

4. seminārs – Vadlīnijas izglītotājiem

1. Kāpēc tīkli? – 10 un vairāk iemeslu, kāpēc tīkli (jaunuzņēmumiem) ir svarīgi! (prāta vētras uzdevums)

Dodiet studentiem uzdevumu ar prāta vētras metodi noteikt vismaz 10 iemeslus, kāpēc tīkli ir tik nozīmīgi (jau ietilpst e-mācību kursa saturā). Lai viņi paši apkopo desmit lietu sarakstā arī savus papildinājumus.

Nav neviena, kas zinātu visu
Kontakti nodrošina klientus
Pašpārliecinātība palielinās
Kopā, nevis atsevišķi
Rodas interesanti projekti
Pastāvīga apmācība
Tas ir jautri!
Izkļaidēšanās ir laba lieta
Izklūt no strupceļa
Personiskās izaugsmes atbalsts
Tagad tas ir jūsu ziņā
Avots: https://bileico.com/blog/warum-netzwerken-fuer-existenzgruender-so-wichtig-ist.html

2. Kur es varu veidot sociālo tīklu? (uzdevums)

- Tikšanās ar draugiem;
- Ģimenes svinības;
- Tradicionālie svētki (piemēram, festivāli, karnevāli, pilsētas svētki);
- Sporta un atpūtas pasākumi;
- Apmācības, semināri, pasākumi;
- Kongresi un tirdzniecības izstādes;
- Korporatīvie pasākumi.

Iedaliet šīs tikšanās kā privātus un uzņēmējdarbības pasākumus. Kurās tikšanās jūs piedalāties? Kurās nepiedalāties, kāpēc?

Privāti	Uzņēmējdarbības

3 “Mans personīgais tīkls”

3.1 Kuras personas es pazīstu? Nosauciet 5 – 10 cilvēkus katrā grupā! Kurš spēj jūs atbalstīt?

Personas	Kas?	
Ģimene		
Draugi		
Apkārtne		
Skola: bijušie klasesbiedri (piemēram, pastāvīgie draugi)		
Uzņēmējdarbība		
Pieaugušo tālākizglītības un apmācības kurss		
Studiju biedri (piemēram, absolventi)		
Kolēģi/bijušie kolēģi		
Pakalpojumu sniedzēji, piemēram, frizieris, auto remontdarbnīcas, apdrošināšanas aģents		
Goda postenis, bezpēļņas asociācijas, klubi		
Karjeras centrs/ Palīdzība bezdarbniekiem/ Pašpalīdzība bezdarba situācijā		
Pasākumi		
Biedrības un citas apvienības		

(piemēram, pašdarbības kolektīvi)		
Citi		

Darbību secība:

- Esošo kontaktu novērtēšana (prāta vētras metode);
- Sociālo tīklu raksturierzīmju apkopošana (plaši/vāji attīstīts, regulāra/neregulāra aktivitāte, svarīgs/ne visai svarīgs, problemātisks);
- Sava tīkla vizualizācija (attiecību attēlošana ar bultiņām: SEVI attēlojiet vidū, ja tiek izmantota zirnekltīkla forma).

3.2 Kādi ir labi iemesli tīkla izveidei?

Nosauciet vismaz 5 iemeslus personiskā un 10 iemeslus profesionālā tīkla izveidei! Vai veidojas pārklāšanās?

5 iemesli personiskā tīkla izveidei
Saliedētības nodrošināšana Atbalsts un iedrošinājums Palīdzība, ja nepieciešams
10 iemesli profesionālā tīkla izveidei
Kopienas uzturēšana Apvāršņa paplašināšana Tehniskā apmaiņa

3.3 Ar tīkliem saistītu apgalvojumu apspriešana

Uzdevums:

Apspriediet šādus apgalvojumus ar savu blakussēdētāju. Vai piekrītat apgalvojumiem, vai varat papildināt?

“Man nepalīdzēs pat tūkstoš “XING” kontaktu, kuri patiesībā nepazīst mani.”

“Tīklošanai ir jābūt dabiskai ikdienas dzīves sastāvdaļai.”

“Tīkla veidošana nenožīmē labāko draugu atrašanu.”

“Tīklošanas gaitā uzticība un uzticamība ir svarīgāka par neizpildāmiem solījumiem.”

