

Weiterentwicklung SOGI

Workshop-Protokoll

Durchführung in Olten, am 14.6.2021

Anwesend: Gerhard Schrotter, Beat Tschanz, Maurice Barbieri, Daniel Zinniker, Martin Probst, Andy Reimers, Rainer Oggier, Hans Ruedi Gnägi, Pol Budmiger, Thomas Glatthard, Thomas Strösslin, Marc Fürst, Yves Maurer, André Bernath

Foto und Textprotokoll

Check-in

The sticky notes on the board contain the following text:

- SOGI Provinz → Welt
- Mehr Klarheit über Positionierung
↳ uchr. Geotraumata
- low hanging fruits
- Unsere Positionierung
↳ USP SOGI
- Kooperation mit welschen CH
- Was bedeutet SOGI für Amt für Raumtw.
- Flusspferd stark/intelligent
↳ warmes Bad verlassen
- SOGI als Spinne
↳ "warten bis die fette Fliege kommt"
↳ schöne Spinne
- ↳ Positionierung
↳ Potential
↳ Hypothesen
- Ziele + Projekte SOGI/Nutzen?
- Tausendfüßler
↳ Fussabdruck SOGI
- Fachgruppenmodell hinterfragen
- SOGI attraktiv machen
↳ Wahrnehmung
- ↳ Energie/Kraft geben
- ↳ Nutzen SOGI
↳ Informationen
↳ Netzwerk
- Blauwal
↳ Tümmles
↳ Team/dynamischer
- ↳ Anforderungen Geo-Informationen
↳ aktiver Lösungsbeitrag durch SOGI
- Publikumswirksamkeit/Fichtbarkeit!!!
- Lösungsschritte
- Wunsch: nicht verstehen
↳ Hypothesen

Positionierung



- SOGI ist ein Dachverband für Unternehmen und Einzelpersonen
- SOGI versteht sich als aktive Drehscheibe, welche die Bedürfnisse der Mitglieder entgegennimmt und Bedürfnisträger mit Lösungsträger vernetzt
- SOGI versteht sich als Themenführer (Klärung Begrifflichkeit siehe weiter unten)
- SOGI ist eine Informations- und Weiterbildungsplattform
- SOGI ist eine Lösungsschmiedin
- In Bezug auf die Landschaft entwirft SOGI ein Sollbild, pflegt dieses und identifiziert Synergien und nutzt diese
- Eine Rolle von SOGI ist „Inkubator“ mit dem Motto „einfach mal tun“

Offengeblieben:

- Gestaltung des Prozesses
- Wahl der Themen

Klärung Begriff Themenführer:

Themenführer:

„Wie werden meine Fragen gelöst?“ + welche Themen zu SOGI führen?
→ Erwartungen an SOGI
↳ Voraussetzungen schaffen!

