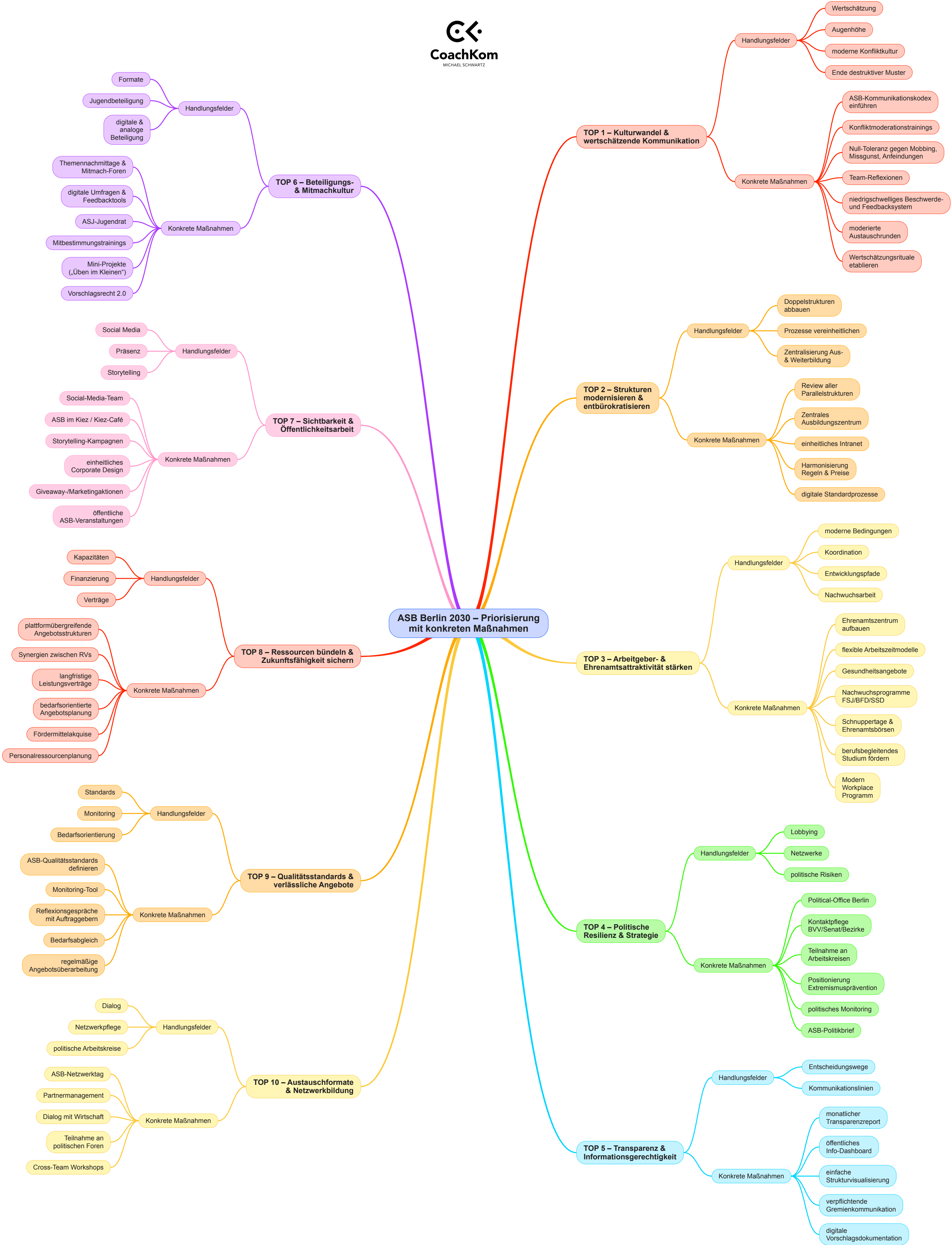




Herleitung: Von fünf Werten zu einer vollständigen Organisations-Priorisierung

1. Schritt: Ableitung der Prioritäten aus den fünf Werten

Im ersten Arbeitsschritt wurden im Rahmen der Workshops die fünf zentralen Werte des ASB Berlin herausgearbeitet:

Begeisterung & Spaß – Verantwortung – Hilfsbereitschaft – Gemeinschaft – Gerechtigkeit

Alle Rückmeldungen aus beiden Workshops wurden anschließend inhaltlich verdichtet.

Dabei zeigte sich schnell, dass jeder Wert bestimmte strukturelle oder kulturelle Bedürfnisse adressiert, die sich über alle Gruppen hinweg wiederholten.

So entstand die erste Priorisierung:

- Dort, wo alle fünf Werte in die gleiche Richtung zeigten (z. B. Transparenz, klare Kommunikation), ergaben sich Top-Prioritäten.
- Themen, die von mehreren Werten gleichzeitig gestützt wurden (z. B. Austauschformate, Strukturen, Weiterbildung), rückten ebenfalls ganz nach oben.
- Elemente, bei denen die Zustimmung weniger stark gehäuft war, kamen weiter nach unten.

Diese Logik führte zur ersten Top-10-Liste, die hauptsächlich auf den Wertediskussionen basierte:

Transparenz, klare Strukturen, Austausch, Weiterbildung, Grenzen, Beteiligung, faire Entscheidungen, Binnenkultur, Mitteltransparenz, Begegnung.

Diese Prioritäten spiegelten also vor allem die normative Ebene wider, also das, was dem ASB wichtig ist und welche Haltung die Organisation prägen soll.

2. Schritt: Integration der sechs Themenwände (World-Café)

Im zweiten Schritt wurden weitere sechs Themenwände tiefgehend ausgewertet:

1. Vom unsichtbaren Helfer zur sichtbaren Gemeinschaft
2. Basisdemokratische Mitmach-Organisation stärken
3. Verlässlicher Partner der Stadtgesellschaft
4. Politische Entwicklungen – Chancen und Risiken
5. Arbeitgeber- und Ehrenamtsattraktivität der Zukunft
6. Was sollten wir weglassen oder beenden?

Diese sechs Tische erweiterten den Blick von der normativen Ebene (Werten) auf die operative, strukturelle und politische Realität des ASB. Dadurch entstand ein viel vollständigeres Bild dessen, was die Organisation tatsächlich stärken, verändern und absichern muss.

Wesentliche Erkenntnisse aus den sechs Thementischen:

- Es gibt konkrete strukturelle Hemmnisse (Parallelstrukturen, Bürokratie, Silo-Denken).
- Es gibt starke Anforderungen als Arbeitgeber und Ehrenamtsorganisation (Arbeitsbedingungen, Nachwuchsarbeit, Koordination).
- Der politische Kontext zeigt deutliche Risiken und Chancen, die eine strategische Reaktion verlangen (Rechtsruck, Kürzungen, Netzwerke, Lobbying).
- Die Themenwände machten klar, dass Kulturwandel – mehr als alles andere – dringend notwendig ist.
- Zudem wurden zahlreiche konkrete Maßnahmen aufgelistet, die im Wertedialog noch nicht sichtbar gewesen waren.

Dadurch verschob sich das Prioritätenbild deutlich:

- Manche ursprüngliche Prioritäten wurden verstärkt (z. B. Transparenz, Beteiligung).
- Einige wurden konkreter und operationalisiert (z. B. Strukturen → Bürokratieabbau, Zentralisierung, Vereinheitlichung).
- Andere wurden durch neue Schwerpunkte ergänzt, die aus den Themenwänden hervorgingen:
 - Kulturwandel
 - Arbeitgeber- & Ehrenamtsattraktivität
 - politische Resilienz
 - Ressourcen- & Zukunftssicherung

Die Integration aller sechs Tische führte daher zur **erweiterten Priorisierung 2.0**, die sowohl:

1. **normative Grundlagen** (Werte),
2. **operative und strukturelle Anforderungen** (Themenwände)
3. **politische Rahmenbedingungen** (Chancen & Risiken)
4. **konkrete Maßnahmen und Hebel**

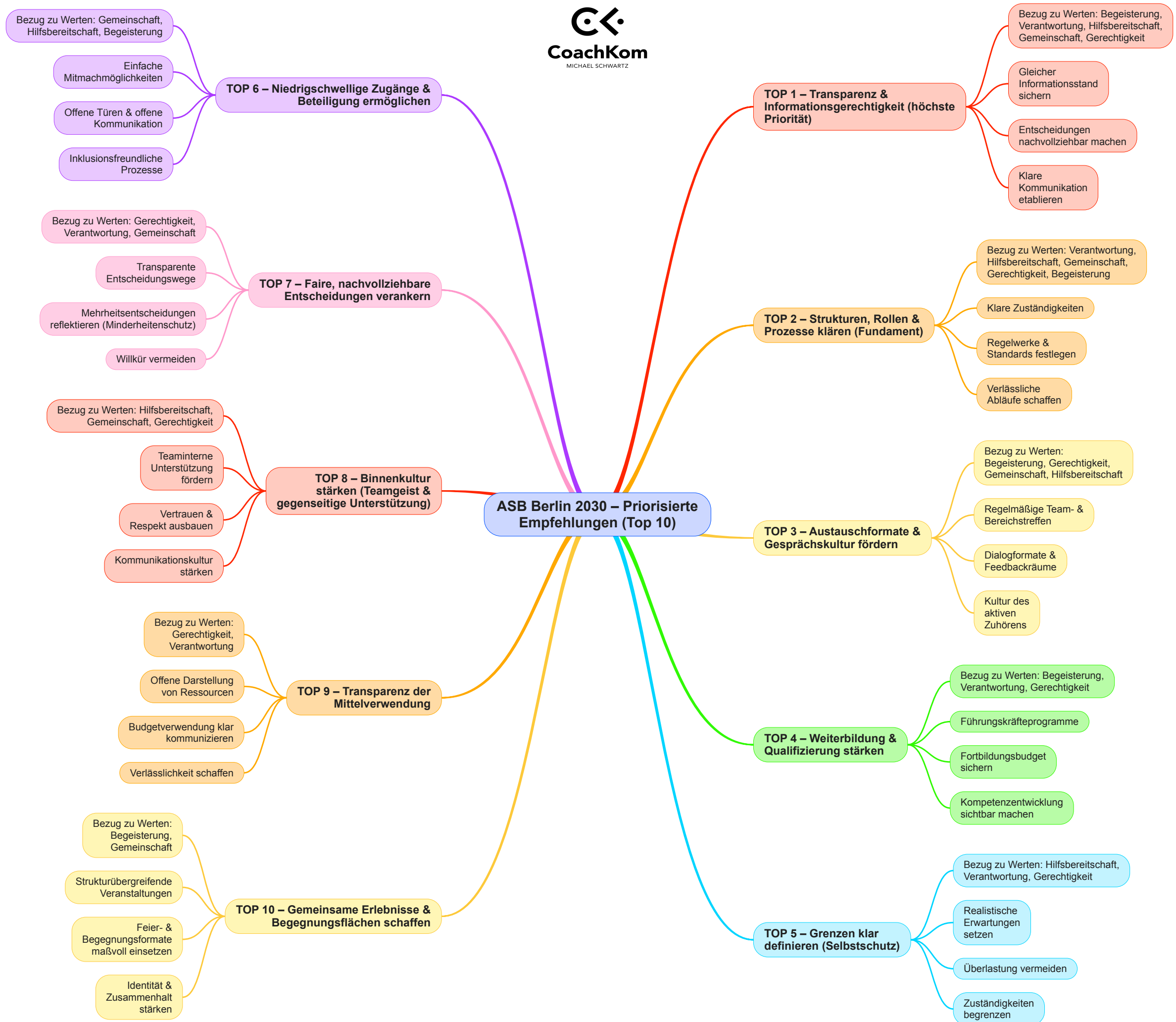
zusammenführt.

