zu verfolgen, was Sie bereits im Bereich CSR tun.

3. TIPPS, WIE SIE DER UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG (CSR) EINEN GRÖßEREN STELLENWERT IN IHREM UNTERNEHMEN EINRÄUMEN KÖNNEN

Natürlich, hier ist die Übersetzung:


- Skizzieren Sie, was Sie bereits tun.
- Bleiben Sie nah an Ihren Kernaktivitäten.
- Tun Sie es gemeinsam.
- (Nicht) Erzählen Sie, was Sie im Bereich CSR tun.
- Beginnen Sie heute.

FRAGEN ZUR DISKUSSION:


In welchem Maße sind Sie bereits über die Möglichkeiten von CSR informiert?
Welchen Mehrwert kann CSR für Sie bedeuten?
Wie könnten Sie mit den Tipps beginnen?


MEHR INFORMATIONEN HIER:

[5 TED Talks On Corporate Social Responsibility](#) 

[What Is Corporate Social Responsibility?](#) 

[What Is Corporate Social Responsibility? 4 Types](#) 

["Corporate Social Responsibility" by the United Nations Industrial Development Organization](#) 

[Mentoring & Corporate Social Responsibility: A Winning Combination at Home](#) 

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Nachhaltigkeit

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

UNTERNEHMERTUM UND VIelfALT

Dieses Tool bietet Ihnen Tipps, um Ihren Mentees beizubringen, Vielfalt in Bezug auf Behinderungen, LGBTQ+ und andere einzigartige Minderheitserfahrungen in der Kreativbranche zu fördern.

1. VIelfALT IN DER KUNST- UND KREATIVBRANCHE:

- Die meisten Freiberufler:innen arbeiten in der Kreativbranche.
- Diese Kreativen tauchen in den meisten Statistiken nicht auf.
- Obwohl sie in Bezug auf Beschäftigung die geringste Möglichkeit zur Diversifizierung haben.
- Sie haben keine festen Mitarbeiter:innen.

2. BEGINNEN SIE:

- Denken Sie darüber nach, ob diejenigen, mit denen Sie arbeiten, vielfältige Erfahrungen haben:

Welchen Markt übersehen Sie, und welche Qualitäten in anderen könnten dazu beitragen, Ihre Arbeit neuen Zielgruppen näherzubringen?

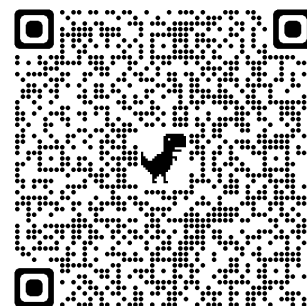
- Sprechen Sie sich aus:

Wie können Sie Minderheiten und Benachteiligte fördern? Diese Menschen werden wiederum in der Lage sein, Ihnen neue Märkte zu erschließen und Ihnen helfen, ein breiteres Spektrum an Erfahrungen zu verstehen.

- Erkennen Sie unbewusste Vorurteile an.

3. FRAGEN ZUR DISKUSSION:

- Besprechen Sie die "Loslegen"-Tipps:
- Was finden Sie schwierig?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit Vielfalt?



MEHR INFORMATIONEN HIER:

Wendy Knight Agard. "From the Inside Out: Diversity, Inclusion & Belonging". TEDxKanata 

"Creative Diversity" by Creative Industries Federation 

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Unternehmerische Fähigkeiten

Schwierigkeitsgrad: Mittel




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

URheberRECHT

Als Unternehmer:in oder Freiberufler:in sollten Ihre Mentees etwas über Bildrechte wissen.

1. URheberRECHT

Ihre Rechte: Wenn Sie ein originelles literarisches, wissenschaftliches oder künstlerisches Werk erstellen, wie zum Beispiel Gedichte, Artikel, Filme, Songs oder Skulpturen, sind Sie durch das Urheberrecht geschützt.

How copyright affects our future
(TEDx re-cut) 

2. HAUPTPROBLEME


- **Dauer:** Der Urheberrechtsschutz in Europa dauert in der Regel bis zum Tod des/der Autor:in plus 70 Jahre.
- **Automatischer Schutz:** Das Urheberrecht wird automatisch mit der Schaffung eines qualifizierten Werks gewährt, und es ist keine formelle Anmeldung erforderlich.
- **Exklusive Rechte:** Urheberrechtsinhaber:in haben exklusive Rechte zur Vervielfältigung, Verbreitung, Präsentation und Anpassung ihrer Werke. Andere benötigen Genehmigung, um diese Werke zu verwenden oder zu reproduzieren.
- **Digitale Rechte:** Die Richtlinie behandelt auch Fragen im Zusammenhang mit digitalen Rechten, einschließlich der Rechte und Pflichten von Online-Plattformen und Dienstleistungsanbietern.
- **Moralrechte:** Kreative Köpfe in Europa haben Moralrechte, darunter das Recht, als Autor eines Werks genannt zu werden, und das Recht, gegen herabsetzende Behandlung ihres Werks Einspruch zu erheben.
- Überprüfen Sie lokale Urheberrechtsbestimmungen und suchen Sie bei Bedarf rechtlichen Rat.

3. FRAGEN


- Welche Ihrer kreativen Produkte unterliegen dem Urheberrecht?
- Was würden Sie tun, wenn jemand es falsch verwenden würde?
- Wie schützen Sie sich vor Urheberrechtsmissbrauch?


MEHR INFORMATIONEN HIER:

A Basic Guide 

FAGs on copyright for consumers 

Youreurope Business Copyright 

Protect a design against copying and infringement with Copyright.eu 

Understanding the Basics of Copyrights 

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Unternehmerische Fähigkeiten

Schwierigkeitsgrad: Mittel

ONLINE-ETHIK UND -SICHERHEIT

Als Unternehmer:in oder Freiberufler:in ist eine aktive Online-Präsenz unverzichtbar. Doch worauf sollten Ihre Mentees achten?

1. ONLINE-ETIKETTE

10 Regeln für die Netiquette

- Üben Sie sich in Empathie
- Verwenden Sie einen freundlichen Ton
- Verwenden Sie eine respektvolle Sprache
- Senden Sie Nachrichten, wenn es angemessen ist
- Prüfen Sie auf Grammatikfehler
- Respektieren Sie die Privatsphäre anderer Personen
- Stellen Sie sicher, dass die Nachrichten klar sind
- Erstellen Sie angemessene Beiträge
- Beantworten Sie E-Mails rechtzeitig
- Lesen Sie den Inhalt gründlich

2. SICHERHEIT

Einige gängige Ratschläge umfassen:


- Verwendung von starken Passwörtern und Benutzerkonten
- Nutzung von Passwortmanagern zur Sicherung Ihrer Passwörter
- Wachsamkeit gegenüber Online-Bedrohungen
- Verwendung von Firewalls und Sicherheitssoftware
- Installation von Software-Updates
- Sicherung Ihrer Systeme durch regelmäßiges Backup


3. FRAGEN ZUR DISKUSSION


Diskutieren Sie die Regeln der "Online-Etikette" und die Ratschläge zum Thema "Sicher bleiben".


- Haben Sie schon einmal etwas Unangenehmes im Internet erlebt?
- Halten Sie sich an diese Regeln? Warum oder warum nicht?
- Fehlen Ihnen irgendwelche Kenntnisse zu diesen Themen?

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[6 must watch TED talks about data privacy](#) 

[Ethics in the digital world: Where we are now and what's next](#) 

[Digital safety: Applying human rights in the digital world](#) 

[Internet Safety In 2023: 12 Do's And Don'ts](#) 

Zeit: 35-50 Minuten

Fokus: Ethik

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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



SOZIOKULTURELLE KOMPETENZEN



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

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE UNGLEICHHEITEN UND ARBEITSBEDINGUNGEN

1. HINDERNISSE UND UNGLEICHHEITEN

Schon vor der Covid-19-Pandemie war der Kultursektor im Allgemeinen von finanziellen Herausforderungen und vielen Ungleichheiten in Bezug auf Arbeitsbedingungen geprägt. Ein bedeutender Anteil seiner Arbeitnehmer:innen ist selbstständig oder freiberuflich tätig. Einige Forschende sind der Meinung, dass es systemische Ungleichheit im kreativen Sektor gibt, mit unterschiedlichen Barrieren für diejenigen, die dort arbeiten. Neben diesen Fragilitäten gibt es Asymmetrien in Bezug auf Klasse, Rasse, Geschlecht, Alter, Nationalität oder andere.

Wir laden Sie ein, über Ihre spezielle Erfahrung nachzudenken. Als Frau oder nicht-binäre Person im Kunst- und Kreativsektor, mit welchen Hindernissen werden Sie konfrontiert, die mit Ihrem Geschlecht, Ihrer Rasse/ethnischen Zugehörigkeit, Ihrem Alter und/oder Ihren Fähigkeiten zusammenhängen?

2. EUROPÄISCHER KONTEXT

Der Europäische Rat erkennt in seinem Arbeitsplan für Kultur 2019-2022 an, dass Frauen im Kultursektor weniger Zugang zu kreativen und produktiven Ressourcen haben. Gemäß dem Dokument erhalten sie niedrigere Gehälter und sind in Führungs- oder Entscheidungspositionen unterrepräsentiert.

Im Jahr 2019 waren 92% der Befragten in einer Umfrage zu Kuntschaffenden mit Fokus auf Elternschaft in Irland Frauen. Die Mehrheit der Befragten (80%) gab an, nach der Elternschaft negative Auswirkungen auf ihre künstlerische Praxis zu erleben, und 76% lehnten Chancen aufgrund fehlender Kinderbetreuung ab. Eine belgische Umfrage zeigt, dass jede vierte Frau, die im Kultursektor arbeitet, sexuelle Belästigung erlebt hat.

Erinnern Sie sich an konkrete Geschichten aufgrund dieser Daten? Versuchen Sie sich zu erinnern. Nun laden wir Sie ein, sich vorzustellen, welche Veränderungen eintreten könnten, wenn mehr Frauen oder nicht-binäre Personen in Führungs- oder Entscheidungspositionen wären.

3. UNGLEICHHEITEN KÖNNEN ZUR SELBSTAUSBEUTUNG FÜHREN

Die Forschung, die sich auf Fernsehen, Musik und Zeitschriften konzentrierte, identifizierte, dass viele Arbeitnehmer niedrige Gehälter, lange Arbeitszeiten und geringe Sicherheits- und Schutzmaßnahmen akzeptieren, um eine bestimmte persönliche Erfüllung zu erreichen. Dieser Prozess ist Teil einer Logik der Selbstausbeutung, die auch dazu führt, Arbeits- und Freizeitstunden zu vermischen. Niedrige Bezahlung, lange Arbeitszeiten und geringe Sicherheits- und Schutzmaßnahmen können zu psychischen Problemen und anderen Schwierigkeiten führen.

Basierend auf Ihrer Erfahrung sind die Stresslevel im Kreativsektor hoch? Haben Sie weitere Aspekte im Kopf, die zu Schwern Arbeitsbedingungen beitragen können?

4. GESCHLECHTSROLLEN UND STEREOTYPEN

Eine Studie identifizierte eine Reihe von Mustern bezüglich Männer und Frauen, die im Kultursektor arbeiten. Im Allgemeinen sind Frauen stärker in Positionen in Kommunikation, Produktion und Koordination vertreten, während Männer prestigeträchtige kreative Rollen einnehmen und Bereiche dominieren, die als technischer betrachtet werden.

Die Autor:innen der Studie sind der Meinung, dass mehrere stereotypische Vorstellungen von Geschlechterrollen diese Muster beeinflussen, zum Beispiel die Idee, dass Frauen organisierter und vorsichtiger sind, während Männer als kreativer angesehen werden.

Haben Sie jemals über Geschlechterrollen-Stereotypen im Kreativsektor nachgedacht? Glauben Sie, dass die Verbreitung dieser Stereotypen ein Problem für die Karrieren von Frauen und nicht-binären Personen sein kann?

