



Workshop 4 – Leitfaden für Trainer

Inhaltsverzeichnis

Grundsätzliches

Übung: Warum Netzwerken? 10+X Gründe warum Netzwerken (für Existenzgründer) wichtig ist!

Wo kann ich Netzwerken? (Übung)

Übersicht “Mein persönliches Netzwerk”

Welches sind gute Gründe für das Netzwerken?

Small Talk

Fehler beim Netzwerken

Regionale Aspekte lokaler Netzwerke

Welche Organisationen sind für Existenzgründer wichtig und sind Teil eines Netzwerkes?

Was sind die Vorteile von operativen Netzwerken für die Region und umgekehrt?

Gemeindekartierung mittels “Community Mapping”: Erfassung von Ressourcen & Entwicklung von Potenzialen

Beispiel “Geführte (Stadt-)Besichtigung”

Portfolio von Übungen und Kleinprojekten der Teilnehmer

Beispiel “Geführte (Stadt-)Besichtigung”



Workshop

Grundsätzliches

Übung: Warum Netzwerken? 10+X Gründe warum Netzwerken (für Existenzgründer) wichtig ist!

Wenn in der beruflichen Welt die Rede von “Vitamin B” ist, ist damit nicht der neue Szene-Smoothie gemeint, sondern Bekanntschaften, Beziehungen, Kontakte – wie auch immer man es nennen mag. Gerade als junger Existenzgründer hört man immer wieder den Hinweis: Lege dir ein gutes Netzwerk zu und knüpfe Kontakte. Aber warum sollte man das überhaupt tun? Immerhin kostet das Knüpfen und Pflegen von Kontakten sehr viel Zeit und häufig auch Geld. Wir haben einmal ein paar (überzeugende) Gründe für Sie gesammelt.

Niemand weiß alles
Kontakte bringen Kunden
Das Selbstvertrauen wächst
Gemeinsam statt allein!
Interessante Projekte können entstehen
Stetige Weiterbildung
Es macht Spaß! (It's fun!)
Entspannung tut gut
Raus aus der Sackgasse
Unterstützung bei der persönlichen Entwicklung
Nun sind Sie an der Reihe
Quelle: https://bileico.com/blog/warum-netzwerken-fuer-existenzgruender-so-wichtig-ist.html



Wo kann ich Netzwerken? (Übung)

- Treffen mit Freunden und Bekannten
- Familienfeiern
- Traditionsfest (z. B. Oktoberfest, Karneval, Stadtteilfest usw.)
- Sport- und Freizeitaktivitäten
- Workshops, Seminare, Veranstaltungen
- Kongresse und Ausstellungen
- Firmenveranstaltungen

Sortieren Sie diese Treffen nach privaten und geschäftlichen Veranstaltungen. An welchen Meetings nehmen Sie teil? An welchen nicht, warum?

Privat	Geschäftlich



Überblick "Mein persönliches Netzwerk"

Wen kennen Sie? Nennen Sie 5-10 Personen pro Gruppe! Wer ist in der Lage Sie zu unterstützen?

Personen	Wer?
Familie	
Freunde	
Nachbarschaft	
Schule: Frühere Mitschüler (z.B. stayfriends)	
Geschäftlich	
Aus- und Weiterbildung	
Ehemalige Mitstudenten (z.B. Alumni)	
Kollegen/frühere Kollegen	
Dienstleister, z. B. Frisör, KFZ-Werkstatt, Versicherungsvertreter	
Ehrenamt, Verein	
Jobcenter/Arbeitslosenberatung/Arbeitslosenselbsthilfe	
Veranstaltungen	
Kammern und Verbände	
Wer noch?	

Arbeitspakete: - Merkmale sozialer Netzwerke (stark/schwach; häufig/sporadisch, wichtig/nicht so wichtig, problematisch); - Visualisierung des eigenen Netzwerks (Darstellung von Beziehungen durch Pfeile: ME in der Mitte, wenn ein Spinnennetz)



Welches sind gute Gründe für das Netzwerken?

Geben Sie mindestens 5 Gründe für ein persönliches und 10 Gründe für ein berufliches Netzwerk an!
Gibt es Überschneidungen?

5 Gründe für ein persönliches Netzwerk
10 Gründe für ein geschäftliches Netzwerk

Einige Aussagen zur Vernetzung:

"Tausend XING-Kontakte, die nicht wissen, wer ich bin, helfen nicht."

"Networking muss ein natürlicher Begleiter des Alltags sein."

"Beim Networking geht es nicht darum, die besten Freunde zu finden."