3. Ergebnis: Priorisierung 2.0 vereint Wertelogik + praxisorientierte Organisationsthemen

Die neue Priorisierung 2.0 ist kein reines Wertepapier mehr.

Sie ist ein strategisches Handlungsprogramm:

- Werte bestimmen die Richtung
- Themenwände liefern den konkreten Änderungsbedarf
- Priorisierung 2.0 bringt beides in eine klare, umsetzbare Reihenfolge



Basis-Werte ASB Berlin 2030

<i>Auswertung Werte-Wand „Begeisterung & Spaß“</i>	<i>2</i>
<i>Auswertung Werte-Wand „Verantwortungsbewusstsein“</i>	<i>6</i>
<i>Auswertung Werte-Wand „Hilfsbereitschaft“</i>	<i>10</i>
<i>Auswertung Werte-Wand „Gemeinschaft“</i>	<i>14</i>
<i>Auswertung Werte-Wand „Gerechtigkeit“</i>	<i>18</i>

In der folgenden Dokumentation wird immer wieder von verschiedenfarbigen Klebpunkten gesprochen.

Dabei sind die Farben wie folgt zugeordnet:

Grüne Punkte: Zustimmung

Rote Punkte: kritischer Hinweis

Blaue Punkte: Bereitschaft, persönlich mitzumachen

Auswertung Werte-Wand „Begeisterung & Spaß“

1. Zusammenfassung der inhaltlichen Ergebnisse

1.1 Definition des Wertes

Die Gruppe hat *Begeisterung & Spaß* als etwas **Individuelles und Vielfältiges** definiert – abhängig von persönlichen Voraussetzungen. Begeisterung gilt als **Basis für Entwicklung und Bewegung** („Ohne Begeisterung keine Veränderung“).

Wesentliche Punkte der Definition:

- Begeisterung ist subjektiv, entsteht unterschiedlich.
- Organisation muss „Grundlagen der Begeisterungsfähigkeit“ schaffen.
- Ohne Begeisterung stagnieren Teams und Projekte.
- Begeisterung ist ein dynamischer Zustand und unterliegt Schwankungen.

(**Hinweis aus Voting:** „Individuelle Definition“ bekam *1 roten Punkt*, „Grundlagen müssen geschaffen sein“ *2 rote Punkte* → zeigt Diskussionsbedarf hinsichtlich Machbarkeit und Verantwortung.)

1.2 Verhaltensanker

Die Gruppe nennt eine Reihe von konkreten Verhaltensweisen, um Begeisterung erlebbar zu machen:

- **Positive und optimistische Grundeinstellung fördern**
- **Aktives Einbringen & Motivation** der Mitglieder
- **Begeisterung sichtbar machen** (Nach außen tragen)
- **Anerkennung der ASB-Werte**
- **Vorbildfunktion** der Aktiven und Führungskräfte
- **Gegenseitige Wertschätzung**
- **Akzeptanz von Schwankungen** („Begeisterung ist nicht jeden Tag gleich stark“)

Votings:

- *Grüner Punkt* für „aktives Einbringen“
- *Grüner Punkt* für „Schwankungen akzeptieren“

→ Beide Aspekte finden Zustimmung und gelten als sinnvoll umsetzbar.

1.3 Maßnahmen / Initiativen

Dies war der Schwerpunkt mit vielen Ideen und besonders starkem Voting.

Top-Maßnahmen (mit Voting-Ergebnissen):

1. **Weiterbildungen ermöglichen**
 - *6 grüne Punkte* → sehr hohe Zustimmung

- Bildung & Qualifizierung als Hebel für Begeisterung
- 2. **Stetiger Austausch untereinander**
 - 8 blaue Punkte → Teilnehmende wollen aktiv mitmachen
- größter „Mitmach-Wert“ im gesamten Set
- 3. **Miteinander feiern**
 - 5 blaue Punkte, 1 grün, 2 rot
- starkes Engagement, aber auch kritische Stimmen (wahrscheinlich Ressourcen/Verbindlichkeit)
- 4. **Regeln, Grenzen & Rahmen schaffen**
 - 4 grüne Punkte
- klare Strukturen werden als positive Grundlage für Begeisterung bewertet
- 5. **Öffentlichkeitsarbeit stärken**
 - 1 blauer Punkt
- einzelne Bereitschaft, sich einzubringen
- 6. **Bereitstellung von Material / Arbeitsmitteln**
 - 1 blauer Punkt
- benötigt, aber weniger emotional besetzt
- 7. **Verlässliche, kompetente und nahbare Ansprechpartner**
 - 1 grüner Punkt
- Zustimmung, aber weniger Beteiligung

1.4 Messbarkeit (KPIs)

Die Gruppe nennt klassische qualitative & quantitative Indikatoren:

- **Beteiligung** (z. B. Teilnahme an Angeboten)
- **Zufriedenheit** (Befragungen, Stimmungsbilder)
- **Nachfragen** (Interesse, Anmeldungen)
- **Erfolge** (Projektstatus, erreichte Ziele)
- **Feedback** (offen, strukturiert, regelmäßig)
- **Mitgliederentwicklung** (Zuwächse, Retention)

→ KPIs passen sehr gut zu den Zielsetzungen aus dem Workshop-Konzept (operative Messbarkeit bis 2030) .

2. Interpretation & Bewertung der Ergebnisse

2.1 Stärken der Gruppe

- Sehr konkrete, praxisnahe Maßnahmen
- Hohe Aktivierungsbereitschaft (8 blaue Punkte für Austausch!)
- Fokus auf **Kultur & Haltung** statt abstrakter Leitbilder
- Breite Zustimmung zu Weiterbildung & Struktursicherheit

2.2 Kritische Punkte

- „Grundlagen müssen geschaffen sein“ polarisiert leicht
- Unklarheit: Wer schafft die Grundlagen? Wie realistisch ist es?

- „Miteinander feiern“ hat zwar hohe Beteiligungsbereitschaft, aber auch *zwei rote Punkte*
- möglicherweise Konflikt zwischen Wunsch und Ressourcen / Ernsthaftigkeit / Zeit
- Öffentlichkeit & Außendarstellung scheinen nicht Top-Priorität
- eher interne Begeisterungsfaktoren stehen im Fokus

2.3 Wichtigstes Signal aus dem Voting

- **Begeisterung entsteht durch Austausch.**
- (Die 8 blauen Punkte sind ein sehr deutlicher Hinweis.)
- **Weiterbildung** wird als wichtigste strukturelle Rahmenbedingung empfunden.
 - **Feiern & soziale Momente** stärken Begeisterung, aber müssen gut dosiert und gut begründet sein (wegen der roten Punkte).

3. Erste Ableitungen für die Dokumentation / das Redaktionsteam

Aus den Ergebnissen lassen sich folgende Kernbotschaften für das Protokoll ziehen:

Leitbotschaft 1: Begeisterung entsteht durch Begegnung

→ Austauschformate, Teamtage, interdisziplinäre Treffen sind zentral.

Leitbotschaft 2: Struktur schafft Begeisterungsfähigkeit

→ Klare Regeln, klare Ansprechpartner, Arbeitsmittel, Transparenz.

Leitbotschaft 3: Qualifizierung ist der stärkste Motivator

→ Bildung & Weiterentwicklung erzeugen Stolz, Kompetenz und Zugehörigkeit.

Leitbotschaft 4: Feiern ja – aber zielgerichtet und ressourcensensibel

→ Gemeinsame Erlebnisse sind wichtig, aber nicht inflationär.

Kurzfassung: Wert „Begeisterung & Spaß“

Die Arbeitsgruppe definierte Begeisterung als individuellen, vielfältigen und für Entwicklung unverzichtbaren Faktor. Begeisterung entsteht, wenn positive Grundhaltungen gefördert, Mitglieder aktiv einbezogen und Wertschätzung sichtbar gelebt werden.

Als zentrale Maßnahmen wurden Weiterbildung (starke Zustimmung, 6 grün), regelmäßiger Austausch (höchste Aktivierungsbereitschaft, 8 blau) sowie gemeinsames Feiern (5 blau) benannt. Klare Strukturen, Regeln und zuverlässige Ansprechpartner werden als wichtige Grundlagen gesehen (4 grün).

