



SKIVRE Trainingsmodul 1:

Einführung

Autor*innen:

Jordi Mallarach

Angela Ivanova

Wolfgang Kniejski

Einrichtungen:

FRH - Future for Religious Heritage

INI-Novation Bulgaria

OOD



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden. Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023

Dieses Trainingsmodul ist Teil des **SKIVRE**-Trainingsprogramms mit insgesamt 10 Lernmodulen, das im Rahmen der Erasmus+ Strategischen Partnerschaft „**SKIVRE - Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage / Kompetenzentwicklung für die Inwertsetzung des europäischen Religionserbes**“ entwickelt wurde.

Im Rahmen von **SKIVRE** entwickelte ein Team aus 6 europäischen Institutionen - alle im Kontext der Erhaltung des religiösen Erbes - ein Qualifizierungsprogramm für die Herstellung und Vermarktung hochwertiger handgefertigter Produkte europäischer Klöster. Die Trainingsinhalte auf einen Blick:

SKIVRE Trainingsprogramm
Modul 1: Einführungsmodul
Modul 2: Marketingstrategien
Modul 3: Klosterprodukte
Modul 4: Wie man Klosterprodukte authentisch verkauft
Modul 5: Vertriebsstrategien
Modul 6: Soziale Medien und Kommunikation
Modul 7: Wertsteigerung durch Netzwerke
Modul 8: Aufbau einer starken Marke
Modul 9: Finanzierungsstrategien
Modul 10: Nachhaltigkeitsaspekte

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage <https://skivre.eu/>

Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingsmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>.

Inhalt

Über das Modul.....	1
Trainingsbeschreibung	1
Ziele dieses Trainingsmoduls	1
Zielgruppen	1
Erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten nach Abschluss dieses Moduls	2
Trainingsmethode	2
Einheit 1. Einführung in SKIVRE	6
Einheit 2. Mönchtum und Klosterprodukte	7
Einheit 3. Warum das SKIVRE Trainingsprogramm?	9
3.1. SKIVRE Umfrage	9
3.2. SKIVRE Trainingsprogramm.....	9
3.3. Terminologie	11
3.4. Zusammenfassung	11
Danksagungen.....	1

Über das Modul

Trainingsbeschreibung

In diesem Modul erfahren Sie mehr über das **SKIVRE** Qualifizierungsprogramm und warum es für Klöster, die ihre eigenen Klosterprodukte herstellen, wichtig ist, einen Produktionsprozess zu starten oder ihre Verkaufsprozesse zu verbessern. Es bietet einen Überblick über die Struktur des Qualifizierungsprogramms und die vorab identifizierten Bedarfe von 20 Klöstern in Europa, katholisch, orthodox und protestantisch, mit verschiedenen klösterlichen Tätigkeiten.

Dieses **SKIVRE**-Modul ist nach folgenden Lerninhalten aufgebaut:

- Einführung in das SKIVRE-Projekt
- Mönchtum und Klosterprodukte als jahrhundertalte Tradition
- heutige Bedarfe der Klöster
- Überblick über die Module und die Terminologie.

Ziele dieses Trainingsmoduls

Das Hauptziel dieses Moduls ist es, einen allgemeinen Überblick über die Hauptthemen des **SKIVRE** Qualifizierungsprogramms zu geben und die Terminologie aller folgenden Module des Programms zu erläutern. Die Module wurden von Expert*innen in einem systemischen Prozess entwickelt. Sie wurden von Anwender*innen, Trainer*innen und Zielgruppen getestet und in einem iterativen Prozess aktualisiert. Alle Module offerieren Ihnen Übungen und nehmen Bezug auf so genannte „Gute Beispiele“, um Ihr Wissen zu vertiefen.

Zielgruppen

Alle **SKIVRE**-Fortbildungsmodule sind auf die Ausbildungsbedarfe der Mönche und Nonnen, des Managements, des Personals und der Freiwilligen in europäischen Klöstern ausgerichtet, unabhängig davon, ob sie von katholischen oder protestantischen Orden oder der orthodoxen Kirche, von öffentlichen oder privaten Trägern betrieben werden.