“Tīklu veidošana galvenokārt ir uzticības jautājums.”

“Tīkli nav sasaistīti nesaraujamām saitēm.”

4. Neformālā saruna:

Nav noteikumu, kā veidot neformālās sarunas (*small talk*). Anglosakšu valstīs neformālās sarunas, protams, ir pašsaprotama lieta. Vāciešiem, savukārt, klājas grūtāk ar neformālajām sarunām. Tomēr ir dažas tēmas, kuras parasti ir piemērotas neformālajām sarunām:

- Kā gāja ceļojumā? No kurienes jūs esat? Kuru semināru/lekciju jūs klausīsieties?

Neobligātās tēmas:

- hobiji un sporta aktivitātes,
- brīvdienas un galamērķi,
- bērni,
- aktuālas tēmas (taču esiet piesardzīgi!),
- komplimenti, iespējams, apģērbs,
- laika apstākļi.

Šādas tēmas ir maz piemērotas vai nepavisam nav piemērotas:

- politika un reliģija,
- dzimums un apvainojumi,
- sports (piemēram, futbola kluba līdzjutējs),
- nauda.

Noslēdziet sarunu pieklājīgi un pateicīgi. Pateicieties par interviju vai svarīgiem padomiem. Pēc neformālās sarunas jūs varat iedot savu vizītkarti, lai gan tas nav obligāti.

5. Biežākās tīklošanās kļūdas

Kļūdas	Padomi
Neregulāra vai pārāk novēlota tīklošanās Jūs vēlaties saņemt vērtīgu padomu, atrast sadarbības partnerus, jaunu darbu vai piesaistīt riska kapitālu, tāpēc sākat meklēt kontaktpersonas. Taču, ja sākat veidot tīklu tikai tad, kad ir kāda nepieciešamība, tad parasti ir par vēlu. Šādā gadījumā varat arī riskēt, ka tiksiet apzīmēts kā "persona, kas sazinās tikai tad, kad viņam vai viņai kaut kas ir nepieciešams". Protams, bez konkrētiem mērķiem nav liela pamudinājuma veidot savu tīklu. Tomēr ir svarīgi iesaistīties tīklošanā regulāri un BEZ viena iemesla.	Piemēram, ja katru mēnesi veltāt laiku, lai apmeklētu pasākumus vai būtu aktīvs tiešsaistes tīklos, tīklošanās pasākumi var kļūt par pašsaprotamiem ierakstiem jūsu plānotajā-kalendārā. Šādi varat veidot kontaktu tīklu, uz kuriem svarīgos brīžos varēsiet paļauties.
Kontaktpersonu, kuras jums sekos, gaidīšana Lai cik inovatīva būtu jūsu uzņēmējdarbības ideja, cilvēki neieskries pa durvīm bez aicinājuma. Ja jūs proaktīvi nemeklēsiet interesantus kontaktus un tos	Veiksmīga tīklošanās galvenokārt nozīmē iniciatīvas uzņemšanos. Jaunuzņēmumu vidē nav nekas neparasts lūgt draugus jūs iepazīstināt ar daudzsoļām paziņām. Varat arī pajautāt agrākajiem darba

