



Strategie 2030

Vorwort

Die Strategie 2030 des Kantonalverbandes Unterwalden ist die grundsätzliche, langfristige und abgestimmte Planungs- und Vorgehensweise unserer Organisation. Sie orientiert sich an der SRK-Strategie 2030. Zudem bindet sie den Anschluss an die Strategie 2020 des SRK-Kantonalverband. Sie wurde vom Vorstand erarbeitet und am 22. Oktober 2021 verabschiedet.

Ihre Mission besteht als wichtigste humanitäre Organisation der Schweiz darin, Menschen unabhängig ihrer nationalen, ethnischen, religiösen, politischen Zugehörigkeit oder gesellschaftlicher Stellung zu unterstützen und ihre Würde zu schützen.

Die soziokulturelle und versorgungspolitische Entwicklung der Gesellschaft stellt alle Akteure im Gesundheits- und Sozialwesen bei der Betreuung bedürftiger Menschen und ihrer Familien vor grosse Herausforderungen. Die Bevölkerung wird immer älter, es gibt immer mehr alleinstehende Menschen, oder die Angehörigen wohnen nicht mehr in der näheren Umgebung.

Damit die Betroffenen so lange wie möglich und mit hoher Lebensqualität in ihrer gewohnten Umgebung verbleiben können und ihre Angehörigen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie Unterstützung und Entlastung finden, braucht es zukünftig flexible und innovative Unterstützungs- und Versorgungsstrukturen.

Wir bemühen uns, menschliches Leid zu verhindern, beziehungsweise zu lindern und setzen uns in den Kantonen Obwalden und Nidwalden für die Bevölkerung als engagierte, zukunftsorientierte und verlässliche Organisation ein.

Um unseren humanitären Auftrag erfüllen zu können, bauen wir auf unsere Stärken und nutzen unseren hohen Bekanntheitsgrad. Wir unterstützen unsere engagierten und hochmotivierten Mitarbeitenden und Freiwilligen und arbeiten eng mit anderen Leistungsanbietern, Organisationen und Verbänden zusammen.



1. Unsere Mission für mehr Menschlichkeit

Wir sind Teil des Schweizerischen Roten Kreuzes und damit der internationalen Rotkreuz- und Rothalbmondbewegung. Wir handeln nach ihren sieben Grundsätzen Menschlichkeit, Unparteilichkeit, Neutralität, Unabhängigkeit, Freiwilligkeit, Einheit und Universalität.

Wir nehmen unsere Verantwortung für die bedürftigen und vulnerablen Menschen, für unsere Mitarbeitenden, Freiwilligen, Ehrenamtlichen und für die Gesellschaft wahr.

2. Unser Auftrag

Die Strategie 2030, welche 2021 vom Vorstand verabschiedet wurde, bildet die Grundlage für die Formulierung der Mehrjahresplanung sowie der Jahresziele vom Kantonalverband Unterwalden. Sie bietet unseren Mitarbeitenden und Freiwilligen Orientierung und zeigt unsere Kompetenzen und deren Ziele zum Erreichen unserer Vision auf.

Ziel der neuen Strategie 2030 ist es auch, auf die aktuellen Herausforderungen und Trends in der Politik und im Gesundheits- und Sozialwesen professionell und bedürfnisorientiert zu reagieren. Wir achten auf marktgerechte und zeitgemässe Anstellungs- und Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeitenden und setzen uns für die Anerkennung und Wertschätzung der Freiwilligenarbeit in der Gesellschaft ein.

Alle Mitarbeitenden und Freiwilligen erfüllen mit grosser Leidenschaft und hohem Engagement ihre Aufgaben zugunsten besonders verletzlicher und benachteiligter Menschen.

Wir setzen uns dafür ein, dass die Rotkreuzgrundsätze von unseren Freiwilligen und Mitarbeitenden getragen werden und der Bevölkerung bekannt sind.

3. Was tun wir? Welche Kernkompetenzen haben wir?

3.1 Wir setzen auf

- Verlässlichkeit und auf das Vertrauen, welches uns von der Bevölkerung entgegengebracht wird.
- die starke Marke SRK, welche national und international bekannt ist.
- unsere lokale Verankerung und Vernetzung: nah am Menschen, kurze Wege, grosse Flexibilität und Offenheit für Innovationen.
- hohe Professionalität.
- unsere engagierten Mitarbeitenden.
- unsere vielen Freiwilligen, welchen wir grosse Wertschätzung entgegenbringen.