5. STEREOTYPEN UND MEDIEN

Im Jahr 2019 bezeichnete das European Expert Network on Culture and Audiovisual Genderstereotype in den Medien als eine der Ursachen für geschlechtsspezifische Lohnunterschiede, Diskriminierung, mangelnden Zugang zu Ressourcen und Entscheidungspositionen in den Kreativbranchen.

Die Begriffe glamourös, einzigartig und unterhaltsam werden im allgemeinen Sprachgebrauch verwendet, um die Arbeit im Kreativsektor zu beschreiben. Filme, TV-Sendungen und Zeitschriften können dazu beitragen, diese Stereotypen schnell zu verbreiten.

Können Sie drei Medienprodukte nennen, die die kreative Arbeit realistisch darstellen?

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Bewusstsein

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

REEL EQUALITY

Dieses Mentoring-Tool ist darauf ausgelegt, das Bewusstsein für die Repräsentation von Frauen in der Filmindustrie zu fördern, insbesondere als Content-Ersteller:innen. Es wird in einer Gruppen-Mentoring-Umgebung durchgeführt, wobei Mentor:innen mehrere Mentees durch eine Reihe praktischer Schritte führt.

1. EINFÜHRUNG

Der Schwerpunkt dieses Tools liegt darauf, das Verständnis für geschlechtsspezifische Ungleichheiten innerhalb der Filmwelt zu erhöhen und deren Anerkennung zu fördern.

2. PERSÖNLICHE FAVORITEN

Fordern Sie Ihre Mentees auf, eine Liste ihrer fünf absoluten Lieblingsfilme aller Zeiten zusammenzustellen, die verschiedene Genres, Epochen und Stile umfassen sollen.

3. EINFLUSS DER FRAUEN

Nachdem sie ihre Listen erstellt haben, leiten Sie die Mentees an, die Filme zu untersuchen, um festzustellen, ob sie von einer Frau geschrieben, produziert und/oder inszeniert wurden. Ermutigen Sie die Mentees auch dazu, die Geschlechterparität in anderen Funktionen hinter der Kamera zu berücksichtigen. Die Mentees können Quellen wie IMDb, offizielle Filmwebsites oder vertrauenswürdige Filmdatenbanken verwenden, um diese Informationen zu erhalten. Raten Sie den Mentees dazu, ihre Smartphones oder Computer zu nutzen, um diese Daten zu sammeln.

4. DISKUSSION DER ERKENNTNISSE

Nach Abschluss der Forschungsphase versammeln Sie die Mentees zu einer Gruppendiskussion über ihre Ergebnisse. Es wird erwartet, dass die Mentees teilen, welche ihrer Lieblingsfilme Frauen in wichtigen Funktionen hinter den Kulissen (z. B. Autor:innen, Produzent:innen, Regisseur:innen) involviert hatten und welche nicht. Oftmals werden die von den Mentees ausgewählten Filme eine geringe weibliche Vertretung in den Schlüsselrollen der Inhaltsentwicklung aufweisen. Ermutigen Sie die Mentees, über aufkommende Muster oder Disparitäten in ihren Vorlieben nachzudenken.

5. ÜBER DIE AUSWIRKUNGEN REFLEKTIEREN

Beginnen Sie ein Gespräch, in dem die Mentees über die Konsequenzen ihrer Erkenntnisse nachdenken können. In den Fällen, in denen die von den Mentees ausgewählten Filme tatsächlich einen hohen Anteil an Frauen in den Rollen der Inhaltsersteller aufweisen, sollten Sie in diesem Schritt zeitgenössische, populäre Filme hervorheben.

Beteiligen Sie die Mentees an Diskussionen zu Themen wie:

- Mögliche Gründe für die Unterrepräsentation von Filmen, die von Frauen gemacht wurden, in ihren Listen.
- Wie sich Filme, die von Frauen geschaffen wurden, von denen unterscheiden, die von Männern gemacht wurden.
- Was diese Ergebnisse über die Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern in der Filmindustrie aussagen.

6. BRANCHENEINBLICKE

Bieten Sie einen Überblick über die in der Filmindustrie herrschenden Geschlechterdisparitäten (relevante Statistiken zur Unterrepräsentation von Frauen in wichtigen kreativen Rollen wie Regisseurinnen, Autorinnen und Produzentinnen). Leiten Sie eine Diskussion über die Bedeutung verschiedener Stimmen bei der Gestaltung von Erzählungen an und wie die Geschlechterrepräsentation den Inhalt sowie gesellschaftliche Strukturen innerhalb und außerhalb der Branche beeinflusst.

Zeit: 60 Minuten



Fokus: Bewusstsein

Schwierigkeitsgrad: Mittel

VORSCHLÄGE

Diese Mentoring-Sitzung sensibilisiert nicht nur für geschlechtsspezifische Ungleichheiten in der Filmindustrie, sondern ermutigt Mentees auch dazu, achtsamer mit ihrem Medienkonsum umzugehen und weibliche Schöpferinnen im Kino zu unterstützen. Dies kann zu inklusiveren und vielfältigeren Filmvorlieben und -diskussionen führen.

VORSCHLÄGE FÜR STATISTIKEN UND STUDIEN, DIE SICH MIT DEM THEMA DER GESCHLECHTSSPEZIFISCHEN UNTERSCHIEDE IN DER FILMINDUSTRIE BEFASSEN KÖNNEN:

- "Living Archive: The Celluloid Ceiling. Documenting 25 years of women's employment in U.S. films". Center for Study of Women in Television and Film.
<https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2023/08/25-years-of-womens-employment-in-film-report.pdf> - Simone, Patricia. 2022. 
- "Female professionals in European film production, 2022 edition". European Audiovisual Observatory.
<https://rm.coe.int/female-professionals-in-european-film-production-2022-edition-p-simone/1680a886c5> 



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

DEKONSTRUKTION VON STEREOTYPEN

Diese Mentoring-Sitzung fordert die Mentees auf, eine kritische Auseinandersetzung mit stereotypen Darstellungen von Frauen im Film und deren Auswirkungen auf die Branche und die Gesellschaft zu führen.

1. EINFÜHRUNG

Die Aktivität beginnt mit einem Filmclip, der solche Stereotypen zeigt, und führt zu einer Diskussion, die sich mit der Beständigkeit und Entwicklung dieser Charakterisierungen auseinandersetzt. Sie ermutigt die Mentees auch dazu, Filme und Charaktere zu identifizieren, die Stereotypen trotzen, deren Auswirkungen zu berücksichtigen und sich mit dem Thema der Intersektionalität auseinanderzusetzen.

2. STEREOTYPEN-PRÄSENTATION

Beginnen Sie mit einem prägnanten Filmclip über stereotypische Darstellungen von Frauen im Kino. Besprechen Sie kurz die unmittelbaren Eindrücke, die er vermittelt.

3. IDENTIFIKATION VON STEREOTYPEN

Bitten Sie die Mentees, Stereotypen, die mit Frauen im Film in Verbindung stehen, basierend auf dem Clip und ihrem Wissen, aufzulisten.

4. DISKUSSION VON STEREOTYPEN

Führen Sie eine gezielte Diskussion, um die identifizierten Stereotypen zu analysieren (z. B. Stereotypen wie Ehefrau, Mutter, Krieger:in, freizügige Frau usw.). Diskutieren Sie, ob diese Charakterisierungen in zeitgenössischen Filmen weiterhin vorherrschen oder sich weiterentwickeln.

5. BEISPIELE FÜR ANTO-STEREOTYPISCHE DARSTELLUNGEN

Fordern Sie die Mentees auf, weibliche Charaktere zu identifizieren, die traditionelle Stereotypen herausfordern. Ermutigen Sie die Mentees, ihre Perspektiven darauf zu artikulieren, warum sie glauben, dass diese weiblichen Charaktere von traditionellen Stereotypen abweichen.

6. KRITISCHE BEWERTUNG

Beteiligen Sie sich an einer kurzen Diskussion darüber, ob diese nicht-stereotypischen weiblichen Charaktere tatsächlich von Geschlechterkonventionen befreit sind. Betrachten Sie deren Implikationen.

7. ZUKÜNFTIGE ÜBERLEGUNGEN

Diskutieren Sie, was in der Filmindustrie geschehen muss, um sich von stereotypen Charakterdarstellungen zu lösen (z. B. mehr vielfältige Stimmen in kreativen Rollen) und gehen Sie kurz auf das Thema Intersektionalität ein.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Kritisches Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel





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

VORSCHLÄGE

Diese Mentoring-Sitzung dient dazu, gängige Geschlechtsstereotype zu beleuchten und zu analysieren, die weiblichen Charakteren im Kino zugeschrieben werden. Sie ermutigt die Mentees dazu, einen kritischen Blick für die Bewertung von Medienporträts zu entwickeln und sich aktiv für nuanciertere und authentischere Darstellungen einzusetzen. Letztendlich zielt sie darauf ab, reichhaltigere, sich der Stereotypen bewusste Filmvorlieben und -diskussionen zu erleichtern.

VORSCHLÄGE FÜR FILMAUSSCHNITTE, DIE ALS GESPRÄCHSANLASS DIENEN KÖNNEN:

- “Poulou, Penelope. (2018). “How Sexist Characters in Film Abet Women’s Harassment Behind the Scenes”. VOA, Voice of America (VOA News).
<https://www.voanews.com/a/how-sexist-characters-in-film-abet-womens-harassment-behind-the-scenes/4599113.html>. 
- “Top 10 Female Stereotypes in Movies That NEED to Stop”. 2022. YouTube, YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=g-UTO_whGgs. 

LICHT, KAMERA, GLEICHBERECHTIGUNG

Dieses Tool fördert das Bewusstsein für die Beziehung zwischen der Anzahl und Art weiblicher Charaktere auf der Leinwand und den Beiträgen von Frauen als Regisseurinnen, Autorinnen und Produzentinnen. Es ermutigt zum kritischen Denken über die Geschlechterdarstellung im Kino.

1. EINFÜHRUNG

Diese Aktivität ist darauf ausgelegt, die Beziehung zwischen der Anzahl und Art weiblicher Charaktere auf der Leinwand und der Präsenz von Frauen in wichtigen Positionen hinter den Kulissen, wie Regisseurinnen, Autorinnen und Produzentinnen, zu untersuchen. Sie ermutigt Mentees dazu, das Zusammenspiel zwischen der Darstellung auf der Leinwand und der Vielfalt der Stimmen, die zur Filmproduktion beitragen, zu erkunden.

2. FILMVORFÜHRUNG

Screening von Ausschnitten aus 'Lady Bird' und 'Three Billboards Outside Ebbing, Missouri'. Initiieren Sie eine Diskussion unter den Mentees, um herauszufinden, welcher Film von einer Frau geschrieben und/oder inszeniert wurde und welcher von einem Mann verfasst und/oder inszeniert wurde.

3. CHARAKTER- UND PRODUKTIONSANALYSE

Beauftragen Sie die Mentees damit, Besetzungslisten zu untersuchen und dabei auf die Geschlechterverteilung innerhalb der Filme zu achten. Beteiligen Sie die Mentees an einer umfassenden Diskussion über die Quantität und Charakterisierung weiblicher Rollen innerhalb der Filme. Ermutigen Sie zur Analyse, wie sich diese Charaktere mit Geschlechterstereotypen und -normen in Einklang bringen oder diese herausfordern. Gleichzeitig untersuchen Sie die Präsenz von Frauen in den Produktionsrollen des Films und den Einfluss ihrer Beteiligung auf die Handlung.

4. REFLEXION ÜBER DIE KORRELATION

Fordern Sie die Mentees auf, über potenzielle Verbindungen zwischen der Darstellung weiblicher Charaktere auf der Leinwand und der Geschlechterzusammensetzung des Filmproduktionsteams nachzudenken. Ermutigen Sie die Mentees, ihre Erkenntnisse, Beobachtungen und Schlussfolgerungen offen zu teilen.

