

5.1.2. WARUM DIE MESSUNG WICHTIG IST: SCHRITTE ÜBER DIE ÜBERWACHUNG UND BEWERTUNG HINAUS



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



Teresa Hernández Alcalá
La Cultora

Fotografien: Isabel Muñoz. ARCO-Kunstmesse. www.blancaberlingaleria.com
<https://isabelmunoz.es/>. Teresa Hernández Alcalá. www.tetepinta.com

Code n. M5 Einheit1
SU1.2



Zusammenfassung

Start:

Zielsetzung und
Ziele
Schlüsselwörter
und Begriffe
Hintergrund
Stand der Technik

Abschnitt 3

WARUM messen wir?
Die Bedeutung des
Prozesses für alle, die
**für den Wandel
verantwortlich sind**

Abschnitt 1

Neue Wirtschaft für nachhaltige
Entwicklung - alternative
Wirtschaftsmodelle und -konzepte.
Die **Farben der Wirtschaft**. Die
kreative Wirtschaft des kulturellen
Erbes und des Tourismus

Abschnitt 4

Mission und Vision im
sozialen Unternehmertum
Wirkungsmessung kommt auf
die **Tagesordnung der
Unternehmen**

Abschnitt 2

**Übersichtskarte_Beg
riffe** der sozialen
Wirkungsmessung
Nachhaltigkeit im
sozialen
Unternehmertum

Schließender Abschnitt

Um Ihr Lernen
fortzusetzen
Liste der Referenzen
Namen der Autoren &
Credits

ANFANG

**Stand der
Technik**

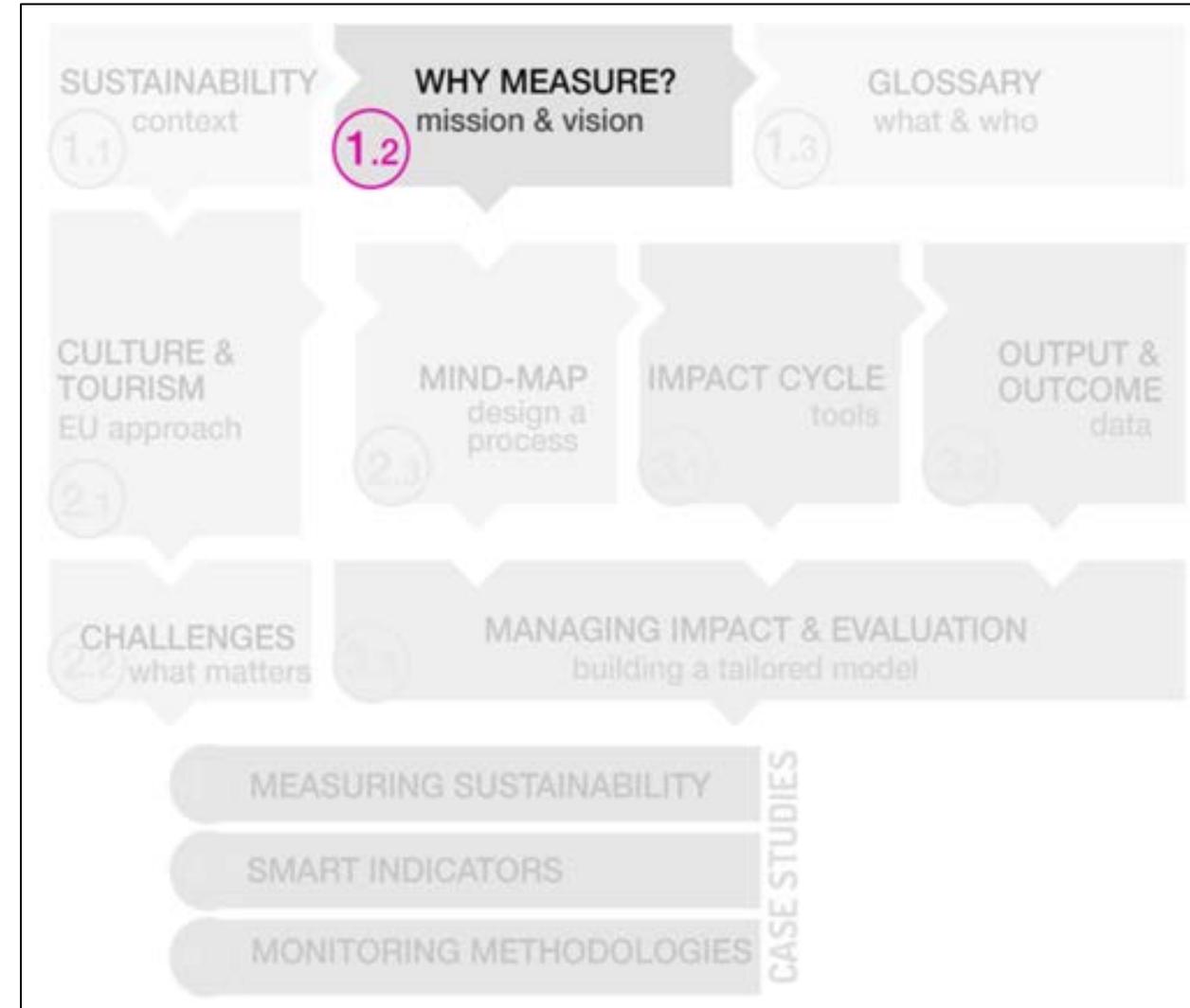


ANFANG.

