



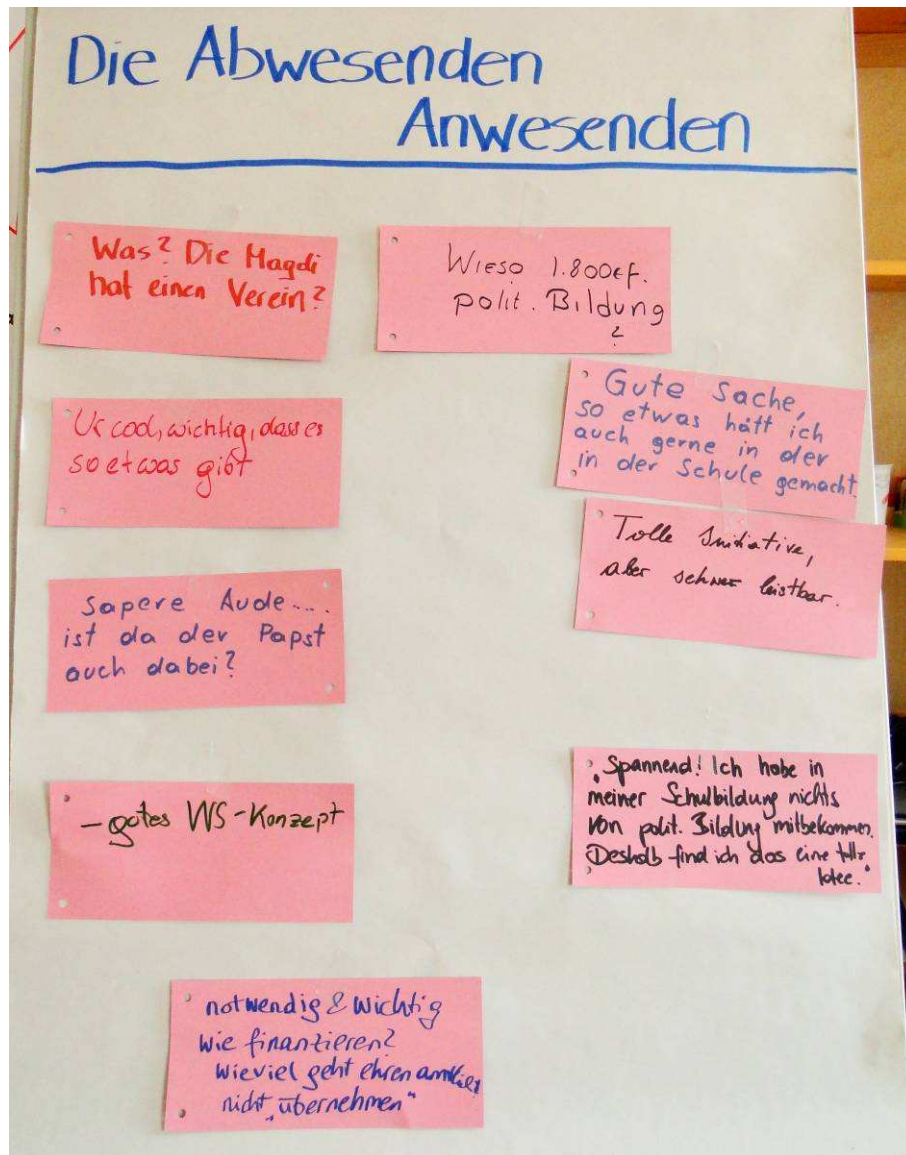
Strategieworkshop Sapere Aude
13.03.2011

Der Blick in die nächsten fünf Jahre unserer Arbeit

Mitwirkende: Barbara Hofleitner, Cosima Sindlhofer, Isabella Weiss, Magdalena Wagner, Michael Hartner, Patrick Danter, Sina Farahmandnia, Stephanie Fürtbauer

Herzlichen Dank an die Naturfreunde Internationale für die Überlassung der Räumlichkeiten!