Alle Module sind für alle Zielgruppen relevant, einige haben jedoch einen spezifischeren Charakter. Sie sind alle miteinander verbunden. Sie unterscheiden sich im Hinblick auf Informationen, Fertigkeiten und vorhandenes Kompetenzniveau und richten sich an drei Zielgruppen:

- **Zielgruppe 1:** für Personen, die auf der Umsetzungsebene arbeiten, z.B. in Klosterläden, werden drei Module empfohlen: Modul 1 als Einführung in die Fortbildung, Module 3 und 4 über klösterliche Produkte und den authentischen Verkauf klösterlicher Produkte. Personen, die beginnen, über strategische Aspekte nachzudenken, können sich von Modul 7 über Wertschöpfung durch Vernetzung inspirieren lassen.
- **Zielgruppe 2:** für Personen mit besonderen Kenntnissen oder Erfahrungen oder einem bestimmten Hintergrund und/oder bestimmten Aufgaben in der Klosterleitung bieten die Module 2 über Marketingstrategien, Modul 5 über Vertriebsstrategien, Modul 8 über die Schaffung einer starken Marke und Modul 6 über soziale Medien und Kommunikation Lerninhalte und Reflexion.
- **Zielgruppe 3:** für Personen auf Strategieentscheidungsebene mit hochspezialisiertem / erfahrenerem Hintergrund und entsprechenden Aufgaben in einem Kloster (Modul 9 zu Finanzierungsstrategien und Modul 10 zu Nachhaltigkeitsaspekten).

Erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten nach Abschluss dieses Moduls

Nachdem Sie sich mit diesem Einführungsmodul vertraut gemacht haben, werden Sie:

- wissen, was das **SKIVRE**-Projekt ist;
- sich über das **SKIVRE**-Qualifizierungsprogramm und die Gründe seiner Entwicklung im Klaren sein;
- mehr über die Bedarfe der heutigen Klöster im Bereich der Produktion und im Angebot von Klosterprodukten erfahren haben;
- verstehen, wie die Lerninhalte in den verschiedenen Modulen zusammenhängen und so ein komplettes Programm bilden.

Trainingsmethode

SKIVRE setzt auf einen interaktiven Trainingsansatz, unabhängig davon, ob Sie ihn als eigenständigen Kurs nutzen oder von einem Trainer angeleitet werden. Alle Qualifizierungsmodule beinhalten:

- individualisierte Selbstlerneinheiten - eine leistungsfähige Lernmethode, die es jedem und jeder Lernenden ermöglicht, auf der Grundlage eigener Erfahrungen und Kenntnisse sowie auf der Grundlage neu erworbenen Wissens selbstständig Entscheidungen zu treffen;
- Selbsteinschätzung - laufende Selbsteinschätzungstests oder Übungen, die die Lernenden vor Beginn jedes nachfolgenden Moduls an ihre/n Trainer*in schicken;
- Sie können auch in kleinen Gruppen von 2 oder 3 Personen arbeiten, z.B. wenn Sie sich entscheiden, einzelne oder alle Module mit Kolleg*innen als Selbstlerngruppe in Ihrem Kloster oder mit Unterstützung eines externen Trainers umzusetzen.

Sie erwerben Wissen einzeln oder in einer Gruppe mit:

- Trainingsmaterialien;
- Schulungsunterlagen in neun **SKIVRE** Qualifizierungsmodulen;
- der interaktiven **SKIVRE** online-Schulungsplattform: www.skivre.eu/training, über die sie sich Lerninhalte aneignen und Übungen ausführen können;
- moderierten Trainingseinheiten für das Lernen in einer Gruppe mit einem/einer professionellen Trainer*in.