- **Die** Messung sozialer Auswirkungen **liegt im Trend und ist richtungsweisend** für die Unternehmensführung.
- Behandeln Sie die soziale Wirkung auf die gleiche Weise wie die Finanzen: **durch Messung.**
- Sie können uns helfen, einen **systemischen und nachhaltigen Wandel** herbeizuführen.
- Es muss gemessen werden, um zu überprüfen, ob **die** angestrebte **Veränderung auch tatsächlich eintritt.**
- Die Glaubwürdigkeit des Unternehmens steht **auf dem Spiel**

Zielsetzung und Ziele

- Die Vision der **orangenen Wirtschaft**. Ein Kontext der Nachhaltigkeit für Kulturerbe und Tourismus
- Die **Übersicht MAP** für die Nachhaltigkeit von Sozialunternehmen kennen. Ein Modell für das kulturelle Erbe.
- **Gründe** oder Motive für private oder öffentliche Einrichtungen, die sozialen Auswirkungen ihres Handelns zu messen.
- Bewertung des **Auftrags und der Vision des Sozialunternehmens** als Ausgangspunkt für den Beginn eines Messzyklus und als Möglichkeit zur Anwendung der Theorie des Wandels. Die weiteren Schritte zur Überwachung und Bewertung.



Schlüsselwörter und Begriffe

Aufstrebende Volkswirtschaften

Orangefarbene Wirtschaft

Theorie der Veränderung

Kultur- und Kreativwirtschaft

Nachhaltigkeit von Sozialunternehmen

(SIM) Messung der sozialen Auswirkungen

Auftrag und Vision



Hintergrund

Die Gewöhnung an den Begriff "orangefarbene Wirtschaft", der Vergleich mit anderen Volkswirtschaften und die betroffenen Sektoren. Die Bedeutung des Jahres 2021 als Internationales Jahr der Kreativwirtschaft (Orange Economy) für die nachhaltige Entwicklung, das auf der 74. Generalversammlung der Vereinten Nationen ausgerufen wurde.

Es werden die Grundlagen der Wirkungsmessung beschrieben, die wirtschaftlichen und sozialen Gründe für die Einführung eines gültigen Prozesses, der an den Auftrag und die Vision des Unternehmens angepasst ist.

Warum messen? Werden die Ziele, die eine Wirkungsmessung rechtfertigen, erreicht?

Wir werden die Leitlinien des nachhaltigen sozialen Unternehmertums anhand eines anschaulichen Bildes in einer angemesseneren Sprache verstehen, die während des gesamten Moduls sehr präsent ist. Abschließend eine Überlegung zur Wirkungsmessung und ihrer Aufnahme in die Unternehmensagenda.



Was Sie lernen werden. Lernergebnisse

Am Ende dieser Präsentation (oder dieses Abschnitts) werden Sie in der Lage sein:

- Lernergebnis 1: Eine klare Perspektive auf verschiedene Wirtschaftssysteme, **die orangefarbene oder kreative Wirtschaft** als Motor einer nachhaltigen Wirtschaft
- Lernergebnis 2: Erkennen der Verfahren, Methoden und verantwortlichen Akteure, die am **Zyklus für nachhaltiges Unternehmertum** beteiligt sind
- Lernergebnis 3: Vertiefung **der Faktoren**, die die Messung der Auswirkungen rechtfertigen. **Warum messen?**
- Lernergebnis 4: Den **Auftrag und die Vision** als Ziele verstehen, die von Institutionen in jedem Wirtschaftssektor erreicht werden müssen, und somit eine Messmethodik rechtfertigen, die mit den Zielen und einem größeren Zweck übereinstimmt: der Schaffung von Geschäftswert für die begünstigten Akteure.

ABSCHNITT 1

Die Farben der Wirtschaft



DIE FARBEN DER WIRTSCHAFT

nachhaltiges Wachstum und Anreize für Investitionen



Die **Vereinten Nationen** haben das Jahr 2021 zum "Internationalen Jahr der Kreativwirtschaft (Orange Economy) für nachhaltige Entwicklung" erklärt.

"Eine Wirtschaft, die Kulturgüter und -dienstleistungen auf der Grundlage von drei verschiedenen Sektoren vereint: Kunst und kulturelles Erbe, Kulturindustrie und neue Technologien; und die eine ebenso große wie komplexe Produktionskette aufweist, auch wenn es nicht so scheint, da sie Urheber von Inhalten, Produzenten, Mitarbeiter und Vertreiber (sowie natürlich den Endverbraucher) einbezieht und somit Arbeitsplätze und Möglichkeiten für soziale Akteure bietet.

Ein Spaziergang durch die neuen Volkswirtschaften|2030



Wenn wir die Ziele für nachhaltige Entwicklung und die Ziele des Pariser Klimaabkommens erreichen wollen, müssen wir das derzeitige Wirtschaftsmodell durch eine Neue Wirtschaft umgestalten.

Eine neue Wirtschaft, die neue Modelle wie die Kreislaufwirtschaft, die soziale und solidarische Wirtschaft, die Gemeinwohl-Ökonomie, die kollaborative Wirtschaft und die ethische Finanzwirtschaft, die Farbenökonomie und andere umfasst. Und das Bindeglied zwischen all diesen Modellen ist die soziale Innovation. Sie alle bilden einen kohärenten und innovativen Vorschlag für eine neue Wirtschaft im Dienste der Menschen und des Planeten, die an die Realität des 21. Jahrhunderts angepasst ist.

Der Hauptzweck aller dieser Maßnahmen besteht darin, dass sie Menschen einbeziehen, die Ideen entwickeln, um das Leben der Menschen, die Gesellschaft und die Gesundheit des Planeten zu verbessern. Daher sind soziale Innovation, soziale Auswirkungen und deren Messung zu einem Hebel für die Bewältigung des Wandels und den Abbau von Ungleichheiten geworden.

