

Bericht des Vision2028-Monitoringteam an die Bundestagung 2019

Team: Christian Letz, Irene Rojnik, Benedikt Walzel

1. Ausgangslage und Blickrichtung

Dieses Jahr haben wir den Blick auf den Prozess und die Wirkung des strategischen Plans/der Vision in der PPÖ-Struktur gerichtet. Dafür haben wir zum einen alle Landesleiter*innen sowie ausgewählte Personen aus Präsidien, Ausbildung und internationalen Beauftragten um Interviews gebeten.

Zweitens haben wir eine Online-Umfrage an die GL geschickt. Für die Online-Umfrage haben wir die Daten aller Landesverbände außer Wien erhalten. Versandt wurden 206 Einladungen zur Teilnahme an einer kurzen Umfrage an GL. 37 Fragebogen wurden beantwortet (= 18%).

2. Ergebnisse, allgemeiner Eindruck und abgeleitete Empfehlungen

a. Identifikation mit der Vision und der Strategie

Das Bild ist zwiespalten. Zunächst können wir feststellen, dass bis auf eine Ausnahme der Vision 2028, dem Prozess und dem strategischen Plan eine sehr hohe Bedeutung und Chance zugeschrieben wird.

Zwei Zitate hier beispielhaft dazu:

„Die Vision ist mein Auftrag bei den PPÖ. Ich lebe die Vision.“

„Der strategische Plan und der beschlossene Prozess bis 2028 ist das Beste, was die PPÖ je gemacht haben.“

Auf der anderen Seite sehen wir aber aus den Antworten, dass vor allem die Strategie noch nicht auf Landes- und Gruppenebene angekommen ist.

b. Einschätzung der Projektgruppen- und Projektteam-Arbeit

Allgemein herrscht Wertschätzung gegenüber dem Engagement der Projektgruppen. Gerade die Tatsache, dass sich hier Menschen einbringen, die sonst nicht von den PPÖ erreicht werden, wird als sehr positiv bewertet. Die meisten denken auch, dass in den Projektgruppen Ergebnisse zustande kommen.

Hinsichtlich des Projektteams herrscht Dankbarkeit für den Einsatz.

c. Ziele und Meilensteine

Was die Erreichung und Abarbeitung der Ziele und Meilensteine betrifft, zeigt sich uns ein sehr heterogenes Bild. Es ist schwer aus den Aussagen ein allgemeines Bild abzuleiten, daher gehen wir hier auf einige Beispiele ein:

- Einige Interviewpartner sind der Auffassung, dass bereits einige Themen von Landesverbänden abgedeckt werden, wie zum Beispiel Diversity, Nachhaltigkeit und Natur.
- Andere sehen in bestimmten Themenbereichen, wie Jugendbeteiligung, eine große Chance für die Entwicklung ihres Landesverbands.
- Andere wiederum können zwar sagen, welche Ziele ihnen wichtig wären, können aber mangels Informationen über den Status Quo zur Ziel- und Meilensteinerreichung nichts sagen.
- Einige finden es bedauerlich, dass die Projektgruppen-Arbeit nicht mit schon bestehenden Aktionen in Gruppen, Landesverbänden oder internationalen WOSM bzw. WAGGGS-Bereichen verknüpft werden.
- Einige erachten es als problematisch, dass manche Ziele mangels Projektgruppe noch gar nicht bearbeitet wurden, wie zum Beispiel „finanzielles Fundament“ und „Unterstützung“.

Neben den Interviewergebnissen wurden uns vom Projektteam die geplanten Änderungen der Meilensteine übermittelt.

Wir begrüßen, dass eine Adaptierung der Meilensteine vorgeschlagen wird. Eine Reduzierung der Meilensteine hat nicht stattgefunden.

Wir empfehlen dem Projektteam daher:

- mit Verweis auf den Bericht aus dem Vorjahr eine Fokussierung von Zielen und Meilensteinen vorzunehmen, um besser voranzukommen und Klarheit in „Wer macht was wie“ zu schaffen.
- dringend über die Nicht-Besetzung der Projektgruppen „Unterstützung“ und „finanzielles Fundament“ zu beraten und zeitnah eine Lösung für diese wesentlichen Bereiche und damit verbundenen Ziele zu finden.

d. Kommunikation

In der Kommunikation sehen viele Interviewpartner enormen Verbesserungsbedarf. Einige sehen darin sowohl eine Bring- als auch eine Holschuld.

