

# Protokoll des Arbeitsgruppentreffens Planung des Arbeitsjahres 2012 14. November 2011



facilitation.at KG  
Edlingerweg 11  
8042 Graz  
office@facilitation.at  
m.hauszer@facilitation.at  
www.facilitation.at



## Inhaltsverzeichnis

1. Einstieg und Aufgabenstellung.....	3
1.1 TeilnehmerInnenliste (o.Titel) .....	3
1.2 Erwartungen der TeilnehmerInnen .....	3
1.3 Ausgangssituation.....	4
2. Planung der Aktivitäten zum Ziel 1 und Ziel 3.....	4
2.1 Aufgabenstellung .....	4
2.1.1 Bearbeitung des Visionsziels 1 .....	4
2.1.2 Bearbeitung des Visionsziels 3 .....	5
2.2 Ergebnisse .....	6
2.2.1 Feedback über erbrachte Leistungen.....	6
2.2.2 Regionale Hausmessen - branchenübergreifend .....	6
2.2.3 Business-Party .....	7
2.2.4 Geschäftskontaktmesse .....	7
2.2.5 Informationsveranstaltungen.....	8
3. Planung von drei Grundaktivitäten .....	9
3.1 Aufgabenstellung – Weiterarbeit in drei Kleingruppen.....	9
3.2 Regionale Hausmessen - branchenübergreifend .....	9
3.3 Informationsveranstaltungen .....	10
3.4 Business-Party und Geschäftskontaktmesse .....	11
4. Weitere Umsetzungsschritte .....	11
4.1 Regionale Hausmessen – branchenübergreifend.....	11
4.2 Informationsveranstaltungen .....	11
4.3 Business-Party und Geschäftskontaktmesse .....	11
4.4 Jahresausklang:.....	12
5. Veranstaltungsübersicht 2012.....	12

### Der Begriff der Facilitation (an Stelle von Moderation)



**Der Begriff Facilitation (spanisch *facilitación*) kommt aus dem Spanischen und bedeutet so viel wie "ermöglichen, befähigen und erleichtern".**

**Genau das ist unser oberstes Gebot beim Arbeiten mit Gruppen und Teams. Durch unsere Facilitation wollen wir Gruppenprozesse ermöglichen, erleichtern und die Beteiligten befähigen, an sich selbst zu wachsen.**

**Als Arbeitsgemeinschaft begleiten wir Teams und Gruppen beim Erarbeiten von strategischen Planungen, Teambildungsprozessen, Projektplanungen u. v.m.**

## 1. Einstieg und Aufgabenstellung

### 1.1 TeilnehmerInnenliste (o.Titel)

Karin Borges  
Peter Heisz  
Petra Herz  
Gerda Hohl  
Dietmar Hoffmann  
Jochen Joachims  
Karl Karner  
Josef Kirnbauer  
Stefan Kneisz  
Josef Lang  
Ilse Lichtenberger  
Ina Lichtenberger  
Helmut Pucher  
Arnold Putz  
Herbert Rosenitsch  
Paul Scheu  
Gerhard Schlögl  
Robert Schwarzinger  
Fritz Tresek  
Roman Wappl  
Edith Wieser-Mayrhofer

Martin Hauszer (Moderator)



### 1.2 Erwartungen der TeilnehmerInnen

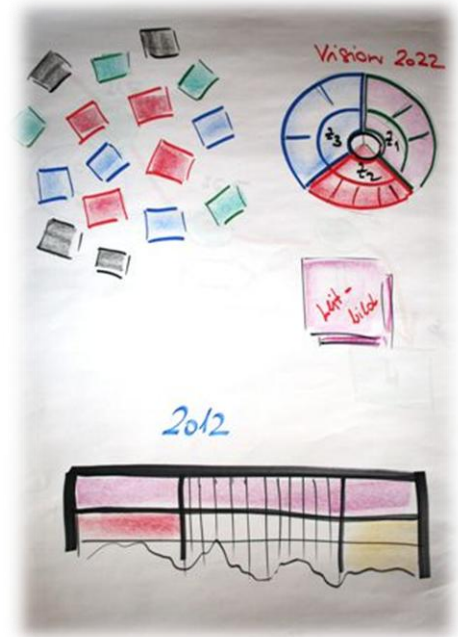
In der Eröffnungsrunde der TeilnehmerInnen wird deutlich, dass es nach dem Visions- und Leitbildprozess vom Frühsommer 2011 nun darum geht, die einzelnen Aktivitäten für die Zukunft konkreter zu planen (Zitat: „Von der Theorie in die Praxis kommen“).