Ein Spaziergang durch die neuen Wirtschaftszweige|2030 Ziele



Kreislaufwirtschaft



Grüne Wirtschaft



Blaue Wirtschaft



Städte im Wandel



Das Gemeinwohl



Gegenwärtige Wirtschaft



Ökofeminismus



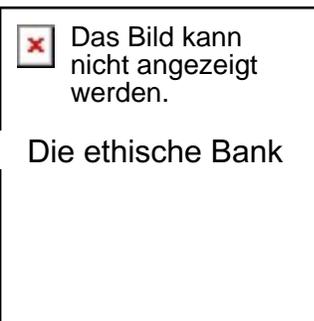
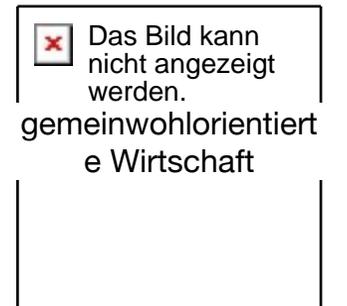
B&B-Unternehmen



kollaborative Wirtschaft



Sozial- und Solidarwirtschaft



Bürgerliche Wirtschaft



Gelbe Wirtschaft



violette Wirtschaft



Impact-Investoren Wirtschaft



soziale Unternehmen

Ein Spaziergang durch die neuen Ziele von economies|2030

effizientere Nutzung von Ressourcen und Förderung von Innovation und Recycling. Sie **verringert die** Entnahme natürlicher Ressourcen sowie den **Verlust von Materialien** und Abfällen im Produktions- und Verbrauchsprozess.



Grüne Wirtschaft



Blaue Wirtschaft

Meeresressourcen und Entwicklungsländer
Förderung von Innovation und Recycling
weniger Materialverluste und Abfälle, die bei Produktion und Verbrauch entstehen.

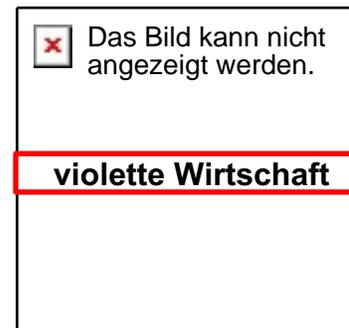


Sie **stützt sich stärker auf Humankapital** und IKT und kann das Unternehmertum junger Menschen und die **Schaffung von Arbeitsplätzen** fördern. Die orangefarbene Wirtschaft umfasst Handel, Arbeit und die Produktion von KKI: **kulturelles Erbe und Tourismus**, Werbung, Design, Film, darstellende Kunst, Musik usw.

Aufmerksamkeit ist die Monetarisierung der Aufmerksamkeit der Verbraucher durch Plattformen wie Google, Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Tik Tok und andere, indem sie **große Mengen an** Informationen über die Verbraucher **sammeln**.



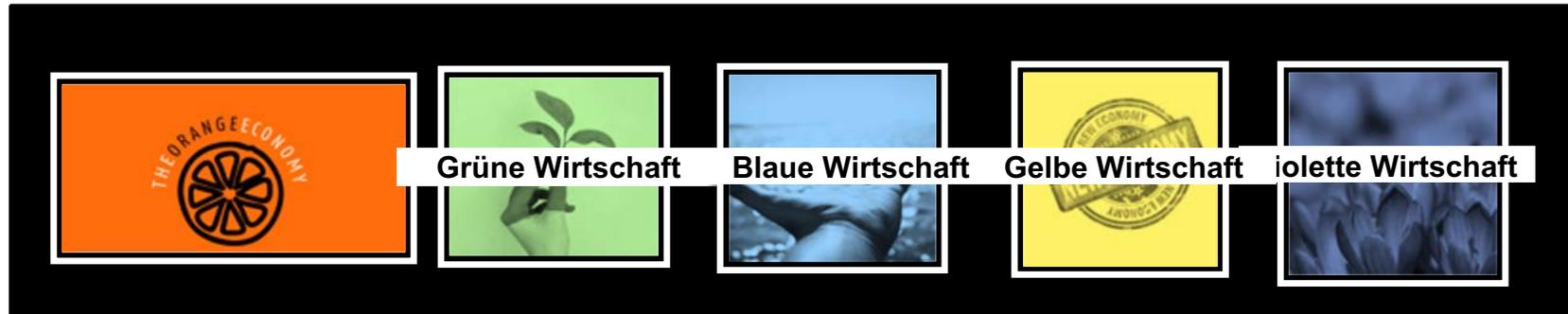
Gelbe Wirtschaft



violette Wirtschaft

menschenwürdige Arbeitsplätze und die **Beseitigung geschlechtsspezifischer Ungleichheiten**.
mehr Investitionen in Bildung und Gesundheitsfürsorge **für Kinder, ältere Menschen und Behinderte**

THE ORANGE ECONOMY | Kreativwirtschaft



Ist die Wirtschaft eine Welt der Farben? Offensichtlich nicht. Obwohl einige Theoretiker die Wirtschaft mit einer bestimmten Farbe verbinden, um ihr ein Zeichen der Identität zu geben, um eine bestimmte Wirtschaftstätigkeit abzugrenzen, um einen spezialisierten Wirtschaftszweig zu definieren. In unserem Fall haben wir einen kurzen Streifzug durch alle Farben unternommen, um uns schließlich auf die orangefarbene, kreative Wirtschaft als treibende Kraft der nachhaltigen Wirtschaft zu konzentrieren.

John Howkins, ein Spezialist auf dem Gebiet der "Creative Industries", definiert die orangefarbene Wirtschaft

*"als Sektoren, in denen der Wert von Waren und Dienstleistungen auf geistigem Eigentum beruht. Sektoren wie Architektur, **kulturelles Erbe**, bildende und darstellende Kunst, Film, Musik, Design, Verlagswesen, Kunsthandwerk und Mode".*

THE ORANGE ECONOMY|Wert der Kreativität

ZIFFERN

Beitrag zur Wirtschaft

6,1 % des globalen BIP **2 % und 7 %** des BIP der nationalen Volkswirtschaften.

Die Weltwirtschaft erwirtschaftet ein BIP von **4.300 Milliarden Dollar** und der Export von kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen erreicht **646 Milliarden Dollar**,

82 % davon gehören zu den Industrieländern.

82 % davon gehören zu den Industrieländern.

WERTEN

Die strategische Bedeutung der Kreativwirtschaft wird durch vier grundlegende Werte untermauert:

- Wirtschaftlicher Wert
- Wert der Innovation
- Sozialer Wert.
- Nachhaltiger Wert.

