



THINK SOCIAL

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL
MINDSETS FOR A SUSTAINABLE FUTURE

I01-A4: THINK SOCIAL WEGE ZUR WEITERBILDUNG

MODUL 2. SCHAFFUNG EINES SOZIALEN UNTERNEHMENS. DIE HERAUSFORDERUNG.



Co-funded by
the European Union



THINK SOCIAL

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL
MINDSETS FOR A SUSTAINABLE FUTURE





Think Social

Wege zur Weiterbildung

Bildungspaket

Modul 2. Schaffung eines sozialen
Unternehmens. Die Herausforderung.



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

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Inhaltsübersicht

Zielsetzungen und Ziele	2
Unterrichtsplan	4
Lektion 1. Ein sozialer Unternehmer sein	9
Aktivität 1. Was ist soziales Unternehmertum?	10
Lektion 2. Gründung eines Sozialunternehmens	12
Fallstudie 1. Food Cloud - Eine Welt, in der keine Lebensmittel verschwendet werden	14
Fallstudie 2. Die Initiative zur Bekämpfung der Altersarmut	16
Referenzen	19



Zielsetzungen und Ziele

Hauptziel

Dieses Modul zielt darauf ab, die Eigenschaften und Verhaltensweisen vorzustellen, die ein sozialer Unternehmer haben muss und wie man den „sozialen“ Ansatz in den unternehmerischen Prozess einbringt. Das Modul konzentriert sich auf die Hauptmerkmale eines sozialen Unternehmers und unterstützt die Motivation und Reflexion der Lernenden über soziales Unternehmertum, um ein Unternehmen mit sozialer Wirkung zu gründen und zu fördern.

Lernziele

- Einführung in die wichtigsten Merkmale und Verhaltensweisen eines sozialen Unternehmers.
- Erklärung der Unterschiede zwischen „Unternehmer“ und „Sozialunternehmer“.
- Erläuterung der persönlichen Voraussetzungen, um ein sozialer Unternehmer zu sein.
- Einführung verschiedener Techniken, die die Selbstreflexion bei der Gründung eines sozialen Unternehmens unterstützen.
- Erläuterung, wie der soziale Ansatz in einen unternehmerischen Prozess einbezogen werden kann.
- Einführung verschiedener Techniken zur Analyse der Umwelt und zur Erkennung der sozialen Herausforderungen.
- Erkunden der Vorteile eines sozialen Unternehmens.

Lernergebnisse

Nach Abschluss dieses Moduls wird der Lernende (Sie):

- wissen, was die wichtigsten Merkmale und Verhaltensweisen eines sozialen Unternehmers sind;
- eine Selbsteinschätzung vornehmen und die Kompetenzen ermitteln können, die Sie haben müssen, um ein sozialer Unternehmer zu sein;
- über die soziale Tragweite seiner/ihrer unternehmerischen Idee nachdenken können;
- den sozialen Ansatz einer Geschäftsidee definieren können;
- das Umfeld analysieren und die sozialen Bedürfnisse und Herausforderungen ermitteln können;
- wissen, wie Sie soziale Herausforderungen in Ihre Geschäftsidee integrieren können; und
- den Nutzen der Integration sozialer Aspekte in eine Geschäftsidee erkennen.



Think Social Up-skilling pathway

Aufbau des Moduls

Der Inhalt des Moduls ist in zwei Einheiten gegliedert:

Lektion 1: Ein sozialer Unternehmer sein.

Lektion 2: Gründung eines sozialen Unternehmens

Dauer des Moduls: 3 Stunden (siehe „Unterrichtsplan“ für weitere Details)



