



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt und Marktforschung
für die Martin Stiftung

v.l.n.r.: Leana Peretti, St.Gallen, Nadia Bürge, Herisau, Projektleiterin, Alina Hegelbach, Wittenbach, Jasmina Amidzic, Rorschach, Iris Niedermann, St.Gallen

Umfeldanalyse von Wohn- und Arbeitsangeboten für Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung

In den Umweltbedingungen der Martin Stiftung zeichnen sich weitreichende Veränderungen ab. Um auf neue Herausforderungen und Chancen optimal reagieren zu können, beauftragte sie das Projektteam, eine strukturierte Analyse der externen Einflussfaktoren durchzuführen und strategische Anpassungen des Angebots abzuleiten.

Methodik

Zu Beginn wurde ein Workshop mit Personen aus dem Stiftungsrat, der Geschäftsleitung sowie Mitarbeitenden aus dem operativen Bereich der Martin Stiftung durchgeführt. Dabei wurden die aus der Literatur identifizierten externen Einflussfaktoren, welche auf das Angebot der Martin Stiftung wirken, bewertet und priorisiert. In qualitativen Interviews mit 20 Branchenexpertinnen und -experten wurden die priorisierten Faktoren vertieft analysiert und Chancen und Risiken auf das Angebot identifiziert. Diese Ergebnisse wurden mit den Stärken und Schwächen aus der durchgeführten Unternehmensanalyse in einer SWOT-Analyse kombiniert und Stossrichtungen für die strategische Angebotsgestaltung abgeleitet.

Ergebnisse

In der Umfeldanalyse wurde im Bereich Wohnen der Übergang von der Objekt- zur Subjektfinanzierung als zentraler Faktor identifiziert. Damit werden nicht mehr Institutionen vom Kanton finanziell entschädigt, sondern Menschen mit Behinderung erhalten direkt ein individuelles Guthaben, das sie für stationäre und neu auch ambulante Dienstleistungen einsetzen können. Der ambulante Bereich wird dadurch mittel- bis langfristig an Bedeutung gewinnen, was zu einer Verschiebung der Branchenkräfte und mehr Wettbewerb führt. Die Veränderung bringt jedoch auch die Chance einer Geschäftsfelderweiterung für die Martin Stiftung mit. Im Bereich Arbeit verändert sich zum einen die Struktur der Arbeitnehmenden im zweiten Arbeitsmarkt und zum anderen auch die Auftragslage, wodurch aktives Marketing an Bedeutung gewinnt. Arbeiten im Dienstleistungs- und digitalen Bereich werden zunehmend beliebter, während die klassischen, geschützten Werkstätten einen Nachfragerückgang erleben. Basierend auf den Erkenntnissen der Marktforschung in Kombination mit den Erkenntnissen der Unternehmensanalyse wurden der Martin Stiftung strategische Stossrichtungen für die Angebotsgestaltung im Bereich Wohnen sowie im Bereich Arbeit aufgezeigt.

Martin Stiftung, Erlenbach

Die Martin Stiftung ist eine der ältesten und bedeutendsten sozialen Einrichtungen im Kanton Zürich. Sie bietet rund 170 Wohnplätze und 190 begleitete Arbeitsplätze für Erwachsene mit kognitiver Beeinträchtigung, geleitet von den Grundsätzen der UN-Behindertenrechtskonvention, strebt die Martin Stiftung ein selbstbestimmtes Leben für Menschen mit Behinderungen an, unterstützt durch ein qualifiziertes Team.



Kundschaft

Martin Stiftung, Erlenbach
Philippe Dietiker, Mitglied des Stiftungsrats
www.martin-stiftung.ch

Das sehr motivierte und engagierte Projektteam erarbeitete mit zielführenden Methoden eine umfassende Ist-Analyse, leitete plausible Schlussfolgerungen ab, identifizierte wichtige Handlungsfelder und erarbeitete strategische Stossrichtungen. Sie lieferten der Martin Stiftung damit fundierte und wertvolle Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmensstrategie. Das professionelle Vorgehen, die effiziente Projektleitung und die unterstützenden Ergebnisse haben uns sehr beeindruckt. Herzlichen Dank!



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Dr. Sonia Lippe Dada

Aus der Fülle verfügbarer Informationen eine zielführende Umfeldanalyse zu gestalten, ist eine grosse Herausforderung. Mit Engagement und Professionalität führte die Projektgruppe einen Workshop, Interviews und eine gründliche Sekundärrecherche durch. Diese kombinierten sie mit der Unternehmensanalyse, um strategische Handlungsempfehlungen zu entwickeln, die der Martin Stiftung den Weg zu einer neuen Angebotsgestaltung aufzeigen.