Die abwesenden Anwesenden Der Blick von außen....

- Ihr macht wichtige Arbeit, die schon lange fehlt
- Ihr habt ein gutes, durchdachtes Workshop-Konzept
- Es wird zu wenig kommuniziert, sogar viele Bekannte wissen wenig / gar nichts darüber
- Der Name spricht nicht
- Preise sind vielen zu hoch
- Aufpassen, dass man sich nicht mit ehrenamtlicher Arbeit übernimmt

BUSINESS MODEL DESCRIPTION

MEHRWERT

flexibel

↓
parteiunabhängig

METHODENKOMPETENZ

Voraussetzung

POLITISCHE BILDUNG
+ MEHR

← kritisches Denken

"Denken & Bewegen"

→ ZIEL: Kompetenzen vermitteln um "Denken & Bewegen" zu ermöglichen

WAS
bieten wir an?

← Gruppendynamik

soziale Kompetenz

Diversität

TRAINING

Intern "Denken & Bewegen" leben

Formate

Workshops

1

Von der
Lehrer mit
Gitarre spielen

Punktuell Veranstaltungen

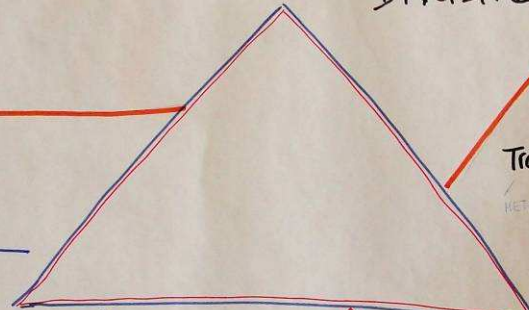
Partner? Entwicklung
Methoden einbringen

Training

1

Für die
Lehrer

WIE
machen wir das?



Externe Anfragen
Train the Trainer

Interne
Weiterbildung

WER
ist der Kunde?

← "hinaus gehen" // mit
Kooperationspartnern

→ "hinein gehen"

1

Wo finde ich die
Zielgruppen

Wer sind
die
Entscheidungsträger

— Jugendliche 14 - 20 Jahre

— Menschen mit sonderpädagogischen
Bedürfnissen

FORSCHUNG & KONZEPTENTWICKLUNG

REPERTOIREANGEBOT

1

WAS tun wir?

Wir bieten **politische Bildung und mehr:**

- Kritisches Denken
- Gruppendynamik
- Soziale Kompetenz
- Diversität

Das erreichen wir durch:

- Unabhängigkeit (besonders von Parteien)
- Methodenkompetenz
- Flexibilität

Das Ergebnis: „**Denken und Bewegen**“

→ ist was wir extern bei unseren Zielgruppen erreichen wollen

→ ist was wir intern im Verein leben wollen

WER sind unsere Kunden?

Fokus auf drei Zielgruppen in zwei Arbeitsbereichen:

Unser **Repertoire-Angebot** richtet sich vorrangig an:

- Jugendliche zwischen 14 und 20 Jahren
- Menschen mit sonderpädagogischen Bedürfnissen

Unsere **Trainings** richten sich an:

- MultiplikatorInnen aus der politischen Bildungs- und Jugendarbeit
- Unsere eigenen TrainerInnen

WIE arbeiten wir?

Wir fokussieren uns auf **zwei Formate:**

- Trainings (v.a. Auftragsarbeiten)
- Workshops / Reihen (Repertoire mit Ausbaufähigkeit)

Hinzu kommen können punktuelle Veranstaltungen – diese aber jeweils mit KooperationspartnerInnen, so dass wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren können.

