



## Business Empowering Workshop im Kinderdorf

Bericht von Simone und Beat Stemmler-Witschi

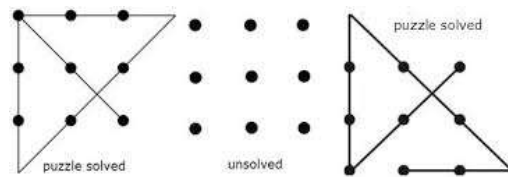
### «Think out of the box»

Es ist schon wieder einige Zeit her, seit wir im April auf den Philippinen mit der lokalen Führung des Kinderdorfes und mit den ältesten Kindern, bereits junge Erwachsene, einen wöchigen Workshop zum Thema Business Empowering moderiert haben.

Der Workshop hatte zum Inhalt, die unternehmerischen Fähigkeiten der Führung zu fördern. Sie sollen eine Basis schaffen für die Suche nach geeigneten Einnahmequellen vor Ort zur finanziellen Unabhängigkeit des Kinderdorfes. Den jungen Erwachsenen gaben wir mit diesem Workshop Grundlagen mit, die ihnen ermöglichen, nach Abschluss ihrer Schulzeit nach einer zukunftsgerichteten Arbeit zu suchen oder gar selbst ein eigenes Business zu gründen.

Wir begannen mit einem Auflockerungsspiel, bei dem die Teilnehmenden realisierten, dass sie durch Anstrengung, Übung und kreative Ideen immer besser werden. Die positive Stimmung und das Interesse an unserem Vorhaben war sogleich da. Als wir auch noch das Spiel mit den 9 Punkten machten, die mit 4 aneinandergehängten Strichen verbunden werden müssen, und damit den Ausdruck

«Think out of the box» einführten, konnten wir die Gruppe endgültig in den Bann ziehen.



Am Workshop haben 13 Personen teilgenommen, darunter die lokale Geschäftsführerin Karren Dagundon und zwei Mitarbeitende, sowie 10 junge Erwachsene aus dem Kinderdorf. In 3 Gruppen haben sie nach einer geeigneten Projektidee gesucht und diese im Laufe der Workshop-Woche Schritt für Schritt ausgearbeitet. Die eine Gruppe wählte ein Hotel an einem touristisch aufstrebenden Strand in der Nähe des Kinderdorfes als Projekt, die zweite Gruppe Stadt-Appartements und die dritte Gruppe eine Reisplantage und – für die Zeiten, in denen der Reis nicht betreut werden muss – ein zentral gelegenes Internet-Kaffee.

Methodisch haben wir bei jedem Schritt jeweils zuerst einen Theorie-Input anhand eines Modells gegeben und Anwendungsbeispiele durch die Teilnehmenden suchen lassen. Anschliessend mussten sie diesen auf ihr Gruppenprojekt anwenden und später ihre Überlegungen im Plenum vorstellen und von den Anwesenden beurteilen lassen. Die Inputs reichten von Ideengenerierung über Marketing, Team-Modellen, Planung bis hin zu Finanzen.



Im zweiten Teil der Woche kam das Unternehmensplanspiel dazu. Die Gruppen hatten den Auftrag für ihr Produkt konkrete Produktpreise und Kosten zu definieren und realistische Annahmen zu Verkaufszahlen zu machen. In drei Runden wurden Szenarien wie schlechtes Wetter, schwierige Wirtschaftslage und hohe Zinsen simuliert. Die Gruppen erhielten nach jedem Jahr einen Auszug über die Finanz- und Auslastungslage und mussten ihr Budget für das folgende Jahr eingeben. Dazu gehörten auch allfällige Investitionen und Amortisationen.



Alle Projekte konnten erfreulicherweise mit positiven Zahlen abschliessen. Das Hotel gewann schliesslich durch eine robuste Finanzplanung und durch Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im Alltag. Neben einem Pokal erhielt jedes Gruppenmitglied eine Powerbank. Die Freude war riesig. Die Abschlussfeier bei einem gemeinsamen Abendessen im Restaurant war besonders für die jungen Erwachsenen ein einzigartiges Erlebnis.

