



Für den Strategie- und Leitbildprozess haben wir die Methode der Organisationsentwicklung angewendet. Die zentralen Ergebnisse dieser Arbeit sind in diesem Papier zusammengefasst.

Die Methode der Organisationsentwicklung

1. LEITBILD

Motive des Leitbilds (Persönliche Motive, Existenzberechtigung)
Vision und Mission - Interessengruppen des Chiemgauer Regional Kreislaufs
Kommunikation und Entscheidungen (Handlungsgrundsätze)

2. ZIELE & PROJEKTE

Zielformulierungen aus dem Leitbildprozeß / Beschreibung Konkreter Ziele

3. STRUKTUR & AUFGABEN

Gesamtstruktur und Gebietsstruktur (Chiemgauer Region) / Organisationsformen / Rechtsformen

4. PLÄNE, UMSETZUNG (STRATEGIE)

Zeitplan, Finanzpläne (Einnahmen und Ausgaben, Gebührenordnung, Vergütungsordnung)
Marketingplan (Gewinnung von Neukunden) / Prioritäten – Weitere Pläne
Personen und Mandate – Konkretes Engagement eingehen.

5. ABLÄUFE & PROZESSE

Kommunikations- und Entscheidungsprozesse / Arbeitsprozesse und Abläufe

6. SELBSTVERSTÄNDNIS & REFLEXION

Wichtige Verträge, Satzung, Statuten
Jahresabschlüsse, Meßinstrumente, Analysen, Befragungen
Langzeitgedächtnis des Unternehmens, Chronik

7. INSTRUMENTE

Konzept und Aufbau des Gutscheinsystems und des eChiemgauer / Corporate Design
Webportal und Kommunikationsplattform (intern & extern) / Arbeitsmittel, Materialien, Räume

Leitbild und Ziele

Wir wollen ...

nachhaltig das Gemeinwohl und die regionale Wirtschaft stärken und damit unsere Arbeitsplätze und öffentliche Infrastruktur sichern und unabhängiger von externen Einflüssen machen,

um ...

das Einkommen und den Wohlstand seiner Bewohner nachhaltig zu sichern,

indem wir ...

selbst bestimmen, was mit unserem Geld passiert,

dazu werden wir gemeinsam ...

- *den reibungslosen Geldfluß in der Region sichern - Tauschmittel*
- *Anlagekapital bündeln und Mittel für Regionale Projekte und Unternehmen zur Verfügung stellen. - Spar-, Kredit- und Finanzierungsfunktion.*
- *und regionale Gemeinnützige Aufgaben unterstützen - Schenk- & Finanzierungsfunktion.*

um damit ...

das Bewußtsein für die Bedeutung, und den Stellenwert des regionalen Wirtschaftens, in der Bevölkerung, Wirtschaft, Politik und Kultur zu erhöhen.

Der Chiemgauer kann ...

als Impulsgeber einer regionalen Gesamtentwicklung im Chiemgau und überregional als Vorbild für andere Projekte dienen.

Leitbild und Handlungsgrundsätze

INTERESSEGRUPPEN DES CHIEMGAUER REGIONAL KREISLAUF

Die Hauptgruppen des Chiemgauer Regional Kreislaufs sind die Verbraucher, die Unternehmen, die Vereine und die Kommunen.

Der Chiemgauer soll für alle Teilnehmer des Regional Kreislaufs nach deren Bedürfnissen optimal gestaltet werden. Das bedeutet eine einfache Handhabung der Zahlungsmittel und Angebote, eine größtmögliche Verbreitung des Chiemgauers in der Öffentlichkeit durch geeignete Instrumente und die Sicherstellung eines regelmäßigen, aktuellen und klar formulierten Informationsflusses.

KOMUNIKATION UND ENTSCHEIDUNGEN INTERN & EXTERN

Die Arbeit soll durch verbindliche „Spielregeln“ erleichtert und nicht behindert werden. Die Verbundenheit und das Vertrauen in die Arbeit wachsen durch die Einbeziehung des Einzelnen in die Prozesse. Dabei stehen Transparenz in den Abläufen, Demokratische Mitwirkung aller Teilnehmer, Klarheit in den Entscheidungen und die Eigenverantwortung des Einzelnen im Vordergrund.