Bewegungsrichtungen:

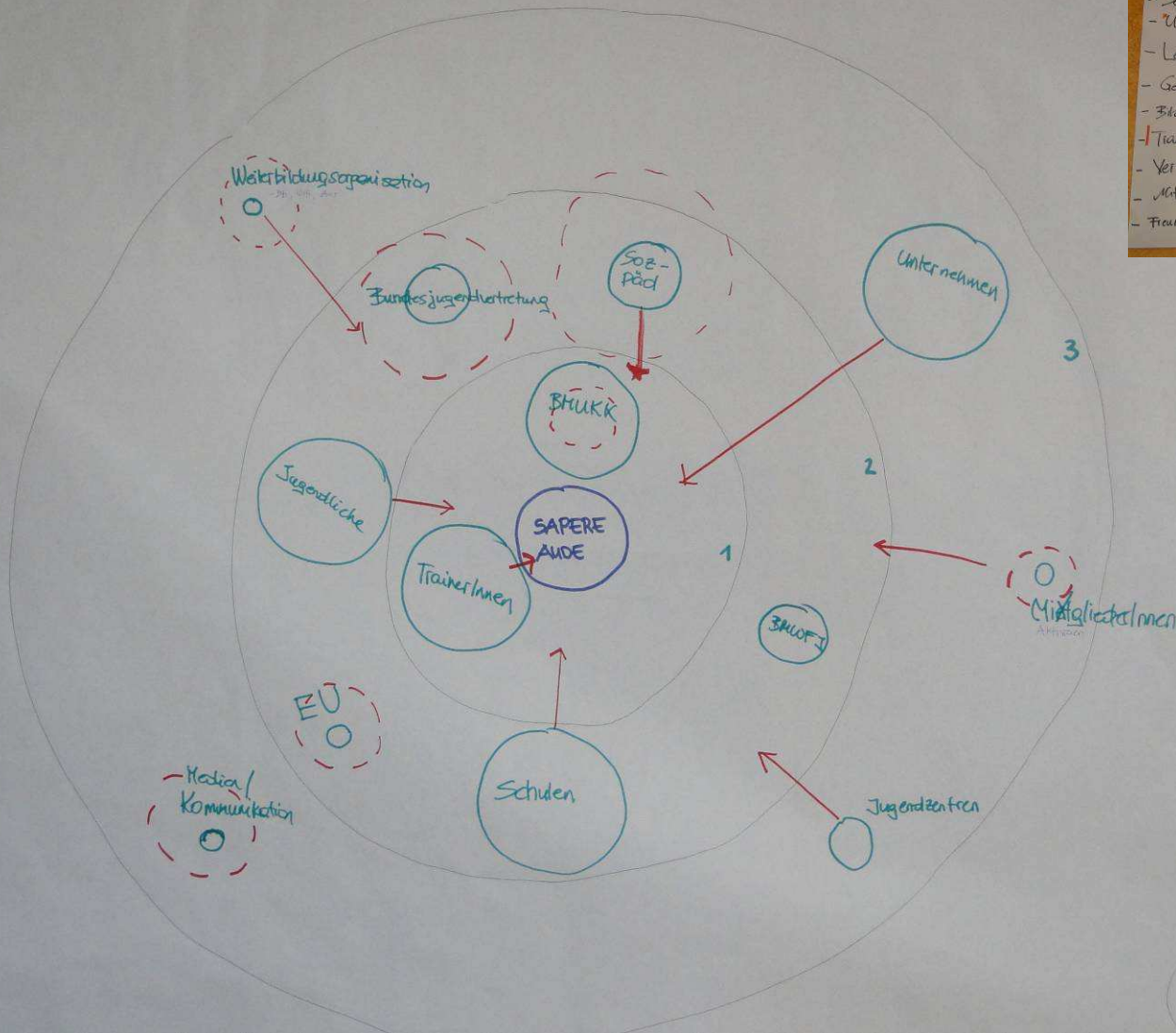
hinein gehen:

zu den Gruppen kommen, mit ihnen in ihrem Umfeld arbeiten, intern bleiben. Das ist unsere Kernkompetenz

hinaus gehen:

