

Junge IntegrationsleiterInnen mit Migrationshintergrund [EXEMPLAR]

IO1 – Ausbildungsplan für IntegrationsleiterInnen

Modul 5: Strategien zur Förderung des Engagements

Inhalt für selbstständiges Lernen

Einleitung zu diesem Modul:

Dies ist das vierte Modul des Ausbildungsplans für IntegrationsleiterInnen. Dieses Modul befasst sich mit dem Thema "Strategien zur Förderung des Engagements", das Definitionen wichtiger Begriffe enthält, einen Überblick darüber, was wir als "Engagement" verstehen, für wen wir uns bevorzugt engagieren und warum, eine Erläuterung der Multiplikatorrolle und der Gründe, warum sie für die richtige Umsetzung bei EXEMPLAR unerlässlich sind, einen Überblick über die bewährtesten Strategien zur Förderung des Engagements und nicht zuletzt befasst sich der Text mit Führungskompetenzen, warum sie wichtig sind, wenn es darum geht, Menschen für eine Sache zu gewinnen, und welche für diesen Zweck unerlässlich sind.

In wissenschaftlichen Diskussionen über Entwicklung, Engagement und Integration der Zivilgesellschaft ist man sich weitgehend einig, dass bürgerschaftliches Engagement ein geeigneter Indikator, aber auch ein Motor für die Integration von MigrantInnen ist (Thränhardt, 2010). Wer sich als Bürger ehrenamtlich engagiert und damit an der Gesellschaft beteiligt ist, übernimmt Verantwortung in sozialen Kontexten wie Familie und Nachbarschaft, aber auch in der lokalen Gemeinschaft, in Vereinen und Initiativen, in sozialen und kulturellen Projekten und erhöht somit seine Möglichkeiten der Integration und Beteiligung.

Dieses Modul konzentriert sich sowohl auf die Bereitstellung einer fundierten theoretischen Grundlage relevanter Themen, die mit dem Engagement von Menschen zusammenhängen, als auch auf die Anregung von Überlegungen zu diesen Themen und den Austausch einer Reihe von Rahmenbedingungen und bewährten Methoden in Bezug auf Strategien und Taktiken zur Förderung des Engagements. Da EXEMPLAR einen innovativen Ansatz in diesen Bereich einbringt, ist es natürlich von großer Bedeutung, darauf hinzuweisen, dass diese Rahmen und bewährten Methoden in einem inspirierenden Kontext und als Grundlage für die Entwicklung von Ideen und Experimente mit ihnen bereitgestellt werden, um neue kreative, effiziente und effektive Ansätze für das Engagement der Zivilgesellschaft zu fördern.

Lernergebnisse:	Wissen: Die Bedeutung von "Engagement" verstehen und was es bedeutet, "sich zu engagieren"; Kennenlernen grundlegender Muster menschlicher Interaktion, mit wem wir tendenziell interagieren und warum; ein kurzer Überblick über soziale Netzwerke; was man unter Strategien zur Förderung des Engagements versteht; Überblick über Rahmenbedingungen für Strategien zur Förderung des Engagements/Bewährteste Methoden/Taktiken; die Rolle des Multiplikators begreifen.
	Fähigkeiten: strategisches Denken, kreatives Denken, kritisches Denken, Führungsqualitäten, Organisation, Management, Forschung, Integration, die Fähigkeit, über soziale Netzwerke, die Verknüpfungen, aus denen sie bestehen, und unsere Position darin zu reflektieren.

Einstellungen: Kooperationsbereitschaft, Kreativität, Empathie, Reflexion, Innovation, Akzeptanz
--

Theoretischer Inhalt:

Der theoretische Hauptinhalt dieses Moduls deckt zwei Themen ab: wie wir Menschen dazu bringen, sich für unsere aktuelle Gesellschaft zu engagieren sowie Führungskompetenzen.