nepilnveidosiet, tad jums būs grūtības iegūt stabilu pamatu uzņēmējdarbības vidē.	kolēģiem par viņu projektiem, atstāt komentārus attiecīgos emuāros, žurnālos vai forumos, vai arī veidot tīklus ar cilvēkiem, ar kuriem jums ir kopīgas intereses.
Konkurence vai stereotipiskā domāšana Cilvēki, kuri tiecas pēc līdzīgiem mērķiem, pārāk bieži tiek uzskatīti par konkurentiem un tiek izslēgti no uzticības personu loka. Šādiem kontaktiem ir līdzīga pieredze un problēmas. Turklāt tas ir abpusēji izdevīgi, jo varat mācīties no citu kļūdām un smelties iedvesmu no citu cilvēku panākumiem. No otras puses, reti tiek pievērsta uzmanība sakaru veidošanai ar citu nozaru pārstāvjiem. Bet reizēm vislabāk saskan tieši tiem, kuri uzskata, ka viņiem ir maz apspriežamu jautājumu. Tas ir tādēļ, ka domu apmaiņa ar šīm kontaktpersonām bieži paver jaunas iespējas un attīsta jaunas perspektīvas.	Esiet atvērts! Gandrīz vienmēr ir labs laiks sākt savu uzņēmējdarbību.
Pārvērtiet iepazīšanos par pārdošanas prezentāciju Tāpat kā privātajā dzīvē, uzņēmējdarbības vidē nav pieņemts, ja cilvēki visu laiku runā par sevi un saviem plusiem. Veidojot sociālos tīklus, priekšnosacījums nav sava partnera pārvēršana par maksājošu klientu (iespējami īsā laikā), vai arī obligāta sadarbības izveide.	Satiecieties līdzvērtīgā līmenī un gūstiet savstarpēju izdevīgumu. Tas ir attiecināms arī uz zināšanām par šī cilvēka nodarbošanos. Ir svarīgi, lai veidotos dialogs, būtu savstarpēja empātija un izveidotos abpusējs izdevīgums. Tīklošanai atbilstoši principam "Te ir mana lete, un es varu piedāvāt jums visu!" nav jēgas.
Sagaidiet tūlītējus rezultātus Ja dalībnieki pievēršas šim jautājumam ar pārāk lielām cerībām, tad tīklošanās nebūs tik efektīva, kā cerēts. Daudzprāt, dažu minūšu laikā viņi var novērtēt, vai kontaktpersona ir piemērota un vai tā var palīdzēt risināt pašreizējās problēmas. Lai gan atsevišķos gadījumos tas tā noteikti ir, bet faktiski tīklošanās pamatā vairumā gadījumu ir tādu attiecību veidošanās, kuras ir izdevīgas ilgtermiņā.	Esiet pacietīgs. Faktiskie tīklošanās rezultāti bieži vien nav taustāmi. Jaunas perspektīvas, svaigas idejas, radoši impulsi vai pašrefleksija var būt tie neredzamie rezultāti, kuri, lai gan nav saistīti ar līguma parakstīšanu vai tūlītēju pārdošanas buma, ilgtermiņā veicinās jūsu un jaunuzņēmuma attīstību.
Avots: https://www.gruenderszene.de/allgemein/networking-fehler-scale11-2016-6943	

6. Vietējo tīklu reģionālie aspekti

6.1 Kuras organizācijas ir svarīgas jaunuzņēmumiem un ir iesaistītas tīklā? (uzdevums)

Organizācijas	Iespējamā informācija
Arodasociācijas, arodbiedrības	Semināru piedāvājumi apmācībai un tālākizglītībai, tirgus izpēte kopumā, nozares

	pētījumi, drukātā prese/sabiedriskās attiecības, ar uzņēmumu saistītas konsultācijas
Nozaru asociācijas, tirdzniecības kamera, amatniecības kamera	Uzņēmējdarbības konsultācijas, semināru piedāvājumi apmācībai un tālākizglītībai, adresu informācija, adresu pārdošana (piemēram, pasta sūtījumiem), reģionālās tirdzniecības izstādes, reģionālās apmācības programmas
Nodarbinātības valsts aģentūra, pašvaldības uzņēmējdarbības konsultants, vietējā bibliotēka, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra, Finanšu institūcija ALTUM, Lauku atbalsta dienests, Valsts lauku tīkls	Informācija, semināri, apmācības, atbalsta instrumenti (grantu, kredīti u.tml.)

Kuras organizācijas darbojas jūsu reģionā? Kādu atbalstu tās piedāvā? Uzziniet!

6.2 Operatīvo tīklu priekšrocības reģionam (uzdevums)

Priekšrocības	Vai manā reģionā ir kādi īpaši piedāvājumi? Vai man ir kāda laba ideja?
Izmantojiet un paplašini personiskos kontaktus reģionā	
Klātienas kontakti	
Īsi attālumi, darbības rādiuss	
Reģionālā potenciāla izmantošana	
Reģiona stiprināšana	
Jaunu vietējo/reģionālo tīklu izveide	

6.3. Kopienas kartēšana; resursu iegūšana un iespēju attīstīšana

6.3.1 Iepazīstināšana ar kopienas kartēšanu

Kopienas kartēšana (definīcija)

Kopienas kartēšana: - "Kartēšana" (angl. "mapping") = "veidot attēlu", "zīmēt karti".	Kopienas kartēšana (dažkārt saukta arī par aktīvu kartēšanu) ir saistīta ar iedzīvotāju iesaistīšanu savu apkaimes īpašumu
--	--