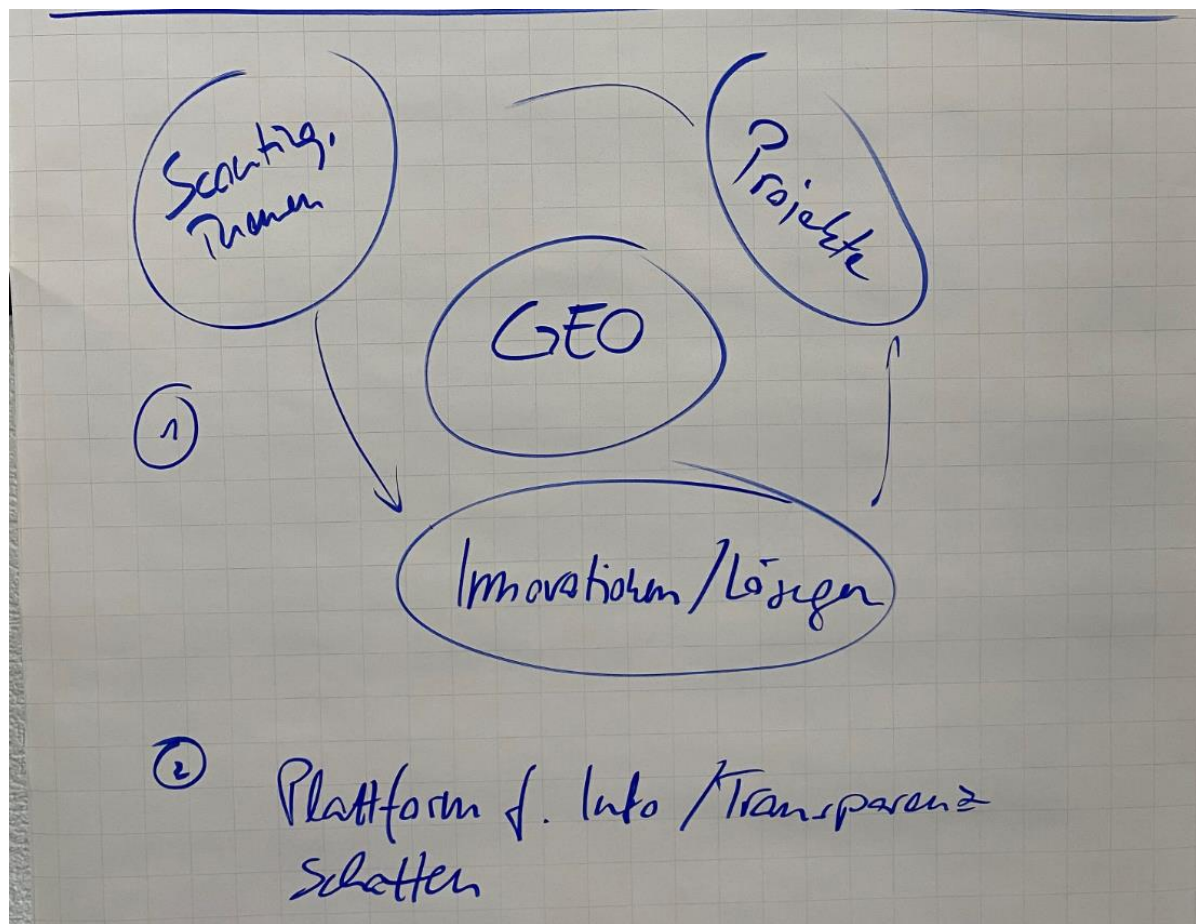
- Interessen der SOGI Mitglieder einbringen
- Themen in Projekte überführen + Finanzierung klären helfen
- ... als Inkubator, ...
- vgl. Definition von KOGIS

X NICHT Thema "besetzen", sondern Beitrag leisten

USP □ hohe Reaktionsgeschwindigkeit! + Ziele, Netzwerk
↳ Kapazitäten, Kompetenzen!

□ Geo in die Themen bringen
nicht "nur" Geoinformation

Positionierungselemente bildlich



Schon beinahe Missionscharakter...

P Geoitstrategie Ctl:
Alle, die darin eine Rolle spielen, sollen bei SOGI Mitglied/Partner sein. resp. sich mit SOGI identifizieren (vgl. SGK für Kartographen)