Der Kerngedanke des Engagements von Menschen ist menschliche Interaktion und Motivation, die geschaffen aber auch aufrechterhalten werden müssen. Das Engagement von Menschen ist jedoch nicht etwas, was nur passiert: Wenn es darum geht, diese Interaktion und Motivation lebendig zu halten, kommen viele andere Variablen ins Spiel. Um über dieses Thema nachzudenken, werden wir kurz die Bedeutung sozialer Netzwerke aus soziologischer Perspektive diskutieren, wie sie funktionieren sowie ihre Hauptvariablen. Dies führt uns dann zur Bedeutung der Homophilie als Konzept im Rahmen sozialer Netzwerke. Ein Überblick über die bewährtesten Methoden von Strategien zur Förderung des Engagements wird die Grundlage für die Klärung dessen bilden, was genau eine Strategie zur Förderung des Engagements ist, sowie zu einigen bewährten Methoden in diesem Bereich.

Menschen für etwas zu gewinnen ist der erste Schritt zur Schaffung eines kleinen Netzwerks motivierter Menschen, die bereit sind, sich zu engagieren. Aber ein bisschen Wissen und Nachdenken in unseren sozialen Netzwerken reicht nicht aus, um sich zu engagieren und als Multiplikator zu dienen. Es ist auch wichtig, die Fähigkeiten, die nützlich sein könnten, zu kennen und sich ihrer bewusst zu sein, wenn es darum geht, Menschen zu engagieren und kleine Netzwerke zu schaffen: das ist Führungskompetenz. Daher wird dieser Text auch verschiedene Rahmen für Führungskompetenzen abdecken, insbesondere solche, die sich auf die Jugendleitung und den spezifischen Kontext kleiner Netzwerke junger Menschen beziehen.

Begriffsbestimmungen:

Um den Text besser zu verstehen, wäre es interessant, einige der Schlüsselkonzepte zu definieren, bevor wir mit wichtigen Konzepten beginnen. Folgende Punkte sind von besonderer Bedeutung:

Rapport: Rapport ist eine enge und harmonische Beziehung, in der die betroffenen Personen oder Gruppen die Gefühle oder Ideen des anderen verstehen und gut kommunizieren (Oxford Dictionary).

Engagement: Bei Engagement im Rahmen von EXEMPLAR geht es darum, Beziehungen zu Menschen zu schaffen und aufrechtzuerhalten, aber sie auch zu motivieren, sich zu beteiligen und sie für etwas zu gewinnen. Engagement ist per Definition ein zweiseitiger Prozess, der Interaktion und Zuhören beinhaltet und das Ziel verfolgt, gegenseitigen Nutzen zu ziehen.

Gemeinschaftsengagement: Gemeinschaftsengagement, auch Bürger- oder öffentliches Engagement oder Partizipation, ist ein Oberbegriff, der zahlreiche Methoden umfasst, Menschen zusammenzubringen, um Fragen von öffentlicher Bedeutung anzugehen (Nabatchi und Amsler, 2014: 63S). Andere Definitionen unterstreichen den bewussten, strategischen Charakter des gemeinschaftlichen Engagements, da sein Ziel darin besteht, sicherzustellen,

dass Menschen außerhalb der Regierung an der Entscheidungsfindung für politische Maßnahmen und Dienstleistungen beteiligt sind und Einfluss darauf haben können, was somit eng mit den Begriffen der Ermächtigung verbunden ist (Holmes, 2011; Morgan-Trimmer, 2014).

Soziales Netzwerk: eine soziale Struktur, die sich aus miteinander verbundenen Personen und Institutionen zusammensetzt, die Informationen teilt und verteilt.

Homophilie: Homophilie bezieht sich auf die Tendenz von Individuen, Beziehungen zu jenen herzustellen, die ihnen irgendwie ähnlich sind. Laut einer Analyse sozialer Netzwerke stellte sich heraus, dass die Wahrscheinlichkeit, Bindungen zwischen Menschen zu schaffen, umso höher ist, je mehr Dinge wir gemeinsam haben. Nach Ansicht der Experten sind Alter, Rasse, Geschlecht usw. wichtige Variablen, wenn es um Homophilie geht, aber die Dinge, die wir mit anderen Menschen gemeinsam haben, oder die Annahme, bestimmte Ideen und Eigenschaften zu teilen, spielen eine wesentliche Rolle bei der Schaffung und Aufrechterhaltung von Beziehungen: Einstellungen, Überzeugungen, Fähigkeiten und Bestrebungen.