Unterrichtsplan

Titel des Moduls:	Modul 2: Gründung eines sozialen Unternehmens. Die Herausforderung.	
Titel der Einheit:	Einheit 1. Ein sozialer Unternehmer sein	
Beschreibung der Lernaktivitäten	Dauer (in Minuten)	Erforderliche Materialien oder Ausrüstung
Eröffnung des Workshops: Die Lernenden werden mit den Lernzielen von Modul 2, Einheit 1 (siehe Folien 2 und 3) vertraut gemacht und diskutieren ihre Beweggründe für die Teilnahme an der Sitzung zum Thema „Gründung eines sozialen Unternehmens“.	5'	<ul style="list-style-type: none">• IT-Ausstattung mit Internetzugang.• Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 2 & 3.
Was ist soziales Unternehmertum? Anhand des bereitgestellten Arbeitsblatts unterscheiden die Lernenden zwischen „sozialem Unternehmertum“ und „unternehmerischem Unternehmertum“. Sie erkennen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen diesen beiden Konzepten und diskutieren darüber. Der Moderator wird die wichtigsten Lerninhalte auf den Folien 4 und 5 der begleitenden Präsentation vorstellen.	20'	<ul style="list-style-type: none">• IT-Ausstattung mit Internetzugang.• Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 4 und 5.
<u>Merkmale und Verhaltensweisen eines sozialen Unternehmers:</u> Die Lernenden erörtern die wichtigsten Merkmale eines sozialen Unternehmers und ermitteln, welche dieser Fähigkeiten sie besitzen. Die Lernenden sollen zusätzliche Eigenschaften und Verhaltensweisen identifizieren, die ihrer Meinung nach für den Erfolg eines sozialen Unternehmers relevant sind. Dann sollte jede Gruppe ihre Arbeit präsentieren und wenn alle Gruppen dies getan haben, eine Diskussion über die Unterschiede zwischen den Social-Media-Plattformen und ihren Beiträgen anstoßen. Schließen Sie die Diskussion darüber ab, wie	20'	<ul style="list-style-type: none">• Think Social Activity Sheet 1 Modul 2 Lektion 1.• Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 6 und 7.



wichtig es ist, Ihre Beiträge an die Plattform und die Zielgruppe anzupassen, indem Sie den Lernenden die erste Fallstudie präsentieren.		
Kann ich ein sozialer Unternehmer sein? Selbsteinschätzung Zur Selbstreflexion werden die Lernenden aufgefordert, dieses 10-Fragen-Quiz auszufüllen, um zu prüfen, ob sie bereit sind, ein sozialer Unternehmer zu sein: https://www.proprofs.com/quiz-school/story.php?title=social-enterprise-quiz	20'	<ul style="list-style-type: none">• IT-Ausstattung mit Internetzugang.• Think Social PowerPoint Präsentation, Folie 8.
Eigene Überlegungen und Motivationen: Der Moderator wird die Lernenden auffordern, die Gründe zu erörtern, die sie zur Teilnahme am Think Social Programm bewegt haben. Auf Folie 10 finden Sie eine Checkliste, die Sozialunternehmern helfen soll, ihre Beweggründe zu ermitteln.	20'	<ul style="list-style-type: none">• Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 9 & 10.• IT-Ausstattung mit Internetzugang.
Workshop abschließen Zum Abschluss dieser Sitzung teilt der Moderator drei verschiedenfarbige Blätter aus. Auf jedem Blatt sollen die Lernenden identifizieren: → 1 Sache, die ihnen an der Sitzung gefallen hat. → 1 Sache, die sie während der Sitzung gelernt haben. → 1 Sache, die sie an der Sitzung ändern würden. Der Moderator sammelt alle Antworten und erstellt eine Wortwolke, über die die Lernenden nachdenken können.	5'	<ul style="list-style-type: none">• Farbige Papierbögen• Stifte/Maker für Notizen
Gesamtdauer der Einheit	1 Stunde, 30 Minuten	