Zur Messung wurden Beteiligung, Zufriedenheit, Feedback, Erfolge und Mitgliederentwicklung definiert. Die Votings zeigen: Begeisterung entsteht vor allem durch Begegnung, Qualifizierung und klare Rahmenbedingungen, während Fragen der individuellen Voraussetzungen eher kritisch gesehen werden.

Auswertung Werte-Wand „Verantwortungsbewusstsein“

1. Zusammenfassung der inhaltlichen Ergebnisse

1.1 Grundverständnis & Definition

Verantwortungsbewusstsein wird von der Gruppe als **Verantwortung nach außen und nach innen** verstanden. Zwei Dimensionen prägen das Verständnis:

1. **Nach außen („gesellschaftliche Verantwortung“)**
→ Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Politik, Mitgliedern, Kolleg:innen.
2. **Nach innen („organisatorische & persönliche Verantwortung“)**
→ Verantwortung für eigenes Handeln, Rollen, Umsetzung, Regularien, Miteinander.

Der Wert verbindet somit **ethische Verantwortung, organisatorische Professionalität und persönliche Haltung**.

1.2 Elemente des Verantwortungsbewusstseins (mit Voting)

A) Verantwortung nach außen

- **Verantwortung für Mitglieder, Kolleg:innen und Gesellschaft**
(→ 2 grüne Punkte)
→ breite Zustimmung.
- **ASB benennt gesellschaftliche Probleme**
→ unstrittiger Anspruch.
- **ASB ist Antwortgeber für gesellschaftliche Probleme**
(→ 15 rote Punkte, 1 grüner Punkt)
→ sehr deutliche Ablehnung:
Der ASB soll nicht der „Lösungsverantwortliche“ für alle gesellschaftlichen Probleme sein.
- **Umsetzung gemäß Richtlinien & Regularien prüfen**
(→ 3 grüne Punkte)
→ hohes Vertrauen in Richtlinien & Prozesse.
- **Organe prüfen / Kontrollkommissionen**
(→ 2 grüne Punkte, 1 blauer Punkt)
→ strukturelle Verantwortlichkeiten werden positiv gesehen.
- **Aufgaben suchen, identifizieren, umsetzen**
(→ 1 blauer Punkt, 4 rote Punkte, 2 grüne Punkte)
→ kontrovers:
Nicht jede Aufgabe ist automatisch die Verantwortung des ASB; Fokus & Priorisierung fehlen.
- **Aufgaben klar definieren**
→ Wunsch nach Präzision.
- **Commitment zu Regularien**
→ Verantwortungsbewusstsein wird als verlässliches Regelwerk verstanden.
- **Miteinander stärken**
(→ 2 grüne Punkte)

→ soziale Verantwortung nach innen.

- **Transparenz & Kommunikation**

(→ 1 grüner Punkt)

→ Grundprinzip fairen Verantwortungsumgangs.

- **Konkrete Angebote für soziale Herausforderungen schaffen (Ehrenamt & Hauptamt)**

(→ 2 blaue Punkte, 1 grüner Punkt)

→ Bereitschaft zum Engagement ist hoch.

- **Mission ausgestalten**

(→ 1 blauer Punkt, 1 grüner Punkt)

→ Verantwortung = Teil des Selbstverständnisses.

- **Gegenseitige Anerkennung**

(→ 1 blauer Punkt)

→ Wertschätzung als Teil verantwortlicher Kultur.

B) Verantwortung nach innen

Hier zeigt sich das stärkste Signal des gesamten Wertekomplexes:

- **Ins Handeln kommen**

(→ 10 grüne Punkte, 1 blauer Punkt)

→ **mit Abstand die höchste Zustimmung** bei diesem Wert.

→ Interpretation:

Verantwortung bedeutet Tun – nicht nur Planen oder Reden.

- **Umsetzung von Verantwortung**

→ Verantwortung ist **praktisch**, nicht abstrakt.

- **Verantwortung in unterschiedlichen Rollen (Hauptamt, Ehrenamt, Führung, Mitglieder)**

(→ 2 blaue Punkte, 1 grüner Punkt)

→ Rollenbewusstsein wird als Voraussetzung gesehen.

2. Interpretation & Bewertung

2.1 Positive Signale

- **Handeln als Kern:** Die 10 grünen Punkte zeigen eine klare Haltung:

→ *Verantwortung = Aktion, Umsetzung, Wirksamkeit.*

- **Strukturen geben Sicherheit:**

Richtlinien, Kontrollkommissionen, klare Prozesse werden geschätzt.

- **Große Bereitschaft, konkrete Angebote zu entwickeln**

(2 blaue Punkte) – der Wert aktiviert stark.

- **Positive Grundhaltung gegenüber gesellschaftlicher Verantwortung**

(zwei grüne Punkte).

2.2 Kritische Punkte

- **„ASB ist Arbeitgeber für gesellschaftliche Probleme“ erhält 15 rote Punkte** → massivste Ablehnung im gesamten Workshop.

Interpretation:

→ *Unrealistische Erwartung, strukturelle Überforderung, Auftrag des ASB wird klar begrenzt.*

- **Aufgaben suchen & identifizieren** erhält 4 rote Punkte → Differenzierung fehlt, Gefahr der Überfrachtung.
- **Verantwortung nach außen ja – aber klar definiert, strukturiert und realistisch.**

2.3 Wichtigste Erkenntnisse

1. **Der stärkste Wert-Treiber ist Handeln – nicht Theorie.**
2. **Verantwortung muss klar abgegrenzt sein**, insbesondere gegenüber externen gesellschaftlichen Erwartungen.
3. **Regeln & Strukturen schaffen Vertrauen und Sicherheit.**
4. **Verantwortung ist eine geteilte Aufgabe** – kollegial, rollenbezogen, transparent.

3. Ableitung für die Dokumentation

Leitbotschaft 1: Verantwortung heißt ins Handeln kommen

Zehn grüne Punkte unterstreichen dies stärker als jeder andere Aspekt.

Leitbotschaft 2: Verantwortung braucht klare Grenzen

Die Ablehnung der Aussage „ASB ist Antwortgeber für gesellschaftliche Probleme“ könnte Bedarf an realistischem Selbstbild zeigen.

Leitbotschaft 3: Struktur & Regularien sind tragende Pfeiler

Kontrollkommissionen, Richtlinien, Rollen, Prozesse geben Verlässlichkeit.

Leitbotschaft 4: Verantwortung ist geteilt – nicht zentralisiert

Ehrenamt, Hauptamt, Gremien und Mitglieder tragen gemeinsam Verantwortung.

Leitbotschaft 5: Kommunikation & Transparenz ermöglichen verantwortliches Handeln

Innere Kultur = Voraussetzung für äußere Glaubwürdigkeit.

4. Kurzfassung für die Dokumentation

Kurzfassung: Wert „Verantwortungsbewusstsein“

Die Gruppe versteht Verantwortungsbewusstsein als Verantwortung nach innen und außen. Besonders stark wurde betont, dass Verantwortung vor allem durch Handeln entsteht, dieser Aspekt erhielt mit zehn grünen Punkten die höchste Zustimmung.

Gleichzeitig wurde klar, dass der ASB nicht für alle gesellschaftlichen Probleme verantwortlich sein kann; diese Aussage wurde abgelehnt (15 rote Punkte). Verantwortung braucht klare Strukturen, definierte Aufgaben, Regularien und Rollen. Kontrollkommissionen, Transparenz und Kommunikation unterstützen einen verantwortlichen Umgang. Die Gruppe betont, dass Verantwortung geteilt ist: Haupt- und Ehrenamt, Mitglieder und Führung tragen gemeinsam zur Umsetzung bei.

Auswertung Werte-Wand „Hilfsbereitschaft“

1. Zusammenfassung der inhaltlichen Ergebnisse

1.1 Definition & Grundverständnis

Hilfsbereitschaft wird von der Gruppe **zweidimensional** verstanden:

1. Hilfsbereitschaft nach außen

→ Reaktion auf gesellschaftliche Herausforderungen, Unterstützung von Bevölkerung, Politik und externen Akteuren.

2. Hilfsbereitschaft nach innen

→ Unterstützung innerhalb der Organisation, zwischen Haupt- und Ehrenamt, zwischen Teams und Bereichen.

Die Gruppe betont, dass Hilfsbereitschaft **strukturegebunden** und gleichzeitig **menschlich** sein muss: Sie braucht Organisation, aber auch Flexibilität, Freiwilligkeit und Empathie.

1.2 Definitionselemente (mit Voting)

• Aktiv auf gesellschaftliche Herausforderungen reagieren

→ Grundverständnis ohne Votingangaben.

• Vernetzung (z. B. bei Anfragen)

(→ 2 rote Punkte)

→ wahrgenommen als strukturelle Schwachstelle oder Belastung.

• Organisationsstruktur bieten

(→ 2 grüne Punkte)

→ klare Zustimmung: strukturelle Verlässlichkeit unterstützt Hilfsbereitschaft.

• Niedrigschwellige, freiwillige Angebote

→ wichtig für Zugänglichkeit.

• Individuelle Hilfe

(→ 1 blauer Punkt, 2 rote Punkte)

→ hilfreich, aber riskant für Überlastung / Abhängigkeit.

• Unterschiedliche Erwartungshaltungen verschiedener Akteure

(Bevölkerung / Politik / Hauptamt / Ehrenamt)

(→ 1 blauer Punkt, 1 grüner Punkt)

→ anerkannt, aber komplex.

• Gegenseitige Unterstützung

(→ 8 grüne Punkte)

→ **stärkste Zustimmung im gesamten Wert** – Kern von Hilfsbereitschaft.

• Kommunikation

→ notwendig, damit Hilfe koordinierbar ist.

• Strukturen für Hilfsangebote schaffen

(→ 1 blauer Punkt, 1 grüner Punkt)

• Wertsatz formulieren & transportieren

(→ 1 roter Punkt)

→ Skepsis gegenüber theoretischen Leitbildern ohne Umsetzung.