Fähigkeiten im Umgang mit verschiedenen Menschen: die Fähigkeit, eine Gesellschaft voller Vielfalt anzuerkennen, zu schätzen und zu erleben, ohne Voreingenommenheit. Außer das Bewusstsein für Macht und Diskriminierung zu erkennen, sowie zu lernen, mit anderen unter voller Achtung ihrer Vielfalt zu interagieren, ist es auch wichtig, über eine Reihe praktischer Fähigkeiten, sozialer Fähigkeiten und Strategien zu verfügen, wenn es um den Umgang mit Vielfalt geht. Zum Beispiel die Vielfalt menschlicher Biografien, Leben, Verhaltensweisen, Identitäten und Fähigkeiten im Alltag, in sozialen Einrichtungen und in der Arbeitswelt (Universität Göttingen).

Kapitel 5.1: Soziale Netzwerke und Strategien zur Förderung des Engagements

Der Titel des fünften Kapitels lautet "Strategien zur Förderung des Engagements". Wir verstehen **Engagement** als *die Schaffung und Pflege von Beziehungen zu Menschen und auch als Motivation, sich zu beteiligen und sich zu engagieren*. Daher bedeutet die Bildung von Netzwerken, Menschen für etwas zu gewinnen. Der Hauptzweck dieses Moduls ist es, darüber nachzudenken, wie wir Menschen und Fähigkeiten, die wir dafür benötigen, einbeziehen, denn das Bewusstsein für das Potenzial, das man hat, ist der Ausgangspunkt für die Verbesserung und Entwicklung unserer Fähigkeiten.

Bei EXEMPLAR geht es um menschliche Beziehungen und das Handeln als Multiplikatoren. Es ist daher wichtig zu wissen und darüber nachzudenken, wie, warum, wann und mit wem diese Interaktionen stattfinden, damit die LeiterInnen von EXEMPLAR ein grundlegendes Verständnis dieser Art von Phänomenen haben, die es ihnen ermöglichen, ihre Wirkung und die Wirkung des Projekts selbst durch die Förderung der Beteiligung der Menschen um sie herum zu maximieren..

5.1.1. Soziale Netzwerke

Eine der wichtigsten Theorien der letzten Jahrzehnte behauptet, dass wir derzeit in der Netzwerkgesellschaft leben. Einfacher gesagt: Die Netzwerkgesellschaft basiert auf der Idee einer komplexen und miteinander verbundenen Struktur, die Informationen und Wissen über die Knoten eines Netzwerks verteilt (Castells und Cardoso, 2005). Die Rolle der Technologie bei der Verbreitung von Informationen und Wissen ist natürlich von wesentlicher Bedeutung, da das Internet eine grundlegende Rolle in den sozialen Interaktionen unseres täglichen Lebens spielt.

Viele argumentieren heutzutage, dass Internet und internetbasierte soziale Interaktionen Menschen isolieren, vor allem Jugendliche, das heißt diejenigen, die mit Technologie aufgewachsen und sozialisiert wurden, die so genannte Generation 2.0. Laut Castells und Cardoso ist dies jedoch ziemlich weit von der Wahrheit entfernt. "Wir wissen aus Studien in verschiedenen Gesellschaften, dass Internetnutzer in den meisten Fällen sozialer sind, mehr Freunde und Kontakte haben und sozial und politisch aktiver sind als Nichtnutzer. Je mehr sie das Internet nutzen, desto mehr engagieren sie sich auch in allen Bereichen ihres Lebens in einer persönlichen Interaktion (Castells und Cardoso, 2005, 11). Mit anderen Worten: wir sprechen über eine stark vernetzte und soziale Gesellschaft, in der internetbasierte Interaktion, wie bereits erwähnt, eine ziemlich wichtige Rolle spielt. Geselligkeit wird heutzutage entlang "selbstgewählter Kommunikationsnetzwerke aufgebaut, die je nach den Bedürfnissen und Stimmungen jedes Einzelnen ein- oder ausgeschaltet sind" (Castells und Cardoso, 2005, 12).