5. EINSICHTEN UND REFLEXIONEN

Schließen Sie die Sitzung mit einer prägnanten Reflexion über die Auswirkungen der festgestellten Verbindung für die Filmindustrie und die Gesellschaft ab. Diskutieren Sie die potenziellen Vorteile einer verstärkten Beteiligung von Frauen in Positionen hinter den Kulissen und deren potenziellen Einfluss auf die Förderung von inklusiveren und authentischeren weiblichen Charakteren im Kino. Integrieren Sie Fallstudien und relevante Statistiken, um die Diskussion zu unterstützen.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Kritisches Denken

Schwierigkeitsgrad: Mittel





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


VORSCHLÄGE

Diese Mentoring-Sitzung zielt darauf ab, das Zusammenspiel zwischen der Anzahl und Darstellung weiblicher Charaktere auf der Leinwand und der Beteiligung von Frauen an der Filmproduktion aufzudecken. Sie fördert eine kritische Analyse und betont die Bedeutung inklusiver Geschichtenerzählung.

1. VORSCHLÄGE FÜR FILMAUSSCHNITTE, DIE ALS GESPRÄCHSANLASS DIENEN KÖNNEN:

- Aus *Lady Bird*:
<https://youtu.be/mpDGnFwbwOU?si=EmSRG-koZCEdmptg>. 
- Aus *Three Billboards Outside Ebbing, Missouri*:
<https://youtu.be/us1sEXlqxd8?si=dkYplypHPoYfLZIX>. 

2. FORSCHUNG, DIE GENUTZT WERDEN KANN, UM DIE KORRELATION ZWISCHEN WEIBLICHEN CHARAKTEREN AUF DEM BILDSCHIRM UND DER BESCHÄFTIGUNG HINTER DEN KULISSEN AUFZUZEIGEN:

- Lauzen, Martha M. 2023. "It's a Man's (Celluloid World: Portrayals of Female Characters in the Top Grossing U.S. Films of 2022". Center for Study of Women in Television and Film. 

PERSÖNLICHE MARKENBILDUNG

Unterstützen Sie die Mentees dabei, eine starke persönliche Marke zu entwickeln, die mit ihren Fähigkeiten, Werten und Zielen übereinstimmt. Dies wird ihnen helfen, sich hervorzuheben und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

1. SELBSTBEWERTUNG UND KLARHEIT

Beginnen Sie damit, Ihren Mentees die Bedeutung der persönlichen Markenbildung zu verdeutlichen und wie dies ihre Karriere und Ziele beeinflussen kann. Leiten Sie sie durch einen Selbstbewertungsprozess, um ihre Stärken, Fähigkeiten, Leidenschaften, Werte und einzigartigen Qualitäten zu identifizieren. Ermutigen Sie sie, über ihre Karriereziele, Zielgruppe und die Botschaft, die sie durch ihre persönliche Marke vermitteln möchten, nachzudenken.

Mögliche Einstiegsfragen:

- Wer bin ich? (Sich selbst beschreiben)
- Was sind meine Markenattribute (Qualitäten, Merkmale, Eigenschaften)?

2. DER NUTZENVORSCHLAG

Arbeiten Sie mit Ihren Mentees zusammen, um eine klare und prägnante Nutzaussage zu entwickeln. Dies ist eine Aussage, die den einzigartigen Wert vermittelt, den sie in ihrem Bereich oder ihrer Branche bieten.

Helfen Sie ihnen dabei, ihre Nische zu identifizieren und herauszufinden, was sie von anderen abhebt. Welche Probleme können sie lösen? Über welche Expertise verfügen sie?

Mögliche Ausgangsfragen:

- Welche fünf Beschreibungen (Schlüsselwörter) möchte ich, dass die Menschen verwenden, wenn sie mich beschreiben oder an mich denken?
- Wie möchte ich von anderen wahrgenommen werden? Welche Art von Person möchte ich in den Augen anderer sein?

3. ONLINE-PRÄSENZ

Unterweisen Sie Ihre Mentees über die Bedeutung einer starken Online-Präsenz, insbesondere auf Plattformen wie LinkedIn sowie persönlichen Blogs oder Websites.

Leiten Sie sie dazu an, ihre Social-Media-Profile zu optimieren, um ihre persönliche Marke widerzuspiegeln. Dazu gehört ein professionelles Foto, eine gut formulierte Biografie und konsistente Botschaften.

Mögliche Ausgangsfragen:

- Welche Schritte muss ich unternehmen, um dieses Bild zu formen?
- Wie denke ich, würden andere meine persönliche Marke beschreiben?

4. ELEVATOR PITCH UND PERSÖNLICHE GESCHICHTE

Helfen Sie Ihren Mentees dabei, einen überzeugenden Elevator Pitch zu erstellen, der ihre persönliche Marke und ihren Nutzensvorschlag prägnant vermittelt. Leiten Sie sie durch die Entwicklung ihrer persönlichen Geschichte.

Zeit: 45-60 Minuten (per Sitzung)

Fokus: Selbstbewertung

Schwierigkeitsgrad: Leicht – mittel

ERKUNDUNG DER GRENZEN

Diese Übung soll Mentees helfen, die Bedeutung der Festlegung und Einhaltung von Grenzen zu verstehen und Fähigkeiten zur Identifizierung und effektiven Diskussion von Grenzbegriffen zu entwickeln (Beispiel für Gruppenmentoring).

1. **EINFÜHRUNG (10 MINUTEN):** Einführen des Konzepts von Grenzen und ihrer Bedeutung in verschiedenen Lebensbereichen wie persönlichen Beziehungen, Arbeit und emotionalem Wohlbefinden. Präsentieren von Beispielen für verschiedene Grenzszenarien und ihre potenziellen Auswirkungen, sowohl positiv als auch negativ.
2. **BRAINSTORMING VON GRENZEN (15 MINUTEN):** Teilen Sie die Mentees in kleine Gruppen auf (3-4 Mentees pro Gruppe) und weisen Sie die Gruppen an, verschiedene Arten von Grenzen zu brainstormen, mit denen sie in ihrem Leben konfrontiert sind (z. B. physische, emotionale, berufliche). Lassen Sie jede Gruppe ihre Ideen aufschreiben.
3. **GRUPPEN DISKUSSION (20 MINUTEN):** Versammeln Sie alle Gruppen und erstellen Sie auf dem Whiteboard eine Mind Map zum Konzept von Grenzen, indem Sie die Ideen aus der Brainstorming-Sitzung organisieren. Leiten Sie eine Diskussion zu jedem Grenzbegriff an und ermutigen Sie die Mentees, ihre Erfahrungen oder Gedanken zu dem Thema zu teilen. Erkunden Sie Situationen, in denen Grenzen überschritten oder vernachlässigt werden könnten, und die potenziellen Konsequenzen.
4. **CASE STUDIES (20 MINUTEN):** Verteilen Sie Handzettel mit realen oder hypothetischen Fallstudien, die Herausforderungen im Zusammenhang mit Grenzen beinhalten. Jede Gruppe sollte die beteiligten Grenzbegriffe identifizieren und mögliche Strategien zur Bewältigung der Probleme besprechen.
5. **ROLLENSPIEL (20 MINUTEN):** Bitten Sie jede Gruppe, eine Fallstudie auszuwählen und ein Rollenspiel zu inszenieren, in dem sie zeigen, wie man Grenzen effektiv bespricht und verhandelt.
6. **NACHBESPRECHUNG UND REFLEXION (10 MINUTEN):** Holen Sie alle Mentees wieder zusammen und besprechen Sie die Ergebnisse der Rollenspiele. Leiten Sie eine Gruppenreflexion über die Herausforderungen während der Übung und wie sie in realen Situationen umgesetzt werden können.
7. **ERKENNTNISSE UND AKTIONSPLAN (10 MINUTEN):** Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus der Übung zusammen und betonen Sie die Bedeutung des Verstehens und Respektierens von Grenzen. Ermutigen Sie die Mentees dazu, einen persönlichen Aktionsplan zu erstellen, wie sie ihre Fähigkeiten zur Festlegung und Diskussion von Grenzen verbessern können.
8. **ABSCHLUSS (5 MINUTEN):** Schließen Sie die Übung mit einer abschließenden Fragerunde ab, bei der die Mentees etwaige verbleibende Fragen stellen können. Bedanken Sie sich bei allen für ihre Teilnahme und ihr Engagement für persönliches Wachstum.

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Selbstbewertung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

AUFBAU VON SELBSTVERTRAUEN UND RESILIENZ

Da künstlerische Karrieren herausfordernd sein können, fördert diese Übung die Resilienz, und die Fähigkeit, sich von Rückschlägen zu erholen, ist entscheidend.

1. ICEBREAKER UND ZIELSETZUNG:

Beginnen Sie die Sitzung mit einer herzlichen Begrüßung und einem kurzen Icebreaker, um eine Verbindung herzustellen. Fragen Sie die Mentees nach ihren aktuellen kreativen Unternehmungen und was sie auf ihrer künstlerischen Reise erreichen möchten.

2. STÄRKEN UND ERFOLGE:

Ermutigen Sie die Mentees, ein oder zwei Errungenschaften zu teilen, auf die sie in ihren kreativen Bestrebungen stolz sind. Besprechen Sie, wie sich diese Erfolge in ihren Fähigkeiten und ihrem Potenzial widerspiegeln.

3. IDENTIFIKATION VON HINDERNISSEN:

Fragen Sie die Mentee, ein wichtiges Hindernis oder Selbstzweifel zu identifizieren, das ihr Selbstvertrauen oder ihre Resilienz bei der Verfolgung ihrer kreativen Ziele beeinträchtigt. Dies könnte die Angst vor Kritik, Selbstvergleich oder das Gefühl des Betrugs sein.

4. AFFIRMATIONEN:

Arbeiten Sie gemeinsam daran, personalisierte positive Affirmationen zu erstellen, die das identifizierte Hindernis direkt entgegenwirken. Wenn die Mentees beispielsweise mit Selbstzweifeln kämpfen, könnte eine Affirmation lauten: "Ich bin talentiert und fähig, bedeutungsvolle Kunst zu schaffen."

5. VISUALISIERÜBUNG:

Leiten Sie die Mentees durch eine kurze Visualisierungsübung. Bitten Sie sie, die Augen zu schließen und sich selbst dabei vorzustellen, wie sie das identifizierte Hindernis selbstbewusst überwinden. Ermutigen Sie sie, ihre Resilienz angesichts von Herausforderungen zu visualisieren.

6. AUSTAUSCH VON VORBILDERN:

Teilen Sie eine kurze Geschichte über einen/eine erfolgreiche:n Künstler:in oder kreativen Fachmann und Fachfrauen, die Rückschläge erlebt haben, aber bemerkenswerte Resilienz und Selbstvertrauen in ihrer Arbeit gezeigt haben. Betonen Sie die Lektionen, die die Mentees aus ihrer Reise lernen können.

7. ZIELSETZUNG UND AKTIONSPLAN:

Helfen Sie den Mentees dabei, ein konkretes und erreichbares kurzfristiges kreatives Ziel zu setzen. Zerlegen Sie die Schritte, die sie unternehmen müssen, um dieses Ziel zu erreichen, und entwickeln Sie einen Aktionsplan. Betonen Sie die Bedeutung von kleinen, konsequenten Schritten in Richtung Fortschritt.

8. ABSCHLIEßENDE GEDANKEN:

Bevor Sie die Sitzung abschließen, geben Sie Worte der Ermutigung und Unterstützung. Erinnern Sie die Mentees an ihren Stärken, ihr Potenzial und den positiven Einfluss, den sie durch ihre kreativen Bestrebungen haben können.

9. FOLLOW-UP:

Bieten Sie an, sich nach der Sitzung mit den Mentees in Verbindung zu setzen, um zu sehen, wie es um die Fortschritte in Richtung ihres Ziels steht, und um zusätzliche Unterstützung anzubieten, die sie möglicherweise benötigen.

Obwohl eine Sitzung möglicherweise nicht ausreicht, um alle Aspekte des Aufbaus von Selbstvertrauen und Resilienz zu behandeln, kann diese komprimierte Übung die Grundlage legen und den Mentees wertvolle Einblicke und Werkzeuge bieten, um ihre Reise der Selbstentdeckung und des Wachstums fortzusetzen.