- **Plattform anbieten**
(→ 1 grüner Punkt, 1 blauer Punkt)
→ digitale / organisatorische Infrastruktur gewünscht.
 - **Marktplatz für Angebot & Nachfrage**
(→ 2 rote Punkte)
→ Idee trifft auf Bedenken: Überforderung, Komplexität, Datenschutz?
 - **Sichtbarkeit schaffen**
(→ 1 blauer Punkt)
 - **Expertise & Verfügbarkeit sichtbar machen**
→ Schnittstelle zwischen Hilfsbereitschaft & Transparenz.
 - **Finanzielle Entlohnung auch im Ehrenamt**
→ kontrovers, aber als Bedürfnis benannt.
 - **Bedarfe erfüllen / Angebot über das Maß hinaus**
(→ 4 rote Punkte, 1 grüner Punkt)
→ starker Warnhinweis: Gefahr der Selbstausbeutung.

1.3 Messbarkeit (KPIs)

- **Öffentliche Anfragen** als Indikator
(→ 3 rote Punkte)
→ stark abgelehnt: äußere Nachfrage ≠ interne Hilfsbereitschaft.
 - Weitere mögliche Indikatoren:
 - interne Beteiligung
 - Response-Zeiten
 - Unterstützung innerhalb der Teams
 - Kapazitätsgrenzen berücksichtigen

Interpretation: *Hilfsbereitschaft lässt sich nicht rein quantitativ messen, sondern muss qualitativ betrachtet werden.*

2. Interpretation & Bewertung

2.1 Positive Signale

- **Gegenseitige Unterstützung** erhält 8 grüne Punkte → höchster Wert.
→ Hilfsbereitschaft ist vor allem ein *Binnenwert*: im Team, untereinander, organisationsweit.
 - Klarer Wunsch nach **Struktur**, z. B. Plattformen, koordinierenden Angeboten, klaren Rollen.
 - Bereitschaft zur **Aktivierung** (blauer Punkt) bei Plattform, individuellen Hilfen, Sichtbarkeit.

2.2 Kritische Punkte

- **Vernetzung** erhält 2 rote Punkte → Hinweis auf Überforderung und organisatorische Unklarheiten.
- **Individuelle Hilfe** wird kritisch gesehen (2 rot) → Risiko der Grenzüberschreitung & Ressourcenüberlastung.

- **Marktplatz-Idee** (2 rot) und **Bedarfe erfüllen „über das Maß hinaus“** (4 rot)
→ klare Warnung:
- Hilfsbereitschaft darf nicht zur Ausbeutung führen.
- **Öffentliche Anfragen als KPI** (3 rot) → ungeeignet, da externe Faktoren kaum beeinflussbar.

2.3 Wichtigste Erkenntnisse

- Hilfsbereitschaft ist **kein unbegrenzter Wert**, sondern braucht **Schutz, Struktur und klare Grenzen**.
- Die Gruppe sieht Hilfsbereitschaft nicht als „ausufernde Selbstlosigkeit“, sondern als **koordiniertes, nachhaltiges Helfen**.
- Rolle der Organisation wird stärker betont als die Rolle des Individuums.

3. Ableitung für die Dokumentation

Leitbotschaft 1: Hilfsbereitschaft ist ein gemeinschaftlicher Wert, kein individueller Opferwert

Die 8 grünen Punkte für gegenseitige Unterstützung sind das Herzstück dieses Wertes.

Leitbotschaft 2: Struktur macht Hilfsbereitschaft möglich

Hilfsbereitschaft braucht Plattformen, Koordination und klare Rollen.

Leitbotschaft 3: Grenzen schützen die Helfenden

Starke Ablehnung gegenüber „Hilfe über das Maß hinaus“ und „öffentlichen Anfragen als KPI“.

Leitbotschaft 4: Hilfsbereitschaft beginnt innen und wirkt nach außen

Innenleben (Teamkultur) bestimmt die Glaubwürdigkeit nach außen.

4. Kurzfassung für die Dokumentation

Kurzfassung: Wert „Hilfsbereitschaft“

Die Gruppe definiert Hilfsbereitschaft als Hilfe nach innen und außen, die auf Struktur, Kommunikation und gegenseitiger Unterstützung basiert. Besonders stark wurde die gegenseitige Unterstützung hervorgehoben (8 grüne Punkte). Gleichzeitig erkennt die Gruppe Grenzen: Individuelle Hilfe, Vernetzung oder Hilfen „über das Maß hinaus“ wurden kritisch bewertet. Hilfsbereitschaft braucht klare Strukturen, Plattformen und Rahmenbedingungen, um nachhaltig funktionieren zu können. Quantitative Messgrößen wie öffentliche Anfragen gelten als ungeeignet.

Hilfsbereitschaft beim ASB Berlin soll koordiniert, respektvoll, realistisch und gleichzeitig menschenorientiert sein – getragen durch eine klare Organisationsstruktur und eine starke Binnenkultur.

Auswertung Werte-Wand „Gemeinschaft“

1. Zusammenfassung der inhaltlichen Ergebnisse

1.1 Definition & Grundverständnis

Die Gruppe beschreibt *Gemeinschaft* als ein **solidarisches, vertrauensvolles und vielfältiges Miteinander**, das auf Respekt, Integration und Zusammenarbeit basiert.

Zentrale Elemente der Definition:

- **Solidarisches Miteinander**
(→ 2 grüne Punkte)
- **Respekt**
(→ 3 grüne Punkte)
- **Vielfalt wertschätzen**
(→ 1 blauer + 1 grüner Punkt)
- **Integration**
(→ 1 roter Punkt → Hinweis auf Barrieren oder Schwierigkeiten)
- **Zusammenhalt**
- **Vertrauen**
(→ 3 grüne Punkte)
- **Zusammenarbeit**

Die Definition zeigt: Gemeinschaft wird als **positive, tragende Säule** des ASB wahrgenommen, aber es gibt auch Hinweise auf **bestehende Integrationsprobleme** (roter Punkt).

1.2 Verhaltensanker

Die Gruppe beschreibt konkrete Verhaltensweisen, die Gemeinschaft im Alltag spürbar machen:

- **Begeistern & andere mitziehen**
(→ 1 blauer Punkt)
- **Vernetzen** (Beziehungen aktiv pflegen)
- **Wechselseitiger Austausch** (Geben & Nehmen)
- **Menschen abholen** (niedrigschwellige Zugänge schaffen)
- **Mitmachen** (aktive Einbindung)
- **Neugierde wecken** (Angebote interessant gestalten)
- **Offenheit**
(→ 2 grüne Punkte)

Interpretation:

Gemeinschaft entsteht durch Haltung und durch aktives Zugehen auf andere. Offenheit und Austausch werden als zentrale Bausteine gesehen.

1.3 Maßnahmen / Initiativen

Die Gruppe entwickelt mehrere konkrete Maßnahmen, um Gemeinschaft zu stärken:

Top-Maßnahmen & Voting

1. **Newsletter**
(→ 2 grüne Punkte)
→ Information & Verbindung als Basis gemeinschaftlicher Kultur.
2. **Beiträge, Bilder & Einblicke**
(→ 1 blauer Punkt)
→ Wunsch nach Transparenz: „Zeigt, was wir tun!“
3. **Einfaches Mitmachen ermöglichen**
(→ kein Voting angegeben → dennoch wichtiger kultureller Hebel)
4. **Struktur**
(→ 3 grüne Punkte + 1 blauer Punkt)
→ zweithöchste Zustimmung insgesamt: gleiche Regeln & Orientierung schaffen.
5. **Rahmenbedingungen schaffen**
(→ 1 blauer Punkt)
→ Ressourcen & klare Abläufe sind wichtig.
6. **Transparenz**
(→ 4 grüne Punkte)
→ stärkste Zustimmung: gemeinschaftliches Vertrauen braucht klare Informationen.
7. **Strukturübergreifende Veranstaltungen**
→ Gemeinschaft wird besonders dort sichtbar, wo Gruppen gemischt werden.
8. **Vielfältige Themen anbieten**
→ Vielfalt = Zugänge schaffen für verschiedene Zielgruppen.
9. **Einsatz verschiedener Medien**
→ Gemeinschaft ist multikanal – digital & analog.

1.4 Messbarkeit (KPIs)

Die Gruppe definiert mehrere Wege, Gemeinschaft messbar zu machen:

- **Umfragen** (Stimmungsbilder, Zufriedenheit)
- **Ziele definieren & verfolgen**
- **Mitgliederzahlen**
(→ 5 rote Punkte)
→ starker Widerspruch: Mitgliederzahl ≠ sinnvolle Messgröße für Gemeinschaft.
- **Wie viele bringen sich ein?**
(→ 2 grüne Punkte)
→ Engagement-Level als sinnvoller Indikator.
- **Gästezahlen bei Veranstaltungen**
(→ 17 rote Punkte)
→ klar abgelehnt: Besucherzahlen sagen nichts über Gemeinschaft aus.

Interpretation:

Die Gruppe lehnt rein quantitative Messgrößen ab und bevorzugt Indikatoren mit qualitativer Aussagekraft.

2. Interpretation & Bewertung

2.1 Positive Signale

- Gemeinschaft wird breit und mehrdimensional verstanden (Respekt, Zusammenhalt, Vertrauen, Vielfalt).
- **Transparenz** und **Struktur** gelten als stärkste Hebel (4 grün / 3 grün + 1 blau).
- Hohe Bereitschaft, sich aktiv einzubringen (blauer Punkt bei Begeistern, Blauer Punkt bei Beiträgen/Bildern).
- Offenheit wird als zentrale Haltung klar bestätigt (2 grüne Punkte).

2.2 Kritische Punkte

- **Integration** erhält einen roten Punkt → Hinweis auf Barrieren, fehlende Einbindung oder Inklusionsthemen.
- **Mitgliederzahlen** und **Gästeszahlen** werden massiv abgelehnt als Messgrößen (5 rot, 17 rot).

→ Quantitative KPIs werden als *nicht geeignet* empfunden.

- Gemeinschaft scheint weniger ein strukturelles als ein **kulturelles Thema** zu sein.