Titel des Moduls:	Modul 2: Gründung eines sozialen Unternehmens. Die Herausforderung.	
Titel der Einheit:	Einheit 2. Gründung eines Sozialunternehmens	
Beschreibung der Lernaktivitäten	Dauer (in Minuten)	Erforderliche Materialien oder Ausrüstung
<p>Eröffnung des Workshops: Der Moderator wird die Sitzung mit einem Brainstorming eröffnen. Die Lernenden werden gebeten, soziale Unternehmen in ihrer Umgebung zu identifizieren, die die Entwicklung der Gemeinschaft unterstützen.</p> <p>Eine Liste der Sozialunternehmen wird auf das Flipchart geschrieben.</p>	10'	<ul style="list-style-type: none"> • IT-Ausstattung mit Internetzugang. • Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 2 & 3. • Flipchart und Stifte.
<p>Der soziale Ansatz einer Geschäftsidee: Der Moderator bespricht mit den Lernenden das 3P's Business Management Model, wie es auf den Folien 4 und 5 der beigefügten PowerPoint-Folien zu sehen ist.</p> <p>Anhand der zur Verfügung gestellten Liste von Sozialunternehmen sollen die Lernenden in Gruppenarbeit herausfinden, wie diese Unternehmen ihre soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung gemäß dem 3P-Modell wahrnehmen.</p>	10'	<ul style="list-style-type: none"> • Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 4 & 5.
<p>Analyse des Umfelds und Erkennen sozialer Herausforderungen Anhand der Liste von Beispielen auf Folie 6 sollen die Lernenden Sozialunternehmen identifizieren, die sich mit den genannten sozialen Herausforderungen befassen.</p>	10'	<ul style="list-style-type: none"> • Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 6
<p>Fallstudien Der Moderator teilt die Gruppe in zwei Teile und bittet eine Gruppe, sich mit der Fallstudie über Lidl Irland zu befassen, während die andere sich mit Food Cloud beschäftigt.</p>	20'	<ul style="list-style-type: none"> • Think Social PowerPoint Präsentation, Folien 7&8 • Think Social Fallstudien 1&2



<p>Die Gruppe erhält ein Exemplar der Fallstudie 1 und 2 und prüft die gestellten Fragen und Aussagen. Jede Untergruppe diskutiert die Fallstudie mit der Gruppe.</p> <p>Zur Unterstützung des weiteren Lernens wird der Moderator der Gruppe folgende Fragen stellen, um die Gruppendiskussion zu fördern</p> <ol style="list-style-type: none">1. Auf welche Elemente des 3P's Business Management Model arbeiten die Unternehmen hin?2. Wie haben diese Sozialunternehmen das Leben der Menschen in ihrem Umfeld verbessert?		
<p>Vorteile der Integration</p> <p>Der Moderator regt eine Diskussion unter den Lernenden an, um die Vorteile zu ermitteln, die sie mit sozialen Unternehmen in Verbindung bringen.</p>	20'	<ul style="list-style-type: none">• Think Social PowerPoint Präsentation, Folie 9
<p>Aktivität</p> <p>Die Lerngruppe führt eine Aktivität durch, die auf Folie 10 der beigefügten PowerPoint-Präsentation beschrieben ist.</p> <p>Die Lernenden sollten ermutigt werden, über soziale Probleme in ihrem Gebiet nachzudenken und herauszufinden, wie Sozialunternehmen diese Probleme angehen und verbessern könnten.</p>	20'	<ul style="list-style-type: none">• Think Social PowerPoint Präsentation, Folie 10
<p>Workshop schließen:</p> <p>Zum Abschluss der Sitzung verteilt der Moderator Exit-Karten an die Lernenden.</p> <p>Jede/r Lernende sollte die folgenden Fragen beantworten:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Worüber hätten Sie gerne mehr erfahren?2. Welche Elemente der Sitzung haben Ihnen am meisten/am wenigsten gefallen?	10'	<ul style="list-style-type: none">• Papierbögen



3. Wenn Sie jemandem, der nicht an der heutigen Sitzung teilgenommen hat, eine wichtige Tatsache erzählen würden, was würden Sie ihm sagen?		
Gesamtdauer der Einheit	1 Stunde, 30 Minuten	

Gesamtdauer des Moduls	3 Stunden
-------------------------------	------------------