Diese Erwartungen der TeilnehmerInnen decken sich sehr gut mit der geplanten Zielsetzung des Arbeitsgruppentreffens, bei dem, basierend auf die Vision, der Aktivitätenplan für 2012 erstellt werden sollte.



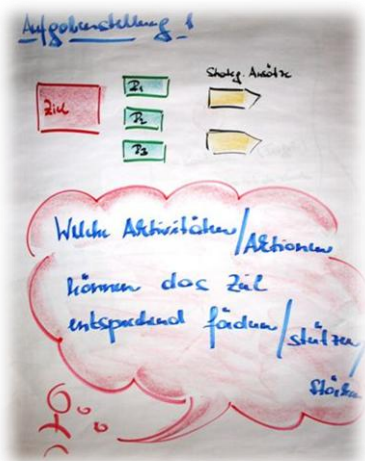
### 1.3 Ausgangssituation

Auf Basis der strategischen Überlegungen, die beim Strategieworkshop am 26. Mai 2011 in Neckenmark erarbeitet wurden und mit Hilfe der Visionsziele wurden in einem ersten Schritt in zwei Arbeitsgruppen mögliche Netzwerkaktivitäten diskutiert.



## 2. Planung der Aktivitäten zum Ziel 1 und Ziel 3

### 2.1 Aufgabenstellung



#### Aufgabenstellung:

Welche Aktivitäten/Aktionen können das Ziel entsprechend fördern/stützen/stärken.

#### 2.1.1 Bearbeitung des Visionsziels 1

##### Ziel 1:

Die Zukunftspotentiale im ländlichen Raum werden bewusst genutzt.

##### Resultat 1.1:

Es existiert ein hoher Qualitätsanspruch für die Bereiche Produkt, Service und Beratung.

##### Resultat 1.2:

Spezialisierung und der Faktor Natur stärken das Wirtschaftspotential.

##### Strategien zur Zielerreichung (WS Neckenmarkt):

- Spezialisierung fördern und forcieren.
- Ressourcen des ländlichen Raumes nutzen.



## 2.1.2 Bearbeitung des Visionsziels 3

### Ziel 3:

Das Unternehmensnetzwerk ist eine führende Zukunftsinitiative.

### Resultat 3.1:

Das Netzwerk wird von den UnternehmerInnen aktiv genutzt.

### Resultat 3.2:

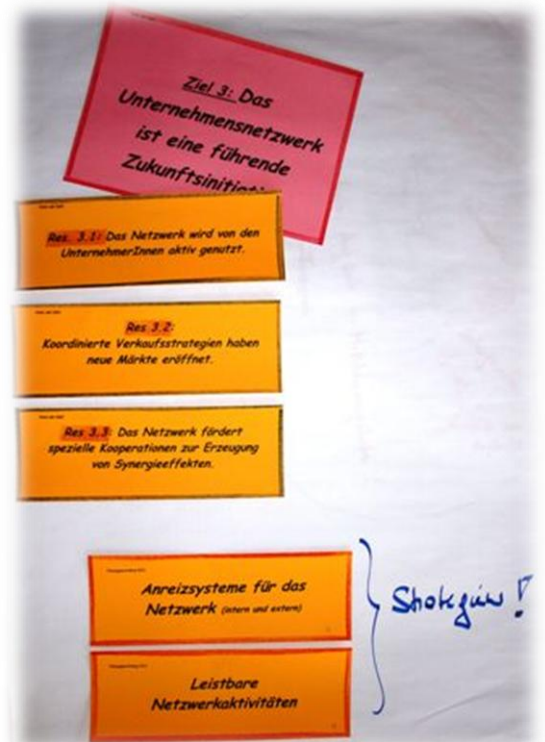
Koordinierte Verkaufsstrategien haben neue Märkte eröffnet.

### Resultat 3.3:

Das Netzwerk fördert spezielle Kooperationen zur Erzeugung von Synergieeffekten.

### Strategien:

- Anreizsysteme für das Netzwerk (intern und extern).
- Leistbare Netzwerkaktivitäten.