Dies ist jedoch die makrosoziologische Perspektive. Wir haben über Engagement und soziale Netzwerke gesprochen, aber was ist das Verhältnis zwischen diesen beiden? **Menschen im Kontext** von EXEMPLAR für etwas zu gewinnen, könnte als Synonym für **die Schaffung und Pflege eines Netzwerks teilnehmender Menschen betrachtet werden**. In diesem Fall beziehen wir uns auf ein **kleines Netzwerk**, das aus einigen Knotenpunkten besteht, die auf die gleiche Weise, wie oben erläutert, miteinander verbunden sind. Natürlich bedeutet weniger Knoten zunächst die Vernetzung zwischen weniger Personen, aber dank der Multiplikatorrolle an den Hauptknoten der LeiterInnen von EXEMPLAR und der Menschen, mit denen sie direkt interagieren, engagieren sich mehr Menschen.

In dieser Hinsicht ist es wichtig zu verstehen, wie, warum und mit wem wir Interaktionen haben und halten, dem Ausgangspunkt, wenn wir Menschen für etwas gewinnen wollen.

Anhand einer Analyse sozialer Netzwerke stellte sich heraus, dass die Wahrscheinlichkeit, Bindungen zwischen Menschen zu schaffen höher ist, je mehr Dinge sie gemeinsam haben (McPherson et al., 2001). Mit anderen Worten: "Ähnlichkeit schafft Verbindung" (McPherson et al., 2001, 415). Dies führt zum Konzept der *Homophilie*. Homophilie bezieht sich auf die Tendenz von Individuen, Beziehungen zu denjenigen herzustellen, die ihnen irgendwie ähnlich sind (McPherson et al., 2001). Das Homophilieprinzip bezieht sich auf verschiedene Variablen wie Alter, Rasse, Geschlecht und Geschlechterrolle, Rasse und ethnische Zugehörigkeit, Religion usw. (McPherson et al., 2001). Besondere Aufmerksamkeit wollen wir jedoch der Kategorie "Einstellungen, Überzeugungen, Fähigkeiten und Bestrebungen" widmen. Diese Kategorie wird als "Wertehomophilie" bezeichnet. Es stellt sich heraus, dass "Einstellung, Glaube und Wertähnlichkeit zu Anziehung und Interaktion führen" (McPherson et al., 2001, 28). Das heißt, die Dinge oder die Annahme, bestimmte Ideen und Merkmale mit anderen Menschen gemeinsam zu haben, spielen eine wesentliche Rolle bei der Schaffung und Pflege von Beziehungen. Mit anderen Worten, wie wir Menschen für etwas gewinnen, wie wir Netzwerke schaffen und pflegen, wird weitgehend von den Dingen beeinflusst, die wir gemeinsam haben und miteinander teilen.

5.1.2 Strategien für das Engagement in einer Gemeinschaft

Damit die Menschen sich engagieren und eine volle und aktive Rolle in ihren Gemeinschaften spielen, damit die soziale Eingliederung gestärkt, ein größerer Zusammenhalt erreicht und das Risiko einer Radikalisierung verringert wird, sollten mehr Möglichkeiten geschaffen werden, um eine Vielzahl von Stimmen zu Themen zu hören, die ihnen wichtig sind.