Lektion 1. Ein sozialer Unternehmer sein

Das traditionelle Unternehmertum konzentriert sich auf Einzelpersonen, die eine Organisation gründen, um einen Bedarf zu decken, die dann wiederum Gewinne erzielt. Im Gegensatz dazu ist ein Sozialunternehmer eine Person, die gemeinschaftsbezogene Probleme identifiziert und löst (Hayes, 2021). Sozialunternehmer versuchen, einen positiven Einfluss auf die Welt zu nehmen, indem sie Organisationen wie Lebensmittelbanken zur Unterstützung einkommensschwacher Familien, Gemeinschaftsgruppen zur Integration marginalisierter Erwachsener in eine Gemeinschaft oder Stellen für (Mikro-)Kredite zur Förderung anderer Unternehmer bei der Umsetzung ihrer Ideen gründen (The Sedge, 2018). Sozialunternehmer sind leidenschaftliche Menschen, die innovatives Denken, dynamische Ansätze und ethische Praktiken anwenden, um ihre Sache zu unterstützen (Social Enterprise Ireland, 2021).

Soziales Unternehmertum ist nicht auf die Reichen und Berühmten beschränkt, sondern auf jeden innerhalb einer Gemeinschaft, der die Welt positiv verändern möchte (Rahim, 2019). Personen, die an der Gründung eines Sozialunternehmens interessiert sind, sollten ihre eigenen Motivationen prüfen und überlegen, ob sie die Kraft und die Ausdauer haben, sich weiterhin für die Vision des Sozialunternehmens einzusetzen, selbst wenn sie auf Widerstände stoßen. Oft werden Personen, die durch extrinsische Belohnungen, wie z. B. Einkommen, motiviert sind, Schwierigkeiten haben, die ihnen gestellten Herausforderungen zu meistern, wohingegen Personen, die intrinsisch durch die Leidenschaft, das Leben der Menschen um sie herum zu verbessern, motiviert sind, bei ihren sozialunternehmerischen Bemühungen erfolgreich sein werden.

Bevor sie ein Sozialunternehmen gründen, sollten potenzielle Sozialunternehmer einige der folgenden Fragen prüfen, um festzustellen, ob sie in Zukunft als Sozialunternehmer erfolgreich sein könnten:

- Bin ich bereit, neue Chancen zum Wohle der Allgemeinheit zu nutzen?
- Werde ich mich weigern, angesichts der Herausforderungen, denen ich gegenüberstehe, aufzugeben?
- Werde ich mich darauf konzentrieren, die Welt zum Besseren zu verändern?
- Verzichte ich auf etwaige Gewinne und gebe sie an das Sozialunternehmen zurück?
- Warum erwäge ich überhaupt die Gründung eines Sozialunternehmens?



Aktivität 1. Was ist soziales Unternehmertum?

Titel des Moduls	Schaffung eines sozialen Unternehmens. Die Herausforderung.
Titel der Einheit	Einheit 1: Ein sozialer Unternehmer sein
Tätigkeit Titel	Was ist soziales Unternehmertum?
Art der Ressource	Arbeitsblätter
Art des Lernens	Blended Learning
Dauer der Aktivität	15'
Lernergebnisse	Nach Abschluss dieser Aktivität sind die Lernenden in der Lage, soziales Unternehmertum zu definieren. Darüber hinaus werden die Lernenden in der Lage sein, Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen sozialem Unternehmertum und Unternehmertum zu diskutieren.
Ziel der Aktivität	Ziel dieser Aktivität ist es, die Lernenden zu ermutigen, über die Definitionen „soziales Unternehmertum“ und „Unternehmertum“ nachzudenken und ihre Annahmen und Überzeugungen in Bezug auf diese beiden Definitionen zu hinterfragen.
Erforderliche Materialien für die Aktivität	Die folgenden Materialien werden benötigt, um diese Aktivität erfolgreich durchzuführen: <ul style="list-style-type: none">• Stifte für Notizen;• Handout 1 – Unternehmertum.
Schritt-für-Schritt-Anleitung	Um diese Aktivität durchzuführen, sollte der Moderator die folgenden Schritte einleiten: <ul style="list-style-type: none">• Schritt 1: Die Lernenden sollten eine Kopie von Handout 1 – Unternehmertum – erhalten.• Schritt 2: Die Lernenden sollten über die beiden Definitionen „soziales Unternehmertum“ und „unternehmerisches Unternehmertum“ nachdenken und alles aufschreiben, was ihnen zu diesen beiden Themen einfällt.• Schritt 3: Die Lernenden sollten Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den beiden Themen berücksichtigen.