<https://empresason.com/art/833/economias-verde-azul-naranja>



Die orangefarbene Wirtschaft wird als Motor der Wirtschaft der Länder angesehen, die in der Lage sind, eine **kreative Idee in ein Unternehmen zu** verwandeln. Diese Gruppe von Aktivitäten beginnt zu wachsen und sich als eine neue Form des Unternehmertums und der Geschäftstätigkeit zu konsolidieren.

ABSCHNITT 2

Übersichtskarte_



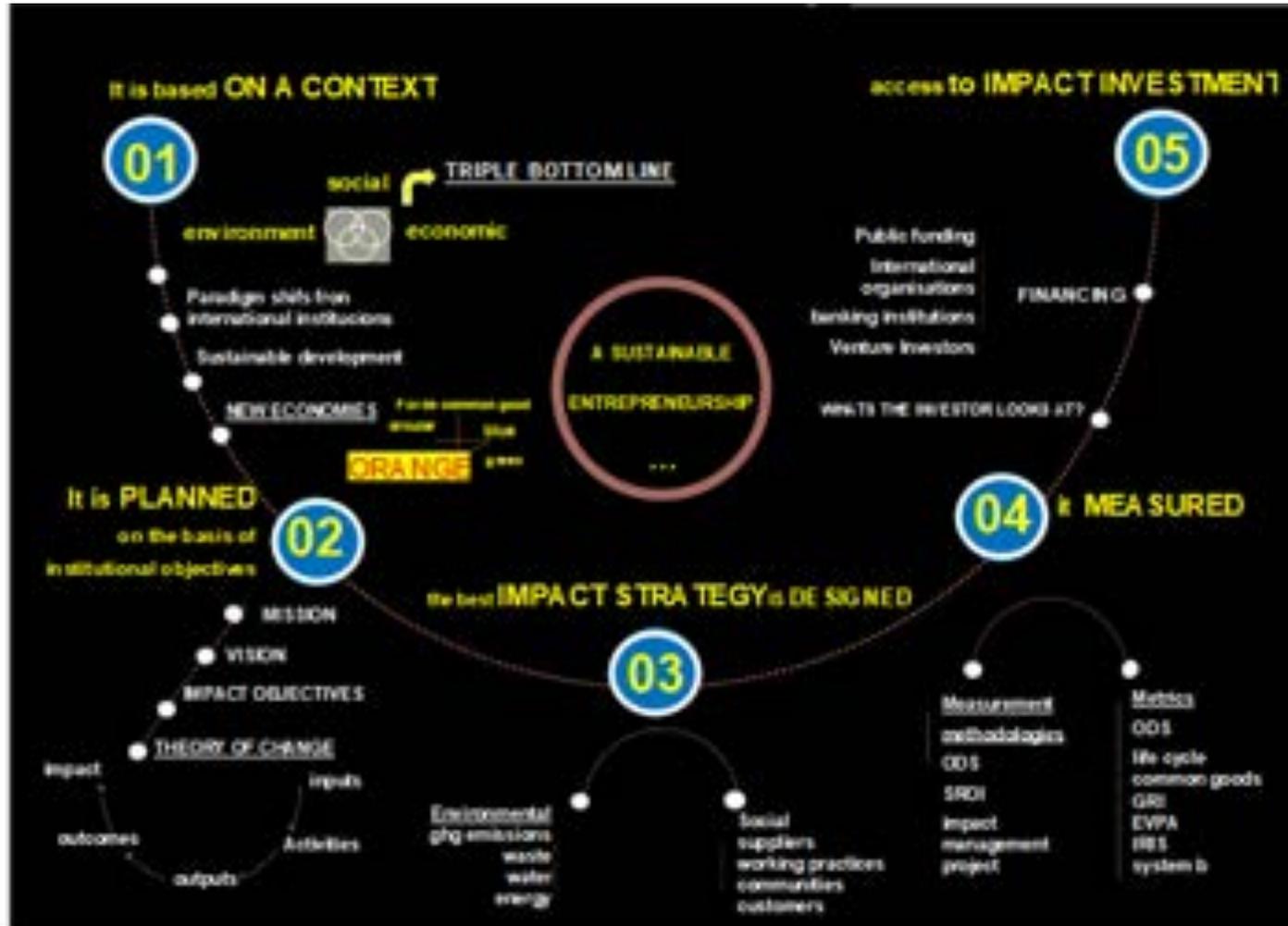
Übersicht MAP_measure beyond monitoring and evaluation

ÜBERSICHT KARTE_

Wir messen die Auswirkungen, weil wir dadurch ermutigt werden, dem treu zu bleiben, was wir sind und warum wir tun, was wir tun, so dass die Wirkungsreise die Merkmale unserer Identität und den sozialen Wert der Maßnahmen widerspiegelt. Warum wir den Prozess durchführen, bestimmt die Art unserer Reise und letztlich auch die Qualität unseres Ziels



Übersicht MAP_ Begriffe für ein nachhaltiges Kulturunternehmen



Logischer Prozess

Ein **nachhaltiges soziales** Unternehmen sollte dies berücksichtigen:

- In einem unternehmerischen **Kontext** und im Rahmen der neuen Wirtschaftssysteme.
- Die Planung sollte sich auf institutionelle Ziele stützen, um eine **Theorie des Wandels** in Gang zu setzen.
- Entwicklung der besten **Strategie** für ökologische und soziale **Auswirkungen**
- **Messen Sie** diese Auswirkungen anhand von Methoden und Messgrößen, die auf die Ziele angewandt werden.
- Zugang zu **Finanzierungsmöglichkeiten** bei verschiedenen internationalen Organisationen.

