

**Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“  
am 16.1.2016 in Wassergspreng  
TeilnehmerInnen: Mitglieder des Bundesrates, Bundesjugendrates**

**Inhaltsverzeichnis**

Marktplatz der strategischen Ziele .....	3
Arbeitsauftrag: .....	3
Dokumentation der Ergebnisse – Marktplatz der strategischen Ziele und Bewertung der Relevanz der Meilensteine .....	4
Bearbeitung der strategischen Ziele in Arbeitsgruppen.....	16
Arbeitsauftrag: .....	16
Dokumentation und Präsentation der Ergebnisse der Arbeitsgruppen.....	17
Ziel : Wir werden als die Kinder- und Jugendbewegung wahrgenommen....	17
Meilensteine 2016 - 2028.....	17
Aktionen 2016 - 2029.....	18
Ziel : Wir sind Vorreiter für Vielfalt in der Kinder- und Jugendarbeit....	20
Meilensteine 2016 - 2028.....	20
Aktionen 2016 - 2019.....	21
Ziel Wir sind nachgefragte gesellschaftliche Meinungsbildner/innen .....	23
Meilensteine 2016 - 2028.....	23
Aktionen 2016 - 2019.....	24
Ziel Wir sind Vorreiter für ökologisch und sozial nachhaltiges Handeln.....	25
Meilensteine 2016 - 2028.....	25
Aktionen 2016 - 2019.....	26
Ziel Wir haben für Erwachsene das passende Angebot für eine Mitarbeit... ..	27
Meilensteine 2016 - 2028.....	27
Aktionen 2016 - 2019.....	28
Ziel Wir haben eine offene und transparente Kommunikation über alle Ebenen... ..	29
Meilensteine 2016 - 2028.....	29
Aktionen 2016 - 2019.....	30
Ziel: Wir haben einfache Strukturen und Regelwerke, die partizipatives Arbeiten und effiziente Entscheidungsprozesse ermöglichen.....	32
Meilensteine 2016 - 2028.....	32
Aktionen 2016 - 2019.....	33
Ziel: Wir verfügen über ein langfristig abgesichertes finanzielles Fundament.....	35
Meilensteine 2016 - 2028.....	35
Aktionen 2016 - 2019.....	36

## **Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng**

Ziel: Operative Tätigkeiten werden von bezahlten Kräften wahrgenommen ...	37
Meilensteine 2016 - 2028.....	37
Aktionen 2016 - 2019.....	38
Ziel: Wir nutzen die Natur als Raum des Ausgleichs.....	39
Meilensteine 2016 - 2028.....	39
Aktionen 2016 - 2019.....	40
Bewertung der Aktionen, die unmittelbar begonnen werden können .....	41
Arbeitsauftrag .....	41

# Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

## Marktplatz der strategischen Ziele

### *Arbeitsauftrag:*

Alle Teilnehmenden haben genügend Zeit sich die Ziele durchzulesen und Fragen mit Post-it hinzukleben

Im nachfolgenden Schritt wurde die Relevanz der Meilensteine durch die TN mit Klebepunkten bewertet  
Jeder TN hatte 10 Klebepunkte, es durften maximal 3 Klebepunkte für einen Meilenstein vergeben werden

*Relevant ist ein Meilenstein, wenn die Erreichung dieses Meilensteines meine persönliche Mitarbeit – als verantwortliches PPÖ Mitglied - und die Mitarbeit des/der Teams (Arbeitsgruppen), in dem/denen ich tätig bin, benötigt*

# Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

## Dokumentation der Ergebnisse – Marktplatz der strategischen Ziele und Bewertung der Relevanz der Meilensteine

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
1	<b>Wir werden als <i>die</i> Kinder- und Jugendbewegung wahrgenommen, die mit Mut zu Abenteuer und gelebter Vielfalt für selbstbestimmte Entfaltung und nachhaltiges Engagement steht. Das Fremdbild stimmt mit unserem Selbstbild überein.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir werden als eine von anderen Organisationen und Einrichtungen unabhängige Bewegung gesehen</li> <li>Die öffentliche Wahrnehmung der PPÖ stimmt mit unserem Selbstverständnis und -bild überein</li> <li>Die "PPÖ-Sprache" ist kinder- und jugendgerecht "PPÖ" sind eine einheitliche und weitestgehend positiv besetzte Marke</li> <li>Die Marke "PPÖ" zieht Sponsoren an</li> <li>Wir haben 20%+ mehr Kinder und Jugendliche als im Jahr 2015</li> </ul>	Mehrfache Imageanalysen aufbauend auf die Imageanalyse (2011) werden wiederkehrend durchgeführt	2 BR
Marke, Corporate Identity und Corporate Design sind (unter Einbeziehung der Gruppen) entwickelt			5 BR	
Marke, Corporate Identity und Corporate Design wurde auf allen Ebenen ausgerollt			4 BR	
"Schriften der PPÖ" wurden auf zeitgemäße Sprache überprüft			2 BR, 3 BJR	

### Bemerkungen:

- Reicht das aus? Wie kommunizieren wir mit Organisationen, öffentlicher Hand, Parteien ...?
- Wer wir konkret befragt?
- Wann wurden die Gruppen zu Erwartungen, Wünschen an den LV & BV befragt?
- Servicecenter