Das Engagement in einer Gemeinschaft hat viele positive Aspekte. Abgesehen von der Tatsache, dass die Öffentlichkeit die Möglichkeit hat, die "Bühne" zu teilen und aktiv an der Entscheidungsfindung teilzunehmen, was bedeutet, dass die direkte Demokratie gefördert und natürlich umgesetzt wird, trägt sie dazu bei, stärkere Gemeinschaften und praktische Themen/Probleme aufzubauen, die wirksamer angegangen werden müssen.

Wenn es darum geht, eine Strategie zu entwickeln, um eine bestimmte Zielgruppe in spezifische Gemeinschaftsprojekte, Initiativen oder Aktionen einzubeziehen, sind zwei der wichtigsten Fragen, die gestellt werden sollten:

1. Was ist der Hauptgrund, der Zweck, diese Zielgruppe für etwas zu gewinnen und was sind die Ziele?
2. Welche Techniken und Ressourcen sind am besten für diesen Zweck und diese Ziele geeignet?

Verschiedene Modelle/Rahmenstrukturen wurden getestet, um das öffentliche Engagement strategischer und erfolgreicher umzusetzen.

5.1.2.1 Vorgeschlagener Rahmen für das Engagement in der Gemeinschaft

Es gibt zwei vorgeschlagene Rahmen, die als Grundlage für die LeiterInnen von EXEMPLAR dazu beitragen könnten, effektive und effiziente Strategien zur Förderung des Engagements für ihre Zielgruppen zu entwickeln. Diese beiden Rahmenstrukturen stammen aus dem Bereich der staatlichen Führung und des Umweltaktivismus.

Der TIERS-Rahmen für öffentliches Engagement

Die erste kommt vom Institute for Local Government, das in Kalifornien, USA, tätig ist und eine Fünf-Säulen-Rahmenstruktur namens TIERS entwickelt hat, um Strategien für integratives Engagement zu planen und umzusetzen. Jede Säule bietet Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Begleitressourcen, um einen umfassenden Plan für das öffentliche Engagement zu erstellen. Weitere Informationen finden Sie unter: [TIERS Public Engagement Framework](#).

Der Engagement-Pyramiden-Rahmen

Die zweite kommt von der Groundwire Organization, die Umweltorganisationen hilft, bessere Strategien für die Einbeziehung von Menschen zu entwickeln. Groundwire entwickelte einen Rahmen für die Erstellung einer Karte der verschiedenen Ebenen des Engagements mit dem Titel: "Engagement Pyramid". Dieser Rahmen baut auf Ideen aus den Bereichen der Community-Organisation, Beziehungsmarketing und Fundraising auf. Weitere Informationen finden Sie unter: [The Engagement Pyramid](#)

Kapitel 5.2: Führungsqualitäten bei Strategien zur Förderung des Engagements

Dieses Kapitel dient als Übergang von der Übersicht über die Strategien zur Förderung des Engagements und sozialen Netzwerken zu den Fähigkeiten, die in der Praxis eine große Rolle spielen. Mit anderen Worten, wir kommen jetzt von der Theorie zur Praxis.

Wenn wir jetzt über die Multiplikatorrolle der LeiterInnen von EXEMPLAR nachdenken, basiert sie auf der Idee, Menschen für etwas zu engagieren und zu motivieren, indem kleine Netzwerke geschaffen und unterhalten werden. Mit anderen Worten, als Hauptknotenpunkt einer kleinen Gruppe miteinander verbundener Personen zu fungieren. Es geht darum, Informationen und Wissen über die Knoten des Netzwerks zu verbreiten, die aus den Personen, die LeiterInnen von EXEMPLAR bestehen.