"Loyalität und Verlässlichkeit sind beim Networking wichtiger, als etwas zu versprechen, das man nicht halten kann."

"Networking ist vor allem eine Frage des Vertrauens."

"Netzwerke sind keine Seilschaften."

Übung: Diskutieren Sie sie mit Ihrem Nachbarn. Sind Sie einverstanden, gibt es Ergänzungen?



Small Talk

Es gibt keine Regeln für Smalltalks. In den angelsächsischen Ländern ist der Smalltalk eine Selbstverständlichkeit. Die Deutschen haben es schwer mit Smalltalk. Es gibt jedoch einige Themen, die sich für Smalltalk eignen:

- Wie war Ihre Reise? Wo kommen Sie her? Welchen Workshop/Vortrag werden Sie sich anhören? Wie haben Ihnen die Referenten gefallen?
- Unverbindliche Themen sind
- Hobbys und eigene sportliche Aktivitäten
- Feiertage und Reiseziele
- Kinder
- Aktuelle Themen (aber Vorsicht!)
- Komplimente, eventuell Kleidung (auch mit Vorsicht!)
- Das Wetter.

Was als Thema wenig oder gar nicht geeignet ist:

- Politik und Religion
- Sex und Beleidigungen
- Sport (z. B. Fan eines Fußballvereins: HSV vs. St. Pauli!)
- Geld.

Beenden Sie das Gespräch höflich und wertschätzend. Vielen Dank für das Gespräch oder wichtige Hinweise. Nach dem Smalltalk können Sie, müssen aber nicht, Ihre Visitenkarte aushändigen.

Fehler beim Netzwerken

Fehler	Tipps
<p>Netzwerk unregelmäßig oder zu spät Sie brauchen eine gute Beratung, suchen Kooperationspartner, VC oder einen neuen Arbeitsplatz und beginnen daher mit der Suche nach Ansprechpartnern. Aber wenn Sie erst dann ein Netzwerk aufbauen, wenn Sie etwas brauchen, ist es meist zu spät. Sie laufen auch Gefahr, als "die Person, die sich nur dann an Sie wendet, wenn sie etwas will", abgestempelt zu werden. Natürlich gibt es wenig Anreiz, Ihr Netzwerk aufzubauen, wenn Sie keine konkreten Ziele haben. Dennoch ist es wichtig, sich regelmäßig zu vernetzen - und zwar OHNE Anlass.</p>	<p>Wenn Sie sich z.B. jeden Monat etwas Zeit nehmen, um Veranstaltungen zu besuchen oder in Online-Netzwerken aktiv zu sein, kann das Networking zu einem selbstverständlichen Teil des Terminkalenders werden. Auf diese Weise bauen Sie ein Netzwerk von Kontakten auf, auf das Sie sich verlassen können, wenn es darauf ankommt.</p>
<p>Warten, bis die Kontakte Ihnen nachlaufen Ganz gleich, wie innovativ die Geschäftsidee ist - die Menschen laufen nicht ungefragt durch die Tür. Wer nicht proaktiv nach interessanten Kontakten sucht und diese pflegt, wird</p>	<p>Erfolgreiches Networking bedeutet vor allem, die Initiative zu ergreifen. In der Start-up-Szene ist es nicht ungewöhnlich, Freunde zu bitten, Sie mit vielversprechenden Bekannten bekannt zu machen. Man kann auch alte Kollegen nach</p>