2.3 Wichtigste Erkenntnisse

- Gemeinschaft entsteht **nicht** durch Größe, sondern durch **Qualität von Beziehungen**.
- Transparenz & Struktur spielen eine tragende Rolle.
- Viele Teilnehmende sind bereit, aktiv mitzuwirken – der Wert aktiviert stärker als „Begeisterung“ oder „Gerechtigkeit“.

3. Ableitung für die weitere Dokumentation

Leitbotschaft 1: Gemeinschaft ist gelebte Verbindung

Beziehungen, Austausch und Offenheit – nicht Formalien – stiften das Gefühl von Zusammengehörigkeit.

Leitbotschaft 2: Transparenz schafft Vertrauen

Der höchste zustimmende Wert (4 grün) zeigt: Menschen wollen Einblick, Klarheit und Nachvollziehbarkeit.

Leitbotschaft 3: Struktur erleichtert Teilhabe

Orientierung, klare Prozesse und einfache Zugänge bilden das Fundament für Gemeinschaft.

Leitbotschaft 4: Gemeinschaft lässt sich nicht über Zahlen messen

Ablehnung von Gästezahlen und Mitgliederzahlen als KPIs zeigt: Gemeinsinn ist ein soziales, kein numerisches Phänomen.

4. Kurzfassung für die Dokumentation

Kurzfassung: Wert „Gemeinschaft“

Die Gruppe versteht Gemeinschaft als solidarisches, respektvolles und vertrauensvolles Miteinander. Vielfalt, Offenheit und wechselseitiger Austausch werden als zentrale Haltungen benannt. Gemeinschaft braucht transparente Informationen, klare Strukturen und niedrigschwellige Zugänge; diese Aspekte erhielten die höchste Zustimmung. Als Maßnahmen wurden u. a. Newsletter, Einblicke in die Arbeit, strukturübergreifende Veranstaltungen und vielfältige Themen vorgeschlagen.

Quantitative Kennzahlen wie Mitglieder- oder Gästezahlen wurden deutlich abgelehnt. Stattdessen eignen sich qualitative Indikatoren wie Engagement bei Veranstaltungen, Umfragen oder Zielerreichung. Gemeinschaft entsteht im ASB Berlin nicht durch Größe, sondern durch Beziehung, Austausch und Transparenz.

Auswertung Werte-Wand „Gerechtigkeit“

1. Zusammenfassung der inhaltlichen Ergebnisse

1.1 Definition & Grundverständnis

Die Gruppe hat *Gerechtigkeit* als **komplexen, vielschichtigen und nicht rein juristisch definierbaren Wert** beschrieben.

Zentrale Aussagen:

- **Recht ist nicht gleich Gerechtigkeit.**
- **Gerechtigkeit braucht Vielfalt** (→ 3 grüne Punkte).
- **Zusammenhalt & gegenseitige Akzeptanz** als Basis
(→ 5 grüne Punkte, 2 rote Punkte → hohes Commitment, aber mit Spannungsfeldern).
- **Menschlichkeit & Empathie** gehören zwingend dazu.
- **Transparente Mittelverwendung** auf *allen Ebenen*
(→ 4 grüne Punkte).
- **Mehrheit ≠ Gerechtigkeit**
(→ Hinweis auf Minderheitenschutz).
- **Einhalten gemeinsamer Spielregeln**
(→ 1 grüner Punkt).
- **Klare Strukturen & nachvollziehbare Prozesse**
(→ 1 grüner Punkt).
- **Keine Willkür, fairer Umgang**
(→ 4 grüne, 3 blaue Punkte → hoher Wille zur aktiven Mitgestaltung!).
- **Auseinanderzugehen & Lösungen suchen**
(→ 2 grüne Punkte).
- **Kommunikation** ist ein Grundpfeiler von Gerechtigkeit.
- **Individuelles Empfinden spielt eine Rolle** (Gerechtigkeit ≠ objektiv).
- **Basisdemokratisches Vorgehen** wurde positiv bewertet.
- **„Jeder hat die gleichen Chancen“**
→ 13 rote Punkte, 2 grüne Punkte

Die deutliche Mehrzahl lehnt diesen Satz ab.

Interpretation:

Im ASB Berlin existieren in der Realität ungleiche Chancen / Strukturen – der Satz wirkt unrealistisch oder sogar ungerecht.

1.2 Maßnahmen / Initiativen

Die Gruppe hat konkrete Maßnahmen zur Umsetzung von Gerechtigkeit benannt:

Top-Maßnahmen mit Voting:

1. **Entscheidungen transparent machen**
(→ 2 grüne Punkte)
→ Transparenz als zentraler Hebel.

2. Willkür abschaffen

(→ 1 grüner Punkt)

→ Wunsch nach nachvollziehbaren, fairen Prozessen.

3. Konflikte haben sich reduziert

(→ 3 rote Punkte)

→ hohe Skepsis: „Wir sind noch nicht so weit.“

4. Gemeinschaft vor Eigeninteresse stellen

(→ 2 grüne Punkte)

→ Solidaritätsprinzip.

5. Alle haben den gleichen Informationsstand

(→ 4 blaue Punkte)

→ **stärkstes Mitmachsignal**: Informationsgerechtigkeit motiviert viele.

6. Gesprächsbereitschaft fördern

(→ 3 blaue Punkte)

→ Austausch als Kern gerechtigkeitsstiftender Kultur.

7. Gerechtigkeit lässt sich nicht immer pauschalisieren

→ Anerkennung der Komplexität eines fairen Miteinanders.

2. Interpretation & Bewertung

2.1 Positive Signale

- **Akzeptanz & Fairness** genießen hohe Zustimmung.
- **Informationsgerechtigkeit** wird als machbar und attraktiv wahrgenommen (4 blau).
- **Transparenz** wird als Schlüssel zur Gerechtigkeit gesehen.
- **Fairer Umgang** hat sowohl Zustimmung (4 grün) als auch Aktivierungsbereitschaft (3 blau).

2.2 Kritische Punkte

- Der Satz „*Jeder hat die gleichen Chancen*“ erhält **13 rote Stimmen** – das deutlichste Signal im gesamten Workshop bisher.
- Wahrnehmung: Es gibt strukturelle Unterschiede, ungleiche Zugangsmöglichkeiten, fehlende Ressourcen oder Machtgefälle.
- Der Bereich „Konflikte haben sich reduziert“ erhält **3 rote Punkte**
- Wahrgenommene Realität: Gerechtigkeit ist *noch nicht erreicht*.
- Gegenseitige Akzeptanz bekommt neben starker Zustimmung auch **2 rote Punkte**
- Hinweis auf bestehende Konfliktlinien oder gruppeninterne Spannungen.

3. Ableitung für die weitere Dokumentation

Leitbotschaft 1: Gerechtigkeit braucht Transparenz

Nachvollziehbare Entscheidungen, klare Regeln, faire Prozesse und der gleiche Informationsstand sind der stärkste gemeinsame Nenner.

Leitbotschaft 2: Gerechtigkeit ist kein Zustand, sondern eine Haltung

Empathie, Akzeptanz, Menschlichkeit und Kommunikation werden als unverzichtbare Verhaltensanker benannt.

Leitbotschaft 3: Gerechtigkeit ist komplex – und nicht für alle gleich

Die starke Ablehnung des Satzes „Jeder hat die gleichen Chancen“ weist auf reale Barrieren hin, die identifiziert und bearbeitet werden sollten.

Leitbotschaft 4: Gerechtigkeit entsteht durch Beziehung & Austausch

Gesprächsbereitschaft, Aufeinander-Zugehen und Fairness werden als aktive Elemente gesehen – nicht als abstrakte Prinzipien.

