

SWV-Visionenprozess

Im Februar 2016 wurde der SWV-Visionenprozess, als umfassende Diskussion für die Neuausrichtung und zukünftige Positionierung des SWV-Österreichs als UnternehmerInnenvertretung für die Zukunft, initiiert. Zu Beginn des Prozesses wurden in Arbeitsgruppen, unter Beteiligung aller Landesorganisationen, die wichtigsten Grundlagen erarbeitet. Mit den 3 World-Café Veranstaltungen haben wir die bisher erarbeiteten Themen einem sehr breiten Beteiligungsprozess für SWV-Mitglieder und interessierte UnternehmerInnen zugeführt. Die zahlreichen Vorschläge und Ideen sind in das vorliegende Papier eingearbeitet worden und bilden nun die Basis um an unserer „UnternehmerInnenvertretung der Zukunft“ weiterzuarbeiten.

THEMENZUSAMMENFASSUNG UND DOKUMENTATION

Die Themen:

- **Die/Der perfekte/r Kunde/in** Fredy Trey
- **Positionierung/USP** Alexander Safferthal
- **Kommunikation/Stil/Haltung** Julia Lessacher
- **Kultur/Werte** Werner Grasshof
- **Nutzen (für die Zielgruppe)** Benjamin Sellner
- **Interne Organisationsentwicklung** Doris Margreiter

Die Themen wurden anhand folgender Fragestellungen beleuchtet:

Die wesentlichen Punkte zum Thema?

Was sie bedeuten?

Warum wir uns dafür entschieden haben?

Was sonst noch wichtig ist? (Priorität2)

Was sonst noch aufgetaucht ist?

Was uns noch fehlt?

Wo wir noch tiefer eintauchen sollten?

Was wir nicht (zur Diskussion stellen) wollen?

Die/Der perfekte/r Kunde/in

In einem Brainstorming wurde die Zielgruppe des SWV visionär definiert.

Wer ist die Zielgruppe 2020/2025? EPU; KMU; NEUE SELBSTÄNDIGE

Wie schaut der perfekte, typische EPU, KMU im in den nächsten 5 – 10 Jahren aus?

EPU 2020/2025:

Wer ?

weiblich, 30 – 40 Jahre, Lebensgemeinschaft/LAP

1 Kind

urban, sportlich

Alleinerzieherinnen mit Kind(er)

Vom Lehrling zum Meister weiter in die Selbstständigkeit

Durch Arbeitslosigkeit-betrifft alle Altersgruppen

Es wird mehr EPU`s geben

Selbständig mit/im:

Matura, oder höherem Bildungsstand

Dienstleistung, Handel

KMU 2020/2025:

Wer ?

Männlich, 40 – 50 Jahre, verheiratet

Kinder, Hund, Haus, sportlich

Selbständig mit/im:

HTL, Meister, Lehre abgeschlossen, oder höherem Bildungsstand

Einzelunternehmer mit bis zu 10 Mitarbeitern

Gewerbe und Handwerk, Information und Consulting

Hinzu kommen die

NEUEN SELBSTÄNDIGEN

Wer sind sie?

- Selbständig Erwerbstätige, die mangels WK-Mitgliedschaft nicht nach dem GSVG versichert sein können (Vortragende, Künstler, Sachverständige, Aufsichtsräte, Journalisten, Schriftsteller, und Personen die Gesundheitsberufe auf S-Basis ausüben (Krankenpfleger, Hebammen usw.)
- Freie Dienstnehmer (die sich wesentlich eigener Betriebsmittel bedienen)
- Werkvertragsnehmer
- Erwerbstätige Kommanditisten
- Jeder kann in der Zukunft selbständig Erwerbstätig sein

Warum haben wir diese visionären Überlegungen angestellt?

Um erfolgreich sein zu können, muss ich mein Ziel kennen und planen. In der Folge gilt es dann Maßnahmen zur Zielerreichung zu treffen. Maßnahmen und deren Umsetzung müssen auch kontrolliert werden, damit man weiß ob man auf Kurs ist und gegebenenfalls rechtzeitig gegensteuern kann.