Zeit: 30-60 Minuten (pro Sitzung)

Fokus: Selbstwirksamkeit

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

MENTEE-GEFÜHRTE DISKUSSION

Bitten Sie die Mentees, Diskussionen zu Themen von Interesse zu leiten, um ihnen die Möglichkeit zu geben, Führung zu zeigen und sinnvolle Gespräche zu moderieren.

1. ERWARTUNGSMANAGEMENT

Der Zweck einer Mentee-geführten Diskussion besteht darin, den Mentees zu ermöglichen, die Führung bei der Gesprächsführung und Agenda-Setzung zu übernehmen. Erklären Sie den Mentees den Zweck und die Struktur der Mentee-geführten Diskussion. Betonen Sie, dass sie das Gespräch leiten werden, und Ihre Rolle besteht darin, Anleitung und Unterstützung zu bieten.

2. THEMENAUSWAHL

Ermutigen Sie die Mentees dazu, ein relevantes Thema auszuwählen, das sie besprechen möchten. Es könnte mit ihren Zielen, Herausforderungen, beruflichen Ambitionen oder einer bestimmten Fähigkeit, die sie entwickeln möchten, zusammenhängen.

3. KLÄRUNG DER ZIELE

Bitten Sie die Mentee, zu skizzieren, was sie durch die Diskussion erreichen möchten. Suchen sie nach Ratschlägen, Erkenntnissen oder dem gemeinsamen Erarbeiten von Lösungen? Dies wird dazu beitragen, die Richtung des Gesprächs festzulegen.

4. VORBEREITUNG DER DISKUSSIONSPUNKTE

Leiten Sie die Mentees an, Diskussionspunkte, Fragen oder Anregungen im Zusammenhang mit dem gewählten Thema vorzubereiten. Diese dienen als Gesprächsstarter und halten die Diskussion fokussiert.

5. EINFÜHRUNG UND AKTIVES ZUHÖREN (5-10 MINUTEN)

Lassen Sie die Mentees zu Beginn deren Thema und ihre Ziele vorstellen. Hören Sie aktiv zu, während sie ihre Diskussionspunkte präsentieren und ihre Gedanken äußern.

6. MODERIERTER AUSTAUSCH (20-30 MINUTEN)

Ermutigen Sie die Mentee dazu, das Gespräch zu leiten, indem sie ihre Diskussionspunkte vorstellen und Fragen stellen. Teilen Sie Ihre Einsichten, Erfahrungen und Ratschläge als Antwort auf jeden Punkt mit.

7. OFFENER DIALOG (10-15 MINUTEN)

Laden Sie die Mentee dazu ein, Rückfragen zu stellen, um Klarstellungen zu bitten oder tiefer in bestimmte Aspekte des Themas einzusteigen. Fördern Sie einen offenen Dialog, der eine bedeutungsvolle Erkundung ermöglicht.

8. REFLEXION UND SYNTHESE (10-15 MIN)

Fassen Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus der Diskussion zusammen. Reflektieren Sie die geteilten Einsichten und helfen Sie den Mentees, die Informationen in handlungsfähige Schritte zu integrieren.

9. FEEDBACK UND BERATUNG

Geben Sie Rückmeldung zu den Gesprächsfähigkeiten des Mentees, einschließlich ihrer Moderation, Formulierung von Fragen und Beteiligung. Bieten Sie bei Bedarf zusätzliche Einsichten oder Vorschläge an.

10. ZUSAMMENFASSUNG DER GEDANKEN

Schließen Sie die Diskussion ab, indem Sie Ihre Gesamteindrücke und Erkenntnisse teilen. Bieten Sie Ermutigung und Unterstützung für das Wachstum der Mentees basierend auf der Diskussion.

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Kommunikation und Führung

Schwierigkeitsgrad: Mittel – hart



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



WACHSTRUM



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

IKIGAI: DEN LEBENSZWECK FINDEN

Ein Leitfaden für Mentoring, um mit Ihren Mentees über Zweck und Bedeutung zu sprechen.

1. EINFÜHRUNG

- Nach der japanischen Kultur haben wir alle ein Ikigai in uns. Es ist der **SINN DES SEINS** eines jeden. Es zu finden erfordert großes Selbstwissen.
- Die Entdeckung eines Ikigai soll Zufriedenheit und Bedeutung ins Leben bringen. In Japan ist Ikigai anscheinend das, was wir im Westen als Glück bezeichnen, in freier Interpretation, und was wissenschaftlich gesehen subjektives Wohlbefinden bedeutet, gemäß der positiven Psychologie.
- Ikigai umfasst Zweck und Bedeutung, etwas, das erfreut und motiviert, Freude am Leben schenkt. Es ist das, was dich jeden Tag aus dem Bett holt. Also können ein Hobby, eine Beziehung, ein Projekt und Arbeit Ikigai bieten. Die Person, die es findet, kann in allem, was sie tut, überlegene Ergebnisse präsentieren.

2. DEIN IKIGAI ERKENNEN

Denke über dein tägliches Leben und deine Arbeit nach und beantworte die Fragen im Ikigai-Diagramm:

- Wofür brennst du?
- Was braucht die Welt von dir?
- Wofür kannst du bezahlt werden?
- In was bist du gut?"



3. WICHTIG: INTERAKTIONEN

Zwischen dem, was du liebst zu tun, und dem, was die Welt braucht, entsteht deine **MISSION**. Zwischen dem, was die Welt von dir braucht, und dem, wofür du bezahlt werden kannst, entsteht deine **BERUFUNG**. Zwischen dem, wofür du bezahlt werden kannst, und dem, was du gut kannst, entsteht dein **JOB**. Zwischen dem, was du gut kannst, und dem, was du liebst zu tun, entsteht deine **LEIDENSCHAFT**.

Die Schnittmenge aller Antworten ist der Ort, an dem dein IKIGAI liegt und Zufriedenheit und Bedeutung ins Leben bringt. Es ist dein **GRUND FÜR DAS SEIN**.

Zeit: 90 Minuten

Fokus: Selbstreflexion

Schwierigkeitsgrad: Mittel – hart



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

IN DEN SCHUHEN EINES ANDEREN

Dies ist ein Instrument für Gruppeninterventionen.

1. DIE ERFAHRUNG

Mentees erzählen ihre Erfahrungen.

Die folgenden Punkte werden angesprochen:

- Fakten: Was ist passiert?
- Handlung: Was haben Sie selbst getan?
- Fühlen und Erleben: Was bedeutet die Situation für Sie?
- Frage: Welche Frage muss weiter untersucht werden?

2. FRAGEN STELLEN

Sie sollten aufklärende Fragen stellen und sicherstellen, dass Fakten, Handlungen, Gefühle und Erfahrungen sowie noch zu untersuchende Fragen (siehe Schritt 1) besprochen werden.

3. IN DIE SCHUHE TRETEN

Schlüpfen Sie in die Rolle der anderen Teilnehmenden. Schlüpfen Sie in die Rolle des Einführenden.

Sie basieren auf den folgenden Punkten:

- Gefühl und Erfahrung: Was würde die Situation für Sie bedeuten?
- Handlung: Was würden Sie tun, wenn Sie in dieser Situation wären?
- Beurteilung: Wie würden Sie die gestellte Frage beantworten (Schritt 1)?
- Vision: Was sind die Gründe dafür? Was ist Ihre Vision?

Die Teilnehmenden hören zu und stellen bei Bedarf klärende Fragen. Es gibt keine Diskussion.

4. DIE ESSENZ

Jeder nimmt sich ein paar Minuten Zeit, um zu formulieren, was die Essenz ist, und teilt es dann.

Die folgenden Fragen können helfen:

- Was beschäftigt Sie?
- Was sollten Sie sich zu Herzen nehmen?
- Welcher Mut ist erforderlich, um dem gerecht zu werden?
- Was muss aufgegeben werden?
- Womit müssen Sie konfrontiert werden?
- Was wird benötigt?

5. ABSCHLUSS

Abschließend tauschen alle Teilnehmenden aus, was sie gelernt haben.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

VORBILDFUNKTION

Mit diesem Interview lassen Sie sich von Menschen inspirieren, die Ihnen vorausgegangen sind und deren Träume sich erfüllt haben.

1. EINFÜHRUNG

Um Ihren Traum zu verwirklichen, ist es wichtig, sich von Menschen inspirieren zu lassen, die Ihnen in der Verwirklichung dieses Traums vorausgegangen sind. Sie sind die Beispiele, Vorbilder, von denen Sie lernen können.

2. INTERVIEW FORM

- Setzen Sie sich paarweise zusammen (Mentor-Mentee oder 2 Mentees).
- Entscheiden Sie, wer Person A und wer B ist.
- Person A stellt die Fragen und hört zu, antwortet jedoch nicht. Wenn Person B mit dem Sprechen fertig ist, können Sie weitere Fragen stellen, um mehr herauszufinden. Danach lassen Sie die andere Person wieder sprechen.
- Dann tauschen Sie die Rollen um.

3. FRAGEN

Denken Sie an jemanden, der Sie berührt, den Sie bewundern, ein Vorbild in Ihrem Bereich.

Fragen Sie:

- *Was bewundern Sie an dieser Person?*
- *Auf welche Weise inspiriert er/sie/diese Sie?*

4. ANWENDUNG DER ERKENNTNISSE

Nach dem Interview besprechen Sie, was Sie gelernt haben, und wie Sie die Lehren und Inspirationen Ihrer Vorbilder in Ihrem eigenen Leben und bei der Verfolgung Ihrer Träume anwenden können.

Diese Übung ist eine kraftvolle Möglichkeit, das persönliche Wachstum und die Entwicklung zu fördern, indem Sie von denen lernen, die Sie bewundern. Sie hilft Ihnen, spezifische Qualitäten und Einsichten zu identifizieren, die Ihnen helfen können, Ihre Ziele und Träume zu verwirklichen.

TIPS

Visualisieren Sie auch Ihre/n ideale/n Mentor:in durch:

- Bilder
- Porträts
- Filmfragmente
- Symbole

WEITERE INFORMATIONEN HIER

[Dyan de Napoli. "Who inspires you? Whyheroes, role models, and mentors matter". TEDxDrewMiddleSchool](#)



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Kommunikationsstil

Schwierigkeitsgrad: Mittel

FEED FORWARD

Die Feed Forward-Methode funktioniert hervorragend in einer Gruppe von Mentees und benötigt wenig Zeit.

1. EINFÜHRUNG

Mit der Feed Forward-Methode können Ihre Mentees etwas wählen, das sie ändern möchten. Zum Beispiel "Ich möchte mein Unternehmen fördern" oder "Ich möchte mehr Aufgaben in meinem Fachgebiet".

2. WIE ES FUNKTIONIERT

Ihre Mentees sollten so viele Menschen wie möglich fragen, wie sie innerhalb von 15 Minuten erreichen können, was sie wollen.

Die Regeln:


- *Klagen Sie nicht über die Vergangenheit*
- *Stellen Sie keine Fragen, geben Sie einfach Antworten*
- *Beurteilen Sie die Ratschläge nicht*
- *Bedanken Sie sich für das Feedback*
- *Kein "Aber", keine Diskussionen, kein Urteil, nur empfangen.*

Das schafft Raum, um wirklich zuzuhören. Dann entscheiden sie, welche Ratschläge sie verwenden können.

3. TIPPS FÜR IHRENMENTEES

- **Proaktiver Ansatz:** Es ist wichtig, proaktiv zu sein. Menschen, um Rat zu fragen, zeigt, dass Sie lernbereit sind und offen für neue Ideen.
- **Dankbarkeit:** Bedanken Sie sich bei den Personen, die sich die Zeit nehmen, ihre Ratschläge zu teilen, auch wenn Sie ihre Ratschläge nicht befolgen. Dankbarkeit kann die Tür für zukünftige Gespräche öffnen.
- **Kontinuierliches Wachstum:** Diese Technik kann eine effektive Möglichkeit sein, Ihr persönliches und berufliches Wachstum zu steigern. Sie ermöglicht es Ihnen, von anderen zu lernen, neue Vorstellungen zu gewinnen und sich weiterzuentwickeln.

WEITERE INFORMATIONEN HIER

'What got you here, won't get you there'. 