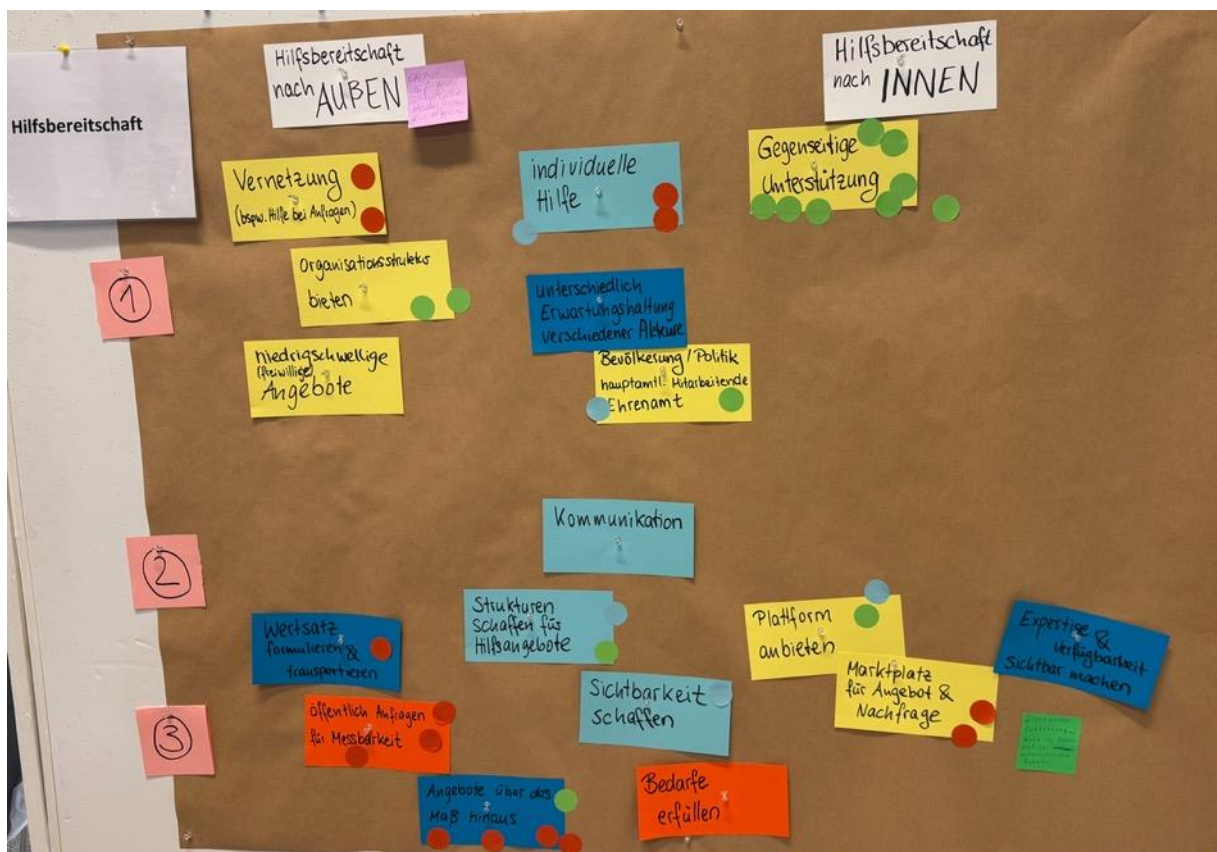
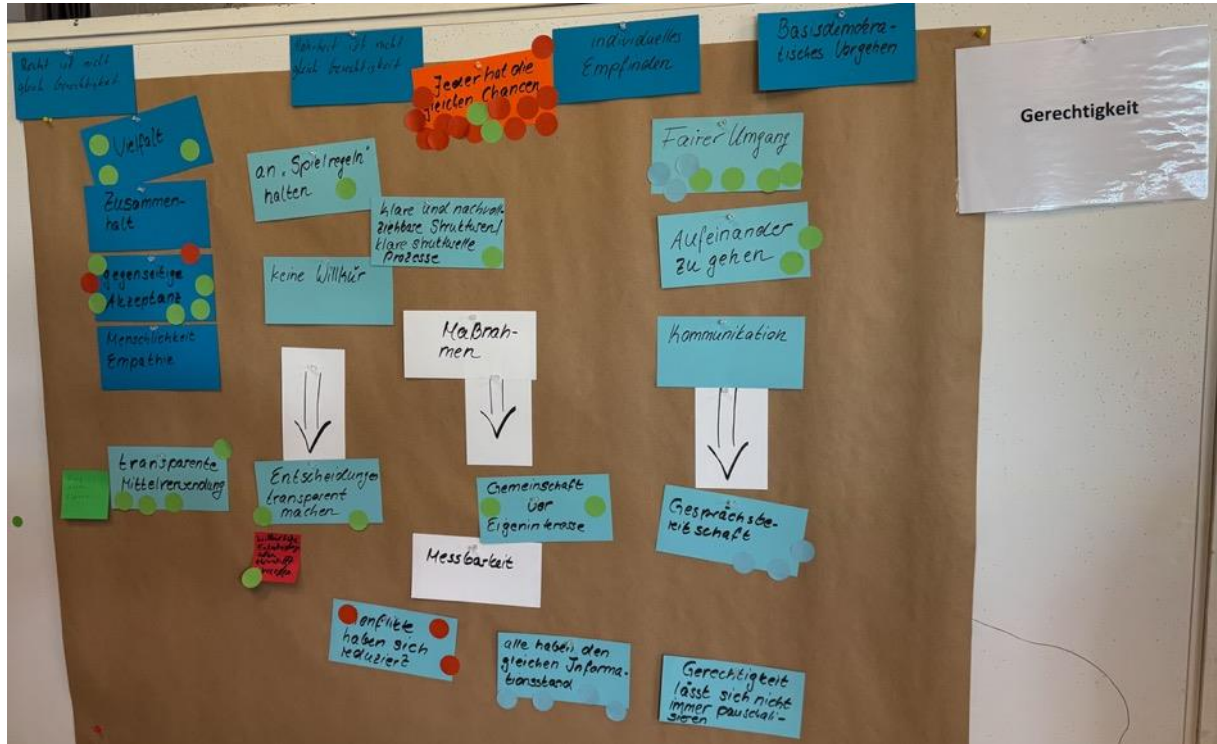
4. Kurzfassung für die Dokumentation

Kurzfassung: Wert „Gerechtigkeit“

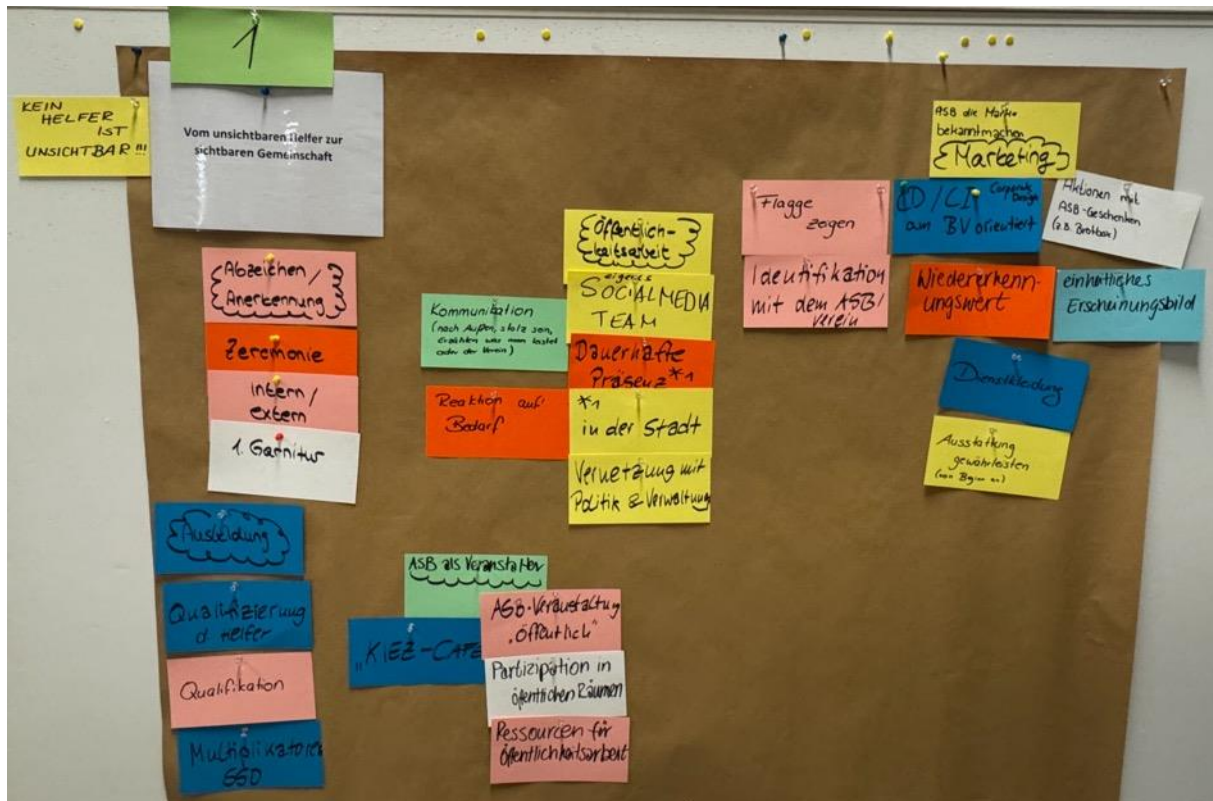
Die Gruppe versteht Gerechtigkeit nicht als rechtliche, sondern als menschliche und organisatorische Qualität. Gerechtigkeit bedeutet Vielfalt, gegenseitige Akzeptanz, transparente Mittelverwendung und fairen Umgang. Strukturen müssen nachvollziehbar, Entscheidungen transparent und Prozesse frei von Willkür sein. Die Voting-Ergebnisse zeigen: Informationsgerechtigkeit und fairer Umgang motivieren viele zur aktiven Beteiligung. Gleichzeitig wird anerkannt, dass nicht alle im ASB die gleichen Chancen haben. Dieser Punkt wurde am stärksten kritisch bewertet (13 rote Punkte). Gerechtigkeit wird als anspruchsvoller Wert gesehen, der Beziehung, Empathie und Kommunikation erfordert.