Nachdem wir heute wissen wie unser Kunde, der **EPU, KMU** der Zukunft aussehen könnte, wir aber auch wissen, wer ist der **NEUE SELBSTÄNDIGE** und welche Bedeutung hat er für uns in der Zukunft, liegt es nun an uns entsprechende Maßnahmen der richtigen **NUTZENARGUMENTATION** für unsere Zielgruppe zu definieren und in der Folge auch konsequent umzusetzen.

Was für jeden Unternehmer, egal ob EPU, KMU oder **NEUER SELBSTÄNDIGER** von Bedeutung ist, ist wie schon vorhin erwähnt der **NUTZEN!**

Welchen Nutzen hat er wenn er beim SWV Mitglied ist, oder wenn er nicht Mitglied ist, warum soll er den SWV bei der nächsten WK-Wahl wählen?

Hier gilt es nun im Besonderen auf die Zielgruppe 2020/2025 (EPU, KMU und NEUE S) einzugehen, **zu diskutieren und den Nutzen aufzuzeigen:**

Was kann/muss ich tun, dass er unternehmerisch erfolgreich sein kann?

Was kann/muss ich tun, dass er sich betrieblich Zeit und Kosten erspart?

Was kann/muss ich tun, dass er sich sowohl im Unternehmer- als auch Privatbereich bei Abwesenheit vertreten fühlt?

Was kann ich vom Mitbewerber übernehmen?

Was **muss** ich tun um mich vom Mitbewerber abzuheben?

Gemeinsam haben wir nachstehende 3 Punkte für den NUTZEN (für die Zielgruppe) definiert:

- Offenes Netzwerk,
- Mentoring,
- Politisch etwas bewegen:

Es gilt nun diese „Schlagwörter“ mit gezielten Maßnahmen zur Umsetzung zu bringen.

Wichtig wird es bei allen Fragen sein, den Fokus auf jene Dinge zu konzentrieren die „FUNKTIONIEREN“ und nicht auf jene die „Nichtfunktionieren“.

Positionierung des SWV – USP

1)Die Grundwerte aktiv leben:

Solidarität: gemeinsam größer, erfolgreicher, besser, work-life balance beachtend

Gelebte soziale Wirtschaftsgemeinschaft

Bekenntnis zum freien Unternehmertum als Arbeitsform mit starkem Wirtschaftsfaktor

Absolut freier Zugang zu Bildung und Information

Gerechtigkeit – Fairness – Chancengleichheit

2)Die Bereitschaft Positionen zu überdenken

Offene wirtschaftspolitische Einstellung für alle guten, neuen Ideen– soziale Marktwirtschaft

Ehrlich zu sich selbst, gemeinsam und wertschätzend die Interessen vertreten

Unternehmervertretung langfristig über Wahlperioden hinaus

Positives Konkurrenzdenken – lernen voneinander statt bekämpfen

3)Die sozialpolitische Kompetenz

Soziale Absicherung des freien Unternehmers durch soziale Gleichstellung aller Werkstätigen

Aus- und Weiterbildung am Weg zum und als Unternehmer, vom Arbeitnehmer zum Arbeitgeber

Regionale und branchenspezifische wirtschaftliche Zusammenarbeit, Netzwerkdenken

Ausbildung ist die wichtigste sozialpolitische Waffe für Wohlstand

Diese Inhalte sind die Essenz von vielen ähnlich lautenden Ideen, übergreifend und verwirklichbar.

Als weitere Themen wären noch festzuhalten:

Föderalismus – Europäisierung – Globalisierung

Industrie 4.0 – Digitalisierung – Arten der Wertschöpfung

Funktionärsdenkweise gegen Unternehmerdenkweise

Die Wirtschaft trifft auf „Unternehmen Mensch“

Brauchen wir die komplette Abbildung der Wirtschaftskammer im SWV?

Nicht in Frage stellen wir unsere Sozialdemokratische Grundhaltung!

Ergänzungen aus den 3 World Café Veranstaltungen

- 1) Solidarität, Gleichheit, Gerechtigkeit, Freiheit:
Wie werden wir diese Werte in Zukunft leben?
(Als Unternehmer, Unternehmerin, Unternehmensvertretung)

- 1) Gibt es weitere Werte die für eine Unternehmervvertretung der Zukunft wichtig werden? Was ist das besondere alleinstellende Merkmal des SWV 2025?