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
2	<p><b>Wir sind Vorreiter für Vielfalt in der Kinder- und Jugendarbeit. Vielfalt wird in den Pfadfindergruppen und im gesamten Verband gelebt und ist nach innen und außen sichtbar.</b></p> <p><i>* Dimensionen der Vielfalt: Herkunft (ethnisch, sozial, geographisch), Religion, Alter, Geschlecht, körperliche und geistige Fähigkeiten, sexuelle Orientierung</i></p> <p><i>* Rahmen der Vielfalt: Werte und Wesen der PPÖ</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 "Vielfalts-Projekte" wurden umgesetzt (in allen 6 Dimensionen)</li> <li>• 80%+ der Gruppen haben sich aufbauend auf eine Evaluierung Ziele im Bereich Vielfalt gesetzt und diese umgesetzt</li> <li>• Unsere Methoden, Behelfe und Tools enthalten keine einengenden (ausgrenzenden) Muster</li> <li>• Unter dem Aspekt der Vielfalt werden Pfadfinder/innen-Aktivitäten an neuen Standorten betrieben</li> </ul>	<p>Evaluierungstool für gelebte Vielfalt wurde entwickelt</p> <p>Evaluierungstool wurde von 80%+ der Gruppen angewandt</p> <p>30 konkrete Vielfalts-Projekte wurden auf Verbands- oder Gruppenebene umgesetzt und evaluiert</p> <p>Öffnung für neue Aktivitätsformen (z.B. offene Jugendarbeit, Pfadfinder/innen in Migrantenheimen, neue Standorte etc): ein Pilotprojekt zur offenen Jugendarbeit wurde als Grundlage für weitere Entscheidungen durchgeführt</p> <p>Hilfestellungen für Gruppen zum Überwinden von einengenden (ausgrenzenden) Mustern wurden entwickelt</p> <p>Qualitatives "Vielfaltsmonitoring" wurde auf Verbandsebene etabliert und verankert</p> <p>Behelfe, Konzepte und Strukturen wurden auf einengende (ausgrenzende) Muster überprüft, Best Practices entwickelt und die Behelfe überarbeitet</p> <p>Öffentlichkeitsarbeit wurde auf einengende (ausgrenzende) Muster überprüft, Best Practices entwickelt und Materialien angepasst</p> <p>Aspekte der Vielfalt wurden als Elemente der "AusbildungNeu" verankert (Wertschätzung, Bedürfnisse erkennen, Chancen nutzen)</p>	<p>4BR, 2 BJR</p> <p>1 BR</p> <p>1 BJR</p> <p>4 BR</p>

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
3	<b>Wir sind nachgefragte gesellschaftliche Meinungsbildner/innen im Sinne von Kindern und Jugendlichen. Kinder und Jugendliche kommen in der Öffentlichkeit zu Wort.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Als Expert/innen zu Fragen der Kinder- und Jugendarbeit erhalten wir monatlich Anfragen von Medien und Politik</li> <li>• Wir erstellen regelmäßig Aussendungen zu relevanten aktuellen, gesellschaftspolitischen Themen</li> <li>• Wir betreiben Agenda Setting und haben die Themenführerschaft in Kinder- und Jugendfragen</li> <li>• Unsere Mitglieder engagieren sich öffentlich (z.B. in Schüler/innen-Vertretung, Jugendbetriebsrat, NGOs)</li> <li>• Jugendliche sprechen nach außen für uns ("Young Spokespersons")</li> </ul>	Pressearbeit wird im Rahmen der bezahlten Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt	1 BR
			Externes Kommunikationskonzept (Zielgruppen, Medien, Inhalte) wurde erstellt	1 BJR
			Programm für Kinder und Jugendliche wurde überarbeitet, um zum gesellschaftspolitischen Engagement zu ermutigen	2 BJR
			"Young Spokespersons"-Begleitung wurde etabliert	5 BJR
			Positionspapiere für kinder- und jugendpolitische Themen wurden (unter Berücksichtigung der bestehenden Resolutionen, der Weltverbände und der BJV-Arbeit) beschlossen	3 BR, 3 BJR
			Vernetzung mit politisch aktiven und im Medienbereich aktiven Pfadfinder/innen wurde gestartet	4 BR

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
4	<b>Wir sind Vorreiter für ökologisch und sozial nachhaltiges Handeln.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir haben Standards entwickelt und vergeben ein "Nachhaltigkeits-Label"</li> <li>• 80%+ der Pfadfinder/innen-Gruppen und alle Verbandsstellen haben für sich die Standards angepasst und umgesetzt ("Nachhaltigkeits-Label" erhalten)</li> <li>• Bei Großveranstaltungen gibt es "Nachhaltigkeits-Agents", die die Projektleitung bei der Umsetzung der Standards unterstützen</li> </ul>	Sensibilisierung für das Thema ist gestartet	
			Sammlung des im Verband vorhandenen Knowhows und Recherche von Best-Practices anderer Organisationen	5 BR
			Wissen um das Thema ist im Verband (Multiplikator/innen) aufgebaut	
			Bundesweite Ansprechpersonen bzw. Expert/innen sind vorhanden	2 BJR
			Nachhaltigkeitsleitlinien wurden entwickelt, die es den Pfadfinder/innen-Gruppen ermöglichen, darauf basierende, eigene regionalspezifische Leitlinien zu entwickeln, zu implementieren und laufend zu evaluieren	2 BJR
			Anreizsystem für Gruppen (Behelfe, Badges, etc.) wurde aufgesetzt	4 BR, 1 BJR
Mitarbeit an einem österreichischen „Vereins-Umweltlabel“ ist erfolgreich abgeschlossen, das Label ist entwickelt und anerkannt	1 BR			