Viele fühlen sich gar nicht informiert und sind dadurch frustriert. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass Ergebnisse mangelhaft kommuniziert werden und damit auch keine Möglichkeit besteht, diese Ergebnisse in den jeweiligen Strukturen zu pushen. Als Beispiel wurde der „D.A.S. - Plakat-, Flyer-Generator“ genannt. Dieses wurde lt. Rückmeldungen nur über Facebook kommuniziert.

Auffällig ist, dass ein einheitlicher Informationsstand über den Status-Quo der Umsetzung von Meilensteinen und Zielen nicht vorhanden ist. Positiv hervorheben wollen wir hier den Bereich „Erwachsene“ auf der Website - hier werden die bisherigen Ideen konkret dargestellt.

Wir empfehlen dem Projektteam daher:

- allen PPÖ-Akteuren einen transparenten, visuell gut dargestellten Plan zur Verfügung zu stellen, aus dem hervorgeht, was in den jeweiligen Arbeitsgruppen läuft und wo die Arbeitsgruppe geradesteht. (siehe unseren Bericht aus dem Vorjahr). Eine Möglichkeit wären regelmäßige Status- und Ergebnis-Berichte in den Gremien.
- Zusätzlich sollte auf allen Ebenen kommuniziert werden. Das bedeutet neben der Nutzung von sozialen Medien und PPÖ-Medien, die Landesverbände und die Bundesausbildung in der Kommunikation zu berücksichtigen. Eine ausschließliche Darstellung auf der Website reicht nicht.
- eine Doppelseite zum Status Quo des Vision-Prozesses in jedem PPÖ-Brief zu gestalten.
- kreative, einfache Kommunikationsmöglichkeiten zu finden, die Hirn, Herz und Hand ansprechen.
- die PPÖ-Strukturen über wesentliche personelle und strukturelle Veränderungen in Projektteam und Projektgruppen zeitnah vor oder nach der Veränderung zu informieren.

e. Kultur

Ein großes Projekt wie die Vision benötigt unseres Erachtens eine positive Projektkultur. Dazu gehört, dass alle an einem Strang ziehen, sich über gemeinsame Erfolge freuen und bereit sind sich einzubringen.

In vielen Interviews spürten wir diese Haltung nicht.

Wir empfehlen dem Projektteam und allen Gremien in den PPÖ daher:

- die Erfolge zu feiern, also Ergebnisse auch gemeinsam wertzuschätzen.
- Wege zu finden, um den möglichen Graben „Denker*innen und Macher*innen“ zu überwinden, wenn konkrete Ergebnisse vorliegen (konkrete Ergebnisse können Macher*innen von der Vision überzeugen).
- Eine wertschätzende Kommunikation als Selbstverständnis zu etablieren. Dazu gehört eine angemessene und offene Feedback-, Nachfrage- und Dankes-Kultur.
- eine motivierende Form der Kommunikation zu entwickeln.

f. Erwartungshaltungen

Eine wesentliche Erkenntnis der Interviews ist, dass die Erwartungshaltungen an die Umsetzung des strategischen Plans enorm unterschiedlich sind.

Die Vorstellungen reichen von effektiverer Projektleitung über hauptberufliche Projektleitung bis zu einer Projektleitung mit mehr Erfahrung. Der Grund für diese Meinungen wird dabei überwiegend in der Komplexität und Wichtigkeit der Umsetzung gesehen. Es herrscht die Angst vor, der strategische Plan könnte nicht umgesetzt werden und die Vision könnte scheitern.

Einige andere erachten die Umsetzung des strategischen Plans als eines von mehreren, wenn auch wichtigen Projekten im Verband. Sie sind daher froh, dass überhaupt Ehrenamtliche gefunden werden, die ein solches Projekt steuern. Manche formulieren auch, dass die Vision nicht mutig genug umgesetzt wird und hier durchaus visionärer an die Sache herangegangen werden könnte.