- Līdzdalības metode, lai vizualizētu un analizētu kopienas iezīmes. - Kopienas dalībnieki, resursi un vajadzības. - Piemērota dažādiem mērķiem (piemēram, lai iepazītu sabiedrību, noteiktu tās dalībniekus un tikšanās vietas, uzskaiti, vajadzību novērtēšanai utt.). - Ierosināma no āries, bet to var veikt vienīgi paši sabiedrības locekļi. - Vizualizācijas un grupas diskusijas, mācoties vienam no otra. Zīmējumiem nav jābūt reālajā mērogā! (Avots: http://www.hag-gesundheit.de/uploads/docs/704.pdf)	apzināšanā, iespēju meklēšanu un apkārtējās dzīves situācijas atainošanu. Šis uzdevums ir vērtīga un efektīva sabiedrības iesaistīšanas metode, jo kartes ir vizuālas un viegli sasaistāmas; tāpat kā fotoattēli un videoieraksti, tās ļauj pārvarēt saziņas grūtības, paužot sajūtas un idejas, kuras citādi būtu grūti izteikt. Katrai sabiedrībai pieder materiālie līdzekļi; pašsaprotamas ir tādas sabiedriskās iestādes kā bibliotēkas un kopienu centri, vērtīgi uzņēmumi, parki un meži. Taču vissvarīgāk – cilvēki un viņu spējas; organizētas sabiedrības grupas vai indivīdi, kuriem ir prasmes un talanti. Visas šīs lietas var kartēt, lai radītu sabiedrības kopainu, kas atspoguļo tās spējas un potenciālu. (Avots: http://lexikon.stangl.eu/15285/community-mapping/)
---	--

Novērtējiet kopienas daudzveidību. Ja resursi netiek novērtēti un (cilvēku) iespējas netiek izmantotas, kopienas kartēšana var palīdzēt identificēt, vienlaikus atklājot sabiedrības daudzveidību.

Viens no kopienas kartēšanas iemesliem ir dabas un kultūras savstarpējo attiecību atklāšana un no tām izrietošā šādu ekosistēmu un kultūras zonu aizsardzība. Sākotnēji sabiedrības kartēšanu izmantoja kā pilsētu un lauku plānošanas līdzekli, kas ilustrē sociāli-demogrāfiskās kopsakarības. Tagad to arvien plašāk izmanto kā līdzdalības procesu kopienās ar sociāliem, ekoloģiskiem un ekonomiskiem mērķiem (piemēram, lai veicinātu vietējo vai reģionālo ekonomiku), lai atdzīvīnātu iedzīvotāju kopienas un/vai vairotu izpratni par esošajiem (dabas un) sociālajiem resursiem.

Bet kāpēc tiek izmantota kopienas kartēšana?

Kopienas kartēšanas pielietojuma iespējas ir dažādas. Kopienas kartēšanu izmanto kopienas attīstībai, pildot vēl arī šādas funkcijas:

- sabiedrības iepazīstināšana, padarot to atpazīstamāku, it īpaši, lai labāk izprastu dažādus dalībniekus, attiecības un saiknes sabiedrībā;
- līdzdalības veicināšana;
- analizējot sabiedrības resursus, iespējas (potenciālu), izaicinājumus un mērķus;
- kopienas veidošanas iespēju izcelšana;
- kopienas pārveidošana;
- jaunu kopienas locekļu integrācija;
- jauniešu izglītošana par sabiedrības iesaistīšanas iespējām (sabiedrības iesaistīšanās pedagoģija);

- vietējās vai reģionālās ekonomikas veidošana, tādējādi
- kļūšana par bioreģiona daļu.

Varbūt jūs vaicājat sev, kam ir paredzēta kopienas kartēšana? Sabiedrības kartēšana ir integratīvs līdzdalības process, cita starpā tas ir paredzēts:

- apkaimju, pašvaldību, pilsētu un reģionu pārstāvjiem,
- ekspertiem, piemēram, kopienas, pilsētu un reģionu attīstībai, sociālajam darbam, integrācijas un jaunatnes darbam,
- jauniem sabiedrības locekļiem,
- jauniešiem un vecākiem pilsoņiem,
- cilvēkiem, kuri interesējas par kopienas attīstību, un bioreģioniem.

