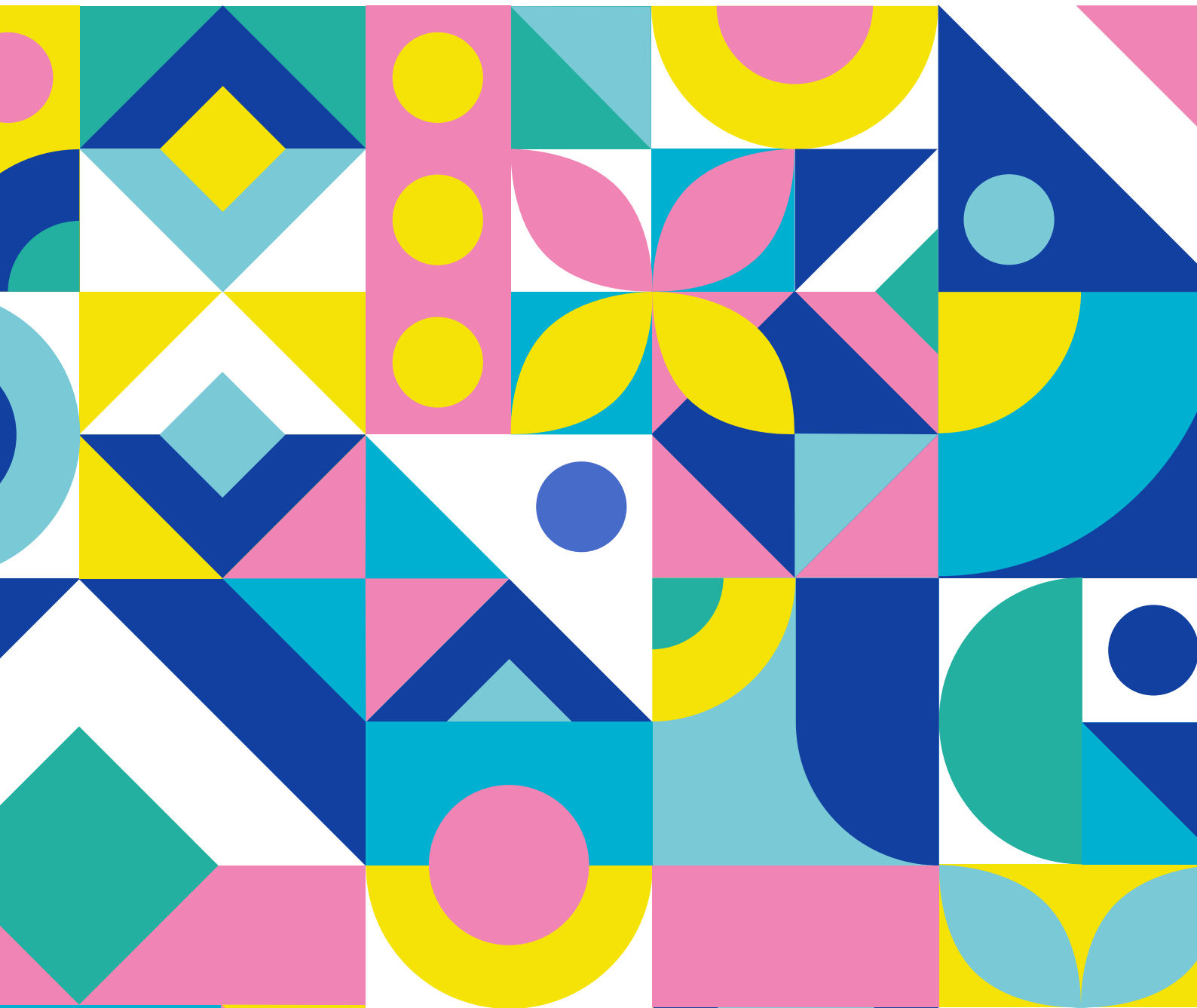


NEURODIVERSITY

NEURODIVERSITÄT SENSIBILISIERUNGS- STRATEGIE



Projektinformation

Projektkronym	NEW
Projekttitle	Neurodiversity at Work
Projektnummer	2021-1-IT01-KA220-VET-000033362
Unterprogramm oder KA	KA220-VET - Cooperation partnerships in vocational education and training
Projektwebsite	https://www.neurodiverseworkplaces.eu/

Diese Sensibilisierungs-Strategie ist ein umfassendes Dokument, das KMU und Kleinunternehmen dabei unterstützen kann, ihre Mitarbeiter:innen und alle anderen relevanten Interessengruppen über die Bedeutung der Einführung des Konzepts der Neurodiversität am Arbeitsplatz zu informieren und zu sensibilisieren. Durch detaillierte Maßnahmen für die einzelnen Zielgruppen soll die Neurodiversität nicht nur besser bekannt gemacht, sondern auch als Vorteil für Unternehmen gefördert werden.

The project has been funded with support of the European Commission. The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the view solely of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Die Strategie ist notwendig, da COVID 19 die Ungleichheit unter den Arbeitnehmer:innen vergrößert hat, indem diejenigen, die weniger mit digitalen Fähigkeiten ausgestattet sind und/oder in die die Führungskräfte nicht genug investiert haben, dem Risiko der Marginalisierung oder Dequalifizierung ausgesetzt wurden. Unter ihnen sind diejenigen, die in den Unternehmen am unbekanntesten, ja fast unsichtbar sind, Menschen mit spezifischen Lernschwierigkeiten wie Dyslexie, Dyskalkulie, Dysgraphie, Dyspraxie, ADHS und anderen neurodiversen Dispositionen. Dies hat auch dazu geführt, dass Management-, Berufs- und Karriereentwicklungspraktiken sowie Arbeitsplätze nur mit Blick auf Neurotypische gestaltet werden, ohne die Neurodiversität der Belegschaft zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund soll die Sensibilisierungs-Strategie ein gemeinsames transnationales Modell für die Sensibilisierung von KMU und Kleinunternehmen für die Integration und das Wohlergehen von Menschen mit spezifischen Lernunterschieden am Arbeitsplatz und für das wirksame Management von Neurodiversität als Schlüsselressource in der modernen Wirtschaft sein, die das Potenzial hat, die Wirtschaft in eine ethischere und

wohlhabendere Zukunft zu führen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union wider. Die Europäische Union kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

ENTWICKLER:INNENTEAM

Elisabetta Dallavalle, Sylvia Liuti, Chiara Marchetta, Teresa Pascale

BEITRÄGE

Sabrina Benedetto, Rosie Bissett, Susanna Lucarelli, Linda Serra, Lara O’Muirthe, Mara Trementozzi

Oktober, 2022

Index

1#	Das Projekt NEW im Überblick	6
2#	Was ist Neurodiversität?	12
	2.1# Was Neurodiversität nicht ist	13
	2.2# Neurodiversität im Kontext des Projekts NEW	14
3#	Warum eine Sensibilisierungs-Strategie für Neurodiversität, die sich an KMU und Kleinunternehmen richtet	15
4#	Grundprinzipien	18
5#	Hauptkriterien zur Definition und Evaluation der Sensibilisierungs-Strategie	22
6#	Schlüsselbotschaften	31
7#	Zielgruppen	33
8#	Implementierung der nationalen Kampagnen: Maßnahmen, Methoden und unterstützendes Material	37
	Anhang 1	
	Wichtige Schritte für die Partner zur Umsetzung der Strategie auf nationaler Ebene	44
	Anhang 2	
	Liste der Sensibilisierungsmaterialien	46
	Anhang 3	
	Vorlage für die vorläufige Umfrage zur anonymen Erhebung von Daten über das Bewusstsein und das Wissen der KMU über Neurodiversität sowie über die damit verbundenen bestehenden Praktiken und entstehenden Bedürfnisse	48
	Anhang 4	
	Vorlage für den Call to Action	49
	References	51

Glossary

1#

Das Projekt NEW im Überblick

NEW ist ein Projekt mit 36 Monaten Laufzeit, das sechs Partnerorganisationen aus Italien, Österreich, Bulgarien und Irland zusammenbringt und darauf abzielt, KMU und Kleinstunternehmen dabei zu unterstützen, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das integrativer ist und die Talente aller Menschen, einschließlich der neurodiversen, fördern kann.

Das wichtigste innovative Element ist daher der Fokus auf Neurodiversität und neurodivergente Personen, insbesondere jene Erwachsenen, die in Unternehmen arbeiten und noch nicht die Möglichkeit hatten, als neurodivergent diagnostiziert zu werden, damit sie in vollem Umfang gefördert und in die Organisation einbezogen werden können, um jegliche Stigmatisierung und mögliche Diskriminierung zu vermeiden.

Der Grundgedanke hinter dem Projekt ist, dass die Neurodiversität in der Belegschaft von Unternehmen eine Quelle von Talenten darstellt, die normalerweise nicht in diesem Licht betrachtet werden, weil

**1.**

mangelndes Wissen über Neurodiversität und was sie in der Praxis bedeutet, wenn es um erwachsene Arbeitnehmer:innen geht

**2.**

geringe Verfügbarkeit und geringes Bewusstsein von Personalleiter:innen und Arbeitgeber:innen im Allgemeinen für Bewertungsprozesse und -verfahren, die für neurodiverse Personen geeignet sind



3.

Mangel an strukturierten Systemen und Methoden, um mögliche neurodiverse Arbeitnehmer:innen in Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Fähigkeiten zu nutzen, anstatt sie einfach in weniger qualifizierte Positionen zu bringen, die als die einzigen angesehen werden, die ihren nicht erforschten Fähigkeiten entsprechen.

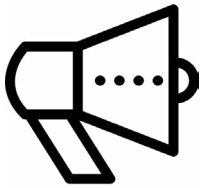
Um diesem Bedarf gerecht zu werden, hat sich die NEW-Partnerschaft folgende Ziele gesetzt:

Sensibilisierung und Wissenserweiterung, insbesondere bei Unternehmer:innen von KMUs und Kleinstunternehmen, Personalleiter:innen, Führungskräften und anderen Stakeholder:innen, über Neurodiversität als Schlüsselressource in der modernen Wirtschaft;

Förderung einer spezifischen und regelmäßigen Datenerhebung zur Neurodiversität am Arbeitsplatz, insbesondere in KMU;

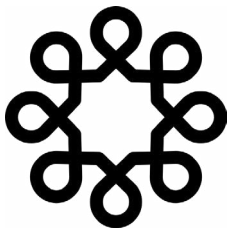
Ausstattung von Unternehmensleitern und -mitarbeitern mit geeigneten Kompetenzen, Strategien und Instrumenten, um Neurodiversität am Arbeitsplatz einzuführen und zu praktizieren, mit dem Ziel, Diskriminierung zu verhindern und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter:innen sowie den Nutzen für ihre Unternehmen zu gewährleisten.

