

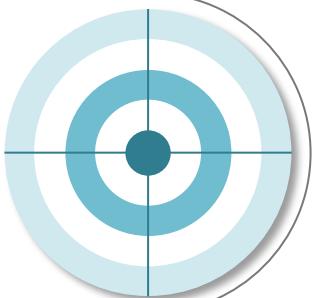


Der BRH heute und morgen – ein Blitzlicht

Bundesvorstandssitzung des Seniorenverbandes BRH
25. bis 26. März 2011, Eisenach

Wir freuen uns auf einen regen Austausch mit Ihnen zur aktuellen Lage und künftigen Optionen Ihres Verbandes

Warum wir hier sind



- Ihnen schildern, wie der BRH auf uns und somit nach außen wirkt
- Die dringenden Fragen aufwerfen, denen sich der BRH stellen muss und dazu heute in einen ersten Austausch kommen
- Ihnen Anregungen geben, welche Schritte unternommen werden können, um langfristig das Bestehen des BRH zu sichern
- Ihnen konkrete Umsetzungshilfe anbieten



Ricarda König und Franka Sahland – wir sind ein starkes Team mit viel Erfahrung im Gewerkschafts- und Nonprofitbereich

Wer wir sind

Ricarda König, 32

Kernkompetenzen

Seit 8 Jahren erfolgreich in der Unternehmensberatung, seit 5 Jahren tätig als Trainerin und Coach mit den Schwerpunkten

- Strategieentwicklung
- Reorganisation
- Change Management
- Marketing, PR, Kommunikation



Franka Sahland, 41

Kernkompetenzen

Seit 15 Jahren erfolgreich in der Unternehmensberatung tätig – von der internen Serviceleiterin zur eigenen Geschäftsführung:

- Strategieentwicklung und -umsetzung
- Personalentwicklung und Vermittlung
- Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation



Beruflicher Werdegang

- CII Group, Projektmanagerin
- Capgemini Deutschland, Senior Beraterin
- Pricewaterhouse Coopers, HR-Beraterin
- KPMG Consulting, Beraterin

Ausbildung

- Diplom-Kffr. (Öffentliches Dienstleistungsmanagement)
- Berufsbegleitende Promotion zum Thema „Verwaltungsmarketing im Kontext des E-Government“

Ausbildung

- Diplom-Soz. (Arbeits- und Organisationssoziologie)
- Berufsbegleitende Fortbildung „Systemischer Coach“
- Journalistik-Volontariat (Fernsehen)

Der BRH kann stolz sein auf die bereits eingeleiteten Verbesserungsmaßnahmen

Was bisher geschah

Mut zur Selbstkritik:
Ziehen einer realistischen Zwischenbilanz im Herbst 2009

Klärung und Verbesserung der Haushaltslage

Verbesserung der Zusammenarbeit mit der dbb verlag GmbH

Einsetzen einer "Zukunftskommission" im Herbst 2010 zu den Perspektiven des BRH

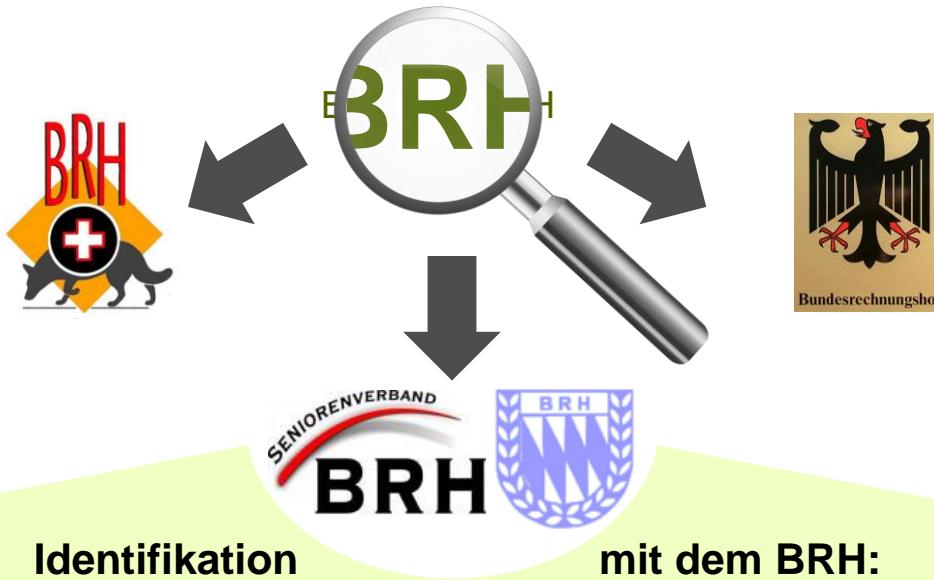
Überarbeitung der Satzung

Neugestaltung des Logos



Der erste Eindruck zählt: schaffen Name und Logo eine sinnstiftende Identität?