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Wachstum - Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

ZEICHNUNGSWERKZEUG

Dieses Instrument funktioniert in einer Gruppe von Mentees, die gerne visualisieren. Es ist kein Zeichentalent erforderlich.

WIE ES FUNKTIONIERT: VARIATIONEN

1. ZEICHNEN

Zeichnen Sie sich selbst und die andere Person, mit der Sie zusammenarbeiten. Schreiben Sie Wörter dazu. Zeichnen Sie, wie Sie es gerne hätten:

- Was muss geschehen, damit es zu diesem Punkt kommt?
- Was können Sie bereits nutzen, und was können Sie noch entwickeln?

2. OBJEKT IN DER MITTE

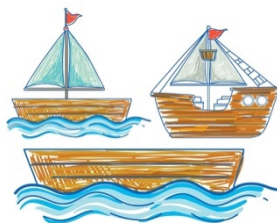
Jeder zeichnet das Objekt aus seiner eigenen Perspektive. Hängen Sie sie auf und besprechen Sie sie miteinander. Übertragen Sie die Erkenntnisse auf den Alltag.

3. DREI WÖRTE

- Sie zeichnen sich gegenseitig, ohne auf die Zeichnung zu schauen (zeichnen auf Ihrem Schoß unter dem Tisch).
- Wenn die Zeichnung fertig ist, schreiben Sie drei Wörter auf, die Ihnen beim Anblick der Zeichnung in den Sinn kommen.
- Dann besprechen Sie die Zeichnung + Wörter.
- Schreiben Sie anschließend gemeinsam die wichtigen Wörter auf.

4. BESTIMMTE SITUATION

- Die Teilnehmenden zeichnen, wie sie sich in einer bestimmten Situation sehen (z. B. als Teil eines Teams, in einem Konflikt, wenn die Dinge schwierig sind, ...).
- Nicht wörtlich, sondern metaphorisch für diese Situation (ein Schiff mit Matrosen, ein ausbrechender Vulkan, eine Batterie auf einem Ladegerät, ein Elefant im Porzellanladen ...).
- Der/die Fragesteller:in stellt weiterhin Fragen in der Metapher (wohin steuert das Schiff, wer steht am Ruder, wie ist das Meer, das Wetter, wer ist nicht da, usw.).



Zeit: 60 Minuten

Fokus: Wachstum - Problemlösung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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



ABSCHLUSS



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

BEWERTUNGSBERICHT

Dieses Instrument kann dazu beitragen, die Ergebnisse und Schlussfolgerungen des Mentorings zu überprüfen, normalerweise im Zusammenhang mit einem Projekt, Programm, einer Initiative oder einer Reihe von Aktivitäten.

1. VORBEREITUNGSPHASE

- Sie und die Mentees haben sich in Einführungstreffen getroffen, um sich persönlich und beruflich kennenzulernen.
- Gemeinsame Interessen, Erfahrungen und Werte wurden identifiziert, um die Verbindung zwischen Mentor:in und Mentee zu stärken.
- Offene und ehrliche Kommunikation wurde gefördert, und beide Parteien fühlen sich wohl.

2. VERHANDLUNGSPHASE

- Sie und die Mentees haben offene und ehrliche Gespräche über die Erwartungen an die Mentoring-Beziehung geführt. Erwartungen in Bezug auf Häufigkeit und Kommunikationsmodus wurden besprochen und vereinbart.
- Der Zweck und die Ziele der Mentoring-Beziehung wurden klar formuliert. Beide Parteien haben ihre kurz- und langfristigen Ziele für die Mentoring-Beziehung geteilt.
- Periodische Follow-up-Treffen oder Bewertungen wurden vereinbart. Ein Mentoring-Plan oder eine Roadmap wurde in Zusammenarbeit zwischen Ihnen und den Mentees entwickelt. Sie und Ihre Mentees haben potenzielle Erfolgsmessungen identifiziert.

3. WACHSTUMSPHASE

- Durch das Mentoring wurden neue Fähigkeiten und Kenntnisse erworben.
- Positive Verhaltensänderungen bei Mentees wurden nachgewiesen. Erfolge und Erfolge wurden angemessen gefeiert.

4. ABSCHLUSS

- Projekte, Beförderungen oder Zertifizierungen wurden abgeschlossen.
- Rückmeldungen von Ihnen und Ihren Mentees über ihre Erfahrungen während des Mentoring-Prozesses werden gesammelt.
- Die Ergebnisse sind mit den ursprünglichen Zielen der Mentoring-Beziehung abgestimmt.
- Herausforderungen, die während der Mentoring-Beziehung aufgetreten sind, werden identifiziert. Es werden Lehren besprochen, die auf die Zukunft angewendet werden können.

Zeit: 30 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

KOMPETENZ-CHECKLISTE

Dieses Instrument hilft dabei, die im Mentoring-Prozess erworbenen Fähigkeiten zu bewerten, da dies sowohl für Sie als auch für Ihre Mentees entscheidend ist. Es bietet eine strukturierte Möglichkeit, den Fortschritt zu bewerten und Bereiche zur Verbesserung zu identifizieren.

1. ANALYSE DER ERWORBENEN FÄHIGKEITEN

Beginnen Sie damit, die spezifischen Fähigkeiten oder Kompetenzen zu identifizieren, die im Fokus der Mentoring-Beziehung standen. Diese könnten technische Fähigkeiten, soziale Kompetenzen oder andere Fähigkeiten sein, die relevant für die Ziele der Mentees sind. Ein Beispiel für eine Struktur könnte sein:

- ☐ Aufbau und Pflege von Teams
- ☐ Effektive Kommunikation
- ☐ Innovatives Denken
- ☐ Kreativität
- ☐ Zusammenarbeit
- ☐ Erzielung von Wirkung
- ☐ Effektive Delegation
- ☐ Initiative ergreifen
- ☐ Förderung von Inklusion und Vielfalt
- ☐ Produktivität
- ☐ Emotionale Intelligenz
- ☐ Anpassungsfähigkeit
- ☐ Verantwortlichkeit
- ☐ Risikomanagement
- ☐ Führung

2. DISKUSSION ÜBER KOMPETENZEN

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Diskussion über erworbene Fähigkeiten das Herzstück einer erfolgreichen Mentoring-Beziehung ist.

Dies gewährleistet, dass das Mentoring fokussiert, zielorientiert und anpassungsfähig an sich verändernde Umstände bleibt. Es befähigt die Mentees, auf sinnvolle Weise zu wachsen und sich zu entwickeln, geleitet durch Feedback, Selbstwahrnehmung und ein klares Verständnis ihrer Fähigkeiten.

WICHTIG

Die Analyse der im Mentoringsverhältnis erworbenen Fähigkeiten ist entscheidend, um den Fortschritt zu verfolgen, Bereiche für Verbesserungen zu identifizieren, neue Ziele zu setzen und maßgeschneiderte Anleitung bereitzustellen.

Zeit: 15-30 Minuten

Fokus: Selbstregulation

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

POSITIONIERUNG GRID TOOL

Das Positioning Grid Tool ermöglicht es Mentor:innen und Mentees, gemeinsam ihren Sektor-Positionierungen in Bezug auf Geld und Bedeutung/Werte zu erkunden und zu verstehen.

1. EINFÜHRUNG IN DAS POSITIONIERUNGSRASTER-WERKZEUG

Erklären Sie Ihren Mentees, dass das Tool dazu dient, ihnen zu helfen, ihre aktuelle und gewünschte Position in ihrem Sektor anhand von zwei Hauptdimensionen zu bewerten und zu verstehen: Geld und Bedeutung/Werte. Verwenden Sie ein Mural-Board, um zwei senkrechte Linien zu erstellen, die ein X- und Y-Achsenkreuz bilden. Benennen Sie eine Achse als "Geld" und die andere als "Bedeutung/Werte".

2. DEFINITION DER GEWÜNSCHTEN RICHTUNG

Führen Sie mit Ihren Mentees eine Diskussion über ihre gewünschte Ausrichtung in Bezug auf Geld und Bedeutung/Werte. Bitten Sie sie, zu identifizieren, wohin sie sich auf dem Gitter bewegen möchten, und erklären Sie ihre Gründe für diese neue Position.

3. BEWERTUNG VON GEFÜHLEN UND AUSRICHTUNG

Führen Sie mit ihnen ein Gespräch über die Abwägungen zwischen mehr Geld und mehr Bedeutung/Werten und darüber, ob bestimmte Positionen stärker mit ihren Zielen in Einklang stehen. Besprechen Sie handlungsfähige Schritte, die sie unternehmen können, um ihren Zielen näher zu kommen, sei es durch die Verfolgung von Gelegenheiten, die mit Geld in Einklang stehen, oder durch die Suche nach Rollen, die ihren Werten entsprechen.



4. REFLEXION UND PLANUNG DER ZUKUNFT

Reflektieren Sie gemeinsam mit Ihren Mentees über die Erkenntnisse aus der Positionierungsübung. Helfen Sie ihnen dabei, handlungsfähige Strategien und konkrete Schritte zu identifizieren, um den Übergang von ihrer aktuellen Position zu der gewünschten zu gestalten.

5. VISUALISIERUNG DER POSITION DES SEKTORS

Verstärken Sie die Visualisierung der Sektor-Positionierung und ermutigen Sie Ihre Mentees, dieses Verständnis in ihre Entscheidungsfindung und Karriereplanung zu integrieren.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Mapping Your Competitive Position](#) 
[Mural Board](#) 

Zeit: 45 Minuten

Fokus: Priorisierung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

LEISTUNGSKENNZAHLEN (I)

Leistungskennzahlen ermöglichen die Bewertung des Erfolgs einer Aktivität oder eines Prozesses. Sie werden in verschiedenen Bereichen weit verbreitet eingesetzt, um den Fortschritt in Richtung der gesetzten Ziele zu überwachen.

1. DEFINITION VON ZIELEN

Beginnen Sie damit, die Ziele oder Ergebnisse, die Sie messen möchten, klar zu identifizieren. Die Ziele sollten spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und mit einem festen Zeitrahmen (SMART) versehen sein.

2. IDENTIFIZIERUNG VON METRIKEN

Bestimmen Sie die spezifischen Kennzahlen, die es Ihnen ermöglichen, den Fortschritt in Richtung Ihrer Ziele zu bewerten. Die Kennzahlen müssen relevant für die Ziele sein und quantitative oder qualitative Daten liefern können.

3. DATENSAMMLUNG

Richten Sie ein System ein, um die für die Berechnung von Kennzahlen benötigten Daten zu sammeln. Dies kann die Verwendung von Software, Überwachungstools oder die manuelle Aufzeichnung von Daten umfassen.

4. DATENANALYSE

Sammeln Sie Daten und analysieren Sie sie, um zu bewerten, ob Sie auf Kurs sind, Ihre Ziele zu erreichen. Dieser Schritt beinhaltet den Vergleich der aktuellen Daten mit den festgelegten Zielen.

5. HANDLUNG UND OPTIMIERUNG

Basierend auf den Ergebnissen der Datenanalyse ergreifen Sie korrigierende Maßnahmen oder Optimierungen, um die Leistung zu verbessern und sich den Zielen anzunähern. Dies kann Änderungen in Strategien, Prozessen oder zugewiesenen Ressourcen umfassen.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

[Indicators examples for mentoring and coaching measures.](#)



WICHTIG:

Durch Befolgen dieser Schritte können Mentees ihre Leistung effektiv verfolgen, datenbasierte Entscheidungen treffen und sich mit ihren strategischen Zielen abstimmen. Key Performance Indicators (KPIs) dienen als wesentliche Werkzeuge, um Erfolg voranzutreiben und Verantwortlichkeit in einer Organisation aufrechtzuerhalten.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel




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

LEISTUNGSKENNZAHLEN (II)

Leistungskennzahlen ermöglichen die Bewertung des Erfolgs einer Aktivität oder eines Prozesses. Sie werden in verschiedenen Bereichen weit verbreitet eingesetzt, um den Fortschritt in Richtung der gesetzten Ziele zu überwachen.



