

B DUR

**vitamin
in B**

Fachstelle für
Vereine

**Was
macht den
Verein
attraktiv?**

VEREIN
**STADTOASE
ZÜRICH**
PORTRAIT

Unterstützt von



MIGROS
Kulturprozent

Teil des gesellschaftlichen
Engagements der Migros-Gruppe:
migros-engagement.ch

Menschen wollen sich engagieren – aber anders als früher.

Fanni Dahinden, Fachstelle vitamin B



Viele Vereine haben Mühe, Vorstandsämter zu besetzen. Die Leute sind mobiler und flexibler als früher, überlastet, bleiben weniger lang im Vorstand, Nachwuchs fehlt. Attraktivere Strukturen und Ämter können helfen.

Die gute Nachricht vorweg: Studien zeigen, dass sich Menschen heute nicht weniger engagieren als früher. Voraussetzung für ein gesellschaftliches Engagement ist jedoch leicht zugängliche Information darüber, wo und wofür sie sich einsetzen könnten. Digitale Plattformen für Austausch und Vernetzung spielen deshalb eine immer grössere Rolle. Damit können konkrete Einsätze sichtbar gemacht werden und Freiwillige sich vernetzen. Und es gibt viele weitere Möglichkeiten, die Attraktivität zu erhöhen. Attraktiv ist ein Verein z.B. auch, wenn Verantwortung geteilt wird, schnell zu Entscheiden kommt und trotzdem partizipativ ist. Im Folgenden werden einige Grundsätze aufgelistet, ergänzt mit Praxisbeispielen, denen wir in unserer Arbeit mit vitamin B begegnet sind.

Strukturen flexibel denken

Punkto Strukturen gibt das Gesetz nur wenig vor: Die Vereinsversammlung ist das höchste Organ, und der Verein braucht einen Vorstand. Wie dieser organisiert ist (Grösse, Ressorts, Präsidium etc.), ist gesetzlich nicht vorgegeben – es gilt, was die Statuten regeln. Nutzen Sie diesen Spielraum!

Job-Sharing entlastet

Co-Präsidium, rotierendes Präsidium oder Verein ohne Präsidium sind rechtlich möglich, sofern die Statuten dies so regeln. Auch zeitlich begrenzte Ämter können neue Kräfte mobilisieren.

Beispiel Ein Verein setzt die Amtsdauer der Vorstandsmitglieder fix auf 2 Jahre fest. Die Mitglieder werden alternierend gewählt, so dass immer die Hälfte des Vorstands «Altgediente» sind. Die Arbeiten werden gut dokumentiert, damit der Wechsel im Vorstand zu keinem Wissensverlust führt.

Beispiel Ein Sportverein setzt auf Job-Sharing für die wöchentlichen Trainings. Eine Gruppe von Freiwilligen übernimmt und koordiniert die Einsätze via Chat in Eigenverantwortung.

Verkleinerung des Vorstands

Die Anzahl Vorstandsmitglieder ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. Kleine Vorstände können schnell entscheiden und flexibel agieren. Manche Vereine haben traditionell viele Vorstände. Vakanzen können zu einer Verkleinerung des Vorstands führen – falls die Arbeiten verteilt werden können, auch ausserhalb des Vorstands.

Beispiel Ein Verein zur partizipativen Stadtentwicklung führt diverse Projekte mit einem kleinen Vorstand und einer grossen Anzahl thema-interessierter Mitstreiter | innen durch, die projektorientiert und partizipativ eingebunden werden. Sie gestalten und moderieren Events, entwickeln Produkte mit oder schreiben Texte für den Verein.

Zusammenarbeit verbessern

Zusammenarbeit attraktiv gestalten

Die Mitarbeit im Vorstand muss Freude bereiten. Machen Sie kürzere Sitzungen, probieren Sie neue Meeting-Formate, Online-Sitzungen, digitale Zusammenarbeitsformen aus!

Beispiel «Get it done Session»: Gemeint sind Arbeitssessions, ein Happening, an dem man gemeinsam Pendenzen erledigt, z.B. die Mitgliederversammlung vorbereitet, Social Media Posts für den Monat erstellt, Versände abpackt etc. Mitmachen können alle, nicht nur der Vorstand – einmalig oder regelmässig, online oder vor Ort.

Mitglieder und Umfeld einbeziehen

Neue Mitmach-Formen kreieren

Teilen Sie Aufgaben in überschaubare Häppchen auf, kreieren Sie ein «Buffet» mit unterschiedlichen Aufgaben, Einsätzen und Engagement-Möglichkeiten, aus welchen Interessierte wählen können.