3.2 Geschäftsbericht SRK Kantonalverband Unterwalden

Die schriftlichen Auswertungen zu den einzelnen Perspektiven der Strategie 2020 sind nachfolgend als Grafik in einer Balanced Scorecard festgehalten.



Organisation und Innovation

- Personelle Ressourcen sicherstellen
- Kurze Entscheidungswege und bewegliche Strukturen innerhalb unserer Organisation, um schnell und flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren
- Sicherstellung unserer Service- und Behandlungsqualität
- Erhalt der Kompetenzen im Vorstand und in der Geschäftsstelle

Die Nachfrage unserer Dienstleistungen hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Kurze Entscheidungswege und bewegliche Strukturen innerhalb unserer Organisation ermöglichten uns, schnell und flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren. Die Organisationsstrukturen wurden weiterentwickelt und die Ressourcen der Leitenden Funktionen dem wachsenden Bedarf entsprechend ausgebaut.

Mitarbeitende

- Aufbau einer Anlauf- und Beratungsstelle
- Weiterentwicklung des Potentials unserer Mitarbeitenden
- Erschliessung neuer Geschäftsfelder und Dienstleistungen
- Innovative Angebote zum Wohl der Menschen von Obwalden und Nidwalden
- Kundenorientierung und hohe Dienstleistungsbereitschaft der Mitarbeitenden

Dank der Offenheit und grossen Bereitschaft aller Mitarbeitenden, sich auch dienstleistungsübergreifend einzusetzen, konnten wir in den letzten Jahren immer wieder zeitnah gute Lösungen zum Wohle der Menschen von Obwalden und Nidwalden anbieten. Das Team des SRK Unterwalden setzte sich motiviert und mit einer hohen Leistungsbereitschaft für die Bevölkerung ein und leistete dabei sehr gute Arbeit. In verschiedenen Fachbereichen konnte mit gezielter Mitarbeiterförderung, mit Schulungen und externen Weiterbildungen viele Fachkompetenzen auf- und ausgebaut werden. Die Arbeitsplatzattraktivität und Arbeitsflexibilität konnten dank IT-Erweiterungen und Erneuerungen, und auch der insgesamt offenen Firmenkultur spürbar gesteigert werden. Es wurde eine solide Basis geschaffen, um den Weg der Digitalen Transformation zu gehen.



Kunden und Stakeholder

- Bedarfsgerechte Entwicklung unserer Dienstleistungen (Bildung, Entlastung, Ergotherapie) unter Berücksichtigung regionaler Gegebenheiten in Obwalden und Nidwalden
- Ausbau von Synergien mit kantonalen Organisationen, Verbänden und Dienstleistungsanbietern
- Enge Zusammenarbeit mit den Samaritern
- Klare Positionierung als Organisation mit ambulanter Ergotherapie

Die kontinuierlich wachsende Zusammenarbeit mit lokalen Sozialdiensten, Behörden und Politik, Spitälern und anderen ambulanten Zuweisern zeigen deutlich, dass das Rote Kreuz Unterwalden immer mehr als kompetenter Partner wahrgenommen, geschätzt und geachtet wird. Unsere Angebote entsprechen einem wachsenden Bedarf. Wir konnten Dienstleistungen weiter ausbauen, und unsere Kunden erhielten zeitnah Unterstützung. Der Auf- und Ausbau von verschiedenen lokalen Marketing-Massnahmen förderte die Bekanntheit unserer Dienstleistungen spürbar. Die vermehrten Kundenzuweisungen durch Partnerorganisationen sind ein Ergebnis von regelmässiger Kontaktpflege und Netzwerkaktivitäten.

Ideeller Bereich

- Gewinnung und Förderung von freiwilligen und ehrenamtlichen Mitarbeitern und Mitgliedern
- Grosse Wertschätzung und Dankbarkeit gegenüber unseren freiwilligen Mitarbeitenden
- Hohe Dienstleistungsbereitschaft der freiwilligen Mitarbeitenden
- Hohe Glaubwürdigkeit des SRK als Non-Profit-Organisation

Die Anzahl der Freiwilligen stieg insgesamt. Ihre Einsatzmöglichkeiten wurden erweitert und ressourcenorientierte und dienstleistungsübergreifende Einsatzmöglichkeiten gefördert. In der Freiwilligenarbeit des Kantonverbandes hat eine deutliche Weiterentwicklung und Professionalisierung stattgefunden. Mitarbeitende und Freiwillige sind im Alltag als Team im Einsatz.

