

Entwicklungspartnerschaft Equal Mainfranken - Produkt

Entwicklungspartnerschaft	Equal Mainfranken GmbH
Verantwortlicher Projektträger / Projektname	HWK-Service GmbH, Daimlerstrasse 7, 97084 Würzburg
Produkttitel	Aufbau eines regionalen Netzwerkes für KMU

Produktkontext	
Interventionsbereich	<p>Klein- und Mittelständische Unternehmen sind in wesentlichen Vorgängen des Wettbewerbs größeren Unternehmen gegenüber benachteiligt. Die Beschäftigungsfähigkeit, insbesondere auch von benachteiligten Personengruppen, wird dadurch stark beeinträchtigt. Exemplarisch können Benachteiligungen der KMU aus einer Vielzahl von Belegen genannt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erschwerter Zugang zu Fördermitteln. <p>KMU verfügen in aller Regel weder über ausreichende Informationssysteme noch über zeitliche und personelle Ressourcen, die ermöglichen würden, Fördermittel Erfolg versprechend zu beantragen. Den kleinen oder mittleren Unternehmer, der häufig Kaufmann, Personalleiter, Arbeitsplaner und Facharbeiter in einer Person ist, schrecken u.U. schon schwer verständliche Antragsformulare so ab, dass er lieber auf ihm eigentlich zugedachte Fördermittel verzichtet als sich dem ungewohnten „Papierkrieg“ auszusetzen. Größere Unternehmen dagegen können sich personell spezialisieren und damit mit wesentlich weniger Aufwand Fördermöglichkeiten recherchieren und beantragen.</p> • Erschwerte Personalplanung und –beschaffung. <p>Die Auslastungssituation von KMU ist häufig durch einen schnellen Wechsel von Auftragspitzen einerseits und Leerlauf andererseits gekennzeichnet. Durch klassische Personalplanung ist das ständige Auf und Ab im Personalbedarf nicht zu bewältigen mit der Folge, dass Aufträge nicht zeitnah bewältigt werden können und damit potentielle Kunden verloren gehen.</p> • Verringerte Ausbildungsmöglichkeiten. <p>Neben der bereits erwähnten Auslastungsproblematik verhindern häufig geringe Personalkapazitäten oder auch Spezialisierungen im Produkt- oder Dienstleistungsbereich die Bereitschaft und Fähigkeit, Auszubildende im Unternehmen auszubilden. Damit verlieren die KMU den wichtigen Wettbewerbsvorteil von selbst ausgebildeten Mitarbeitern mit hoher Identifikation zum Unternehmen. Zudem gehen so wichtige Ausbildungsplätze verloren, nicht zuletzt auch für problematische Zielgruppen, für die eigentlich die Ausbildung und Beschäftigung in kleineren, familiär geführten Unternehmen eine bessere Integrationschance bedeuten würde.</p> • Mangelndes Informations- und Umsetzungsmanagement <p>Viele Unternehmer in KMUs haben weder die zeitlichen Ressourcen noch die fachlichen Möglichkeiten der Informationsbeschaffung und insbesondere der Umsetzung von gewonnenen Informationen zur Unternehmenssicherung, für Wachstum und Arbeitsplatzsicherung und –sicherung.</p> <p>In Anbetracht der Rahmenbedingungen für die Projektarbeit, was Zeit-, Budget- und Personalaufwand angeht, wurde der allgemeine Rahmen wie folgt beschrieben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer Netzwerkstruktur (gemäß Projektdefinition: „Aufbau eines