MEHR INFORMATIONEN HIER:

[What Is A KPI? Definition & Examples](#) 

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Planung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

FOKUSGRUPPE

Eine Fokusgruppe ist eine qualitative Forschungstechnik, die dazu dient, Daten und Informationen durch strukturierte, geleitete Gruppendiskussionen zu einem bestimmten Thema oder Thema zu sammeln.

1. BESTIMMUNG DER RICHTUNG

Im Kontext einer Fokusgruppe beinhaltet diese erste Phase in der Regel das Festlegen klarer Ziele und das Definieren des Umfangs und Zwecks der Fokusgruppe.

- Was ist das Problem?

2. AUSWAHL DER FOKUSGRUPPEN

Dieser Schritt besteht in der Auswahl der Teilnehmenden für eine Fokusgruppe. Es ist von entscheidender Bedeutung, dass die Fokusgruppe aus Personen besteht, die relevante und nützliche Informationen liefern, um die Forschungs- oder Diskussionsziele zu erreichen.

- Wie viele Gruppen/Personen?
- Wer kann teilnehmen?

3. FRAGENENTWÜRFE

Der Schritt besteht aus dem Prozess des Ausarbeitens und Formulierens der Fragen, die den Teilnehmenden während der Fokusgruppe gestellt werden. Dieser Schritt ist entscheidend, da Fragen das Hauptinstrument zur Sammlung von Informationen und zur Anregung von Diskussionen innerhalb der Gruppe sind.

- Welche Art von Fragen?
- Wie können Voreingenommenheiten minimiert werden?

4. PILOT-FOKUSGRUPPE

Der Schritt besteht darin, vor der eigentlichen Durchführung der Haupt-Fokusgruppe eine Pilot- oder Test-Fokusgruppe durchzuführen.

- Was sollte hinzugefügt/entfernt werden?
- In welcher Reihenfolge sollten die Fragen gestellt werden?

5. DURCHFÜHRUNG DER FOKUSGRUPPE

Während dieses Schrittes kommen die Teilnehmenden zusammen, um an einer moderierten Diskussion zu einem bestimmten Thema teilzunehmen.

- Was sind die Regeln?
- Wie kann der Fokus aufrechterhalten werden?

6. ERGEBNISANALYSE

Dieser Schritt besteht darin, die während der Fokusgruppe gesammelten Daten zu verarbeiten und zu interpretieren, um bedeutungsvolle Informationen zu extrahieren und Schlussfolgerungen zu formulieren.

- Was sind die Ergebnisse?
- Welche Themen lassen sich identifizieren?

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Planung und Diskussion

Schwierigkeitsgrad: Einfach



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

KOSTEN-NUTZEN-ANALYSE

Eine effektive Methode zur Bewertung der Kosten-Nutzen-Analyse einer Mentoring-Aktivität aus finanzieller Sicht besteht darin, sicherzustellen, dass die aus dem Mentoring-Programm resultierenden Vorteile die angefallenen Kosten rechtfertigen.

1. FESTLEGUNG DER BERECHNUNG DER INVESTITIONSRENDITE (ROI)

Identifizieren Sie die relevanten Kosten: Beginnen Sie damit, alle Kosten zu sammeln, die mit dem Mentoring-Programm verbunden sind. Dazu gehören direkte Kosten wie die Zeit des/der Mentor:in und der Mentees, Schulungsmaterialien, Verwaltungsausgaben sowie alle für das Mentoring verwendete Technologie oder Software.

Bestimmen Sie die Vorteile: Quantifizieren Sie die Vorteile des Mentorings, zu denen Faktoren wie verbesserte Mitarbeiterleistung, höhere Mitarbeiterbindung, reduzierte Fluktuationskosten oder verbesserte Fähigkeitenentwicklung gehören können.

2. BERECHNUNG DER RENDITE

Subtrahieren Sie die Gesamtkosten von den Gesamtvorteilen: Berechnen Sie den Nettovorteil, indem Sie die Gesamtkosten von den Gesamtvorteilen abziehen (Nettovorteil = Gesamtvorteile - Gesamtkosten).

Teilen Sie durch die Gesamtkosten: Teilen Sie den Nettovorteil durch die Gesamtkosten, um die ROI (Return on Investment) zu berechnen.

$$\text{ROI: } \frac{\text{Net Benefit} = \text{Total Benefits} - \text{Total Costs}}{\text{Total Costs}}$$

Überwachen Sie kontinuierlich und verbessern Sie das Mentoring-Programm basierend auf der ROI-Analyse. Nutzen Sie die gewonnenen Erkenntnisse, um Ressourcenallokation zu optimieren, Mentoring-Strategien zu verfeinern oder das Programm auszubauen, um bessere Ergebnisse zu erzielen.

3. INTERPRETATION DER KAPITALRENDITE

Ein positiver ROI (größer als 1) zeigt an, dass die Vorteile die Kosten überwiegen, was bedeutet, dass das Mentoring-Programm finanziell lohnenswert ist. Ein negativer ROI (weniger als 1) deutet darauf hin, dass das Programm nicht ausreichend Nutzen generiert, um die Kosten zu decken, und möglicherweise Anpassungen oder Überlegungen erfordert. Ein ROI von 1 bedeutet, dass das Programm kostendeckend ist, mit Vorteilen, die den Kosten entsprechen.

WICHTIG

Verstehen Sie den Zeitrahmen, über den Sie den ROI bewerten. Einige Vorteile können erst nach einiger Zeit zum Tragen kommen, daher sollten Sie sowohl kurzfristige als auch langfristige Auswirkungen berücksichtigen.

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Bericht

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

ZIEHEN DAS RAD DEINES LEBENS

Bringen Sie Ihre Mentees bei, wie sie ihr Lebensrad zeichnen können, eine solide Technik, um eine ganzheitliche Sicht auf ihr Leben zu gewinnen.

Das Lebensrad ist ein Instrument, mit dem Sie verschiedene Lebensbereiche wie Karriere, Beziehungen, Gesundheit und persönliche Entwicklung bewerten können. Sie können jedem Bereich eine Punktzahl zuweisen, die Ihren Grad der Zufriedenheit widerspiegelt. So können Sie feststellen, welche Bereiche mehr Aufmerksamkeit und Maßnahmen benötigen, um ein gesünderes, erfüllteres Gleichgewicht zu erreichen.

1. **KARRIERE/ARBEIT:** Dieser Bereich bezieht sich auf Ihr berufliches Leben, einschließlich Ihrer Arbeit, Ihrer Karriereentwicklung und Ihrer Zufriedenheit am Arbeitsplatz. Er umfasst Aspekte wie die Erfüllung der beruflichen Aufgaben, Möglichkeiten für berufliches Wachstum und die Balance zwischen Beruf und Privatleben.
2. **FINANZEN:** Finanzen umfassen Ihre finanzielle Stabilität, das Management von Geld, Ersparnisse, Investitionen und das allgemeine finanzielle Wohlbefinden. Es spiegelt Ihre Fähigkeit wider, Ausgaben zu verwalten und für die Zukunft zu planen.
3. **GESUNDHEIT:** Gesundheit umfasst sowohl das physische als auch das mentale Wohlbefinden. Dazu gehören Aspekte wie Bewegung, Ernährung, Ruhe, Stressbewältigung, geistige Gesundheit und allgemeine Fitness.
4. **SOZIALES LEBEN:** Ihre soziale Lebensqualität bezieht sich auf Ihre Interaktionen mit einem breiteren Netzwerk von Freunden, Bekannten und sozialen Gruppen. Sie spiegelt Ihr Engagement und Ihre Zufriedenheit in sozialen Aktivitäten wider.
5. **PERSÖNLICHES WACHSTUM:** Persönliches Wachstum umfasst Selbstverbesserung, Lernen und persönliche Entwicklung. Es beinhaltet das Festlegen und Erreichen von Zielen, das Erweitern des eigenen Wissens und kontinuierliche Weiterentwicklung.
6. **SPIRITUALITÄT:** Spiritualität beinhaltet Ihre Verbindung zu Ihrem inneren Selbst, persönlichen Überzeugungen, Werten und Lebenszweck. Sie kann religiöse oder philosophische Überzeugungen, Meditation, Achtsamkeit und ein Gefühl für die Bedeutung des Lebens umfassen.
7. **SPAß UND ERHOLUNG:** Dieser Bereich repräsentiert Freizeitaktivitäten, Hobbys und angenehme Unternehmungen, die Entspannung und Unterhaltung bieten. Es geht darum, sich Zeit für Dinge zu nehmen, die man liebt und die Freude bereiten.
8. **BEITRAG/GEMEINSCHAFT:** Dieser Bereich bezieht sich auf Ihr Engagement in der Gemeinschaft und den positiven Einfluss, den Sie auf andere ausüben. Er umfasst ehrenamtliche Tätigkeiten, das Geben zurück und das Beitragen zu Anliegen, die Ihnen am Herzen liegen.

Zeit: 30-60 Minuten

Fokus: Selbsteinschätzung

Schwierigkeitsgrad: Einfach – mittel

146



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

ZIEHEN DAS RAD DEINES LEBENS

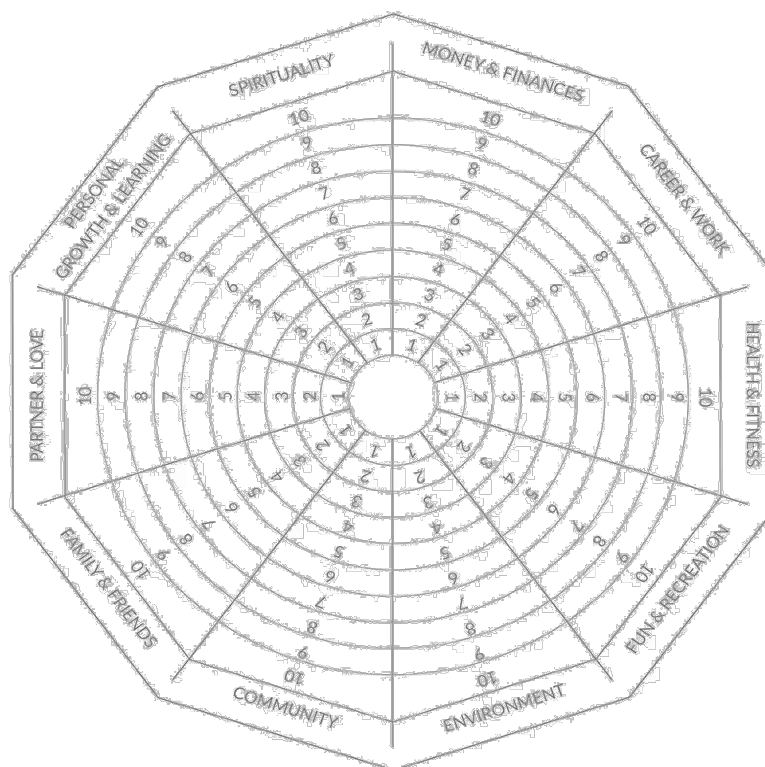
Bei Verwendung des Lebensrad-Modells können Einzelpersonen ihren Zufriedenheitsgrad in jedem dieser Bereiche bewerten, um festzustellen, welche mehr Aufmerksamkeit und Verbesserung benötigen. Dieser ganzheitliche Ansatz unterstützt Einzelpersonen dabei, auf ein ausgewogenes und harmonisches Leben hinzuarbeiten.

VORSCHLÄGE: Das beigefügte Bild ist lediglich ein Vorschlag. Die Bereiche, die im Rad enthalten sein sollen, können an die individuellen Bedürfnisse aller Mentees angepasst werden. Am Ende des Prozesses ist es wichtig zu fragen:

Innerhalb dieser Spalten, welche, wenn ihr spezifische Maßnahmen und Aufmerksamkeit gewidmet werden, wird dazu führen, dass diese und alle anderen Lebensbereiche zunehmen? Der nächste Schritt besteht darin, Maßnahmen für 24 Stunden (einfach), 1 Woche (mittel leicht) und 1 Monat (herausfordernd) zu bestimmen, um diese Spalte zu steigern.

WICHTIG

Alle Maßnahmen müssen fokussiert und erreichbar sein. Es ist üblich, dass Mentees abschweifen oder nicht erreichbare Ziele vorschlagen.