Struktur und Aufgaben

Gebietsstruktur

I. DEFINITION DER CHIEMGAUER REGION

Nach einem intensiven Austausch der Mitglieder des Strategie- und Leitbildprozesses, einer Umfrage im Schülerunternehmen und Gesichtspunkten aus dem Umkreis des Vereins schlagen wir folgendes vor:

Der Definition der Chiemgauer Region liegt zu Grunde ein Zusammenwirken von:

- regionaler Identität („Gefühlte Region“ - Wo bin ich zuhause?)
- politischen Abläufen in der Region. Der Chiemgau liegt in den zwei Landkreisen Rosenheim und Traunstein.
- und realen wirtschaftlichen Kreisläufen und Wirtschaftlichen Zentren in der Region. Dazu gehören die Wirtschaftszentren Rosenheim (mit Bad Aibling), Wasserburg, Chiemsee, Achental, Trostberg und Traunstein

Vereinfacht kann man daher sagen:

Das Chiemgauergebiet ist im Wesentlichen deckungsgleich mit den Landkreisen Rosenheim und Traunstein.

II. ÜBERGÄNGE ZU DEN NACHBARREGIONEN

Aus der praktischen Arbeit ist folgende Richtlinie für angrenzende Regionen entstanden.

Der Übergang und Austausch zu benachbarten Regionen soll fließend und einfach gestaltet sein.

Mit den Nachbarregionen wird daher eng zusammengearbeitet. Zwischen Chiemgauer und Sterntaler (Berchtesgadener Land) gibt es eine Doppelmitgliedschaft von Teilnehmern in den „Überschneidungsgebieten“. Bei je einer Ausgabestelle pro Region können die Gutscheine gegenseitig getauscht werden

III. GEBIETSSTRUKTUR INHALB DER REGION

Um die Aufgaben innerhalb des Chiemgauer Gebietes auch in Zukunft bewältigen zu können und um eine möglichst große Nähe und Kontakt zu den Mitgliedern herzustellen, sollen, neben einer Chiemgauer Zentrale, in der Region selbständig arbeitende Regionalbüros eingerichtet werden.

Die Struktur bildet sich durch eine Zentrale und den 3 Großgebieten mit potentiellen 9 Regionalbüros:

- CHIEMGAU mit den Regionalbüros : Achental - Traunstein - Trostberg
- CHIEMSEE mit den Regionalbüros: Chiemsee - Aschau – Simssee
- WENDELSTEIN mit den Regionalbüros: Rosenheim/Inntal - Mangfall - Wasserburg

Organisationsformen

DIE ARBEIT GLIEDERT SICH IN DIE ORGANE:

- Vorstand
- Ressorts
- Regionalbüros
- Beirat/ Aufsichtsrat
- Mitgliederversammlung

VORSTAND

Der Vorstand übernimmt die Aufgaben der Geschäftsführung und wird damit zu einem geschäftsführenden Vorstand. Der Vorstand bildet dadurch den Kern der Zentrale.

Der Vorstand besteht aus dem Geschäftsführer und Stellvertreter, dem Schriftführer (Kommunikation), dem Schatzmeister (Buchhaltung) und wird erweitert durch die Ressort- und Regionalgruppenleiter (siehe auch die neue Satzung).

Die Aufgaben bestehen in der Konzeption, Strategie und übergeordneten Koordination der Arbeit.

RESSORTS

Die einzelnen Ressorts sind zuständig für übergreifende Aufgaben. Darunter fallen die Produktentwicklung, Technik, Gesamtmarketing, übergeordnete Netzwerkarbeit, Personalentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit.

REGIONALBÜROS

Die Regionalbüros übernehmen die Betreuung und Akquise der Kunden, Unternehmen und Vereine und gestalten kreativ die Markteinführung und den Vertrieb der Produkte und Angebote vor Ort. Ausserdem sind die Regionalbüros für den Kontakt zu den Kommunen verantwortlich. Die Regionalbüros sollen sich selbst organisieren und wirtschaftlich tragen.