Mit den Menschen hinaus gehen in den öffentlichen Raum, öffentliche Veranstaltungen, etc. Das ist gewünscht, wird derzeit aber nachgereiht und nur mit KooperationspartnerInnen gemacht

UMFELDANALYSE



- ### Umwelten
- Jugendliche IIII
 - Entscheidungsträger / Verantwortliche
 - Bildungsministerium
 - Fördergeber / Inhaber III
 - Schulen / II
 - Unternehmen
 - Lehrerverbände
 - Gefängnisse
 - Bildungstechnik / Plattformen I
 - TrainerInnen III
 - Vereine politische Bildung II
 - MitgliederInnen I
 - Freunde & Bekannte Innen
 - Weiterbildungswirtschaft
 - Arbeitsmarkt / Jugendberufshilfe
 - AMS III
 - Jugendvereine -extern
 - PolitikerInnen
 - Unbeteiligte Interessierte
 - UnterstützerInnen
 - Multiplikatoren
 - ECU III
 - Jugendministerium
 - Stadt / Schule / Jugendverbände I
 - Medien II
 - HelferInnen I
 - DiplomandInnen
 - PraktizierendeInnen I

- 1 Jugendliche
- 2 EntscheidungsträgerInnen / AuftraggeberInnen
- 3 Fördergeber
- 4 TrainerInnen
- 5 Kooperationspartner
- 6 Medien / Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit
- 7 PraktizierendeInnen



Unsere wichtigsten Stakeholder – und was wir mit ihnen vorhaben....

Jugendliche: Näher an den Verein holen im Sinne von über längere Zeit an uns binden. Z.B. durch Zeigen der Workshop-Ergebnisse auf unserer Website, Kreation von Follow-up und vertiefenden Workshops, etc

TrainerInnen: Noch näher an den Verein holen – allen soll bewusst sein dass sie es sind, die die Werte und Ziele von Sapere Aude nach außen tragen und verwirklichen. Noch stärker in allgemeine Vereins- und Projektarbeit einbinden, auch ihre Ressourcen und Kompetenzen für den Verein nützen!

EntscheidungsträgerInnen der Zielgruppe „sonderpädagogischer Förderbedarf“: Die Zielgruppe soll allgemein wichtiger werden (= mehr Workshops), und es sollen engere / langfristige Beziehungen zwischen Verein und EntscheidungsträgerInnen aufgebaut werden.

EntscheidungsträgerInnen in Schulen: Die Wichtigkeit passt wie sie ist, aber es sollen ebenfalls engere / langfristige Beziehungen mit den EntscheidungsträgerInnen aufgebaut werden.

EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen: Es wurde bereits viel an Arbeitszeit in diese Zielgruppe investiert, jedoch mit mäßigem Erfolg. Es sollen neue Strategien (v.a. der Kommunikation) gefunden werden, um die Arbeit effizienter zu gestalten – selber Zeitaufwand, höherer Erfolg.

EntscheidungsträgerInnen in Jugendzentren: Eine neue Zielgruppe für die Workshops, soll langsam aufgebaut werden.

Weiterbildungsorganisationen: Bisher keine / kaum Kontakte. Soll verstärkt für die Trainings genutzt und langsam aufgebaut werden.

Bundesjugendvertretung: Beginnende gute Kooperation, wichtig vor allem für die Zielgruppe der Jugendvereine und als Kooperationspartner für Projekte. Kooperation soll erhalten und ausgebaut werden.

FördergeberInnen: BMWFJ soll so bleiben, die (relative) Abhängigkeit vom BMUKK soll verringert werden, während gute Beziehungen erhalten bleiben. EU als Fördergeberin soll verstärkt werden.

Mitglieder: Sollen als IdeengeberInnen, FinanziererInnen und KommunikatorInnen wichtiger werden, sowie auch (durch Veranstaltungen, Informationen, Einladungen, etc) persönlich stärker an den Verein gebunden werden.