PLAN B TECHNIK

Diese Technik ist ein schrittweiser Aktionsplan, der darin besteht, größere Ziele in kleinere, erreichbare Schritte zu unterteilen. Dies hilft Frauen, sich gestärkt zu fühlen, wenn sie Fortschritte machen, und verhindert das Gefühl der Überforderung. Machen Sie das Projekt konkret und erreichbar!

Dieser Aktionsplan sollte mit einem Brief beginnen, der immer im Präsens geschrieben ist:
"Ich, (schreiben Sie Ihren Namen) in (Datum) dieses Jahres, habe einen solchen Hintergrund, lebe an einem solchen Ort, habe ein solches Auto, mache solche Aktivitäten, je mehr Details, desto größer die Möglichkeit einer SMART-Konferenz."

1. **EINFÜHRUNG:** Begrüßen Sie Ihre Mentees und erläutern Sie den Zweck der Sitzung: klare und erreichbare Ziele mithilfe dieser Technik zu setzen. Betonen Sie die Bedeutung, eine klare Richtung für persönliches und berufliches Wachstum zu definieren.
2. **ERLÄUTERUNG DER TECHNIK:** Einführen des Konzepts "Punkt B": Erklären Sie, dass dies den gewünschten zukünftigen Zustand oder das Ziel repräsentiert, das die Mentee erreichen möchten.
3. **REFLEXION DES IST-ZUSTANDES:** Ermutigen Sie Ihre Mentees dazu, über ihre aktuelle Situation nachzudenken und Bereiche zu identifizieren, die er verbessern oder verändern möchte. Besprechen Sie dabei seine Stärken, Herausforderungen und Aspirationen.
4. **DEFINITIONSPUNKT B GLAS:** Leiten Sie Ihre Mentees an, konkrete "Punkt B"-Ziele zu definieren, die mit seinen Aspirationen übereinstimmen. Jedes Ziel sollte die SMART-Kriterien erfüllen: Spezifisch, Messbar, Erreichbar, Relevant und Zeitgebunden. Zum Beispiel: "Innerhalb der nächsten sechs Monate werde ich eine relevante Zertifizierung abschließen, um meine Fähigkeiten im Bereich digitales Marketing zu erweitern und meine Chancen auf eine Beförderung zu erhöhen."
5. **AUFSCHLÜSSELUNG DER ZIELE IN EINEN AKTIONSPLAN:** Für jedes "Punkt B"-Ziel unterstützen Sie Ihre Mentees dabei, es in kleinere, handlungsfähige Schritte zu unterteilen. Besprechen Sie potenzielle Hindernisse und Strategien, um sie zu überwinden. Beispiel: Online-Kurse identifizieren, Lernzeit zuweisen, Aufgaben abschließen und Prüfungen durchführen.
6. **ZEITMANAGEMENT UND VERANTWORTLICHKEIT:** Fassen Sie die "Punkt B"-Ziele und die SMART-Kriterien für deren Festlegung zusammen. Besprechen Sie, wann die nächste Follow-Up-Sitzung stattfinden wird, und klären Sie, wie sie sich melden können, falls sie Unterstützung benötigen.
7. **ABSCHLUSS UND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE:** Besprechen Sie, wie Ihre Mentee planen, ihre Zeit zu verwalten, um ihre Ziele zu erreichen, und ermutigen Sie sie, Tools wie Kalender oder Aufgabenverwaltungs-Apps zu nutzen. Legen Sie eine Methode für Verantwortlichkeit und Fortschrittskontrolle fest, wie regelmäßige Überprüfungen.

Zeit: 30-60 Minuten

Fokus: Zielsetzung

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

MOMENT DER STRÖMUNG

Dieses Instrument hilft Ihnen dabei, Mentees dabei zu unterstützen, ihre Spitzenleistungs-Zustände zu erkunden und die Faktoren zu verstehen, die dazu beitragen.

1. EINFÜHRUNG IN DAS MOMENTENTOOL "IN FLOW"

Erklären Sie Ihren Mentees, dass das Instrument darauf abzielt, ihre Momente des "Im Fluss"-Zustands zu erkunden, in denen sie auf ihrem Besten sind und vollständig in ihren Aktivitäten aufgehen.

Bitten Sie Ihre Mentees darum, sich an mindestens einen spezifischen Moment zu erinnern und diesen zu beschreiben, in dem sie sich "Im Fluss" fühlte. Ermutigen Sie sie, eine Erfahrung auszuwählen, in der ihre Fähigkeiten, ihr Glück und ihre Vertiefung harmonisch zusammentreffen.

2. ANALYSE DER "IN-FLOW"-ERFAHRUNG

Leiten Sie Ihre Mentees dazu an, über die Umstände und die Umgebung des "Im Fluss"-Moments nachzudenken. Helfen Sie ihnen dabei, zu identifizieren, welche Faktoren dazu beigetragen haben, diesen Zustand zu schaffen.

Stellen Sie Fragen wie:

- Was haben Sie gemacht?
- Mit wem waren Sie zusammen?
- Wo waren Sie?
- Welche Emotionen haben Sie empfunden?

3. VERBINDUNG MIT GRUNDWERTEN

Unterstützen Sie Ihre Mentees dabei, die Erfahrung des "Im Fluss"-Zustands mit seinen Kernwerten und persönlichen Prioritäten zu verbinden. Besprechen Sie, wie die Aktivität mit ihren Werten in Einklang stand und warum sie für sie so bedeutsam war.

4. WIEDERHERSTELLUNG DES ZUSTANDS "IM FLUSS"

Ermutigen Sie Ihren Mentee zu überlegen, ob es möglich ist, Momente des "Im Fluss"-Zustands in seiner aktuellen Situation nachzubilden. Besprechen Sie potenzielle Strategien oder Aktivitäten, die mit seinen Fähigkeiten, Leidenschaften und Werten in Einklang stehen könnten.

5. VISUALISIERUNG DES "IM FLUSS SEINS"

Besprechen Sie die Bedeutung der Anerkennung und Verfolgung von Aktivitäten, die zu "Im Fluss"-Momenten führen. Ermutigen Sie Ihre Mentees, nach Gelegenheiten zu suchen, die es ihnen ermöglichen, ihre Stärken zu nutzen und Spitzenleistungen zu erzielen.

Zeit: 45 Minuten

Fokus: Kreativität

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

WAS DEFINIERT ERFOLG? UND HABE ICH IHN?

Success Techniques ist ein Werkzeug, das dazu beiträgt, zu projizieren, was Erfolg für jede Frau bedeutet, und ihre Subjektivität und Einzigartigkeit zu verstehen.

1. AUFGABE

Fordern Sie die Mentees auf, über 10 erfolgreiche Eigenschaften nachzudenken, die sie oder eine erfolgreiche Frau haben sollte; dies können Eigenschaften sein, die sie bereits besitzt oder die sie anstrebt.


Fragen Sie immer:

- Was bedeutet diese Eigenschaft für Sie, warum ist sie wichtig?
- Auf diese Weise kann die Person herausfinden, was sie will und ob dieser Wunsch von ihr selbst stammt oder etwas ist, das von der Struktur oder den sozialen Konstruktionen aufgezwungen wird.

2. SCHLUSSFOLGERUNG

Mit der Zehn, die oben in den Spalten steht, muss sie von null bis zehn Merkmale bewerten.

MEHR INFORMATIONEN HIER:

What is success? 

Zeit: 60 Minuten

Fokus: Selbst – Empowerment

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

ERMÄCHTIGUNGS-COLLAGE

In dieser Mentoring-Sitzung werden Sie eine Gruppe von Mentees durch die Collagetechnik führen, um ihr Gefühl von Selbstbestimmung und Selbstwert zu stärken. Diese kreative und introspektive Aktivität wird ihnen dabei helfen, über ihre Stärken, Ziele und Inspirationsquellen nachzudenken.

3. EINFÜHRUNG

Beginnen Sie damit, den Zweck der Sitzung zu erklären: die Erforschung und Feier ihrer Quellen der Stärkung. Schaffen Sie eine sichere und inklusive Umgebung für den Austausch und die Selbstexpression.

4. ERLÄUTERUNG DER ÜBUNG

Führen Sie das Konzept von Ermächtigung und Selbstwertgefühl ein. Besprechen Sie die Bedeutung der Anerkennung persönlicher Stärken und Ziele. Erklären Sie, dass eine Ermächtigungs-Collage eine visuelle Darstellung dessen ist, was sie stärkt und inspiriert.

5. BILDERSAMMLUNG

Stellen Sie eine Vielzahl von Zeitschriften und gedruckten Materialien zur Verfügung. Weisen Sie die Mentees an, durch die Materialien zu blättern und Bilder, Wörter und Phrasen auszuschneiden, die mit ihrem Gefühl von Stärkung und ihren Zielen in Resonanz stehen.

6. COLLAGEERSTELLUNG

Verteilen Sie den Mentees Plakatpappen oder große Papierbögen. Ermutigen Sie sie, ihre gesammelten Bilder auf dem Plakat anzuordnen und aufzukleben, um eine Collage zu erstellen, die ihre persönliche Ermächtigungsreise widerspiegelt. Erinnern Sie sie daran, Platz für zusätzliche Zeichnungen, Schriften oder Dekorationen zu lassen.

7. TEILEN UND DISKUTIEREN

Nachdem die Collagen fertiggestellt sind, geben Sie allen Mentees die Gelegenheit, seine Collage mit der Gruppe zu teilen. Nach jeder Präsentation laden Sie die Gruppe ein, Fragen zu stellen und positives Feedback zu geben.

8. REFLEXION UND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

Moderieren Sie eine Gruppendiskussion über den Prozess der Collage-Erstellung und die dabei aufgetretenen Emotionen. Ermutigen Sie die Mentees, Schlussfolgerungen und Erkenntnisse über ihre eigenen Quellen der Stärkung zu identifizieren. Besprechen Sie, wie sie diese Erkenntnisse in ihren Alltag integrieren und ihre Ermächtigung weiter fördern können. Diese Technik ermutigt die Mentees, sich kreativ auszudrücken, während sie über ihre inneren Stärken und Ziele nachdenken. Das Ziel ist es, eine unterstützende Umgebung zu schaffen, in der Frauen sich verbinden, die Reisen der anderen feiern und die Sitzung mit einem gesteigerten Gefühl von Ermächtigung und Selbstwert verlassen können.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

Zeit: 75 Minuten

Fokus: Empowerment

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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

REFLEKTIVES JOURNALING

Diese Übung ermöglicht es sowohl Mentor:innen als auch den Mentees, ihre Gedanken, Erfahrungen und Erkenntnisse während des gesamten Mentoring-Prozesses festzuhalten. Sie hilft Ihnen, Klarheit zu gewinnen, Muster zu erkennen und Fortschritte zu verfolgen und kann gleich zu Beginn des Mentorings eingeführt werden.