BEIRAT / AUFSICHTSRAT

Aus dem Umfeld des Chiemgauer werden Personen benannt, welche aufgrund ihrer Qualifikation einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung beitragen und gleichzeitig die Arbeit des Chiemgauer überwachen.

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Die Aufgaben der Mitgliederversammlung bleiben gleich. Jedes ordentliche Mitglied (aktives Mitglied) ist in der Mitgliederversammlung stimmberechtigt. Jedes Fördermitglied kann einen Antrag zur Aufnahme als ordentliches Mitglied stellen und ist nach der Bestätigung durch den Vorstand ebenfalls in der Mitgliederversammlung stimmberechtigt.

Rechtsformen

I. WIRTSCHAFTSUNTERNEHMEN

Um den gewachsenen Anforderungen auch in Zukunft gerecht zu werden, muss die Arbeit neu geordnet werden. Die wirtschaftlichen Grenzen sind bereits absehbar. Die Arbeit ist ehrenamtlich nicht mehr leistbar. Deshalb wird ein Wirtschaftsunternehmen zur Bewältigung der vielfältigen Aufgaben sowie als Träger der Wirtschaftsprodukte notwendig.

Als die am besten geeignete Wirtschaftsform den Chiemgauer weiter zu entwickeln und zu betreiben schlagen wir die Gründung einer Genossenschaft vor.

Vorteile der Genossenschaft:

Demokratische Selbstverwaltung, begrenzte Haftung, keine wirtschaftliche Grenzen, eine Stimme pro Anteilsinhaber (nicht die Höhe der Einlage entscheidet), breite Kapitalbasis, frei definierbare Statuten, gemeinschaftliche Ausrichtung.

II. VEREIN

Die Aufgaben des Vereins Chiemgauer Regional werden nach der Gründung der Genossenschaft neu definiert. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen dann die Forschung und Bildung.

Struktur der Kulturförderung

Der Chiemgauer versteht sich im Sinne eines Kulturförderinstruments als offene Plattform für gemeinnützige Vereine der Region.

Alle gemeinnützigen Kulturträger sind eingeladen, sich über den Chiemgauer fördern zu lassen. Chiemgauer regional bietet darüber hinaus in Zusammenarbeit mit Region aktiv Chiemgau-Inn-Salzach, übergeordnete Fördermöglichkeiten an, um eine nachhaltige und zukunftsfähige Entwicklung der Region zu gewährleisten.

Mit dem Arbeitstitel „Chiemgauer Spendenparlament“ soll die Offenheit der Förderung und die demokratische Beteiligungsmöglichkeit für die Bürger in der Region zum Ausdruck gebracht werden. Das Spendenparlament setzt sich aus denjenigen Menschen zusammen, die sich beim Eintausch von Euro in Chiemgauer für den Zweck „Spendenparlament“ entschlossen haben.

Anträge können gemeinnützige Vereine aus der Region und Gemeinden stellen. Näheres regeln die Vorstände der kooperierenden Vereine.

Pläne und Umsetzung (Strategie)

Terminplan 2005

16.02.05	Mitgliederversammlung Verein Chiemgauer Regional
01.03.05	eChiemgauer – Testphase
ab März	Webportal und Kommunikationsplattform
05.04.05	eChiemgauer Phase I / Ausgabe der eChiemgauer Kundenkarten
30.04.05	Gründung der Genossenschaft
ab Mai	Einweihung der Gebietsbüros
05.–08. Mai	3. Kongreß Regiogeld in Prien Das ausführliche Programm kann ab Anfang März unter www.chiemgauer.info als PDF-Datei heruntergeladen werden.
Herbst	Eintragung der Genossenschaft / eChiemgauer Phase II

Marketingplan und Kundengewinnung

Das Thema Marketing und Kundengewinnung ist ein, vielleicht sogar das zentrale Thema in diesem Jahr und in Zukunft.

Bei der Kundengewinnung sollte jeder mitarbeiten. An welcher Stelle er auch stehen mag. Sei es in persönlichen, auch privaten Gesprächen, in den Unternehmen und Vereinen, oder im Ressort Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. - Ein konkreter Plan und Strategie dazu soll recht bald erstellt werden.