

Entwicklung unserer Impact-Strategie 2025-2027

Warum sprechen wir gerade jetzt über unsere Impact-Strategie?

In den letzten Monaten haben wir viel darüber gesprochen ... 2024 wird RMHC 50!

Dies ist ein einmaliger Moment, um nachzudenken ... und zu feiern, was wir erreicht haben ... Und dass wir seit einem halben Jahrhundert für die Familien da sind ... Es ist auch eine einmalige Gelegenheit und ein Wendepunkt, um in die Zukunft zu blicken und uns zu fragen ... „Wie wollen wir uns in den nächsten 50 Jahren entwickeln?“

--

Was schaffen wir?

Wir möchten den ersten global abgestimmten, gemeinsam erarbeiteten, lokal relevanten und allgemein akzeptierten Strategierahmen schaffen. Das ist zwar etwas hochgestochen, aber jedes Wort ist wirklich wichtig.

Gemeinsam erarbeitet: Das heißt, wir möchten, dass sich die gesamte Organisation in diesem Rahmen widerspiegelt.

Abgestimmt: Das heißt, wir möchten die Unterstützung der gesamten Organisation bei diesem Rahmen, der die Richtung vorgibt, in die wir uns zu Beginn der nächsten 50 Jahre bewegen.

Lokal relevant: Wissen Sie, es ist eine Sache, eine globale Vision zu haben, aber die Art und Weise, wie man diese Vision weltweit umsetzt ... wird unterschiedlich sein, weil die Bedürfnisse der Menschen, denen wir helfen, unterschiedlich sind ... Die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, sind unterschiedlich ... Das müssen wir berücksichtigen und wir wollen, dass sich unsere Einrichtungen in aller Welt in diesem Rahmen wiedererkennen.

Und zum Schluss, allgemein akzeptiert: Das ist das Ergebnis. Ziel ist es, dass dieser Rahmen, weil er gemeinsam erarbeitet wurde, ... weil wir weltweit abgestimmt sind ... und weil er lokal relevant ist ... von allen Einrichtungen übernommen wird und sie ihn nutzen, um ihre eigenen lokalen Pläne zu entwickeln, die auf diesem Rahmen aufbauen.

Also ja ... Wir machen einen sehr bewussten Schritt, um eine gemeinsame Vision für unsere Organisation, unsere Mission, unsere Werte, unsere Prioritäten und unsere wichtigsten Ergebnisse zu entwickeln, bei unserem Start in die nächsten 50 Jahre. Und wir werden ihn gemeinsam tun.

--

Warum ist das wichtig?

Ob Sie es glauben oder nicht, aber wir haben das bisher wirklich noch nie gemacht. Die Gelegenheit bietet ungeahnte Chancen, wenn man darüber nachdenkt.

Wie Sie wissen, sind wir eine föderale Organisation einzelner Einrichtungen. Das bedeutet, dass jede unserer Einrichtungen ein eigener eingetragener gemeinnütziger Verein ist und ziemlich autonom arbeitet, und daran werden wir nichts ändern. Das ist es, was uns besonders macht. So können wir sicherstellen, dass wir auf die jeweiligen Bedürfnisse der Gemeinschaften, die wir unterstützen, eingehen ... und dass wir auf wirklich authentische Weise ein Teil dieser Gemeinschaften auf der ganzen Welt sind.

Wir haben aber nie wirklich versucht, die Kraft unserer Organisation zu nutzen, indem wir uns auf ein gemeinsames Ziel oder einen gemeinsamen Zweck abgestimmt haben.

Und genau das ist es, was wir erreichen wollen. Können Sie sich vorstellen, was wäre, wenn wir das tun? Und welcher Zeitpunkt wäre dafür besser geeignet als jetzt, da wir auf unser 50-jähriges Jubiläum zugehen.

Lassen Sie mich eins sagen ... Unser Vorhaben ist ambitioniert, aber es ist möglich.

McDonald's macht es richtig. Das Unternehmen verfügt über ein Rahmenkonzept namens „Accelerating the Arches“. Es beschreibt seine Mission, *herrliche Momente des Wohlbefindens für alle einfach zu machen*, ihr Ziel, *die Gemeinschaft zu ernähren und zu fördern*, eine Reihe von Werten ... Und sie legen auch einige Prioritäten fest, wie z. B. die Lieferung – so könnten sie sagen, dass es wichtig ist, den Kundinnen und Kunden das Essen zu liefern, das sie möchten, und zwar wann und wo sie es wollen. Die Lieferung ist eine Möglichkeit, dies zu erreichen. Es gibt viele Möglichkeiten, wie man liefert ... Man kann Dritte beauftragen ... Man kann eigene Fahrer und Fahrzeuge einsetzen ... Tun Sie, was für Ihren Markt sinnvoll ist ... aber überlegen Sie, was Sie mit der Lieferung erreichen möchten ... oder mit dem Kaffee ... oder mit dem Hühnchen ...

Für RMHC müssen wir herausfinden, was unsere Lieferung ... unser Kaffee ... oder unser Hühnchen ist.

Das ist also der eigentliche Gewinn hier und warum er so wichtig ist.

