



THE ADVISORY HOUSE

LISTEN · ADVISE · SUCCEED

Visionsprozess IG Windkraft
19. Branchenplattform Windenergie, St. Pölten
30. Jänner 2024

AGENDA

- 01 Ausgangslage und Zielsetzung
- 02 Vorgehensweise
- 03 Unternehmensleitbild





| Ausgangslage und Zielsetzung



Der Veränderungsdruck wird in den nächsten Jahren nicht abnehmen



Ausgangslage

- Sehr dynamische Umfeld
- Sehr ambitionierte Ausbauziele der Bundesregierung für das Jahr 2030
- Mangelnde Kohärenz auf den übrigen Verwaltungsebenen
- Weiterhin langwierige Genehmigungsverfahren

Infolgedessen hat die IG Windkraft im April 2023 entschieden, die eigene Ausrichtung in einem Strategieprozess neu zu erarbeiten. Dazu gibt es erste Festlegungen hinsichtlich der organisatorischen Aufstellung für das Strategieprojekt sowie einen Zeitplan.

Zielsetzung

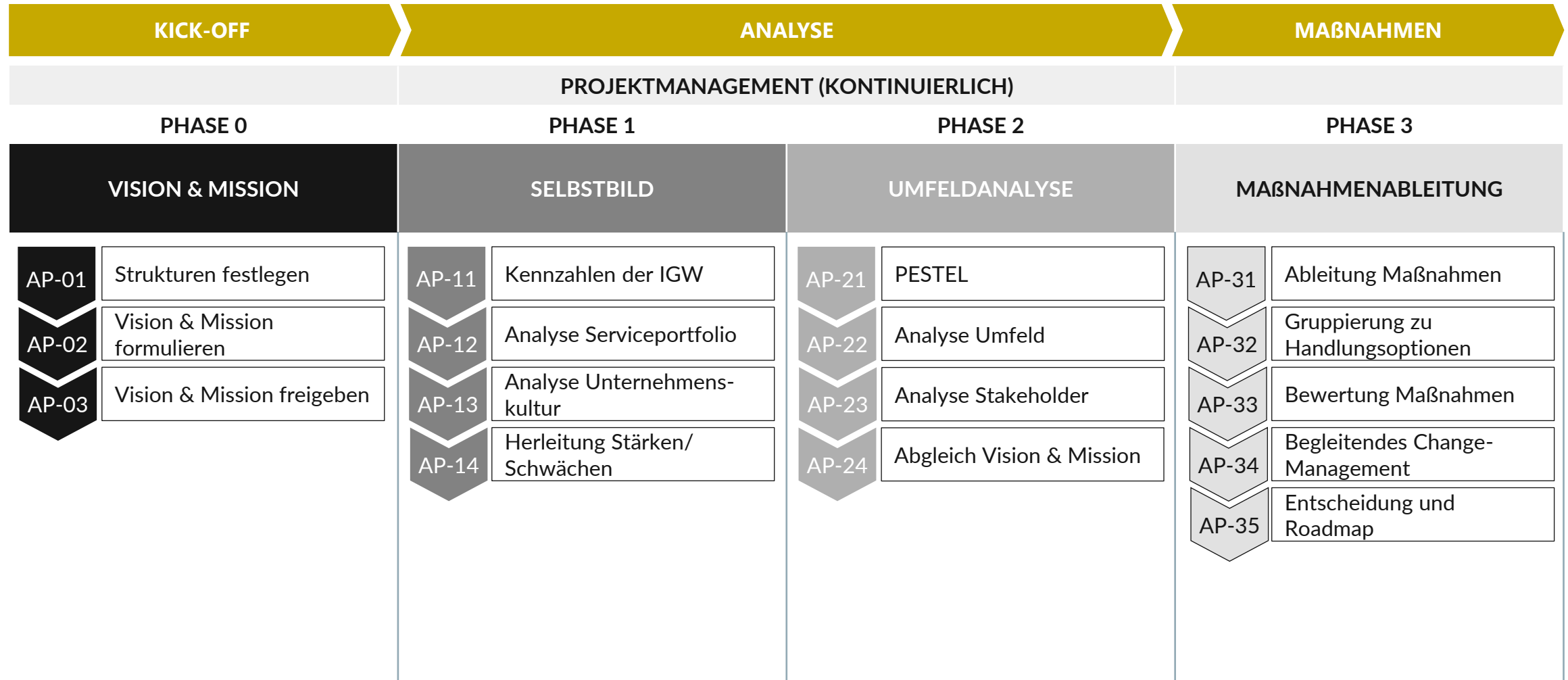
- Ausrichtung der IG Windkraft adaptieren
- Unterstützung durch externes Beratungsunternehmen (methodisches Know-how, Moderation des Prozesses und kritisches Hinterfragen der Ergebnisse)