Gemäß diesen Zielen beabsichtigt das Projekt, sich auf das Berufsbildungssystem, vor allem die berufliche Weiterbildung, sowie auf KMU und Kleinstunternehmen auf verschiedenen Ebenen in Europa auszuwirken, indem es die folgenden Ergebnisse entwickelt:



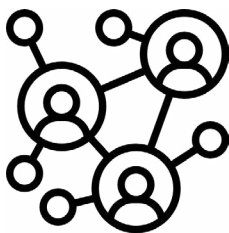
STRATEGIE ZUR BEWUSSTSEINSSCHÄRFUNG

eine Sensibilisierungsstrategie zur Verbesserung der Kenntnisse von Unternehmern, Personalleitern, Führungskräften von KMU und Kleinstunternehmen, Gewerkschaften und Arbeitgeber:innen;



(R)EVOLUTIONÄRY INCLUSION MODEL

ein (r)evolutionäres Eingliederungsmodell, das in KMU in den vier beteiligten Ländern erprobt werden soll, mit dem Ziel, Führungskräften und Mitarbeiter:innen mit geeigneten Strategien und Instrumenten auszustatten, um Neurodiversität am Arbeitsplatz einzuführen und zu praktizieren;



EUROPÄISCHES NETZWERK

ein europäisches Netzwerk, um einen dauerhaften Rahmen für die Unterstützung und weitere Ausarbeitung der Ergebnisse von NEW zu schaffen.

Das Erasmus+ Projekt "Neurodiversity at Work" zielt daher darauf ab, einen integrativen Arbeitsplatz zu schaffen, indem es Strategien und Instrumente definiert und in die Praxis umsetzt, um:

O1

Arbeitgeber:innen/Führungskräfte zu Förderer:innen der Inklusion am Arbeitsplatz zu machen, indem sie den Satz "Mein:e Arbeitgeber:in hat mir geholfen herauszufinden, was ich gut kann" praktizieren;

O2

die negative Wahrnehmung von spezifischen Lernunterschieden (SLD) in einen ausgewogeneren Ansatz umzuwandeln - Herausforderungen zu unterstützen und Stärken anzuerkennen, indem die Perspektive der Neurodiversität eingenommen wird;

O3

Erarbeiten Sie gemeinsam mit Mitarbeiter:innen mit SLD konkrete Hilfe und Lösungen;

O4

Verbreitung der Auswirkungen der Lösungen innerhalb der gesamten Unternehmensorganisation, indem die Vorteile für alle Mitarbeiter:innen aufgezeigt werden.

Das NEW-Projekt umfasst eine Zusammenarbeit zwischen sechs Partnerorganisationen. Der federführende Partner ist FORMA.Azione. Im Folgenden finden Sie die vollständige Liste der Projektpartner:



AIDP (IT)
Italienischer Verband für
Personalmanagement



FORMA.Azione (IT)
Berufsbildungs- und
Erwachsenenbildungsanbieter, der auf
nationaler und EU-Ebene arbeitet



EDA (BE)
Europäischer Dyslexieverband



DIE BERATER (AT)
Beratungsunternehmen für Training und
Entwicklung, mit umfassendem Know-how in
den Bereichen HR-Management, Lernen am
Arbeitsplatz, Diversität und Integration



CATRO (BG)
Unternehmen mit Erfahrungen im
Bereich der Organisationsberatung
und des Personalmanagements und
der Personalentwicklung, das auch ein
spezifisches Know-how über Neuro-Agilität
mitbringt



Ireland
SPECIALISTERNE

Specialisterne Ireland (IE)
spezialisiertes Beratungsunternehmen,
das begabte Menschen aus dem Autismus-
Spektrum und solche mit ähnlichen
neurodiversen Herausforderungen einstellt
und bei der Aufnahme einer Beschäftigung
unterstützt.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von assoziierten Partnern,
die an dem Projekt mitarbeiten:



AIDP INTERNATIONAL (IT)



Network Italia

UNGCNI

UN Global Compact Italy (IT)



AID (IT)

Italian Dyslexia Association



UIL

UNIONE ITALIANA DEL LAVORO
Trade Union (IT)

PLATTFORM FÜR
BERUFSBEZOGENE
ERWACHSENENBILDUNG

**Plattform für Berufsbezogene
Erwachsenenbildung (AT)**



BULGARIAN ASSOCIATION
FOR PEOPLE MANAGEMENT

BPMA

Bulgarian Association for People
Management (BG)



DAI - Dyslexia Association of Ireland (IE)



Dyspraxia/DCD Ireland (IE)

2#

Was ist Neurodiversität?

Der Begriff Neurodiversität wurde 1998 in einem Artikel von Harvey Blume in der New York Times geprägt und von Judy Singer, einer australischen Sozialwissenschaftlerin, weiter ausgeführt. (Blume, 1998).

Neurodiversität ist die Idee, dass eine atypische (von der Norm abweichende) Neuroentwicklung ein normaler und kontinuierlicher Unterschied im Spektrum der natürlichen menschlichen Varianz ist, der wie alle anderen biologischen Variationen anerkannt und respektiert werden muss. Unterschiede können in der Art und Weise auftreten, wie Informationen in Sprache, Klängen, Bildern, Licht, Textur, Geschmack, Bewegung und Emotionen aufgenommen und verarbeitet werden. (Hermon, 2004).

In der Tat ist der Begriff “neurodivergent” nicht nur ein Synonym für Behinderung. Das Konzept der “Neurodivergenz” zielt darauf ab, die Aufmerksamkeit auf atypische Arten des Denkens, Lernens und der Informationsverarbeitung zu lenken, die, da sie von der Norm abweichen, nicht unbedingt nachteilig sind. Neurodivergent zu sein bedeutet nicht, dass man ein schützenswertes Individuum ist, sondern vor allem, dass man Talente hat, die wertgeschätzt werden müssen, sowohl bei der Arbeit als auch im Studium und in der Ausbildung, was sich positiv auf die persönliche Ebene und das soziale Leben auswirkt.

Neurodiversität bezieht sich also auf die unendliche Variabilität der Neurokognition innerhalb der menschlichen Bevölkerung auf der Erde. Sie bedeutet, dass jeder Mensch eine einzigartige Kombination von Fähigkeiten und Bedürfnissen hat. Neurodiversität beschreibt die Idee, dass Menschen die Welt um sie herum auf viele verschiedene Arten erleben und mit ihr interagieren; es gibt nicht die eine “richtige” Art zu denken, zu lernen und sich zu verhalten. Unterschiede sind nicht als Defizite zu betrachten.

Neurodiversität ist auch ein Teilbereich der Biodiversität, ein Begriff, der in erster Linie zur Unterstützung des Artenschutzes

verwendet wird. Biodiversität setzt voraus, dass es im Interesse des Menschen liegt, die Unterhaltung aller Arten zu wünschen, unabhängig von ihrem wahrgenommenen Nutzen für den Menschen.

Dies beruht auf dem Grundsatz, dass:

- **Je größer die Artenvielfalt in einem Ökosystem ist, desto stabiler, anpassungsfähiger und nachhaltiger ist dieses System;**
- **Ökosysteme sind auf komplexe Weise miteinander verbunden, was sich auf alle Lebensformen auswirkt, auch auf das menschliche Leben;**

Daraus folgt, dass eine Kultur umso stabiler und anpassungsfähiger ist, je mehr die Neurodiversität innerhalb der Kultur respektiert und gefördert wird.

2.1#

Was Neurodiversität nicht ist

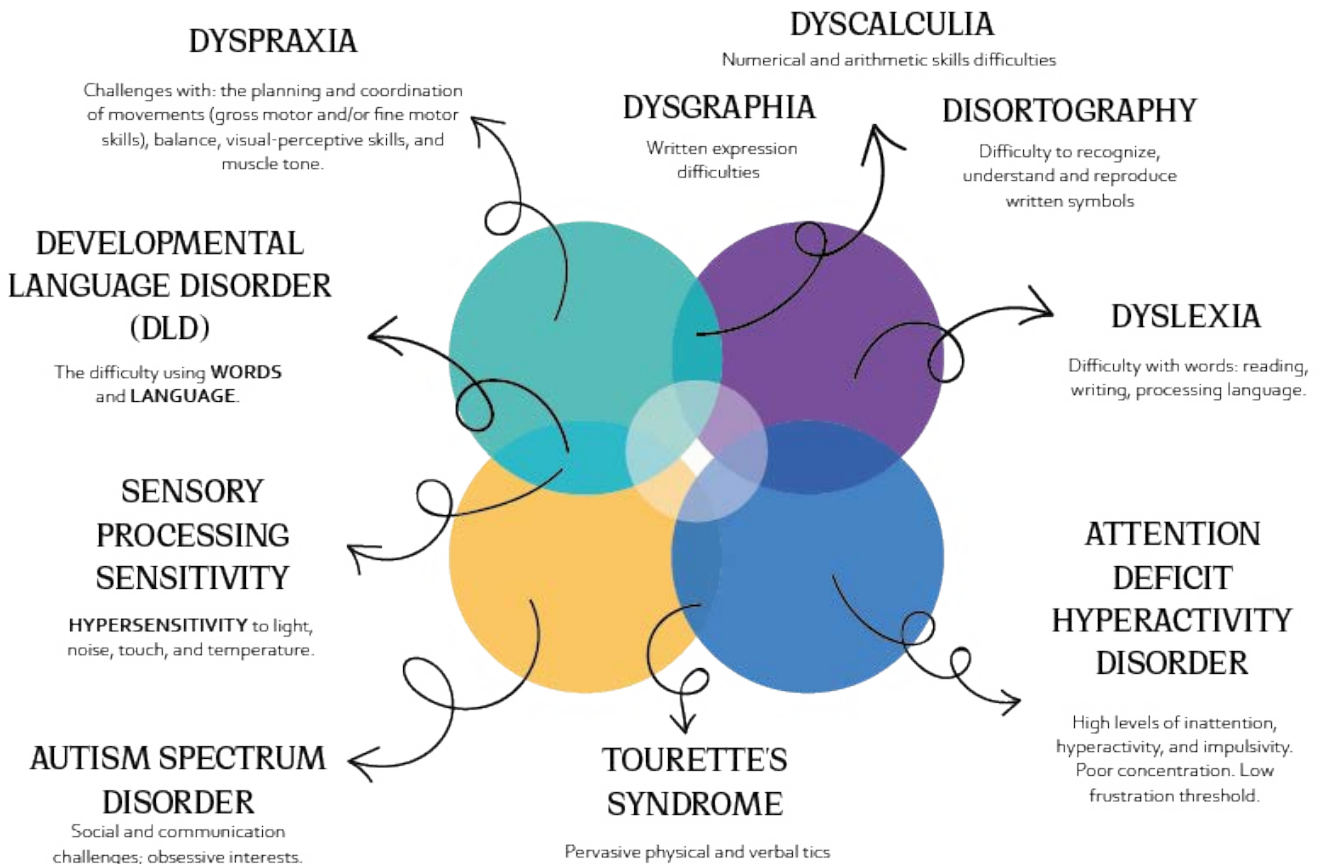
Neurodiversität ist keine psycho-medizinische Diagnose. Sie ist auch kein Instrument, um "uns" "Normale" von "den anderen" "Neurodivergenten" zu trennen. Wir sind alle neurodivers, weil keine zwei Menschen auf diesem Planeten genau gleich sind.