Übersicht MAP_Begriffe der sozialen Wirkungsmessung



<https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/4-3-the-roles-of-mission-vision-and-values>

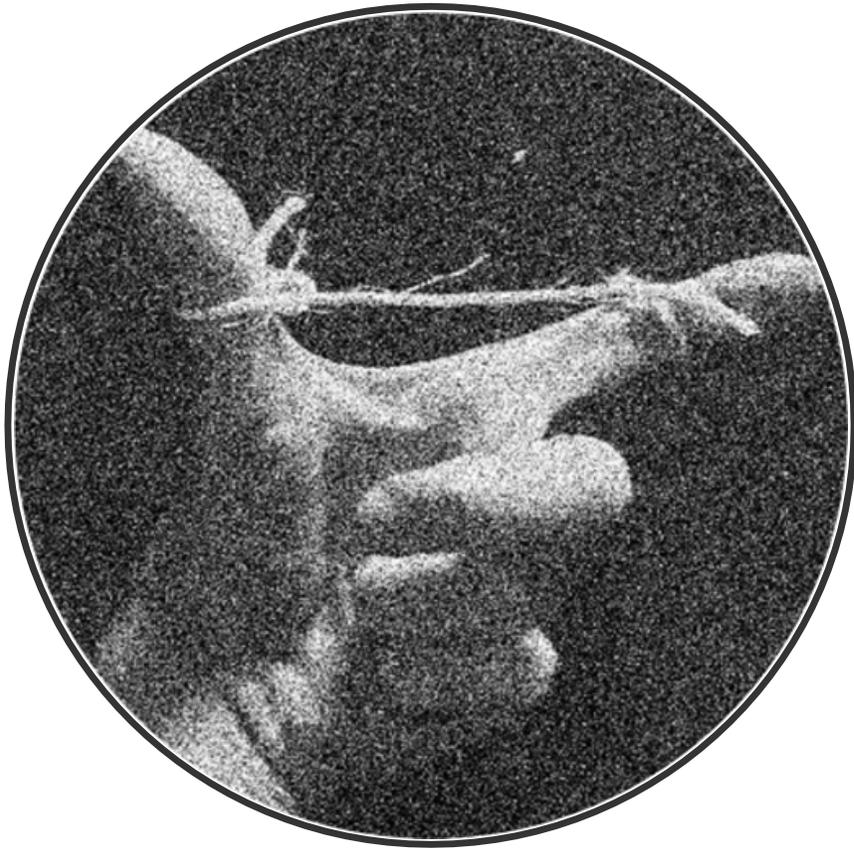
<https://www.futurelearn.com/info/courses/social-innovation/0/steps/87013>

ABSCHNITT 3

Warum messen?

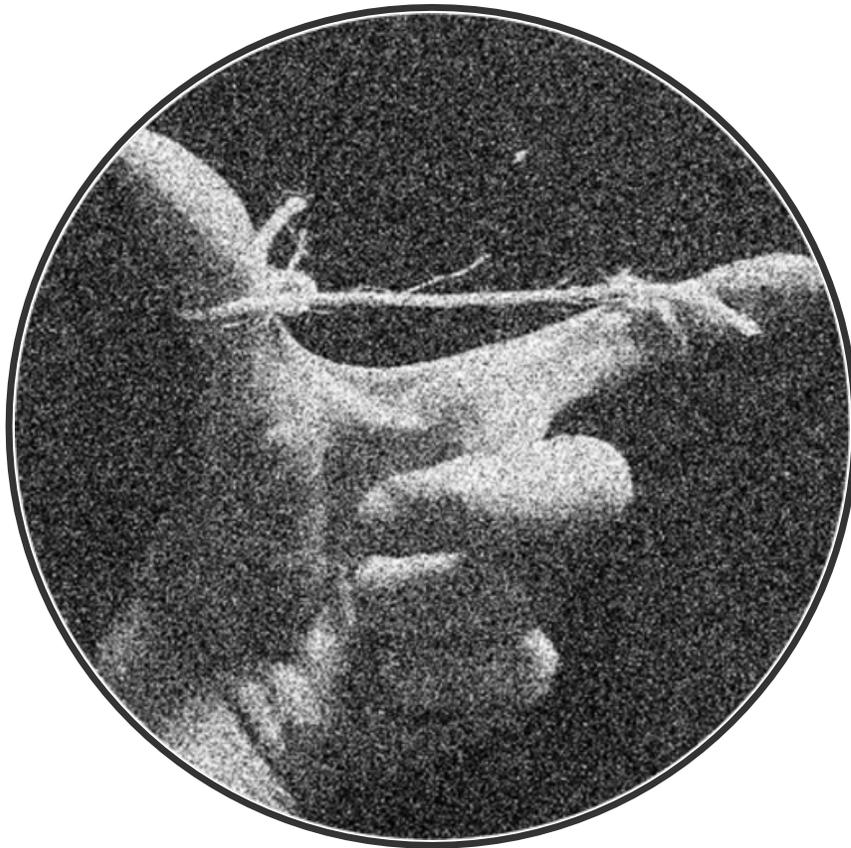


WARUM messen wir?



Die Messung ist ein nützliches Instrument, um Strategien zu überdenken und mit den gewonnenen Ergebnissen fundiertere und validere Praktiken einzubauen und den Schwerpunkt des Interesses von Impact-Investoren auf sozial rentablere Maßnahmen zu lenken.

WARUM messen wir?