Kādas ir kopienas kartēšanas metodes un apmērs? Ir svarīgi, lai atbilstoši aplūkotajai tēmai sabiedrība tiktu aplūkota pēc iespējas saprotamākā veidā. Tieši tāpēc šādos procesos ir jā rūpējas, lai būtu labi pārstāvētas visu iedzīvotāju intereses. Papildus klasiskajai kopienas kartēšanai tiek izmantoti dažādi elementi darbam ar lielām un mazām grupām. Dziļums un apjoms ir pielāgoti pieprasījumam.

Avots: <http://derentwickler.ch/en/offers/communities-institutions/community-mapping-capturing-resources-developing-potentials/>

6.3.2. Piemērs “Ekskursijas gida pavadībā”

Viens no projekta CHEER galvenajiem tematiem ir kultūras mantojuma izmantošana, lai izveidotu uzņēmumu, piemēram, tūrisma nozarē (ekskursijas pa pilsētu gida pavadībā). Kādas ir sabiedrības kartēšanas iespējas?

Šādus objektus var ietvert un aprakstīt, un, ja iespējams, sasaistīt ar mūsdienu sabiedrību:

- ēkas (piemēram, dzīvojamās ēkas, rūpnīcas, reliģiskās celtnes utt.),
- drupas un izrakumu vietas,
- pieminekļus,
- sabiedriskās vietas (piemēram, parki, laukumi)
- kapsētas.

Par katru objektu var apkopot informāciju (piemēram, būvniecības gadu, arhitekta un īpašnieka vārdu un uzvārdu), attēlus (agrāko laiku un tagadējos) un stāstus. Vai atsevišķus objektus var iekļaut tematiskā pilsētas ekskursijā? Balstoties uz vietējiem apstākļiem, nepieciešamas kartogrāfijas pamatzināšanas, radošums un iztēle. Kuras informācijas avotus var izmantot? Muzejus, arhīvus, bibliotēkas, iemītniekus.

Neaizmirstiet par šādu jautājumu: Vai mana ideja par apskates ekskursiju ir finansiāli dzīvotspējīga?

6.3.3 Uzdevumi par kopienas kartēšanu

Izstrādājiēt sākotnējo kartogrāfisko projektu, iespējams, kopā ar citiem cilvēkiem. Kas varētu interesēt jūsu pilsētas viesus? Kāda īpaša kompetence jums pašam piemīt (sakari, vēsturiskās zināšanas, sabiedriskums...)?

- Vērsieties pie organizācijām, lai lūgtu atbalstu (Kā jūs to darīsiet? Pēc tam pieņemiet lēmumu par veidu – vēstuli, brošūru, sociālajiem medijiem, telefona sarunu ...) un sagatavojiet to.

- Simulētā partnerība.

Uzdevums: Sagatavošanās apspriedei ar citām organizācijām, lai pieņemtu lēmumu.

- Simulēts kopienas tīkls un saziņa ar vietējiem iedzīvotājiem.

Lomu spēle: Tikšanās ar citām organizācijām, lai pieņemtu lēmumu.

Uzdevums: Atrodiet un attīstiet savu projektu!

Papildinformācija:

NIKE/BAK/ICOMS (Eds., 2019. g.): Kulturerbe, ein gemeinsames Gut. Für wen und warum? Patrimoine culturel, un bien commun. Pour qui et pourquoi? Schriften zur Kulturgüter-Erhaltung Nr. 6. Bāzele

Ekskursijas gida pavadībā Hamburgā, piemēram: (<https://www.22places.de/hamburg-stadtfuehrungen/>) (<https://hamburg.mitvergnuegen.com/2017/11-aussergewoehnliche-stadtfuehrungen/>)

Ekskursija St.Pauli rajonā "Sekss & noziedzība" (18+ gadus veciem!)

Muzikālā ekskursija: Bītkli St. Pauli

Hamburgas amatus nogaršošanas ekskursija

Ekskursija "Apēd pasauli"

Atklājiēt Hamburgas ielu mākslu

Bezpaumtnieki iepazīstina ar savu Hamburgu

Kas notiek jūsu pilsētā vai reģionā?