Wesentlich war:

Alle haben sich zu den sozialdemokratischen Grundwerten bekannt
Insbesondere die Solidarität wurde immer angesprochen

Wichtig war den Leuten:

Kommunikation auf Augenhöhe

Persönliche Treffen nicht als statutennotwendige Sitzungen, sondern Branchen- und Regionalmeetings

Information an EPU's und KMU's, dass diese durch UNS vertreten werden – WIR Gefühl
Diskrepanz zu Großunternehmen, die es sich selber richten

Gerechtigkeit ist nicht gleich Gleichheit!!

Offenheit: Kommunikation, Information, Hilfe, persönliche Treffen

Zusammenarbeit mit SD Schwester-, Brüder-, Töchter- und Söhnenorganisationen

Gewerkschaft für Unternehmer – „die halten zusammen“

Gemeinschaftlichkeit – generationsübergreifendes Mentoring

Neu und notwendig:

SWV als erfolgreiches Familienunternehmen

Netzwerk auch virtuell im Netz – mit Passwort

Kommunikation/Stil/Haltung

Die 3 wesentlichen Punkte und was sie bedeuten:

Klar/direkt:

- Problemorientiert ohne Floskeln
- nicht beschönigend
- offen und ehrlich

Positiv formuliert:

- Lösungen präsentieren
- Positive Körpersprache
- Verständnisvoll

Begeisternd, da persönlich überzeugt:

- Tatkräftig
- Kollegial
- Auf Augenhöhe (von Unternehmer zu Unternehmer)

Warum wir uns dafür entschieden haben und was sonst noch wichtig ist!

Wir sind die Stimme der Selbständigen. Kommunikation auf Augenhöhe ist unsere Stärke. Beim SWV werden Unternehmer von Unternehmern vertreten und beraten – zuhörend, wertschätzend und persönlich eingehend! Der SWV steht für ein offenes Welt- und Wirtschaftsbild, soziale Grundwerte bilden die Grundlage unseres Handelns und unserer Kommunikation!

Was sonst noch aufgetaucht ist und was uns noch fehlt?

Gewählte Funktionen sollen verantwortungsvoll ausgeübt werden. Unsere Funktionäre sind sozialkompetente Unternehmer, die ihre Geschäfte menschlich und verantwortungsvoll führen („Mitarbeiter als erster Kunde“) und nehmen hier eine Vorreiterrolle ein. Sie machen den SWV zu einem kompetenten Partner für Politik und Unternehmen. Die Informationen über die Anforderungen in diesen Rollen sollten von langjährigen Vertretern weitergegeben werden.

Wo wir noch tiefer eintauchen sollten?

Informationen müssen zielgerichtet dorthin kommen, wo sie gebraucht werden.

Verantwortlichkeiten schaffen um ein „geben und nehmen“ von Infos auf allen Ebenen zu realisieren.

Was wir nicht zur Diskussion stellen wollen:

Der SWV ist eine Wertegemeinschaft deren Basis soziale Grundwerte sind. Als Teil der sozialdemokratischen Familie, fühlen wir uns gewissen Grundwerten verpflichtet und richten unser Handeln danach aus.

Ergänzungen aus den 3 World Café Veranstaltungen

Was war wesentlich?

- Politische Themen sollen aufbereitet, kurz, knapp, prägnant und schnell übermittelt werden.
- Austausch und Kommunikation zwischen den SWV-Mitgliedern soll leichter möglich sein.
- Möglichkeiten zur spartenübergreifenden Vernetzung sollen geschaffen werden.

Was war den Leuten wichtig?

- Der SWV solle eine Vermittlerrolle einnehmen und die UnternehmerInnen verbinden (z.B. durch eine Plattform zum persönlichen Austausch für Mitglieder)
- Persönlichen Kontakt und Vernetzung der Mitglieder durch Events mit Mehrwert fördern.
- Informationen digital und interaktiv zur Verfügung stellen

Was war überraschend bzw. neu?

- Know-how Transfer erleichtern z.B. durch eine „SWV-WIKI“
- „SWV-App“ als Informations- und Vernetzungstool für Mitglieder

Kultur und Werte im SWV

Soziale Grundwerte 2025

Der sozialdemokratische Zugang unterscheidet uns von allen anderen Unternehmervvertretungen in Österreich. Das ist der wahre USP des SWV Österreich.

In unseren wirtschaftspolitischen Handeln, ist die soziale Absicherung, der Selbstständigen und deren MitarbeiterInnen, ein zentrales Themenfeld.