Hypothesen
Positionierung

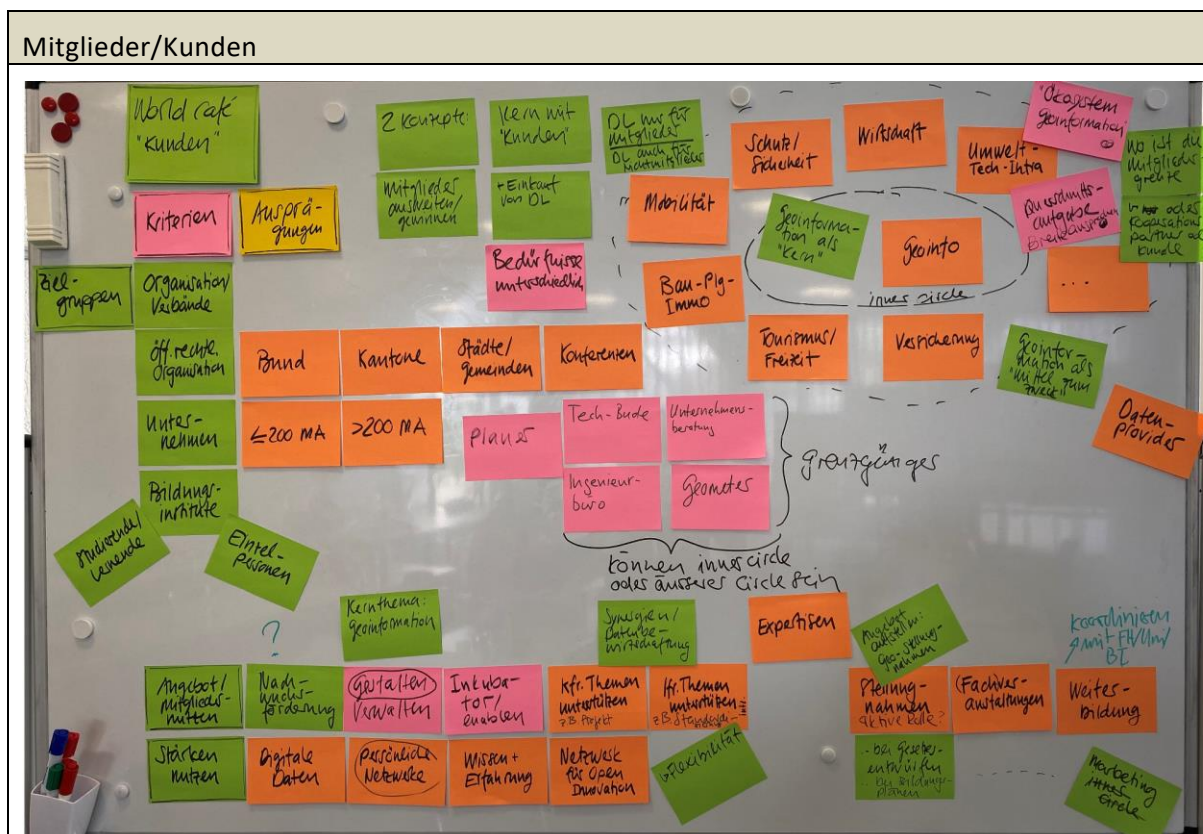
Bzgl. Geo information:

Inwiefern käme es
Ihren (Künftigen)

Bedürfnissen entgegen, wenn sich SOGI
weiterentwickelt in Richtung

- "Dachverband" ^{beinhaltenes Netzwerk} mit
- Themenf hrerschaft i. S.
 - Themen von Mitgliedern (aktiv!) ^{+ offener als bisher}
 - gemeinsam LösungsANSATZ def.
 - Themen Lösung zuführen, auf Radar bis gefunden / implementiert (tbd)
 - Transparenz? passiv & aktiv
 - Vernetzung über Themen & Lösung hinaus passiv & aktiv (koordinierend z.B. via Vernetzungen)

CH +
inkl. Vernetzung



Feststellungen:

Die Mitglieder bei SOGI sind branchen- und organisationstechnisch sehr breit aufgestellt („Ökosystem Geoinformation“), SOGI nimmt eine thematische Querschnittsaufgabe wahr.

Bezüglich Angebot und Nutzengenerierung für die Mitglieder/Kunden möchte SOGI:

- Mehr gestalten und weniger verwalten
- Inkubator sein, die Mitglieder befähigen
- Synergien schaffen in der Datenbewirtschaftung, sowohl genügend agil sein, um kurzfristige Themen aufzugreifen als auch strategisch aufgestellt, um langfristige Themen zu bewirtschaften
- Bezüglich Stellungnahmen kann man sich eine aktivere Rolle vorstellen, indem man z.B. auf der Website publiziert, dass man auch Stellungnahmen als DL anbietet
- SOGI wird auch zukünftig Fachevents und Veranstaltungen durchführen
- Und auch weiterhin eine aktive Rolle in der Weiterbildung einnehmen in Kooperation mit diversen Bildungsinstituten

Offengeblieben, resp. als Handlungsbedarf erkannt:

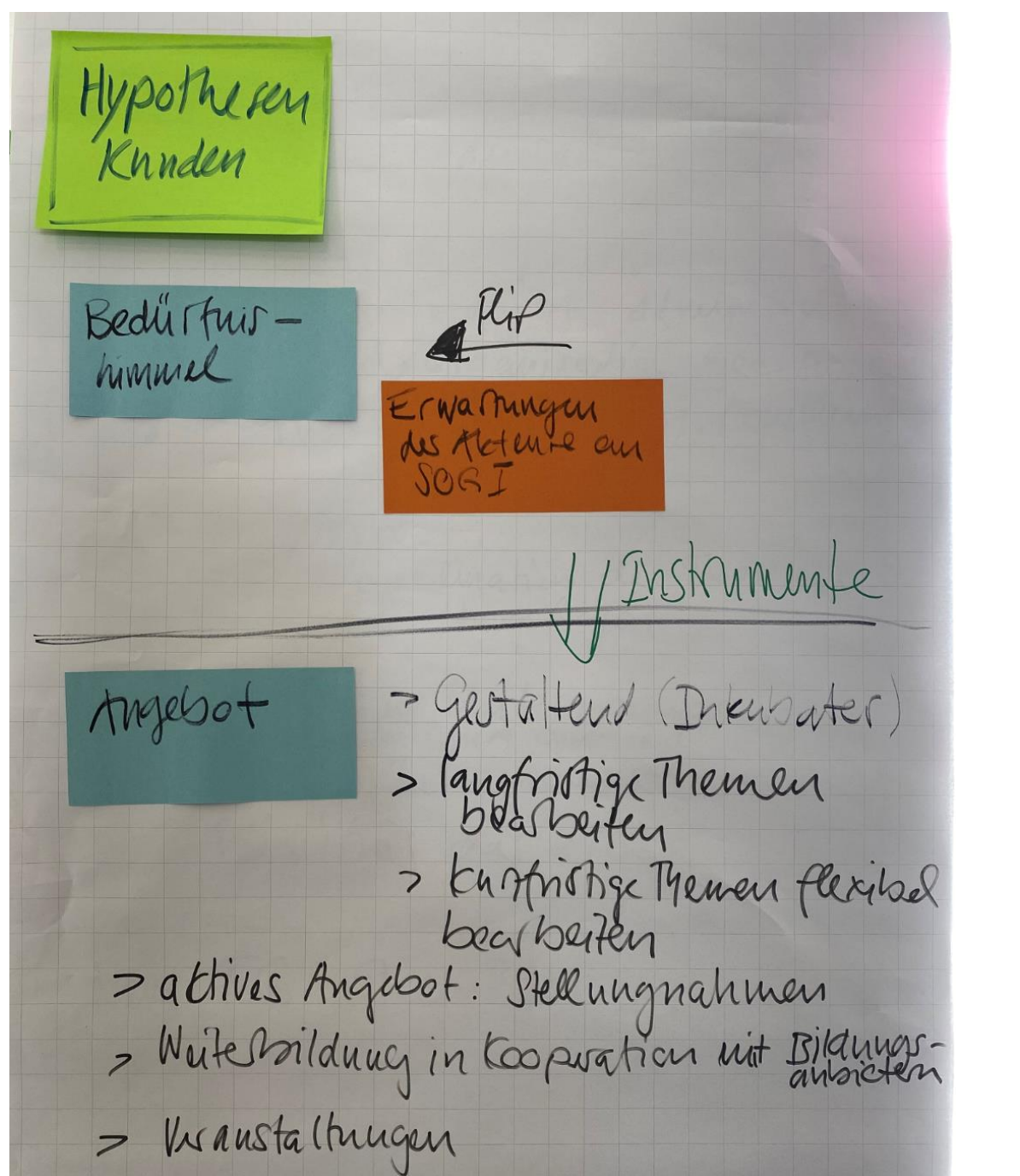
- Die Themen Marketing und Kommunikation bzgl. Bekanntmachung der Dienstleistungen und Erhöhung der Sichtbarkeit von SOGI generell
- Die Kategorisierung der Mitglieder/Kunden, beispielsweise gibt es ein Angebot ausschliesslich für zahlende Mitglieder oder kann man einzelne DL auch Dritten verkaufen



Die Kundenbedürfnisse können nicht eindeutig Kundensegmenten zugeordnet werden, die Bedürfnisse können situativ auftreten:

- Informationsgewinn
- Option, aus dem Netzwerk einen Auftrag zu erhalten
- Einflussnahme
- Innovationsgewinn
- Erhalt und Leistung eines konkreten Beitrags bei Lösungsfindungen
- Stellungnahmen erhalten
- (Persönliche) Weiterentwicklungsmöglichkeit durch Teilnahme am Netzwerk
- Vernetzung
- (Wissens-)Austausch

Hypothese Mitglieder/Kunden



Hypothese Mitglieder/Kunden

Erwartungen der Anspruchsgruppen an SOGI abholen auf der Basis des Bedürfnishimmels, daraus leitet sich das Angebot ab.