Trainingsinhalt

Einheit 1. Einführung in SKIVRE

SKIVRE - "Skills Development for the Valorisation of European Religious Heritage" ist ein vom Erasmus+ Programm der Europäischen Union finanziertes Projekt. Das Projekt begann im September 2018 mit einer Gesamtdauer von 24 Monaten und brachte folgende Resultate: eine interaktive digitale Lernplattform, ein mehrsprachiges Ausbildungsprogramm, ein Verkaufshandbuch für Klosterprodukte und eine Veröffentlichung über historische Handwerke der Klöster und ihres Potenzials für soziale Unternehmen im ländlichen Raum. Ziel des Projekts war es, ein Fortbildungsprogramm anzubieten, das sich in engagierter und verantwortungsbewusster Art und Weise an die Leitung, das Personal, die Mönche und Nonnen der europäischen Klöster und Klosterläden richtet.

Das Training zielt darauf ab, Unterstützung für die Entwicklung und den Verkauf hochwertiger Klosterprodukte zu geben, um Mittel für die Erhaltung religiöser Kulturgüter aufzubringen. Natürlich sind Produktion und Produktverkauf ein kommerzielles Geschäft für ein Kloster, und Klöster müssen den Kompromiss finden, um sicherzustellen, dass dieses Geschäft die Kernziele des Klosters nicht übersteigt.

Das folgende **SKIVRE**-Trainingsprogramm ist in 10 Modulen organisiert und umfasst Themen wie: angemessene Nutzung von Netzwerken, Zusammenarbeit mit erfahrenen Partnern, Produktkategorien und Präsentation, Verkauf von Klosterprodukten ohne Einschränkung ihrer "Authentizität", Kennzeichnung der Produkte, Nutzung von sozialen Medien und dem Internet für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit, Markenbildung, Finanzierung von Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Produktentwicklung, Vertrieb von Produkten und Verwaltung eines nachhaltigen Klosterladens.



Abbildung 1: Die **SKIVRE** Qualifizierungsmodule

Schlüsselwörter:

SKIVRE, Trainingsprogramm, Trainingsplan, Module, europäisches Projekt, Erasmus +

Einheit 2. Mönchstum und Klosterprodukte

Das Mönchstum existiert seit Jahrtausenden als eine Lebensform, die in verschiedenen religiösen Traditionen wie dem Christentum, dem Buddhismus und dem Hinduismus vorkommt.

Als erste Überlegung ist anzumerken, dass der Merkantilismus von einigen Mönchsorden verpönt wurde, deren Hauptzweck es ist, ein spirituelles und religiöses Leben zu führen. Allerdings ist der Verkauf von Produkten zum Lebensunterhalt oder zur Finanzierung klösterlicher Tätigkeiten seit langem weit verbreitet und wird praktiziert. Oft werden Klosterprodukte Teil der "Seele" des Klosterlebens, welche eng in dessen Alltag integriert sind.

Viele kontemplative Mönchsgemeinschaften haben die Arbeit als wesentlichen Bestandteil ihres Gebetslebens integriert. Ein bekanntes Beispiel ist das der katholischen Mönche, die der Regel des Heiligen Benedikt folgen; "ora et labora" - beten und arbeiten. So wird die tägliche Arbeit zu einem wesentlichen Bestandteil des spirituellen Lebens. Ein weiteres Prinzip, das in den Mönchsorden zu finden ist, ist das der Selbstversorgung, das im orthodoxen Christentum als "αὐταρχία" - Autarkie - vorgeschrieben ist. Diese Eigenständigkeit hat das Ziel, ein Höchstmaß an materieller Freiheit zu erreichen, damit sich die klösterliche Gemeinschaft ungehindert auf ihre Mission konzentrieren kann.

Während einige klösterliche Gemeinschaften Subsistenzlandwirtschaft betreiben oder eine kleine Produktion mit dem Schwerpunkt auf der Selbstversorgung betreiben, verkaufen andere ihre Produkte bereits seit Jahrhunderten. Die Produktion reicht von Lebensmitteln wie Honig oder Käse bis hin zu alten handwerklichen Erzeugnissen, die vom Meister zum Schüler weitergegeben wurden, wie Ikonen oder andere religiöse Gegenstände. Ein bemerkenswertes Beispiel dafür ist die religiöse Kunst der Klöster auf der Halbinsel Athos, die in der gesamten christlich-orthodoxen Welt und darüber hinaus bekannt ist. Der Verkauf dieser Produkte war eine Möglichkeit, ihre Gemeinschaften zu unterstützen und zur Erhaltung ihres lebendigen religiösen Erbes beizutragen - der Klostersgemeinschaft und ihrer Gebäude.