Auch im Bereich der Sozialversicherung offen sein für neue Entwicklungen, kein Verharren in Positionen um Funktionen zu erhalten. Denn: Es gibt ein klares Bekenntnis dafür, dass an der sozialen Absicherung der Selbständigen nicht gerüttelt werden darf – ganz im Gegenteil – es gibt bei der SVA noch einigen Aufholbedarf im Sinne der Gleichstellung gegenüber anderen Sozialversicherungsträgern.

Gerechtigkeit, Fairness und Chancengleichheit sind uns besonders wichtig, das entspricht unseren sozialdemokratischen Grundwerten.

Daraus ergibt sich das Streben nach einem gerechten und fairen Handel im Sinne eines Miteinanders und nicht Gegeneinanders. Das Wachstum kann nicht grenzenlos sein und soll auf ökologische Notwendigkeiten Rücksicht nehmen.

Ein wesentlicher Faktor für Chancengleichheit ist der absolut freie Zugang zu Bildung und Information. Dies umfasst nicht nur die schulische Ausbildung, sondern auch die universitäre Ausbildung. Der Zugang zu neuen Informationstechnologien muss gegeben und leistbar sein.

Der SWV ist die Unternehmervvertretung die ein klares Gegenmodell zum neoliberalen Kapitalismus aufzeigt und vorlebt, der Kampf für Steuer- und Abgabengerechtigkeit wird 2025 eine noch wichtigere Rolle spielen.

Der SWV legt ein klares Bekenntnis zur Europäischen Union mit einer gemeinsamen Währung ab. Barrieren sind abzubauen.

Offenes und tolerantes Weltbild

Der SWV steht für ein offenes und tolerantes Weltbild, unabhängig von Herkunft, Religion, alle haben Platz im SWV, wir tolerieren kein Ausgrenzen und Abwerten. Der SWV steht für erfolgreiche Unternehmer mit Haltung, die den Menschen in den Mittelpunkt ihres Handels stellen.

Nachhaltigkeit

Ziel muss es sein über die 5-jährige Wahlperiode hinaus zu handeln, dazu müssen neben den kurz- und mittelfristigen Strategien auch langfristige Ziele und Perspektiven entwickelt werden.

Ein besonderes Augenmerk muss auf Personalentwicklung gelegt werden.

Personalnachfolgen in den Gremien des SWV und in der Wirtschaftskammer müssen rechtzeitig getroffen und aufgebaut werden. Kein Sesselkleben mehr – kein nachteiliger interner Konkurrenzkampf. Erfahrene Funktionäre übernehmen so eine entscheidende Leit- und Vorbildfunktion. Für den Funktionäre-Nachwuchs ist Mentoring generationenübergreifend notwendig und hilfreich. Kompetenz und gute Ausbildung gehören neben weiteren Attributen zu einem Anforderungsprofil für künftige FunktionärInnen und MitarbeiterInnen.

Was ist sonst noch wichtig?

- Sozialdemokratische Werte sind wichtiger als kurzfristige Wahlerfolge – gilt für die Auswahl von KandidatInnen bzw. bei der Besetzung von Positionen
- Die Starke Ausrichtung nach der Organisationsstruktur der WK ist nicht notwendig – Spiegelung der WK aufgeben!
- Netzwerk unter unseren Mitgliedern und Zielgruppen ist ein Wert – geschäftlicher Nutzen durch Zusammenarbeit, gegenseitige Beauftragung, sich gegenseitig Fördern,
- kein Neid – wir stärken uns gegenseitig

Ergänzungen aus den 3 World Café Veranstaltungen:

Thematisch Kultur & Werte der Zukunft!