Organisation



Diskussionspunkte:

Fachgremien: Der Mehrwert von ständigen Fachgremiumsgruppen ist das Vertrauen untereinander. Gleichzeitig wäre es wünschenswert, ad hoc Gruppen bilden zu können und einen aktiven Austausch zwischen FG-Leitungen zu haben.

Professionelle Geschäftsleitung: Scheint eine Voraussetzung zu sein, um die Weiterentwicklung von SOGI in die Richtung, welche im Rahmen der Positionierung angedacht ist, sicherstellen zu können.

Professionelle Geschäftsstelle

+ anstrebbar
 + kompensiert abnehmende Bereitschaft, sich zu engagieren
 + Synergien mit anderen geschäftlichen Verbänden
 - schwer finanzierbar
 > Pflanzlichkeit

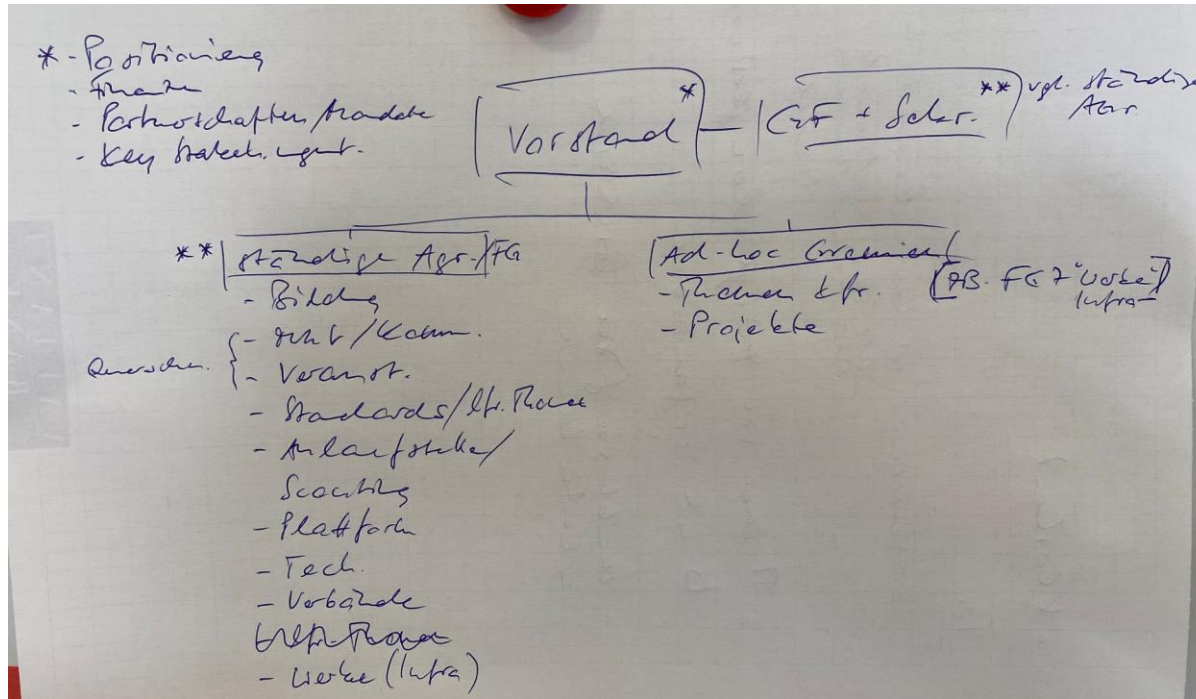
Eine „Funktionsbeschreibung“ ist zu erstellen.

Offengeblieben:

Das Thema Diversität im Vorstand und Attraktivität der Vorstandsarbeit.

Wie weiter mit „Geo-Summit“?