### Bemerkungen:

- BV, LV & Gruppen werden auf Nachhaltigkeit geprüft (Heizung, Strom ...)
- Inwieweit ist die soziale Nachhaltigkeit im Zertifikat berücksichtigt?
- Experten für Förderungen / Support für „green Events“

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
5	<b>Wir haben für Erwachsene das passende Angebot für eine Mitarbeit. Im gesamten Verband gibt es Verständnis und eine gleichwertige Anerkennung unabhängig vom Umfang, Ort und Art der Mitarbeit.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Anzahl der Erwachsenen in der aktiven Pfadiarbeit ist im Vergleich zum Jahr gestiegen</li> <li>• Es gibt vielfältige Angebote für Erwachsene, die aktiv auch nach außen kommuniziert werden</li> <li>• Expert/innen-Pools unterstützen unsere Arbeit</li> <li>• Eine externe Anerkennung der ehrenamtliche Tätigkeit wurde erreicht (z.B. Freistellung bei Leitungstätigkeit)</li> </ul>	Best Practices wurden unter Einbindung von bei den PPÖ aktiven Erwachsenen, Gildeverband, ehemaligen Mitgliedern, BB/Gruppen und Ausbildung erhoben; Berücksichtigung von Modelle anderer Verbände	1 BR
			Kompetenzorientiertes Ausbildungskonzept wurde verbandsweit umgesetzt	8 BR, 1 BJR
			Angebotskatalog wurde erstellt und eine regelmäßige Überarbeitung verankert	
			Expert/innen-Datei wurde aufgebaut	4 BR, 1 BJR
			Lobbying für externe Anerkennung der ehrenamtlichen Tätigkeit (in Kooperation mit anderen NGOs) ist gestartet	
			Interne Kampagne zur Bekanntmachung und Sensibilisierung wurde durchgeführt	1 BR

### Bemerkungen:

- Definition Erwachsene (Alt RaRo, FunktionärInnen, Ehemalige ..)
- Angebotskatalog wird von potenziellen MitarbeiterInnen (wie?) gut angenommen, ist bekannt
- Die Anzahl der Erwachsenen ... im Vergleich zum Jahr ? gestiegen
- Rolle der Gilden ?
- RaRo bzw AltRaro ↔ Pool oder Führungsteam (Zeitraum 5 – 20 Jahre ↔ Gilde

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
6	<b>Wir haben eine offene und transparente Kommunikation über alle Ebenen bis zu den einzelnen Mitgliedern der Gruppen. Die Kommunikationswege sind klar definiert.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir haben Verbandsmedien, die ALLE Mitglieder erreichen und nach außen wirken</li> <li>• Entscheidungen werden innerhalb einer Woche an alle relevanten Mitglieder kommuniziert</li> <li>• Wir nutzen die zeitgemäßen und für verschiedene Zielgruppen jeweils bevorzugten Kommunikationskanäle</li> </ul>	Internes Kommunikationskonzept (Zielgruppen, Inhalte, Kanäle etc.) wurde erstellt	10 BR, 3 BJR
			Internes Kommunikationskonzept wurde ausgerollt	
			Interne Kommunikation wird im Rahmen der bezahlten Tätigkeit durchgeführt	

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
7	<b>Wir haben einfache Strukturen und Regelwerke, die partizipatives Arbeiten und effiziente Entscheidungsprozesse ermöglichen. Wir leben Kinder- und Jugendbeteiligung auf jeder Ebene.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir arbeiten mit einem einfach lesbaren, gut strukturierten Regelwerk</li> <li>• Kinder- und Jugendbeteiligung wird auf allen Ebenen gelebt</li> <li>• Es gibt bei uns das "aktive Wahlrecht ab 16"</li> </ul>	Außensicht wurde eingeholt	1 BJR
"Aufgabenklarheit" wurde geschaffen (Welche Aufgaben nimmt der Verband wahr, welche die Gruppen? Welche Unterstützung benötigt die Gruppe? Welche "Pflichtaufgaben" hat der Verband?)			9 BR, 1 BJR	
(Weiter-)Entwicklung der Strukturen unter Berücksichtigung von Modellen der Kinder- und Jugendbeteiligung			6 BJR	
(Weiter-)Entwicklung der Strukturen unter Berücksichtigung einer wachsenden Diversität				
Verschriftlichung und Beschlussfassung der weiterentwickelten Strukturen (neues Regelwerk)			1 BR, 1 BJR	
"Vollversammlung für alle Pfadfinder/innen" mit Wahlrecht ab 16 ist eingeführt			2 BR, 3 BJR	

### Bemerkungen:

- Wie soll der Punkt „Kinder & Jugendbeteiligung wird auf allen Ebenen gelebt“ ausschauen? Wie wird das sichergestellt?