Es ist jedoch wichtig zu verstehen, dass der Bau und die Erhaltung des religiösen Erbes sehr kostspielig sind und Klöster sich in der Vergangenheit ausschließlich auf Spenden verlassen haben. Während einige Spenden direkt geleistet wurden, wird der Kauf von Klosterprodukten durch Laien und Pilger*innen zur Unterstützung der Klostergemeinschaften und damit auch ihrer religiösen Stätten angesehen.

Durch den Verkauf ihrer Produkte haben Klöster Bindungen zur Welt und deren Menschen aufgebaut, die im Kauf der qualitativ hochwertigen Produkten einen Mehrwert zur Erhaltung der Klostergemeinschaften sehen. Es ist wichtig sich daran zu erinnern, dass Klosterprodukte nicht mit Blick auf den Marktwettbewerb hergestellt werden, sondern vom Streben nach Perfektion im klösterlichen Leben inspiriert sind. Daher wird die Arbeit mit Konzentration und Achtsamkeit durchgeführt, mit einem Ziel, das oft sehr weit von einer kommerziellen Unternehmung entfernt ist.

Einige klösterliche Produkte sind weltweit anerkannt und das Ergebnis einer fachkundigen Vermarktung, wie das Bier der Trappistenmönche in Belgien oder der Chartreuselikör der Kartäuser in Frankreich. Diese bekannten Fälle sind oft das Ergebnis einer langjährigen Zusammenarbeit zwischen mehreren Klostergemeinschaften, die an der Produktion und dem Verkauf beteiligt sind, was den Mehrwert der Zusammenarbeit und der Vernetzung beim Verkauf von Klosterprodukten unterstreicht.

Schlüsselwörter für Einheit 2:

Mönchstum, Klosterprodukte, klösterliche Gemeinschaften, Produktion

Einheit 3. Warum das SKIVRE Trainingsprogramm?

3.1. SKIVRE Umfrage

Durch eine Befragung von 20 europäischen Klöstern – katholisch, orthodox und protestantisch – wurde die Notwendigkeit deutlich, den Verkauf und die Wertschätzung von Klosterprodukten zu verbessern. Alle Einnahmen, die die Klöster aus ihren Tätigkeiten erzielen, unterstützen die nachhaltige Bewirtschaftung der Klostergebäude und das Klosterleben. Eine Umfrage¹ im Januar/Februar 2019 hat den Bedarf der Klöster an Wissen über die folgenden Themen identifiziert:

- Wie sie ihre Produktions- und Vertriebsaktivitäten aufrechterhalten können;
- Wie man das Produktportfolio in den Klosterläden attraktiv und nachhaltig gestaltet;
- Wie Produkte an verschiedene Kundengruppen verkauft werden können;
- Wie man das Internet/soziale Medien zur Unterstützung des Verkaufs nutzt;
- Wie wichtig die Vernetzung für die Unterstützung und Nutzung von Produktion und Vertrieb ist und
- Wie man eine starke Marke aufbaut.

Alle Themen beziehen sich auf typische wirtschaftliche Tätigkeiten in den Bereichen Marketing und Kommunikation, daher müssen wir die Inhalte unserer Trainingsmodule mit ökonomischer Ausrichtung aufbereiten.

3.2. Das SKIVRE Qualifizierungsprogramm

Das **SKIVRE** Qualifizierungsprogramm besteht aus vier Teilen, die sich gegenseitig ergänzen:

- Trainingsinhalte, die in einem Trainingsmodul präsentiert werden,
- Übungen zur Selbstverbesserung und zum Testen der erworbenen Kenntnisse,
- Fallstudien, die bewährte Verfahren und andere praktische Beispiele zur Verdeutlichung der Trainingsinhalte vorstellen.