2.2#

Neurodiversität im Kontext des Projekts NEW

Obwohl die obige Karte sehr klar und verständlich ist, sollte betont werden, dass das Tourette-Syndrom im Rahmen des NEW-Projekts nicht berücksichtigt wird, während ein besonderer Schwerpunkt sowohl der Sensibilisierungsstrategie als auch der anderen Aktivitäten und Ergebnisse auf allen anderen Dimensionen liegen wird.

NEURODIVERSITY MAP



3#

Warum eine Sensibilisierungs-Strategie für Neurodiversität, die sich an KMU und Kleinstunternehmen richtet

Diese Sensibilisierungs-Strategie ist ein umfassendes Dokument, das KMU und Kleinstunternehmen dabei unterstützen kann, ihre Mitarbeiter:innen und alle anderen relevanten Interessengruppen über die Bedeutung der Einführung des Konzepts der Neurodiversität am Arbeitsplatz zu informieren und zu sensibilisieren. Durch detaillierte Maßnahmen für die einzelnen Zielgruppen soll die Neurodiversität nicht nur besser bekannt gemacht, sondern auch als Vorteil für Unternehmen und Personalmanagement im 21. Jahrhundert erkannt werden.

Die COVID 19 - Pandemie zwang KMU und Kleinstunternehmen, ihre gewohnte Organisation und ihre Arbeitsmethoden umzugestalten, um den Einschränkungen gerecht zu werden und sich an die unterschiedlichen Situationen und persönlichen Verpflichtungen anzupassen, die die Mitarbeiter während der Pandemie erlebt haben.

In diesem Prozess der (R)evolution waren einerseits nur wenige dieser Organisationen angemessen darauf vorbereitet, sich dieser Herausforderung zu stellen und sofort einen neuen und effektiven Ansatz für Führung und Organisation zu definieren. Andererseits verfügen nicht alle Mitarbeiter:innen über die entsprechenden Kenntnisse und Fähigkeiten, um die Vorteile eines stärker digitalisierten Arbeitsumfelds und einer effektiven Fernarbeit zu nutzen. Am unbekanntesten, fast unsichtbar, sind in den Unternehmen Menschen mit spezifischen Lernschwierigkeiten wie Dyslexie, Dyskalkulie, Dysgraphie, Dyspraxie, ADHS und anderen neurodiversen Dispositionen.

Aufgrund dieses Mangels an Kompetenzen, Bewusstsein und Verständnis hat COVID 19 die Ungleichheit unter den Arbeitnehmer:innen verstärkt, indem diejenigen, die weniger mit digitalen Fähigkeiten ausgestattet sind und/oder in die die

Führungskräfte nicht genug investiert haben, dem Risiko der Marginalisierung oder Dequalifizierung ausgesetzt wurden. Dies hat auch dazu geführt, dass die Praktiken des Managements, der beruflichen Entwicklung und der Karriereentwicklung sowie die Arbeitsplätze nur mit Blick auf die Neurotypen gestaltet wurden, ohne die Neurodiversität der Belegschaft zu berücksichtigen.

Es muss noch viel kulturelle Arbeit geleistet werden, um diese Probleme zu überwinden und die KMU, das Personalmanagement und das Arbeitsumfeld zu aktualisieren, damit sie integrativer werden und die Talente des vorhandenen Personals besser fördern können.

Vor diesem Hintergrund soll die Sensibilisierungsstrategie des NEW-Projekts ein gemeinsames transnationales Modell für die "Sensibilisierung" von KMU und Kleinstunternehmen für die Einbeziehung und das Wohlbefinden von Menschen mit spezifischen Lernunterschieden am Arbeitsplatz und für das wirksame Management von Neurodiversität als Schlüsselressource in der modernen Wirtschaft sein, die das Potenzial hat, die Wirtschaft in eine ethischere und wohlhabendere Zukunft zu führen.

Wie bereits erwähnt, besteht die Notwendigkeit, einen kulturellen Wandel zu fördern, der zu einer positiven Einstellung gegenüber SLD führt und die einzigartigen Talente, die Neurodiversität am Arbeitsplatz mit sich bringt, hervorhebt, auch um die notwendigen Bedingungen zu schaffen, damit Menschen mit SLD bereit sind, ihre Erkrankung offenzulegen (Italienischer Dyslexieverband - <https://dsaelavoro.aiditalia.org>). KMU, die das Rückgrat der europäischen Wirtschaft bilden, könnten, nachdem sie mit spezifischen Kompetenzen und Verständnis für den Ansatz und die Praktiken der Neurodiversität auf organisatorischer Ebene ausgestattet wurden, zum Motor und Impulsgeber für die Entwicklung der Arbeitsumgebung werden. Diese Unternehmen können ein starker Resonanzboden sein, um die unsichtbaren Mauern einzureißen, die dazu führen, dass Organisationen die Einzigartigkeit von Menschen nicht berücksichtigen und respektieren. Die Beiträge, die KMU und Kleinstunternehmen zu diesem Projekt leisten werden, werden nützliche Informationen liefern und die Verbreitung und Schaffung eines Modells ermöglichen, um die Maßnahmen zu systematisieren und ihre Übertragbarkeit und Nachhaltigkeit zu gewährleisten.

01

**Durch die Entwicklung und Umsetzung dieser Strategie
will die NEW-Partnerschaft Folgendes erreichen**

02

**das Verständnis und die Reaktionsfähigkeit von
Berufsbildungsanbietern, KMUs und relevanten
Stakeholder:innen in Bezug auf Neurodiversität zu
verbessern;**

03

**zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen,
das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert,
indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert
werden;**

04

**neurodiverse Menschen zu befähigen, bei der Gestaltung
eines inklusiven Umfelds in der Berufsbildung und am
Arbeitsplatz mitzuwirken;**

05

**Daten und Informationen über ein weitgehend unbekanntes
Phänomen zu sammeln, die für die wichtigsten
Akteur:innen und Interessengruppen auf dem Arbeitsmarkt
und in der breiteren Öffentlichkeit nützlich sind;**

4#

Grundprinzipien

Die Sensibilisierungsstrategie orientiert sich an den folgenden Grundsätzen:

Neurodiversität am Arbeitsplatz ist eine Bereicherung, die von Arbeitgeber:innen, Unternehmer:innen und Personalverantwortlichen weiter erforscht werden sollte, damit wir als Unternehmen und auf gesellschaftlicher Ebene besser davon profitieren können;

Die Politik der Vielfalt, der Gleichberechtigung und der Inklusion in allen Organisationen ist eine wichtige Triebkraft für die Gestaltung und Umsetzung einer modernen Personalpolitik und -praxis, die sich als wirksam erwiesen hat und von den Arbeitnehmern stark nachgefragt wird, um die Bindung und das Engagement am Arbeitsplatz zu fördern;

Ein personenzentrierter Ansatz sollte für alle Mitarbeiter:innen, auf die die Strategie abzielt, gewährleistet werden, indem auf eine Mitarbeiter:innenerfahrung (Employee Experience - EX) verwiesen wird, die nicht nur als Mittel zur Steigerung von Vielfalt und Integration auf Unternehmensebene gedacht ist, sondern auch von der verstärkten Präsenz neurodiverser Personen am Arbeitsplatz profitieren soll, die zur Innovation und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens beitragen können;

Die Unternehmen des 21. Jahrhunderts müssen sich noch stärker auf die Nachhaltigkeit ihrer Arbeitspraktiken konzentrieren, um die Einbeziehung aller verfügbaren unterschiedlichen Talente und Ressourcen zu fördern und zu praktizieren, was der Schlüssel zu einem dauerhaften Erfolg ist;

KMU sind die Hauptakteure im Produktionssektor der europäischen Länder, aber sie sind nicht vertraut mit der Dynamik von Diversity Equity & Inclusion und folglich auch nicht mit allem, was mit neurodynamischer Vielfalt zu tun hat, und sie sind weniger vertraut damit, wie sie auf gesellschaftlicher Ebene durch Integration und soziale Verantwortung eine wichtige Rolle spielen können.

Diese Grundsätze ergeben sich aus dem Konzept der Neurodiversität selbst: Menschen erleben die Welt um sie herum auf viele verschiedene Arten und interagieren mit ihr. Es gibt also nicht nur eine "richtige" Art zu denken, zu lernen und sich zu verhalten, und Unterschiede werden nicht als Defizite angesehen.