### **Fast ein Workshop wie jeder andere**

Es war schön die Motivation der Teilnehmenden zu sehen. Viele waren am Morgen jeweils überpünktlich anwesend und haben sich nach Bekanntgabe des nächsten Inputs gleich an die Arbeit gemacht. Eigentlich war es ein Workshop wie jeder andere. Wären da nicht die Sprachbarrieren von gewissen Teenagern gewesen (englisch ist eine Landessprache in den Philippinen). So fanden die Diskussionen innerhalb der Projektgruppen auf Visayas (Muttersprache) statt und erst die Präsentationen im Plenum waren wieder auf englisch. Bei der Veranschaulichung mit Hilfe von Beispielen entstanden auf Grund der kulturellen Unterschiede Herausforderungen. Beispielsweise mussten wir zur Kenntnis nehmen, dass die grösste Fast Food-Kette Jollibee für die Teenager als teuer empfunden wird, während wir diese als Beispiel für einen sehr preisgünstigen Anbieter verwendet haben.



Spannend war die Reflexion am Ende des Workshops. Nebst durchgängig positiven Kommentaren zur Woche haben sich viele Teilnehmende schriftlich ein 5-Jahres-Ziel gesetzt und beschrieben, wie sie dies in den nächsten Monaten angehen wollen. Häufig waren die Inhalte sehr persönlich. Als Aha-Erlebnis wurde ebenfalls am häufigsten «sich Ziele setzen und diese dann auch angehen» genannt. Überhaupt der gesamte Input «Timing», den wir ursprünglich als Platzhalter in unserem Workshop-Plan hatten, wurde sehr gelobt – neben dem Thema «Teamführung», einem Input, den wir kurzfristig eingebaut haben.

**«Gewinnbringend auf der persönlichen, professionellen und institutionellen Ebene»**



Auf die Frage, was sie aus dem Workshop mitgenommen hat, antwortet Karren Dagundon einige Wochen später: «Sometimes, in order to reach goals, you do not have to focus on the four corners of the box but you have to go out here». Das Spiel mit den 9 Punkten hat also Spuren hinterlassen und ist zu einem Leitmotiv geworden.



Anja Beicht, Marketing-Verantwortliche von Mariphil, die den Workshop verschiedene Male besucht hat, ist der Ansicht, dass der Workshop den Teilnehmenden auf drei Ebenen etwas gebracht hat: *Persönlich* im Sinne von

Disziplin, Selbstbewusstsein, Sparsamkeit und Erleben einer Vorbildrolle, *professionell* im Sinne der Arbeitshaltung, Umgang mit Mitarbeitern/Kollegen und Ideen für zusätzliche Einkommensquellen, und *institutionell* im Sinne von nachhaltiger Geschäftsführung von Mariphil.

Wir beide, Beat und Simone, blicken ebenfalls auf einen erfolgreichen Workshop zurück. Wir sind der Meinung, dass es uns gelungen ist, das unternehmerische Knowhow der Teilnehmenden zu fördern und zu schärfen. Es hat uns gefreut ihr Interesse und ihre Fähigkeiten, aber auch die Überlegungen und Berücksichtigungen von Herausforderungen bei der Entwicklung ihrer Projekte zu sehen. Auch hat es uns grossen Spass gemacht, mal in einem anderen Umfeld ohne technische Vorrichtungen und in subtropischem Klima barfuss und mit kurzen Hosen und T-Shirt gekleidet zu arbeiten.

Schön war auch zu beobachten, wie die Euphorie für die Gruppenidee des Hotels nach dem Workshop in die Realität übernommen wurde und nach Möglichkeiten für ein geeignetes Grundstück gesucht wurde. Leider war dieses Projekt weit zu überdimensioniert und konnte in dieser Art nicht weiter verfolgt werden. Der Workshop hat aber das Verständnis für einnahmefördernde Projekte geschärft: inzwischen wurden neue Grundlagen geschaffen, wie der zum Kinderdorf zugehörige Landwirtschaftshof künftig noch gewinnbringender betrieben werden kann.

Mariphil Switzerland wird sich als nächsten Schritt mit dem Projekt Wasserreinigungsanlage beschäftigen. Wir erwarten, dass das Wissen, das wir im Workshop vermittelt haben, hier nun angewendet werden kann. Zudem wird sich die lokale Führung des Kinderdorfes bis im Sommer weitere einnahmefördernde Projekte überlegen. Wir sind gespannt, ob und wie wir diese unterstützen können.