¹ Die vollständigen Ergebnisse der Umfrage sind auf der **SKIVRE**-Homepage veröffentlicht: www.skivre.eu

- bewährte Praktiken zur Verdeutlichung der Trainingsinhalte.

Das **SKIVRE**-Qualifizierungsprogramm umfasst neun Trainingsmodule, die entwickelt wurden, um Manager*innen, Mitarbeiter*innen, Mönchen und Nonnen die Werkzeuge und das Know-how an die Hand zu geben, um so das Marketing und den Verkauf von Klosterprodukten erfolgreich zu verbessern.

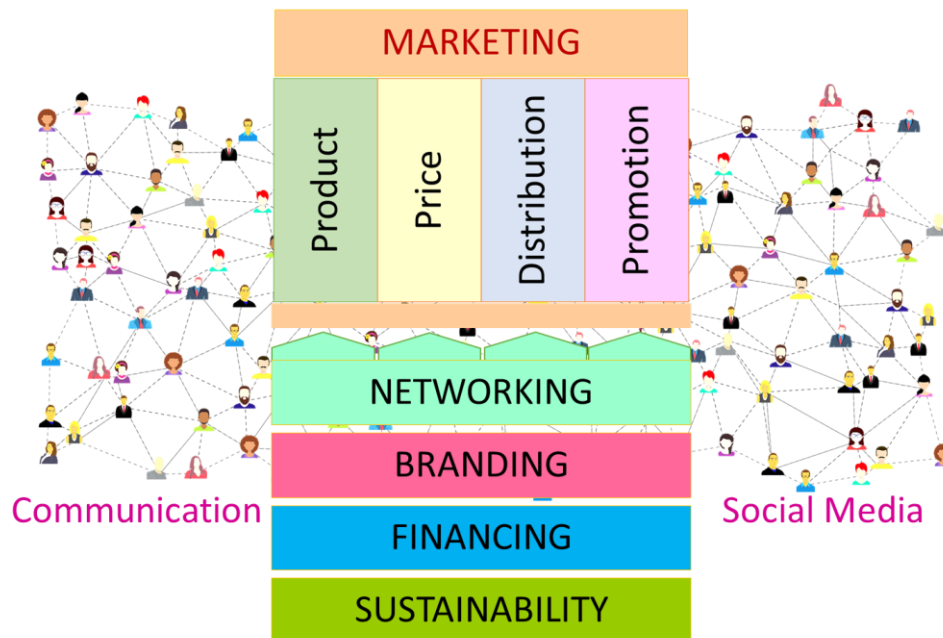


Abbildung 2. Ein Überblick über die Themen der Module und wie sie zusammenwirken

Nach diesem Einführungsmodul gibt das Trainingsprogramm einen Überblick über **Marketing und Marketingstrategien** in Modul 2 "Marketingstrategien". Das Marketing ist die Haupttätigkeit, welche die Produktentwicklung, Preisgestaltung, verschiedene Vertriebswege und Werbemittel umfasst. Nach dieser allgemeinen Einführung werden die Marketingkenntnisse im Modul 3 "**Klosterprodukte**" und im Modul 4 "**Wie man authentische Klosterprodukte verkauft**" unter Bezugnahme auf die Aspekte der Produktrichtlinien vertieft. Darüber hinaus ergänzen die Module 5 "**Vertriebsstrategien**" und 6 "**Kommunikation und soziale Medien**" das theoretische Wissen über Marketing- und Marketingstrategien, was auch durch praktische Beispiele und Übungen veranschaulicht wird.

Darüber hinaus sind die vier strategischen Bereiche eng mit allen Marketingaktivitäten verbunden, nämlich Vernetzung, Markenbildung, Finanzierung und nachhaltige Entwicklung. Diese Themen werden in Modul 7 "**Wertschöpfungsnetzwerke**", Modul 8 "**Aufbau einer**

starken Marke", Modul 9 "**Finanzierungsstrategien**" und Modul 10 "**Nachhaltigkeit**" vorgestellt. Abbildung 2 "Ein Überblick über die Themen der Module" fasst die Zusammenhänge der Module innerhalb des gesamten Trainingsprogramms zusammen.