	<ul style="list-style-type: none">Schritt 4: Nach 10 Minuten stellen die Lernenden ihre Ergebnisse der Gruppe vor und diskutieren, was sie aufgeschrieben haben.
Handout	<h1>ENTREPRENEURSHIP</h1> <p>In the boxes provided, differentiate between 'social entrepreneurship' and 'business entrepreneurship'.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div style="border: 2px solid blue; padding: 10px; width: 45%;"><p style="text-align: center; background-color: #007bff; color: white; padding: 5px;">SOCIAL</p> <p style="text-align: center; background-color: #007bff; color: white; padding: 5px;">IDENTIFY SIMILARITIES</p><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/></div><div style="border: 2px solid blue; padding: 10px; width: 45%;"><p style="text-align: center; background-color: #007bff; color: white; padding: 5px;">BUSINESS</p> <p style="text-align: center; background-color: #007bff; color: white; padding: 5px;">IDENTIFY DIFFERENCES</p><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/></div></div>



Lektion 2. Gründung eines Sozialunternehmens

Um das kontinuierliche Wachstum und die Entwicklung eines Sozialunternehmens zu unterstützen, müssen Sozialunternehmer die Lösungen, mit denen sie konfrontiert sind, identifizieren und Veränderungen in ihrem Handeln vorantreiben. Dazu müssen die Organisationen in der Lage sein, den sozialen Ansatz ihrer Geschäftsideen zu erkennen. Das 3 P's Business Management Modell bietet Sozialunternehmern einen Rahmen, in dem die Menschen, der Planet und die Gewinne untersucht werden können (Grand Canyon University (2021)). Sozialunternehmen beuten die Menschen oder die Stakeholder, mit denen sie zusammenarbeiten, nicht aus. Sie setzen sich unermüdlich für die Bedürfnisse derjenigen ein, mit denen sie arbeiten und für die sie tätig sind. Neben den Menschen schätzen Sozialunternehmen auch ihre Auswirkungen auf den Planeten und wenden nachhaltige Praktiken an. Sozialunternehmen begrenzen schädliche und negative Auswirkungen auf die Welt, indem sie eine Reihe von Strategien anwenden, die ihnen helfen können, ihre ökologischen und umweltbezogenen Auswirkungen zu überwinden, z. B. indem sie ihren Energieverbrauch durch das Schließen von Fenstern oder das Ausschalten von Lichtern einschränken. Die letzte Überlegung, die ein soziales Unternehmen anstellen muss, betrifft seine Gewinne und die Reinvestition der erwirtschafteten Gewinne in die Organisation und nicht in die persönlichen Bedürfnisse des sozialen Unternehmers.

Die Übernahme von Verantwortung für die sozialen Aspekte der Organisation sowie für die Auswirkungen des Unternehmens auf die Umwelt ist entscheidend für den Gesamterfolg des Unternehmens. Sozialunternehmen können soziale Herausforderungen in ihrem Gebiet erkennen, indem sie Nachrichten oder soziale Medien verfolgen, mit Mitgliedern der lokalen Gemeinschaft sprechen oder aus erster Hand ein Problem in der Gemeinschaft beobachten. Sobald eine Organisation die sozialen Herausforderungen in ihrem Gebiet identifiziert hat, sollten Sozialunternehmer eine Mission und eine Vision für ihr neu entwickeltes Sozialunternehmen entwickeln. Vor diesem Hintergrund müssen die Sozialunternehmen überlegen, wie sie zur Verringerung der sozialen Probleme der Zielgruppe beitragen und diese unterstützen können. Überall auf der Welt sehen sich die Menschen mit Problemen wie Armut, Hunger und/oder Fettleibigkeit, Verletzungen der Bürgerrechte und sogar geschlechtsspezifischer Ungleichheit konfrontiert.