--

Was ist dieses Jahr anders bei unserer Herangehensweise an die Impact-Strategie?

Einige werden vielleicht erstaunt sein zu erfahren, dass wir momentan eine Impact-Strategie haben und dass wir auch eine Vision, eine Mission und globale Werte haben.

Aber als wir darüber nachdachten, wie wir zu all diesen Ergebnissen gekommen sind, kamen uns einige Gedanken dazu, was wir hätten anders machen sollen - sowohl beim Inhalt als auch beim Prozess.

Was den Inhalt betrifft, habe ich bereits erwähnt, dass wir den Schwung unseres 50-jährigen Bestehens nutzen wollen. Es geht darum, die Kunst des Machbaren zu nutzen und zu verstehen, wie wir uns weiterentwickeln sollten, während wir gleichzeitig dem treu bleiben, was wir sind.

Was den Umfang der aktuellen Impact-Strategie betrifft, war diese ... ganz offen gesagt ... vor allem für RMHC Global gedacht. Einige Einrichtungen wussten von ihr ... einige haben sie sogar übernommen, um eigene Pläne zu entwickeln. Aber es gibt Aspekte, wie der Aufbau von Kapazitäten, die einfach nicht für alle gelten.

Dann ist da noch die Perspektive. Wir wollen sicherstellen, dass wir einen umfassenden Sicht von innen und außen haben und erkennen, wie Trends in verschiedenen Bereichen wie Technologie; Veränderungen im Spenderumfeld; die sich verändernde geopolitische Landschaft, der Zufluss von Risikokapital ... wie all dies die Art und Weise verändert, wie die Gesundheitsversorgung bereitgestellt wird. Ganz zu schweigen von den Erkenntnissen, die wir aus der Untersuchung des unternehmerischen Risikos gewonnen haben. Wir wollen all das einfach berücksichtigen ... und das Gespräch suchen, mit den Mitarbeitenden und Freiwilligen, den lokalen Gremien, den Partnern in Krankenhäusern, den Spendern ... McDonalds ... den Familien etc. Wir wollen all dies berücksichtigen und herausfinden, welche Richtung wir einschlagen können und sollten.

Und dies führt mich zum Prozess. Bei der letzten Impact-Strategie würde ich sagen, dass die Organisation hauptsächlich über eine kleine Auswahl an Führungskräften einbezogen wurde ... Es gab EINIGEN Input aus den Einrichtungen, aber dieser kam hauptsächlich aus einer Umfrage ... und das führte dazu, dass die Menschen das Gefühl hatten, nicht wirklich in die Entwicklung einbezogen, nicht wirklich gefragt worden zu sein. Wir investieren deshalb wirklich viel Zeit und Mühe in die

Einbindung ... um sicherzustellen, dass sich **alle gehört fühlen**. So können wir uns auf die gemeinsame Wirkung ausrichten, die wir erreichen wollen.

Was schließlich die Unterstützung durch eine Agentur betrifft, so wollten wir eine Agentur, die weiß, wie man alle einbezieht, um ein Rahmenmodell wie dieses zu entwickeln ... eine Agentur mit Erfahrung im Profit- und Non-Profit-Sektor ... und Erfahrung mit der Organisation von RMHC ... Und dieses Mal haben wir eine fantastische Agentur in Australien gefunden ... Sie heißt Bendelta ... und hat schon früher mit unserer Einrichtung in Australien zusammengearbeitet.

Aus diesem Grund gehen wir das Ganze etwas anders an.

--

Was sind die „großen Fragen“, den wir nachgehen?

Ich bin seit etwa neun Monaten Teil der Organisation und war seither viel unterwegs, um mit unserer Einrichtungen auf der ganzen Welt in Kontakt zu kommen. Vor allem habe ich viel Zeit mit Führungskräften verbracht, und wir hatten immer wieder ausführliche und provokative Gespräche über Themen wie ... wie wir unsere Kernprogramme weiterentwickeln müssen, um Familien besser zu unterstützen, ... und wie die Unterstützung aussehen sollte, die wir Familien entlang des Kontinuums oder der Pflege bieten, d. h. vor, während und nach einer Erkrankung oder Verletzung ihrer Kinder. Oder wie wir unsere Geschichte besser erzählen könnten ... oder wie wir unsere Größe und Kaufkraft nutzen könnten, um Kosten zu senken und effizienter zu arbeiten ... oder sogar welche Rolle wir bei der Interessenvertretung spielen könnten.

Diese Gespräche bildeten die Grundlage für die Fragen, die wir uns während dieses Prozesses stellen ... Fragen, die uns helfen, die Hauptkomponenten des Rahmens, den wir entwickeln, zu verstehen ... Fragen zur Vision ... zu unseren Kunden (ja, ich weiß, „Kunde“ ist ein kommerzieller Begriff, aber er hilft uns wirklich, darüber nachzudenken, *wem wir mit der richtigen Einstellung helfen*) ... aber auch Fragen zum Wachstum ... zu unseren Programmen ... zur Interessenvertretung ... und zur Kundenerfahrungen und zu den Best Practices.

Das sind die Art von Fragen, denen wir nachgehen werden.