Beispiel Ein Quartierverein lädt die Bevölkerung und die im Quartier Arbeitenden ein, bei zwei partizipativen Zukunftswerkstätten mitzudenken. Das Interesse an dieser neuen, zeitlich beschränkten Mitmach-Form ist gross. Der Vorstand erhält wichtige Inputs und Unterstützung beim Strategieprozess.

Klein anfangen

Fragen Sie Personen für kurzfristige Einsätze an, statt direkt für Ämter. So können sie Vereinsluft schnuppern und später auch für grössere Engagements angesprochen werden.

Beispiel Aktivitäten im Verein mit klaren Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten selbstorganisierten Themengruppen übergeben. Pro Gruppe gibt es eine Ansprechperson, die mit dem Vorstand in Kontakt ist. Für eine Nachfolge im Vorstand kann im Pool der Themengruppen gefischt werden.

Verantwortung abgeben

Machen Sie nicht alles selber, entwickeln Sie gemeinsam Lösungen; bieten Sie dafür Vertrauen, Einführung und Unterstützung.

Beispiel Der Vorstand übergibt das Rahmenprogramm für die Mitgliederversammlung oder das jährliche Juniorenturnier einer motivierten Gruppe. Die Rahmenbedingungen und Zuständigkeiten sind klar geregelt, vom Vorstand steht eine Person als «Coach» zur Verfügung.

Beispiel Der Vorstand findet im Verein oder Umfeld Personen, die auf Social Media aktiv sind und gemeinsam als Online-Freiwillige den Vereinsauftritt bespielen.

Mitgliedschaftsstrukturen überdenken

In vielen Vereinen steht das Angebot nur den Vereinsmitgliedern zur Verfügung. Gleichzeitig wird ein Mitgliederschwund beklagt. Binden Sie das Umfeld ein, kooperieren Sie mit anderen Vereinen oder bieten Sie auch temporäre Angebotsnutzung.

Beispiel Eine Musikgesellschaft setzt auf die Devise «Der Verein ist nicht für sich selbst da, sondern für alle». Wer im Verein mitmusizieren oder -helfen will,

kann das auch temporär tun, ohne Mitglied zu werden. Anstatt eines Anlasses für Mitglieder, wird zum Jubiläum ein Festival mit 30 Musikgruppen veranstaltet. Dieses ist so erfolgreich, dass es mithilfe anderer Vereine weitergeführt wird.

Innovationskraft im Verein nutzen

Der Vorstand muss nicht Antworten auf alle Fragen haben. Nutzen Sie Erfahrung, Knowhow und Innovationskraft Ihrer Mitglieder!

Beispiel Ein Dachverband hat Nachwuchsmangel bei freiwilligen Trainer|innen und Ehrenamtlichen. Gleichzeitig stellt er fest, dass es gewissen Mitgliedervereinen besser gelingt als anderen, Freiwillige zu finden und zu fördern. Er gründet eine Arbeitsgruppe aus jungen, engagierten Vereinsmitgliedern, mit dem Ziel, konkrete Massnahmen auszuarbeiten. Die Arbeitsgruppe sammelt Good-Practice Beispiele und diskutiert Faktoren, die zum Erfolg beigetragen haben könnten.

Mehr zum Thema



GDI-Studie
«Die neuen Freiwilligen»
www.vitaminb.ch/publikationen/studien

vitamin B movie

Video-Tutorials und Arbeitshilfen zu
«Gute Zusammenarbeit im Verein»
www.vitaminb.ch/vereinswissen/video-tutorials
www.vitaminb.ch/vereinswissen/arbeitshilfen



B-Dur Nr. 45 — Kooperation
B-Dur Nr. 43 — Digitale Zusammenarbeit
B-Dur Nr. 40 — Partizipation
www.vitaminb.ch/publikationen/b-dur/archiv

Ich engagiere mich gern punktuell

Eine «junge Stimme» suchten wir für das Interview zur Frage, was einen Verein für junge Menschen attraktiv mache. Auf Empfehlung einer Arbeitskollegin wandte ich mich an Priszilla Medrano. Sie ist fünfundzwanzig und hat einen Bachelor der ZHDK im Studiengang «Design, Trends, Identity».

Der Austausch wurde für mich als «älteres Semester» zu einem kleinen Erlebnis. Auf Mails würde Priszilla eher nicht reagieren, hatte ich vernommen. Also eine Interviewanfrage per WhatsApp, kein Problem. Keine Reaktion. Eine Google-Suche führte mich dann stracks zur Website von «futuro Workshops», wo Priszilla einen Social Media-Workshop leitet. Natürlich keine Mailadresse. Aber ein Instagram-Account – und der Kontakt klappte sofort.