In der globalen Wirtschaft, in der wir heute arbeiten, sollten alle Organisationen auf ihre Auswirkungen auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene achten. Es reicht nicht mehr aus, dass eine Organisation über die Vorteile nachdenkt, die sie einem einzelnen Mitarbeiter bietet, sondern über die Vorteile für ihre Stakeholder auf der ganzen Welt (Horowitz, 2016). Bei der Interaktion mit Unternehmen denken die Kunden oft darüber nach, wie sozial verantwortlich sich das Unternehmen verhält und ob sie an die Werte und die Ethik



glauben, die das Unternehmen bietet. Durch einen gut integrierten sozialen Ansatz in einer Geschäftsidee können Unternehmen davon profitieren, tiefe, sinnvolle und langfristige Beziehungen zu ihren Stakeholdern aufzubauen.

Kunden, die an die Werte eines Unternehmens glauben, werden mit größerer Wahrscheinlichkeit weiterhin mit dem Unternehmen Geschäfte machen. Daher ist es unerlässlich, dass Unternehmen darüber nachdenken, wie die Implementierung eines sozialen Ansatzes in ihre Geschäftsabläufe ihren Erfolg unterstützen kann.



Fallstudie 1. Food Cloud – Eine Welt, in der keine Lebensmittel verschwendet werden

Titel des Moduls	Modul 2. Schaffung eines sozialen Unternehmens. Die Herausforderung.
Titel der Einheit	Einheit 2. Schaffung eines sozialen Unternehmens.
Titel der Fallstudie	Food Cloud – Eine Welt, in der keine Lebensmittel verschwendet werden



Quelle: <https://tse3.mm.bing.net/th?id=OIP.h36SmJvC1C7nCLeNJorS3wAAAA&pid=Api>

Name der Organisation / des Sozialunternehmens / Leitlinien für bewährte Verfahren:	Food Cloud
Was ist die Geschichte hinter dieser Fallstudie?	<p>Im Jahr 2012 stellten zwei irische Studenten fest, dass die Lebensmittelverschwendung in Irland zunimmt und etwa 33 % aller Lebensmittel verschwendet werden.</p> <p>Food Cloud wurde als Vermittlungsunternehmen gegründet, das Organisationen, die über überschüssige Lebensmittel verfügen, mit denen verbindet, die Lebensmittel benötigen. Viele der Organisationen, die Food Cloud unterstützen, sind Lebensmittelhersteller, Supermärkte, Bauernhöfe und Restaurants.</p>
Link zur Fallstudie	Food Cloud: https://food.cloud/
Warum ist dies ein gutes Beispiel, dem Sie folgen sollten?	Food Cloud hat festgestellt, dass täglich Millionen von Menschen hungern, während in den wohlhabenderen Ländern Millionen von Tonnen an Lebensmitteln verschwendet werden. Food Cloud ist eine



	einfache Idee, die die CO ₂ -Emissionen reduziert und die Bedürftigen mit Lebensmitteln versorgt.
Wie können Sie diese Fallstudie nutzen, um Ihr eigenes soziales Unternehmen zu entwickeln?	<p>Indem Sie ein lokales, nationales und globales Problem identifizieren, können Sie Menschen in deiner Gemeinde unterstützen, die Hilfe brauchen. Food Cloud begann als kleine Idee zweier junger Studenten und ist inzwischen zur nationalen Partneragentur der irischen Regierung geworden, die bedürftigen Menschen Lebensmittel zur Verfügung stellt.</p> <p>Dieses Sozialunternehmen unterstreicht, dass alle Menschen, unabhängig von ihrem Alter oder ihrer Herkunft, ein Sozialunternehmen gründen können.</p>
Welche Wirkung hat diese Fallstudie erzielt?	Allein in Partnerschaft mit Aldi hat Food Cloud seit 2014 über 2,25 Millionen Mahlzeiten an irische Familien gespendet (Aldi, 2021).
Weiterführende Fragen	<p>Beantworten Sie nach Abschluss dieser Fallstudie die folgenden Fragen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Wie viele Lebensmittel werden in Ihrer Gemeinde jährlich verschwendet?2. Das Leitbild von Food Cloud lautet: „Überschüssige Lebensmittel in Chancen verwandeln, um die Welt zu einem freundlicheren Ort zu machen“. Wie arbeitet Food Cloud, um diese Mission zu erreichen?3. Welche Auswirkungen und/oder Herausforderungen könnte Food Cloud im Hinblick auf die Umverteilung von Lebensmitteln haben?
Referenzen	<ul style="list-style-type: none">• Aldi (2021) Lebensmittelverschwendung bekämpfen und lokale Gemeinschaften unterstützen. Verfügbar unter: https://www.aldi.ie/love-ireland/food-cloud• Food Cloud (2021) Unser Auftrag, unsere Werte und unsere Werte. Verfügbar unter: https://food.cloud/our-mission-vision-values/