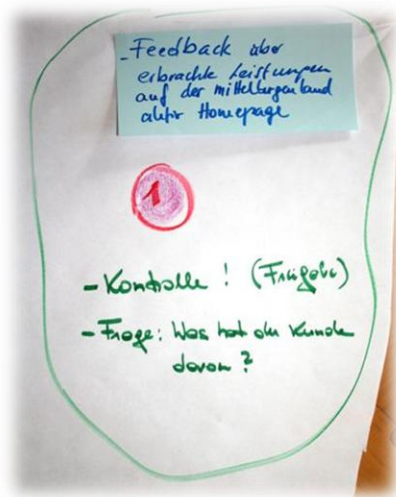
Die Frage des „Anreizsystems“ (Was macht das Netzwerk nach innen (für neue Mitglieder), aber auch nach außen (für unsere Kunden) attraktiv, hat in weiterer Folge die Diskussionen rund um diverse Veranstaltungen/Aktionen überlagert und ist eine ganz wesentliche „Kontrollfrage“ für die Zukunft.



## 2.2 Ergebnisse

In einem weiteren Schritt wurden die in den beiden Gruppen erarbeiteten Aktionen/Aktivitäten/Maßnahmen im Plenum vorgestellt und diskutiert. Es ergaben sich vier Hauptaktivitäten.

### 2.2.1 Feedback über erbrachte Leistungen



Feedback über erbrachte Leistungen auf der *mittelburgenland aktiv* Homepage.

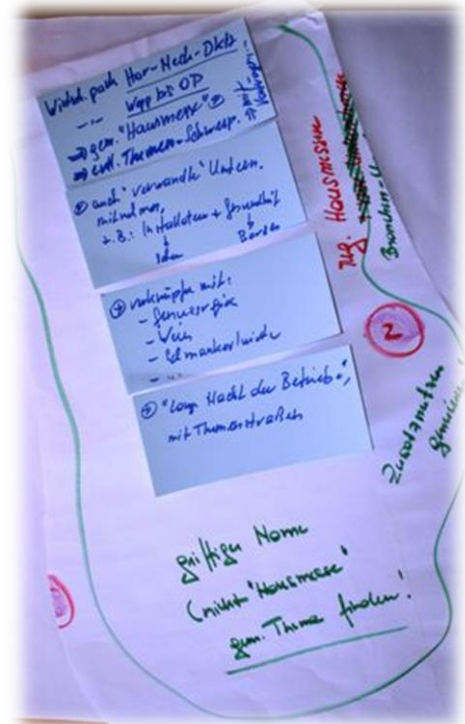
Kunden können Netzwerkpartner bewerten

#### Rückmeldungen/Hinweise aus dem Plenum:

- ⇒ Kontrolle notwendig! (Freigabe der Feedback-Beiträgen)
- ⇒ Frage: Was hat der Kunde davon?

### 2.2.2 Regionale Hausmessen - branchenübergreifend

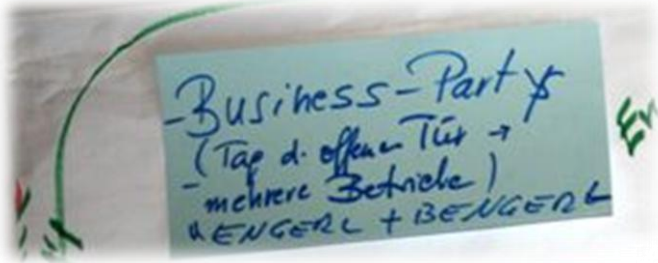
- Wirtschaftspark Horitschon-Neckenmarkt-Deutschkreutz
- Wirtschaftspark Weppersdorf bis Oberpullendorf
  - ⇒ gemeinsame „Hausmesse“
  - ⇒ evtl. Themen-Schwerpunkt
  - ⇒ mit Vorträgen, ...
- Auch „verwandte“ Unternehmen „mitnehmen“, z.B. Installateur (Scheu) und Gesundheit (Borges)
- Verknüpfe mit:
  - ⇒ Genussregion
  - ⇒ Wein
  - ⇒ Schmankerlwirte
  - ⇒ ...
- „Lange Nacht der Betriebe“ mit Themenstraßen