<p>Schwierigkeiten haben, in der Geschäftswelt Fuß zu fassen.</p>	<p>ihren Projekten fragen, Kommentare in einschlägigen Blogs, in Zeitschriften oder Foren hinterlassen oder sich mit Leuten vernetzen, die gut zusammenpassen würden..</p>
<p>Konkurrenz- oder Schubladendenken Menschen, die ähnliche Ziele verfolgen, werden allzu oft als Konkurrenten betrachtet - und aus dem Kreis der Vertrauten ausgeschlossen. Solche Kontakte haben ähnliche Erfahrungen und Probleme. Und davon können beide Seiten profitieren, denn man kann aus den Fehlern der anderen lernen und sich von den Erfolgen der anderen inspirieren lassen. Andererseits werden Kontakte aus anderen Branchen selten berücksichtigt. Aber manchmal passen genau diejenigen am besten zusammen, die meinen, sich wenig zu sagen zu haben. Denn der Austausch mit diesen Kontakten eröffnet oft neue Möglichkeiten und es entstehen neue Perspektiven.</p>	<p>Seien Sie offen! Es gibt fast immer Ansatzpunkte für Ihre (geplante) selbständige Tätigkeit.</p>
<p>Das Kennenlernen in ein Verkaufsgespräch umwandeln Wie im Privatleben kommt es auch in der Geschäftswelt nicht sehr gut an, wenn man ständig über sich und seine Vorteile spricht. Beim Networking ist es nicht wichtig, das Gegenüber so schnell wie möglich zum zahlenden Kunden zu machen oder unbedingt eine Kooperation einzugehen.</p>	<p>Sich auf Augenhöhe treffen und voneinander profitieren. Dazu gehört auch zu wissen, was die andere Person überhaupt tut. Es ist wichtig, einen Dialog zu führen, sich in den anderen einzufühlen und den gegenseitigen Nutzen herauszuarbeiten. Eine Vernetzung nach dem Motto "Hier ist mein Bauchladen und ich kann Ihnen alles bieten" funktioniert nicht.</p>
<p>Das Erwarten sofortiger Ergebnisse Die Vernetzung ist nicht so effektiv wie erhofft, wenn die Teilnehmer mit zu hohen Erwartungen an die Sache herangehen. Viele glauben, dass sie innerhalb weniger Minuten beurteilen können, ob ein Kontakt angemessen ist und ob er bei aktuellen Fragen helfen kann. Dies ist zwar in Einzelfällen sicherlich der Fall, aber der eigentliche Kern der Vernetzung liegt eher im Aufbau langfristig fruchtbarer Beziehungen.</p>	<p>Seien Sie geduldig. Die tatsächlichen Ergebnisse der Vernetzung sind oft nicht direkt greifbar. Neue Perspektiven, frische Ideen, kreative Impulse oder Selbstreflexion können unsichtbare Ergebnisse sein, die zwar nicht mit einer Vertragsunterzeichnung oder einem sofortigen Verkaufsboom einhergehen, aber längerfristig Ihre eigene Entwicklung und die des Start-ups vorantreiben.</p>
<p>Quelle: https://www.gruenderszene.de/allgemein/networking-fehler-scale11-2016-6943</p>	



Regionale Aspekte lokaler Netzwerke

Welche Organisationen sind für Existenzgründer wichtig und sind Teil eines Netzwerkes?

Organisationen	Mögliche Informationen
Wirtschafts- und Berufsverbände Kreishandwerkerschaft	Seminarangebote für Aus- und Weiterbildung, Marktforschung allgemein, Branchenbefragungen, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Beratung rund um das Unternehmen
Handels- und Handwerkskammer	Unternehmensberatung, Seminarangebote zur Aus- und Weiterbildung, Adressinformationen, Adressverkauf (z.B. für Mailings), regionale Messen, regionale Coachingprogramme
Sparkasse, Volks- und Raiffeisenbank, Wirtschaftsförderung, Versicherungen, örtliche Bücherei	Jahrestreffen, (kostenlose) Existenzgründungsberatung, Broschüren

Welche Organisationen gibt es in Ihrer Region/in Ihrem Ort? Welche Unterstützungen für Existenzgründungen werden angeboten? Finden Sie es heraus!

Was sind die Vorteile von operativen Netzwerken für die Region und umgekehrt?

Vorteile	Gibt es in meiner Region spezielle Angebote? Habe ich eine gute Idee?
- Nutzen und Ausbau der persönlichen Kontakte in der Region	
- Direkte, persönliche Kontakte	
- Kurze Entfernungen, Aktionsradius	
- Nutzung des regionalen/lokalen Potenzials	
- Stärkt die Region	
- Entwicklung bestehender oder neuer Netzwerke innerhalb der Region/der Kommune	



Gemeindekartierung mittels "Community Mapping": Erfassung von Ressourcen & Entwicklung von Potenzialen