BRH: Markenidentität



Identifikation

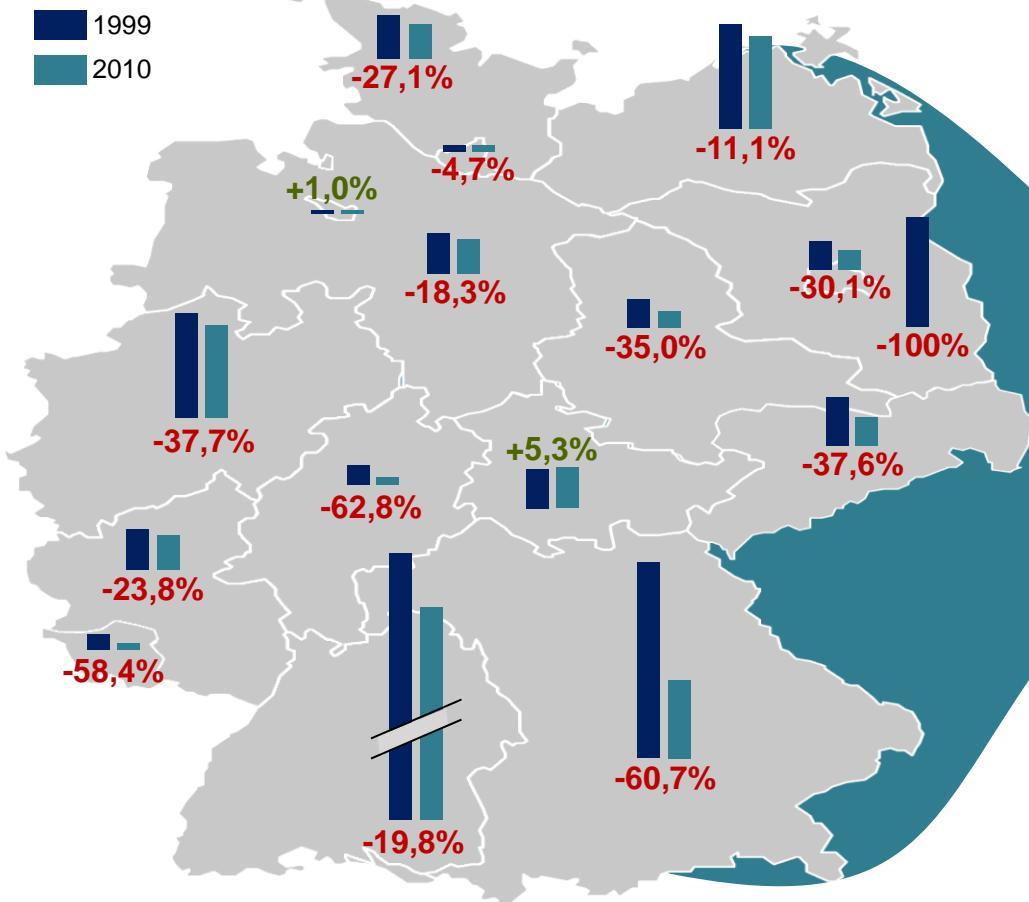
mit dem BRH:

- Welche Probleme, glauben Sie, werden durch ein neues Logo gelöst?
- Gelingt Ihnen ein eindeutig wiedererkennbarer (Werbe-)auftritt?
- Wie wichtig ist Ihnen ein einheitliches Design?
- Was ist der Stil des BRH?
- Gibt es ein „Wir-Gefühl“?

→ Seien Sie unverwechselbar! ←

Das stärkste Signal: ein kontinuierlicher Massenaustritt der Mitglieder bedroht die Existenz des BRH

BRH: Mitgliederentwicklung



Ohne Mitglieder kein BRH:

- Was sind Ihrer Meinung nach die wesentlichen Gründe für die sinkenden Zahlen?
- Weshalb wollen Sie neue Mitglieder gewinnen?
- Wer ist bei Ihnen verantwortlich für die Mitgliedergewinnung?
- Was können wir von den LVs lernen, in denen die Mitgliedszahlen stabil sind?