Medien: Sollen etwas stärker (vor allem regelmäßiger) bearbeitet werden. Ist aber auch allgemein als Kommunikation zu sehen (nicht nur Medien) die ausgebaut und professionalisiert werden soll.

Bewertung Finanzierungen

++ | + | - | --

	Kont./Wissen	Zeitrahen	Admin	Summen
nat.	++	+	+/-	- 4 max 5000
reg.	+ W, NS	+	++	-- 2 max 2000
EU	+/-	++	--	++ 5 max 50.000 Gesamtprojekt
int./Fonds	--	+	+	+ 6

Bewertung Finanzierungen

++ | + | - | --

	Kont./Wissen	Zeitrahen	Admin	Summen
Kunden	-	++	+/-	+ 3 Kommunikation
Sponsoring	--	-	+/-	- 2 Recherche!
Einzel- personen	+	-	+	+/-
Preise	-	-	++	+ 1 Zucker!
indirekt	+	++	++	+ 5 keine Zielgruppe Anlage Zertifizierung

Finanzierung

Indirekt	W, NS	ADM	Zeit
national	BH, NS, NS	ADM	Integration
regional	W, NS, NS	ADM	Integration
EU	W, NS, NS	ADM	Integration
int./Fonds	W, NS, NS	ADM	Integration
Sponsoring	W, NS, NS	ADM	Integration
Kunden	W, NS, NS	ADM	Integration
Einzel- personen	W, NS, NS	ADM	Integration
Preise	W, NS, NS	ADM	Integration

Unsere prioritären Finanzierungsmöglichkeiten – und was noch zu tun ist...

Nationale Förderungen: Sind derzeit die wichtigste Finanzierungsquelle und werden auch in Zukunft wichtig bleiben. Allerdings muss, auch um den FördergeberInnen unsere Bemühungen zu zeigen, dies immer mit anderen Förderschienen gekoppelt sein. Keine weitere Recherche notwendig, wichtig ist vor allem die Erhaltung der derzeitigen FördergeberInnen (BMUKK, BMWFJ, ÖGPB)

EU-Finanzierungen: Sind (vor allem als Haupt-Antragsteller) sehr aufwändig zu administrieren, es sind aber größere Summen und eventuell auch längere Laufzeiten möglich, daher vorteilhaft. Derzeit nur Information über Youth in Action vorhanden, alle anderen Programme müssen recherchiert werden.

Stiftungen: Vermutet wird dass die Administration gering ist, die Summen zum Teil relativ hoch. Derzeit überhaupt keine Information vorhanden, muss recherchiert werden und Kontakt gesucht.

KundInnen: Sich selbst finanzierende Angebote sollen ausgebaut werden. Das sind einerseits Trainings für MultiplikatorInnen, andererseits Workshopreihen vor allem für Arbeitsmarktprojekte und Unternehmen. Wichtig ist die Erarbeitung einer allgemeinen Preisgestaltung und einer Kommunikationsstrategie.

Indirekte Förderungen: Zertifizierung als außerschulische Bildungsinstitution, z.B. beim WAFF und bei der Wirtschaftskammer. Anfängliche Kontakte mit WK sind vorhanden (gebraucht wird jetzt eine Testgruppe in einem Unternehmen), WAFF müsste recherchiert und eingereicht werden. Förderungen kommen dann nicht direkt dem Verein zugute, sondern die KundInnen müssen die Förderung beantragen – dies wird aber durch unsere Anerkennung als Bildungsinstitution erleichtert. Information darüber wird auch als zusätzliches Service den KundInnen gegenüber wahrgenommen – wichtig für die Kommunikation!

ORGANISATIONS STRUKTUR

Chauffeurin, Liftboy,
Pilotin, pers. Sekretärin
40h x 2 Personen (1000€ / Mon)
/ Woche f. ult. personalen Tätigk.