Unseres Erachtens ist die Unterschiedlichkeit der Erwartungshaltungen nach einer ersten prägnanten Laufzeit eines solch ambitionierten Projekts gerade im ehrenamtlichen Bereich nicht ungewöhnlich.

Wir empfehlen dem zuständigen Bundespräsidium daher dringend

- in den Bundesgremien und in der Bundesausbildung die Erwartungshaltung hinsichtlich der Umsetzung des strategischen Plans zur Vision abzuklären und drauf zu achten, dass ein intensiver Austausch zwischen Projektteam und Bundesgremien stattfindet.

g. Zukunftskonferenz

Das Konzept der Zukunftskonferenz ist für viele unklar und wird teilweise kritisch gesehen. Insbesondere wird angeregt, Zukunftskonferenzen für das Generieren

neuer Ideen zu nutzen, was momentan zu wenig geschehe. Als Herausforderung wird dabei immer wieder die Tatsache artikuliert, dass neue Leute bei der Konferenz dazukommen und das „reinholen“ der neuen Leute zu viel Zeit kostet.

Wir erachten eine jährliche Zukunftskonferenz weiter als wichtiges Instrument, um die Strategie weiter zu beleben. Insbesondere wäre dort der richtige Ort, um neue, mutige Ideen und Ansätze in einem kreativen Prozess zu finden.

Wir empfehlen dem Projektteam daher:

- den Sinn und die Zusammensetzung der Zukunftskonferenz zu erörtern und den Beteiligten zu kommunizieren.

h. Bedeutung für Pfadfinder*innengruppen

Schon bei den Interviews können wir erkennen, dass die Bedeutung des strategischen Plans für die Pfadfinder*innengruppen unterschiedlich gesehen wird. Einige wünschen sich mehr Einbindung der Gruppen. Einige finden, dass die Gruppen über das Falsche zum falschen Zeitpunkt informiert werden. Einige erkennen zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine wesentliche Bedeutung des strategischen Plans für die Gruppen.

Bei der Befragung kommen wir zu folgendem Ergebnis:

Von den 37 Antworten sagen 28 GL, dass sie von der Vision2028 noch nichts gehört haben (= 76%). Die Antworten wurden im Juli und August 2019 gegeben. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist festzuhalten, dass dies lediglich ein Stimmungsbild zeigt und keinerlei statistisch signifikante Resultate ableitbar sind.

Die wesentlichste Erkenntnis aus den Antworten ist aus unserer Sicht: die Kommunikation der Vision2028 ist bei den Gruppen, die geantwortet haben, noch nicht angekommen.

Inhaltlich können von jenen, die angeben bereits von Vision2028 gehört zu haben, die Themenstellungen zum größten Teil nicht genannt werden. Einzelne geben folgende Themen an, die sie schon im Zusammenhang mit Vision2028 gehört haben:

- Nachhaltigkeit,
- selbstbestimmte Entfaltung,
- „Mutig – Bunt – Laut“,
- Öffentlichkeitsarbeit,
- Erneuerung des Jugendprogrammes,
- Verbesserung des Auftretens nach Außen
- Spiritualität (ist eigentlich kein Thema in der Strategie)

Jedes dieser Themen wird nur einmal genannt.

Weitere Fragen, die wir gestellt haben, geben folgendes Bild ab:

Der Großteil der Gruppen verbringt mehr als 51% ihrer Zeit im Programm im Freien.

Die Themenkreise Vielfalt, Nachhaltigkeit und aktive Beteiligung der Kinder und Jugendlichen an der Programmgestaltung finden Niederschlag im Programm.

Die Mitgliederzahl jener Gruppen, die geantwortet haben ist tendenziell gestiegen oder stabil.

Wir empfehlen dem Projektteam daher

- die Kompetenz des Bundesrats und Bundesjugendrats bei der Begeisterung und Erreichbarkeit der Gruppen zu nutzen und mit ihnen zu beraten, welche sinnvollen Lösungen in der Einbindung der Gruppen gefunden werden können.