Fallstudie 2. Die Initiative zur Bekämpfung der Altersarmut

Titel des Moduls	Modul 2. Schaffung eines sozialen Unternehmens. Die Herausforderung.
Titel der Einheit	Einheit 2. Schaffung eines sozialen Unternehmens.
Titel der Fallstudie	Die Initiative zur Bekämpfung von Armut



Quelle: https://www.lidl.ie/bundles/cakecomponents/dist/images/brand_default.svg

Name der Organisation / Social Enterprise:	Lidl Irland, die Initiative zur Bekämpfung von Periodenarmut (Period Poverty)
Was ist die Geschichte hinter dieser Fallstudie?	<p>Periodenarmut tritt auf, wenn Menschen, die menstruieren, aufgrund ihres Menstruationszyklus von der Gesellschaft ausgegrenzt werden (Sanchez und Rodriguez, 2019). Diese Ausgrenzung kann dazu führen, dass sie von Bildung und Aktivitäten ausgeschlossen werden, weil sie sich keine Hygieneartikel leisten können.</p> <p>Seit Lidl im Jahr 2000 in den irischen Einzelhandelsmarkt eingetreten ist, arbeitet das Unternehmen unermüdlich an der Unterstützung lokaler Gemeinschaften und benachteiligter Gruppen, indem es Bäume pflanzt, die psychische Gesundheit von Jugendlichen fördert und Lebensmittel an Wohltätigkeitsorganisationen liefert. Im Rahmen seiner Unternehmensstrategie „A Better Tomorrow“ hat Lidl erkannt, dass fast 50 % der 12- bis 19-Jährigen in Irland Schwierigkeiten haben, Hygieneartikel zu bezahlen, weil sie zu teuer sind. Um dieses Problem zu bekämpfen, hat Lidl im Jahr 2020 damit begonnen, allen Kunden kostenlose Hygieneartikel anzubieten.</p> <p>Lidl hat sich mit Homeless Period Ireland & The Simon Community zusammengetan, um kostenlose Hygieneartikel an Bedürftige zu verteilen.</p>



Link zur Fallstudie	Weitere Informationen zu dieser Fallstudie finden Sie hier: https://www.lidl.ie/period-poverty
Warum ist dies ein gutes Beispiel, dem Sie folgen sollten?	<p>Die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern in Europa ist so groß wie nie zuvor. Menschen, die menstruieren, werden von alltäglichen Aktivitäten ausgeschlossen, weil sie sich keine grundlegenden Sanitärprodukte leisten können.</p> <p>Lidl Irland hat festgestellt, dass in Irland die Hälfte der menstruierenden Frauen Schwierigkeiten hat, sich die grundlegenden Hygieneartikel zu leisten, die sie benötigen. Lidl Irland hat ein soziales Problem erkannt, das in ganz Irland weit verbreitet ist und hat eine breite Palette von Maßnahmen ergriffen, um sicherzustellen, dass niemand in der Gesellschaft zurückbleibt, weil er sich keine grundlegenden Hygieneartikel leisten kann.</p>
Wie können Sie diese Fallstudie nutzen, um Ihr eigenes soziales Unternehmen zu entwickeln?	<p>Durch die Identifizierung eines sozialen Problems, mit dem die Gemeinschaft konfrontiert ist, hat Lidl Irland weltweite Unterstützung und Anerkennung für seine Bemühungen erhalten.</p> <p>Unabhängig davon, wie groß oder klein ein soziales Problem ist, hat Lidl Irland bewiesen, dass durch die Untersuchung der wirklichen Probleme, mit denen die Mitglieder der Gemeinschaft konfrontiert sind und durch die Umsetzung von Lösungen für diese Probleme alle Mitglieder der Gemeinschaft weiter gedeihen können.</p>
Welche Wirkung hat diese Fallstudie erzielt?	<p>Lidl Irland ist das erste große Einzelhandelsunternehmen der Welt, das kostenlose Hygieneartikel für Bedürftige anbietet. Da diese Initiative neu ist, müssen die Auswirkungen noch abgewartet werden. Durch das Angebot kostenloser Hygieneartikel müssen Menschen, die menstruieren, jedoch nicht mehr von Aktivitäten ausgeschlossen werden, weil sie sich diese Artikel nicht leisten können.</p>
Weiterführende Fragen	<p>Beantworten Sie nach Abschluss dieser Fallstudie die folgenden Fragen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Wie kann die Initiative gegen Periodenarmut die Stigmatisierung und die Herausforderungen angehen, mit denen Menstruierende konfrontiert sind?2. Wie schwierig ist es für Organisationen, geschlechtsspezifische Themen in Ihrem Bereich zu unterstützen?3. Auf welche Hindernisse könnten Sozialunternehmen in Ihrem Gebiet stoßen, wenn sie diese Dienstleistungen anbieten wollen?