Projektkoordination
- Projektadministration
- Überblick (Arbeits)entwicklung
- Weiterbildung intern
2 Personen, 40h w. 30-40h

Öffentlichkeitsarbeit/
KundInnenacquisition/
Werbung, Mitgliederbetreuung
20h, 1 Person

Buchhaltung u. adminis-
trative Kontoführung
1 Person, 2 w. 20 u. 40h

TrainerInnen
~~Freie~~ ~~Charakteristika~~ ~~an~~
Werkvertragsbasis

Projektentwicklung extern
Werkvertragsbasis, abh. v.
Förderungen

Vorstandsteam
Ehrenamtlich
Regelmäßige Sitzungen

Gruppe 1

ORGANISATIONS STRUKTUR

2
Vollzeit-
stellen

min. Kosten
50.000€/Jahr
keine working poor!!

Admin / Büro

- Ziele
- Buchhaltung
- Anmeldebüro
- Bildung Intern
- Kontoführung
- Admin. Werbung
- Kommunikation
- soziale Kontakte

Geschäftsstruktur

- Mitarbeiter
- Strategieentwicklung
- Finanzierung
- Akquis
- Controlling
- Kommunikation
- Marketing

LEITBILDER
VISIONEN
MISSION STATEMENT

PROJEKTLEITUNG

Einrichtung von
Lehrgruppen
Hauptverantwortung an
IS - Funktion
Fördererinnen d.
Trainer
ca. 25 Std/
pro Woche
Werkvertragsbasis
Kontakt
Schulung mit
1-2 Tagen

ÖA
+ Sponsoring

- für Vorhaben
social
Team / Mitarbeiter
Web 2.0 / Youtube
Kommunikation
- 1000 Euro (pro
Jahr) (pro Person)
- 20 Std / Woche
- persönliche Begl.
- Anbahnung
- Ressourcen und
- Anbahnung an
- Schulung/Lehrer

BUCHHALTUNG

- gesamte Bilanzierung
- Lohn / Gehaltsbuchung
- EXTERN

TRAINERINNEN

- Werkvertrag
- 2 w. mit PK
- 1 w. mit PK

Gruppe 2

Gruppe 3

Organisationsstruktur – wie soll das Team in 5 Jahren strukturiert sein?

Projektleitung/Geschäftsführung: 30 - 35 Std./Woche, zusätzliche Projektleiter je nach Vereinsgröße und Projektanzahl

Administration/Kommunikation/Buchhaltung: 30 - 35 Std./Woche

TrainerInnen-Pool

- Abhaltung der Workshops auf Honorarnotenbasis
- Projektentwicklung falls gewünscht
- Projektabwicklung: Als Anstellung oder auf Honorarnotenbasis, je nach Projekt

Vorübergehende mögliche Lösungen:

- Honorare (Projekte)
- Extern (Buchhaltung)
- Ehrenamt (Kommunikation)
- Vermischung von Honorar und Teilzeit

Diskussion gab's über:

- Vollzeit vs. Teilzeit
- Wichtigkeit der Administrationstelle (entlastet ProjektleiterIn und TrainerInnen, soll Entwicklung ermöglichen)
- Working Poor – wollen wir nicht produzieren! Lieber weniger Angestellte, dafür aber gerechte entlohnt.
- Ressourcen des TrainerInnen-Pools nutzen, nicht nur als Übergangslösung

Fazit des Tages...

Vieles ist jetzt klarer,
Prioritäten setzen wird leichter
werden.



Sapere Aude ist zu einem
runden Ganzen gewachsen und
hat an Schärfe gewonnen.



Wir haben die Schwachstellen
im Verein wurden aufgedeckt.
Die Methoden waren super!



To-do Liste fehlt noch, die
sollte auf jeden Fall in der
nächsten Vorstandssitzung
erarbeitet werden.



Der Tag war intensiv, aber sehr
interessant. Es ist spannend,
mitzuerleben, wie sich der Verein
weiterentwickelt.