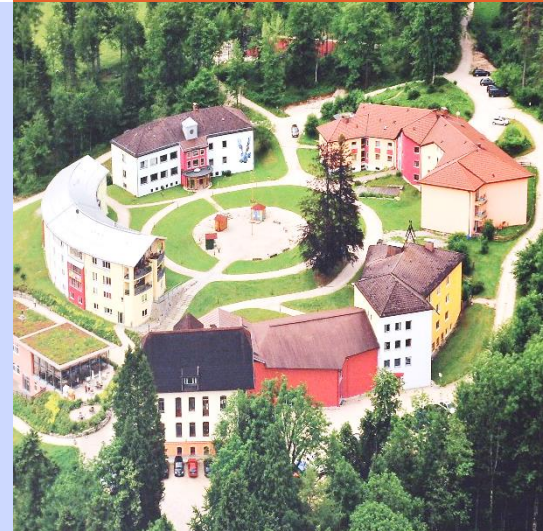


Non-Profit-Organisationen

CASEStudy

Strategische Herausforderungen im Schatten des Bergkinderdorfes Neue Transparenz ermöglicht Risikominimierung und Potenziale



Hohenfried wurde 1949 gegründet und bietet aktuell 202 Menschen mit Behinderung Platz.

AUFTRAGGEBER

Hohenfried in Bayerisch Gmain bietet Menschen mit Behinderungen einen Ort zum Wohnen, Arbeiten und Lernen im Berchtesgadener Land nahe der österreichischen Grenze. Der Verein verfügt über ein 32 ha großes Areal für die Wohn- und Arbeitsgebäude. Sowohl Kinder und Jugendliche als auch Erwachsene leben auf Hohenfried und haben verschiedene Arten von Behinderungen.

Prägend für die Arbeit bzw. das Konzept der Hohenfriedler ist der anthroposophische Betreuungsansatz in Kombination mit der individuellen Lebensgeschichte der Menschen, die zum Verständnis der Person erzählt wird und Anker der Entwicklung ist.

AUSGANGSLAGE

Der Verein hat ein neues Konzept für Hohenfried entwickelt und in den letzten 10 Jahren schrittweise umgesetzt. Viele Gebäude wurden für die Erwachsenen saniert und eine neue Werkstatt für 120 behinderte Menschen gebaut. Es entstand ein moderner Arbeitsbereich mit einer Bäckerei, Lebensmittelveredelung, Schreinerei, Gärtnerei, Wachsmanufaktur und einem Verkaufsladen für die Produkte. Der umsatzfinanzierte Bereich soll sich zukünftig selbst tragen.

Ein Neubau für die Kinder und Jugendlichen steht an. Dieser soll 50 Kindern und Jugendlichen einen geschützten Raum bieten.

HERAUSFORDERUNG

Die größte Herausforderung ist das Bergkinderdorf ohne wesentliche Zuschüsse neu zu bauen. Es soll sich in das Gesamtensemble einfügen, welches wirtschaftlich stabil sein muss. Die Wirtschaftlichkeit der neuen Werkstätten ist ein weiterer Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Konzeptes. Hier müssen neue Geschäftsfelder identifiziert werden.

Im Rahmen des Projektes soll ferner eine Nachfolgeregelung für die Begründer gefunden und die DNA des Konzeptes Hohenfried langfristig gesichert werden.



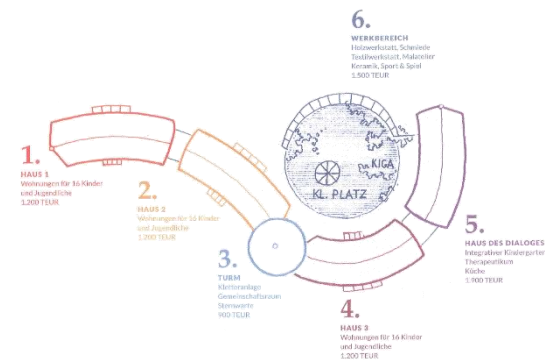
HOHENFRIED
HEIMAT

Stefan Weber, Begründer des Konzeptes und Vorstandsvorsitzender Hohenfried e. V.

„Wir sind froh über die neue Transparenz, die uns die Augen geöffnet hat und nun gute Entscheidungen ermöglicht. Wir sind alle zuversichtlich, dass unser Invest in die Werkstatt Früchte trägt und die Kinder und Jugendlichen in absehbarer Zeit in das Bergkinderdorf umziehen können.“

VORGEHENSWEISE

1. Durch die Bestandsaufnahme und Analyse der Wohn- und Arbeitsbereiche wurde Transparenz hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit und der Organisation geschaffen. **2.** Aus der Analyse wurde eine neue Gemeinkostenverteilung abgeleitet, die eine völlig neue Transparenz für die Verantwortlichen schaffte. **3.** Parallel wurden Experteninterviews zur Beurteilung des inhaltlichen Konzeptes durchgeführt. **4.** Wettbewerbsanalysen mit anderen Einrichtungen und Werkstätten offenbarte die Position Hohenfrieds im oberbayerischen bzw. deutschen Markt. **5.** Auf der Grundlage der Erkenntnisse wurden die strategischen Optionen erarbeitet und diskutiert. **6.** Entwicklung eines Marketing-/Vertriebskonzeptes für die Werkstatt. **7.** Reorganisation der Vereinsstruktur. **8.** Fundraisingkonzept für das Bergkinderdorf. **9.** Personalkonzept mit neuen Stellenbeschreibungen für die Schlüsselpositionen. **10.** Erstellung eines Meilensteinplans zur Begleitung der Umsetzung.



Das Bergkinderdorf ist in vier Häuser aufgeteilt. In der Mitte befindet sich ein Kletterturm (3.).

ERGEBNISSE

- Transparenz zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit einzelner Bereiche und Subventionierungen dieser untereinander auf Basis einer neuen Gemeinkostenverteilung
- Identifizierung von Risiken für den Verein und demnach Vorschlag zur Ausgliederung der Werkstatt in eine gGmbH
- Reorganisation der Vereinsstruktur durch die Ausgliederung der Werkstatt und mit Blick auf eine sinnvolle Nachfolgeregelung
- Vorschläge zur Optimierung des Vereinsmanagements und Anpassung von Stellenprofilen der Schlüsselpersonen
- Positive Beurteilung des Bergkinderdorfes im Gesamtkontext und Bildung von Umsetzungsoptionen sowie Aufstellen eines umfangreichen und konsequent zu verfolgenden Fundraisingkonzeptes
- Beurteilung der Ist-Situation der Werkstatt und Identifizierung von Verbesserungspotenzialen
- Vertriebs-/Marketingkonzept für die Werkstatt mit strategischen Geschäftsfeldern und Fokussierung auf profitable Bereiche
- Vorschlag zur Einrichtung einer Stiftung (mit angeschlossenem Campus) zum Fundraising und Sicherung der DNA Hohenfried



Schoen + Company berät auch nicht kommerzielle Dienstleistungsunternehmen, vor allem strategisch. Durch den breiten Erfahrungsschatz und den Best-Practices aus dem kommerziellen Bereich bieten wir völlig neue Ideen und Sichtweisen auf Ihre Organisation.

Ihr Ansprechpartner: Ralf Schön, Geschäftsführer

Schoen + Company GmbH
Management Consultants
 Neuer Zollhof 2
 40221 Düsseldorf
 T 0211-8395-410
 F 0211-8395-411
 E info@schoen-company.com
 I www.schoen-company.com