

VON DER IDEE ZUM PILOTPROJEKT

Verbesserung der Stellung von Frauen auf
den Arbeitsmärkten der Donauregion



SOZIALE
INNOVATIONEN
BROSCHÜRE

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

WIN

Broschüre zur sozialen Innovation: Verbesserung der Stellung von Frauen auf den Arbeitsmärkten der Donauregion

Verbesserung der Stellung von Frauen auf den Arbeitsmärkten der Donauregion

Autor: Dr. Lachezar Afrikanov

Wissenschaftlicher Herausgeber: Dr. Jani Kozina

Mitwirkende: Forschungszentrum der Slowenischen Akademie der Wissenschaften und Künste (Slowenien), Verband der Geschäftsfrauen in Serbien (Serbien), Gemeinnützige Regionale Innovationsagentur Zentraltansdanubien (Ungarn), LAG Sokolovsko (Tschechische Republik), Wirtschaftsministerium der Gespanschaft Herceg-Bosna (Bosnien und Herzegowina), Nationale Managementschule (Bulgarien), Verein für Kultur und Bildung PiNA (Slowenien), Universität Graz (Österreich), Verein Steirische Eisenstraße (Österreich), Arbeitsamt des Land-kreises Herceg-Bosnien (Bosnien und Herzegowina)

Grafikdesign: Iana Avramova

Herausgegeben von der Nationalen Managementschule Bulgarien im Auftrag des WIN-Projektkonsortiums

© 2026 WIN Projektkonsortium

Elektronische Veröffentlichung

www.interreg-danube.eu/projects/win

DANKSAGUNG ZUR FINANZIERUNG

Diese Publikation entstand im Rahmen des WIN-Projekts, das von der Europäischen Union über das Interreg-Donau-Programm kofinanziert und vom Forschungszentrum der Slowenischen Akademie der Wissenschaften und Künste koordiniert wird. Das WIN-Projekt fördert die Gleichstellung der Geschlechter und die sozioökonomische Stärkung von Frauen in peripheren Industrieregionen entlang der Donau, indem es die Entwicklung, Erprobung und Reflexion sozialer Innovationen unterstützt, die den Zugang zum Arbeitsmarkt verbessern.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen und Ansichten sind die des Autors und spiegeln nicht unbedingt die offizielle Meinung der Europäischen Union, des Interreg-Donau-Programms oder der Verwaltungsbehörde/des Gemeinsamen Sekretariats wider. Weder die Europäische Union noch eine der Partnerinstitutionen kann für die Verwendung der hierin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

Die Vervielfältigung zu Bildungszwecken oder für nichtkommerzielle Zwecke ist unter Angabe der Quelle gestattet.

Empfohlene Zitierweise: Afrikanov, L. (2026). Social innovation booklet: Improving the Position of Women in the Labour Markets of the Danube Region. WIN Project Consortium, National Management School, Bulgaria.

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union



INHALTSVERZEICHNIS

1 Vorwort

2 Zusammenfassung

3 Teil I. Regionale Geschichten

4 Österreich - Steirische Eisenstraße

5 Bosnien und Herzegovina - Bezirk Herceg-Bosna

6 Bulgarien – Radomir

7 Tschechische Republik – Karlovy Vary

8 Ungarn – Bezirk Komárom-Esztergom

9 Serbien – Loznica

10 Slowenien– Trbovlje

11 Teil II. Regionsübergreifende Erkenntnisse

12 Den WIN-Geist verbreiten

13 Stimmen der Teilnehmenden

14 Stimmen der Interessengruppen

15 Übertragbare Ansätze und bewährte Verfahren

16 Empfehlungen von Schlüsselakteuren

17 Von Pilotprojekten zu Handlungswegen



VORWORT

WIN wurde ins Leben gerufen, um die Stellung von Frauen auf den Arbeitsmärkten in den industriellen Randregionen des Donauraums zu verbessern. Das Projekt ging von einer einfachen Beobachtung aus: Viele Hindernisse sind nicht nur wirtschaftlicher Natur. Sie sind auch kultureller und institutioneller Art und werden durch lokale Strukturen, Stereotypen, Einschränkungen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben sowie die Verfügbarkeit unterstützender Netzwerke und Dienstleistungen geprägt. Um diesen Realitäten zu begegnen, bedarf es einen strukturierten Ansatz, um gemeinsam mit den Akteuren Lösungen zu entwickeln, diese unter realen Bedingungen zu testen und offen aus den Erfahrungen zu lernen.

Aus diesem Grund hat WIN zwei Publikationen herausgegeben: das „WIN Methodological Toolkit“ beschreibt den Weg, der unserer Arbeit zugrunde liegt, und erläutert, wie in sieben Pilotregionen soziale Innovationen entwickelt, erprobt und reflektiert wurden. Die vorliegende Broschüre zu sozialen Innovationen konzentriert sich auf die Ergebnisse dieses Prozesses. Sie stellt die in den Regionen entwickelten Ideen vor, hebt die für die Pilotphase ausgewählten Innovationen hervor und zeigt auf, was in der Praxis umgesetzt und erreicht wurde.

Die Ergebnisse basieren sowohl auf praktischen Erfahrungen als auch auf Reflexionen. Im Rahmen des Projekts wurden 26 Ideen in den WIN-Innovationsgruppen entwickelt, von denen 13 als Pilotmaßnahmen getestet wurden. Die Zielgruppen gaben ihr Feedback über einen strukturierten Online-Fragebogen ab, der zum Vergleich zwischen den Pilotprojekten konzipiert war und die umgesetzten sozialen Innovationen abdeckte. Der Fragebogen wurde zwischen Oktober 2025 und Januar 2026 versendet. Parallel dazu reflektierten die Stakeholder in Interviews und Fokusgruppen nach einem gemeinsamen Rahmenkonzept und erreichten dabei Mitglieder der WIN-Innovationsgruppen sowie externe Stakeholder aus der gesamten Partnerschaft.

Ich bin zufrieden mit dem, was die WIN-Partnerschaft unter den gegebenen Rahmenbedingungen erreicht hat. Die Pilotprojekte zeigen, dass sinnvolle Fortschritte möglich sind, wenn Bewusstseinsbildung mit konkreten Beteiligungsmöglichkeiten

verknüpft wird, wenn das Erlernen von Kompetenzen praxisorientiert ist und an nächste Schritte anknüpft und wenn Gemeinschaft und Netzwerke als zentraler Mechanismus und nicht als „zusätzlicher Vorteil“ betrachtet werden. Gleichzeitig macht die Evaluierung deutlich, was als Nächstes gestärkt werden sollte: mehr praxisorientierte Formate, mehr Zeit für Diskussionen und den Austausch unter Gleichgesinnten sowie klarere Anschlusswege, die die Pilot-projekte mit längerfristigen Möglichkeiten und institutioneller Unterstützung verbinden.

Diese Broschüre richtet sich an ein breites Publikum aus Praktikern und regionalen Akteuren. Wenn Sie in Kommunen, Arbeitsvermittlungsdiensten, Arbeitgeberverbänden, Bildungs- und Jugendeinrichtungen, NGOs oder regionalen Entwicklungsgremien tätig sind, finden Sie hier konkrete Beispiele, realistische Erkenntnisse und Ansätze, die sich an Ihren eigenen Kontext anpassen lassen. Das Toolkit erklärt, wie der Prozess aufgebaut wird. Diese Broschüre zeigt, was dieser Prozess bewirken kann.

Dr. Jani Kozina

Projektkoordinator, WIN-Projekt



ZUSAMMENFASSUNG

WIN ging von der gemeinsamen Entwicklung zur praktischen Erprobung in sieben peripheren Industrieregionen im Donauraum über. Lokale Innovationsgruppen erarbeiteten gemeinsam ein Portfolio von 26 Ideen für soziale Innovationen und die Partner wählten anschließend 13 Innovationen für die Umsetzung aus, wobei sie den Schwerpunkt auf solche legten, die lokal relevant und innerhalb des Projektzeitraums realistisch erprobt werden konnten.

Die umgesetzten sozialen Innovationen zeigen verschiedene Wege zum Wandel auf. Einige Pilotprojekte konzentrierten sich darauf, Stereotypen in männer-dominierten Kontexten zu verändern, indem Frauen durch verschiedene Aktionen sichtbar gemacht wurden. Andere legten den Schwerpunkt auf die Stärkung der Beschäftigungsfähigkeit von Frauen durch praktische Lernformate, die greifbare Ergebnisse und klare nächste Schritte hervorbringen. Ein dritter Ansatz stärkte Gemeinschaften und Netzwerke und schuf Räume, in denen Frauen sich treffen, lernen und gegenseitig unterstützen können.

Die Teilnehmenden schätzten ein unterstützendes Umfeld, praxisorientiertes Lernen und den Austausch mit anderen. Gleichzeitig forderten sie stärkere praktische Elemente, mehr Zeit für Diskussionen und Networking sowie klarere Wege für die weitere Begleitung, wie beispielsweise Mentoring, Praktika oder Workshops, die dabei helfen, das Gelernte in die Praxis umzusetzen. Die Beteiligten bekräftigten, dass Pilotprojekte ein Ausgangspunkt seien, und betonten die Bedeutung einer institutionellen Verankerung und sektorübergreifenden Koordination, damit die Pilotmaßnahmen mit längerfristigen arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen und Programmen verknüpft werden können.

WIN folgt einer einfachen Logik: lokalen Gegebenheiten verstehen, gemeinsam mit Beteiligten Ideen entwickeln, prüfen, was machbar ist, und daraus lernen.

In jeder Pilotregion brachte eine WIN-Innovationsgruppe lokale Akteure zusammen, um die Herausforderungen zu definieren, die die Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt beeinträchtigen und eine Reihe von Ideen für soziale Innovationen zu entwickeln. Aus

diesen Ideen wählten die Partner Pilotmaßnahmen aus und setzten diese um, die realistisch umsetzbar waren und den lokalen Bedürfnissen gerecht wurden. Die Pilotprojekte wurden anschließend anhand des Feedbacks der Teilnehmenden und der Perspektiven der Interessengruppen reflektiert, sodass das Projekt nicht nur Aktivitäten hervorbringt, sondern auch wiederholbare Erkenntnisse.

Die vorliegende Broschüre ergänzt das vorhandene Toolkit, indem sie sich auf die Ergebnisse des Prozesses konzentriert: das Ideenportfolio, die umgesetzten sozialen Innovationen, die Ergebnisse und Wirkung sowie die Erkenntnisse, die andere übernehmen können. Es dokumentiert die regionalen Wege von der Idee bis zur Umsetzung von Pilotprojekten und übersetzt regionenübergreifende Erkenntnisse in übertragbare Ansätze und Empfehlungen. Es richtet sich an Praktiker und Change-Maker, Kommunen und Arbeitsvermittlungen, Arbeitgeber und Kammern, Bildungs- und Jugendeinrichtungen, NGOs sowie Akteure der regionalen Entwicklung, die in ihren eigenen Regionen Veränderungen vorantreiben wollen.

WIN AUF EINEN BLICK

7

Pilotregionen und 7 WIN-Innovationsgruppen in 7 Ländern der Donauregion.

26

gemeinsam entwickelte Ideen für soziale Innovationen.

13

soziale Innovationen, die durch Pilotprojekte erprobt wurden.

Reflexion der Teilnehmenden: Online-Fragebogen zu umgesetzten sozialen Innovationen (Okt. 2025–Jan. 2026), der dem Lernen dient und nicht der statistischen Darstellung.

Reflexion der Stakeholder: Interviews und Fokusgruppen mit Verwendung eines gemeinsamen Rahmens (Nov. 2025–Feb. 2026), Einbeziehung von 33 Mitgliedern der WIN-Innovationsgruppe und 15 externen Interessengruppen.



Die Broschüre wurde auf der Grundlage mehrerer WIN-Ergebnisse erstellt, die auf der [WIN-Projektwebsite](#) verfügbar sind:

- [Methodological toolkit for developing, testing and reflecting on social innovations \(D1.1.3\)](#)
- [Report on developed social innovation ideas \(D2.1.2\)](#)
- [Report on implemented social innovations \(D2.2.2\)](#)
- [Evaluation report based on participant online questionnaire \(D2.3.3/1\)](#)
- [Evaluation report based on stakeholder interviews and focus groups \(D2.3.3/2\)](#)

TEIL I.

REGIONALE GESCHICHTEN



ÖSTERREICH - STEIRISCHE EISENSTRASSE

Frauen in einem männerdominierten industriellen Umfeld sichtbar machen

In der Region Steirische Eisenstraße beschrieben Partner und lokale Akteure die Stellung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt als stark geprägt von der Arbeitskultur und anhaltenden gesellschaftlichen Erwartungen in einem historisch männer-dominierten industriellen Umfeld. Anstatt mit „klassischen“ arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen zu beginnen, konzentrierte sich der Ansatz auf kulturelle Barrieren, Stereotypen und die Sichtbarkeit weiblicher Perspektiven, kombiniert mit Formaten, die sowohl Frauen als auch die breite Öffentlichkeit erreichten.