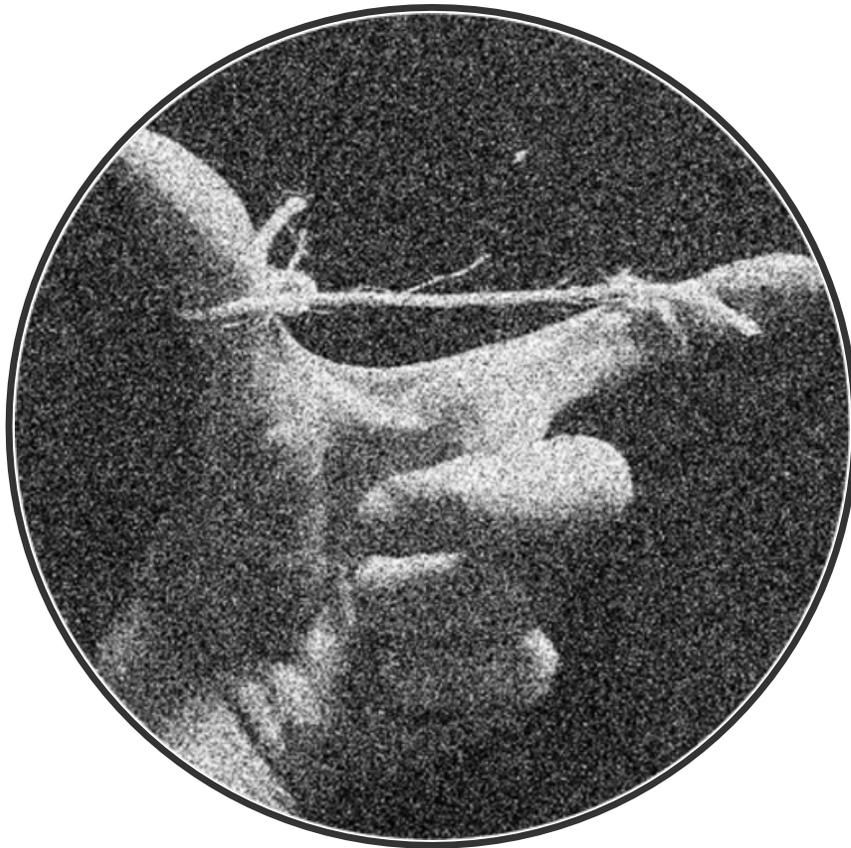


Einführung in das Thema

Die Organisationen, vor allem aus dem **dritten und vierten Sektor**, die einen sozialen Zweck verfolgen, stehen unter zunehmendem Druck, nicht nur positive Veränderungen in der Welt zu bewirken, sondern dies auch nachzuweisen. Und die einzige Möglichkeit, das Ausmaß des von Ihnen geschaffenen sozialen Nutzens wirklich zu beweisen, ist, ihn zu messen; aber warum ist das so wichtig?

Sechs Gründe, warum Social Impact Measurement (SIM) von großer Bedeutung ist

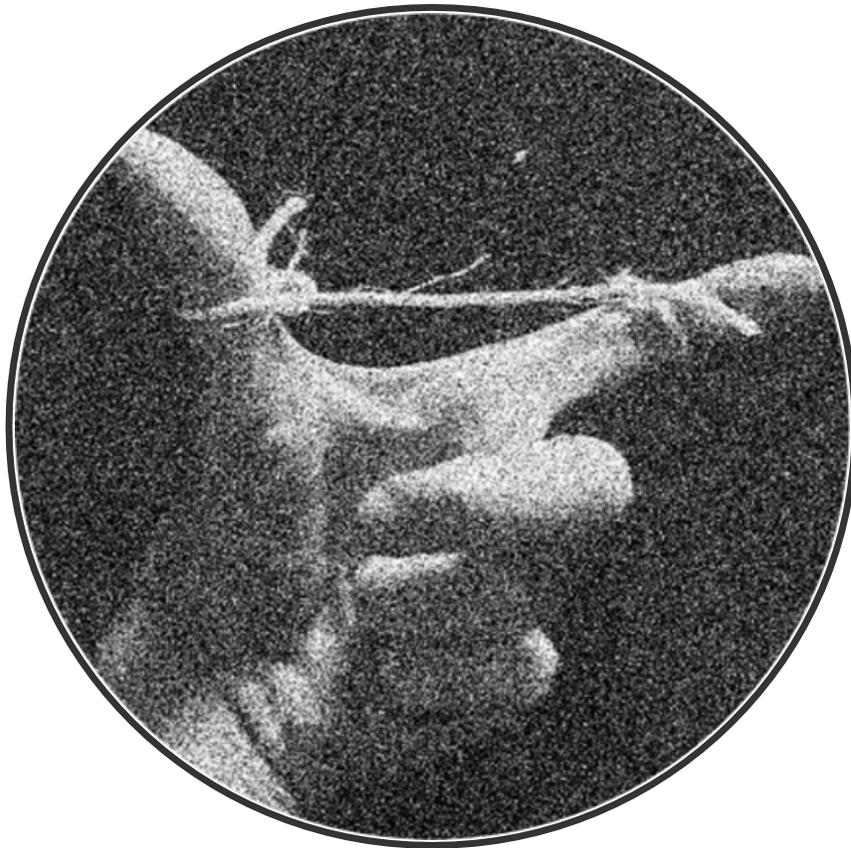
WARUM messen wir?



Sechs Wiederholungen

- 1- Ihren Auftrag erfüllen
- 2- zusätzliche Finanzmittel einwerben
- 3- die Wirkung Ihrer Arbeit effektiv vermitteln
- 4- Nutzung der Auswirkungen für die Verbesserung des Programms
- 5- ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis nachweisen
- 6- Management und Messung der sozialen Auswirkungen auf die Tagesordnung der Unternehmen

Die Messung der Auswirkungen wird in die **Unternehmensagenda** aufgenommen



Geschäftsansicht

Das Unternehmensumfeld sucht seit einiger Zeit nach Elementen, die eine Rechenschaftslegung über seine soziale Leistung ermöglichen, und zwar nicht nur intern, um strategische Entscheidungen besser treffen zu können, sondern auch extern (nichtfinanzielle Berichterstattung), um seinen Beitrag zur Gesellschaft zu bewerten.

ABSCHNITT 4

Auftrag und Vision





Auf die Wirkung kommt es an:
Was sind die strategischen
Ziele, die mit Ihrem Zweck
übereinstimmen?

Was sind die messbaren
Ergebnisse der
Verwirklichung der **Vision** und
was sind die Ergebnisse der
Verwirklichung des
Auftrags?"