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
8	<b>Wir verfügen über ein langfristig abgesichertes finanzielles Fundament, das die Erfüllung unserer Kernaufgaben und ein nachhaltiges Wachstum ermöglicht.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir haben ein Finanzkonzept, das klar festlegt, wer was finanziert</li> <li>• Wir betreiben erfolgreich Fundraising Wir lukrieren alle möglichen öffentlichen Förderungen (national und international)</li> <li>• Ein Unterstützer/innen-Netzwerk trägt spürbar zu unserer Finanzierung bei</li> <li>• Wir bieten punktuell finanzielle Unterstützung für Kleinprojekte der Mitglieder</li> </ul>	Bundesweite Sponsoren- und Förderlandkarte wurde erstellt und eine jährliche Aktualisierung verankert	
Finanz- und Fundraisingkonzept für Verband (inkl. Fundraising-Leitfaden für Gruppen) wurde erstellt				
Unterstützernetzwerk ist aufgebaut				
Fundraising-Leitfaden für Gruppen wird genutzt				

### Bemerkungen:

- Nur für BV / LVs oder auch Gruppenarbeit
- Wo sind Eigenveranstaltungen?
- Sollten sich die jetzigen LVs vom Föderalismus entfernen, so sind auch Landesförderungen einzubeziehen

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
9	<b>Operative Tätigkeiten werden von bezahlten Kräften wahrgenommen, sodass für ehrenamtliche Funktionär/innen genügend Zeit für die Steuerung des Verbandes bleibt.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die operativen (ausführenden, nicht-pädagogischen) Aufgabenbereiche</li> <li>• Geschäftsführung, Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit, IT-Support, Vor- und Aufbereitung inhaltlicher Konzepte, Servicestelle für die Gruppen werden von bezahlten Mitarbeiter/innen wahrgenommen</li> <li>• Leitlinien der Zusammenarbeit zwischen bezahlten und ehrenamtlichen Mitarbeiter/innen wurden erstellt</li> </ul>	Grundlagen wurden geschaffen und die Aufgaben für hauptamtliche Positionen definiert (wie z.B. Geschäftsführung, Fundraising / öffentliche Förderungen, Öffentlichkeitsarbeit, IT-Support, Vor- und Aufbereitung inhaltlicher Konzepte, Servicestelle für die Gruppen)	1 BR
			Leitlinien der Zusammenarbeit zwischen Haupt- und Ehrenamtlichen wurden erstellt und ausgerollt	9 BR
			Modelle für "bezahlte Tätigkeiten" sind erhoben, bewertet und die Vorgehensweise festlegt	1 BR
			Finanzierung für gewähltes Modell wurde aufgestellt	

**Bemerkungen:**

- Eventuell Indikatoren zu PPÖ als Arbeitgeber „better place to work“, Employer Branding

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
10	<p><b>Wir nutzen die Natur als Raum des Ausgleichs. Daher finden die meisten Aktivitäten dort statt. Wir bieten Erlebnisse in der Natur, bei denen sich Kinder und Jugendliche persönlich entfalten können.</b></p>	<p><b><u>Bei BT 2015 vorgestellt:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Methoden, Behelfe und Tools enthalten eine Beschreibung, wie die Natur genutzt werden kann</li> <li>• 50%+ der Heimstunden finden im Freien statt</li> <li>• Pfadfinder/innen-Gruppen haben jederzeit die Möglichkeit, spontan passende Grundstücke/Lagerplätze zu nutzen</li> <li>• Bei allen Landeslagerplätzen besteht die Möglichkeit, naturpädagogische Angebote in Anspruch zu nehmen</li> <li>• Bezahlte ErlebnispädagogInnen unterstützen die Gruppen bei der Gestaltung von Aktivitäten in der Natur</li> </ul> <p><b><u>Aufzeichnung Gitti Jan. 2016:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jede Pfadfindergruppe in Österreich hat einen Lagerplatz bzw. die Möglichkeit eine Grünfläche (Wiese, Spielplatz, Waldstück, Grundstück an einem Bach/See) – jederzeit für deren Aktivitäten zu nutzen;</li> <li>• Die PPÖ haben stufengerechte Behelfe zum Thema „Natur erleben“</li> <li>• Die PPÖ haben zwei hauptamtliche Erlebnispädagogen, die den Gruppen</li> </ul>	<p>Kooperationen mit Gemeinden / Bauern /etc.</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 30px; margin: 10px auto; text-align: center;">Grundeigentümer</div> <p>Überprüfen/Kontrollieren/Ergänzen bzw. überarbeiten der bestehenden Unterlagen auf „Outdoortauglichkeit“</p> <p>Geldmittel bereit stellen um zwei Erlebnispädagogen anzustellen</p> <p>Jobbeschreibung und Zielvereinbarung mit den beiden</p> <p>Neuaufgabe eines „Natur erleben“ – Behelfen für die Kinder u. Jugendlichen</p> <p>Erhebung wie viele Gruppen dies haben und nutzen</p>	<p></p> <p style="text-align: center;">2 BR</p> <p></p> <p style="text-align: center;">5 BR</p> <p style="text-align: center;">3 BR</p>

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

		Seminare anbieten		
--	--	-------------------	--	--

Das komplette strategische Ziel wurde mit 10 Punkten Relevanz bewertet

### **Bemerkungen:**

- Statt Heimstunde = Gruppenstunde
- Im Freien = im öffentlichen Raum
- Gruppen in Städten müssen extra berücksichtigt werden
- 50 % der Heimstunden im Freien, das soll mal jemand nachweisen
- Sehe hauptamtliche Erlebnispädagogen kritisch, strikte Trennung Pädagogik : Ehrenamt, Operatives = Hauptamt