3.3. Terminologie

Es gibt mehrere Begriffe, die in den Modulen verwendet werden, und die für ihren jeweiligen Verwendungszweck richtig definiert sein sollten, um verstanden zu werden. Die in den Modulen enthaltenen Erklärungen streben nicht nach einem "profitorientierten" Ansatz, sondern verwenden eine "ökonomische" Terminologie, um bestimmte Konzepte angemessen anzusprechen. Diese sollten aber keinesfalls diejenigen einschüchtern, die mit diesen Begriffen oder Konzepten nicht vertraut sind, da sie durch Beispiele leicht verständlich sind.

Die Begriffe "Produkt" und "Marketing" werden in den Modulen in Bezug auf die von den Klöstergemeinschaften hergestellten oder verkauften Gegenstände mit größtem Respekt verwendet, wobei das **SKIVRE**-Team sich bewusst war, dass die Erstellung von Produkten nicht das wesentliche Element des klösterlichen Lebens ist, sondern ein Mittel zum Zweck. In diesem Zusammenhang zielen die Module nicht darauf ab, klösterliche Produktionen zur Nachahmung gewinnorientierter Unternehmen zu ermutigen, denn die **SKIVRE**-Partner*innen waren sich bewusst, dass Klosterprodukte nicht nur aus materieller Sicht - den Eigenschaften des Produkts selbst - analysiert werden sollten. Ihre Qualität liegt vielmehr in einem ganzheitlichen Ansatz, indem Produkte in ihren verankerten Traditionen und ihrem Zweck im klösterlichen Leben verstanden werden, und nicht vorrangig als Mittel zur Erzielung von Einnahmen für die klösterliche Gemeinschaft. Es ist das ausdrückliche Anliegen von **SKIVRE**, Klöster und klösterliche Gemeinschaften bei den praktischen Elementen der Vermarktung und des Verkaufs von Klosterprodukten zu unterstützen, indem verschiedene „Werkzeuge“ angeboten werden, die auf vielfältige Weise verwendet und an die Bedürfnisse oder Präferenzen jedes Klosters oder Klosterladens angepasst werden können.

3.4. Zusammenfassung

Mit dem Ziel, das religiöse Erbe Europas zu schützen und die Klöstergemeinschaften und ihre Klostergebäude zu erhalten, bieten diese **SKIVRE**-Module Hilfestellung für Mitarbeiter*innen in Klosterläden, für Manager*innen der Klosterproduktion oder des Verkaufs sowie für Mönche und Nonnen, die an der Herstellung von Klosterprodukten beteiligt sind.

Fallstudien deuten darauf hin, dass sich mehrere Klöster nach und nach dafür entschieden haben, kommerzielle Tätigkeiten vom klösterlichen Leben zu trennen. Sie stellen stattdessen Laien ein, um den Kontakt zu Kund*innen, Lieferketten und Marketing von den klösterlichen

Aufgaben zu trennen. Oftmals sind diese Klöster erfolgreich und können das Klosterleben intakt halten und denjenigen, die mit ihren Klosterprodukten arbeiten, Inspiration bieten. In anderen Fällen werden die Klosterläden und -produktionen noch immer von Mönchen und Nonnen geführt, die alle damit verbundenen Aufgaben übernehmen. In allen Fällen könnte die Anwendung von Ideen aus bestehenden Fallstudien oder Hilfsmitteln wie diesen Qualifizierungsmodulen dazu beitragen, das allgemeine Zusammenleben zwischen dem klösterlichen Leben und der Produktion und dem Verkauf von klösterlichen Produkten zu verbessern.