¹ <https://hbr.org/2017/05/neurodiversity-as-a-competitive-advantage>

Dies veranlasst uns zum Nachdenken darüber, wie Neurodiversität, wie jede andere Art von Vielfalt (ethnische, religiöse, altersmäßige, geschlechtliche oder sexuelle Orientierung), einen Mehrwert für das Unternehmen darstellen kann, eine echte Ressource, und nicht etwa eine Einschränkung oder ein Problem. Die Einführung von Vielfalt, gleich welcher Art, in Arbeitsorganisationen ermöglicht es, eine unerschöpfliche Quelle des "Lateralen Denkens" zu nutzen, die nützlich ist, um die eigenen Arbeits- und Organisationsprozesse in einem neuen, innovativen und niemals konventionellen Licht zu betrachten. Im Grunde genommen entwickelt jeder Mensch mit irgendeiner Form von Neurodiversität, auch wenn er einerseits defizitär erscheinen mag (typischerweise in zwischenmenschlichen Beziehungen oder in der Fähigkeit, konventionelle Methoden anzuwenden), andererseits instinktiv Talente, die über die Norm hinausgehen. Menschen mit ADHS zum Beispiel können mit großer Leichtigkeit stressige Situationen bewältigen, auch wenn sie sehr kreativ sind. Autisten hingegen können eine obsessive Aufmerksamkeit für Details, ein eisernes Gedächtnis und visuospatiale Fähigkeiten haben, die über der Norm liegen. Und schließlich nutzen einige Menschen mit Legasthenie oder allgemein mit SLD, die einen sehr visuellen Lernstil haben, diese Besonderheit, um visuelle Informationen schneller und effizienter als andere Menschen wahrzunehmen (Geiger et al., 2008); diese Fähigkeit scheint in Bereichen von Vorteil zu sein, die dreidimensionales Denken erfordern, wie z. B. in den Bereichen Astrophysik, Genetik und Technik.

Diese neue Vision von Vielfalt und Integration etabliert sich weltweit als grundlegender Wert am Arbeitsplatz. Wie eine der NEW-Partnerorganisationen, Specialisterne Irland, in ihrem Programm zur Einstellung von neurodiversen Personen feststellt, ist es klar, dass die Einstellung von neurodiversen Mitarbeiter:innen zahlreiche Vorteile für das Unternehmen, die Einzelnen und die Gesellschaft als Ganzes bietet und dass dies zu minimalen Kosten für die Arbeitgeber:innen erreicht werden kann. In der Tat bestätigen Robert D. Austin und Gary P. Pisano in der Zeitschrift *The Business Harvard Review* vom Mai-Juni 2017 unter dem Titel "Neurodiversity as a Competitive Advantage", dass viele Menschen mit neurologischen Dispositionen wie Autismus und Legasthenie außergewöhnliche Fähigkeiten haben, unter anderem in den Bereichen Mustererkennung, Gedächtnis und Mathematik. Dennoch fällt es ihnen oft schwer, den von Arbeitgeber:innen geforderten Profilen zu entsprechen. Eine wachsende Zahl von Unternehmen in den USA, darunter SAP, Hewlett-Packard Enterprise und Microsoft, haben ihre HR-Prozesse reformiert, um Zugang zu neurodiversen Talenten zu erhalten, und stellen fest, dass dies zu Produktivitätssteigerungen, Qualitätsverbesserungen, einer Steigerung der Innovationsfähigkeit und einem höheren

Engagement der Mitarbeiter:innen führt.

Allerdings haben die Unternehmen eine Vorstellung von Neurodiversität, die nicht sehr auf die Ressourcen und Fähigkeiten der Einzelnen ausgerichtet ist. In der Definition einiger Neurodiversitätsbedingungen herrschen negative Begriffe vor, die eine Person beschreiben, der es auf verschiedenen Ebenen an etwas fehlt und die sich im Sinne eines Defizits und nicht einer Bereicherung weiterentwickelt. Begriffe wie Aggression, Verlust des Kontakts zur Realität, Selbstverletzung, "in einer Parallelwelt leben" werden zu Schubladen, die unveränderlich sind und nur schwer aus den Angeln gehoben werden können.

Es ist daher zweifellos wichtig, bei der Umsetzung der Sensibilisierungsstrategie einen personenzentrierten Ansatz zu verfolgen, um sicherzustellen, dass alle Arbeitnehmer:innen (die nicht immer als neurodivergent zu erkennen sind) sowohl die Bemühungen der Unternehmen um eine freundlichere und integrativere Gestaltung der Arbeitsplätze im Hinblick auf die Vielfalt im Allgemeinen als auch die verbesserten Kenntnisse und das Bewusstsein der Kollegen wahrnehmen, die durch verbesserte Einstellungen und positive Verhaltensweisen gegenüber der Neurodiversität und der Vielfalt im Allgemeinen sichtbar werden.

Die Erkennung und Nutzung von DEI ist für alle Organisationen von entscheidender Bedeutung, um Innovationen zu fördern und ihre Widerstandsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Reputation zu verbessern. Die SDGs fordern derzeit von Unternehmen auf globaler Ebene, dass sie sich voll und ganz der Frage widmen, wie sie Nachhaltigkeit effektiv praktizieren können, indem sie nicht nur grüner und digitaler werden, sondern auch Anstrengungen unternehmen, um Gerechtigkeit zu gewährleisten und Diskriminierung am Arbeitsplatz zu verhindern. Die Anwendung des Neurodiversitätsansatzes kann diese Fähigkeit in den Unternehmen konkret sicherstellen und die Mitarbeiter dazu inspirieren, selbst als nachhaltige Arbeitnehmer:innen zu handeln.

Wie wichtig es ist, sich mit KMU zu befassen, geht vor allem aus Daten hervor, die laut Eurostat-Daten von 2019 deutlich zeigen, dass KMU in Europa 99,8 % der Gesamtzahl der Unternehmen ausmachen, etwa 64,5 % der Arbeitskräfte beschäftigen und 52,4 % der Bruttowertschöpfung erzeugen. Ihre Belegschaft stellt somit einen bedeutenden Pool von Personen dar, deren Organisationskultur direkt zur Gestaltung der Werte, Rechte und Leistungen der Unternehmen beiträgt, auch in Bezug auf die DEI-Politik. Deshalb ist es umso wichtiger, in die Organisationskultur der KMU und in die Kapazitäten ihrer Mitarbeiter:innen zu

investieren, um geeignete Fähigkeiten zu entwickeln, die es ihnen ermöglichen, im Einklang mit der Menschenrechtspolitik und der Förderung der Vielfalt zu handeln, wie es in großen Unternehmen und multinationalen Konzernen bereits der Fall ist.

5#

Hauptkriterien zur Definition und Evaluation der Sensibilisierungs-Strategie

Zur Umsetzung der Sensibilisierungsstrategie ist es notwendig, einen geeigneten Weg zu definieren, um die Schlüsselprinzipien effektiv in Maßnahmen umzusetzen, die den Arbeitsplatz in den KMU in Richtung einer neurodiversen Einstellung verändern.

Um die in den einzelnen Ländern durchgeführten Maßnahmen vergleichbar zu machen und ihre Wirksamkeit zu messen, wurde eine Reihe gemeinsamer Kriterien festgelegt, auf die sich die Sensibilisierungsstrategie stützt.

Die Kriterien, die bei der Gestaltung und Umsetzung der Strategie zu beachten sind, sind:

01

Auswirkung auf den Kompetenz- und Wissensstand der verschiedenen Zielgruppen in Bezug auf Neurodiversität und andere damit zusammenhängende Inhalte und Fähigkeiten (z. B. Empathie unter Kolleg:innen, Offenheit gegenüber Vielfalt usw.)

02

Replizierbarkeit und Übertragbarkeit der durchgeführten Maßnahmen und Instrumente auf KMU und Kleinstunternehmen, auf verschiedene Wirtschaftssektoren (falls relevant) und auf verschiedene kulturelle Kontexte

03

**Grad der Integration mit bereits im Unternehmen
vorhandenen Praktiken und Methoden**

04

**Grad der Integration mit bereits im Unternehmen
vorhandenen Praktiken und Methoden**

05

Einbindung anderer wichtiger Interessengruppen

06

**Nachhaltigkeit der Ressourcen und Materialien im Sinne
einer geringeren Umweltbelastung durch die Bevorzugung
digitaler Materialien**

Im Folgenden werden die Kriterien im Hinblick auf die erwarteten Auswirkungen der im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie entwickelten Maßnahmen und Instrumente beschrieben:

01

Auswirkung auf den Kompetenz- und Wissensstand der verschiedenen Zielgruppen sowohl in Bezug auf Neurodiversität als auch auf andere damit verbundene Inhalte und Fähigkeiten (z. B. Empathie unter Kollegen:innen, Offenheit gegenüber Vielfalt usw.)

- Die konzipierten und umgesetzten Maßnahmen können sich zunächst auf den Wissensstand über Neurodiversität auswirken, aber auch auf andere damit zusammenhängende Inhalte, wie z. B. die Politik der Vielfalt, Gleichberechtigung und Einbeziehung, die Zusammenarbeit zwischen Kolleg:innen/Stakeholder:innen usw., so dass sich ihre üblichen Fähigkeiten ändern (z. B. sind Grafikdesigner:innen sensibler für das Thema und wissen besser, wie sie mit neurodiversen Menschen kommunizieren können).

- **Der Wissenszuwachs führt zu einer Überprüfung der in den Unternehmen verwendeten Sprache und Kommunikationsmaterialien, wobei versucht wird, zu einer inklusiven schriftlichen und mündlichen Sprache überzugehen und beispielsweise negative Begriffe wie “spezifische Lernstörungen”, “Mangel an... etwas” (im Italienischen z. B. Defizit, das mit dem beleidigenden Wort “mangelhaft” verbunden ist) zu vermeiden.**
- **Die konzipierten und durchgeführten Maßnahmen können sich auf die Fähigkeiten und das Verhalten der Mitarbeiter:innen gegenüber neurologisch abweichenden Menschen auswirken, indem sie das Einfühlungsvermögen am Arbeitsplatz erhöhen, Stereotypen und Vorurteile in Bezug auf neurologisch abweichende Menschen abbauen und ein integrativeres Arbeitsumfeld fördern usw.**
- **Die konzipierten und umgesetzten Maßnahmen können sich positiv auf die allgemeine Wahrnehmung aller Zielgruppen und das Verständnis für die Talente jeder Kategorie von Neurodiversität in der Belegschaft auswirken (z. B. sind Menschen mit Autismus in der Regel sehr leistungsfähig in IKT und Mathematik).**

02

Replizierbarkeit und Übertragbarkeit der durchgeführten Maßnahmen und Instrumente über die bereits beteiligten Zielgruppen in Form von KMU und Kleinstunternehmen hinaus in verschiedenen Wirtschaftssektoren (sofern relevant) und kulturellen Kontexten

- Die durchgeführten Maßnahmen und Instrumente werden von anderen KMU und Kleinstunternehmen, die nicht zu den Zielgruppen des NEW-Projekts gehören, gut angenommen, wenn nicht sogar gefordert;
- Die Maßnahmen und Instrumente werden auch von den Arbeitgeberverbänden der KMU und Kleinstunternehmen gefördert;
- Andere Regionen und/oder Länder in Europa sind daran interessiert, die Sensibilisierungsstrategie zu nutzen, indem sie über die Projektwebsite und/oder die direkt beteiligten Zielgruppen nachfragen.