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

	Ziel	Indikatoren	Meilensteine	Relevanz
11	<p><b>In allen Pfadfinder/innen-Gruppen ist es selbstverständlich, dass Kinder und Jugendliche die Rahmenbedingungen haben und die Zeit bekommen, sich sowohl selbstbestimmt zu entfalten als auch aktiv in die Gemeinschaft einzubringen.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% der Leiter und Leiterinnen haben ein Seminar mit dem Inhalt: Führen/Leiten/Begleiten/Coachen besucht und setzen dies erfolgreich in der Gruppe/Stufe um;</li> <li>• Die Stufenmethoden sind jedem Leiter/jeder Leiterin bekannt und werden in den Heimstunden angewandt;</li> <li>• Neben den traditionellen Formen der Heimstunden/Heimabende werden Projekte und Aktionen geplant, angeboten u. durchgeführt (auch für Interessierte außerhalb der PPÖ)</li> <li>• &gt; Die Pfadfinder bieten im Rahmen von der Ganztagesbetreuung an den Schulen Programm-Nachmittage an</li> </ul>	<p>Entwicklung von Meilensteinen bis Ende 2015</p>	<p>1 BR</p>

# Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

## Bearbeitung der strategischen Ziele in Arbeitsgruppen

### *Arbeitsauftrag:*

Findet euch zu 4 Gruppen mit 3 -4 Personen zusammen und bearbeitet ein strategisches Ziel, welches für euch relevant ist, in den nachfolgenden Schritten

### **Schritt 1:**

Überprüft die Meilensteine, legt für diese Meilensteine die wahrscheinliche Dauer (in Jahren) und die Zeiten der Durchführung fest

### **Schritt 2:**

Wählt jene Meilenstein, die in den Jahren 2016 – 2019 Eurer Ansicht nach durchgeführt werden können. Füllt bitte das entsprechende Formular aus

### **Schritt 3:**

Nehmt das Formular und entwickelt für die Meilenstein bis 2019 folgende Punkte

- Aktionen: einzelne Schritte für den Meilenstein
- Verantwortlichkeiten: Wer muss beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?
- Ich: Was kann ich dazu beitragen?
- Wer: Wen motiviere ich mitzumachen?
- Kosten: Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein
- Wann werden diese Aktionen durchgeführt

### **Schritt 4:**

Wo seht ihr die Herausforderungen?

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Dokumentation und Präsentation der Ergebnisse der Arbeitsgruppen

Es wurden die nachfolgenden strategischen Ziele bearbeitet.

### Ziel : Wir werden als die Kinder- und Jugendbewegung wahrgenommen....

*Meilensteine 2016 - 2028*

Meilenstein	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Image Analyse					X							X
Marke CI / CD entwickelt	X											
Marke CI /CD ausgerollt		X										
Check zeitgerechte Sprache			X									

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Aktionen 2016 - 2029

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Imageanalyse (extern)	BP, BR, BAT, BJR		Durchführung externe Experten Dienstleister	Durchführung	2020 / 2027	Richtige Fragen stellen Repräsentative Menge
Marke definieren und formulieren	Vision 2028 TN		Externe Experten	Durchführung	Sobald ein brauchbarer Stand der Vision ... ist	Kurz, knapp, verständlich, brauchbar
CI / CD entwickeln	BP, BJR		Externe Experten	Durchführung	Nach Definition CI / CD	Tool schaffen Individualität ausgleichen
CI / CD Rollout	BP, BJR + Umsetzung alle Gremien		ALLE !	Druckwerke, Versand	Nach Marke, CI /CD, Imageanalyse	Basis erreichen Akzeptanz finden
Sprachen Check	ALLE		ALLE !	Evt. neue		Ressourcen und

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

				Druckwerke		Aufwand

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel : Wir sind Vorreiter für Vielfalt in der Kinder- und Jugendarbeit....**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Evaluierungstool für gelebte Vielfalt entwickelt		X	X									X
Evaluierungstool von 80% der Gruppen angewandt			X	X								
30 konkrete Vielfaltsprojekte durchgeführt (Bundesthema)	X	X										
Öffnung für neue Aktivitätsformen							X	X	X	X	X	X
Hilfestellungen für Gruppen zur Überwindung einengender Muster			X	X	X							
Qualitatives Vielfaltsmonitoring wurde etabliert					X	X	X	X	X	X	X	X
Behelfe, Konzepte, Strukturen auf einengende Muster überprüft ...	X	X	X	X								
ÖA wurde auf einengende Muster überprüft ...				X	X	X						
Aspekte der Vielfalt wurden als Elemente der Ausbildung NEU verankert				X	X	X						

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
30 konkrete Vielfaltsprojekte (Bundesthema	BR, BJR/WR, LVs, GLs	Durchführung, Hilfe bei der Umsetzung des Bundesthemas, Werbung	Pfadfindergruppen, Diversity AG	Logo, Toolkit, Aussendungen	Herbst 2016 – Sommer 2017	
Behelfe, Konzepte, Strukturen überprüfen	Diversity AG (Überprüfung) Stufen AKs, (Überarbeitung) BR (Strukturen)	Überarbeitung der Strukturen	Diversity AG Stufen AK	Neuaufgabe von Behelfen, Kosten Treffen Diversity AG	Herbst 2016 – Sommer 2017 (Überprüfung) Ab Herbst 2017 (Überarbeitung)	Weitergabe der Ergebnisse der Diversity AG, Stufen AK, Überarbeitung der Strukturen wird schwierig
Evaluierungstool entwickeln	BR, Diversity AG		Neue Generation des BJR	Treffen, Produktion der Tools	Herbst 2017 – Sommer 2018	Vernetzung BR mit AG
Evaluierungstool anwenden	BR. GLs	Werbung !!!	Pfadfindergruppe		Herbst 2018 – Sommer 2019	80% erreichen Verschnitt mit