→ Wenn Sie neue Mitglieder gewinnen wollen,
dann sollten Interessierte das auch spüren können! ←

In dieser Situation ist es angemessen, dass der BRH sich selbst und seinen Ideenhaushalt in Frage stellt

BRH: Leitbild und Mission

"Wir sind eine starke fach- und sachkundige Interessenvertretung eines jeden Angehörigen der älteren Generation in Deutschland – ob ehemaliger Beamter, Richter, Soldat, Angestellter oder Arbeiter und deren Hinterbliebenen, parteipolitisch unabhängig, das heißt nicht rot, nicht schwarz, nicht gelb, nicht grün."

"Der BRH im DBB versteht sich ferner als Selbsthilfegemeinschaft älterer Menschen"

"Der BRH kann nur dann überleben, wenn es zur Bildung einer Seniorenorganisation des dbb kommt, in der der BRH selbst aufgehen kann."



"Aus meiner Sicht spielt der BRH NRW die Rolle einer Fachgewerkschaft im dbb NRW"

"Nach meiner Auffassung sind wir

- Keine Gewerkschaft im üblichen Sinn**
- Kein Sozialverband**
- Keine reine Freizeitgruppe**

Für welche Inhalte stehen wir überhaupt?"

Der BRH heute und morgen:

- ➔ Warum existiert der BRH?
- ➔ Wofür steht der BRH?
- ➔ Woran glauben Sie?
- ➔ Was macht den BRH einzigartig?
- ➔ Wohin muss sich der BRH entwickeln und warum?
- ➔ Wovon träumen Sie
- ➔ Welche Reichweite streben Sie an?



Seien Sie vom BRH und seinen Inhalten überzeugt!



Der BRH muss besser als heute imstande sein, den Lebensinteressen und Anliegen der Senioren (öffentlichen) Ausdruck zu verleihen

BRH: Auftrag und Leistungen

Vielfältige Erwartungen¹

- Gewerkschaftliche Vertretung ostdeutscher Interessen
- Rentenrechtliche Stellungnahmen und Einflussnahme
- Nähe des Vorstandes zur Basis
- Beteiligungsmöglichkeiten
- Freizeitgestaltung
- Effektive Organisationsstruktur mit klar definierten Aufgabenbereichen
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- Stärkere Nutzung elektronischer Medien

Vielfältige Leistungen¹

- Interessenvertretung der älteren Generation
- Partnerschaft, Informationen, Rat und Hilfe
- Geselligkeit, monatliche Zusammenkünfte und gegenseitige Hilfestellung
- Führung von Musterprozessen
- Kostenlose bzw. -günstige Versicherungen
- Zeitschrift „Aktiv im Ruhestand“
- Jährliches BRH Taschenbuch
- „Der Seniorenverband BRH kommt mir vor wie ein Gemischtwarenladen aus den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts mit einem entsprechenden Angebot aus der Nachkolonialzeit“

Der BRH –
aus Überzeugung

- ➔ Was will der BRH erreichen – heute und zukünftig?
- ➔ Was bietet der BRH, um die Gewerkschaftsarbeit lebendig zu gestalten?
- ➔ Welche rationalen und emotionalen Erwartungen haben (potenzielle) Mitglieder?
- ➔ Können Sie sich noch erinnern, was Sie zum BRH gebracht hat?

Sie müssen hinter dem stehen, was Sie tun!

Eine ähnliche Herausforderung haben wir schon einmal erfolgreich gemeistert: Begleitung einer der größten NPO bei ihrem Transformationsprozess

Unsere Erfahrungen – ein Projektbeispiel



Ausgangslage: Fusion von 5 Einheiten zu 1

Größte, europäische Nonprofitorganisation



- 5 Kulturen, 5 Leitbilder, 5 Führungsansätze, 5 Kommunikationsstile
- Beliebigkeit der Organisationsziele
- Unterschiedliches Auftreten in der Öffentlichkeit und geringe Außenwahrnehmung
- Schwindende Mitgliederzahlen



Projektansatz

- Schonungslose Aufnahme der Ist-Situation ⇒ Festlegen auf Soll-Ziele
- Erarbeitung eines einheitlichen Leitbildes mit daraus abgeleiteten Führungs- und Organisationsstilen
- Identifizierung "bester Praxisbeispiele" ⇒ Mentorenprogramm und -ausbildung
- Umsetzung eines Kommunikationskonzeptes nach innen und nach außen