Der regionale Ansatz priorisierte daher drei sich verstärkende Maßnahmen: Sensibilisierung der Öffentlichkeit durch ein starkes lokales Symbol, sichtbare Vorbilder mit authentischen Geschichten und ein stabiles Netzwerk, in dem sich Frauen treffen, gegenseitig unterstützen und das Thema über einmalige Veranstaltungen hinaus am Leben erhalten können.

Entwickelte Ideen

Die WIN-Innovationsgruppe in Österreich entwickelte drei Ideen.

1. Der Kreativwettbewerb „Frauen erobern Industrie und Bergbau“ wurde als gemeinsam mit Schulen durchgeführt, um traditionelle Geschlechterrollen in Frage zu stellen und MINT- sowie Industrieberufe für Mädchen und Jungen als denkbar und „normal“ erscheinen zu lassen. Ein zentrales Element bestand darin, die Gewinnerbotschaft durch einen Bus, der ein Jahr lang durch die Region fährt, zu einem öffentlichen, alltäglichen Symbol zu machen.
2. Durch die Etablierung weiblicher Vorbilder wurde die Botschaft des Wettbewerbs zur nachhaltigen Sichtbarkeit gemacht. Die Idee verband Schul-besuche von weiblichen Vorbildern mit einer Medienkampagne, die echte Frauen aus Industrie und Bergbau vorstellt, sodass „Frauen in technischen Berufen“ zu einer wiederkehrenden Erzählung werden und keine seltene Ausnahme bleiben.

3. Stärkere Netzwerke – stärkere Frauen. Ziel war es, die Vernetzung von Frauen in der Region zu stärken, indem auf dem bestehenden Netzwerk „Iron Women“ aufgebaut und eine neue Sparte „Arbeit und Industrie“ geschaffen wurde, die sich speziell mit den Lebensrealitäten von Frauen in industriellen Randregionen befasst. Eine tägliche Erinnerung daran, dass Frauen in diesen Bereichen Platz haben.

Umgesetzte soziale Innovationen

Alle drei Ideen in der Region „Steirische Eisenstraße“ wurden als ein zusammenhängendes Gesamtkonzept umgesetzt: ein Wettbewerb für junge Menschen, eine Rolemodel-Medienkampagne sowie eine längerfristige Netzwerkstruktur. Dieser Ansatz wurde gewählt, da die Region kulturelle Barrieren und Stereotypen als einen der Hauptgründe identifiziert hatte, die die Chancen von Frauen in Industriegebieten beeinträchtigen.

Pilotprojekt 1. Kreativwettbewerb „Frauen erobern Industrie und Bergbau“

Im Rahmen des Kreativwettbewerbs waren Schüler:innen dazu aufgerufen, ihre Vision von der Zukunft der Frauen in Industrie und Bergbau in Form von Zeichnungen darzustellen, ergänzt durch Präsentationen Schulen und einer öffentlichen Abstimmung. Der Gewinnerentwurf wurde anschließend ein Jahr lang auf einem Linienbus ausgestellt, der durch die Region fuhr, und erinnerte so täglich sichtbar daran, dass Frauen in diesen Branchen ihren Platz haben.

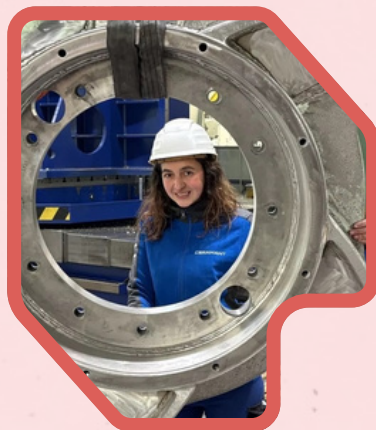


Im Rahmen der Umsetzung wurden durch Präsentationen an sechs Schulen, unterstützt durch Öffentlichkeitsarbeit und einer Online-Abstimmung, rund 500 Schüler:innen erreicht. Die Abschlusspräsentation fand an einem symbolträchtigen Ort, einem Eisenerzbergwerk, statt, wodurch die Verbindung der Botschaft zur lokalen Identität gestärkt wurde.

Pilotprojekt 2. Mentoring für Frauen – Etablierung weiblicher Vorbilder

Im Rahmen des Projekts wurden weibliche Vorbilder durch Schulbesuche und eine regionale Medienkampagne mobilisiert. Im Sommer und Herbst 2025 standen elf Frauen aus den Bereichen Bergbau, Industrie und Wissenschaft im Mittelpunkt einer Kampagne, bei der wöchentlich Beiträge veröffentlicht und auch in den sozialen Medien verbreitet wurden. 500 Schülerinnen und Schüler standen an ihren Schulen in aktivem Kontakt mit den Vorbildern; die Zeitung, in der die Medienkampagne veröffentlicht wurde, erreichte alle Haushalte in der Region.

Um die Erzählung zu vertiefen und sie mit der Geschichte zu verknüpfen, wurde im Rahmen des Projekts gemeinsam mit der Montanuniversität Leoben die Ausstellung [„100 Jahre Frauen im Montanwesen – von den Pionierinnen bis heute“](#) konzipiert, in der mehr als 30 Roll-ups Pionierinnen sowie aktuelle akademische und berufliche Vorreiterinnen vorstellen. Die Ausstellung verzeichnete in den ersten beiden Tagen nach der Eröffnung mehr als 500 Besucher und wird in den kommenden Jahren erweitert und regelmäßig gezeigt werden.





Pilotprojekt 3. Stärkere Netzwerke – stärkere Frauen

Das dritte Pilotprojekt wurde über das bestehende Netzwerk „Iron Women“ umgesetzt, indem eine neue Sparte „Arbeit und Industrie“ ins Leben gerufen wurde, die sich auf die Bedürfnisse und Herausforderungen weiblicher Beschäftigter in industriellen Randregionen konzentrierte. Zu den Aktivitäten gehörten Workshops, Vorträge, Coachings und Networking-Veranstaltungen zu den Themen Karriere-planung, finanzielle Absicherung und anderen beruflichen Themen.

Rund 20 Frauen nahmen an Netzwerkaktivitäten wie der Führung „Ladies of Leoben“ oder dem geselligen Get-Together am Weltfrauentag 2025 teil. Als niederschwelliges Format wurde ein Pub-Quiz vorbereitet (erwartete Teilnehmer-zahl: rund 40). Im Rahmen des Projekts entstand zudem kulturelles Storytelling durch ein Theaterstück mit dem Titel „Die Einzige im Raum“, das auf Interviews mit zehn Frauen im Alter von 26 bis 63 Jahren basiert, die in stark männerdominierten Branchen arbeiten, und darauf abzielt, gelebte Erfahrungen in eine für die breite Öffentlichkeit zugängliche Form zu übertragen.



Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Das Feedback der Teilnehmer aus den österreichischen Pilotprojekten zeigt, dass unterstützende Rahmenbedingungen, interessante Inhalte, Diskussionsmöglichkeiten sowie die Chance, soziale Kontakte und Netzwerke aufzubauen, sehr geschätzt werden. Beim Kreativwettbewerb äußerten die Befragten hohe Zufriedenheit und eine starke Bereitschaft zur erneuten Teilnahme (90 % „Ja“); sprachen sich jedoch für mehr Networking-Möglichkeiten sowie eine stärkere Werbung und Sichtbarkeit aus.

Bei der Vorbildkampagne war der Fokus stark auf Veränderung ausgerichtet: Die Teilnehmerinnen wollten etwas bewirken, Mädchen und junge Frauen für technische Ausbildungen und Berufe begeistern und Stereotypen abbauen. Sie schätzten das offene, partizipative Format, schlugen jedoch eine klarere Zielgruppenausrichtung und eine stärkere Präsenz in den sozialen Medien vor.

Bei der Aktion „Stärkere Netzwerke – stärkere Frauen“ schätzten die Befragten den Austausch und die Inhalte ebenso wie die Organisation und die Zugänglichkeit und schlugen mehr praktische Beispiele, mehr Zeit für Diskussionen, häufigere Veranstaltungen und intensivere Werbung vor. Die Rückmeldungen der Beteiligten bestätigten die strategische Entscheidung für den österreichischen Ansatz: In Industrieregionen ist die Veränderung sozialer Normen und Stereotypen eine notwendige Voraussetzung für einen langfristigen Wandel auf dem Arbeitsmarkt.

Gewonnene Erkenntnisse

- In industriellen Randregionen können Barrieren und Stereotypen sowohl ein Hindernis als auch ein Ansatzpunkt für Maßnahmen sein.
- Sichtbarkeit funktioniert am besten, wenn sie Teil des Alltags wird und nicht nur eine einmalige Botschaft ist. Ein Bus, der ein Jahr lang durch die Region fährt, ist ein gutes Beispiel für „alltägliche Normalisierung“.
- Vorbilder sind am wirksamsten, wenn Geschichten über einen längeren Zeitraum hinweg wiederholt werden und über verschiedene Kanäle verbreitet werden.
- Netzwerke schaffen Kontinuität. Die Einbettung der Arbeit in eine bestehende, vertrauenswürdige Struktur erhöht die Nachhaltigkeit und erleichtert die Umsetzung wiederholter, niederschwelliger Formate.

- Die Teilnehmer:innen forderten immer wieder eine stärkere Werbung und mehr Gelegenheiten zum Austausch; dies ist Teil des Konzepts der Maßnahme und kein Marketingaspekt.
- Kulturelle Formate (geführte Spaziergänge, Quizspiele, Theaterstücke auf der Grundlage von Interviews) können die Lebensrealität von Frauen sichtbar machen und ein Publikum ansprechen, das sonst selten an Veranstaltungen zum Thema Arbeit und Beschäftigung teilnimmt.

BOSNIEN UND HERZEGOVINA – BEZIRK HERCEG-BOSNIEN / KANTON 10

Von „Ich weiß nicht, wo ich anfangen soll“ bis hin zur praktischen Bereitschaft für Beruf und Unternehmertum

Im Bezirk Herceg-Bosna beschrieben Partner und Akteure ein typisches Muster von Hindernissen für die Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt: Interesse und Potenzial sind vorhanden, doch der Weg in die Beschäftigung oder Selbstständigkeit erscheint komplex und schwer allein zu bewältigen. Die Akteure nannten administrative Komplexität, hohe Sozialabgaben sowie eingeschränkten Zugang zu Kinderbetreuung als Probleme, die Frauen davon abhalten können, den nächsten Schritt zu wagen, selbst wenn sie konkrete Ideen und Motivation mitbringen.

Die WIN-Arbeit legte den Schwerpunkt auf einen Ansatz, der sowohl vertrauensbildend als auch praxisorientiert ist. Anstatt mit abstrakten Botschaften zu beginnen, konzentrierte sich der regionale Ansatz darauf, Frauen mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen auszustatten, ihnen zu helfen, Unterstützungsmöglichkeiten zu verstehen, und ein Umfeld zu schaffen, in dem Frauen Kontakte zu Gleichgesinnten knüpfen können, während sie sich mit der Suche nach einer Anstellung oder unternehmerischen Tätigkeit befassen.

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group hat drei Ideen entwickelt, die von grundlegenden Kompetenzen über die Unterstützung beim Markteintritt bis hin zum langfristigen Aufbau eines Ökosystems reicht.

1. „Tritt aus dem Schatten – Tappe nicht im Dunkeln“ bot ein kostenloses Training zu unternehmerischen Grundkenntnissen für arbeitslose Frauen an, kombiniert mit Informationen zu Förderprogrammen und öffentlichen Ausschreibungen sowie eines Job Shadowing, ergänzt durch Workshops im Rahmen von Jobmessen.

2. „Tritt aus dem Schatten – nimm deinen Platz auf dem Markt ein“ konzentrierte sich darauf, Frauen zu unterstützen, indem die Gründung von Handwerks-betrieben und die Umsetzung unternehmerischer Ideen gefördert wurden – durch Ausschreibungen, Infotage in verschiedenen Gemeinden sowie Men-toring und Roundtables mit Experten aus den Bereichen Unternehmertum, Buchhaltung, Rechtsberatung und Finanzierung.
3. Die Initiative „Förderung sozialer Unternehmen“ hatte das Ziel, soziales Unternehmertum im Bezirk zu etablieren und zu stärken. Dazu wurden Aufklärungsmaßnahmen, eine öffentliche Ausschreibung und Veranstaltungen kombiniert; ergänzt durch Maßnahmen, die Beschäftigungsmodelle sozialer Unternehmen praktikabler machen sollten.

Umgesetzt soziale Innovationen

Aus den drei Vorschlägen wählten die Partner die Schulung zu unternehmerischem Grundwissen für die Pilotphase aus. Die Gründe dafür lagen auf der Hand: Sie deckte einen dringenden Bedarf ab, war innerhalb des Projektzeitraums realisierbar und konnte durch die Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren aus den Bereichen Beschäftigung und Erwachsenenbildung in die bestehenden institutionellen Strukturen eingebettet werden. Parallel dazu arbeiteten die Akteure an der Konzeption von Fördermaßnahmen, die darauf abzielten, die unternehmerische Tätigkeit und Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt zu fördern, und positionierten die Schulung als Grundlage für längerfristige systemische Maßnahmen.