1. Wie könnte ein offenes tolerantes Weltbild 2025 aussehen?

(Auszug)

Miteinander/nicht Konkurrenz,
gerechter und fairer Handel – global vernetzt,
ökologische Tragfähigkeit einhalten,
Wachstumsgedanken hinterfragen (Überlebensfrage) - darf nicht grenzenlos sein,
vereintes Europa der Regionen – Solidarität, Steuerhoheit,
keine Steueroasen in der EU,
Demokratie und Mitsprache für EPUs und KmUs - Politik zurück zum Bürger,
übergeordnetes Regelwerk statt überregulieren,
gemeinsame Währung – erhalten und ausbauen,
Bildung als hoher Wert (lebenslange Aufgabe),
Verknüpfung Schule-Schülervertreter-Lehrer mit SWV „neue Kultur der Lehre“,
Mitarbeiter als Menschen auf Augenhöhe begegnen (Mitarbeiter als Kollege),
Bewusstseinsbildung (der Jugend) im Hinblick auf neg. Auswirkungen des Internethandels,
Jeder soll sein unternehmerisches Standbein haben,
positive Schärfung des Bildes des Unternehmers,
sich füreinander interessieren/Barrieren abbauen;

2. Was werden UnternehmerInnen in Zukunft an sozialer Absicherung brauchen werden?

(Auszug)

Klares Bekenntnis zur sozialen Absicherung (mehr denn je),
kein Selbstbehalt,
alternative Versicherungsmöglichkeiten,
Krankengeld ab dem 4. Tag,
leistbare SV-Beiträge,
Absicherung des sozialen Netzwerkes /Einführung von Wertschöpfungsabgabe,

Sozialversicherung zukunftsorientiert anpassen,
bedingungsloses Grundeinkommen für alle,
Finanzierungsmodelle für EPU's,
Absicherung gegenüber Zahlungsausfall,
Vorabprüfung der Sinnhaftigkeit bei Betriebsgründung, Unterstützung und Beratung;

3. Was zeichnet den SWV-FunktionärIn/MitarbeiterIn in der Zukunft aus? Wie sollte sie/er sein?

(Auszug)

er soll die Ängste und Sorgen der UnternehmerInnen auch wirklich kennen,
flexibel in der Denkweise/offen,
weg vom Parteischiendendenken,
auch in der SPÖ vernetzt/aktiv,
innovativ/offen/ehrlich,
Funktionärsdauer max. 2 Perioden (10 Jahre),
begleitender Mentor (vor allem generationenübergreifend),
junge Funktionäre gehören gefördert und gefordert,
Ausbildung für FunktionärInnen,
WIN-WIN - Kultur fördern,
soziale Kompetenz (Mitarbeiterführung ect.) aufweisen,
Vorbild soll er/sie sein (z. B. erfolgreicher Betrieb),
Netzwerker,
Charakterfestigkeit,
Charisma und Rhetorik,
Engagement und Zeit,
moderne Bezeichnung für „Funktionär“ finden (Berater, Interessensvertreter),

Nutzen des SWV 2025:

Das Leistungsangebot einer UnternehmerInnen-Vertretung der Zukunft

Willkommen im Jahr 2025. Der SWV hat sich als die Vertretung der Klein- und Mittelunternehmen durchsetzen können – weil wir im Gegensatz zu unseren Mitwerbern unseren Mitgliedern einen echten Nutzen anbieten.

Im Zuge der Vorarbeiten zu den World Cafés machte sich die Visionsgruppe Gedanken, wie dieser „echte Nutzen“ für unsere Mitglieder in Zukunft gestaltet sein muss, welches Leistungsangebot wir unseren Mitgliedern anbieten, damit sie sich im SWV heimisch fühlen, sich als aktive Mitglieder einbringen können – und der SWV bei den kommenden Wahlen sich als die Vertretung der Klein- und Mittelunternehmen durchsetzt.

Nach mehreren Treffen kristallisierte sich heraus, dass die persönliche Betreuungsarbeit der SWV-Mitglieder auch in Zukunft angeboten werden muss, einfach da dies die Grundarbeit jeder UnternehmerInnen-Vertretung darstellt. Darüber hinaus wollen wir aber auch ein Netzwerk von gleichgesinnten UnternehmerInnen sein, unseren Mitgliedern ein Mentoring-Programm anbieten, in welchen unsere Mitglieder anderen Mitgliedern helfen und es schaffen, die politischen Interessen unserer Mitglieder durchzusetzen und ihre Themen vorantreiben.

In diesem Sinne stellten wir den Besuchern der World-Cafés drei Fragen, um die Diskussion eines besseren Leistungsangebots anzustoßen:

- Was müsste ein UnternehmerInnen-Netzwerk leisten, damit ihr aktive TeilnehmerInnen werdet?
- In welchen Bereichen wird in Zukunft Beratung/Unterstützung durch erfahrene UnternehmerInnen gefragt sein?
- Für welche Verbesserungen für UnternehmerInnen würdet ihr euch persönlich engagieren?