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

						anderen Evaluierungstools für 2028 T.. anforderung der Gruppen
Hilfestellungen für Gruppen	Diversity AG, BR	An Hilfestellung arbeiten	GLs, BJR (neue Generation)	Toolkits, Treffen der Diversity AG	Herbst 2018 – Sommer 2019	Siehe Anmerkung

Anmerkung zu den Herausforderungen der „Hilfestellung an Gruppen“

Die gesamte Herausforderung ist das Thema an sich. Vielfalt ist so groß und umfassend, dass es schwierig wird alle Aspekte zu berücksichtigen und abzudecken -> Fokus auf nur wenige Aspekte ist schon keine Vielfalt mehr. Gleichzeitig besteht die Gefahr sich im großen Thema zu verlieren.

Positive Seite: Jede Pfadfindergruppe kann sich ein eigenes „Steckenpferd“ suchen -> insgesamt und österreichweit wird es so wieder sehr bunt.

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel Wir sind nachgefragte gesellschaftliche Meinungsbildner/innen ..**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Pressearbeit = bezahlt	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Externes Kommunikations Konzept		X										
Programm für Ki&Ju überarbeitet und zum Engagement ermutigen		X	X	X								
Young Spokespersons		X	X									
Positionspapiere (Themen und Input von Ki/Ju)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Vernetzung (politisch aktiv, im Medienbereich)		X										
Interner PR Beauftragter (siehe Pressearbeit)												

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Interner PR Beauftragter	BP	Ideen / Vorschläge			Sofort !!	Es findet sich keiner
Pressearbeit bezahlt	BP / iPR-B			ca 20.000 / Jahr		Kosten
Externes Koko (Kommunikationskonzept?)	BP / iPR-B	Ideen / Vorschläge			Wünschenswert Sommer 2016 – Anfang 2017	
Positionspapiere schreiben	iPR.B, alle Gremien	Mitarbeit an Papieren / Ideen	BJV		Immer	Unterschiedliche Meinungen in PoPa, Fokus auf relevante Themen
Young Spokesperson	iPR-B, BJR		BJR, RaRo, BJV	Evt. Treffen, Coaching		Ressourcen
Programm überarbeiten	BR, BPädR		BJV			Viele Themen schon in BPädR
Vernetzung	iPR-B, alle Gremien	Wenn vorhanden, Kontakt herstellen	alle, die jemanden kennen	Kleinere Kosten		„Kontakt pflegen“

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Ziel Wir sind Vorreiter für ökologisch und sozial nachhaltiges Handeln...

Meilensteine 2016 - 2028

Meilenstein	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Sensibilisierung ist gestartet (BundesThema)				X	X	X	x	X	x			
Sammlung des Knowhows und best practise Beispiele		X	X	X	X	X	x					
Wissen ist aufgebaut						X	X	X				
Bundesweite Ansprechpersonen				X	x	x	x	x	x	x	x	x
Nachhaltigkeitsleitlinien					X	X	x	x				
Anreizsystem für Gruppen					X	X	x	x				
Mitarbeit am Vereins Umweltlabel								X	X	X		

Anmerkungen zu einzelnen Meilensteinen

Sensibilisierung: kleine x markieren einen alternativen Zeitraum, abhängig, wann Nachhaltigkeit als Bundesthema „lanziert“ werden kann

Nachhaltigkeitsleitlinien: kleine x markieren einen alternativen Zeitraum

Anreizsystem für Gruppen: kleine x markieren einen alternativen Zeitraum

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Sammlung des Knowhows	BR, LV, LV Sekretariate	Verantwortliche Person finden		Koordinations-treffen, Fahrtkosten, Fahrtkosten im Land für Info-veranstaltungen	Mitte 2017	Alle Gruppen erreichen Andere Organisationen erreichen Brauchbare Zusammenfassung erstellen

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel Wir haben für Erwachsene das passende Angebot für eine Mitarbeit...**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Best practices	X	X										
Kompetenzorientiertes Ausbildungskonzept				X	X							
Angebotskatalog			X	X								
ExpertInnen Datei			X	X								
Lobbying				X								
Interne Kampagne				X								
Konzept für die Gruppen Integration		X	X	X								

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Erhebungsphase	LV (GV + LL)	LL	LBGV und GV	Niedrig, da Datenerhebung	1 Jahr	Kommunikation Input von den Gruppen
Konzept für die Gruppen Integration	Arbeitsgruppe	Mitwirken	GV (.. BR)	Leitfaden, Treffen, Vermittlung	Ab 2017	Definition und Umsetzung
Gildekommunikation	BV					

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel Wir haben eine offene und transparente Kommunikation über alle Ebenen...**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Internes Kommunikationskonzept (IK) erstellen		X	X									
IK wurde ausgerollt			X	X								
IK wird als bezahlte Tätigkeit durchgeführt			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Internes Kommunikationskonzept (IK) wurde erstellt	Verantwortung: Präsidium Mitverantwortung: BR		alle Gremien	externe Bezahlung Reisekosten	Frühestens Herbst 2017 bis Herbst 2018	Kommunikationswege hängen auch von unseren Strukturen ab -> wenn sich die Strukturen ändern müssen sich auch die Kommunikationswege ändern dzt. Keine Ressourcen oder eine eigene Person für dieses Thema im Präsidium
IK wurde ausgerollt	Jeweiliges Gremien für den eigenen Bereich			Kosten sind abhängig vom Medium	Unmittelbar nach Fertigstellung und Beschluss des Konzepts	Erreichung von wirklich allen Mitgliedern (Kinder bis Ehemalige)