Die oben genannten Ideen reichen jedoch nicht aus, um Menschen für etwas zu gewinnen. Neben diesen Hintergrundinformationen ist es auch wichtig, dass die LeiterInnen von EXEMPLAR über ein gewisses Maß an sozialer Kompetenz verfügen und agile Führungsqualitäten zeigen, um die Vision zu inspirieren, den Weg zu weisen und anderen das Handeln zu ermöglichen. Nur so können Bindungen geschaffen und gesunde Beziehungen zu ihren Mitmenschen gepflegt werden. Daher erfordert die Position der LeiterInnen von EXEMPLAR in der Rolle von Hauptknotenpunkten im Netzwerk Führungskompetenz und rapportbildende soziale Kompetenzen. Der Grund dafür ist, dass einige von ihnen eine wichtige Rolle spielen, wenn es darum geht, Menschen für etwas zu gewinnen und als Multiplikatoren zu agieren. Darüber hinaus kann die Bildung von Rapporten eine große Hilfe sein, wenn es darum geht, Menschen zu engagieren.

Führungsqualitäten sind ein breites und beliebtes Thema. Aus diesem Grund gibt es viele verschiedene Ansätze in diesem Bereich. Tatsächlich werden die Führungsqualitäten meistens aus der Perspektive des Managements betrachtet. Nichtsdestotrotz bezieht sich das Modul "Strategien zur Förderung des Engagements" nicht auf das Management selbst, sondern darauf, wie die Führungskräfte von EXEMPLAR Menschen in ihr soziales Leben einbinden. Mit anderen Worten, nicht jede einzelne Führungskompetenz gilt für dieses Modul im gleichen Ausmaß.

Laut Badger et al (2007) sind die am häufigsten genannten Führungskompetenzen nach der Literaturerhebung in dieser Hinsicht:

1. Kommunikationsfähigkeiten - mündlich & schriftlich
2. technisches Know-how im eigenen Fachbereich, technisches Können
3. Motivieren und fördern
4. Ehrlichkeit & Entwicklung von Vertrauen
5. Selbstbewusstsein, emotionale Ausgeglichenheit, Werteverständnis
6. Erkennen und Lösen von Problemen
7. Teamwork, Delegation
8. Flexibilität

Eine andere Perspektive ist das Strataplex-Modell (Mumford et al., 2007), dessen Ansatz "auf Führung in Bezug auf kognitive, zwischenmenschliche, geschäftliche und strategische Fähigkeiten" basiert (Kalargyrou et al., 2012, 41). Von diesen vier Kategorien sind zwei von besonderem Interesse, wenn wir den Kontext dieses Moduls berücksichtigen:

"Kognitive Fähigkeiten beziehen sich auf Denk-, Konzeptions- und Kommunikationsfähigkeiten wie das Sammeln und Verarbeiten von Informationen, Sprech- und Hörfähigkeiten und die Anpassungsfähigkeit an neue Umgebungen, Informationen, Technologien usw. Die Kategorie der *zwischenmenschlichen Fähigkeiten* konzentriert sich auf die Interaktion und die Beeinflussung von Menschen durch soziales Bewusstsein und zwischenmenschliches Verständnis" (Kalargyrou et al, 2012, 42).

Ein Ansatz der Jugendleitung hingegen konzentriert sich auf Führung, aber nicht aus der Managementperspektive, sondern aus der Perspektive der Teamarbeit. Laut der Weltversammlung der Jugend (2016) sind die wichtigsten Führungskompetenzen: Ehrlichkeit, Kommunikation, Vertrauen, Inspiration, Positivität, Engagement und Kreativität.

Darüber hinaus sind die Fähigkeiten im Konflikt- und Diversitätsmanagement von großer Bedeutung. Unsere gegenwärtigen Gesellschaften sind vielfältig, ebenso wie die sozialen Netzwerke, von denen wir ein Teil sind. Wie in jeder anderen Gesellschaft oder Gruppe kann es zu Konflikten als natürliches soziales Phänomen kommen. Daher ist es wichtig, sich dieser wesentlichen Merkmale von Gesellschaften und Personengruppen bewusst zu sein und über die erforderlichen Fähigkeiten zu verfügen, um die möglicherweise entstehenden Konflikte lösen zu können.