03

Grad der Integration mit bereits im Unternehmen vorhandenen Praktiken und Methoden

- **Durch ein Mapping des internen/ externen Kommunikationsplans wird die Sensibilisierungsstrategie (oder ein Teil davon) in geeigneter Weise integriert;**
- **Die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobten Maßnahmen und Instrumente werden von Kommunikations- und Grafikdesignern entworfen, die in der Regel von den KMU/ Kleinstunternehmen eingestellt werden.**
- **Die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobten Maßnahmen und Instrumente haben zu einer Verbesserung und besseren Qualifizierung der üblichen Kommunikationskampagnen geführt, die von den am NEW-Projekt beteiligten Zielgruppen durchgeführt werden;**
- **Die Maßnahmen und Instrumente, die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobt wurden, haben zu einem Einstellungswandel bei den Kommunikations- und Grafikdesignunternehmen/Experten geführt, indem sie ihre Angebote neurodiversitätssensibler gestaltet haben.**

04

Grad der Kombination und Wirksamkeit der internen und externen Kommunikation

- **Die Maßnahmen und Instrumente, die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobt wurden, sind sowohl intern als auch extern wirksam;**
- **- Die Maßnahmen und Instrumente, die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobt wurden, haben zu einer verstärkten Zusammenarbeit der KMU und Kleinstunternehmen mit der sie umgebenden Gemeinschaft geführt, auch durch die Aktivierung neuer Interessengruppen, wie z. B. Verbände für Autismus, Legasthenie usw.**
- **- Die Kohärenz zwischen interner und externer Kommunikation hat das Potenzial, die Mitarbeitererfahrung zu verbessern.**

05

Einbindung anderer wichtiger Interessengruppen

- **Eine Bestandsaufnahme der relevanten territorialen Netzwerke und Stakeholder:innen (einschließlich Berater:innen, Gewerkschaften), mit denen die KMU und Kleinunternehmen in Kontakt stehen, wurde durchgeführt oder ist verfügbar.**
- **Die Maßnahmen und Instrumente, die im Rahmen der Sensibilisierungsstrategie erprobt wurden, beziehen alle relevanten Akteur:innen auf lokaler und nationaler Ebene ein;**
- **Durch die Umsetzung der ersten Aktivitäten (sowohl online als auch offline) der Sensibilisierungsstrategie haben andere relevante Interessengruppen um Mitarbeit gebeten.**

06

Nachhaltigkeit der Ressourcen und Materialien im Sinne einer geringeren Umweltbelastung durch die Bevorzugung digitaler Materialien

- **Die Aktionen, Initiativen und Instrumente sind sowohl im Online- als auch im Offline-Format verfügbar und die Grafiken sind für alle unterschiedlichen Zielgruppen der Neurowissenschaften zugänglich;**
- **Die Aktionen, Initiativen und Hilfsmittel sind über die wichtigsten sozialen Medien des Unternehmens zugänglich und verbreitet und mit den Nachhaltigkeitsrichtlinien in Einklang gebracht;**
- **Für die verwendeten Materialien und Hilfsmittel werden spezielle Richtlinien zur Verringerung des Papierverbrauchs und zur Wiederverwertung von Materialien angenommen.**

6#

Schlüsselbotschaften

Schlüsselbotschaften sind die Hauptinformationspunkte, auf die sich die Strategie konzentrieren will, um das definierte Ziel der Aktivierung eines kulturellen Wandels von einem “SLD-Ansatz” hin zu einer Neurodiversitätsperspektive zu erreichen: ein “Paradigmenwechsel”, der in der Lage ist, konkret zur Eingliederung und zum Wohlbefinden der Mitarbeiter mit SLD beizutragen, aber auch verständlich und klar zu machen, dass Eingliederung und Vielfalt, und insbesondere Neurodiversität und integrative Praktiken, einen tatsächlichen Mehrwert für Unternehmen in Bezug auf Wettbewerbsfähigkeit und Führung bringen können. Dies wird auch dazu führen, dass Arbeitnehmer mit einer geistigen Behinderung mehr Selbstvertrauen haben und sich wohler fühlen, wenn sie ihre Unterschiede offenlegen und weniger Stigmatisierung befürchten müssen.

In der Sensibilisierungs-Strategie von NEW werden die Schlüsselbotschaften aus spezifischen Fragen hervorgehen:



WIE KANN MAN NEURODIVERSITÄT AM ARBEITSPLATZ FÖRDERN?



WAS SIND DIE VORTEILE DER NEURODIVERSITÄT FÜR ARBEITGEBER:INNEN?



WIE LÄSST SICH DAS KONZEPT DER NEURODIVERSITÄT AUF DIE ETHIK ANWENDEN?



WAS IST UNTER NEURODIVERSITÄT ZU VERSTEHEN?

Diese Fragen werden beantwortet, indem die Sensibilisierungsstrategie auf die folgenden Schlüsselbotschaften ausgerichtet wird:

“Ein Neurodiversitäts-freundlicher Arbeitsplatz ist für alle von Vorteil”

“Wertschätzung für neurodiverse Mitarbeiter:innen”

“Die Vorteile von Neurodiversität am Arbeitsplatz”

“Ein neurodiversitätsfreundlicher Arbeitsplatz ermöglicht es den Mitarbeiter:innen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen.”

“Menschen mit neurodiversen Profilen können am Arbeitsplatz große Stärken einbringen”

“Arbeitsgeber:innen können Mitarbeiter:innen mit Neurodiversität unterstützen, indem sie flexibel und entgegenkommend sind”

“Den Wert der Neurodiversität am Arbeitsplatz würdigen”

“Einfache, kostenlose oder kostengünstige Anpassungen können einen Arbeitsplatz zugänglich machen”

“Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen können gemeinsam einen Neurodiversitäts-freundlichen Arbeitsplatz schaffen”

“Mein:e Arbeitgeber:in hat mir geholfen herauszufinden, was ich gut kann”

“Mitarbeiter:innen mit Neurodiversität sind eine Bereicherung für den Arbeitsplatz”

7#

Zielgruppen

Die Strategie richtet sich an die folgenden Zielgruppen:

A

Mitarbeiter:innen von KMU, einschließlich potenzieller neurodiverser Mitarbeiter:innen - die Förderung der Kultur der Neurodiversität in der gesamten Organisation kann dazu beitragen, ein allgemeines Bewusstsein, ein größeres Verständnis und eine größere Sensibilität für die Vielfalt der Kollegen zu entwickeln. Dies kann dazu führen, dass Mitarbeiter:innen bereit sind, ihre SLD offenzulegen, da sie weniger Stigmatisierung befürchten, da sie als Individuen mit einzigartigen Stärken gesehen werden, von denen die Unternehmen stark profitieren können. Aus diesem Grund ist die Einbeziehung der Mitarbeiter:innen von Beginn des Projekts an entscheidend. Sie werden durch die Sensibilisierungskampagne angesprochen, auch um die Aufforderung zum Handeln gegenüber der Unternehmensleitung zu fördern.

B

Unternehmer:innen, Personal- und D&I-Manager:innen, Führungskräfte in KMU/ Kleinstunternehmen - die Sensibilisierung für Neurodiversität, die nicht nur als Mittel zur Förderung von Vielfalt und Integration auf Unternehmensebene gedacht ist, sondern auch zum Nutzen neurodiverser Talente, die zur Innovation und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen beitragen, ist von wesentlicher Bedeutung. Aus diesem Grund sind sie die Zielgruppe der Sensibilisierungsstrategie und werden zusammen mit den Mitarbeiter:innen die Hauptnutzer:innen der Kampagne sein.

C

Politische Entscheidungsträger:innen, Gewerkschaften, Arbeitgeber:innen- und Berufsbildungsorganisationen und andere Stakeholder:innen (Berater:innen, Partner:innen, Lieferant:innen) - ihre Beteiligung an den Sensibilisierungsaktivitäten ermöglicht es der Partnerschaft, die Projektumsetzung ständig auf die Bedürfnisse der KMU, des Arbeitsmarktes und der wichtigsten Stakeholder:innen im Bereich der Berufsbildung in Bezug auf Neurodiversität abzustimmen. Dies ermöglicht auch die Aktivierung von Gemeindemitgliedern, die aufgrund ihrer Vorkenntnisse und ihres Bewusstseins für Neurodiversität (z. B. aufgrund ihrer persönlichen Erfahrungen als Eltern oder dank ihres beruflichen/akademischen Hintergrunds) Einfluss nehmen können.

Die Zielgruppen werden unter Berücksichtigung der Markenbewusstseins-Pyramide von David Allen Aaker angesprochen: Es handelt sich um eine Marken-Blaupause, die die Bedeutung der Markenidentität hervorhebt und einzigartige Lösungen für den Aufbau einer starken Marke bietet, wie es die NEW-Partnerschaft mit der Marke "Neurodiversität" beabsichtigt.



Das Aaker-Tool ermöglicht es uns auch, die Wirkung der ergriffenen Maßnahmen anhand von 4 Hauptachsen zu messen, die auf den Kontext des Themas Neurodiversität übertragen werden können:

01 Mangelndes Wissen

An der Basis der Pyramide finden wir diejenigen, die keine Ahnung/Wissen über Neurodiversität haben. Sie sind diejenigen, die von einem emotionalen Standpunkt aus und im Hinblick auf die Rationalität der Informationen einbezogen werden müssen. Das Thema sollte im Detail erklärt werden. Zum Beispiel kann der Einsatz von Storytelling durchaus effektiv sein.

02 Mindestwissen

Auf der Pyramide aufsteigend sind diejenigen, die das Thema Neurodiversität kennen, diejenigen, die durch Fragen und Anregungen ein größeres Bewusstsein erlangen und in ihrem sozialen und beruflichen Umfeld als "Mundpropaganda" wirken können.