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

IK wird im Rahmen der bezahlten Tätigkeit durchgeführt				Personalkosten		Eine bezahlte Person braucht einen Vorgesetzten (Chef) – ist diese Person ehrenamtlich, oder wird diese Person bezahlt ?= Herausforderung Eine geeignete Person mit einer entsprechenden Ausbildung finden

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel: Wir haben einfache Strukturen und Regelwerke, die partizipatives Arbeiten und effiziente Entscheidungsprozesse ermöglichen...**

Dieses strategische Ziel wurde von 2 Arbeitsgruppen bearbeitet, die Ergebnisse werden aber in jeweils einer Tabelle dokumentiert  
Die Beiträge werden farblich gekennzeichnet Arbeitsgruppe 1 = schwarz, **Arbeitsgruppe 2 = rot**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Außensicht wurde eingeholt	XX	XX										
Aufgabenklarheit wurde geschaffen			X									
(Weiter)Entwicklung der Strukturen, Modelle für KiJu Beteiligung Aufbau der Werkzeuge	X	X	X	X	XX	XX	X					
(Weiter)Entwicklung der Strukturen – wachsende Diversität				XX	XX	XX	X					
Verschriftlichung - Beschlussfassung				X	X	X	X	X				
Vollversammlung für alle Pfadis								X			X	X

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Außensicht einholen (akademische Arbeit BA, DI, Master)	BP BPR, BR		Experten, Externe Babsi FH Wien (Master)	Fahrtkosten, Analysekosten paar 1000€	Mitte 2016 - 2017	Nicht verschriftlichte Regeln berücksichtigen
Workshop mit vergleichbaren Freiwilligen Vereinen	BR, BPR		„externe“ Vereine	Veranstaltungskosten		
Vergleich mit best practises anderer Pfadi Verbände	Internationale Strategieteam					
Aufgabenklarheit schaffen (welche Aufgaben)	Alle Gremien Verschnittgruppe		Ext. Moderator, WOSM	Tagungskosten Reise und- Meetingkosten	2018	Strukturen „neu“ denken, zukunftsweisend sein
Aufgabenklarheit schaffen (Zuordnung an Hand neuer Strukturen)	Verschnittgruppe			Reise und- Meetingkosten		

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Entwicklung Strukturen mit KiJu Beteiligung	BJR			Tagungskosten	2019 – 2021	Sind Regeln lebbar, realisierbar
Entwicklung Strukturen „Diversität“	Div AGs			Tagungskosten		Sind Regeln lebbar, realisierbar
Professionelle Organisationsentwicklung	Präsidium, Strategiegruppe					Dauer noch nicht absehbar, Kosten? Ziel: deutliche Beschleunigung

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel: Wir verfügen über ein langfristig abgesichertes finanzielles Fundament...**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Bundesweite Sponsoren und Förderlandkarte		X										
Finanz- und Fundraisingkonzept / Leitfaden		X	X	X								
Unterstützungsnetzwerk erstellt				X	x	X	x	x	X	x	x	X
Fundraising Leitfaden für Gruppen				X	X	X	X	X	X	X	X	X

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Sponsoren & Fundraising Landkarte	BPR	Infos für Kontakte weitergeben	Alle „Geldeintreiber“ motivieren	Bakk- Arbeit, master Arbeit	Sofort bis Ende 2017	Teilnahme, Kontakte weitergeben Ehrlichkeit über Quellen Ethische Probleme bei den Quellen
Sponsoren & Fundraising Konzept	AG Fundraising	Teilnehmen	Master Autor	Spesen für Treffen	Kurz vor dem Ende der Landkarte	Teilnahme, Kontakte weitergeben Ehrlichkeit über Quellen Ethische Probleme bei den Quellen

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel: Operative Tätigkeiten werden von bezahlten Kräften wahrgenommen ...**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Grundlagen wurden geschaffen, Aufgabenklarheit hergestellt	X											
Leitlinien der Zusammenarbeit erstellt und ausgerollt	X	X										
Modelle bezahlte Tätigkeit, Vorgehen festgelegt	X	X	X									
Finanzierung sichergestellt	X	X	X									
Erste Personen angestellt			X	X								

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Präsidium: definition was sind HA Aufgaben	BP			Keine zusätzlichen	Läuft bis BT2016	Einigung auf Prioritäten
Abgleich mit Ländern	BP		BR, BPR	Keine	Bis BT2016	
HA /EA Leitlinien Erarbeitung / Kommunikation	BPR, BP, BR				Bis BT2016	Wer darf neue Aufträge zuteilen? Gestaltungsspielraum Arbeitgeber / Arbeitnehmer Verhältnis
Modelle für bezahlte Tätigkeiten (Job Descriptions)	BPR, BP, BR				Bis BT2016	Wo fangen wir an, Reihenfolge der Anstellungen
Finanzierung für Modell	BP		BR, BPR	?	2018	
Stellenausschreibungen & Einstellungen	BP				2019	
Betreuung in der Einarbeitungsphase	BP / BL ?					