Nicht zuletzt ist Emotionale Intelligenz (EI) für LeiterInnen von großer Bedeutung. Eine wachsende Zahl von Untersuchungen zeigt, dass Emotionale Intelligenz Führungskräften hilft, (Grant, 2014; Grau, 2016):

- starke Netzwerke zu entwickeln
- erfolgreich zusammenzuarbeiten
- andere und sich selbst zu motivieren
- Verantwortung für ihr Tun zu übernehmen
- Wirkungsvollere Ergebnisse zu erzielen
- sich wohlfühlen
- bessere Entscheidungen zu treffen
- engere Beziehungen zu knüpfen
- ihr Ego in den Griff zu bekommen
- ihre berufliche Karriere zu verbessern
- effektiv zu kommunizieren
- selbstdisziplinierter zu sein
- mit einer moralischen Einstellung zu leben, die aus Respekt, Vertrauen, Offenheit, Ehrlichkeit, Unverfälschtheit und dem Willen zu lebenslangen Lernen besteht.
- erfolgreich zu sein und Erfolg als eine Situation definieren, in der persönliche Erfolge andere positiv beeinflussen.
- auf menschenzentrierte Weise kreativ zu sein
- Konflikte effektiv zu regeln
- lebenslang zu lernen
- auf die wichtigen Dinge konzentriert zu sein
- bei Verhandlungen Win-Win-Situationen zu erzielen

Emotionale Intelligenz ist eine Kompetenz, die es Menschen ermöglicht, ihre Emotionen sowie die Emotionen anderer effektiv zu verstehen und zu managen, um in Harmonie mit sich selbst und mit ihren Mitmenschen zu leben (Goleman, 2005).

Emotionale Intelligenz besteht aus fünf Dimensionen, fünf Fähigkeiten, nämlich:

1. Selbstbewusstsein:

Es geht um die Fähigkeit zu verstehen, wie wir uns fühlen, unsere Stimmung anzuerkennen und wie wir über diese bestimmte Situation denken. Es geht darum,

eine Emotion zu erkennen, wie sie geschieht, es geht darum zu wissen, was eine emotionale Antwort für uns schafft und wie dieser Zustand uns beeinflusst.

2. Selbststeuerung:

Hier geht es darum, zu akzeptieren, was wir fühlen und unsere Emotionen zu kontrollieren, um unser Verhalten zu lenken. Es geht darum, Verantwortung für die eigene Leistung zu übernehmen, flexibel und offen für neue Ideen und Veränderungen zu sein.

3. Selbstmotivation

Selbstmotivation betrifft die Fähigkeit, uns zu motivieren, unseren Träumen nachzujagen und unseren Zweck zu erfüllen. Es geht darum, uns zu verbessern oder einen Standard der Exzellenz zu erfüllen, indem wir uns zu klaren erklärten Zielen verpflichten, positiv und optimistisch sind, Chancen demonstrieren, die Chancen hinter jedem Problem sehen und mit der Strömung fließen.

4. Empathie:

Beim Einfühlungsvermögen geht es um die Fähigkeit, die Emotionen anderer zu verstehen, uns selbst in die Haut anderer zu stecken. Es geht darum, zu spüren, was andere brauchen, um voranzukommen oder eine schwierige Situation zu überwinden, die Gefühle hinter den Bedürfnissen und Wünschen anderer zu erkennen, die Machtverhältnisse einer Gruppe zu "lesen" und Vielfalt zu nutzen.

5. Soziale Kompetenzen:

Hier geht es um die Fähigkeit, gute Beziehungen zu anderen zu entwickeln und in Harmonie mit ihnen zu leben. Es geht darum, die Gefühle anderer zu managen, effektiv klare Botschaften zu vermitteln, andere zu inspirieren und zu motivieren, Veränderungen in Teams zu bewältigen, Meinungsverschiedenheiten auszuhandeln und zu lösen, starke Bindungen aufzubauen, erfolgreich zusammenzuarbeiten und starke Teams.

Die Abkürzung für Emotionale Intelligenz ist "EI" und wird mit dem **Emotionalen Quotienten - EQ gemessen.**

Emotionale Intelligenz besteht aus erlernbaren Fähigkeiten. Wie emotional intelligent wir sind, hängt von unseren Erfahrungen, der Art und Weise, wie wir aufgewachsen sind und unseren Überzeugungen ab. Und all dies könnte geändert werden.