03 Starkes Wissen

Noch stärker sind diejenigen, die das Thema Neurodiversität kennen und sofort eine Verbindung zu den Referenzbereichen herstellen können; sie sind diejenigen, die, wenn sie durch die Online- und Offline-Kommunikationsmittel angeregt werden, die korrekte Weitergabe von Informationen in sozialen, freundschaftlichen und beruflichen Kontexten erleichtern und damit auch den Top of Mind unterstützen.

O4 Top of mind

Die letzte Ebene der Pyramide, die höchste und am wenigsten zahlreichste, umfasst diejenigen, die direkte Kenntnisse über das Thema haben. Sie sind diejenigen, die aufgrund ihrer persönlichen oder familiären Erfahrung die Rolle von Botschafter:innen des Themas in den verschiedenen Kontexten und/oder Systemen, an denen sie teilnehmen, übernehmen können.

Das Schema von Aaker ist nützlich, um zu verstehen, dass keine Bezugsgruppe ausgeschlossen ist, wenn wir eine wirklich integrative Kultur in Bezug auf das Thema Neurodiversität und neurodiverse Menschen verbreiten wollen. Es ist klar, dass neben der Einbindung von KMU-Mitarbeiter:innen auch Unternehmenskund:innen und Lieferant:innen sensibilisiert werden müssen, und da KMU den Kontext und das Gebiet kennen, können sie hier als Resonanzboden fungieren, um auch all jene zu erreichen, die mit dem Thema nicht vertraut sind oder es nur oberflächlich kennen.

8#

Implementierung der nationalen Kampagnen: Maßnahmen, Methoden und unterstützendes Material

Die NEW-Projektpartner haben beschlossen, dass das beste Mittel zur Einführung der Sensibilisierungsstrategie nationale Kampagnen sind, die in jedem Projektland gemäß den festgelegten Kriterien und unter Berücksichtigung der Besonderheiten des jeweiligen Kontexts konzipiert und durchgeführt werden. Die nationalen Kampagnen basieren daher auf einer Vielzahl von Aktionen, Initiativen und Instrumenten, die je nach den Online- und Offline-Kanälen, den Bedürfnissen/ Profilen der KMUs, dem kulturellen Kontext, dem Bewusstseins- und Wissensstand der Mitarbeiter und den neurologischen Fähigkeiten der Menschen konzipiert, entwickelt und umgesetzt werden, um auch den oben genannten Kriterien zu entsprechen.

Die nationalen Kampagnen bestehen aus den folgenden Aktionen, die je nach den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen und deren Bewusstseins- und Wissensstand geplant und durchgeführt werden können, d. h. mit unterschiedlichem Zeitplan und unter Berücksichtigung eventueller Prioritäten, falls dies relevant ist. Wir schlagen zum Beispiel vor, mit informativen Aktionen und/oder Untersuchungs- und Diagnoseaktionen zu beginnen und dann, sobald die Menschen erkannt haben und bereit sind, selbst aktiv zu werden, mit Motivations- und Engagementaktionen fortzufahren.

Zusammen mit den identifizierten Aktionen hat sich die NEW-Projektpartnerschaft für die folgenden Methoden und Materialien entschieden, wobei versucht wurde, eine konsistente Reihe von Aktionen, Methoden und Materialien entsprechend der Erfahrung und den Kapazitäten der Partner zu erreichen und immer die in der vorliegenden Sensibilisierungsstrategie festgelegten Prinzipien und Kriterien zu berücksichtigen.

ZIEL-GRUPPE:

Unternehmer:innen, HR- und DEI-Manager:innen, Führungskräfte in KMU/Kleinstunternehmen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Verständnisses und der Sensibilität von erufsbildungsanbietern, KMUs und relevanten Interessenvertretern für Neurodiversität; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten. 	<p>Informationsmaßnahmen über Neurodiversität, DEI und unbewusste Voreingenommenheit (einschließlich rechtlicher Verpflichtungen und Rahmenbedingungen), um mit der Verbreitung von Informationen aus erster Hand zu beginnen, das Interesse zu wecken und gleichzeitig relevante Daten bereitzustellen, um Desinformation und Stigmatisierung abzubauen und kritisches Denken zu fördern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • E-Mail oder Veröffentlichung von Informationsmaterial in sozialen Medien • Informationsveranstaltungen in Form von Webinaren oder Seminaren über integrative Sprache, Neurodiversität, DEI und unbewusste Vorurteile • Sitzungen über neurodiverses Denken • Organisation eines Tages zur Sensibilisierung für Neurodiversität, an dem Experten zum Thema in die Unternehmen eingeladen werden, um zu erklären, was Neurodiversität ist, worum es bei dem Projekt NEW geht, welche Ressourcen/ Aktionen/Werkzeuge eingesetzt werden können, um die Unternehmen integrativer zu machen, usw. 	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Version von Broschüren, Postkarten, Karten • Video-Spots
<ul style="list-style-type: none"> • Daten und Informationen über ein weitgehend unbekanntes Phänomen zu sammeln, die für die Hauptakteure und Interessengruppen auf dem Arbeitsmarkt und in der breiteren Öffentlichkeit nützlich sind; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten 	<p>Untersuchungs- und Diagnosemaßnahmen, die während der Datenerfassung und der Bewertung des Bewusstseins- und Wissensstands der Arbeitgeber und Arbeitnehmer von KMU das Bewusstsein der Befragten für das Thema Neurodiversität am Arbeitsplatz schärfen und sie noch neugieriger darauf machen und/oder ihnen ihr mangelndes Wissen bewusst machen, so dass sie wahrscheinlich nach mehr Inhalten fragen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Umfrage zur Untersuchung des Bewusstseins- und Wissensstands über Neurodiversität und anschließende Berichterstattung und Weitergabe der Ergebnisse - ex ante (vor den Schulungs- und Pilotaktivitäten) und ex post (nach den Schulungs- und Pilotaktivitäten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfragetemplate

ZIEL-GRUPPE:

Unternehmer:innen, HR- und DEI-Manager:innen, Führungskräfte in KMU/Kleinstunternehmen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, bei der Gestaltung eines integrativen Umfelds in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz mitzuwirken; Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für die Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten 	<p>Motivationsmaßnahmen, die darauf abzielen, das Interesse nicht nur für das spezifische Thema und die damit verbundenen Konzepte zu wecken, sondern auch Arbeitgeber und Arbeitnehmer als mögliche Aktivisten gegen Diskriminierung am Arbeitsplatz und für ein integrativeres Umfeld, insbesondere für neurodiverse Menschen, zu mobilisieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Social-Media-Kampagne/ Offline-Kampagne zur Unterstützung von KMU, die sich im Umgang mit Neurodiversität am Arbeitsplatz anders verhalten Seminare/Webinare, in denen Meister der Neurodiversität vorgestellt werden und zu denen Menschen aus Unternehmen eingeladen werden, die durch die Förderung der Neurodiversität in ihrem Umfeld bereits Erfolge bei der Integration erzielt haben 	<ul style="list-style-type: none"> Motivierende grafische Bilder Video-Spots Informative Broschüren
<ul style="list-style-type: none"> zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, ein inklusives Umfeld in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz mitzugestalten; Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten. 	<p>Beratungsmaßnahmen in Form von Leitlinien und/oder spezifischen Anweisungen, um mit der Planung eines Fahrplans für einen vielfältigeren und integrativeren Arbeitsplatz zu beginnen, indem konkrete Praktiken und Maßnahmen auf Organisationsebene eingeführt werden</p>	<ul style="list-style-type: none"> Online-/Präsenzsitzungen zur Präsentation von Leitlinien für Sitzungen/ Konferenzen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse neurodiverser Mitarbeiter und Sammlung von Feedback von KMU Online-/Präsenzsitzungen zur Präsentation von Leitlinien für integrative Sprachen mit besonderem Bezug zu Neurodiversität und Einholung von Feedback von KMUs Förderung der Leitlinien über die Projektwebsite und die sozialen Medien 	<ul style="list-style-type: none"> Leitlinien für Treffen/ Konferenzen Leitfaden für integrative Sprachen

ZIEL-GRUPPE:

Unternehmer:innen, HR- und DEI-Manager:innen, Führungskräfte in KMU/Kleinstunternehmen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> zur Schaffung eines integrativen Umfelds beitragen, das Gleichheit und Gleichberechtigung fördert, indem es Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert 	Engagement-Aktionen, die darauf abzielen, kollektive Perspektiven und Meinungen darüber zu sammeln, wie Neurodiversität durch integrative DEI-Politiken und -Maßnahmen gefördert werden kann	<ul style="list-style-type: none"> Interaktive Sitzungen zu spezifischen Themen im Zusammenhang mit der Neurodiversität zur Förderung der individuellen Sensibilisierung, des Austauschs unter Gleichgesinnten und des tatsächlichen Engagements von KMU-Mitarbeitern durch die Ausarbeitung spezifischer Vorschläge 	<ul style="list-style-type: none"> Motivierende grafische Bilder Video-Spots Informative Broschüren

ZIEL-GRUPPE:

KMU-Mitarbeiter:innen, inklusive neurodiverse Arbeitnehmer:innen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung des Verständnisses und der Sensibilität von Berufsbildungsanbietern, KMUs und relevanten Interessenvertretern für Neurodiversität; Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten. 	Informationsmaßnahmen über Neurodiversität, DEI und unbewusste Voreingenommenheit (einschließlich rechtlicher Verpflichtungen und Rahmenbedingungen), um mit der Verbreitung von Informationen aus erster Hand zu beginnen, das Interesse zu wecken und gleichzeitig relevante Daten bereitzustellen, um Desinformation und Stigmatisierung abzubauen und kritisches Denken zu fördern.	<ul style="list-style-type: none"> E-Mail oder Veröffentlichung von Informationsmaterial in sozialen Medien Informationsveranstaltungen in Form von Webinaren oder Seminaren über integrative Sprache. Neurodiversität, DEI und unbewusste Vorurteile Sitzungen zu neurodivergentem Denken Organisation eines Tages zur Sensibilisierung für Neurodiversität, an dem Experten zum Thema in die Unternehmen eingeladen werden, um zu erklären, was Neurodiversität ist, worum es beim Projekt NEW geht, welche Ressourcen/ Aktionen/Werkzeuge eingesetzt werden können, um die Unternehmen integrativer zu machen, usw. 	<ul style="list-style-type: none"> Digitale Version von Broschüren, Postkarten, Karten Video-Spots