Finanzen

- Sicherstellung der Finanzierung und Eigenmittel
- Gezielte Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand und mit privaten Partnerorganisationen
- Akquise von Leistungsverträgen
- Der Fundraising-Ertrag wird insgesamt gehalten

Die betriebswirtschaftlichen Minimalreserven wurden gebildet und stellen die Organisation auf eine solide finanzielle Grundlage. Die Finanzierung der einzelnen Dienstleistungen konnte in den letzten Jahren mit einem guten Finanzierungsmix sichergestellt werden. Der Einsatz von neuen Arbeitsinstrumenten und -prozessen bei wachsendem Umsatz sorgte für eine Steigerung der Wirtschaftlichkeit. Die intensivierete Öffentlichkeitsarbeit sorgte für eine solide Basis von Mitgliedern und Spenden.



4. Strategie 2030

4.1 Das packen wir an:

Wir

- suchen bewusst den Zugang zu jungen Menschen.
- bauen unser Netzwerk mit unseren Partnerorganisationen kontinuierlich aus.
- suchen gezielt den Zugang zu Politik und Wirtschaftsunternehmen (Lobbyarbeit).
- verstärken unsere Aussenwirkung als Organisation, indem wir gezielt kommunizieren, um so noch besser in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden.
- überdenken unsere Organisationsform und Strukturen.
- schaffen flexible Einsatzmöglichkeiten für jüngere und erwerbstätige Freiwillige und Ehrenamtliche.
- suchen Möglichkeiten, um einsamen Menschen nachhaltige Betreuungs- und Versorgungsstrukturen anbieten zu können.
- bauen die Familienentlastung aus und suchen nach entsprechenden Finanzierungsmöglichkeiten.
- evaluieren kontinuierlich den Bedarf unserer Zielgruppen und messen die Wirkung unserer Leistungen.

4.2 Unser Focus

So sind wir organisiert:

- Wir arbeiten in einer professionell geführten Geschäftsstelle mit engagierten und motivierten Mitarbeitenden.
- Wir bauen die Geschäftsstelle und Dienstleistungen nach Bedarf und Möglichkeiten aus.
- In unserem Vorstand und in der Geschäftsstelle sind die notwendigen Kompetenzen vertreten.
- Wir setzen auf unsere Freiwilligen und Ehrenamtlichen als unverzichtbare Ressource.
- Wir arbeiten mit unseren Partnerorganisationen zusammen, indem wir Dienstleistungen gegenseitig vermitteln und Synergien nutzen.
- Unsere Lobbyarbeit gegenüber Politik und Wirtschaft trägt Früchte.

4.3 So werden wir getragen:

- Wir stellen die Finanzierung unserer Organisation sicher.
- Wir gehen umsichtig mit den uns anvertrauten Ressourcen um.
- Wir gewinnen neue Mitglieder und Botschafter.
- Wir streben Leistungsvereinbarungen mit der öffentlichen Hand an.
- Wir entwickeln unser Stiftungsmarketing weiter, um so weitere Spender und Legate zu gewinnen.

4.4 Strategieumsetzung und Strategieüberprüfung

Wir priorisieren jährlich unsere Handlungsfelder und das weitere operative Vorgehen für das kommende Jahr.

Im Jahr 2025 führen wir eine vertiefte Strategieüberprüfung anhand unserer BSC-Kennzahlen durch und nehmen bei Bedarf Anpassungen vor.