Pilotprojekt 1. „Tritt aus dem Schatten – Tappe nicht im Dunkeln“: Schulung zu betriebswirtschaftlichen Grundlagen für arbeitslose Frauen

Das Pilotprojekt wurde gemeinsam mit der Volkshochschule Livno im November und Dezember 2025 als kostenloses, zertifiziertes 25-stündiges Schulungs-programm zur Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen durchgeführt. Die Inhalte umfassten praxisnahe Themen wie Kostenmanagement, Budgetierung, Lohnabrechnung, Steuern, Buchhaltung, und Unternehmens-planung. Die Nachfrage war groß: Die Plätze waren bereits zwei Tage nach der Ausschreibung ausgebucht, was sowohl den Bedarf als auch die Attraktivität des Formats bestätigte.

Ergänzt wurde die Schulung durch die [Jobmesse „Step Out of the Shadow“](#), die zudem zwei Workshops bot: „Freelance 101 – Von Null zum ersten Auftrag“ und „Die Kraft des Potenzials – Vom Talent zur Chance“. Im Dezember 2025 kamen im Rahmen einer Fokusgruppe Partner, Interessengruppen und Teilnehmer:innen zu-sammen, um das Programm zu bewerten und Empfehlungen für Verbesserungen und die Fortführung zu erörtern.

Was die konkreten Ergebnisse angeht, übertraf das Projekt die geplanten Ziele. Anstelle der geplanten 15 nahmen 21 Frauen teil. Siebzehn Frauen absolvierten alle Module, erarbeiteten eigene Geschäftspläne und erhielten Zertifikate. Im Rahmen des Projekts wurde zudem eine praxisorientierte Lerninfrastruktur geschaffen: maßgeschneiderte Lernmaterialien und ein Google Classroom-Bereich für den Zugang zu den Inhalten. Das Feedback zeigte, dass die Module sowie die Fachkompetenz und Zugänglichkeit der Mentor:innen sehr geschätzt wurden.



Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Der Teilnehmerfragebogen beschreibt eine klar definierte Zielgruppe: Alle Befragten waren Frauen im Alter von 30 bis 64 Jahren; die meisten verfügten über eine Berufs- oder Sekundarschulbildung; die Mehrheit war arbeitslos. Soziale Medien und Medienanzeigen waren die häufigsten Kanäle, über die die Frauen von der Schulung erfuhren. Die Motivation konzentrierte sich auf das Lernen und zukünftige Chancen, den Erwerb neuen Wissens, die Erkundung von Arbeitsmöglichkeiten und die Suche nach Inspiration für nächste Schritte.

Die Teilnehmer schätzten die unterstützende Atmosphäre, die gute Organisation und Barrierefreiheit sowie die Möglichkeiten zur Diskussion und zum Networking. Die Rückmeldungen der Interessengruppen bestätigten die Sichtweise der Teilnehmer und hoben die vertrauensbildenden Effekte hervor, insbesondere für Frauen, die nach langer Arbeitslosigkeit, einem Auslandsaufenthalt oder Pflegeaufgaben wieder in den Arbeitsmarkt einsteigen. Die Interessengruppen wiesen zudem darauf hin, dass strukturelle Hindernisse nach wie vor bestehen (administrative Komplexität, Kinderbetreuung) und dass der nächste Schritt darin bestehen sollte, die Nachbetreuung durch Mentoring und zusätzliche Workshops, einschließlich digitaler Kompetenz, zu verstärken.

Gewonnene Erkenntnisse

- Ein niederschwelliges, praxisorientiertes Schulungsangebot kann schnell Nachfrage wecken, wenn es konkrete Einstiegshürden ausräumt.
- Klare Ergebnisse sind entscheidend. Dank anerkannten Zertifikaten fühlten sich die Teilnehmenden bereit für den nächsten Schritt und nicht nur informiert.
- Kontinuität ist die fehlende Komponente. Das Feedback deutete deutlich auf eine nachhaltige Betreuung und zusätzliche praxisorientierte Workshops hin, insbesondere in den Bereichen unternehmerische und digitale Kompetenz.
- Die institutionelle Einbettung erhöht das Nachhaltigkeitspotenzial. Die Schulung wurde so konzipiert, dass sie im Rahmen der regulären institutionellen Aktivitäten fortgesetzt werden kann.
- Zugangsbarrieren sollten berücksichtigt werden. Begrenzte digitale Kompetenzen und fehlender Zugang zu Computern wurden als Hindernisse für einen Teil der Gruppe genannt.

BULGARIEN - RADOMIR

Von kreativen Fähigkeiten bis hin zu Sichtbarkeit und Gemeinschaft

Viele Frauen in der Region Radomir tragen eine erhebliche Verantwortung für Familie oder Pflege. Selbst wenn Frauen eine Ausbildung oder Weiterbildung absolvieren, bleiben die Möglichkeiten für eine Beschäftigung und berufliche Veränderung oft begrenzt.

Infolgedessen widmen sich viele Frauen in der Region kreativen und handwerklichen Tätigkeiten wie Töpfern, Schmuckherstellung, der Herstellung handgefertigter Notizbücher, der Bekleidungsherstellung oder der Produktion von Lebensmitteln. Während sie oft über ausgeprägte Fähigkeiten und Kreativität verfügen, wurden mangelnde Sichtbarkeit und der Zugang zu Märkten als größte Herausforderungen identifiziert.

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group hat drei zusammenhängende, aufeinander aufbauende Ideen entwickelt:

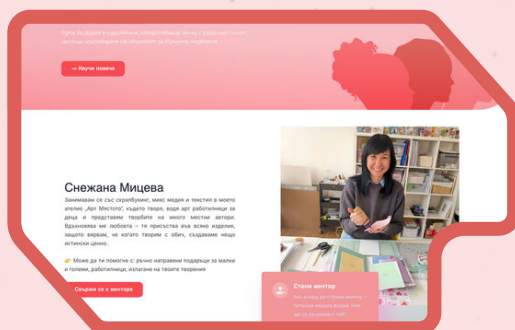
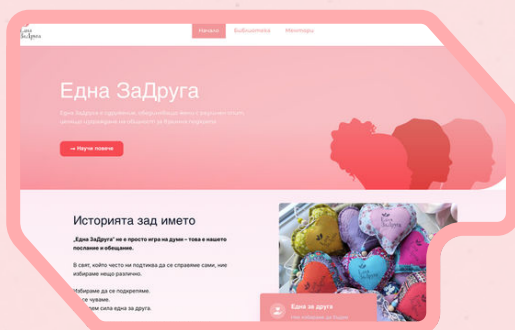
1. [EdnaZaDruga.com](https://ednazadruga.com) („Alle für eine und eine für alle“), eine Online-Plattform für Unternehmerinnen und Künstlerinnen. Sie wurde als digitale Drehscheibe konzipiert, die einen Online-Shop, Erfolgsgeschichten, einen Veranstaltungskalender, Mentoring-Möglichkeiten und Ressourcen für Unternehmerinnen vereint, mit dem Ziel, die Sichtbarkeit und Zusammenarbeit zu stärken.
2. In den kreativen und unterstützenden Räumlichkeiten für Frauen wurden regelmäßige Treffen, Workshops, Festivals und Besuche in Radomir und den umliegenden Dörfern angeboten, bei denen kreativer Ausdruck mit dem Erwerb neuer Fähigkeiten und gegenseitiger Unterstützung verbunden wurde.
3. Edna Za Druga, ein Frauenverband, der sich für Unterstützung, Stärkung und Interessenvertretung einsetzt, wurde als formelle Struktur konzipiert, um gemeindebasierte Initiativen zu fördern, Partnerschaften aufzubauen und die Stimme der Frauen langfristig zu stärken.

Umgesetzte soziale Innovationen

Von den drei in Radomir entwickelten Ideen setzten die Partner zwei um, die innerhalb des Projektzeitraums getestet werden konnten und sich gegenseitig ergänzen: Die eine sorgt für Sichtbarkeit und Vernetzung durch einen digitalen Gemeinschaftsraum, die andere schafft Kontinuität und Vertrauen durch einen eigens dafür vorgesehenen physischen Raum und ein lokales Netzwerk. Die Idee eines Vereins bleibt ein logischer nächster Schritt für die Nachhaltigkeit, sobald das Netzwerk ausgereift ist.

Pilotprojekt 1. EdnaZaDruga.bg, Online-Plattform für Unternehmerinnen und Künstlerinnen

Die Online-Plattform „Edna ZaDruga“ wurde als digitaler Raum ins Leben gerufen, in dem Frauen Informationen finden, Erfahrungen austauschen und miteinander in Kontakt treten können. Von Anfang an war das Ziel, nicht nur eine Website, sondern eine Gemeinschaft aufzubauen, mit der Vision, dass Frauen dort handgefertigte Produkte, Kunsthandwerk, Lebensmittel und Dienstleistungen präsentieren und anbieten können.



Die Umsetzung verband den Aufbau der Plattform und deren kontinuierliche Pflege mit einer lokal orientierten Inhaltsentwicklung, einschließlich der Sammlung und Präsentation von Erfahrungsberichten von Frauen aus der Region sowie der Einbindung lokaler Mitwirkender und Mentorinnen. Die Plattform startete mit strukturierten Rubriken (Startseite, Bibliothek, Mentorinnen und einem künftigen Shop-Bereich) und wurde durch eine aktive Facebook-Seite unterstützt, um die Kommunikation und Sichtbarkeit zu stärken.

Am Ende der Pilotphase verzeichnete das Projekt konkrete Erfolge und positive Reaktionen aus der Community: 699 Follower auf der [Facebook-Seite](#), mehr als 130 veröffentlichte Beiträge, mehr als 10 öffentlich zugängliche persönliche Geschichten sowie ein Netzwerk lokaler Mentorinnen, das über die Plattform abrufbar ist.

Pilotprojekt 2. Frauennetzwerk Edna ZaDruga

Das Frauennetzwerk wurde als lokale Gemeinschaftsinitiative ins Leben gerufen, um Frauen in einem eigens dafür vorgesehenen Raum in Radomir zusammen-zubringen und ihnen Workshops, Mentoring sowie Unterstützung anzubieten, um ihre Fähigkeiten, ihr Selbstvertrauen und ihre soziale Teilhabe zu stärken.

Im Stadtzentrum wurde ein Raum eingerichtet, der zum Hauptschauplatz für Workshops, Veranstaltungen und Treffen wurde. Das Programm wurde vor Ort gestaltet, wobei die Themen sich nach den von den Teilnehmerinnen geäuß-erten Interessen und Bedürfnissen richteten.

Das Projekt berichtete von einem Frauennetzwerk, das sich durch Kontinuität und Dynamik auszeichnete: Es wurden 22 Workshops und zahlreiche Treffen organi-siert, unterstützt durch ein lokales Mentorinnen-Netzwerk und regelmäßigen Aus-tausch. Zu den durchgeführten Aktivitäten gehörten Handwerksworkshops (8), Buchclub-Treffen (4), Kunsttherapie-Workshops (3), Schmuck-Workshops (2), Workshops zu Self Care (2) sowie Workshops zu digitalen Tools (2).



Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Aus den Rückmeldungen der Teilnehmerinnen geht hervor, dass die meisten von ihnen durch Freunde, Kollegen oder andere persönliche Kontakte von der Initiative erfahren haben, gefolgt von sozialen Medien. Die Beweggründe waren vielfältig, doch zwei stachen besonders hervor: der Wunsch, etwas Neues zu lernen und neue Leute kennenzulernen. Die Befragten schätzten die unterstützende Atmosphäre, die Gelegenheiten zum Austausch, die gute Organisation und Zugänglichkeit sowie die interessanten Inhalte, während sie den Hauptnutzen darin sahen, neues Wissen und neue Fähigkeiten zu erwerben.



9.5

Die Rückmeldungen der Beteiligten lassen zwei wichtige Botschaften erkennen: Erstens ist digitale Sichtbarkeit von zentraler Bedeutung für die Aufrechterhaltung der kreativen Aktivitäten von Frauen und die Erweiterung ihrer Möglichkeiten; dabei wurden praktische Workshops zu digitalen Kompetenzen als vorrangig fortzuführen hervorgehoben, wobei die durch WIN geschaffenen Räume und Instrumente (einschließlich der Plattform und der Facebook-Seite) genutzt werden sollen. Zweitens beschrieben die Beteiligten den größten Wert der Pilotprojekte als Vertrauen, Gemeinschaft und eigeninitiierte Zusammenarbeit,

was eine Grundlage für längerfristige Veränderungen schafft, die sogar über den Zeitrahmen der Pilotprojekte hinausreichen. Sie wiesen auch auf anhaltende Hindernisse wie Stereotypen und schwierige Beziehungen zu kommunalen Strukturen hin, während sie praktische Strategien zur Verbesserung der Kommunikation mit lokalen Behörden diskutierten, indem sie die Ergebnisse im Hinblick auf ihren Wert für die regionale Entwicklung darstellten.