Priszilla, wofür engagierst Du dich gern?

«Für mich müssen die Leute «stimmen», die Atmosphäre. Mir ist die Gemeinschaft sehr wichtig, ein Miteinander mit Leuten, die meine Werte teilen. Eine Community, die Spielraum für Mitgestaltung lässt. Ich will etwas bewirken können, aber ohne das Ganze jeweils nur mit eigener Kraft tragen zu müssen. Der Austausch ist mir wichtig, ich rede sehr gern.»

Welche Vereine findest Du interessant?

«Zum Beispiel den «Zentralwäscherei Space», eine Zwischennutzung der alten Zentralwäscherei in Zürich, gleich neben der Hardbrücke. Ein unkommerzieller Kultur- und Begegnungsraum, der einen möglichst inklusiven Raum für Begegnung, Kunst, Kultur, Politisches und Gastronomie schaffen will. Der Verein hat eine kollektive Organisationsstruktur, wichtigste Entscheidungen treffen wir gemeinsam und basisdemokratisch. Es gibt Arbeitsgruppen, die eigene Kompetenzen haben, und sich selber organisieren. Dort kann ich mitgestalten, ich teile die Werte dieser Community. Und freue mich über Erfolge, die Wirkung unseres Engagements. So wurde unser Awareness-Konzept mittlerweile von anderen übernommen.»



Priszilla Medrano, Absolventin Bachelor-Studiengang «Design, Trends, Identity», Workshop-Leiterin bei «futuro Workshops» und Zukunftsgestalterin in verschiedenen Vereinen und Kollektiven.

Was braucht es, damit Du einem Verein als Mitglied beitreitest?

«Eine klassische Mitgliedschaft interessiert mich nicht. Ich will mich beteiligen, mich engagieren, aber formale Strukturen sind mir einfach nicht wichtig. Und natürlich darf eine allfällige Mitgliedschaft für mich als Studentin keine finanzielle Hürde bedeuten.»

Was braucht es, damit Du dich in einem Verein freiwillig engagierst?

«Grundsätzlich bin ich eher «verantwortungs-scheu». Ich engagiere mich gern temporär, punktuell, ohne eine längerfristige Verpflichtung. Ausser ich brenne mega für ein Projekt oder ein Angebot, eine Gemeinschaft. Der soziale Zusammenhalt, dieser Mehrwert ist mir sehr wichtig.»

Du hast soeben den Studiengang «Design, Trends, Identity» abgeschlossen – was lernt man da?

«Es geht darum, den Zeitgeist, die Bedürfnisse der heutigen Jungen zu erfassen und für sie mit ganz unterschiedlichen Medien, etwa Film, Audio, aber auch Events, etwas zu gestalten. Es geht darum, wie sich aktuelle Trends, Werte, verschiedene Szenen usw. auf Kommunikation, Anlässe und Design auswirken. Also darum, alles in einen Zusammenhang, in einen Kontext zu stellen.»

Selbsteinschätzung

Wie attraktiv ist unser Verein?

Erstellen Sie im Vorstand oder zusammen mit Mitgliedern ein Attraktivitäts-Profil für Ihren Verein – eine gute Gelegenheit für eine interessante Diskussion resp. Standortbestimmung. So funktioniert es:

- Wichtig ist, dass zuerst alle Diskussionsteilnehmenden die einzelnen Fragen für sich überlegen, bewerten und mit einem Kreuz auf der Skala von 1–10 eintragen. Sie können die Einschätzungen alle in der gleichen Tabelle eintragen oder hier je eine eigene Vorlage ausdrucken: www.vitaminb.ch/profil
- Diskutieren Sie anschliessend abweichende Einschätzungen.
- Wenn Sie wollen, können Sie durch das Verbinden der einzelnen Bewertungen ein Attraktivitäts-Profil Ihres Vereins erstellen.
- Diskutieren Sie, welches das ideale Attraktivitäts-Profil Ihres Vereins wäre.
- Treffen Sie allfällige Massnahmen, die Ihren Verein attraktiver machen.

Wir wünschen Ihnen gute Erkenntnisse!