1. **DIE TAGEBUCH-ROUTINE:** Ermutigen Sie sich und Ihre Mentees, sich regelmäßig Zeit für ein Tagebuch zu nehmen. Das kann täglich, wöchentlich oder nach wichtigen Mentoring-Sitzungen oder Meilensteinen sein. Beständigkeit ist der Schlüssel, um die Entwicklung von Gedanken und Gefühlen im Laufe der Zeit festzuhalten.
2. **DURCHFÜHRUNG VON PROMOTIONEN:** Bieten Sie ihnen einige Anregungen für ein Tagebuch an, um den Einstieg zu erleichtern. Dazu können Fragen gehören wie:
 - Was sind Ihre aktuellen Ziele für die Mentoring-Beziehung?
 - Was haben Sie in der letzten Mentoring-Sitzung gelernt?
 - Vor welchen Herausforderungen stehen Sie und wie wollen Sie diese bewältigen?
 - Welche Stärken oder Fähigkeiten haben Sie bei sich selbst festgestellt?
3. **EHRlichkeit UND OFFENHEIT:** Betonen Sie, wie wichtig es ist, ehrlich zu sein und offen in ihren Überlegungen sein. Versichern Sie ihnen, dass das Tagebuch ein privater Raum zur Selbstentdeckung ist und sie ihre Gedanken ohne Angst vor Verurteilung mitteilen können.
4. **FORTSCHRITTE UND RUCKSCHLÄGE:** Ermutigen Sie die Mentees, nicht nur ihre Erfolge und Fortschritte zu feiern, sondern auch über Rückschläge und Hindernisse zu reflektieren, auf die sie gestoßen sind. Das Besprechen von Herausforderungen kann zu wertvollen Einsichten und Wachstumsmöglichkeiten führen.
5. **BESPRECHUNG DER TAGEBUCH-EINTRÄGE:** Nehmen Sie sich in der Abschlussphase der Mentoring-Beziehung Zeit für sich und Ihre Mentees, um alle Tagebucheinträge zu besprechen. Dies wird dazu beitragen, die Entwicklung der Mentees und die gemeinsam zurückgelegte Reise zu würdigen.
6. **THEMEN UND MUSTERN:** Ermutigen Sie sie beide dazu, wiederkehrende Themen und Muster in Ihren Überlegungen zu erkennen. Dazu könnten Veränderungen in der Einstellung, Verschiebungen in den Prioritäten oder Bereiche mit beständigen Verbesserungen gehören.
7. **DIE SELBSTREFLEXION DER MENTEEs:** Als Mentor:in können Sie die Selbstreflexion der Mentees fördern, indem Sie ihm Fragen zu seinen Tagebucheinträgen stellen:
 - Wie denken Sie über die Fortschritte bei der Erreichung Ihrer Ziele?
 - Gab es irgendwelche Überraschungen oder Erkenntnisse während des Mentoring-Prozesses?
 - Wie wollen Sie das Gelernte nach Beendigung der Mentoring-Beziehung anwenden?
8. **ZUKÜNFTIGE ZIELE SETZEN:** Helfen Sie den Mentees, auf der Grundlage der Erkenntnisse aus dem Reflexionstagebuch zukünftige Ziele zu setzen und einen Aktionsplan für sein weiteres Wachstum über die Mentoring-Beziehung hinaus zu erstellen.

Zeit: 30-45 Minuten

Fokus: Selbstwahrnehmung

Schwierigkeitsgrad: Mittel – schwer

ANERKENNUNGSSCHREIBEN

Diese Übung bietet Ihnen und Ihren Mentees die Möglichkeit, Ihre Dankbarkeit auszudrücken, über das Mentoring zu reflektieren und das gemeinsame Wachstum und Lernen anzuerkennen.

1. REFLEKTIEREN DES MENTORING

Vor dem Treffen sollten Sie und Ihre Mentees individuell über die gewonnenen Erkenntnisse, die erlebten Herausforderungen und das erlebte Wachstum während des Mentorings nachdenken.

2. SCHREIBEN DES ANERKENNUNGSSCHREIBEN

Alle Teilnehmenden schreiben sich gegenseitig einen aufrichtigen Dankesbrief. Der Brief sollte Dankbarkeit ausdrücken, besondere Momente hervorheben und die Auswirkungen des Mentorats reflektieren. Teilen Sie in den Briefen persönliche Erkenntnisse aus dem Mentoring, gelernte Lektionen und signifikante Veränderungen der Perspektive oder Fähigkeiten mit. Heben Sie Erfolge, Meilensteine oder Durchbrüche hervor, die sich aus der Mentoring-Beziehung ergeben haben.

3. WACHSTUM ZUM AUSDRUCK BRINGEN UND ZUKUNFTSABSICHTEN TEILEN

Erörtern Sie, wie das Mentoring zum persönlichen und beruflichen Wachstum beigetragen hat, einschließlich neuer Fähigkeiten, gestärktem Vertrauen und erweitertem Wissen. Bitten Sie die Mentees zu erwähnen, wie die Erfahrungen aus dem Mentoring in Zukunft genutzt werden sollen.

4. LESEN UND DISKUTIEREN VON BRIEFEN

Lesen Sie sich abwechselnd Ihre Dankesbriefe laut vor. Lasst euch nach dem Lesen jedes Briefes Zeit zum Nachdenken und Diskutieren.

5. WIRKUNG TEILEN

Tauschen Sie sich über die Erkenntnisse aus, die Sie beim Lesen der Briefe gewonnen haben, und erörtern Sie, wie sich das Mentoring auf jeden von Ihnen persönlich und beruflich ausgewirkt hat.

6. BESPRECHUNG DER NÄCHSTEN SCHRITTE

Diskutieren Sie die Möglichkeit, über das formale Mentoring hinaus in Kontakt zu bleiben, sei es durch gelegentliche Rückmeldungen, Updates oder Zusammenarbeit.

7. AUSTAUSCH VON BRIEFEN

Tauschen Sie die schriftlichen Dankesbriefe als physische Kopien oder per E-Mail aus, damit sowohl Sie als auch Ihre Mentees eine greifbare Erinnerung an die Erfahrung haben.

8. ABSCHLUSS UND FESTLEGUNG VON ZUKÜNFTIGEN ABSICHTEN

Schließen Sie das Treffen ab, indem Sie noch einmal Ihre Dankbarkeit zum Ausdruck bringen, Absichten für die Beendigung des Mentorings festlegen und die Möglichkeit einer erneuten Kontaktaufnahme in der Zukunft besprechen.

Zeit: 60-75 Minuten

Fokus: Reflexion

Schwierigkeitsgrad: Mittel

153



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

ZEITLEISTE DES WACHSTUMS

Diese Übung ermöglicht es Ihnen und Ihren Mentees, wichtige Meilensteine, Erfolge und denkwürdige Momente während des Mentoring visuell darzustellen, um die Reflexion zu fördern und das Wachstum zu feiern.

1. **SAMMLUNG VON MATERIALIEN:** Sammeln Sie gemeinsam Marker, Buntstifte, Haftnotizen, Karteikarten und alle Fotos oder Erinnerungstücke, die für das Mentoring von Bedeutung sind.
2. **REFLEKTION ÜBER DIE REISE:** Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um individuell über die wichtigsten Momente, Errungenschaften und Meilensteine, die Sie gemeinsam während des Mentoring erlebt haben, nachzudenken.
3. **ERSTELLEN EINER ZEITLEISTE MIT DEN WICHTIGSTEN MEILENSTEINEN:** Zeichnen Sie eine horizontale Linie auf das Blatt Papier oder in das digitale Tool, um die Zeitachse darzustellen. Bitten Sie die Mentees, Haftnotizen oder Karteikarten entlang der Zeitleiste zu platzieren, um die wichtigsten Meilensteine, Erfolge und bedeutenden Momente darzustellen. Fügen Sie unter jedem wichtigen Meilenstein kleinere Haftnotizen oder Karteikarten mit unterstützenden Details hinzu, z. B. gelernte Lektionen, bewältigte Herausforderungen und erlebtes persönliches Wachstum.
4. **EINFÜGEN VON BILDERN:** Wenn Sie Fotos oder Erinnerungstücke haben, die bestimmte Momente darstellen, fügen Sie diese in der Nähe der entsprechenden Einträge in die Zeitleiste ein.
5. **BESPRECHUNG JEDES MEILENSTEINS:** Beginnen Sie am Anfang der Zeitleiste und besprechen Sie abwechselnd jeden wichtigen Meilenstein und teilen Sie Erkenntnisse, Gefühle und Gedanken, die mit diesem Moment verbunden sind. Überlegen Sie, wie jeder Meilenstein zu Ihrem Wachstum beigetragen hat, sowohl individuell als auch als Mentoring Paar. Diskutieren Sie über gewonnene Einsichten und entwickelte Fähigkeiten.
6. **HERAUSFORDERUNGEN UND ERKENNTNISSE FESTHALTEN:** Sprechen Sie alle Herausforderungen oder Hindernisse an, denen Sie beide auf Ihrem Weg begegnet sind. Erörtern Sie, wie diese Herausforderungen zu Lernmöglichkeiten und persönlicher Entwicklung geführt haben.
7. **ZUSAMMENFASSUNG DER REISE:** Reflektieren Sie, wie die Mentoring-Beziehung zur persönlichen und beruflichen Entwicklung der Mentees beigetragen hat. Hier sind einige Fragen, die diese Reflexion erleichtern können:
 - Wie haben sich Ihre ursprünglichen Ziele und Erwartungen im Laufe der Zeit entwickelt?
 - Welche spezifischen Fähigkeiten oder Kenntnisse haben Sie während des Mentorings erworben, die Sie vorher nicht besaßen?
 - Wie hat die Unterstützung Ihres/ihrer Mentor:in dazu beigetragen, dass Sie sich trauen, neue Aufgaben, Projekte oder Rollen zu übernehmen?
 - Wie hat die Mentoring-Beziehung zu Ihrer persönlichen Entwicklung beigetragen?

Zeit: 45-60 Minuten

Fokus: Selbsteinschätzung

Schwierigkeitsgrad: Mittel

FEEDBACK-SITZUNG

Diese Übung ermöglicht es, wichtige Meilensteine, Erfolge und denkwürdige Momente während des Mentorings für Reflexion und Wachstum visuell festzuhalten.

1. EINE SPEZIELLE SITZUNG

Planen Sie eine bestimmte Zeit für die reflektierende Feedback-Sitzung ein. Diese Sitzung sollte idealerweise gegen Ende des Mentoring-Programms stattfinden, um sowohl dem/der Mentor:in als auch den Mentees genügend Zeit zu geben, ihre Gedanken zu sammeln und über ihre Reise zu reflektieren.

2. VORBEREITUNG

Sowohl Sie als auch Ihre Mentees sollten unabhängig voneinander über die folgenden Aspekte nachdenken:

- **Errungenschaften:** Was waren die wichtigsten Ziele oder Meilensteine, die während des Mentoring-Programms erreicht wurden?
- **Herausforderungen:** Welche Hindernisse wurden überwunden oder müssen noch beseitigt werden?
- **Gelerntes:** Welche neuen Fähigkeiten, Kenntnisse oder Einsichten wurden gewonnen?
- **Wachstum:** Wie hat das Mentoring zum persönlichen und beruflichen Wachstum beigetragen?
- **Rückmeldung:** Was waren die Stärken der Mentoring-Beziehung und welche Bereiche könnten verbessert werden?

3. GESPRÄCHSFÜHRUNG

Leiten Sie das Gespräch während der Sitzung anhand der folgenden Aufforderungen:

- **Eröffnungsbemerkungen:** Beginnen Sie mit einer herzlichen und positiven Begrüßung. Drücken Sie Ihre Dankbarkeit für die Möglichkeit aus, an der Mentoring-Reise teilzunehmen.
- **Austausch von Erfolgen:** Lassen Sie die Mentees von den eigenen Leistungen und Erfolgen berichten, die durch das Mentoring ermöglicht wurden. Erörtern Sie, wie diese Errungenschaften mit den ursprünglichen Zielen übereinstimmen.
- **Besprechung von Herausforderungen:** Sprechen Sie alle Herausforderungen an, die während des Mentorings aufgetreten sind. Dazu könnten Hindernisse gehören, die überwunden wurden, oder Bereiche, die noch Aufmerksamkeit erfordern.
- **Reflexion über das Gelernte:** Mentees können Erkenntnisse und neue Fähigkeiten mitteilen, die während des Mentorings erworben wurden. Erörtern Sie, wie diese Erkenntnisse die Herangehensweise der Mentees an das eigene Fachgebiet oder die eigene Karriere beeinflusst haben.
- **Wachstum hervorheben:** Die Mentees können auch über persönliches und berufliches Wachstum sprechen, das als Ergebnis des Mentorings eingetreten ist. Erörtern Sie Veränderungen in der Denkweise, im Selbstvertrauen und in den Fähigkeiten.

Zeit: 60-90 Minuten

Fokus: Selbsteinschätzung und Kommunikation

Schwierigkeitsgrad: Mittel



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



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



Mentor's Toolkit

www.restarteurope.org



FH MÜNSTER
University of Applied Sciences

Firlda



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA



ACEEU
ACCREDITATION COUNCIL
FOR ENTREPRENEURIAL &
ENGAGED UNIVERSITIES