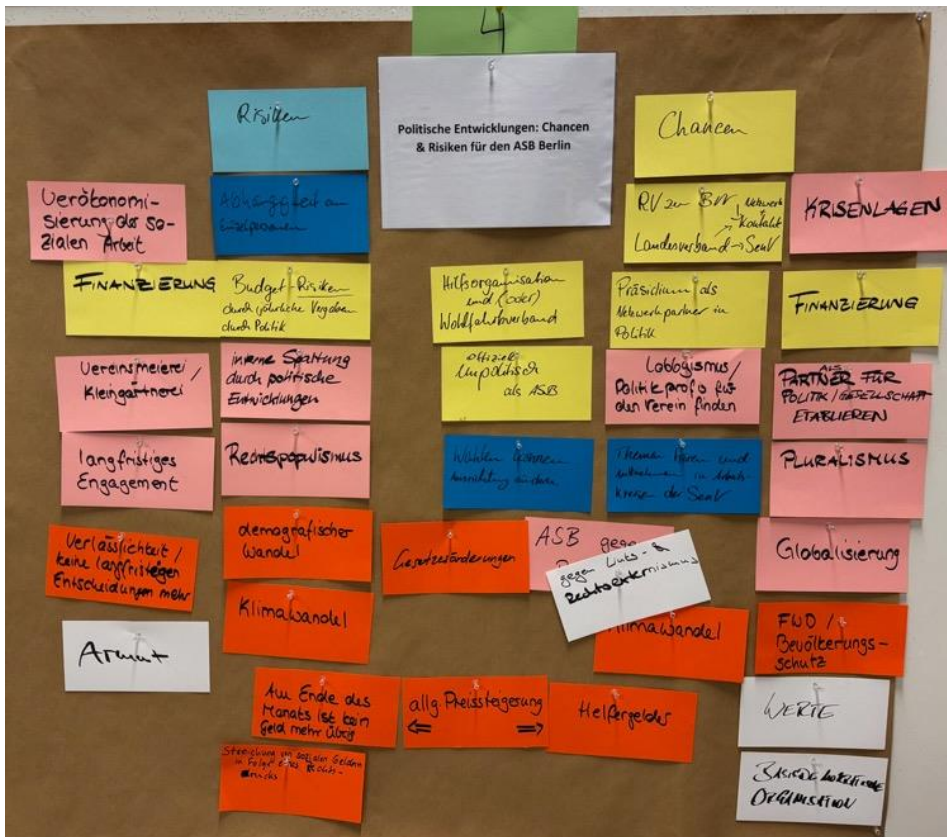
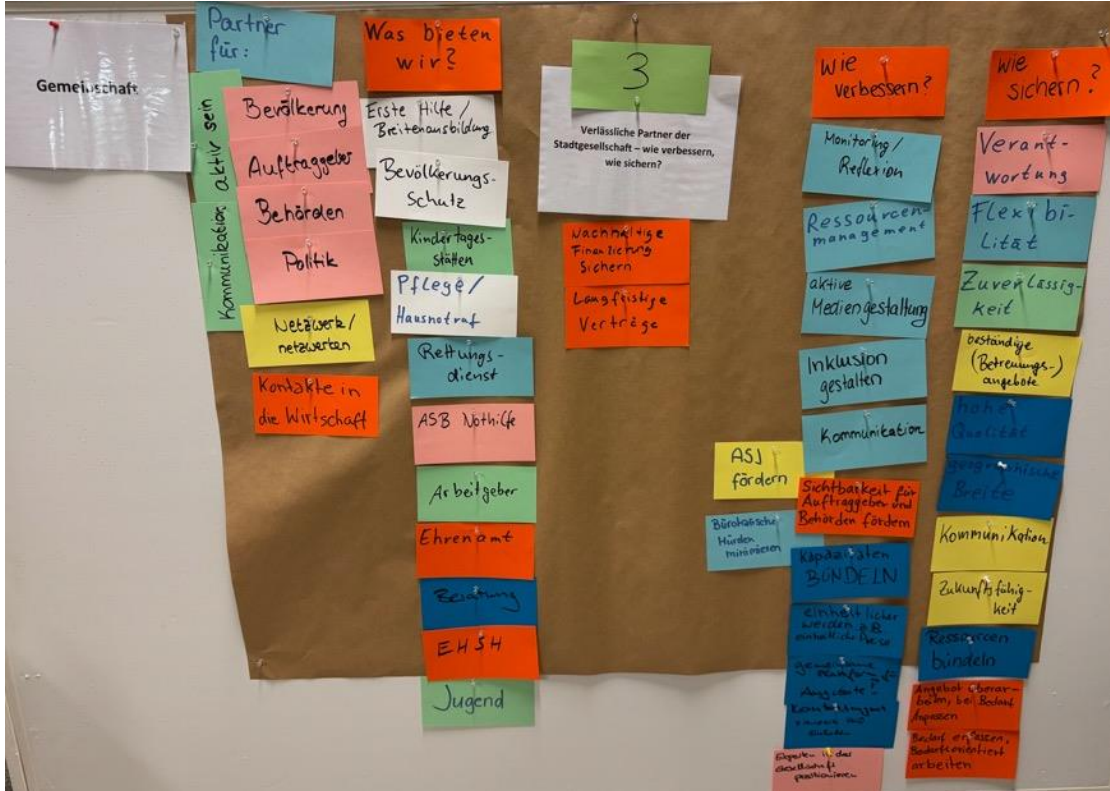
Fotoprotokoll Forum 2

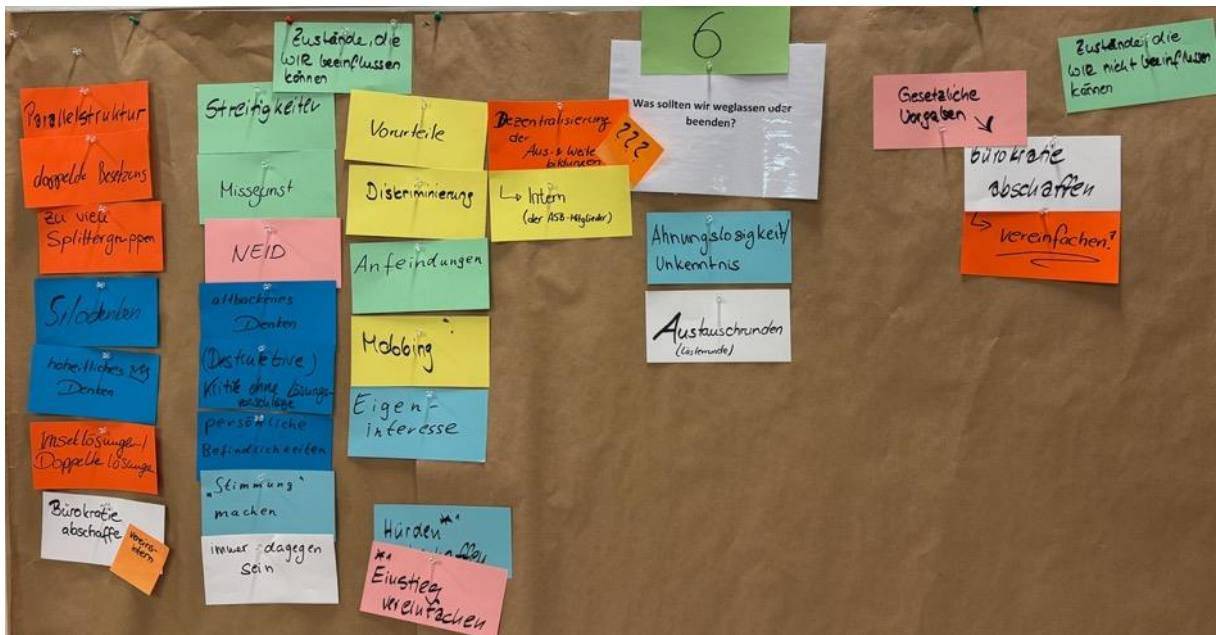












Fotoprotokoll Forum 3



Was trägt

✓ Strukturübergreif-
ende
Beteiligung am
Prozess

nein
Gef

Haupt-u.
Ehrenamt
zsm.

✓ Zusammenfassende
Konkretisierung
scheint möglich

konkrete
Themen/In-
halte u. Bsp.

Werte

Umfassend
u. breit

Vielfältig u.
facettenreich

verständliche
Definitionen
u. Formulierungen

→ Onboarding:
Vermittlung der
Historie des
ASB

Was trägt

transparenter
Prozess

Wertschöpfende
Kommunikation

Konkrete
Maßnahmen

Forum mit
breiter Basis

Gemeinsame
Dezision

klare Antrags-
Struktur

alle
Zukunftsthemen

Qualitäts-
standards
definieren

Beteiligung
ermöglichen

Beteiligung
stärken

erfasst viele
Probleme

Was trägt :

guter
Antrag

Werte
sind
greifbar

alle
haben
mitgewirkt

Alle
finden
sich wieder

gute
Antrags-
struktur

umfang-
reich

Aufforder.
an
LV/FD/RV
+ Gesellsh.

FollowUp
Prozess

Vielzahl
an
Maßnahmen

Gruppe 1

Kulturwandel & Wertschätzende Kommunikation

Verantwortliche
Finden
Personelle Ressourcen

bei Meinungs-
unterschieden nicht
das Gesamte in
Frage stellen

Kostet mehr
Zeit bei
Umsetzung
sich stattwachen

Statt Beschwerden
mehr Lösungs-
orientierung

Ehrenamt
≡ Anspruch-
haltung?

Was soll
das?

Priorisieren
der Maßnahmen
notwendig

Konstruktives
Beschwerde-
system

es allen Recht
machen zu wollen.

Kulturwandel
definitorisch eng
betrachtet

Risiko
der
Oberreflexion

• Unterschiedliches
Verständnis
wertschätzender
Kommunikation

grundsätzliche
Wertschätzung

beispielsweise:
- alle Muster
aufbrechen, gutes
bewahren, Neues
zulassen

Vertrauen

Offenheit
für
Veränderung

destruktive Muster
definieren
od. identifizieren

Kultur entsteht
durch Führung
Gut machen mit

Ergebnisverant-
wortung
fehlt

(zu) viele
Austauschenden

Die eine Ver-
einskultur muss
definiert werden

Führen durch
Vorbild

Gewaltfreie
Kommunikation

- beidseitige
Bereitschaft
zum Dialog

Gruppe 2 Strukturen modernisieren & entbürokratisieren

ÜBERFÖRDERUNG?

Zeit & Ressourcen

Beispiel: (interne) Ausbildungen müssen standardisiert werden!

PROZESSE VEREINFACHEN: MODERATION NOTWENDIG

Compliance zu einheitlichen Standards für alle Gliederungen und PDs

DOPPELSTRUKTUREN ABBAUEN: WER SETZT DEN PREIS? WER SETZT DEN RHYTHMUS?

Doppelstrukturen identifizieren Prozess vereinfachen

Strukturänderungen müssen wirtschaftlich sein! (kostenlos sein)

Wer hat den Ball auf?

Angebote harmonisieren (Preise, Leistungen)

Muss von allen mitgetragen werden in der Umsetzung → nicht zum Scheitern

Wettbewerb vs Preisvorgabe

mangelnde Änderungsbereitschaft & Akzeptanz

Kontrolle, dass Preisvorgaben durchgesetzt werden

Widerstand

Abwanderung von Aktiven

"Rien à faire" Priorisierung notwendig

Konflikte zwischen Gliederungen klären

Wichtig: Nie wieder Konflikte! Gefährliche Konflikte vermeiden

Ein Schritt nach dem anderen → tempo dosieren und beobachten + reflektieren

erst "entlasten" kann weiterentwickeln (als neues on-top) → Überforderung

Weiterentwicklung kann entlasten

Personal / Funktionen (z.B. Social media) teilen o. zentralisieren

Vision & Mut zur Umsetzung

228 & 229 stehen im Widerspruch

Gruppe 3

Arbeits- + Ehrenamts- attraktivität stärken

Überfordern:

moderne Bedingungen
... müssen paritätisch sein!