	<p>Netzwerkes“, nicht Betreiben eines Netzwerkes)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer Öffentlichkeit und Wecken des Interesses für den Netzwerk-Ansatz • Entwicklung von innovativen Methoden <p>⇒ Anspruch: einfach, praktikabel, gut</p> <p>Nutzen und Wirkung im regionalen Netzwerk:</p> <p>Das Netzwerk nützt zunächst den Unternehmen, die dort gezielt Dienstleistungen abrufen können, die sie bisher in dieser Form nicht geboten bekommen. Sie können ihre Wettbewerbsfähigkeit gegenüber größeren Unternehmen mit umfangreicheren Ressourcen dadurch verbessern, dass sie zum einen den Vorteil eines kleinen Unternehmens mit seiner Flexibilität beibehalten können und zum anderen durch gemeinsames Agieren die Nachteile ausgleichen. Die Koordinierungsangebote des Netzwerkes stellen sicher, dass keines der Unternehmen mit Organisationsaufwand belastet wird.</p> <p>Auch die Region profitiert. Wirtschaftlich gesunde und wettbewerbsfähige KMU sind die wichtigste Basis für die Bereitstellung und Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsstellen und damit für den Lebensstandard und die Zukunftsperspektiven der dort lebenden Menschen.</p> <p>Weiterhin schaffen wir mit dem Aufbau eines Netzwerkes für KMU ein Modell, das sich ohne größere Probleme auf andere Regionen übertragen lässt. Die gewonnenen Erkenntnisse über Chancen, Risiken, Erfolge und Stolperstellen des Projekts sind sicherlich auch im europäischen Austausch von Relevanz.</p>

Produktbeschreibung	
Zielsetzung	<p>Die grundsätzliche Zielsetzung des Projektes</p> <p>KMUs soll ein Netzwerk zur Verfügung gestellt werden, über das Informationen, Beratungsleistungen und Hilfestellungen zu allen betrieblichen Problemen abgerufen werden können. Den Unternehmern, welche entweder nicht über das Know How verfügen oder die Zeit zur Erhebung von Daten und Erarbeitung von Problemlösungen fehlen, sollen so Möglichkeiten an die Hand gegeben werden die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Mit Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit wird auch die Beschäftigungsfähigkeit benachteiligter Personengruppen, wie z.B. Arbeitslosen, Frauen, Migranten oder Behinderten, nachhaltig gefördert.</p>
Zielgruppen	<p>Die Zielgruppe für das Projekt</p> <p>Innerhalb der Projektgruppe wurde die Zielgruppe für das Projekt definiert. Es handelt sich dabei um:</p> <p><u>Zielgruppe KMU...</u></p> <p>...aus Handwerk, Industrie, Dienstleistung mit Projektfocus Handwerk. Die Definition von kleinen und mittleren Unternehmen, kurz KMU, richtet sich dabei an den Vorgaben der Europäischen Union: Zu Kleinstunternehmen zählen Betriebe mit weniger als 10 Beschäftigten oder einem Jahresumsatz von höchstens 2 Millionen Euro. Kleinunternehmen sind Betriebe mit weniger als 50 Beschäftigte (höchstens 10 Millionen Umsatz) und mittlere Unternehmen haben weniger als 250 Beschäftigte (höchstens 50 Millionen Umsatz). Im Projekt wurde der Schwerpunkt auf die erste und zweite Kategorie gelegt.</p> <p><u>Zielgruppe Multiplikatoren...</u></p> <p>... aus Lieferanten, Großhändler, Kreditinstitute, Berater und Institutionen, welche die KMUs als Kunden haben und an deren Wettbewerbsfähigkeit folglich interessiert sind.</p>