1 10

noch nie daran gedacht

voll erfüllt

Wir erkundigen uns regelmässig nach den Bedürfnissen unserer Mitglieder.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir erkundigen uns regelmässig nach den Bedürfnissen potentieller Mitglieder.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir passen unser Angebot immer wieder diesen Bedürfnissen an.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir schreiben Partizipation hoch. Uns ist es wichtig, dass die Mitglieder im Verein mitbestimmen können.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir bilden immer wieder Arbeitsgruppen, Taskforces etc., um Angebote zu erarbeiten.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Deren Mitglieder bestätigen uns, dass sie genügend Befugnisse haben, um ihre Aufgabe zu erfüllen.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir bieten auch punktuelle und temporäre Engagements.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir nutzen Social Media – Facebook, Instagram etc. – für Information und Kommunikation.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Unsere Website hat ein Mitgliederportal, auf welchem die Mitglieder geschützte Daten und Informationen finden.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir fördern das Gemeinschaftsgefühl – die Community – mit diversen Anlässen, Umfragen etc.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Wir vertreten klare Werte – z.B. Gemeinschaft, Nachhaltigkeit, Awareness, Traditionen etc.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Zum Glück gibt's auch in der Stadt eine Oase

Die Stadtoase entstand aus einer «Zurück zur Natur»-Bewegung, mit dem Ziel, die Menschen zu einer gesunden Lebensweise zurückzuführen. Und das ist auch heute noch so. Und kommt gut an.

Die Stadtoase hat eine lange und bewegte Geschichte. 1891 wurde der Verein unter dem Namen «Naturheilverein» gegründet, zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstand auf einem weitläufigen Gelände am Zürichberg das erste Sonnenbad der Stadt. Eine Erfolgsgeschichte.

1942 wurde der «Naturheilverein Zürich» zum «Verein für Volksgesundheit», später zur «Stadtoase». Deren Aktivitäten und Angebote sind geprägt von der über 130-jährigen Geschichte des Vereins: Auch heute noch stehen die Grundpfeiler Gesundheit, Natur und (Frei-)Raum im Zentrum. Aber dank immer wieder neuer, zeitgemässer Angebote hat der «alte» Verein es geschafft, sich laufend den Bedürfnissen der Bevölkerung im stets wachsenden Zürich anzupassen. Auch heute noch hält man sich gern in der Stadtoase auf und geniesst ein bisschen Auszeit.

In der Stadtoase Zürich kann man saunieren, in der Schwitzhütte nach einem uralten Ritual Körper und Geist reinigen, kneipen, sich massieren oder die Nägel machen lassen, während die Kinder auf dem Spielplatz klettern, rutschen, balancieren. Andere ziehen in den Familiengärten Gemüse oder Blumen, bewundern den Heilpflanzengarten und lernen dabei etwas. Sie nehmen ein Sonnenbad, meditieren, halten sich mit Waldyoga oder Aikido fit, entspannen sich bei einer Fussreflexzonenmassage oder geniessen das Bistro. Ein riesiges Angebot für Gesundheit, Freude an der Natur und (Frei-)Raum – nicht alltäglich



in einer hektischen Stadt wie Zürich. Eine richtige Oase eben.

Partizipation wird in der Stadtoase gross geschrieben. Die Mitglieder prägen das Vereinsleben wesentlich und gestalten mit. Das tun sie nicht nur als Teilnehmende an Aktionstagen, als kluge Köpfe mit spannenden Ideen in Arbeitsgruppen, sondern auch als Autoren und Autorinnen von Inhalten auf einem nur den Mitgliedern zugänglichen Teil der Website. Eine äusserst lebendige, engagierte Gemeinschaft.

Mitgliederzahl 318
Anzahl Vorstandsmitglieder 6
(plus 3 Mitglieder Ombudsrat)
Gegründet 1891 als Naturheilverein,
1942 Umbenennung in Verein für Volksgesundheit, später in «Stadtoase»
Besucher | innen pro Jahr
geschätzt rund 20 000



6 Millionen Franken für Kulturvereine

Es lebe die Vielfalt! Mit einem Fördertopf von 6 Millionen Franken unterstützt die Migros Schweizer Kulturvereine. Melden Sie Ihren Kulturverein an und sichern Sie sich einen Anteil am Fördertopf. Wer sich vor dem

31.12.2022 registriert, nimmt zusätzlich an der Verlosung von Fr. 5000 teil. Die Förderaktion «Support Culture» läuft von Februar bis April 2023. Die Migros-Kundinnen und -Kunden erhalten in dieser Zeit pro Fr. 20 Einkaufswert einen Vereinsbon, den sie ihrem bevorzugten Kulturverein zu teilen können. Je mehr Vereinsbons ein Verein erhält, desto höher ist sein Anteil am Fördertopf.