Atsauces

Bienzle, Holger, Ferogh, Leena, Gelabert, Esther, Jütte, Wolfgang, Kolyva, Katerina, Meyer, Nick Scholze, Tim, Tilkin, Guy, Wiemann, Sabine (2009. g.): Lernpaket für Netzwerker. Vīne (<http://networks-in-education.eu/fileadmin/images/downloads/dieBerater-EU-PublikationCOMNET2009-DE.pdf>)

BMWī (2018. g.): Mehr Gründerinnen und Gründer für Deutschland: BMWī startet Gründeroffensive. Publicēts: Schlaglichter der Wirtschaftspolitik Nr. 12/2018; 5. - 7. lpp.

Rodžers M. un Stea, Deivids (1977. g.): Maps in Minds: Reflections on Cognitive Mapping, New York

Fischer, Jörg (2017. g.): Wirkung in lokaler Netzwerkarbeit. Was Beteiligte darunter verstehen und warum es einer Wirkungsdiskussion bedarf –eine explorative Studie mit Praxisempfehlungen. Erfurte (https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/90_Synergien_vor_Ort/Studie_Wirkung_in_Netzwerkarbeit_FIN.PDF)

Groll, Tina (2017. g.): Netzwerken – Klüngeln für die Karriere. Publicēts: "ZEIT-Online", 6.3.2017. (<https://www.zeit.de/karriere/beruf/2017-02/netzwerken-karriere-vorteil-frauen>)

Heas, Martina (2016. g.): Crashkurs Networking. In 7 Schritten zu starken Netzwerken. 2. izd., Minhene

[Hamburger ExistenzgründerInitiative \(HEI\): „Who is Who im Hamburger Gründungsnetzwerk. Das Hamburger Gründernetzwerk 2017/18. Hier finden Sie den richtigen Ansprechpartner. \(https://issuu.com/amgraphic/docs/who11?e=2554888/2911609\) & \(https://www.hei-hamburg.de/termine/](https://www.hei-hamburg.de/termine/)

Hoovegen, Margarita (2017. g.): What is Social Entrepreneurship? St. Catharines (CAN)

Jansen, Stephan A. (2019. g.): Warum starten Gründer eigentlich am liebsten mit guten Freunden. Publicēts: "ZEIT-Online", 23.1.2019.

Karl, Johanna (2019. g.): Saraksts "Die besten 13": Sociālie tīkli un kā jūs varat tos izmantot: <https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/die-besten-10-soziale-netzwerke-und-wie-sie-sie-nutzen/>

Liebermeister, Barbara (2012. g.): Effizientes Networking. Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln. Frankfurte pie M.

Neugebauer, Uwe und Beywl, Wolfgang (2008. g.): Methoden zur Netzwerkanalyse. Publicēts: Zeitschrift für Evaluation, Izdevums 2/2006; 249. - 286. lpp. (https://www.univation.org/sites/default/files/publikation/11_2006_beywl_methoden_zur_netzwerkanalyse.pdf)

N.N. (2006. g.): Tīklošanās: Heute schon genetzwerkt? Publicēts: "Zeit-Online", 8.2.2006. (<https://www.zeit.de/jobletter/2006/02/networking/komplettansicht>)

ÖTTL, Christine und Härter, Gitte (2004. g.): Tīklošanās. Kontakte gekonnt knüpfen, pflegen und nutzen. Hamburga

Offord, Alexander (2017. g.): Kas ir vides uzņēmējdarbība? St. Catharines

Polk, Petra (2019. g.): Erfolg mit Networking. Online und offline Kontakte (ver-)knüpfen. Freiburg

Scheler, Uwe (2003. g.): Erfolgsfaktor Networking. Minhene

„Social Entrepreneurs: Unternehmen mit sozialem Schwerpunkt sind innovativer“ Publicēts: „ZEIT-Online“ 6.1.2019. (<https://www.zeit.de/arbeit/2019-01/social-entrepreneurs-gruender-innovation-erfolg-studie-kfw>)

Social Impact gGmbH, Berlin – www.socialimpact.eu – info@socialimpact.eu

Werdes, Alexandra (2012. g.): Social Entrepreneurship: Weltretter unter sich. Publicēts: „ZEIT-Online“, 27.12.12. <https://www.zeit.de/2013/01/netzwerk-soziale-unternehmer>)

Waldron, Melanie (2013. g.): Let's Get Mapping. Mapping Communities Chicago