| Vorgehensweise



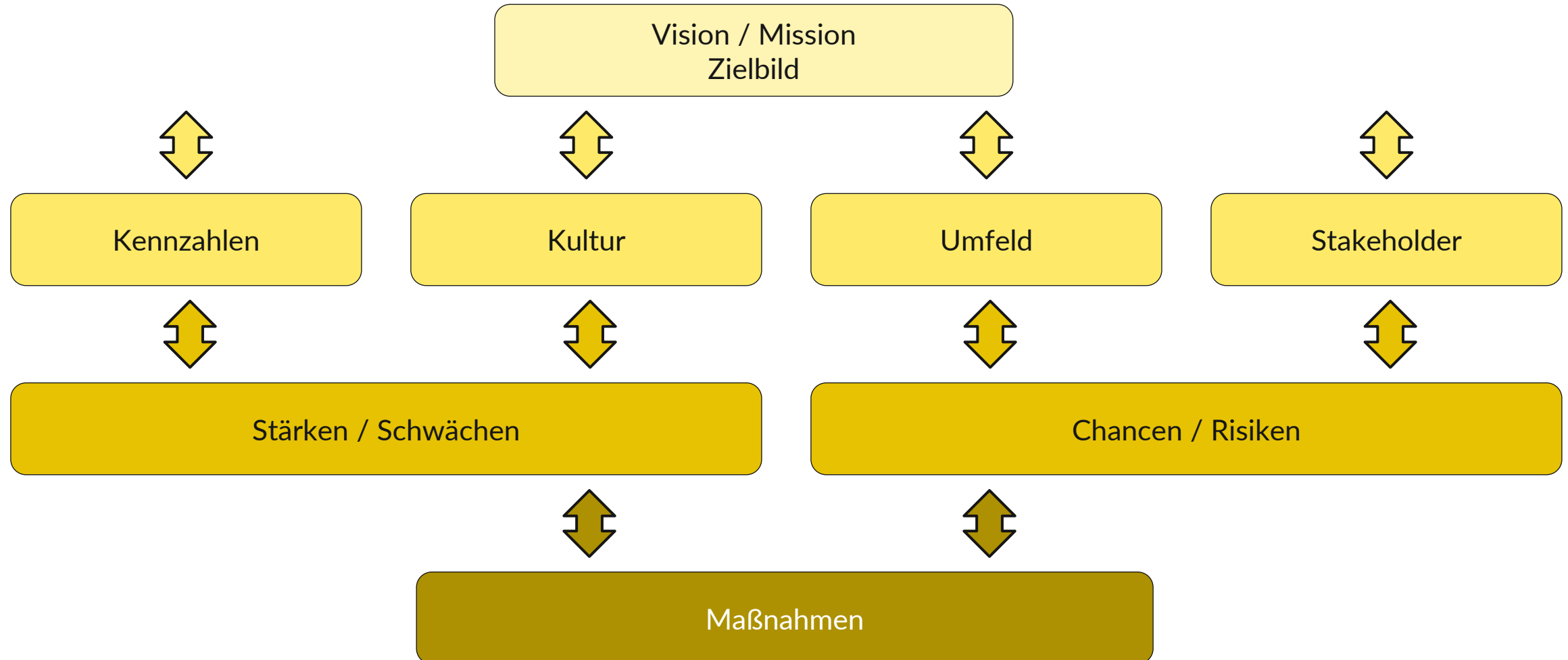
Die Strategie wird in vier Phasen erarbeitet






AP ... Arbeitspaket



Aus dem Unternehmensleitbild ergeben sich alle weiteren Bausteine für eine schlüssige Strategie



Der vorbereitenden Phase 0 kommt besondere Bedeutung zu, da sie die zukünftige Zielpositionierung der IG Windkraft festlegt und alle nachfolgenden Phasen darauf aufbauen