Ergebnisse und langfristiger Nutzen

- 1 Kultur, 1 Leitbild, 1 Organisation mit einheitlichem Führungs- und Kommunikationsstil
- Verbesserter Informationsfluss, stärkerer Erfahrungsaustausch, Aufbau verlässlicher Partnerschaften mit anderen Verbänden (mehr Gewicht in der Öffentlichkeit und in der Politik)
- Gewinnung neuer Mitglieder und deren verbesserte, strukturiertere Betreuung

Die stetig größer werdende Gruppe der Senioren braucht eine verlässliche Interessenvertretung innerhalb der Gesellschaft und Europas

Zukunftssicherung als wichtigstes Anliegen

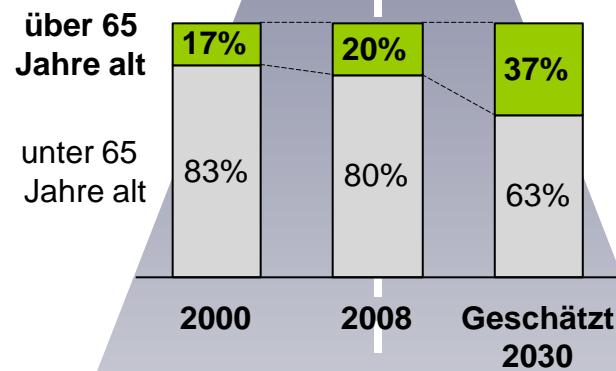
Bevölkerungsentwicklung in Deutschland¹

100% = 82 Mio. Einwohner

Von einer ungewissen Zukunft des BRH ...

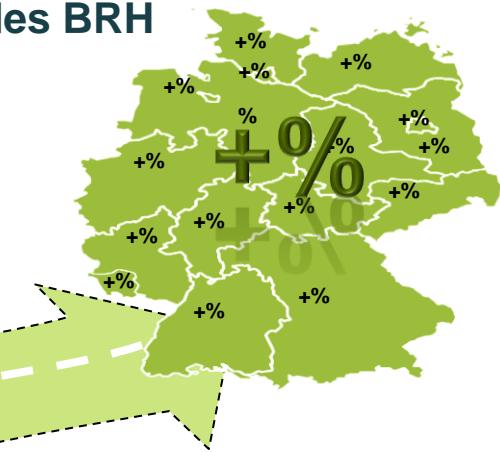


Weitermachen wie bisher kann zu bedrohlichen Mitgliederverlusten führen



Entwicklungs möglichkeiten des BRH

... zur Zukunftssicherung des BRH



Eine Neuausrichtung und Modernisierung des BRH kann den langfristigen Erhalt sichern

Viele kleine Schritte sind nötig auf dem Weg der Zukunftssicherung

Aufgabenstellung

1

- Erarbeitung einer Vision und einer Mission
- Festlegung von Rollen und Verantwortlichkeiten
- Verbesserung des Informations- und Kommunikationsflusses



Ein Blick in die Zukunft lohnt sich allemal

Erwartete Ergebnisse

1

- ✚ Eindeutiges Profil verbessert Identifikation mit dem BRH
- ✚ Klare Aufgabenverteilung sorgt für Fortschritt
- ✚ Feste Strukturen ermöglichen schnellen Austausch und das Lernen voneinander