Organisation und Innovation

- Alle Vorgaben der Corporate Governance werden transparent eingehalten
- Weiterentwicklung zielgruppenorientierter und bedarfsgerechter Dienstleistungen bei Beachtung der soziokulturellen und versorgungspolitischen Entwicklung
- Ausbau unserer Angebote dort, wo sich Versorgungslücken abzeichnen
- Lokale Marktbeobachtung zur Erkennung und Erschliessung neuer Geschäftsfelder und Dienstleistungen
- Ein hohes Mass an Professionalität, Qualität und Flexibilität zeichnen uns aus
- Unsere Organisationsstrukturen bleiben anpassungsfähig
- Bedarfsgerechte Massnahmen der Qualitätssicherung und der Wirkungsmessung sorgen für die nötige Sicherheit und Transparenz
- Eine Digitalisierungsstrategie entwickeln und umsetzen
- Nutzung von Social Media
- Ressourcen für innovative Projekte und Ideen stehen zur Verfügung
- Neue Handlungsmöglichkeiten unterstützt durch neue Technologien als Chance sehen und sinnvoll sowie effizient nutzen
- Weiterentwicklung und Stärkung von PR- und Öffentlichkeitsarbeit
- Vernetzung und vermehrte Zusammenarbeit mit regionalen Rotkreuzorganisationen

Mitarbeitende

- Kontinuierliche und konzeptbasierte Mitarbeiterförderung
- Marktgerechte und zeitgemässe Anstellungs- und Arbeitsbedingungen mit flexiblen Arbeitsmodellen und -formen
- Arbeiten in Teams und dienstleistungsübergreifende Tätigkeiten machen uns zu einem attraktiven Arbeitgeber
- Bereitstellung von Ressourcen für innovative Projekte und Ideen
- Die Kultur des Vertrauens, der Wertschätzung und der Innovation fördern
- Know-How von digitalen Fähigkeiten für den Arbeitsalltag sicherstellen und fördern
- Unsere Arbeitsweisen zeichnen uns durch Vernetzung und Innovation aus
- Die Mitarbeitenden identifizieren sich mit dem Roten Kreuz, ihrer Tätigkeit und tragen diese Werte mit Stolz nach aussen
- Wertschätzung von Erfahrungen und fachliche Kompetenzen der Mitarbeitenden



Ideeller Bereich

- Kompetenzen im Freiwilligenmanagement sicherstellen und weiter ausbauen
- Gewinnung auch von jungen und sich noch im Arbeitsprozess befindenden Freiwilligen
- Erkennen, fördern und nutzen der Diversität unserer Freiwilligen
- Schaffung weiterer Angebote für zeitlich flexible Freiwillige ausgerichtet an ihren Kompetenzen
- Unser Jugendrotkreuz ist als eigener Bereich in Organisation fest verankert
- Die Freiwilligen identifizieren sich mit dem Roten Kreuz, ihrer Tätigkeit und tragen diese Werte mit Stolz nach aussen
- Die hohe Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in das Rote Kreuz Unterwalden als lokal tätige Non-Profit-Organisation wird weiter gestärkt
- Gewinnung von lokalen und regionalen Botschaftern (SRK- Ranger)

Kunden und Stakeholder

- Einheitliches Corporate Design des SRK UW mit grossem Wiedererkennungseffekt
- Die Kunden und deren Angehörige gelangen einfach und über verschiedene Kanäle zu uns und unseren Dienstleistungen
- Die Kunden und deren Angehörige erfahren eine dienstleistungs- und bedürfnisorientierte, zeitnahe sowie fachlich kompetente Beratung und Betreuung/Behandlung
- Wir richten unsere Arbeit auf die Bedürfnisse unserer Kunden aus, dabei steht der Kunde stets im Mittelpunkt
- Die Bevölkerung nimmt uns als vertrauensvolle Organisation wahr, welche „nahe am Menschen ist“
- Ausbau verschiedener Netzwerke mit Partnerorganisationen, Kantonen, Gemeinden

Finanzen

- Sicherstellung der Finanzierung unserer Organisation
- Wirtschaftlicher und nachhaltiger Umgang mit den zur Verfügung stehenden Mitteln
- Sicherstellung der sozialverträglichen Finanzierung unserer Dienstleistungen
- Entwicklung und Aufbau von einem Stiftungsmarketing
- Bereitstellung finanzieller Ressourcen für die digitale Innovation und Entwicklung
- Einen gesunden Mix von unterschiedlichen Finanzierungsquellen anstreben
- Initiierung von Firmenpartnerschaften
- Akquisition von Leistungsverträgen mit der öffentlichen Hand und weiteren Organisationen
- Gewinnung neuer Mitglieder, Spender und Legate über konventionelle und neue Kanäle