Schlussfolgerung

Es gibt weder einen einzigartigen Ansatz für Führungsqualitäten, der voll und ganz in den Kontext des EXEMPLAR-Projekts passt, noch gibt es eine Strategie zur Förderung des Engagements, die sich besonders an ihren Zweck hält. Der Zweck dieses Moduls ist es, grundlegende Informationen darüber bereitzustellen, wie Menschen interagieren und sich engagieren und welche Fähigkeiten erforderlich sind, um Teilnahme und Engagement zu fördern, sowie zum Nachdenken über diese Themen anzuregen. Daher muss die Lösung, d. h. die Strategie, auf der Grundlage der gegebenen Situation maßgeschneidert sein, weswegen die LeiterInnen von EXEMPLAR kritisch denken, den Kontext und die Zielgruppe analysieren und berücksichtigen müssen, was Engagement bedeutet, wie es funktioniert und welche Fähigkeiten erforderlich sind und eine konkrete Antwort auf eine bestimmte Situation erarbeiten.

Bibliografie

- Arnstein, S.R. (1969). *A Ladder of Citizen Participation*. Journal of the American Institute of Planners, 35(4), 216-224.
- Badger, W.W., Wiezel A.B., Peter, H. (2019). *Leadership Education and Training "Leadership Skills Truly Make a Difference"*. Abgerufen von: <http://ascpro0.ascweb.org/archives/2007/CEGT122002007.pdf>
- Cardoso G., and Castells, M. (2006). *The Network Society. From Knowledge to Policy*. Abgerufen von: https://communication.biu.ac.il/files/communication/shared/qstl__castell_d1_3-21.1-80.pdf
- Goleman, D. (2005). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam Books.
- Grant, A. (2014). *Give and Take: Why Helping Others Drives Our Success*. Penguin.
- Grey, A. (2016). *The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution*. Abgerufen von: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>
- Holmes, B. (2011). *Citizens' engagement in policymaking and the design of public services*. Research Paper No. 1, 2011-2012, Parliamentary Library, Commonwealth of Australia.
- Kalargyrou V., Pescosolido A.T., Kalargiros E.A. (2012). *Leadership skills in management education*. Academy of Educational Leadership Journal, Volume 16, Number 4, 2012
- McPherson M., Smith-Lovin L., Cook J.M. *Birds of a feather: Homophily in Social Networks*. Abgerufen von: <http://aris.ss.uci.edu/~lin/52.pdf>
- Morgan-Trimmer, S. (2013). *'It's who you know': Community empowerment through network brokers*. Community Development Journal, 49(3): 458-472.
- Nabatchi, T. and Amsler, L.B. (2014). *Direct public engagement in local government*. American Review of Public Administration, 44(4S): 63S-88S.
- Pratchett, L., Durose, C., Lowndes, V., Smith, G., Stoker, G. and Wales, C. (2009). *Empowering communities to influence local decision making: Evidence-based lessons for policy makers and practitioners*. Department for Communities and Local Government, London.
- Rosenblatt, D. (2010). *The Engagement Pyramid: Six Levels of Connecting People and Social Change*. Abgerufen von: <http://groundwire.org/blog/groundwire-engagement-pyramid/>
- Thränhardt, D. (2010). *Engagement und Integration in: Olk, T.; Klein, A; Hartnuss, B. Engagementpolitik. Die Entwicklung der Zivilgesellschaft als politische Aufgabe*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2010. S. 510 - 524
- University of Göttingen. *Diversity skills*. University of Göttingen website. Abgerufen von: <https://www.uni-goettingen.de/en/580728.html>
- World Assembly of Youth (2016). *Youth and Leadership training*. Way Report. Abgerufen von: https://www.way.org.my/files/youth_issues/Youth_and_Leadership_training.pdf