2

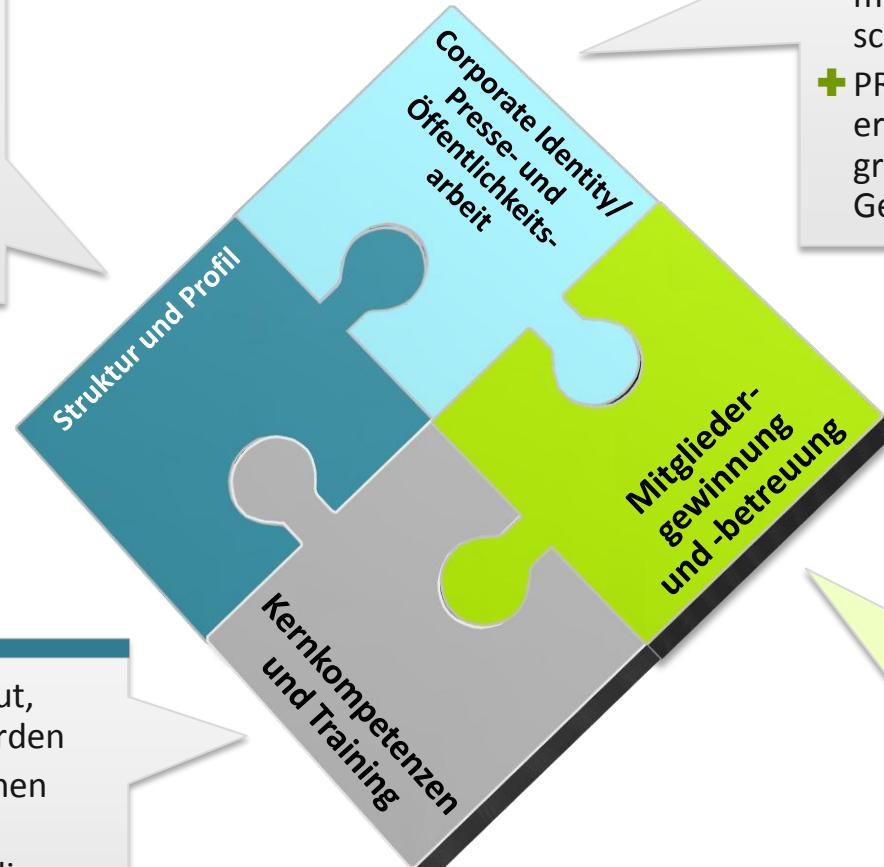
- ✚ Einheitliche/neue CI vermittelt Werte und Positionen, schafft ein positives Image
- ✚ PR- und Werbemaßnahmen erhöhen den Bekanntheitsgrad und verleihen dem BRH Gehör

3

- ✚ Sie wissen, wo sie neue Mitglieder finden, was diese vom BRH erwarten, wie sie integriert und am besten betreut werden
- ✚ Sie erhalten das Handwerkszeug, Mitgliedergewinnung zu betreiben

4

- ✚ Stärken müssen ausgebaut, Schwächen abgebaut werden
- ✚ Sie können einen deutlichen Nutzen vermitteln
- ✚ Trainings befähigen Sie, die Herausforderungen zu bewältigen



Ein klares Profil erleichtert die Darstellung des BRH, was die Mitgliedergewinnung unterstützt, für welche Kompetenzen aufgebaut werden müssen

Möglicher Ablaufplan

Aktivitäten	2011												2012						Ergebnisse
	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06				
Struktur und Profil																			Ausgangslage
▪ SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)																			Zukunftsconcept Zuständigkeiten, Abläufe
▪ Ziel- und Strategieworkshop (inkl. USP)																			
▪ Definition von Informations- und Kommunikationsprozessen																			
Corporate Identity/PR																			Logo und Claim Vorlagenpaket Internetrelaunch Newsletterstruktur Mediaplan
▪ Neugestaltung des Logos																			
▪ Erstellung von Templates (Word, PPT)																			
▪ Anpassung des Internetauftritts																			
▪ Modernisierung des BRH aktuell																			
▪ Presse- und Werbemaßnahmen																			
Mitgliedergewinnung und -betreuung																			Strukturprofil Mitgliedergewinnungsconcept Neue Mitglieder
▪ Analyse der Mitgliederstruktur																			
▪ Identifikation potenzieller Mitglieder und ihrer Erwartungen																			
▪ Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung																			
Kernkompetenzen und Training																			Aufgabenkatalog Argumentationshilfen Trainingskonzept/-plan Trainings
▪ Definition von Aufgaben und Leistungen																			
▪ Analyse des Trainingsbedarfs																			
▪ Durchführung von Trainings/Workshop																			

Wir haben gelernt, wie wichtig es ist, Spielregeln zu vereinbaren, sich zusammenzutun und an einem Strang zu ziehen

Wichtige Hinweise

1 Klares Bekenntnis, klare Ziele

Der BRH muss sich geschlossen den Herausforderungen stellen und "smarte" Ziele definieren



2 Einheitlichkeit

Ein homogener Ansatz bei Berücksichtigung lokaler Interessen vereinfacht das Vorhaben (Synergien)



3 Transparenter Ansatz

In der Analyse darf nichts beschönigt werden, Ergebnisse und Maßnahmen müssen transparent/abgestimmt sein



4

Voneinander lernen und miteinander arbeiten: mehr Köpfe haben mehr Ideen, Arbeit verteilt sich besser
Einer für alle, alle für einen