Gemeindekartierung (Community Mapping) - Definition

<p>Gemeindekartierung</p> <ul style="list-style-type: none"> - "mapping" = engl. für "Bild erstellen", "Karte zeichnen". - Partizipative Methode zur Visualisierung und Analyse der Merkmale einer Gemeinschaft. - Akteure, Ressourcen und Bedürfnisse einer Gemeinschaft - kann für verschiedene Zwecke verwendet werden (z.B. Kennenlernen der Gemeinde, Identifizierung von Akteuren und Treffpunkten, Bestandsaufnahme, Bedarfsermittlung usw.) - kann von außen initiiert werden, kann aber nur von den Mitgliedern der Gemeinschaft selbst durchgeführt werden. - Visualisierungen und Gruppendiskussionen, voneinander lernen, Zeichnungen müssen nicht maßstabsgetreu sein. <p>(Quelle: http://www.hag-gesundheit.de/uploads/docs/704.pdf)</p>	<p>Bei der Gemeindekartierung geht es darum, die Bewohner in die Ermittlung der Vorzüge ihres Viertels einzubeziehen, Möglichkeiten zu prüfen und ein Bild davon zu erstellen, wie es ist, dort zu leben. Die Übung ist eine wertvolle und effektive Methode des Engagements in der Gemeinde, einfach weil Karten visuell und leicht zu verstehen sind; wie Fotos und Videos durchschneiden sie Kommunikationsschwierigkeiten, um Gefühle und Ideen zu offenbaren, die sonst nur schwer auszudrücken wären. Jede Gemeinde hat ihre Vorzüge; Einrichtungen wie Bibliotheken und Gemeindezentren, wertvolle Unternehmen, Parks und Wälder sind offensichtlich. Aber am wichtigsten sind die Menschen und ihre Fähigkeiten; organisierte Gemeinschaftsgruppen oder Einzelpersonen, die Fähigkeiten und Talente haben. All diese Dinge können abgebildet werden, um ein Bild der Gemeinschaft zu erstellen, das ihre Fähigkeiten und ihr Potenzial zeigt. (Quelle: http://lexikon.stangl.eu/15285/community-mapping/)</p>
--	---

Sehen Sie den Reichtum einer Gemeinschaft. Wenn Ressourcen nicht erkannt und (menschliches) Potenzial nicht genutzt wird, hilft die Kartierung der Gemeinschaft bei der Identifizierung und zeigt gleichzeitig den Reichtum der Gemeinschaft auf.

Einer der Ursprünge des Community Mapping liegt darin, die natürlichen und kulturellen Zusammenhänge und den daraus resultierenden Schutz solcher Ökosysteme und Kulturräume sichtbar zu machen. Ursprünglich als Instrument der Stadt- und Landplanung zur Veranschaulichung sozio-demographischer Zusammenhänge eingesetzt, wird Community Mapping heute zunehmend als ein partizipativer Prozess für Gemeinschaften mit sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Zielen (z.B. zur Förderung der lokalen oder regionalen Wirtschaft), zur Revitalisierung des Gemeinwesens und/oder zur Sensibilisierung für vorhandene (natürliche und) soziale Ressourcen genutzt.

Warum wird eine Gemeindekartierung verwendet?

Die Anwendungsmöglichkeiten von Gemeindekartierungen sind vielfältig. Die Gemeindekartierung dient der Gemeindeentwicklung, unter anderem wenn es darum geht

- Einführung in die Gemeinschaft, indem sie diese besser bekannt macht, insbesondere um die verschiedenen Akteure, Beziehungen und Verbindungen innerhalb einer Gemeinschaft besser zu verstehen;



- Förderung der Beteiligung;
- Analyse der Ressourcen, Möglichkeiten (Potentiale), Herausforderungen und Ambitionen einer Gemeinschaft;
- Hervorhebung der Möglichkeiten der Gemeinschaftsgestaltung;
- eine Gemeinschaft zu transformieren;
- die Integration neuer Gemeinschaftsmitglieder;
- Aufklärung junger Menschen über die Möglichkeiten gemeinschaftsrelevanten Engagements (Service Learning);
- Aufbau einer lokalen oder regionalen Wirtschaft und damit
- Teil einer Bioregion zu werden;

Für wen ist die Kartierung der Gemeinschaft nützlich?

Community Mapping ist ein integrativer, partizipativer Prozess, u.a. für

- Vertreter von Nachbarschaften, Gemeinden, Städten und Regionen
- Experten, z.B. aus der Gemeinde-, Stadt- und Regionalentwicklung, Sozialarbeit, Integrations- und Jugendarbeit
- Neue Gemeinschaftsmitglieder
- Jugend und Senioren
- Menschen, die an der Entwicklung von Gemeinden und Bioregionen interessiert sind

Methoden und Umfang

Es ist wichtig - und vom Thema abhängig -, eine Gemeinde und ihre Gemeinschaft so verständlich wie möglich zu betrachten. Deshalb wird bei solchen Prozessen darauf geachtet, dass alle Bewohner in ihren Anliegen gut vertreten sind. Neben der klassischen Gemeindekartierung kommen verschiedene Elemente der Arbeit mit großen und kleinen Gruppen zum Einsatz. Tiefe und Umfang werden an das Anliegen angepasst

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



Portfolio von Übungen und Kleinprojekten der Teilnehmer

Beispiel "Geführte (Stadt-)Besichtigung"

Eines der zentralen Themen des CHEER-Projekts ist die Nutzung des kulturellen Erbes zur Gründung eines Unternehmens z. B. im Tourismus (Stadtführung). Welche Möglichkeiten gibt es für die Gemeindegartierung?