PHASE 0 – SELBSTBILD		AKTIVITÄTEN	ERGEBNISSE
AP-01	Strukturen festlegen	 <ul style="list-style-type: none"> • Projektorganigramm inkl. Zuständigkeiten und Kompetenzen festlegen (bspw. Steuerungsgremium, Kernteam und erweitertes Team) • Teammitglieder identifizieren (Verfügbarkeit!) • Ersten Projektstrukturplan erstellen • Terminplanung festlegen • Meetingstrukturen festlegen (Termine, Arbeitsweise, Lokation) 	<ul style="list-style-type: none"> • Organigramm • Projektstrukturplan • Terminplan
AP-02	Vision und Mission formulieren	 <p>Vision</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie möchte die IG Windkraft in 5 und 10 Jahren positioniert sein? <p>Mission</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist der Zweck der IG Windkraft? <p>Werte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was charakterisiert die unveränderbaren Grundwerte der IG Windkraft, für welche Kultur steht die IG Windkraft? 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwurf Vision • Entwurf Mission • Entwurf Werte
AP-03	Vision & Mission freigeben	 <ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse aus AP-02 • Ggf. Anpassung • Finale Freigabe von Vision, Mission und Werten • Adaption des Projektstrukturplans bzgl. Arbeitsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Freigegebene Vision • Freigegebene Mission • Freigegebene Werte

Die intensive Auseinandersetzung mit dem Selbstbild dient zur Erkenntnis der eigenen Stärken und Herausforderungen, aber auch der gemeinsamen Meinungsbildung über diese

PHASE 1 – SELBSTBILD		AKTIVITÄTEN		ERGEBNISSE
AP-11	Kennzahlen der IGW		<ul style="list-style-type: none"> • Erhebung und Diskussion der eingesetzten KPIs zur Erfolgsmessung • Ggf. Festlegung neuer, zielgerichteter Kennzahlen • Analyse von Organisations-, Reporting- und Prozessstrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen zur Bewertung des eigenen Erfolgs und Auswirkung von gesetzten Maßnahmen
AP-12	Analyse Serviceportfolio		<ul style="list-style-type: none"> • Sammlung aller Dienstleistungen und Produkte der IGW • Bewertung der Dienstleistungen nach deren Erfolgsbeitrag • Priorisierung von Dienstleistungen und deren Erfolg und Wichtigkeit für die IGW 	<ul style="list-style-type: none"> • Priorisierte Liste der Dienstleistungen nach deren Wichtigkeit und deren Impact
AP-13	Analyse Unternehmenskultur		<ul style="list-style-type: none"> • Kurze Analyse von Führungsverhalten, Umgang mit Fehlern, informeller Austausch, Symbole und Hierarchien etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Klarheit über vorhandene Voraussetzungen zur Erreichung der Unternehmensvision
AP-14	Herleitung Stärken/Schwächen		<ul style="list-style-type: none"> • Definition von Stärken und Schwächen im Vergleich zu anderen Interessensvertretungen und zur neuen Vision/Mission • Durchführung SWOT-Analyse & erster Lücken zwischen IST und neuer Vision/Mission (Soll-Ist Vergleich) 	<ul style="list-style-type: none"> • Klare Erkenntnis über die Stärken der eigenen Organisation im Vergleich mit dem Wettbewerb

Die Umfeldanalyse inkludiert eine detaillierte Betrachtung der Sphäre der IG Windkraft und weiterer Stakeholder

PHASE 2 – UMFELDDANALYSE		AKTIVITÄTEN	ERGEBNISSE
AP-21	PESTEL durchführen	 <ul style="list-style-type: none"> • Politisch: Welche pol. Entwicklungen beeinflussen die Windbranche? • Wirtschaftlich: Wie beeinflusst eine Rezession die Windkraftindustrie? • Sozio-kulturell: Wie entwickelt sich die öff. Wahrnehmung der Windkraft? • Technologisch: Welche techn. Weiterentwicklungen erreichen Marktreife? • Ökologisch: Wie beeinflussen Artenschutz usw. die Flächenverfügbarkeit? • Rechtlich: Wie werden EIWG, Erneuerbare Ziele usw. umgesetzt? 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfeldaspekte erfasst • Dokumentierte Trends & Entwicklungen
AP-22	Umfeld analysieren	 <ul style="list-style-type: none"> • Auf Basis Vision & Mission: zu analysierende Player¹⁾ identifizieren (EEÖ, PV Austria, Kleinwasserkraft, Industriellenvereinigung, Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, Ministerien, usw.) • Relevanz dieser Player für die IG Windkraft bewerten • Positionierung der Player einschätzen und dokumentieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Für IGW relevante Player • Bewertung dieser Player
AP-23	Stakeholder analysieren	 <ul style="list-style-type: none"> • Weitere Stakeholder identifizieren (MA der IG Windkraft, Bevölkerung, Medien,...) • Relevanz dieser Stakeholder für die IG Windkraft bewerten • Positionierung der Stakeholder einschätzen und dokumentieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertete Stakeholder
AP-24	Abgleich mit Vision & Mission	 <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Positionierung des Umfelds sowie der Stakeholder in Relation zur Vision & Mission beschreiben → mögliche Lücke im Sinne eines Soll-Ist-Vergleichs 	<ul style="list-style-type: none"> • Lücke zwischen aktueller Positionierung und gewünschter Positionierung