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

**Ziel: Wir nutzen die Natur als Raum des Ausgleichs...**

*Meilensteine 2016 - 2028*

<b>Meilenstein</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Kooperationen mit Gemeinden, Grundeigentümern etc		X	X									
Überprüfen / Kontrollieren / Ergänzen bzw. Überarbeitung bestehender Unterlagen	X	X										
Geldmittel für 2 Erlebnispädagogen					X							
Jobbeschreibung / Zielvereinbarung				X								
Neuaufgabe „Natur erleben“ Behelf	X	X										
Erhebung wie viele Gruppen Behelfe nutzen									X			

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Aktionen 2016 - 2019

<b>Aktion</b>	<b>Verantwortung</b> Wer muss/Welche Gremien müssen beteiligt sein, damit es erfolgreich wird?	<b>ICH</b> Was kann ich dazu beitragen?	<b>Wer noch</b> Wen motiviere ich mitzumachen)	<b>Kosten</b> Welche Kosten entstehen bis 2019? Dies müssen keine konkreten Zahlen sein, sondern können auch z.B. Anzahl der Treffen, Druck für Broschüren etc. sein	<b>Zeit</b> Wann soll diese Aktion beginnen und bis wann soll diese beendet werden	<b>Herausforderung</b> Welche Herausforderungen sind zu bewältigen
Überprüfen / Kontrollieren / Ergänzen bzw. Überarbeitung bestehender Unterlagen	Ausbildung, BA.GL			2 Treffen / Jahr	Herbst 2016 – 2017	„Outdoortauglichkeit Stadt – Land“
Neuaufgabe „Natur erleben“ Behelf (Kooperation Umwelt Dachverband)	BL	Sonja	Kathrin (LLA Wien)	Hauptamtliche (gefördeert) 4 Treffen Ehrenamtliche, Reisespesen	Mitte 2016 – 2017	
Kooperationen	Präsidium	Dominik	BL GL Vernetzungsgruppe Lagerplätze	Reisespesen	2017 – 2018	Direkter Kontakt zu den Gruppen

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

### Bewertung der Aktionen, die unmittelbar begonnen werden können

Wir wissen, dass manche Leute schon in den Startlöchern stehen. Welche **Aktionen** können jetzt schon gestartet werden da die Ressourcen (Menschen und Geld) vorhanden sind

#### Arbeitsauftrag

Bewertet bitte die erarbeiteten Aktionen nach folgenden Kriterien.

Vergibt maximal 3 rote Punkte für alle Aktionen, die jetzt schon begonnen werden sollen, deren Durchführung ihr aber als schwierig beurteilt, da dafür noch manche Randbedingungen geklärt werden müssen (Ressourcen, Geldmittel etc)

Vergibt maximal 3 grüne Punkte für alle Aktionen, die schon jetzt begonnen werden können, da ihr deren Durchführung als wenig schwierig beurteilt

Strategisches Ziel	Aktion	Durchführung sofort möglich	Durchführung bitte starten, kritische Randbedingungen klären
Wir werden als die Kinder und Jugendbewegung wahrgenommen ..	Imageanalyse (extern)	4	8
	Marke definieren	1	1
	Sprachencheck	1	1
Wir sind Vorreiter für Vielfalt in der Kinder und Jugendarbeit	30 konkrete Vielfaltsprojekte durchführen (Bundesthema)	9	14
	Behelfe, Konzepte, Strukturen überprüfen	5	1
	Evaluierungstool entwickeln	2	1
Wir sind nachgefragte gesellschaftliche MeinungsbildnerInnen ...	Interner PR Beauftragter	1	14
	Pressearbeit bezahl	1	1
	Young Spokesperson	1	3
	Vernetzung	5	1

## Protokoll des Workshops „Von der Vision zur Strategie“ am 16.1.2016 in Wassergspreng

Strategisches Ziel	Aktion	Durchführung sofort möglich	Durchführung bitte starten, kritische Randbedingunge n klären
Wir sind Vorreiter für ökologisch und sozial nachhaltiges Handeln	Sammlung des Know-How	2	2
Wir haben für Erwachsene das passende Angebot für eine Mitarbeit	Best practises	2	1
	Angebotskatalog		1
Wir haben eine offene und transparente Kommunikation über alle Ebenen	Internes Kommunikationskonzept erstellt		9
	Internes Kommunikationskonzept wurde ausgerollt	1	1
Wir haben einfache Strukturen und Regelwerke, die partizipatives Arbeiten und effiziente Entscheidungsprozesse ermöglichen...	Außensicht einholen	12	1
	Workshop mit vergleichbaren Freiwilligen Vereinen	2	3
	Vergleich mit best practises anderer Pfadi Verbände	3	3
	Aufgabenklarheit		5
	Professionelle Organisationsentwicklung		7
Wir verfügen über ein langfristig abgesichertes finanzielles Fundament ..	Sponsoren und Fundraising Landkarte erstellt	2	6
	Sponsoren und Fundraising Konzept erstellt		3
Operative Tätigkeiten werden von bezahlten Kräften wahrgenommen	Präsidium: Definition was sind HA Aufgaben	9	2
	HA / EA Leitlinien erarbeitet, Kommunikation	3	
	Finanzierung fürs Modell		2
	Stellenausschreibung & Einstellung	2	1
Wir nutzen die Natur als Raum des Ausgleichs	Überprüfen / Kontrollieren / Ergänzen bestehender Unterlagen	5	3
	Neuaufgabe Behelf „Natur erleben“	6	
	Kooperationen	1	