#### Rückmeldungen/Hinweise aus dem Plenum:

- ⇒ Regionale „Hausmessen“
- ⇒ Zusatznutzen generieren
- ⇒ griffiger Name (nicht „Hausmesse“, gemeinsames Thema finden)

### 2.2.3 Business-Party



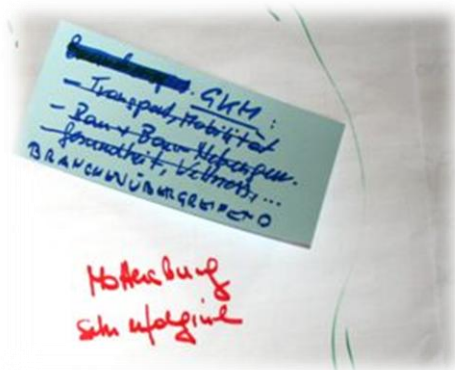
- Business-Parties (Tag der offenen Tür => mehrere Betriebe) „Engerl und Bengel“

#### Rückmeldungen/Hinweise aus dem Plenum:

##### Businessparty (Event):

- Netzwerk-Veranstaltung
- Zielgruppe: Netzwerkpartner intern; be-to-be Meeting

### 2.2.4 Geschäftskontaktmesse



Geschäftskontaktmesse => branchenübergreifend

#### Diskussionen im Plenum

In der Folge gab es eine durchaus hitzige Diskussion über den Sinn dieser Geschäftskontaktmesse.

Roman Wappl erläutert, dass solche Messen in anderen Regionen durchaus erfolgreich waren.

Bis im Jänner 2012 sollen auch konkrete Nachbearbeitungsergebnisse über den tatsächlichen Erfolg

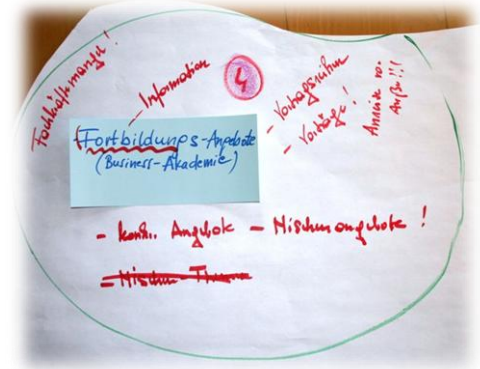
dieser Messen vorliegen. Das Prinzip dieser Geschäftskontaktmesse ist es, bereits im Vorfeld bestimmte Kontakttreffen zu vereinbaren.

Schließlich wurde angeregt, für die weitere Planung beide Veranstaltungen (Geschäftskontaktmesse und die Business-Party) miteinander zu verbinden.



## 2.2.5 Informationsveranstaltungen

- Fortbildungsangebote (Business-Akademie)



### Rückmeldungen/Hinweise aus dem Plenum:

- ⇒ konkrete Angebote – Nischenangebote; da es im Bereich Fortbildungsveranstaltungen zahlreiche andere Anbieter (Wifi, WK, ...) gibt. Es sollte daher eher an Informationsveranstaltung, Vorträge, Vortragsreihen gedacht werden.
- ⇒ Anreize von außen!!!
- ⇒ Fachkräftemangel! => mögliches Thema



### 3. Planung von drei Grundaktivitäten

#### 3.1 Aufgabenstellung – Weiterarbeit in drei Kleingruppen

Die drei für 2012 angedachten Veranstaltungen wurden im Anschluss in drei Kleingruppen weitergeplant. Dabei gab es folgende Aufgabenstellung:



- I. Was ist der erste Schritt
- II. Was braucht es dazu?
- III. Wer ist die genaue Zielgruppe?
- IV. Was sind die erwarteten Resultate der jeweiligen Aktion?

#### 3.2 Regionale Hausmessen - branchenübergreifend

Termin: 1. HJ 2012 (Mai/Juni)

##### I. Was ist der erste Schritt?

- Wer macht mit?
  - ⇒ Jänner 2012
- Konzepterstellung – Motto!!
- Vorstellung der Idee durch mbl-aktiv (alle Unternehmen)