ZIEL-GRUPPE:

KMU-Mitarbeiter:innen, inklusive neurodiverse Arbeitnehmer:innen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • Daten und Informationen über ein weitgehend unbekanntes Phänomen zu sammeln, die für die Hauptakteure und Interessengruppen auf dem Arbeitsmarkt und in der breiteren Öffentlichkeit nützlich sind; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten 	<p>Untersuchungs- und Diagnosemaßnahmen, die während der Datenerfassung und der Bewertung des Bewusstseins- und Wissensstands der Arbeitgeber und Arbeitnehmer von KMU das Bewusstsein der Befragten für das Thema Neurodiversität am Arbeitsplatz schärfen und sie noch neugieriger darauf machen und/oder ihnen ihr mangelndes Wissen bewusst machen, so dass sie wahrscheinlich nach mehr Inhalten fragen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktive Sitzungen zu spezifischen Themen im Zusammenhang mit Neurodiversität, um die individuelle Sensibilisierung und die Bedürfnisse von KMU-Mitarbeitern in Bezug auf Themen der Neurodiversität zu untersuchen 	<ul style="list-style-type: none"> • Video-Spots • Informative Broschüren
<ul style="list-style-type: none"> • zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; • neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, ein inklusives Umfeld in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz mitzugestalten; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten 	<p>Motivationsmaßnahmen, die darauf abzielen, das Interesse nicht nur für das spezifische Thema und die damit verbundenen Konzepte zu wecken, sondern auch Arbeitgeber und Arbeitnehmer als mögliche Aktivisten gegen Diskriminierung am Arbeitsplatz und für ein integrativeres Umfeld, insbesondere für neurodiverse Menschen, zu mobilisieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Social-Media-Kampagne/ Offline-Kampagne zur Unterstützung von KMU-Mitarbeitern im Umgang mit Neurodiversität am Arbeitsplatz • Seminare/Webinare, in denen Vorbilder zum Thema Neurodiversität vorgestellt werden und zu denen neurodiverse Menschen eingeladen werden, die in ihrer Karriere/ Berufsentwicklung erfolgreich sind 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivierende grafische Bilder • Video-Spots • Informative Broschüren

ZIEL-GRUPPE:

KMU-Mitarbeiter:innen, inklusive neurodiverse Arbeitnehmer:innen

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, ein inklusives Umfeld in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz mitzugestalten; Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten. 	<p>Beratung von Maßnahmen in Form von Leitlinien und/oder spezifischen Anweisungen, um mit der Planung eines Fahrplans für einen vielfältigeren und integrativeren Arbeitsplatz zu beginnen, indem konkrete Praktiken und Maßnahmen auf organisatorischer Ebene eingeführt werden</p>	<ul style="list-style-type: none"> Online-/Präsenzsitzungen zur Präsentation von Leitlinien für Sitzungen/ Konferenzen unter Berücksichtigung der Bedürfnisse neurodiverser Mitarbeiter und Sammlung von Feedback von KMU Online-/Präsenzsitzungen zur Präsentation von Leitlinien für integrative Sprachen mit besonderem Bezug zu Neurodiversität und Einholung von Feedback von KMUs Förderung der Leitlinien über die Projektwebsite und die sozialen Medien 	<ul style="list-style-type: none"> Leitlinien für Treffen/ Konferenzen Leitfaden für integrative Sprachen
<ul style="list-style-type: none"> zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, bei der Gestaltung eines inklusiven Umfelds in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz ein Mitspracherecht zu haben; 	<p>Engagement-Aktionen, die darauf abzielen, kollektive Perspektiven und Meinungen darüber zu sammeln, wie Neurodiversität durch integrative DEI-Politiken und -Maßnahmen gefördert werden kann</p>	<ul style="list-style-type: none"> Interaktive Sitzungen zu spezifischen Themen im Zusammenhang mit Neurodiversität, um die individuelle Sensibilisierung, den Austausch unter Gleichgesinnten und das tatsächliche Engagement von KMU-Mitarbeitern durch die Ausarbeitung spezifischer Vorschläge zu fördern Vorschlagskasten zur Sammlung von Vorschlägen, wie die Neurodiversität durch integrative DEI-Politiken und -Maßnahmen gefördert werden kann 	<ul style="list-style-type: none"> Motivierende grafische Bilder Video-Spots Informative Broschüren Corporate Open Padlet als "digitale Vorschlagsbox"

ZIEL-GRUPPE:

Stakeholder:innen (Partner:innen, Berater:innen, Lieferant:innen)

ZIEL	MASSNAHME	METHODEN	MATERIAL (s. Anh.2/3)
<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Verständnisses und der Sensibilität von Berufsbildungsanbietern, KMUs und relevanten Interessenvertretern für Neurodiversität; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten. 	<p>Informationsmaßnahmen über Neurodiversität, DEI und unbewusste Voreingenommenheit (einschließlich rechtlicher Verpflichtungen und Rahmenbedingungen), um mit der Verbreitung von Informationen aus erster Hand zu beginnen, das Interesse zu wecken und gleichzeitig relevante Daten bereitzustellen, um Desinformation und Stigmatisierung abzubauen und kritisches Denken zu fördern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • E-Mail oder Veröffentlichung von Informationsmaterial in sozialen Medien • Informationsveranstaltungen in Form von Webinaren oder Seminaren über integrative Sprache, Neurodiversität, DEI und unbewusste Vorurteile • Organisation eines Tages zur Sensibilisierung für Neurodiversität, an dem Experten zum Thema in die Unternehmen eingeladen werden, um zu erklären, was Neurodiversität ist, worum es bei dem Projekt NEW geht, welche Ressourcen/ Aktionen/Werkzeuge eingesetzt werden können, um die Unternehmen integrativer zu machen, usw.. 	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Version von Broschüren, Postkarten, Karten • Video-Spots
<ul style="list-style-type: none"> • zur Schaffung eines integrativen Umfelds beizutragen, das Gleichberechtigung und Gleichstellung fördert, indem Diskriminierung und Stigmatisierung verhindert werden; • neurodiverse Menschen in die Lage zu versetzen, ein inklusives Umfeld in der Berufsbildung und am Arbeitsplatz mitzugestalten; • Förderung und Entwicklung des Engagements von KMU für Neurodiversität und die Teilnahme an Projektaktivitäten 	<p>Motivationsmaßnahmen, die darauf abzielen, das Interesse nicht nur an dem spezifischen Thema und den damit verbundenen Konzepten zu wecken, sondern auch die Betroffenen als mögliche Aktivist:innen gegen Diskriminierung am Arbeitsplatz und für ein integrativeres Umfeld, insbesondere für neurodiverse Menschen, zu mobilisieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Social-Media-Kampagne/ Offline-Kampagne zur Unterstützung von Stakeholdern, sich im Umgang mit Neurodiversität am Arbeitsplatz anders zu verhalten • Seminare/Webinare, in denen Vorreiter/ Rollenmodelle zum Thema Neurodiversität vorgestellt werden und zu denen neurodiverse Menschen eingeladen werden, die in ihrer Karriere/ Berufsentwicklung erfolgreich sind, oder Vertreter von Unternehmen, die Neurodiversität bereits erfolgreich praktizieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivierende grafische Bilder • Video-Spots • Informative Broschüren

Anhang 1

Wichtige Schritte für die Partner zur Umsetzung der Strategie auf nationaler Ebene

- A** Anpassung der Sensibilisierungsstrategie und der Referenzmaterialien auf nationaler Ebene, nachdem bereits ein klares Bild von den Grundlagen der Strategie in Bezug auf Grundsätze, Inhalte, Methoden und Materialien, einschließlich der Struktur der Erhebung und des Aufrufs zum Handeln sowie der Methoden zur Analyse der gesammelten Daten, vermittelt wurde.
-
- B** Übersetzung der Strategie in die Sprachen der Referenzpartner und Überarbeitung mit den Nationalen Komitees für Neurodiversität am Arbeitsplatz, indem die Strategie vorgestellt wird, um deren Feedback einzuholen und sie entsprechend zu überarbeiten.
-
- C** Kartierung von KMU, Kleinstunternehmen und Interessenvertretern, die für die Umsetzung der Strategie auf nationaler Ebene zu erreichen sind.
-
- D** Start der Sensibilisierungskampagne auf nationaler und europäischer Ebene gemäß den in der Sensibilisierungsstrategie enthaltenen Zielen, Maßnahmen und Materialien. Alle Partner werden ihre formellen Netzwerke/ Informationsnetzwerke von KMU nutzen, um KMU zu erreichen, sowie nationale und europäische Netzwerke von Berufsbildungsanbietern, Gewerkschaften und Legasthenieverbänden, die Mitglieder der EDA sind, um als Multiplikatoren für die Kampagne zu fungieren
-
- E** Förderung auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene durch Online-Kanäle einer vorläufigen Umfrage für KMU, dann Sammlung und Analyse der Antworten, um aussagekräftige Daten über das Wissen, das Bewusstsein, die entstehenden Bedürfnisse und die Praxis in Bezug auf Neurodiversität in KMU zu erhalten, um spezifische Hinweise für die Strukturierung der Schulungsaktivitäten des Projekts zu erhalten.

F

Veröffentlichung eines Aufrufs zum Handeln für die Rekrutierung von KMUs, die bereit sind, an den nächsten Projektaktivitäten (Schulungen und Pilotprojekte) teilzunehmen. Die Partner werden den Aufruf unter den KMU, die bereits an der Umfrage teilgenommen haben, bekannt machen und die Bewerbungen sammeln, wobei sie darauf achten werden, dass die Teilnahme derselben KMU an den nachfolgenden Projektaktivitäten dringend empfohlen wird, um die effektive Wirkung der Projektmaßnahmen zu gewährleisten.

G

Weitergabe der vorläufigen Daten aus der Umfrage an die KMU und andere relevante Stakeholder zusammen mit dem Feedback aus erster Hand von der Durchführung der ersten Sensibilisierungsmaßnahmen, um mit der Entwicklung eines Ansatzes zur kontinuierlichen Verbesserung bei der Durchführung der Strategie zu beginnen;

H

Weitere Überarbeitung und Aktualisierung der Strategie während der gesamten Projektlaufzeit auf der Grundlage der gesammelten Daten und Rückmeldungen sowie der Ergebnisse der nachfolgenden Aktivitäten.