Was müsste ein UnternehmerInnen-Netzwerk leisten, damit ihr aktive TeilnehmerInnen werdet?

Vorweg, ein Punkt, welcher bei dieser Frage häufiger aufkam, war die Bekanntheit des SWV und die Frage, was der SWV eigentlich ist. Vielen Teilnehmern der World Cafés berichteten,

dass sie nur durch Zufall auf den SWV gestoßen sind und trotz langjähriger UnternehmerInnentums nicht wussten, dass es den SWV überhaupt gibt bzw. was er macht.

Ein Besucher brachte es mit der Aussage auf den Punkt: die Präsenz des SWV sei eine Bringschuld – und die gilt es einzulösen.

Damit der SWV als Netzwerk sozialdemokratischer UnternehmerInnen gelten kann, gilt es ein lebendiges Netzwerk bzw. eine offene Community zu schaffen. Hier wurde als Idee eingebracht, dass der SWV mittels Seminare für seine Mitglieder diese im Umgang mit den neuen Medien schult bzw. allgemein Schulungen und Seminare über neue, gerade entstehende Themen anbietet.

Als Vorschläge, die Präsenz des SWV zu erhöhen wurden gemacht: verbesserter bzw. koordinierter Medieneinsatz, gerade durch die neuen Medien wie Facebook, WhatsApp oder ein besserer Kontakt zu Journalisten, um öfter in der Zeitung zu stehen, und wurden mehr Veranstaltungen, um Funktionäre und andere Mitglieder zu treffen (wie zum Beispiel die World Cafés), erwünscht.

Öfters wurde kritisiert, dass Themen, gerade fachgruppenspezifische, zu langsam kommuniziert werden und schneller reagiert werden müsse. Um dem entgegenzuwirken, könne der SWV periodisch eine Leistungsbilanz herausgeben, mit welcher die Mitglieder sehen, bei welchen Themen Fortschritte gemacht wurden, wo wir mit unseren Forderungen stehen.

Ein interessanter Punkt wurde auch hinsichtlich der Stellung des SWV als Teil der roten Familie gebracht: Zum einen ist es, gerade für JungunternehmerInnen, eine nicht zu unterschätzende finanzielle Belastung, bei sämtlichen für sie relevanten roten Organisationen Mitglied zu sein und mehrere Mitgliedsbeiträge zu zahlen. Zum anderen könnten so die Ressourcen der verschiedenen Organisationen gebündelt werden, um zB besser die Angebote des SWV in den anderen Organisationen bewerben. Konkret wurde die Idee in den Raum gestellt, ob man kein „Package-Angebot“ für Mitglieder mehrerer roter Organisationen anbieten kann.

In welchen Bereichen wird in Zukunft Beratung/Unterstützung durch erfahrene UnternehmerInnen gefragt sein?

Bei dieser Frage stellte sich heraus, dass ein Mentorenprogramm, gerade für NeugründerInnen, sehr erwünscht ist. Viele sehen eine Kernkompetenz des SWV, neuen

Unternehmern beim Übergang vom geschützten Konsumenten zum mündigen Unternehmer zu unterstützen und begleiten. Dabei ist es wichtig, NeugründerInnen so früh wie möglich, am besten bereits vor der Gründung, zum Beispiel bei Gründungs-/Ausbildungsseminaren oder durch verbesserte interne Kommunikation mit anderen roten Organisationen, aufzufangen.

Dabei sollte vor allem der persönliche Kontakt forciert werden: neue Mitglieder sollten frühestmöglich einem Vertreter, am besten bereits ihrem „Mentor“ im SWV (ob dies jetzt regional oder nach Branche passiert, hängt von den Strukturen in den einzelnen Landesorganisationen ab) vorgestellt werden bzw. von diesem besucht werden. Wichtig ist auch, dass das Mentoring nicht mit der Gründung des Unternehmens beendet wird, sondern mindestens ein Jahr nach Gründung weiterbesteht.