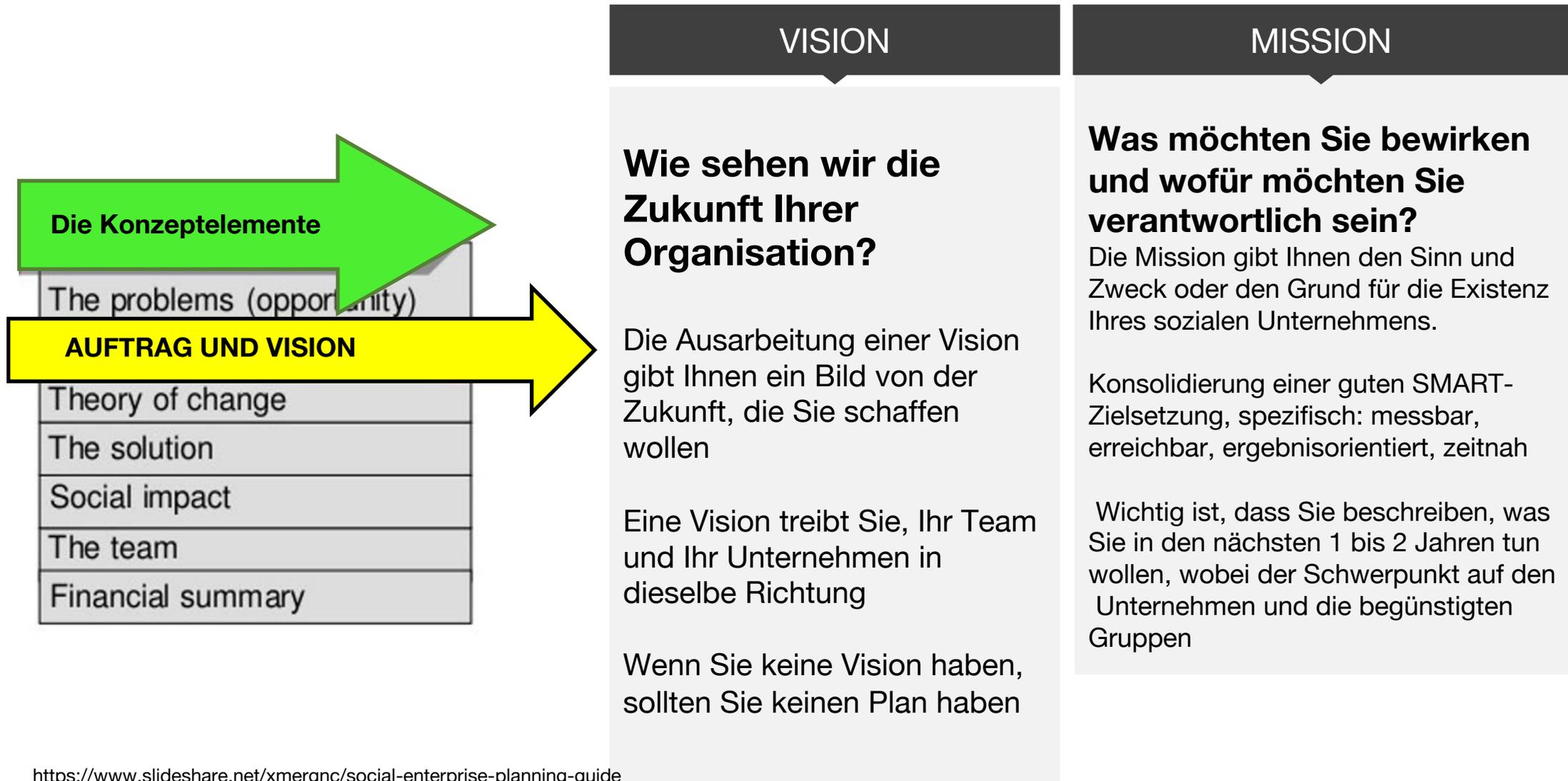
Mission und Vision im sozialen Unternehmertum



CREATING YOUR VISION, MISSION & VALUES

"Ein klares und zielgerichtetes Leitbild ist die Richtschnur für alle wichtigen Entscheidungen, die zur Unterstützung einer Organisation oder einer Verbesserungsinitiative getroffen werden, insbesondere für Entscheidungen darüber, welche neuen Programme und Projekte in Angriff genommen, welche vermieden und welche aufgegeben werden sollen. Verstehen Sie zunächst den Grund oder das Warum für das Projekt und machen Sie sich dieses zu eigen. Als Nächstes muss der Auftrag festgelegt werden: Was soll mit dem Projekt erreicht werden und wie soll die Arbeit durchgeführt werden. Schließlich muss die Vision festgelegt werden, d. h. wo die Dinge in der Zukunft liegen sollen.

Mission und Vision im sozialen Unternehmertum



Überlegungen: Einblicke und gemeinsame Schlüsselideen

Es geht darum, die beste Strategie und Messmethode zu wählen, die am besten zu Ihrem Unternehmen passt.

Geschäftswert schaffen
Neue unternehmerische Denkweise und Bewusstsein

Ein Messzyklus von Zielen

Erfüllung von Mission und Vision
Externe Investitionsgarantie

Es gibt ein Warum und Gründe dafür:

verkettete Leitlinien, die durch den Auftrag, die Vision und die Theorie des Wandels vorgegeben sind

Berichterstattung an Investoren und Stakeholder

vom Trend zum Handeln bei der Agenda für nachhaltige Entwicklungsziele

Sie steht vor der Herausforderung der technischen Fähigkeiten und Werkzeuge:

Mangel an Ausbildung und technischem Wissen über Messmethoden.