Anmerkung: Um eine wirksame Umsetzung zu erreichen, ist es unerlässlich, einen Koordinierungsausschuss einzurichten, der die am besten geeigneten Maßnahmen beschließt und regelt, die in die Praxis umgesetzt werden sollen. Der Ausschuss muss von jedem Partner für die Umsetzung der Strategie in jedem einzelnen Land eingesetzt werden, wobei die spezifischen Unternehmen und Ziele, die jeder Partner für sinnvoll hält und einbeziehen kann, zu berücksichtigen sind.

In Italien zum Beispiel könnte der Koordinierungsausschuss wie folgt zusammengesetzt sein: AIDP, FORMA.Azione, AID, Global Compact + die bereits erfassten italienischen Akteure.

Für eine mögliche Aktivierung nach Bedarf, je nach den spezifischen Aktionen und Instrumenten, die von den einzelnen Partnern eingesetzt werden sollen, ist es außerdem möglich, die in Punkt 7 dieses Dokuments genannten Referenzzielgruppen in den Koordinierungsausschuss einzubeziehen. Insbesondere kann für jede Zielgruppe ein Vertreter einbezogen werden, um eine konkrete und einheitliche Umsetzung zu ermöglichen.

Anhang 2

Liste der

Sensibilisierungsmaterialien

INFORMATIONSBROSCHÜREN

2 Broschüren, eine für die Geschäftsleitung von KMUs und die andere für die Mitarbeiter von KMUs, um zu erklären, wie Neurodiversität mit dem Arbeitsplatz zusammenhängt und wie sie dem Unternehmen in Bezug auf Innovation, Organisation und Leistung zugute kommt. Das infografische Layout wird bevorzugt und die grafische Ausarbeitung wird an einen Unterauftragnehmer vergeben.

LINK - Management
LINK - Staff

DIGITALE KARTEN/POSTKARTEN

kurze Publikation mit motivierenden grafischen Bildern, die auf spezifischen Botschaften basieren, die darauf abzielen, das Management und die Mitarbeiter von KMU dazu zu bringen, sich im Umgang mit Neurodiversität am Arbeitsplatz anders zu verhalten, deren grafische Ausarbeitung einem Unterauftragnehmer übertragen wird.

LINK

VIDEO-SPOTS

3 verschiedene Videospots mit einer Dauer von 30 Sekunden, die von erfahrenen Videomachern im Unterauftrag produziert werden, auf der Grundlage von Skripten und Formularen, die von den Partnern entwickelt wurden, und basierend auf Rollenmodellen oder Infografiken. Das Hauptziel der Videos ist es, über Neurodiversität zu informieren, die Stärken von Menschen mit Behinderung hervorzuheben und Vorschläge für kleine Veränderungen im Arbeitsumfeld zu geben. Die Themen des Videos sind: a) Vorteile der Neurodiversität am Arbeitsplatz, Schaffung eines unterstützenden Umfelds für alle (universelles Design), 2) individuelle Bedürfnisse und Unterschiede neurodiverser Menschen; 3) Unterstützung individueller Bedürfnisse.

LINK

RICHTLINIEN FÜR MEETINGS/KONFERENZEN

ein Beratungsdokument, das Unternehmen aufzeigen soll, wie sie ein Neurodiversitäts-freundliches Umfeld, insbesondere Konferenzen und Meetings, organisieren und durchführen können, indem sie in Kurzform beschreiben, was sie in dieser Richtung tun.

LINK

LEITLINIEN ZU INKLUSIVER SPRACHE

Beratungsdokument, das Unternehmen bei der Verwendung von inklusiven Begriffen und Ausdrücken helfen soll, wenn sie sich auf neurodiverse Menschen beziehen, und zwar in einer Weise, die respektvoll, korrekt und unterstützend ist.

LINK

OFFENES UNTERNEHMENS-PADLET ALS “DIGITALER VORSCHLAGSKASTEN”

Online-Padlet, das den Mitarbeitern von KMU offensteht, um Perspektiven und Meinungen darüber zu sammeln, wie die Neurodiversität durch inklusive DEI-Politiken und -Maßnahmen verbessert werden kann, oder um Fragen/Reflexionen/individuelle und kollektive Bedürfnisse in Bezug auf Neurodiversitätsthemen zu sammeln.

LINK

Anhang 3

Vorlage für die vorläufige

Umfrage zur anonymen

Erhebung von Daten über das

Bewusstsein und das Wissen

der KMU über Neurodiversität

sowie über die damit

verbundenen bestehenden

Praktiken und entstehenden

Bedürfnisse

<https://docs.google.com/document/d/12pJ13AwF2YtLLixFxHGwqv8p6Gs3Kg3B/edit>

Anhang 4

Vorlage für den Call to Action

CALL TO ACTION

Prämisse

Der Aufruf zum Handeln stellt den letzten Schritt der Strategie zur Sensibilisierung für Neurodiversität am Arbeitsplatz dar, die auf nationaler und europäischer Ebene durchgeführt wird und zur aktiven Einbindung sowohl der NEW-Projektpartner als auch der KMU und Kleinstunternehmen als Zielgruppen führt, entsprechend den in unserer Referenzstrategie enthaltenen Leitlinien.

Der Aufruf zum Handeln zielt darauf ab, ein unmittelbares Feedback auf die Aufforderung an die Leiter und Mitarbeiter von KMU und Kleinstunternehmen zu geben, sich für die Förderung der Neurodiversität am Arbeitsplatz einzusetzen, indem sie für die Teilnahme an den folgenden Schulungs- und Pilotaktivitäten rekrutiert und ausgewählt werden.

Die Partner werden die Aufforderung unter den KMU bekannt machen, die bereits an einer vorläufigen Umfrage teilgenommen haben, die von (Name des jeweiligen Partners je nach Land) verschickt wurde. Alle Partner werden ihre formellen / informellen Netzwerke nutzen, um KMU zu erreichen, aber auch nationale und europäische Netzwerke von Personalleitern, Gewerkschaften, Arbeitgebern/Arbeitnehmerverbänden, denen sie unser Thema “Neurodiversität am Arbeitsplatz” vorstellen werden, mit dem Ziel, als Multiplikatoren zu wirken.

Um dem Aufruf zum Handeln zu folgen, finden Sie hier einige einfache und nützliche Tipps:

- Prägnant sein - die Kürze und Unmittelbarkeit des Aufrufs lenkt die Aufmerksamkeit des Nutzers auf das, was zu tun ist;
- Machen Sie neugierig - je kreativer der Text ist, desto mehr Aufmerksamkeit erregt er;
- Konzentrieren Sie sich auf das Ziel, fordern Sie den Nutzer zum Handeln auf, verwenden Sie Begriffe wie “besuchen, entdecken, herunterladen” usw.
- den Nutzen hervorheben und Dringlichkeit erzeugen - das bedeutet, die Vorteile hervorzuheben, die die Aktion mit sich bringt. Als ob Sie sagen wollten: “Betrachten Sie es als eine echte Weiterbildungsmöglichkeit, bringen Sie Ihre Führungsrealität ins Spiel, denn Sie werden zu den ersten KMU-Unternehmen gehören, die kulturell etwas zum Thema Neurodiversität am Arbeitsplatz bewegen. Sie können uns Ihre Absichten mitteilen, indem Sie ...“

STANDARDTEXT FÜR DEN CALL TO ACTION

Sehr geehrte ...
im Rahmen des Projekts ERASMUS + Neurodiversität am Arbeitsplatz möchten wir Ihr Unternehmen dabei unterstützen, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das alle einbezieht und die Talente neurodiverser Mitarbeiter fördert, indem wir die folgenden Möglichkeiten und Ressourcen anbieten.

Angebot	Ziel	Zeitplan
Studienzirkel am Arbeitsplatz zum Austausch von Erfahrungen, Bedürfnissen und Kompetenzen im Zusammenhang mit der Förderung der Neurodiversität am Arbeitsplatz	KMU und Kleinstunternehmen Führungskräfte, Personalleiter und Mitarbeiter	Von März bis Juni 2023
Schulung "Entdeckung der Neurodiversität als wichtiger Aktivposten in modernen Unternehmen"	KMU und Führungskräfte von Kleinstunternehmen	Von September bis November 2023
Schulung "Förderung der Neurodiversität am Arbeitsplatz zur Verbesserung der Talente und des Wohlbefindens der Menschen"	für Mitarbeiter von KMU und Kleinstunternehmen, Personalleiter und Verantwortliche für Sicherheit und Gesundheitsschutz	von September bis November 2023
Mentoring mit Experten für Neurodiversität zur Erprobung von Strategien, Methoden, Praktiken und Instrumenten für Management, Karriere- und berufliche Entwicklung, Anpassung des Arbeitsumfelds	Führungskräfte von KMU und Kleinstunternehmen, Personalleiter und -mitarbeiter	Von Januar bis Mai 2024

Wenn Sie an einer Teilnahme an diesen Aktivitäten interessiert sind, füllen Sie bitte das folgende Formular aus.

Mit dem Ausfüllen des Formulars meldet sich das Unternehmen für die Projektaktivitäten an. Die Anmeldung kann dann bestätigt werden, sobald die Inhalte, die Durchführungsmethoden und die Zeitpläne der Aktivitäten im Detail festgelegt sind.

Außerdem können Sie, falls Sie noch nicht teilgenommen haben, unsere Umfrage ausfüllen, um die laufende Forschung und Datenerhebung über Neurodiversität am Arbeitsplatz und die ermittelten Bedürfnisse zu unterstützen.

Wenn Sie mehr wissen möchten, besuchen Sie unsere Website

Um über unsere nächsten Schritte informiert zu werden, folgen Sie uns

LinkedIn

Twitter

Facebook

Literaturverzeichnis

- Deloitte, **The six signature traits of Inclusive Leadership**, 2016
- Deloitte Review, **The Diversity and Inclusion revolution**, 2018
- BSR, **Business Leadership for an inclusive economy: a framework for collaboration and impact**, 2015
- Global Compact Network Turkey, **Diversity and Inclusion Guide for Business**, 2020
- Manager Italia, **7 Condizioni per essere leader inclusivi**, 2020
- Singer, J., **Neurodiversity: the birth of an idea**, 2016