Gerade für das Mentorenprogramm sollte eine zeitgemäße Infrastruktur geschaffen werden, zum Beispiel durch die Schaffung eines „Unternehmerwikis“ im Sinne von help.gv.at, bei welchen Unternehmer kurz und prägnant über Themen aufgeklärt werden. Zum Beispiel: Jemand möchte ein Gastgewerbe eröffnen, so findet er Infos über Gewerbeberechtigung, Betriebsanlagengenehmigung, Raucherschutz, Barrierenfreiheit, etc. und die Kontaktdaten zu seinem Ansprechpartner innerhalb des SWV.

Eine Idee war, die Kommunikationsplattform für Funktionäre und Mitglieder zu öffnen, damit diese sich innerhalb des Mentorenprogramms austauschen können bzw. ihre Dienste als Mentoren anbieten können. Auch könnte man einen „Fristenalarm“ einrichten, mit Hilfe Mitglieder vom SWV eine Email bekommen, wenn wichtige Fristen abzulaufen drohen bzw. könnten Mentoren diesen Fristenalarm nutzen, um JungunternehmerInnen auf den Fristenablauf aufmerksam zu machen.

Die oben genannten Ideen wären auch für einen anderen Punkt hilfreich, wo sich viele Besucher vorstellen konnten, dass in Zukunft Beratung von Nöten sei: Hilfe bei Problemen mit Bürokratie im Allgemeinen. Wie schon das Mentorenprogramm, sollte hier die Idee „Mitglieder helfen Mitglieder“ im Vordergrund stehen und der SWV übernimmt die Organisation bzw. Betreuung: Als Beispiel wurde dabei die Einrichtung einer Online-Sorgenbox, bei welcher Mitglieder ihre Probleme schildern bzw. andere Mitglieder um Hilfe bitten, genannt – gerade da eine solche Plattform auch zur Themenfindung genutzt werden kann.

Für welche Verbesserungen für UnternehmerInnen würdet ihr euch persönlich engagieren?

Aufgefallen ist, dass Themen, für welche sozialdemokratische UnternehmerInnen brennen, eigentlich altbekannte Forderungen des SWV sind: Steuergerechtigkeit (gerade in Hinsicht auf Vermögensbesteuerung bzw. Robotersteuer bzw. Wertschöpfungsabgabe). Standards in der Sozialversicherung. Gleichstellung der Pensionen. Hilfe für EPU und KMU (gerade hinsichtlich Kredite und Finanzierung). Reglementierung von Gewerben bzw. Bürokratie bei Gewerbegründungen. ...

Aufgefallen ist, dass in Hinsicht auf die WK-Reform, der Einfluss der EPU und KMU in der Kammer verbessert werden sollte, Besucher der World Cafés wollten, dass die Kammer als ihre Vertretung ähnlich wie die Arbeiterkammer auftritt und diese deswegen ein Gegengewicht zur Industriellenvereinigung darstellen soll.

Eine interessante Idee war auch, den Begriff „Arbeit“ allgemein zu überdenken.

Organisationsentwicklung:

Ideen von der „Spinnwand“!

Was war wesentlich?

Die Strukturen des SWV sind zu unflexibel, es muss weitere Angebote wie Themenmitgliedschaften neben Vollmitgliedschaften und Sympathisanten geben. Darüber hinaus sollte die SPÖ über eine Mitgliedschaft für alle roten Organisationen nachdenken, und hier weniger die finanzielle als vielmehr die ideelle Komponente (Infoaustausch, Vernetzung) im Vordergrund stehen. Mitgliederwerbung muss kompetenter und professioneller stattfinden und vereinfacht werden.

Es braucht eine Willkommenskultur für alle Bereiche (Mitglieder, neue Funktionäre)
Ein sehr viel mehr an „offenen“ Gremien und Treffen sowie ein Leistungskatalog soll zudem den modernen Weg und Bekanntheitsgrad steigern!

Was war den Leuten wichtig?

Durch verbesserte Kommunikation und vor allem ein sehr viel mehr an Offenheit und Transparenz soll der Zusammenhalt verstärkt werden. Klare Strukturen und Richtlinien des Zusammenarbeitens erleichtern dies. Moderne Kommunikationsstile und auch Medien tragen gleichfalls dazu bei.

Was war überraschend bzw. neu?

Unternehmer Wiki für Mitglieder, Plattform wo Impressum usw. heruntergeladen werden;
ein SWV Anwalt soll beraten; aktive Unterstützung in Finanzierungsfragen;
Der SWV wird eine (r) evolutionäre Organisation!!!