Gewonnene Erkenntnisse

- In Radomir verfügen viele Frauen bereits über Fähigkeiten. Die Engpässe liegen in der Sichtbarkeit, dem Selbstvertrauen und den Wegen zum Markt-zugang.
- Eine digitale Plattform gewinnt an Bedeutung, wenn sie als Gemeinschaftsraum mit lokalen Stimmen, Geschichten und der Präsenz von Mentoren fungiert und nicht nur als technisches Produkt.
- Ein eigener physischer Raum fördert Kontinuität und Vertrauen. Die Stabilität des Netzwerks beruhte auf regelmäßigen Treffen, praktischen Workshops und einer einladenden Atmosphäre.
- Praktische Workshop-Formate sind wichtig. Der erfolgreiche Programmmix umfasste handwerkliche Fertigkeiten, kunstbasierte Formate und Workshops zu digitalen Tools – kein einheitliches Schulungsmodell.
- Anzeichen für Nachhaltigkeit können sozialer und verhaltensbezogener Natur sein: Netzwerke unter Gleichgesinnten, wiederholte Teilnahme und eigen-initiierte Zusammenarbeit sind frühe Indikatoren für langfristiges Potenzial.
- Institutionelle Beziehungen prägen die Dynamik. Wo die Zusammenarbeit mit den Kommunen schwierig ist, betonten lokale Akteure die Notwendigkeit, Ergebnisse im Hinblick auf den Wert für die regionale Entwicklung zu betrachten und weiterhin konstruktive Kanäle aufzubauen.

TSCHECHISCHE REPUBLIK – KARLOVY VARY

Förderung des weiblichen Unternehmertums und frühzeitige Gestaltung geschlechtergerechter Wahlmöglichkeiten

In der Region Karlovy Vary befasste sich die WIN Innovation Group mit zwei Bereichen, die die Chancen von Frauen im Alltag prägen. Frauen, die bereits unternehmerisch tätig sind oder eine solche Tätigkeit in Erwägung ziehen, benötigen einen sicheren Raum und Unterstützung durch Gleichgesinnte, um praktische Erfahrungen auszutauschen und Ideen in die Tat umzusetzen. Gleichzeitig beginnen Geschlechterstereotypen schon früh, Bildungs- und Berufsentscheidungen zu beeinflussen, nämlich dann, wenn junge Menschen wichtige Entscheidungen über ihre weiterführende Ausbildung und ihren Werdegang treffen.

Dies führte zu einem regionalen Ansatz, der bewusst zwei Ebenen miteinander verband: ein gemeindebasiertes Netzwerk für Unternehmerinnen und ein strukturiertes Format, das Schülerinnen dabei helfen soll, sich mit den Realitäten des Arbeitsmarktes und der Gleichstellung der Geschlechter auseinanderzusetzen, und zwar zu dem Zeitpunkt, an dem sich ihre Entscheidungen herausbilden. Indem beide Gruppen gleichzeitig angesprochen werden, lassen sich nicht nur die aktuellen Chancen, sondern auch zukünftige Entscheidungen beeinflussen.

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group schlug fünf soziale Innovationen vor. Zwei davon richteten sich direkt an Frauen, insbesondere in Bezug auf Unternehmertum und unternehmerische Kompetenzen. Drei richteten sich an junge Menschen, um Berufsentscheidungen zu fördern und Stereotypen abzubauen. Zusammen bilden diese Ideen einen Weg vom frühen Bewusstsein bis hin zur praktischen Unterstützung für Frauen

1. „BusinessWomen without Borders“: ein Verein und ein Bottom-up-Netzwerk für Unternehmerinnen und angehende Unternehmerinnen, das Weiterbildung, Mentoring, Networking und die Sichtbarmachung von Unternehmergeschichten von Frauen miteinander verbindet.

2. Projekt-Tag in der Schule zum Thema Gleichstellung: Ein eintägiges Schulprogramm, das mithilfe von Berufsorientierungsinstrumenten, Talentbewertungen und Erfahrungsberichten den Schülern dabei hilft, Stereotypen zu hinterfragen und Entscheidungen zu treffen.
3. Workshops zur Förderung der Geschlechtergleichstellung: eine 18-stündige Workshop-Reihe für Schülerinnen der Oberstufe, die praktische Kompetenzen für die Arbeitswelt mit der Vermittlung von Arbeitsmarktkennntnissen verbindet.
4. Gespräche mit Absolvent:innen: Veranstaltungen mit ehemaligen Schüler:innen als Vorbilder aus der gleichen Altersgruppe, die den Schüler:innen helfen, Bildungswege zu verstehen und geschlechterspezifische Vorurteile gegenüber Berufen zu hinterfragen.
5. Ausbildungsprogramm für angehende Unternehmerinnen: ein umfassendes Lern- und Praxisprogramm für Frauen, die ein Unternehmen gründen oder ausbauen möchten, das Kompetenzentwicklung, Inspiration und Unterstützung miteinander verbindet.

Umgesetzte soziale Innovationen

Aus den fünf vorgeschlagenen Ideen wurden zwei für die Pilotphase ausgewählt. Die Auswahl erfolgte nach Kriterien der Machbarkeit und Relevanz: Eine Innovation könnte eine dauerhafte Unterstützungsstruktur für Frauen in der Wirtschaft schaffen, während die andere als einfaches, reproduzierbares Modell im realen schulischen Umfeld getestet werden könnte, mit dem Potenzial, durch bestehende regionale Kooperationen ausgeweitet zu werden.

Pilotprojekt 1: BusinessWomen without Borders

„[BusinessWomen without Borders](#)“ wurde als Verein und als gemeinschaftlicher Raum für Unternehmerinnen und Frauen, die eine unternehmerische Tätigkeit in Betracht ziehen, ins Leben gerufen. Regelmäßige Treffen schufen ein sicheres Umfeld, in dem reale geschäftliche Herausforderungen besprochen, Vertrauen aufgebaut und die Zusammenarbeit zwischen den Teilnehmerinnen gefördert werden konnten.

Die Umsetzung umfasste Networking und den Austausch unter Gleichgesinnten, Mentoring für Start-up-Unternehmerinnen sowie die Steigerung der Sichtbarkeit durch Marketingmaßnahmen und einen Online-Katalog. Es fanden rund 20 Veranstaltungen statt, die Bildung und Networking miteinander verbanden; die Community wuchs von erwarteten etwa 20 Mitgliedern auf etwa 50 aktive Mitglieder an, und insgesamt beteiligten sich rund 150 Frauen online und vor Ort.

Außerdem berichtet das Pilotprojekt von konkreten Ergebnissen, darunter neue Kooperationen sowie Beispiele dafür, wie Mitglieder Stammkunden gewinnen und Partnerschaften mit Akteuren aus der Gastronomie eingehen konnten.



Pilotprojekt 2. Projekttag in der Schule zum Thema Gleichstellung

Im Rahmen dieses Projekts wurde untersucht, ob eine vierstündige schulische Intervention zu einer Auseinandersetzung mit den Realitäten des Arbeitsmarktes und mit Geschlechterstereotypen führen kann – und zwar zu einem Zeitpunkt, an dem die Schüler vor wichtigen Bildungsentscheidungen stehen. Der [Projekttag](#) richtete sich an Schüler:innen der 7. bis 9. Klasse und umfasste die Arbeit mit Berufsorientierungsinstrumenten, die Reflexion über individuelle Stärken sowie praktische Beispiele, die ohne geschlechtsspezifische Kategorisierung präsentiert wurden.

Das Format umfasste die Arbeit mit einer webbasierten Bewerbungsplattform, die mit grundlegenden Finanzkenntnissen verknüpft war und unter Mitwirkung der regionalen Handelskammer durchgeführt wurde. An dem Pilotprojekt nahmen 27 Schüler:innen aus zwei Klassen (8. und 9. Klasse) teil. Die Teilnehmenden schätzten die Interaktivität, die Arbeit in kleinen Gruppen und die offene Frage-runde. Durch die Schaffung von Raum für Reflexion und Diskussion half die Aktivität den Schülern, Berufswahlmöglichkeiten als offener, flexibler und weniger durch traditionelle Geschlechtererwartungen eingeschränkt zu betrachten.



Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Das Feedback der Teilnehmerinnen von „BusinessWomen without Borders“ zeigt Interesse daran, neue Leute kennenzulernen und neues Wissen zu erwerben. Die Befragten schätzten das Networking, die Inhalte sowie die unterstützende Atmosphäre und berichteten von Gewinnen in den Bereichen Unterstützung, Wissen und Fähigkeiten sowie neuer Chancen. Fast alle Befragten gaben an, dass sie gerne wieder an ähnlichen Veranstaltungen teilnehmen würden, und die Auswertung verzeichnet konkrete Ergebnisse wie die Gründung von Unternehmen durch Frauen und die Entstehung neuer Ko-operationen innerhalb des Netzwerks.

Im Rahmen des Schulprojekttags hoben die Schüler interessante Inhalte, das Erlernen neuer Kenntnisse sowie Gelegenheiten zum Austausch hervor. Die meisten Schüler:innen würden wieder an ähnlichen Veranstaltungen teilnehmen. In den Rückmeldungen wurden vor allem Kontinuität und systematische Maßnahmen hervorgehoben, darunter flexible Beschäftigungsformen, ein besseres Angebot an Kinderbetreuung sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Frauen in technischen Bereichen, Digitalisierung und Führungskompetenzen.

Insgesamt bestätigt die Evaluierung, dass die Kombination aus praktischer Unterstützung, einem starken Gemeinschaftsgefühl und frühzeitiger Sensibilisierung einen sinnvollen und relevanten Ansatz zur Verbesserung der Stellung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt darstellt.

Erkenntnisse

- Die Kombination der Aktionsförderung für Unternehmerinnen und der frühen Berufsorientierung an Schulen schafft eine umfassendere regionale Veränderung als jede der beiden Maßnahmen für sich allein.
- Bei der Unternehmensförderung sind Zugehörigkeit und Vertrauen die Voraussetzungen, die Lernen, Mentoring und Zusammenarbeit ermöglichen.
- Der Ausbau eines Netzwerks erfordert klare Kommunikation und eine fixe Rollenverteilung um die Kontinuität zu sichern.
- Ein kurzer, strukturierter Projekttag in der Schule kann anregen, doch langfristige Wirkung erfordert Folgeaktivitäten, eingebettet in den Schulalltag.
- Langfristiger Fortschritt hängt neben Pilotprojekten von Kontinuität und systemischen Maßnahmen (flexible Arbeitszeiten, Kinderbetreuung, Umschulungswege) ab.

UNGARN – BEZIRK KOMÁROM-ESZTERGOM

“Normal“ in einem von Männern dominierten industriellen Umfeld verändern

In der ungarischen Pilotregion beschrieben Partner und Interessengruppen die Stellung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt als stark von der Arbeitskultur und den alltäglichen sozialen Normen geprägt. In einem solchen Umfeld ist die Entwicklung von Kompetenzen allein nicht immer der schnellste Weg zum Erfolg. Einstellungen, Stereotypen und „selbstverständliche“ Erwartungen können still beeinflussen, wer gefördert, wer befördert und wessen Arbeit anerkannt wird.

Der regionale Ansatz wählte daher einen ungewöhnlichen, aber strategisch klugen Ansatzpunkt: Männer direkt anzusprechen, in einer leicht zugänglichen Form, und zum Nachdenken anzuregen, ohne ihnen Vorwürfe zu machen. Das Ziel bestand nicht darin, „eine Debatte zu gewinnen“, sondern Raum für einen Dialog zu schaffen, der nach und nach das Alltagsverhalten verändern kann.

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group in Ungarn entwickelte fünf Ideen, die sowohl den kulturellen Wandel als auch die Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt abdecken.

1. Eine Podcast-Reihe für Männer: Ein leicht zugängliches Podcast-Format, das Geschlechterstereotypen direkt thematisiert und zum Nachdenken darüber anregt, wie Einstellungen die Chancen von Frauen beeinflussen.
2. Vorstellung bewährter Verfahren für Arbeitgeber: Sammlung und Weitergabe von Beispielen für frauenfreundliche Arbeitsplatzkonzepte, um Arbeitgeber zur Einführung förderlicher Maßnahmen zu ermutigen.
3. Finanzielle Bildung für Frauen: praxisorientiertes Lernen zur Stärkung der Finanzkompetenz und Entscheidungsfähigkeit von Frauen.

4. Sensibilisierungsveranstaltungen: öffentliche Aktivitäten und Dialoge, um Themen der Geschlechtergleichstellung stärker in den Blick zu rücken und den gesellschaftlichen Diskurs anzuregen.
5. Auszeichnung „Bester Arbeitsplatz für Frauen“: ein Anerkennungsprogramm, das Arbeitgeber motivieren und Arbeitsplätze hervorheben soll, die gute Bedingungen für Frauen schaffen.

Umgesetzte soziale Innovationen

Schließlich wurde beschlossen, das Podcast-Konzept (NEMIGEN) als Pilotmaßnahme umzusetzen. Das Format kann über die Kreise der „bereits Überzeugten“ hinausreichen, es kann Männer als eine Schlüsselgruppe, die die Arbeitsplatzkultur prägt, einbinden, und es kann eine breite Reichweite mit leicht zugänglichem, wiederholbarem Lernen verbinden.