Mögliche Organisation im Vorstand:



Überblick Fachgremien

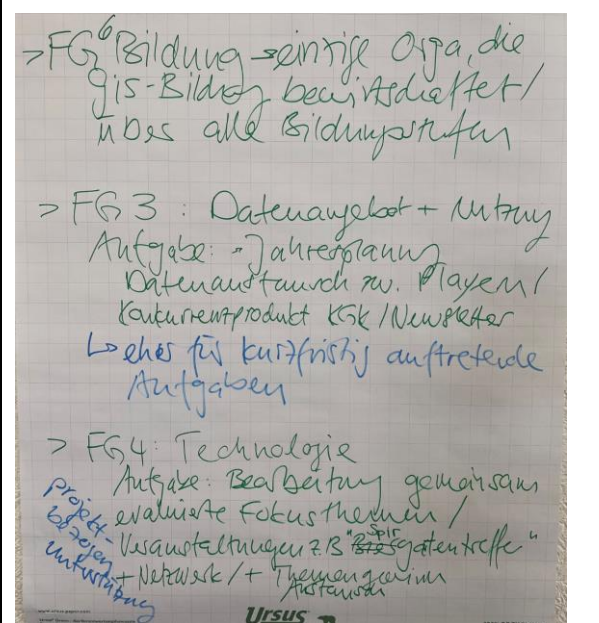
FG1: Veranstaltungen
 Aufgabe: Organisation von Geo-Summit + Veranstaltungen
 Mitglieder des passiv Thomas unterstützt administrativ ursprünglich Organisation Geo-Summit
 Geschäftsstelle: Marketing, Community, Events

FG7: Werke
 Aufgabe: Koordination des Themen
 Arbeitsbildungsprojekte
 - verschiedene Untergruppen, treffen Bedürfnisse auf
 - entspricht einem echten Bedürfnis der Werke

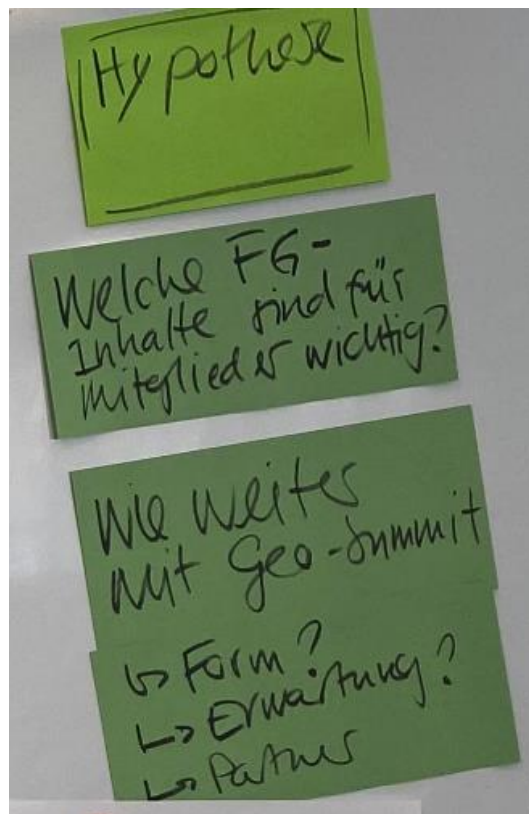
Neue FG: Geo-BIM

FGJ: Normen + Standards
 'Geo-Standardisierungs'
 Aufgabe: Geo-standards neu organisieren / Dauerhaftigkeit
 FG5 / ~~FG6~~ / Geo-standards
 Fachgruppen
 - nicht klar, wie es weiter geht
 Ziel: (Werk)Hingliederung bei SOGI

FG2: Verbände
 Aufgabe: Beiträge + Einträge in versch. Fachgruppen / internationale Themen
 aktive Gruppe / Projektportfolios
 26 Mitglieder / sehr hoher Organisationsgrad (viele mit mehr als 1 Sitzung pro Woche)

 <p>> FG 1 Bildung -> zentrale Orga, die GIS-Bildung bereitstellt / über alle Bildungsstufen</p> <p>> FG 3: Datenangebot + Nutzung Aufgabe: - Jahresplanung Datenaustausch zw. Playern / Konkurrenzprodukt KSK / Newsletter ↳ eher für kurzfristig auftretende Aufgaben</p> <p>> FG 4: Technologie Aufgabe: Bearbeitung gemeinsam evaluierte Fokus Themen / Veranstaltungen z.B. "BIM-Tagung" + Netzwerk / + Themen z. Seminar Austausch</p> <p>Projekt- / Prozess- / Umsetzung</p> <p>URSUS</p>	<p>Diskussionspunkte:</p> <ul style="list-style-type: none">- Fachgruppe 1, Veranstaltungen, ist eine Querschnittsfunktion und könnte in eine professionelle Geschäftsleitung integriert werden- Fachgruppe 5, ist nicht klar, wie es weitergeht, Ziel: (Wieder-)Eingliederung bei SOGI- Neue FG: Geo-BIM?
---	--