	<p><u>Zielgruppe benachteiligte Personengruppen ...</u></p> <p>... wobei der Focus auf der Gruppe der Arbeitslosen liegt, da wir hier infolge unserer Beratungstätigkeiten bereits verwertbare Ansätze haben.</p> <p>Zudem wurden besondere Zielgruppen angesprochen und das Netzwerkprojekt in Informationsveranstaltungen vorgestellt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innungen - Unternehmerinnen - Kreditinstitute (Anschreiben-Beispiel Anlage V) - Lieferanten und Großhändler - Berater <p>Aus der Zielgruppe der benachteiligten Personengruppen wurden insbesondere – wie schon eingangs erwähnt – die Arbeitssuchenden angesprochen und in entsprechenden über das Jahr 2004 verteilten Informationsveranstaltungen über das Netzwerk und die Möglichkeiten informiert.</p> <p>Diese Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informationen und PR-Arbeit mit Zielrichtung KMU - Informationen und PR-Arbeit mit Zielrichtung Multiplikatoren - Informationen und PR-Arbeit mit Zielrichtung Arbeitssuchende <p>kristallisieren sich zur Plattform für alle Beteiligten, welche das Projekt anspricht.</p>
Produkttyp	Netzwerk
Methodik	<p>Die Organisation der praktischen Projektarbeit</p> <p>Die Projektarbeit hat sich in folgende Phasen gegliedert:</p> <p>Phase I: Konzeptionsphase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Sitzungen zu Beginn der Projektarbeit, um die Rahmenbedingungen zu definieren • Regelmäßiger Informationsaustausch • Austausch mit anderen im Bereich von KMU tätigen Organisationen, wie z.B. Kammern und Verbänden <p>Phase II: Adresserhebung und Umfrageaktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Fragebogens zur Bedarfserhebung bei KMUs zwecks Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit • Adressenerhebung und Adressenqualifizierung für die Befragung • Start der Befragungsaktion • Rücklauf, Auswertung, Analyse und Maßnahmenkatalog <p>Phase III: Entwicklung von innovativen Instrumenten und Vorgehensweisen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit</p> <p>Phase IV: Schaffung einer Öffentlichkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation an KMUs über Info-Foren • Kommunikation an Multiplikatoren (Kreditinstitute, Großhändler, Lieferanten, Kammern, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation an Berater und Dienstleister <p>Zusammenstellung der Projektgruppe für das Projekt</p> <p>Die Zusammensetzung der Projektgruppe sollte von Anfang an widerspiegeln, wofür die HWK-Service GmbH steht: die Praxisorientierung bei der Beratung und Unterstützung von KMUs. Dabei sollte die Erfahrung und das Wissen aus den Jahren der Existenzgründer-Betreuung ebenso einfließen. Aufgrund der regionalen Gegebenheit wird von der HWK-Service GmbH nicht nur der Bereich Handwerk in Sachen abgedeckt, es finden sich ebenso KMUs aus Industrie und Dienstleistung bis hin zu Berufssparten aus Kunst und Kultur. Für den Projektstart entschloss man sich jedoch aufgrund der organisatorischen Nähe zur Handwerkskammer den Fokus auf die Handwerksunternehmen zu richten.</p> <p>In der Zusammensetzung der Projektgruppe wurde daher darauf geachtet, dass Fachleute und Berater mit Kenntnissen von KMUs, insbesondere aus dem Handwerksbereich gewonnen werden konnten.</p> <p>Projektleitung: Thomas Gauer, HWK-Service GmbH</p> <p>Leitung seitens EQUAL-Mainfranken: Gerold Stühler-Lenhard, HWK-Service GmbH</p> <p>Entwicklung und Beratung: Kiermeier & Partner, Michael Kiermeier, Unternehmensberater</p>
Publikations-/ Anwenderform	Print-out
Weiterentwicklung	Ständige dynamische Weiterentwicklung durch Netzwerkkommunikation.
Anwendung und Verbreitung	<p>Das Netzwerk ist ein dynamisches Gebilde. Bei weiterer Sensibilisierung der Akteure und der Öffentlichkeit kann das über den Aufbau hinausgehende Ziel des „aktiven Betriebens eines Netzwerkes“ ohne Zweifel zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von KMUs und damit der nachhaltigen Förderung der Beschäftigungsfähigkeit in der Region wesentlich beitragen.</p> <p>Öffentlichkeitsarbeit</p> <p>Im Laufe des Projekts wurde deutlich, dass der Schwerpunkt der Aufbauarbeit gemäß Projektdefinition („Aufbau eines regionalen Netzwerkes...“) verstärkt auf die Öffentlichkeitsarbeit gelegt werden musste. Das Netzwerkprojekt wurde daher auf folgenden Netzwerkveranstaltungen in der Region kommuniziert:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Netzwerk- und Kommunikations-Messe „business to dialog (b2d)“ am 29. und 30. Juli 2004 in Würzburg - 1. Business-Forum am 11. und 12. Februar 2005 in Schweinfurt - Netzwerk- und Kommunikations-Messe „business to dialog (b2d)“ am 29. und 30. April 2005 in Würzburg <p>Des Weiteren wurde das Projekt über Presseveröffentlichungen kommuniziert und einer breiten Öffentlichkeit zugeführt.</p>
Zusätzliche Informationen	Zu den obigen Ausführungen empfehlen wir das Studium unseres ausführlichen Evaluationsberichtes. Alle Fragen werden dort ausführlich behandelt und erörtert!