##### II. Was braucht es dazu?

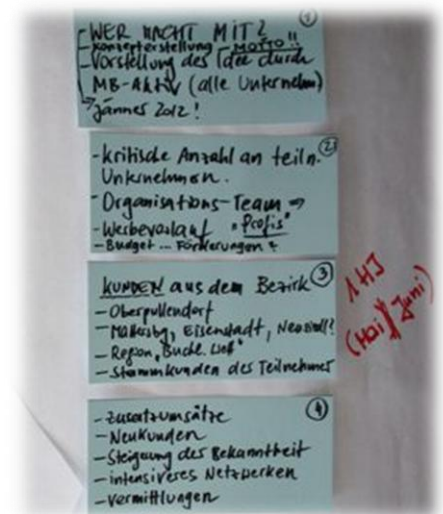
- Kritische Anzahl an teilnehmenden Unternehmen
- Organisations-Team
  - ⇒ „Profis“
- Werbevorlauf
- Budget...Förderungen?

##### III. Wer ist die Zielgruppe

- Kunden aus dem Bezirk
  - ⇒ Oberpullendorf
  - ⇒ Mattersburg, Eisenstadt, Neusiedl?
  - ⇒ Region „Bucklige Welt“
  - ⇒ Stammkunden der Teilnehmer

##### IV. Was sind die erwarteten Resultate

- Zusatzumsätze
- Neukunden
- Steigerung der Bekanntheit
- Intensiveres Netzwerken
- Vermittlungen



### 3.3 Informationsveranstaltungen

Herbst 2012

#### I. Was ist der erste Schritt

- „tun“
- Themen finden
- Personen die tun
- Kernteam und Experten

#### II. Was braucht es dazu?

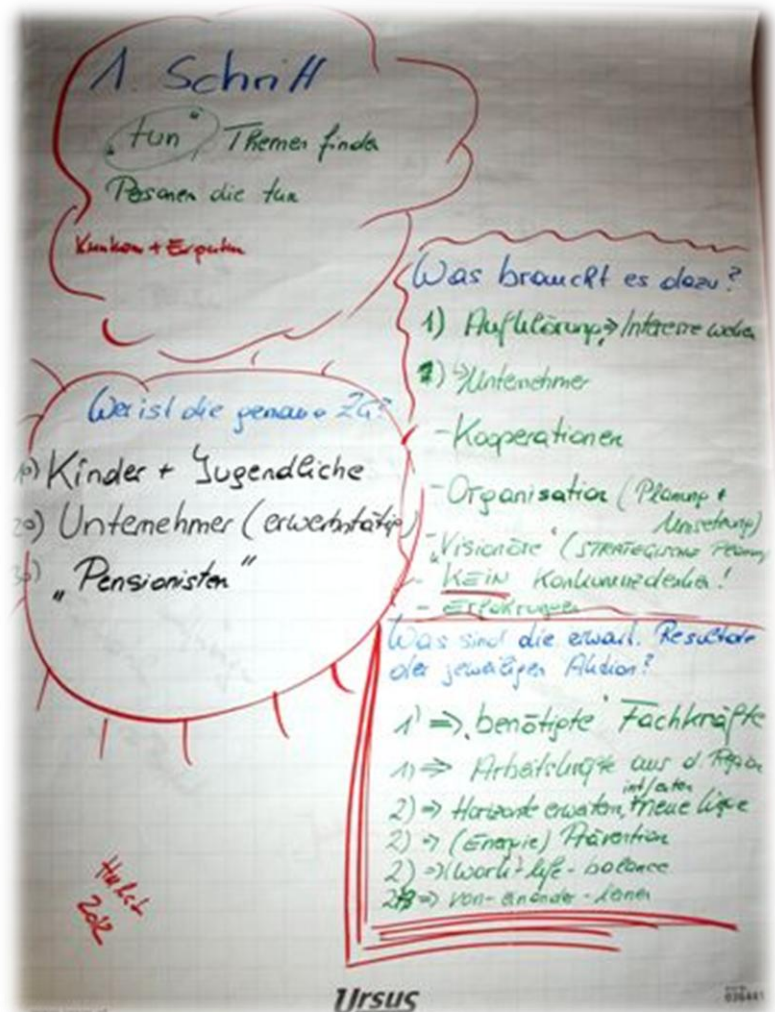
- Aufklärung => Interesse wecken
- Unternehmer
- Kooperationen
- Organisation (Planung und Umsetzung)
- „Visionäre“ (Strategische Planung)
- Kein Konkurrenzdenken
- Erfahrungen