Pilot 1. NEMIGEN – Podcast series on gender stereotypes

NEMIGEN ist eine [achtteilige Podcast-Reihe](#), die darauf abzielt, hartnäckige Geschlechterstereotypen über Frauen zu hinterfragen, wobei der Schwerpunkt bewusst darauf liegt, wie die Einstellungen von Männern die Stellung von Frauen

auf dem Arbeitsmarkt und in der Gesellschaft beeinflussen. Die Reihe bedient sich eines spielerischen, leicht zugänglichen Formats, das Humor, Erfahrungen aus dem echten Leben, Expertenmeinungen sowie Gespräche mit Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und „ganz normalen Menschen“ miteinander verbindet. Jede Folge dreht sich um eine provokante Ja/Nein-Frage, die gängige Stereotypen widerspiegelt und die Zuhörer dazu einlädt, alltägliche Annahmen zu überdenken.

Das Projekt verband professionelle Produktion mit durchdachtem Präsentationskonzept. Die Moderatoren wurden aufgrund ihres Bekanntheitsgrades ausgewählt, und die Serie wurde auf den gängigen Plattformen verbreitet, unterstützt durch kontinuierliche Werbung in den sozialen Medien und über Partnernetzwerke. Ein besonderes Merkmal war die Einbindung von KI-generierten Antworten als zusätzliche „Stimme“ in der Diskussion, die dazu diente, zum Nachdenken und kritischen Reflektieren anzuregen, anstatt fertige Antworten zu liefern.



Was Reichweite und Resonanz angeht, verzeichnet das Pilotprojekt eine hohe landesweite Bekanntheit. Es wurden acht Folgen produziert und veröffentlicht, und die Serie erreichte mehr als 200.000 Hörer und Zuschauer in ganz Ungarn.

Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Die Online-Umfrage zu NEMIGEN erreichte ein gemischtes Publikum, wobei sich die Befragten fast gleichmäßig auf Frauen und Männer verteilten. Soziale Medien waren der häufigste Kanal, über den die Menschen von dem Podcast erfuhren, gefolgt von persönlichen Kontakten und Vereinen/NGOs.

Die berichteten Auswirkungen entsprechen den Zielen des Projekts. Nach dem Anhören gaben viele Befragte an, der Podcast habe sie dazu gebracht, ihre Einstellungen zu überdenken, und eine Mehrheit erklärte, sie werde sich im beruflichen oder privaten Leben anders verhalten. Zu den wertvollsten Erkenntnissen zählten die Befragten ein gesteigertes Bewusstsein für die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben bei Frauen sowie ein besseres Verständnis für die Stellung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt. In Interviews mit den Beteiligten wurde ergänzt, dass der Podcast durch Live-Veranstaltungen zur Sensibilisierung und Publikumsgespräche ergänzt wurde, um Räume für den Dialog über das Online-Format hinaus zu schaffen.

Erkenntnisse

- In Industrieregionen sind kulturelle Normen und die Alltagssprache Teil der „Infrastruktur“ des Arbeitsmarktes, die die Chancen von Frauen prägt.
- Populäre und unterhaltsame Formate können Widerstände abbauen und den Zugang zu Themen ermöglichen, die sonst in der Öffentlichkeit nur schwer zu diskutieren sind.
- Seriöse Moderatoren und authentische Geschichten tragen dazu bei, ein Publikum anzusprechen, insbesondere Männer, die sich normalerweise nicht mit Themen der Geschlechtergleichstellung beschäftigen würden.
- Die Kombination von Expertenwissen und persönlichen Erfahrungen stärkt das Vertrauen und sorgt dafür, dass die Diskussion sowohl ansprechend als auch realitätsnah bleibt.

Um eine langfristige Wirkung zu erzielen, muss man beispielsweise Personal-schulungen in Unternehmen oder Diversitätsprogramme am Arbeitsplatz, im Bildungswesen oder bei Arbeitsvermittlungsdiensten anbieten.

SERBIEN – LOZNICA

„Women's Ethno Hub“: Eine Verbindung aus Tradition, digitalen Kompetenzen und neuen wirtschaftlichen Perspektiven

In Loznica tragen viele Frauen durch Handwerk, selbst hergestellte Produkte, ländlichen Tourismus und Kleinproduktion zum Haushaltseinkommen bei, oft in ländlichen und abgelegenen Gebieten. Dennoch bleibt ihre Arbeit oft unsichtbar, während jüngere Frauen unter Umständen mit begrenzten lokalen Möglichkeiten und einem Mangel an praktischen Weiterbildungsangeboten konfrontiert sind.

Der serbische regionale Ansatz reagierte darauf mit einem schlüssigen Konzept: Die Integration von Frauen in den Arbeitsmarkt sollte nicht als Einzelmaßnahme, sondern als Herausforderung für das gesamte Ökosystem betrachtet werden. Im Rahmen der Initiative „Women's Ethno Hub“ testete die Pilotregion zwischen September und Dezember 2025 gezielt drei sich ergänzende soziale Innovationen, die Digitalisierung, Marktzugang, Nachhaltigkeit und soziales Unternehmertum miteinander verbanden.

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group in Serbien entwickelte im Rahmen des „Women's Ethno Hub“-Konzepts drei Ideen.

1. „Generationsübergreifende Synergie“: Es wurde vorgeschlagen, ältere Produzentinnen mit jüngeren Frauen zusammenzubringen, die in digitalem Marketing und KI-Tools geschult sind, damit traditionelle Produkte und Dienstleistungen über den lokalen Markt hinaus sichtbar werden können.
2. Im Rahmen der Schulungen zum Thema Kreislaufwirtschaft wurde vorgeschlagen, Ansätze der Kreislaufwirtschaft und der Zero-Waste-Strategie als wirtschaftliche Chance für Frauen einzuführen, die im ländlichen Tourismus und in landwirtschaftlichen Betrieben tätig sind, wobei fachliches Lernen mit Besichtigungen bewährter lokaler Modelle kombiniert werden sollte.
3. Gründung von Sozialunternehmen, die Frauen dabei unterstützen, das Unternehmertum zu verstehen und den Weg in die Wirtschaft zu beschreiten, wobei neue Möglichkeiten und Fördermittel als fördernde Faktoren genutzt werden.

Umgesetzte soziale Innovationen

Alle drei Ideen wurden in Serbien als bewusst aufeinander abgestimmtes Ganzes umgesetzt und getestet. Anstatt eine einzelne Maßnahme zu erproben, testeten die Partner ein kleines System von Maßnahmen, die sich gegenseitig verstärken: digitale Kompetenzen und Sichtbarkeit, Lernen im Bereich Nachhaltigkeit sowie ein realistischer Einstieg in das soziale Unternehmertum.

Pilotprojekt 1: Generationenübergreifende Synergie durch digitale Bildung und besseren Marktzugang

Im Rahmen dieses Projekts wurden ältere Frauen, die authentische traditionelle Produkte und Dienstleistungen anbieten, mit jüngeren Frauen zusammengebracht, die daran interessiert waren, berufsrelevante digitale Kompetenzen zu erwerben. Durch die gemeinsame Arbeit gelang es, das Gelernte in marktfähige Ergebnisse umzusetzen.



Am 22. und 23. September 2025 fand in Loznica eine [zweitägige Schulung zu den Themen digitales Marketing und KI-Tools](#) statt, an der fast 40 Frauen teilnahmen.

Am 7. November 2025 folgte ein Kurs mit Fotosession im Ethno-Haushalt „Šurička Bajka“, wo die Teilnehmerinnen Produkte fotografierten und Texte verfassten, die anschließend mit KI-Tools überarbeitet wurden. Zwei Online-Mentoring-Sitzungen unterstützten die Erstellung von Werbeinhalten und Katalogseiten.

Es entstand eine generationsübergreifende Zusammenarbeit zwischen 22 Produzentinnen und 9 jüngeren Assistentinnen, die zur Erstellung eines digitalen Geschenkkatalogs mit dem Titel „With Love from Loznica“ führte. Dieser präsentiert die Produkte und Dienstleistungen der Frauen und verschafft ihnen Sichtbarkeit über den lokalen Kontext hinaus. Die Partner berichteten zudem von einer umfangreichen Öffentlichkeitsarbeit, darunter rund 70 Veröffentlichungen in Print- und sozialen Medien sowie Berichterstattung im nationalen und lokalen Fernsehen.

Pilotprojekt 2: Schulungen und Aufbau im Bereich Kreislaufwirtschaft für Betriebe im ländlichen Tourismus und landwirtschaftliche Betriebe

Dieses Pilotprojekt wurde am 17. Oktober 2025 in Form eines eintägigen Studienbesuchs und einer Schulung in einem Haushalt durchgeführt, der als Beispiel für Zero-Waste ländlichen Tourismus gilt.

Rund zehn Frauen nahmen daran teil und erhielten Einblicke, wie Nachhaltigkeitspraktiken in konkrete Aktivitäten im Bereich des ländlichen Tourismus und der Produktion umgesetzt werden können.



Pilotprojekt 3. Gründung von Sozialunternehmen

Am 30. September 2025 fand eine [ganztägige Schulung zum Thema Sozialunternehmertum und Geschäftsmodellentwicklung](#) statt. Die Teilnehmerinnen nutzten das Business Model Canvas als praktisches Instrument und setzten sich mit der Definition der Unternehmensmission, Governance-Modellen, rechtlichen Rahmenbedingungen und Finanzierungsmöglichkeiten auseinander. Auch wenn die Gründung nach wie vor einen längeren Weg erfordert, hat das Projekt lokale Diskussionen angestoßen und durch die Berichterstattung in den Medien die Sichtbarkeit des Sozialunternehmertums erhöht.

Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Die Auswertung des Online-Fragebogens in Serbien bezog sich auf das Pilotprojekt zur generationsübergreifenden digitalen Bildung. Die Befragten erfuhren von der Maßnahme über persönliche Kontakte, soziale Medien, NGOs oder Bildungsberater. Die Hauptmotive waren, etwas Neues zu lernen und berufliche Möglichkeiten zu erkunden.

Die Teilnehmer berichteten von einem deutlichen Zuwachs an Wissen und Fähigkeiten sowie einer hohen Bereitschaft, künftig an ähnlichen Veranstaltungen teilzunehmen, und sprachen sich gleichzeitig für mehr praktische Beispiele, mehr Zeit für Diskussionen und häufigere Veranstaltungen aus. Die Rückmeldungen der Interessengruppen bestätigten, dass die drei Pilotprojekte als ein zusammen-hängendes Gesamtpaket funktionierten, und zeugten von gestärktem Selbst-vertrauen und abnehmender Scheu vor der Nutzung digitaler Tools. Die In-teressengruppen betonten zudem, dass Nachhaltigkeit und Skalierung eine stärk-ere systemische Unterstützung erfordern, darunter kontinuierliche digitale Weiterbildung, Unterstützung bei der Markteinführung und langfristiges Mentoring.

Erkenntnisse

- Die Teilnahme hängt von einer flexiblen Terminplanung und einer realistischen Organisation ab, insbesondere für Frauen, aus ländlichen Gebieten.

- Gruppen mit unterschiedlichen Kenntnisständen können sich als Vorteil erweisen; die unterschiedlichen digitalen Kompetenzen förderten das gegenseitige Lernen und die generationenübergreifende Zusammenarbeit.
- Neue Themen müssen wiederholt behandelt werden. Kreislaufwirtschaft und soziales Unternehmertum zogen anfangs nur kleinere Gruppen an, was zeigt, dass das Bewusstsein für diese Themen eine Voraussetzung für ein breiteres Engagement ist.
- Erfahrungsorientiertes, praxisnahes Lernen erhöhte die Relevanz und Akzeptanz und half den Teilnehmenden dabei, einzuschätzen, was in ihren eigenen Haushalten und Unternehmen realistisch umsetzbar ist.
- Die Umsetzung des Gelernten in konkrete Ergebnisse stärkt die Dynamik. Der digitale Katalog schuf ein sichtbares Produkt der Zusammenarbeit und ein praktisches Instrument für den Marktzugang.
- Die Skalierung hängt von institutioneller Verankerung und systemischer Unterstützung ab, nicht nur von projektbezogenen Aktivitäten.

SLOWENIEN – TRBOVLJE

Berufsentscheidungen greifbar und lokale Möglichkeiten sichtbar machen

In Trbovlje beschrieben die Beteiligten ein bekanntes regionales Muster: Junge Menschen haben oft keinen klaren Überblick über Berufe, Bildungswege und den tatsächlichen Arbeitsalltag, während sie gleichzeitig mit zahlreichen „Informationsveranstaltungen“ konfrontiert sind, die ihre Aufmerksamkeit nicht mehr wecken. Auch traditionelle Jobmessen präsentieren oft nur ein begrenztes Spektrum an Arbeitgebern und Berufsprofilen, was das Gefühl der schlechten Zukunftsaussichten in der Region noch verstärken kann.