--

Wie wird der Prozess ablaufen?

Wie ich bereits sagte, investieren wir viel Zeit und Mühe, um sicherzustellen, dass wir die Organisation auf solide Weise einbinden.

Wir werden die ersten Monate des Jahres nutzen, um weltweit auf Treffen mit den Leitungen der Organisation deren Meinungen einzuholen ... Die Treffen werden übrigens nach Regionen ausgerichtet.

Mitte des Jahres arbeiten wir mit dem Führungspersonal zusammen, um mit den von mir bereits genannten Interessengruppen zu sprechen ... also mit den Mitarbeitenden, den Freiwilligen, den lokalen Gremien, den Partnern in Krankenhäusern, den Spendern, McDonald's und unseren Familien.

Im Herbst werden wir regionale Konferenzen abhalten, auf denen ein breites Spektrum an Personen mit verschiedenen Aufgaben zusammenkommt. Außerdem werden wir einige interaktive Sitzungen organisieren, auf denen die Teilnehmenden sich austauschen und zusätzliche Informationen bereitstellen können.

Ende des Jahres werden wir das Rahmenkonzept veröffentlichen ... Und damit den Weg für die Organisation frei machen, die erste Hälfte des Jahres 2024 zu nutzen, um ihre eigenen strategischen Pläne zu entwickeln, die aufeinander aufbauen ... was uns zur internationalen Konferenz führt ... die im Sommer 2024 stattfinden wird ... wo wir alle zusammenkommen werden,

um nicht nur unser 50-jähriges Bestehen zu feiern, sondern auch den Startschuss für unsere gemeinsame Zukunft zu geben, an der wir alle gemeinsam gearbeitet haben ... und wir werden auch die Organisation von McDonald's auf den neuesten Stand bringen, und zwar auf dem Weltkongress 2024.

Mir ist es außerdem sehr wichtig zu erwähnen, dass wir eine hervorragende Gruppe an Führungskräften haben, die sozusagen als Lenkungsausschuss fungieren.

Sie sind bekannt als das *Impact Strategy Global Advisory Team*, oder kurz *GAT*. Die Gruppe besteht aus 12 Führungskräften und einem Vorsitzenden aus 9 verschiedenen Ländern. Diese haben derzeit eine durchschnittliche Erfahrung von etwa 9 Jahren in der Organisation ... mit annähernd 87 Millionen Dollar an Einnahmen ... und etwa 80 Programmen ... also die ganze Bandbreite ... Häuser, Familienzimmer, Pflegemobile und lokale Programme.

Und sie erfüllen eine dreifache Aufgabe.

Erstens bieten sie uns die *Sichtweise der Einrichtungen*, um uns dabei zu helfen, zu überlegen, wie wir die Organisation am besten in diesen Prozess einbeziehen können, und dies am besten umzusetzen.

Zweitens *stehen Sie an vorderster Front*, indem sie dazu beitragen, den Dialog und die Workshops, die wir mit den Führungskräften und der Organisationen als Ganzes veranstalten, zu erleichtern.

Schließlich spielen sie eine Vorreiterrolle bei der Förderung der Akzeptanz durch die Organisation.

Lassen Sie mich Folgendes sagen. Sie sind keine globalen Botschafter. Diese Gruppe bietet wiederum eine eigene Sichtweise ihrer Einrichtung. Sie haben eine starke Standpunkte. Sie halten dagegen. Sie stellen Fragen. Aber sie stehen auch für eine Region ... oder manchmal für eine Organisation ... um uns dabei zu helfen, über die verschiedenen Perspektiven unserer Organisation nachzudenken und zu überlegen, was für das Ganze am besten funktionieren könnte.

Wir können uns also wirklich glücklich schätzen, dass sie mitdenken und mitarbeiten, während wir uns mit der gesamten Organisation an dieser wichtigen Arbeit beteiligen.

Auf diese Weise werden wir vorgehen.

--

Ein Aufruf zum Handeln

Wie ich bereits erwähnte, hängt im Konferenzraum unseres ersten Hauses in Philadelphia eine große Tafel. Zu der Zeit, als die Tafel entstand, hatten wir weltweit etwa 200 Häuser, und sie trägt diese Inschrift ... eine Art Aufruf zum Handeln ... Er lautet: „Haltet den Traum am wachsen“.

Das ist es, was wir tun.

Wir befinden uns an einem entscheidenden Wendepunkt im Leben dieser großartigen Organisation.

Ich hoffe, dass alle mitmachen und die Chance nutzen, die Richtung, die wir einschlagen, mitzubestimmen ... denn Gelegenheiten wie diese bieten sich nicht oft.

Wir gehen in unser 50. Jahr und wissen genau, wohin wir wollen. Und wir werden die Welt wissen lassen, wer wir sein werden ... und wie wir das erreichen wollen.

Das ist etwas Besonderes. Das ist ein Vermächtnis. Und es ist ein Geschenk, das wir denjenigen hinterlassen dürfen, die in 50 Jahren antreten werden, um diese Organisation weiterzuführen.

Lassen Sie uns ein wenig Geschichte schreiben.