Verbesserung der Nutzung und Qualität von Daten

Stärkung der Fähigkeiten der Mitarbeiter

Tipps

Die Messung der sozialen und ökologischen Auswirkungen steht im Einklang mit den Zielen der nachhaltigen Entwicklung

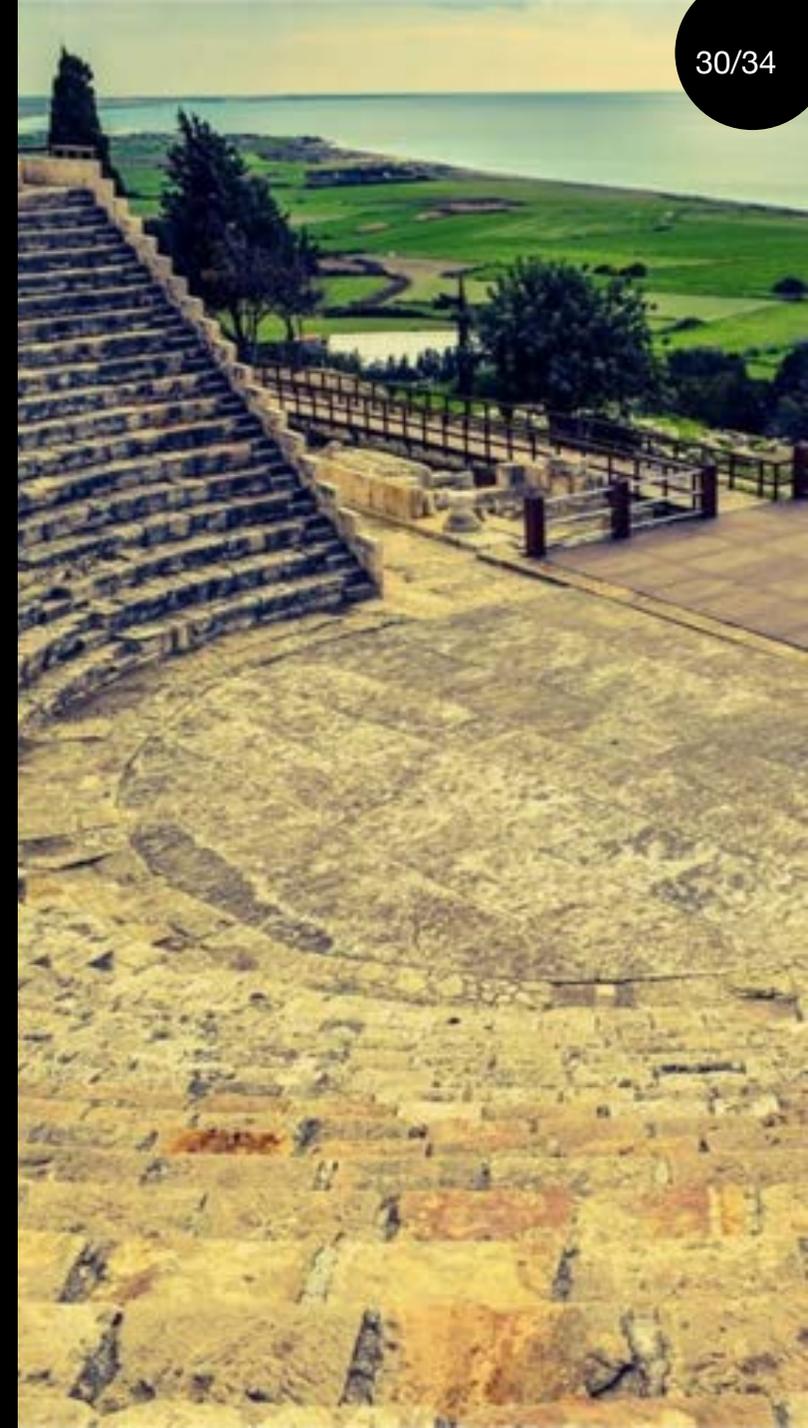
Hat die Wirkungsmessung Einzug in die Agenda der Kulturerbeverwaltung gehalten?

Rechtfertigt das durch die Aktionsmessung geschaffene Geschäft den Prozess?

Werden die Ziele des Auftrags und der Vision im Aktionsmesszyklus erreicht?

Die wichtigsten Erkenntnisse

In dieser Präsentation wurde versucht, ausgehend von dem in Untereinheit 1.1 dargelegten allgemeinen Kontext, die grundlegenden Konzepte für die Umsetzung eines Zyklus zur Messung der sozialen Auswirkungen zu erläutern. Wie wichtig es ist, dem Fahrplan zu folgen, der durch den Auftrag, die Vision und die im Voraus festgelegten Ziele vorgegeben ist, und somit die Theorie des Wandels aus dieser Perspektive anzuwenden





**Schließender
Abschnitt**

Liste der Referenzen

OER: **SOPACT. Alan Pierce Beitrag. 11/11/2016**

<https://www.sopact.com/perspectives/why-measure-social-impact>

<https://youtu.be/cjciyYVlbvc>

OER: **Wie man brillante Leitbilder und Visionen schreibt.**

5. Mai 2019

<https://www.ruth-ng.co.uk/writing-company-mission-and-vision-statements/>

OER: **Universität IE**

<https://www.ie.edu/insights/articles/the-creative-economy-the-new-dorado-that-europe-and-latin-america-want-to-lead/>

Um Ihr Lernen fortzusetzen

Verstehen, warum Prozesse zur Messung der sozialen Auswirkungen für die Nachhaltigkeit von Unternehmen durchgeführt werden.



A photograph of a desk with a laptop, a colorful mug, and a notebook. The laptop screen is blank. The mug has a colorful grid pattern. The notebook is brown. The background is blurred, showing some fruit and a glass of juice.

Autoren & Credits

Teresa Hernández Alcalá
La Cultora

teresa.h.alcala@lacultura.org

Sie ist Partnerin und Mitbegründerin des gemeinnützigen Vereins La Cultora.

Gegenwärtig konzentriert sich die Arbeit auf die Leitung einer Fakultät für visuelle Künste im TAI-Universitätskunstzentrum, die Lehre im Bereich der bildenden Künste, künstlerische und kulturelle Projekte innerhalb der CCI, Ausbildung durch Unternehmertum und neue Fähigkeiten, soziale Innovation durch Nachhaltigkeit und sozialen Wert sowie angewandte Forschung zur Bürgerbeteiligung.

la cultura 



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

Projektnummer
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

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.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.eu