1) Abhängig von der Vision der IG Windkraft sind unterschiedliche Player zu analysieren – Beispiel Lobbying vs. Dienstleister

In Phase 3 werden identifizierte GAPs durch Maßnahmen geschlossen und die Umsetzung dieser auf einer Roadmap organisationsverträglich geplant

PHASE 3 – MAßNAHMEN-ABLEITUNG		AKTIVITÄTEN		ERGEBNISSE
AP-31	Ableitung Maßnahmen		<ul style="list-style-type: none"> •Ableitung von notwendigen Maßnahmen aus der GAP-Analyse 	<ul style="list-style-type: none"> •Liste der pot. Maßnahmen, um die Lücke zw. IST-Analyse und Soll-Bild zu schließen
AP-32	Gruppierung zu Handlungsoptionen		<ul style="list-style-type: none"> •Gruppierung der Handlungsoptionen, um einzelne Themengebiete zu bearbeiten (worauf zahlt die Maßnahme ein?) 	<ul style="list-style-type: none"> •Cluster von Handlungsoptionen gebildet
AP-33	Bewertung Maßnahmen		<ul style="list-style-type: none"> •Erstellung eines Kriterienkatalogs, um Maßnahmen nach Potential für die IGW bewerten zu können (z.B.: wirtschaftlicher Einfluss, Gewinn, öffentliche Meinung, usw.) •Bewertung der Maßnahmen entsprechend des Kriterienkatalogs 	<ul style="list-style-type: none"> •Katalog mit bewerteten Maßnahmen
AP-34	Begleitendes Change-Management		<ul style="list-style-type: none"> •Installation von Changemanagement Maßnahmen, um die Organisation auf die Veränderung vorzubereiten und organisatorische, sowie strukturelle Änderungen Anstoßen zu können 	<ul style="list-style-type: none"> •Identifizierte Change-Mgmt. Maßnahmen •Planung der Umsetzung von Veränderungsprozessen
AP-35	Entscheidung und Roadmap		<ul style="list-style-type: none"> •Finale Abstimmung der priorisierten Handlungsoptionen und Maßnahmen dem Steuerungsgremium •Abbildung der Maßnahnumsetzung auf einer Roadmap 	<ul style="list-style-type: none"> •Freigegebene Maßnahmenliste •Roadmap Umsetzungsplanung



| Unternehmensleitbild



In Phase 0 wurden Vision und Mission einstimmig formuliert und beschlossen, welche die strategische Richtung für die zukünftige Strategie der IG Windkraft vorgibt

Vision

Gemeinsam entwickeln wir die Windkraft zur bedeutendsten Quelle eines 100-Prozent-erneuerbaren Energiesystems.

Mission

Als unabhängige und mitgliederfinanzierte Organisation vertreten wir die Interessen aller Akteure der gesamten Windkraftbranche.



Um die **Rahmenbedingungen** für den Ausbau der Windkraft und die Transformation des Energiesystems **positiv zu gestalten**, sind wir die **zentrale, verlässliche und lösungsorientierte Ansprechpartnerin** für Entscheidungsträger*innen aus Politik, Verwaltung und Gesellschaft.



Wir schaffen **Allianzen** mit Akteuren und Kräften der Gesellschaft zum Thema der Energiewende. Wir sind unverzichtbare Partnerin von Wirtschaft und Industrie zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Österreich.



Basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen und Fakten sind wir die **Informations- und Vernetzungsplattform der Windbranche** und unterstützen an der Energiewende interessierte Personen und Unternehmen mit Serviceangeboten zu technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und ökologischen Fragestellungen.



Durch unsere **Kommunikation** vermitteln wir ein fachlich fundiertes, positives Bild der Windkraft und gestalten so die Energiewende mit. Wir sind die starke Stimme der Branche und lösungsorientierte Ansprechpartnerin.



Wir schaffen die Grundlagen für eine hohe **Akzeptanz des Windkraftausbaus** und setzen uns für Beteiligung und Teilhabe der Bevölkerung am erneuerbaren Energiesystem ein.



Mit der Organisation und dem Team der IGW stehen wir für **beste Expertise, innovative Ansätze und agieren als attraktive, zukunftsorientierte Arbeitgeberin**, die mit ausreichenden Ressourcen ausgestattet ist.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



The Advisory House
Riemergasse 14/32
A-1010 Wien



friedrich.huber@advisory
house.com



+43 664 851 5273



www.advisoryhouse.com