Hypothesen Organisation



Finanzen

Text:

- Die Finanzierung wird die veränderte Positionierung und den damit verbundenen Mehraufwand decken müssen.
- Mitgliederbeiträge sind grundsätzlich auf Differenzierung und möglichem Erhöhungspotenzial hin zu prüfen. Technologiefirmen dürften z.B. eine höhere Zahlungsbereitschaft zeigen; e-ch könnte hierbei als Anhaltspunkt dienen.
- Eine Erhöhung von Mitgliedsbeiträgen verlangt natürlich eine gute Begründung i.S. eines Mehrwerts.
- Neben den Mitgliederbeiträgen sind Mehreinnahmen durch Projektleistungen und Veranstaltungen realisierbar.
- Allerdings dürften diese Mehreinnahmen nach erster Einschätzung lediglich diese Projekte und Veranstaltungen kostendeckend gestalten helfen, und nicht einen weiteren Deckungsbeitrag für ein erweitertes Generalsekretariat (Geschäftsführer und Sekretariat) ermöglichen.
- Weitere Finanzierungsquellen bieten Initiativen wie z.B. „Horizon“ (EU). Da diese Gelder hochumkämpft und über entsprechend kompetitive Ausschreibungen ausgelöst werden, ist die Aufwand/Ertrag Quote insgesamt deutlich negativ zu erwarten.
- Eventuell könnten Stiftungen identifiziert werden, welche auf das Tätigkeitsfeld von SOGI zugeschnittene Mittel zur Verfügung stellt.
- Laufende Ausgaben könnten zudem überprüft werden, wie z.B. Mitgliederbeiträge von SOGI an den Trägerverein Geomatik.

Parkplatz

Parkplatz ?!

Kooperationen

Mitglieder / DL-Berufes

Soll-Angebot
mit Soll-Per-
fizierung abge-
klärt!

Wie laden
wir Mitglieder
des ob?

Geo-
& Umwelt
Einsicht (Kolon)

Landschafts-
bereinigung

Backlog

<u>WAS</u>	<u>WANN</u>	<u>WER</u>
1) Hypothesen & Befragung kollapieren	vor Sommer- ferien (Zirkular)	Gerri + (...)
2) Protokoll inkl. ToDas	16.6.	A&A
3) ToDas reviewen + Verteilen		Gerri/Thomas

Zusätzliche Pendenzen, die sich aus allen Punkten ergeben, die in diesem Protokoll mit „Offen geblieben“ betitelt sind

Positionierung

- Gestaltung des Prozesses, z. B. wie wird sicher gestellt, dass das Scouting stattfindet, wer ist dafür zuständig, wie werden Kundenanliegen aufgenommen, etc.
- Wahl der Themen: wie erfolgt die Selektion der Themen bzgl. der Ambition Themenführerschaft

Mitglieder/Kunden

- Die Themen Marketing und Kommunikation bzgl. Bekanntmachung der Dienstleistungen und Erhöhung der Sichtbarkeit von SOGI generell
- Die Kategorisierung der Mitglieder/Kunden, beispielsweise gibt es ein Angebot ausschliesslich für zahlende Mitglieder oder kann man einzelne DL auch Dritten verkaufen

Organisation

- Behandlung des Themas Diversität im Vorstand und Attraktivität der Vorstandsarbeit.
- Wie weiter mit „Geo-Summit“?
- Mögliche Organisation im Vorstand, weiteres Vorgehen bzgl. Fachgruppen
- Allenfalls Beschreibung der Aufgaben einer professionellen Geschäftsstelle und Ausschreibung

Finanzen

- Identifikation von möglichen Einnahmequellen zur Finanzierung einer professionellen Geschäftsstelle

Aus dem „Parkplatz“

- Identifikation von Kooperationspartner in der Landschaft

Hinweise für Hypothese Positionierung → Seite 5

Hinweise für Hypothese Mitglieder/Kunden → Seite 8

Hinweise für Hypothese Organisation → Seite 11