Das WIN-Projekt in Trbovlje reagierte darauf, indem es sich auf eine praktische Frage konzentrierte: Wie lässt sich die Berufsorientierung spannend, praxisnah und mit realen Arbeitgeber:innen gestalten, wobei ein besonderer Schwerpunkt darauf liegt, Mädchen zu ermutigen, vielfältige berufliche Wege zu erkunden?

Entwickelte Ideen

Die WIN Innovation Group hat vier Konzepte entwickelt, die die Herausforderungen des Arbeitsmarktes aus verschiedenen Blickwinkeln angehen.

1. „Razpisne mojstrice / Grant Masters“ zielt darauf ab, Frauen dabei zu unterstützen, qualitativ hochwertige Anträge auf kommunale Fördermittel zu erstellen, und geht damit auf das Problem minderwertiger und unvollständiger Anträge sowie den damit verbundenen Verwaltungsaufwand ein.
2. „Click for a job / Klik za šit“ bietet eine digitale Plattform mit Berufsprofilen und Karriereinformationen, die Schüler:innen, Studierende und Arbeitgeber:innen miteinander vernetzen und lokale Beschäftigungsmöglichkeiten besser sichtbar machen soll.
3. Das Innovationsumfeld für Unternehmerinnen zielt darauf ab, Frauen zu stärken, indem ein besser abgestimmtes Unterstützungsökosystem geschaffen wird, das

maßgeschneiderte Inhalte, den Austausch unter Gleichgesinnten und praktische Unterstützungsangebote umfasst.

4. „Job Happens / Šiht Happens“: eine interaktive Veranstaltung zur Berufsorientierung, die mit einer bestehenden Jobmesse verbunden ist.

Umgesetzte soziale Innovationen

Die slowenischen Partner wählten „Job Happens“ (Šiht Happens) für die Pilotphase aus. Diese Entscheidung folgt einer klaren Logik hinsichtlich Durchführbarkeit und Wirkung: Das Projekt könnte durch lokale Zusammenarbeit umgesetzt werden und würde insbesondere für junge Menschen die Lücke zwischen „Informationen über Berufe“ und „praktischem Verständnis von Berufen“ direkt schließen.

Pilotprojekt 1. Job Happens (Šiht Happens) – Tag der Berufsorientierung

Job Happens verwandelte eine traditionelle [Karrieremesse](#) in ein interaktives Erlebnis. Die Veranstaltung fand am 15. Oktober 2025 im Delavski dom / Arbeiterhaus Trbovlje statt und brachte mehr als 400 Schüler:innen der Primar- und Sekundarstufe sowie 33 regionale Arbeitgeber zusammen.





Das Veranstaltungskonzept ersetzte statische Stände durch eine Reihe strukturierter Erlebnisse: einen Karriere-Escape-Room, ein „Lebendige Bibliothek“-Format (Gespräche in kleinen Gruppen mit Fachleuten), interaktive Workshops (u. a. zu den Themen KI und Arbeit, internationale Mobilität über EURES sowie „Kenne deine Rechte“) und eine Arbeitgeberpräsentation im Stil einer Schnitzeljagd, die den Kontakt zu Arbeitgebern von passivem Stöbern in eine aktive Mission verwandelte.

Ein wichtiges Ergebnis war die Entwicklung methodischer Leitlinien für die Organisation interaktiver Veranstaltungen zur Berufsorientierung, die darauf abzielen, die wiederholte Durchführung und die Ausweitung über das Netzwerk der Arbeitsvermittlung zu unterstützen. Es wurde zudem berichtet, dass das Projekt in das reguläre Programm wichtiger Einrichtungen integriert wurde, wodurch die Partnerschaften mit Schulen und lokalen Berufsberatungsstellen gestärkt wurden.

Wichtige Ergebnisse der Auswertung

Die Stichprobe der Teilnehmerfragebögen für „Job Happens“ umfasste 29 auswertbare Antworten. Die meisten Befragten waren bis zu 15 Jahre alt, und Frauen stellten eine klare Mehrheit der Befragten dar. Die meisten hatten in der Schule von der Veranstaltung erfahren, was die Bedeutung der Einbindung der Schule für jugendorientierte Innovationen bestätigt.

Den Befragten gefiel die Veranstaltung vor allem wegen ihrer interessanten Inhalte. Sie hoben außerdem die Organisation, neue Erkenntnisse, Diskussionsmöglichkeiten und eine freundliche Atmosphäre hervor.

Verbesserungsvorschläge konzentrierten sich darauf, mehr Zeit für Diskussionen und praktische Beispiele einzuplanen sowie mehr Informationen zu Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten anzubieten. In den Rückmeldungen der Beteiligten wurde betont, dass junge Menschen für eine aktive Teilnahme begeistert werden müssen und dass interaktive Aktivitäten sowie der direkte Kontakt zu Arbeitgebern Vorbehalte und Ängste im Umgang mit Arbeitgebern abbauen.



Erkenntnisse

- Interaktive Berufsorientierung kann bestehende Formate auffrischen, indem sie den Schwerpunkt von reiner Informationsvermittlung auf erfahrungsbasiertes Erkunden verlagert (Escape Room, Lebendige Bibliothek, Herausforderungen).
- Die Einbindung in den Schulalltag ist entscheidend. Wenn Schulen die Teilnahme aktiv fördern, wird die Veranstaltung Teil eines echten Beratungsweges und nicht nur ein optionales Extra.
- Die Teilnehmer:innen wünschten sich eindeutig mehr Zeit für Gespräche und mehr praktische Beispiele, was darauf hindeutet, dass die interaktive Komponente eher ausgebaut als reduziert werden sollte.
- Die Skalierung erfordert operative Einfachheit. Die Erfahrungen aus der Durchführung zeigten, dass ein einziger operativer Leiter, klarere Rotationsstrukturen und eine aktive Unterstützung der Lehrer vor Ort notwendig sind.
- Methodische Leitlinien sind ein praktisches Instrument zur Skalierung, das eine Wiederholung über institutionelle Netzwerke realistisch macht.

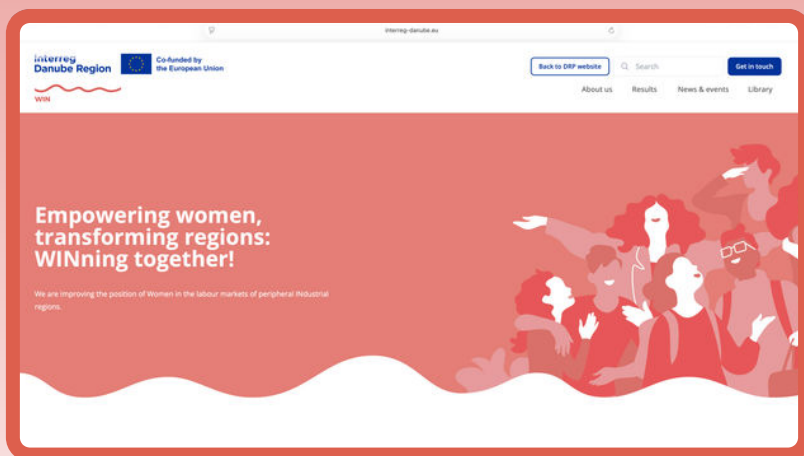
TEIL II.

REGIONSÜBERGREIFENDE ERKENNTNISSE



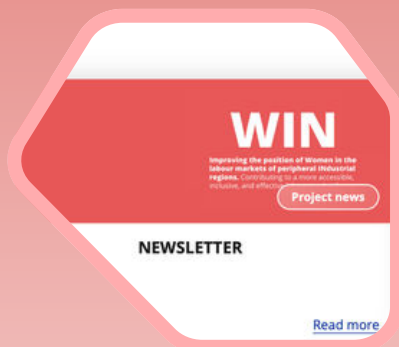
DEN WIN-GEIST VERBREITEN

WIN entstand durch lokale Arbeit in sieben Pilotprojekten, doch seine Relevanz hing davon ab, ob diese Arbeit über den Kreis der direkt Beteiligten hinauswirken konnte. Die Kommunikation beschränkte sich daher nicht darauf, lediglich über Aktivitäten zu berichten. Sie trug dazu bei, lokale Erfahrungen in gemeinsame Geschichten zu verwandeln, machte die Lebensrealität von Frauen in peripheren Industrieregionen sichtbarer und schuf vielfältige Ansatzpunkte für Interessengruppen, Gemeinden und die breite Öffentlichkeit, sich mit dem Projekt auseinanderzusetzen. Kommunikation war keine abschließende Verbreitungsschicht, die erst nach der Umsetzung hinzugefügt wurde. Sie war Teil dessen, wie das Projekt einen Mehrwert erzeugte. Sie verband die Pilotprojekte mit einem breiteren Publikum, förderte die Sichtbarkeit der Erfahrungen von Frauen und lokaler Innovationen und trug dazu bei, Projektaktivitäten in Inhalte umzuwandeln, die verstanden, geteilt und in anderen Kontexten wiederverwendet werden konnten.



Im Laufe des Projekts entwickelte sich die Kommunikation zu einem vernetzten Ökosystem und nicht zu einer Ansammlung isolierter Kanäle. Die [Projektwebsite](#) fungierte als zentrale öffentliche Plattform von WIN und vereinte dort Projekt-Updates, Partnertreffen, Workshop-Ergebnisse, Aktivitäten der Innovationsgruppen sowie wichtige Ergebnisse wie Studien, Leitfäden und sonstige Ergebnisse.

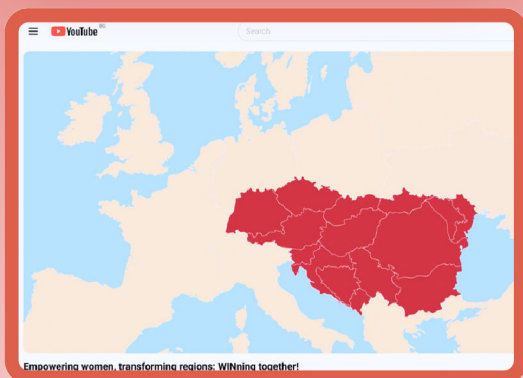
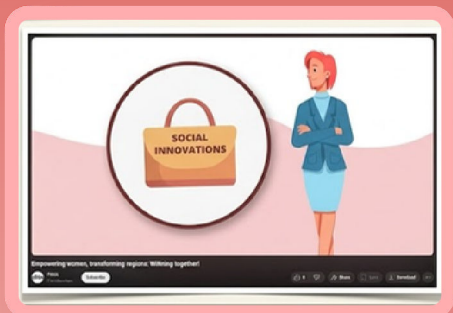
Soziale Medien erweiterten diese Sichtbarkeit auf dynamische und unmittelbare Weise. Anstatt eigene Projektkanäle von Grund auf neu aufzubauen, stützte sich WIN auf die Plattformen der Partnerorganisationen. So konnte das Projekt auf bestehenden Zielgruppen aufbauen, Gemeinschaften erreichen, die bereits mit lokalen Akteuren vernetzt waren, und eine Zersplitterung der Kommunikationsbemühungen vermeiden. Im gesamten Projekt wurden soziale Medien nicht nur genutzt, um Aktivitäten anzukündigen, sondern auch, um Geschichten zu teilen, Vorbilder hervorzuheben, Möglichkeiten zu bewerben und das Publikum mit der übergeordneten Entwicklung von WIN in Verbindung zu halten.



Newsletter sorgten für zusätzliche Kontinuität. Während soziale Medien für regelmäßige Sichtbarkeit sorgen, bieten Newsletter Rhythmus und Struktur. Sie ermöglichten es, wichtige Entwicklungen, Ergebnisse und bevorstehende Chancen in einem Format zusammenzufassen, das im Laufe der Zeit leichter zu verfolgen war.

Dies war besonders wichtig bei einem länderübergreifenden Projekt mit vielfältigen Aktivitäten, bei dem die Kommunikation nicht nur Aufmerksamkeit erregen, sondern den Zielgruppen auch helfen sollte, das Projekt als Ganzes zu verstehen. Auf diese Weise trugen die Newsletter zu einer stabileren Beziehung zu den Interessengruppen bei, die auf dem Laufenden bleiben wollten.

Die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit trug dazu bei, dass das Projekt über sein eigenes Netzwerk hinaus bekannt wurde. Artikel, Interviews und Berichterstattung in Online-Medien, Printmedien und im Fernsehen brachten WIN in verschiedenen Regionen in den Fokus der öffentlichen Diskussion. Die Medienpräsenz erwies sich als besonders wertvoll, wenn sie mit lokalen Veranstaltungen, Kampagnen oder Aktivitäten verknüpft war, da regionale Medien oft am ehesten reagieren, wenn ein Projekt vor Ort sichtbar wird. Dies führte zu einem sich gegenseitig verstärkenden Effekt: Veranstaltungen lieferten Stoff für Berichte, und die Medien trugen dazu bei, dass diese Berichte eine größere Reichweite erzielten.