Schlüsselwörter für Einheit 3:

SKIVRE, Umfrage, Terminologie, Klosterprodukte, Kloster

Die SKIVRE Partnerschaft:

Stärkung der Klöster, um das Potenzial der Klosterprodukte zu nutzen

SKIVRE ist ein Erasmus+-Projekt, das darauf abzielt, Management, Personal, Mönche und Nonnen in Klöstern mit einem interaktiven Fortbildungsansatz zu unterstützen, indem sie relevante Fähigkeiten erwerben, um Einnahmen für die Erhaltung von Stätten des religiösen Erbes zu erzielen.

Die **SKIVRE**-Homepage <https://skivre.eu> (mit Zugang zu vielen sozialen Medien) bietet einen inspirierenden mehrsprachigen Blog über Klosterprodukte, Daten und Analysen, Bildungsmaterialien und Schulungsveranstaltungen in sieben europäischen Ländern.

Die **SKIVRE**-Partnerschaft besteht aus einem multidisziplinären europäischen Team, das die Zielgruppen und das Fachwissen vereint, die für die Entwicklung des Trainingsprogramms erforderlich sind:

media k GmbH | DEUTSCHLAND (Projektleitung)

media k GmbH verfügt über langjährige Erfahrungen in der Erhaltung des religiösen Erbes und im Management von Kulturerbeprojekten. www.media-k.eu

Future for Religious Heritage | BELGIEN

Future for Religious Heritage ist eine nicht-religiöse Organisation, die für alle zugänglich ist. Sie bringt diejenigen zusammen, die sich für den Erhalt des religiösen Erbes in ganz Europa einsetzen. www.frh-europe.org

GUNET | GRIECHENLAND

GUNET ist ein griechischer Spezialist für die Entwicklung von Online-Lernplattformen, die unterschiedliche Arten von Lernerfahrungen anbieten, welche an verschiedene Themen angepasst werden. www.gunet.gr

INI-Novation Bulgaria OOD | BULGARIEN

INI-Novation ist ein Bildungsanbieter, der sich auf die Generierung wirtschaftlicher Effekte aus dem Kulturerbe spezialisiert hat.

www.ini-novation.com

Kloster Bronnbach | DEUTSCHLAND

Das Kloster ist ein ehemaliges Zisterzienserkloster, das heute von einer Behörde im deutschen Taubertal betrieben wird. Das Kloster entwickelt eigene Klosterprodukte. www.kloster-bronnbach.de

Wissenschaftsinitiative Niederösterreich | ÖSTERREICH

Wissenschaftsinitiative ist ein Bildungsanbieter mit langjähriger Erfahrung in der Entwicklung von Lernplattformen und Lernmaterialien für den Kulturerbeerhalt. www.wissenschaftsinitiative.at

Dank

Die SKIVRE Fortbildungsmodule sind ein Ergebnis des **SKIVRE**-Projekts und einer engagierten europäischen Zusammenarbeit. Die **SKIVRE**-Partner*innen brachten ihr unterschiedliches Fachwissen und Überprüfungsmethoden ein.

Die Partnerschaft drückt hiermit ihren nationalen Berater*innen ihren aufrichtigen Dank aus, die mit ihrem umfangreichen Wissen und ihrer Kooperationsbereitschaft zu diesem Fortbildungsprogramm beigetragen haben:

- Martin Erdmann / MANUFACTUM (Deutschland)
- Stefan Beier / Klosterland Netzwerk (Deutschland-Polen)
- Boris Dimitrov / Experte für religiöses Erbe (Bulgarien)
- Jan Jaspers / Centrum voor Religieuze Kunst en Cultuur vzw - CRKC, (Belgien)
- Sotirios Despotis, Fakultät für Sozialtheologie der Nationalen und Kapodistrischen Universität Athen (Griechenland)

Mit der Bitte um Beachtung

Der Inhalt dieses SKIVRE- Trainingsmoduls kann von der englischen Fassung, welche die Ausgangsfassung der Übersetzungen war, abweichen, da auf nationaler Ebene nicht alle Voraussetzungen gleich oder relevant sind.

Übersetzung: Pretzel Creative www.pretzel-creative.com, Edinburgh

Endredaktion: Karin Drda-Kühn / media k GmbH (Bad Mergentheim)

Stand: Mai 2020