Die folgenden Objekte können erfasst und beschrieben und, wenn möglich, mit der heutigen Gesellschaft in Beziehung gesetzt werden:

- Gebäude (z.B. Wohngebäude, Fabriken, Sakralbauten etc.),
- Ruinen und Ausgrabungsstätten,
- Denkmäler,
- Öffentliche Einrichtungen (z.B. Parks, Plätze)
- Friedhöfe.

Zu jedem Objekt können Informationen (z.B. Baujahr, Architekt, Eigentümer), Bilder (Vergangenheit - Gegenwart) und Geschichten gesammelt werden. Können die einzelnen Objekte zu einem thematischen Stadtrundgang kombiniert werden? Aufgrund der örtlichen Gegebenheiten sind kartographische Grundlagen, Kreativität und Phantasie gefragt. Welche Quellen kann ich nutzen? Museen, Archive, Bibliotheken, Einwohner.

Nicht vergessen: Ist meine Idee einer Stadtrundfahrt finanziell tragbar?

Arbeitspakete (Übungen)

- Vervollständigen Sie einen ersten kartographischen Entwurf, möglicherweise zusammen mit anderen Personen. Was könnte Gäste in Ihrer Stadt interessieren? Welche besonderen Kompetenzen haben Sie selbst (Kontakte, historische Kenntnisse, Geselligkeit...)?
- Sprechen Sie Organisationen an und bitten Sie um Zusammenarbeit (wie werden Sie das tun? Entscheiden Sie dann den Weg (Brief, Broschüre, Social Media, Telefon...) und bereiten Sie ihn vor
- Simulierte Partnerschaft. Übung: Vorbereitung eines Treffens mit anderen Organisationen, um eine Entscheidung zu treffen.
- Simuliertes Gemeinde-Netzwerk und Kommunikation mit Einheimischen. Rollenspiel: Treffen mit anderen Organisationen, um eine Entscheidung zu treffen.

Übung: Was ist Ihre Projektidee? Wie lässt sich diese entwickeln?

Mehr Informationen:

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

Besichtigungstouren in Hamburg, Z. B.

- Sex & Crime Tour St.Pauli (ab 18 Jahre!)
- Musiktour: Die Beatles auf St. Pauli
- Entdecke „Street Art“

(<https://www.22places.de/hamburg-stadtfuehrungen/>)

(<https://hamburg.mitvergnuegen.com/2017/11-aussergewoehnliche-stadtfuehrungen/>)

Was gibt es in Ihrer Stadt/Gemeinde oder Region?



Publikationen

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

BMWi (2018): Mehr Gründerinnen und Gründer für Deutschland: BMWi startet Gründeroffensive. In: Schlaglichter der Wirtschaftspolitik Nr. 12/2018; S. 5-7

Downs, Roger M. and Stea, David (1977) : Maps in Minds: Reflections on Cognitive Mapping, New York

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

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

Haas, Martina (2016): Crashkurs Networking. In 7 Schritten zu starken Netzwerken. 2. Aufl., München

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/>)

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

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

Karl, Johanna (2019): Liste “Die besten 13”: Soziale Netzwerke und wie ihr sie nutzen könnt (<https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/die-besten-10-soziale-netzwerke-und-wie-sie-sie-nutzen/>)

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

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

N.N. (2006): Networking: Heute schon genetzt? In: Zeit-Online vom 8.2.2006 (<https://www.zeit.de/jobletter/2006/02/networking/komplettansicht>)

Öttl, Christine und Härter, Gitte (2004): Networking. Kontakte gekonnt knüpfen, pflegen und nutzen. Hamburg

Offord, Alexander (2017): What is environmental entrepreneurship? St. Catharines

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

Scheler, Uwe (2003): Erfolgsfaktor Networking. München



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union



„Social Entrepreneurs: Unternehmen mit sozialem Schwerpunkt sind innovativer“ In: ZEIT-Online vom 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): Social Entrepreneurship: Weltretter unter sich. In: ZEIT-Online vom 27.12.12 (<https://www.zeit.de/2013/01/netzwerk-soziale-unternehmer>)

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