Referenzen	<p>Lidl (2021) <i>Introducing our brand-new Period Poverty Initiative offering free period products in partnership with Homeless Period Ireland</i>. Available from: https://www.lidl.ie/period-poverty</p> <p>O'Neill, B. (2021) <i>Lidl to offer free period products to those affected by period poverty</i>. Available from: https://www.msn.com/en-ie/news/other/lidl-to-offer-free-period-products-to-those-affected-by-period-poverty/ar-BB1fNFOz</p> <p>Sanchez, E., and Rodriguez, L. (2019) <i>Period poverty: everything you need to know</i>. Available from: https://www.globalcitizen.org/en/content/period-poverty-everything-you-need-to-know/</p>
-------------------	--



Referenzen

Hayes, A. (2021) *What is a social entrepreneur?* Verfügbar unter: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-entrepreneur.asp>

The Sedge (2018) *22 Awesome Social Enterprise Ideas and Examples*. Verfügbar unter: <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>

Rahim, E. (2019) *10 Characteristics of a Social Entrepreneur*. Verfügbar unter: <https://tweakyourbiz.com/business/entrepreneurship/characteristics-social-entrepreneur>

Grand Canyon University (2021) *People, planet, profit: Looking at the triple bottom line*. Verfügbar unter: <https://www.gcu.edu/blog/business-management/people-planet-profit-looking-triple-bottom-line#:~:text=The%20concept%20of%20the%20triple,in%201994%20and%201995%2C%20respectively.&text=He%20chose%20the%20phrase%20%E2%80%9Ctriple,even%20footing%20with%20economic%20impact.>

Social Enterprise Ireland (2021) *Welcome to SERI* Verfügbar unter: <https://www.socialenterprise.ie/>

Horowitz, S. (2016) *5 ways to integrate social good into your business*. Verfügbar unter: <https://www.entrepreneur.com/article/254828>



THINK SOCIAL

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL
MINDSETS FOR A SUSTAINABLE FUTURE



Download the app!



Co-funded by
the European Union





THINK SOCIAL

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL
MINDSETS FOR A SUSTAINABLE FUTURE



THE EUROPEAN COMMISSION'S SUPPORT FOR THE PRODUCTION OF THIS PUBLICATION DOES NOT CONSTITUTE AN ENDORSEMENT OF THE CONTENTS, WHICH REFLECT THE VIEWS ONLY OF THE AUTHORS, AND THE COMMISSION CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR ANY USE WHICH MAY BE MADE OF THE INFORMATION CONTAINED THEREIN.



This document may be copied, reproduced or modified according to the above rules.

In addition, an acknowledgement of the authors of the document and all applicable portions of the copyright notice must be clearly referenced.

All rights reserved. © Copyright 2023 THINK SOCIAL