Die gleiche Logik prägte auch das [Projektvideo](#) und die Sensibilisierungs-kampagne. Das Video zeigte sowohl die Realitäten, mit denen Frauen in industriellen Randregionen konfrontiert sind, als auch die als Reaktion darauf entwickelten Projektaktivitäten, darunter Pilotprojekte, entstehende Netzwerke und praktische Instrumente. Durch die Verbindung persönlicher Erfahrungen mit Einblicken in das Projekt vermittelte es dem Publikum auf anschauliche Weise, warum das Thema wichtig ist und welche Veränderungen das Projekt anstrebt. Die Kampagne verstärkte diesen Effekt noch, indem sie digitale und Offline-Kommunikation zu einer einheitlichen und fokussierten Erzählung verband. Ein besonders wichtiges Element war das Sammeln und Teilen persönlicher Ge-schichten von Frauen. Diese Geschichten machten das Thema menschlicher und nachvollziehbarer und stellten gleichzeitig Stereotypen durch konkrete Erfahrungen statt durch abstrakte Botschaften in Frage.



WIN erlangte zudem strategische Anerkennung auf makroregionaler Ebene. Im Laufe des Projekts wurde es offiziell als [Leitinitiative der Donaustategie](#) im Rahmen des Schwerpunktbereichs 9 „Menschen und Kompetenzen“ der EU-Strategie für den Donauraum (EUSDR) ausgewiesen. Diese Anerkennung bestätigt den Beitrag des Projekts zu besser zugänglichen, inklusiveren und effektiveren Arbeitsmärkten im gesamten Donauraum und positioniert WIN unter den Initiativen, die in der Makroregion als Vorbilder für bewährte Praktiken gelten. Durch seine Pilotprojekte, die Förderung der Kompetenzentwicklung und Vernetzung von Frauen sowie die Bemühungen zum Abbau institutioneller Barrieren hat WIN gezeigt, wie grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Einklang mit den Zielen des Schwerpunktbereichs 9 greifbare Veränderungen für Menschen und Gemeinschaften bewirken kann.

Veranstaltungen und Workshops gehörten weiterhin zu den wichtigsten Kommunikationsplattformen des Projekts. Sie boten direkte Gelegenheiten für Dialog, Vertrauensbildung und Austausch, lieferten aber auch einen Großteil der Inhalte, die später über Websites, soziale Medien, Newsletter und Medienberichte verbreitet wurden. So betrachtet war Kommunikation nicht von der Beteiligung zu trennen. Sie erwuchs aus ihr. Die glaubwürdigsten Kommunikationsmomente waren jene, die in echter Interaktion, realen Orten und echten Stimmen verwurzelt waren.

WIN gelang es, über alle Kanäle hinweg sowohl Reichweite als auch Kontinuität zu erzielen. Im Laufe des Projekts wurden mehr als 365 Beiträge auf 19 sozialen Plattformen veröffentlicht, die über 285.000 Menschen erreichten. Im Rahmen der Partnerschaft entstanden 4 Newsletter, es wurde ein Abonnentenstamm von mehr als 100 Personen aufgebaut, 85 Medienveröffentlichungen in Online-Medien, Printmedien und im Fernsehen erzielt und mehr als 150 Kommunikationsaktivitäten durchgeführt. Diese Bemühungen standen in engem Zusammenhang mit mehr als 35 Veranstaltungen in den 7 Pilotregionen.

WIN-KOMMUNIKATION AUF EINEN BLICK

365+**Beiträge auf 19 sozialen Plattformen****285,000+****erreichte Personen****4****Newsletter****100+****Abonnenten****85****Medienveröffentlichungen****150+****Kommunikationsmaßnahmen****35+****Veranstaltungen in 7 Pilotregionen**

Entscheidend ist jedoch nicht nur die Anzahl der Ergebnisse. Es kommt vielmehr darauf an, welche Sichtbarkeit sie geschaffen haben. Die Kommunikation trug dazu bei, regionale Pilotprojekte mit einer übergreifenden transnationalen Debatte über die Stellung von Frauen auf dem Arbeitsmarkt in industriellen Randregionen zu verknüpfen. Sie machte die Projektaktivitäten und -ergebnisse zugänglicher und verständlicher. Außerdem trug sie dazu bei, dass lokale Innovationen, die Erfahrungen von Frauen und regionale Stimmen in breitere Diskussionen einfließen, in denen sie andernfalls möglicherweise unsichtbar geblieben wären.

STIMMEN DER TEILNEHMENDEN

In allen WIN-Pilotregionen wollten wir vor allem eines herausfinden: Wenn diese sozialen Innovationen an realen Orten auf echte Menschen trafen, was kam dann tatsächlich an, was wurde als nützlich empfunden und was fehlte? Die Teilnehmer:innen an den WIN-Aktivitäten wurden gebeten, einen kurzen Online-Fragebogen auszufüllen, der als Link oder QR-Code in den lokalen Sprachen bereitgestellt wurde. Die Evaluation diente dem Lernen und der Reflexion, nicht der statistischen Repräsentativität. Sie bezog sich auf die im Pilotzeitraum umgesetzten sozialen Innovationen. Um einen Vergleich zwischen unterschiedlichen lokalen Aktivitäten zu ermöglichen, verwendeten die Partner eine einheitliche Fragebogenstruktur, die nur geringfügig angepasst wurde, wenn ein Format es erforderte.

Die an den Pilotprojekten beteiligten Teilnehmer:innen repräsentieren vielfältige Zielgruppen in den sieben Pilotregionen und spiegeln unterschiedliche Ansätze zur Stärkung der Rolle der Frau wider, die im Rahmen des WIN-Projekts umgesetzt wurden. Dazu gehörten in erster Linie:

- Frauen im erwerbsfähigen Alter, einschließlich Arbeitsloser, Nichterwerbstätiger oder solcher, die einen Berufswechsel oder den Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt anstreben;
- junge Frauen und Mädchen, insbesondere Schülerinnen und Studentinnen, die an Aktivitäten zur Berufsorientierung und Sensibilisierung teilnehmen;
- Frauen, die sich für Unternehmertum, Selbstständigkeit oder die Kreativwirtschaft interessieren;
- Teilnehmerinnen, die an Aktivitäten zur Kompetenzentwicklung, Weiterbildung und Kapazitätsaufbau beteiligt sind;
- Mitglieder lokaler Gemeinschaften, die an Vernetzungs-, Mentoring- und Unterstützungsinitiativen beteiligt sind.

Die Rückmeldungen der Teilnehmer:innen waren über die verschiedenen Pilotprojekte hinweg bemerkenswert einheitlich. Teilnehmende beschrieben die Aktivitäten, an denen sie teilnahmen, meist als nützlich, leicht zugänglich und gut organisiert. Am stärksten hervorgehoben wurde das Erlebnis, sich in einem unterstützenden Umfeld zu befinden, etwas Praktisches zu lernen und andere Menschen zu treffen, die mit ähnlichen Problemen konfrontiert sind. Mit anderen Worten: Immer wieder hoben die Befragten folgende Aspekte hervor: eine gute Atmosphäre, interessante Inhalte, Diskussionen sowie die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen und Netzwerke aufzubauen.

Gleichzeitig deutet das Feedback auf eine immer wiederkehrende Kluft zwischen Inspiration und Umsetzung hin. Selbst wenn die Teilnehmer:innen zufrieden waren, wünschten sich viele mehr praktische Beispiele, mehr Zeit für Diskussionen und einen stärkeren Bezug zur Praxis. In mehreren Pilotprojekten schlugen sie ausdrücklich Anschlussmöglichkeiten, Praktika, Mentoring, zusätzliche Workshops oder andere Wege vor, um das Gelernte kurz nach der Teilnahme in konkrete Ergebnisse umzusetzen.

Eine letzte Erkenntnis betrifft das, was für eine Skalierung am vielversprechendsten erscheint. Die Teilnehmer reagierten besonders positiv auf Formate, die sie mit Gleichaltrigen, Vorbildern, Arbeitgeber:innen oder konkreten Marktchancen in Verbindung bringen.

STIMMEN DER INTERESSENGRUPPEN

Neben dem Feedback der Teilnehmenden haben wir die Einschätzungen der Interessengruppen mithilfe von Interviews und Fokusgruppen unter Verwendung eines gemeinsamen, flexiblen Rahmens erfasst. Die Partner in jeder WIN-Region konnten Einzelinterviews, Fokusgruppen oder eine Kombination aus beidem nutzen und wurden dazu ermutigt, nicht nur mit Mitgliedern der WIN-Innovationsgruppe zu sprechen, sondern auch mit Interessengruppen außerhalb dieser Gruppen.

Die am WIN-Projekt beteiligten Akteure bilden ein vielfältiges Ökosystem von Akteuren, die auf lokaler und regionaler Ebene Einfluss auf die Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt nehmen. Sie waren bereits in der Phase der gemeinsamen Entwicklung aktiv eingebunden und trugen dazu bei, zentrale Herausforderungen zu identifizieren, Ideen für soziale Innovationen zu entwickeln und Pilotprojekte zu konzipieren.

Zu diesen Akteuren gehörten Vertreter:innen von Behörden und Kommunen, Arbeitsvermittlungsstellen und Arbeitsmarkteinrichtungen, Bildungseinrichtungen wie Schulen und Universitäten, Organisationen zur Unternehmensförderung und Arbeitgeber sowie zivilgesellschaftliche Organisationen, die sich für Frauen und schutzbedürftige Gruppen einsetzen.

In der Praxis nahm ihre Beteiligung in den verschiedenen Pilotprojekten unterschiedliche Formen an: Schulen und Lehrkräfte unterstützten die Öffentlichkeitsarbeit und die Teilnahme an Sensibilisierungsmaßnahmen; Arbeitsvermittlungsstellen und Kommunalbehörden halfen dabei, relevante Zielgruppen zu identifizieren und die Maßnahmen auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes abzustimmen; NGOs förderten das Engagement der Bevölkerung, Mentoring und die Vernetzung; und Vertreter:innen der Wirtschaft trugen als Vorbilder, Ausbilder oder Partner bei der Umsetzung bei. Diese sektorübergreifende Beteiligung erwies sich nicht nur für die erfolgreiche Durchführung der Pilotprojekte als unerlässlich, sondern auch für die Gewährleistung ihrer Relevanz, Eigenverantwortung und ihres Potenzials für Nachhaltigkeit über das Projekt hinaus.

In allen Regionen hoben die Beteiligten Transparenz und eine klare Zielorientierung bei der Auswahl der Pilotprojekte hervor und schätzten die Möglichkeit zur offenen Diskussion in den Arbeitsgruppen. Sie betonten, dass die gemeinsame Gestaltung dazu beitrug, weniger sichtbare, kulturell verankerte Hindernisse für die Teilhabe von Frauen am Arbeitsmarkt aufzudecken, und dass die Pilotprojekte konkret waren und an die lokalen Bedürfnisse angelehnt waren.

Sie sprachen auch offen über die bestehenden Einschränkungen. In einigen Regionen wurden mehrere Themen als gleichermaßen dringlich angesehen, konnten jedoch aufgrund von Kapazitätsengpässen und Projektgrenzen nicht gleichzeitig umgesetzt werden. **Immer wieder wurden begrenzte Zeitrahmen, finanzielle Zwänge sowie administrative oder rechtliche Komplexität genannt, wobei die klare Schlussfolgerung lautete, dass die Nachfrage nach sozialen Innovationen die unmittelbaren Kapazitäten des Projekts oft überstieg.**

Mit Blick auf die Zukunft waren sich die Beteiligten in einer strategischen Botschaft einig: Pilotprojekte sind ein Ausgangspunkt, kein Endpunkt. Sie betonten, wie wichtig eine institutionelle Verankerung und eine stärkere Koordinierung zwischen den Sektoren und politischen Ebenen sei, damit Pilotprojekte an bestehende Programme anknüpfen können, anstatt isolierte Experimente zu bleiben. Über konkrete Aktivitäten hinaus bezeichneten sie Vertrauen, Gemeinschaft und eigeninitiierte Zusammenarbeit als einen der größten Werte, die der Pilotprozess hervorbringt, da diese die Grundlagen für einen langfristigen Wandel bilden, auf denen Institutionen aufbauen können.

In allen Regionen beschrieben die Teilnehmenden, was sich in der Praxis als wertvoll erwiesen hat, während die Interessengruppen darlegten, wie dieser Wert langfristig gesichert werden könnte. Wenn man diese Perspektiven gemeinsam betrachtet, zeichnet sich eine Reihe übertragbarer Ansätze ab – gestalterische Entscheidungen, die die Pilotprojekte gestärkt haben und auch anderswo zum Handeln anregen können.

ÜBERTRAGBARE ANSÄTZE & BEWÄHRTE VERFAHREN

Die WIN-Pilotprojekte waren bewusst vielfältig angelegt, da jede Region von einer anderen Ausgangslage ausging. Betrachtet man jedoch die Umsetzung und Auswertung insgesamt, sieht man gemeinsame Ansätze. Sie beschreiben, was den Pilotprojekten immer wieder dabei half, in lokalen Kontexten echten Mehrwert zu schaffen und die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass ein Projekt über einzelne Veranstaltungen hinaus von Bedeutung war.