Kann man Haupt-
und Ehrenamt
zusammen betrachten?

Ehrenamt-
Akquise vs.
Hauptamt Balance

Arbeits-Services
kann Leistung u.
Bedarfe einschätzen
→ z. alle Teilzeit

uneinheitlicher
Outboarding
(EA)

zu hohe individuali-
sierung und
Komplexifizierung

Risiken/ Konflikte

Priorisierung &
II konkreter Plan/
Prozess zur Umsetzung
(noch) nicht vorhanden

Projekt-Stack
Σ

Organisation &
Finanzierbarkeit
haben Grenzen ≠
Privatwirtschaft

Gibt's dafür
Budget? !!

Handlungsfelder
unklar
z.B. modern?

Rahmen:

Für alle Hauptamtlichen
einheitl. Betätigung

Nachwuchs-
arbeit
extra

Gleichstellung für
Ehrenamt + H.A.
ev. Strukturen in der
Stadt (z.B. Paragrafen, ...)
z.B. Freistellung
Arbeit für
Fortbildung

Jugendarbeit im
Ehrenamt durch
Strukturen stärken

Vorschriftenlage
+
rechtlicher Rahmen

wettbewerbs-
fähige
Vergütung

Gruppe 4

Politische Resilienz

Ressourcen-
knappheit

klare Positionierung
zur Demokratie
fehlt

Unschärfe
Formulierung ->
fast viel Interpretation
Spielraum

Dauerhafter
Prozess
wie abstrakt

Zeitfresser, um
alle Stakeholder
zu bedienen (Stewart)

überfordernd

zu wenig Fokus
auf polit. Resilienz

Politisches
Grundnetzwerke
notwendig

Verbund
präzisieren
z.B. Politik-
trends

politische
Kommunikation muss
aufgegriffen und
politisiert werden

Verbandsring
= Mitglieds-
m.

Risiko/Konflikt

politische
Kommunikation
muss sein

Politik-
Kommunikation
muss sein

politische
Kommunikation
muss sein

Eine Stimme/
einheitliches
Auftreten
(Anspruchsbereich
bestimmen)

Rahmen

politische
Kommunikation
muss sein

politische
Netzwerke
notwendig

Bedarf an
politisch agierenden
AKT-Akteuren

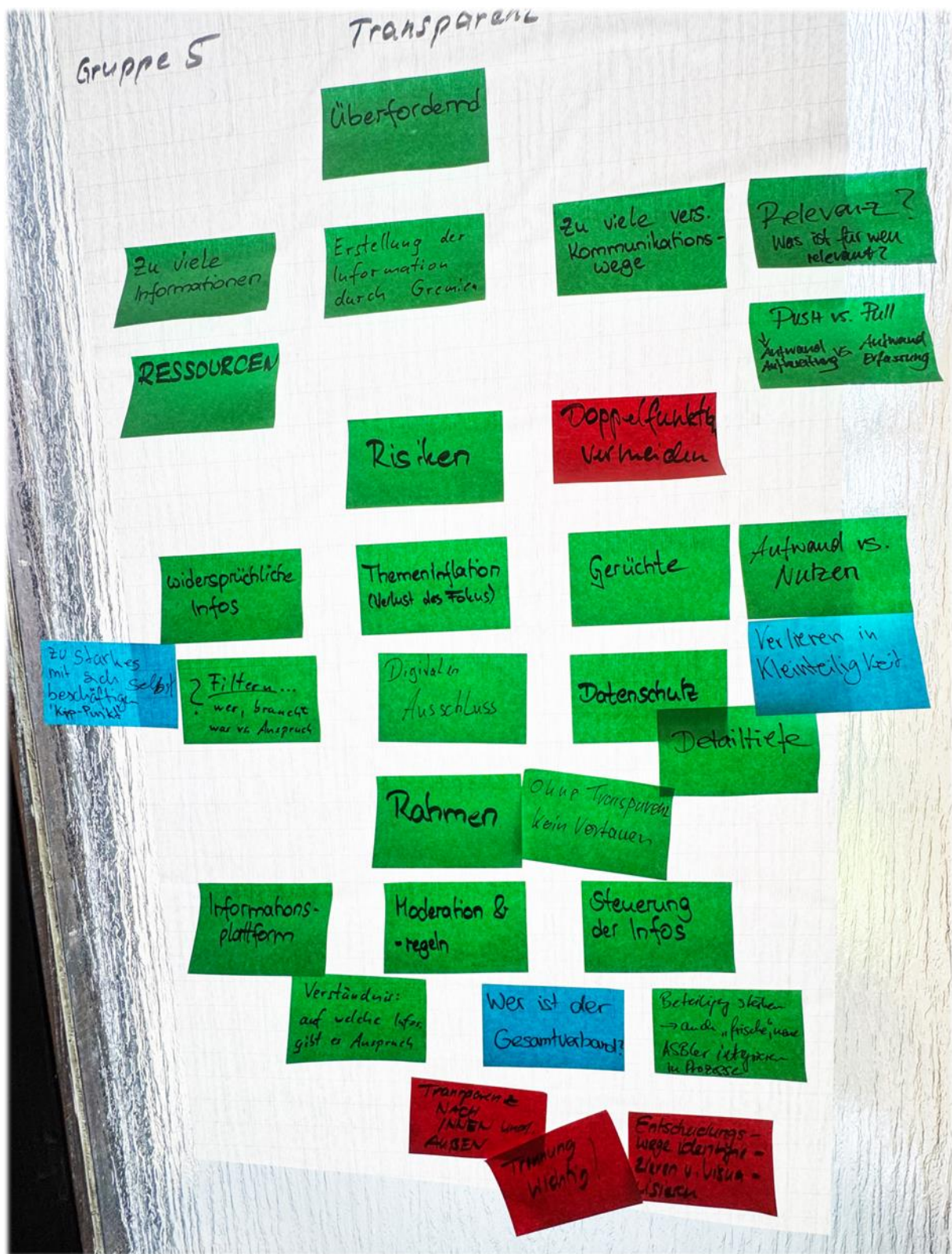
erste Erfahrungen
im Bereich
Kooperations-
politik

Leitbild
für die
Politik (von oben
herunter)

Politik-Office-
Berlin bilden
Wo? wo? wann?

Wahl von Politik-
Kommunikation
Kommunikation

Leitbild



Gruppe 6

Beteiligung + Mitmacher

keine Extra-
aufführung
⇒ Ehrenamt
entfallen!

Überfordernd

zeitliche Belastung

Koordinierungs-
aufwand

zu hoher
Aufwand

Themensvielfalt

Wer organisiert
Mitmacherei/
Themen nach dem Auge?

unklare
Verantwortung
Wer ist zuständig?

Risiko:
Finanzierung

alles wird
„zerdiskutiert“
!!!

Mitbestimmung
training?

mangelnde
Beteiligung

Beteiligung
braucht Klarheit
sonst erzeugt
sie FRUST

Verlust des
Blickes fürs
Wesentliche

Es ist nicht per se
Angst vor
→ Fokus verloren
Ehrenamt gibt beibehalten

Rahmen

Moderation

Struktur &
Ablauf

Kommunikations-
&
Besprechungsregeln

Teilnehmerweise
definieren

Verbesserung besteh.
Formate → web,
MV/Newsletter

Drittmittel
für AG
akquirieren!

Ermittlung der
Bedürfnisse für
Beteiligung

neue/alternative
Tätigkeitsbereiche
im Ehrenamt

„Aufbruch“
mehr integrieren

Fokus nicht
nur auf
Jugend legen

Gruppe 7

Sichtbarkeit + ÖA

CORPORATE
COMM. !

überfordernd

Die wahrgenommene
Marke ist der
ASB

zu viele Kanäle
auf selbiger
Plattform

Kanalvielfalt
+
wann steht was
wo?

Ebene
unklar



Umgang mit
Shitstorm

Was ist wichtig?

Wie erzeugt man
Begeisterung in der
ÖA. Bei Lesern?

Fähigkeit
zur Krisen-
Kommunikation

Risiken

nicht-abgestimmte
Aktivitäten z.B.
zwischen GRedungen

Kosten von
Social Media

Wer übernimmt
?

Informations-
"inflation"
→ Desinteresse

unklare +
unbekannte
Erwartungen

Geschichten
über Einzelpersonen
erzählen

professionelles,
ausgebildetes
Personal z.B. auch
im Ehrenamt

Rahmen

Umsetzung
Kleidungs-
beschluss

Abstimmung
von Informationen
→ wer teilt was wann

Support Um-
setzung CD

Gleichbe-
rechtigung
aller ASB + HA

Besetzung von
Events +
Bericht davon

festlegen von
Regeln + CD

dauerhaftes
Commitment
im Ehrenamt

Prozess
für News

größere/motigen
Werbung
→ wirtschaftlich von allen
zahlen

Training
Social Media
Sanktions Wünsche
1.000

Gruppe 8

Ressourcen Bündel

überfordernd

kannt mit
Strukturen und b.
erklär. oder
zusammengesetzt
werden!

Kapazität
für
Umsetzung

Finanz-
bedarf

zu viele
Fachrichtungen

Vorschriftenlage

Risiko

schlechter
Change
Mgmt

Abschottung
von
RV/LV/ED

Ebenen sind
nicht klar
getrennt

fehlende Kontrolle
bestehender
Qualitätsstandards

Bereitschaft,
Bspetarsen ab-
zugeben

Akzeptanz
intern

langfristige Leistungs-
verträge →
Eingriff in RV

Risiko!
überfordernd
durch zu viele
Fachmodi

Rahmen

zu schnelle Struktur-
Veränderungen ohne
dass alle mitbekom-
men

Synergie zw.
Entwicklung,
sollte sich an
EVs richten

ergebnisoffene
Diskussion
der Strukturen

Bereitschaft,
Ressourcen zu
teilen

IT als
Unterstützung

Transparenz
in Strukturen
u. Expertise

Nett zum
gemeinsamen
Entscheidungs-
prozess