Kulturvereine können sich jetzt mit ihrem Vereinswunsch anmelden:
www.migros.ch/culture

Neues Weiterbildungsprogramm online

Aufgrund guter Erfahrungen mit Online-Angeboten bieten wir auch 2023 sowohl Präsenz- wie Onlineseminare an. Alle Impuls-Veranstaltungen finden weiterhin online statt. Details unter:
www.vitaminb.ch/bildung

Neue Videos zu Vereinsfragen

Unsere Videos bieten in 120 Sekunden kompakte Antworten auf wichtige Vereinsfragen – zu rechtlichen Themen wie Ausstandspflicht, Traktanden und Anträgen oder Steuerpflicht genauso wie zur guten Zusammenarbeit im Verein. Kompakt, charmant und mit einem Augenzwinkern.
www.vitaminb.ch/vereinswissen/video-tutorials

1 von
100 001
Vereinen

jetzt
anmelden



Aktuell

www.vitaminb.ch

vitamin B wird ein Verein

In den letzten 22 Jahren hat das Migros-Kulturprozent vitamin B strategisch, finanziell und operativ begleitet. Nun wird vitamin B in eine eigenständige Struktur, einen gemeinnützigen Verein, überführt. Damit soll gewährleistet werden, dass das gesellschaftlich relevante Thema «Stärkung der Zivilgesellschaft» auch in Zukunft wirkungsvoll adressiert wird. Um die nachhaltige Lebensfähigkeit des Angebots sicherzustellen, begleitet das Migros-Kulturprozent den Verein vitamin B in den nächsten zwei Jahren finanziell und punktuell beratend.

Natürlich nehmen wir uns die Empfehlungen für einen attraktiven Verein, die in dieser Ausgabe des B-Dur Thema sind, zu Herzen. Zusammen mit interessierten Vereinen wollen wir eine lebendige Community aufbauen, in der man sich auch gegenseitig schnell und unkompliziert austauschen und helfen kann. Neu werden wir die Vereine miteinbeziehen und freuen uns auf das Know-how, die Erfahrungen und den Austausch mit unseren Mitgliedern.

Am bestehenden Angebot ändert sich vorderhand nicht viel. Unser Purpose lautet nach wie vor: «**vitamin B fördert eine solidarische, demokratische Schweiz durch die Stärkung der Zivilgesellschaft, indem wir Vereine niederschwellig und direkt unterstützen und sichtbar machen. Dabei experimentieren wir und entwickeln uns mit unserem Umfeld weiter.**»

Ich freue mich sehr, dass die grosse und bunte Vereinslandschaft in der Schweiz nun um einen Verein reicher wird.

Cornelia Hürzeler, Projektleiterin Soziales Migros-Kulturprozent, Gründung und Leitung vitamin B

vitamin
in B

Fachstelle für
Vereine

N° 48 Mai 2023
Digital Fundraising

Angebote von vitamin B

www.vitaminb.ch

Informationen rund um den Verein

Weiterbildung

Vorstands-Seminare und Vorabend-Veranstaltungen

Beratung

bei Fragen rund um die Vereinsführung
www.vitaminb.ch/beratung

Publikationen von vitamin B

Fachblatt B-Dur

Erscheint 2-mal jährlich

Die neuen Freiwilligen

GDI-Studie zur Zukunft zivilgesellschaftlicher Partizipation

Vereins-Monitor

Spezialauswertung zum Freiwilligen-Monitor

Vereine in der Schweiz

Historischer Fachartikel

Notizen für den Verein

Das Notizheft für Vorstände

Himmel & Hölle-Spiel

8 Tipps für den Sitzungsstart

Impressum

B-Dur | Fachblatt der Fachstelle vitamin B |
2-mal pro Jahr | Auflage 11 500 Exemplare
Redaktion: Fanni Dahinden, Maja Graf
Gestaltung: Mirja Lüthi, m2 Design
Fotografie: Gerry Amstutz
Druck: Schneider Druck AG

Die Fachstelle vitamin B unterstützt Vereinsvorstände mit Information, Beratung und Weiterbildung.

vitamin B wird vom Migros-Kulturprozent und dem Sozialdepartement der Stadt Zürich unterstützt.

Unterstützt von

 **MIGROS**
Kulturprozent

Teil des gesellschaftlichen Engagements der Migros-Gruppe:
migros-engagement.ch

www.vitaminb.ch
www.facebook.com/fachstellenvitaminb