Erstens ist der „Rahmen“ genauso wichtig wie der Inhalt. Die Teilnehmenden schätzten immer wieder das Gefühl, willkommen und respektiert zu sein. Das ist kein nebensächliches Extra. Es entscheidet direkt darüber, ob sich Menschen voll und ganz einbringen, ob sie offen über Hindernisse sprechen und ob sie wiederkommen. In mehreren Regionen war das aussagekräftigste erste Anzeichen für den Erfolg schlichtweg, dass die Menschen in Kontakt blieben, wiederkamen und andere mitbrachten.



Zweitens muss das Lernen praxisnah und anwendbar sein. Bei Pilotprojekten, die auf Beschäftigungsfähigkeit, Unternehmertum oder Marktzugang abzielten, wünschten sich Teilnehmende praktische Übungen, konkrete Beispiele und genügend Zeit für komplexe Themen. Praktische Anwendbarkeit bedeutet auch, ein Ergebnis zu sehen – etwa einen Plan, einen klareren nächsten Schritt, ein sichtbares Ergebnis oder eine Fähigkeit, die sofort angewendet werden kann. Hier entfalten Vorbilder und reale Geschichten ihre größte Wirkung. Sie funktionieren am besten, wenn sie als Lernmaterial betrachtet werden, das realistische Schritte, Kompromisse und Lösungen aufzeigt.



Drittens gewinnen Pilotprojekte an Wirkung, wenn sie auf Vernetzung ausgelegt sind. Der Aufbau von Wissen in Verbindung mit dem Kontakt zu Gleichgesinnten verringert das Gefühl der Isolation und stärkt das Selbstvertrauen, insbesondere bei Frauen in Übergangs- oder Anfangsphasen ihrer unternehmerischen Tätigkeit. Networking ist nicht nur ein „nettes Extra“. Es ist einer der Mechanismen, durch die Informationen zirkulieren, informelle Unterstützung entsteht und Folgeaktivitäten möglich werden, darunter Mentoring-Beziehungen, Kooperationen und neue Chancen.



Viertens hängen Öffentlichkeitsarbeit und Inklusion von den alltäglichen Kommunikationswegen ab. Erwachsene Zielgruppen werden meist über soziale Medien und persönliche Netzwerke erreicht, während jugendorientierte Aktivitäten stark auf Schulen angewiesen sind. Dies ist von Bedeutung, da der Kanal Einfluss darauf hat, wer teilnimmt, wie vielfältig die Gruppe ist und wie gut das Projekt diejenigen erreicht, die es am dringendsten benötigen. In Randgebieten ist vertrauensvolle Kommunikation oft eine Voraussetzung für die Teilnahme.



Zu guter Letzt erfordert Nachhaltigkeit klare Wege und Verankerung.

Sowohl die Teilnehmenden als auch die Interessengruppen wiesen wiederholt auf die Bedeutung von Nachbetreuung, Mentoring, Praktika, Job-Shadowing, zusätzlichen Workshops oder klaren Verbindungen zu Dienstleistern und Arbeitgebern hin. Ohne einen klaren Weg laufen selbst erfolgreiche Projekte Gefahr, lediglich „eine gute Erfahrung“ zu bleiben, anstatt einen Wendepunkt darzustellen. Gleichzeitig ist eine langfristige Kontinuität wahrscheinlicher, wenn Pilotprojekte mit bestehenden Initiativen auf dem Arbeitsmarkt, in den Kommunen und im Bildungsbereich verknüpft sind, sodass eine Wiederholung und Ausweitung realistisch wird. Durchgehend bleiben Einschränkungen hinsichtlich der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ein praktischer Gestaltungsfaktor: Kinderbetreuung, familiäre Verpflichtungen, Zeitmangel und Transportmöglichkeiten bestimmen, wer teilnehmen kann und ob Fortschritte nachhaltig sind.



EMPFEHLUNGEN VON SCHLÜSSELAKTEUR:INNEN

Neben dem Feedback der Teilnehmenden hat die WIN-Partnerschaft auch die Akteure einbezogen, die die lokalen Arbeitsmarktbedingungen prägen (z. B. Arbeitsvermittlungen, regionale Entwicklungsagenturen, Schulen, Kommunen). Die Partner führten Interviews und Fokusgruppen mit Mitgliedern der WIN-Innovationsgruppe und externen Akteuren durch und nutzten dabei einen gemeinsamen Bewertungsrahmen, damit die Erkenntnisse regionenübergreifend verglichen werden konnten und gleichzeitig die lokalen Gegebenheiten berücksichtigt wurden. Diese Gespräche halfen uns dabei, zu ermitteln, was über das Pilotprojekt hinaus gestärkt werden sollte und welche Voraussetzungen für einen nachhaltigen Wandel erforderlich sind.

Die Beteiligten betonten wiederholt, dass Pilotprojekte einen langfristigen Nutzen entfalten, wenn sie in bestehende regionale Strategien und Programme eingebettet sind, anstatt als isolierte Projektmaßnahmen zu bleiben. Dies erfordert eine Koordination über Ebenen und Sektoren hinweg sowie eine klare Verankerung der wirtschaftlichen Stärkung von Frauen als Wert für die regionale Entwicklung. Soweit möglich, können die Behörden die Rahmenbedingungen verbessern, die die Teilhabe und die berufliche Kontinuität beeinflussen, insbesondere die Verfügbarkeit von Kinderbetreuung, familienfreundliche Dienstleistungen und die Unterstützung flexibler Arbeitsmodelle.

Eine immer wiederkehrende Erkenntnis ist, dass einmalige Veranstaltungen am besten funktionieren, wenn sie zu etwas führen. Die Beteiligten empfehlen, auf Kontinuität zu setzen: weiterführende Lernangebote, Mentoring, Job-Shadowing oder strukturierte nächste Schritte, die Frauen mit Arbeitgebern, Dienstleistungen und realistischen Chancen zusammenbringen. Arbeitsvermittlungsdienste sind gut aufgestellt, um Wege zur Umschulung und Weiterqualifizierung zu koordinieren, wiederkehrende Angebote zu schaffen, auf die die Menschen über einen längeren Zeitraum zugreifen können, und als Brücke zwischen Frauen, Arbeitgebern und lokalen Unterstützungsnetzwerken zu fungieren.

Die Interessengruppen betrachten Arbeitgeber nicht nur als Nutznießer einer stärkeren Belegschaft, sondern auch als aktive Triebkräfte des Wandels. Die Sensibilisierung der Arbeitgeber ist von entscheidender Bedeutung, insbesondere in industriellen Kontexten, in denen die Arbeitskultur und informelle Normen die Chancen von Frauen beeinflussen. Handelskammern und Arbeitgeber können konkret etwas bewirken, indem sie nach Schulungen als Mentoren fungieren, Job-Shading oder praxisorientierte Erfahrungen anbieten und unterstützende Praktiken am Arbeitsplatz stärken, einschließlich Flexibilität, wo dies möglich ist.

Die Pilotprojekte verdeutlichen den Wert gemeinschaftlicher Strukturen, die gegenseitige Unterstützung mit praktischem Lernen und Sichtbarkeit verbinden. Die Beteiligten empfehlen, Partnerschaften mit Institutionen und Arbeitgebern zu stärken, damit Netzwerke keine isolierten „Inseln“ bleiben, sondern zu Brücken zu Chancen und Dienstleistungen werden. Auch Akteure der Zivilgesellschaft können bei der Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Rolle spielen, insbesondere durch persönliche Netzwerke und das Vertrauen der Gemeinschaft, was sich in mehreren Regionen als entscheidend für die Einbindung erwiesen hat.

Die Beteiligten betonen, dass berufliche Laufbahnen und Stereotypen bereits früh Einfluss auf die Entscheidungsfindung nehmen. Schulen, Beratungsstellen und Jugendorganisationen können das Bewusstsein schon früh schärfen, Berufe sichtbarer machen und den Lernenden authentische Berufsgeschichten näher-bringen. Wenn Regionen mehr Frauen in MINT- und technischen Bereichen an-ziehen wollen, spielen Bildungsakteure eine entscheidende Rolle dabei, Mädchen zu helfen, diese Optionen als realistisch und gut unterstützt wahrzunehmen. Bei jugendorientierten Pilotprojekten ist die Einbindung in den Schulalltag zudem einer der zuverlässigsten Wege, um junge Menschen zu erreichen.



VON PILOTPROJEKTEN ZU HANDLUNGSWEGEN

Jede soziale Innovation beginnt mit einem kleinen Akt des Mutes. Eine Gruppe von Menschen, die beschließt, ein bekanntes Problem aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten und zu prüfen, ob Veränderungen im Alltag möglich sind. Diese Broschüre wurde erstellt, um diese Momente zu würdigen und sie über die WIN-Partnerschaft hinaus sichtbar zu machen.

In sieben peripheren Industrieregionen im Donauraum haben die WIN-Innovationsgruppen gemeinsam mit lokalen Partnern Ideen in Pilotprojekte umgesetzt. Dabei setzten sie sich mit realen Herausforderungen, lokalen Gegebenheiten und ungleichen Chancenverhältnissen auseinander. Die hier vorgestellten Ergebnisse sind keine perfekten Lösungen. Es handelt sich um Schritte nach vorn, die Aufschluss darüber geben, was den Menschen wichtig war, was zum Erfolg der Pilotprojekte beigetragen hat und was als Nächstes gestärkt werden muss.

Was die Pilotprojekte zeigen, ist einfach und wichtig. Sinnvolle Fortschritte lassen sich selten durch eine einzelne Maßnahme erzielen. Sie entstehen durch Kombinationen: Sichtbarkeit gepaart mit praktischem Lernen, förderliche Rahmenbedingungen verbunden mit konkreten Chancen, Bewusstseinsbildung in Verbindung mit Nachbetreuung und institutioneller Unterstützung. Wenn diese Elemente zusammenkommen, können selbst kurze Pilotprojekte etwas Bleibendes schaffen: Selbstvertrauen, Kompetenzen, Beziehungen und eine klare Orientierung.

Indem Sie aus diesen Pilotprojekten lernen, schließen Sie sich einer breiteren Bewegung von Fachleuten und regionalen Akteuren an, die sich für integrativere, gerechtere und widerstandsfähigere Arbeitsmärkte einsetzen. Die in dieser Broschüre vorgestellten Ansätze sind keine Rezepte, die man einfach kopieren kann. Es handelt sich um lebendige Praktiken, die zur Anpassung, zum Experimentieren und zum Lernen einladen – auch dazu, aus dem zu lernen, was nicht wie erwartet funktioniert hat.

Denken Sie daran: Sinnvolle Veränderungen vollziehen sich selten schnell, aber sie werden erst dann wirklich greifbar, wenn sie gemeinsam getragen werden. Auch wenn diese Broschüre nun zu Ende geht, geht die Arbeit in den Regionen, Organisationen und Gemeinden weiter. Jede Mentoring-Beziehung, jeder Folgeworkshop, jede Partnerschaft zwischen Institutionen und lokalen Netzwerken kann ein Pilotprojekt zu einem Weg machen und diesen Weg zu einer neuen Normalität.

Wenn Sie auf dieser Arbeit aufbauen, laden wir Sie ein, Ihre Erfahrungen und Erkenntnisse mit anderen zu teilen. Auf diese Weise entwickelt sich die regionale Praxis zu einer Lerngemeinschaft, und soziale Innovationen gelangen dorthin, wo sie am dringendsten gebraucht werden.

Das WIN-Konsortium dankt allen Koordinatoren der WIN-Innovations-gruppen, lokalen Partnern, Interessengruppen und Teilnehmern, die Zeit, Vertrauen und Ideen in dieses Projekt investiert haben. Möge diese Broschüre für viele weitere Menschen eine Quelle der Inspiration, prak-tischer Erkenntnisse und Ermutigung sein.

Veränderungen fangen klein an, aber gewinnen an Bedeutung, wenn man sie mit anderen teilt.

Diese Broschüre erzählt, was WIN in sieben peripheren Industrieregionen der Donauregion ermöglicht hat. Sie fasst die Ideen der lokalen Akteure, die erprobten Innovationen und praktischen Erkenntnisse, die sich bei der Umsetzung dieser Ideen in Gemeinden ergeben haben, zusammen.

Hier finden Sie Beispiele für soziale Innovationen, die die Arbeit von Frauen sichtbarer gemacht, Netzwerke und Mentoring-Programme aufgebaut und neue Diskussionen an Orten eröffnet haben, an denen Stereotypen nach wie vor die Chancen bestimmen. Außerdem erfahren Sie, was als Nächstes geschehen muss, damit der Wandel von Dauer ist.

Die Broschüre richtet sich an Menschen, die Veränderungen vorantreiben wollen und bietet Beispiele, die Sie anpassen können – keine Vorlagen, die Sie kopieren müssen. Nutzen Sie sie, um Ideen anzuregen, Partnerschaften aufzubauen und Wege zu entwickeln, die Frauen mit Chancen in Ihrer Region verbinden.

Wir danken allen, die im Rahmen der WIN-Partnerschaft an der Entwicklung und Erprobung dieser Innovationen mitgewirkt haben. Ihre Arbeit zeigt, dass Fortschritte möglich sind, selbst unter realen Einschränkungen.

**Interreg
Danube Region**



**Co-funded by
the European Union**

WIN