#### III. Wer ist die Zielgruppe

- Kinder und Jugendliche
- Unternehmer (erwerbstätig)
- „Pensionisten“

#### IV. Was sind die erwarteten Resultate

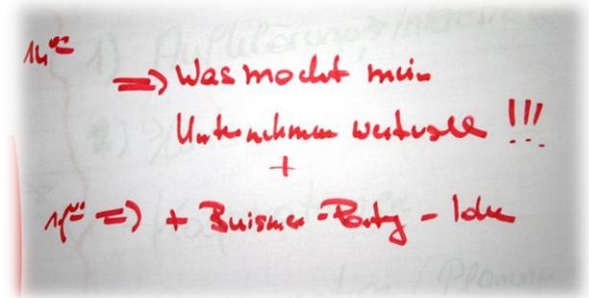
- „benötigte“ Fachkräfte
- Arbeitskräfte aus der Region
- Horizonte erweitern, intern/extern neue Wege
- (Energie) Prävention
- (Work-)Life-Balance
- Von-einander-Lernen



### 3.4 Business-Party und Geschäftskontaktmesse

Hier gab es innerhalb der Gruppe noch zahlreiche Diskussionen über die sinnvolle Verbindung beider Veranstaltungen.

Schlussendlich einigte man sich darauf, ausgehend von der zentralen Fragestellung „Was macht mein Unternehmen so wertvoll“ Gegen 14 Uhr mit einer Geschäftskontaktmesse zu beginnen, ehe am Abend (gegen 19 Uhr) die Business-Party (als Event – ungezwungener Austausch) startet.



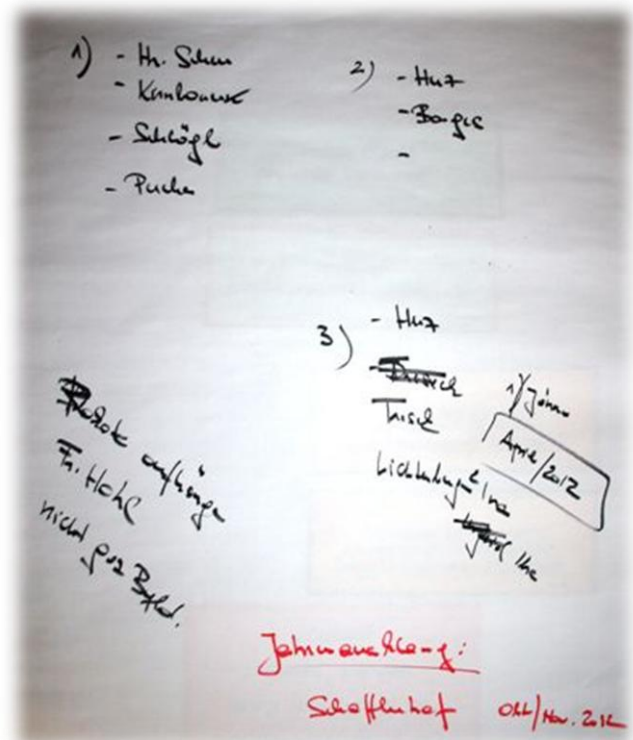
**Termin: April 2012:**

## 4. Weitere Umsetzungsschritte

Folgende Teams kümmern sich um die Weiterplanung der einzelnen Veranstaltungen.

### 4.1 Regionale Hausmessen – branchenübergreifend

- Herr Scheu
- Herr Kirnbauer
- Herr Schlögl
- Herr Pucher



### 4.2 Informations-veranstaltungen

- Frau Herz
- Frau Borges

### 4.3 Business-Party und Geschäftskontaktmesse

- Frau Herz
- Herr Tresek
- Frau Lichtenberger Ina
- Frau Lichtenberger Ilse

#### 4.4 Jahresausklang:

Besuch beim Schafflerhof

Termin: Oktober/November 2012

#### Plakate aufhängen

Frau Hohl kümmert sich um das Aufhängen der Plakate in der näheren und weiteren Umgebung von Lutzmannsburg

### 5. Veranstaltungsübersicht 2012

<b>April</b>	Business-Party und Geschäftskontaktmesse
<b>Mai/Juni</b>	Regionale Hausmessen
<b>Herbst</b>	Informationsveranstaltungen
<b>Okt/Nov.</b>	Jahresausklang



Graz, am 23. November 2011

Martin Hauszer