

B/ DUR

fit für den Verein
→ www.vitaminb.ch

vitamin **B**

N°25
September 2011

Themenschwerpunkt

**Facebook
&
Co.**



Die Fachstelle vitamin B
unterstützt Vereinsvorstände mit
Information, Beratung und
Weiterbildung.
vitamin B ist ein Angebot des
Migros-Kulturprozent.

Konzept und Realisation

MIGROS
kulturprozent



Das Zeitalter der **Social Media** hat bereits begonnen!

VON CHARLOTTE SPINDLER

Für Vereine können interaktive Kommunikationsplattformen, sogenannte Social Media, eine attraktive Möglichkeit sein, im Internet den Austausch mit den Mitgliedern zu pflegen und neue Interessierte, vor allem jüngere Leute, anzusprechen.

Die eidgenössischen Wahlen haben es gezeigt: Parteien, Verbände und andere grosse Organisationen unterhalten heute (fast) selbstverständlich nicht nur eine Homepage, sondern auch ihre Social Media Seite auf Facebook oder seltener ein Konto bei Twitter. Für einen Verein kann sich heute durchaus die Frage stellen, ob er einen Facebook-Account eröffnen soll, und wie er für Vereinsmitglieder und mögliche neue Interessierte gestaltet werden kann.

Christian Zwinggi, PR-Berater, Kursleiter bei vitamin B und selber Präsident eines Vereins, der Kulturgemeinschaft Uster, meint: «Gerade für Vereine bieten die Social Media Möglichkeiten, die es zu nutzen gilt. Facebook kann für einen Verein ein wirksames Instrument sein, um auf sich aufmerksam zu machen, die Mitgliederbindung zu stärken und die Kommunikation unter den einzelnen Mitgliedern zu fördern. Ein Facebook-Account ist kostenlos und kann auf der Vereinswebsite eingebaut werden. Und je mehr Personen Facebook nutzen, desto wertvoller wird das Medium.»

Über Facebook können aktuelle Anlässe angekündigt, Vereinsmitglieder für eine Aktion gewonnen oder aktuelle Ereignisse kommentiert und diskutiert werden. Die Internet-Plattform bietet auch Möglichkeiten, Fotos oder einen kleinen Film vom letzten Vereinsausflug aufzuschalten und andere Aktualitäten aus dem Vereinsleben zu kommunizieren.

Darüber hinaus, so Christian Zwinggi, könne Facebook den Dialog zwischen Vorstand und Mitgliedern und unter den Mitgliedern fördern – und dies nicht nur an der jährlichen Mitgliederversammlung. «Social Media sind interaktiv und schnell; die Nutzerinnen und Nutzer schalten sich ein, werden selber aktiv, bringen Ideen ein und sagen, was ihnen gefällt und was nicht.» Allerdings ersetze Facebook die tatsächliche Mitgliederarbeit und den persönlichen Kontakt nicht.

Mehr Medienkompetenz wünscht sich Christian Zwinggi auch für Vereine. Er rät, sich locker dem Thema Social Media zu nähern. «Sicher, für den Anfang muss mit einem gewissen Zeitaufwand gerechnet werden. Es braucht jemanden, der die Facebook-Seite betreut und die Kommunikation am Laufen hält; später wird die Community immer mehr zur Aktualisierung beitragen. Facebook und andere Online-Plattformen sind flüchtige Medien; es lohnt sich nicht, zu viel Zeit in aufwändige Konzepte zu investieren, sondern vorgängig die Fragen der Ziele, Ressourcen und Verantwortung zu klären und dann loszulegen, um Erfahrungen zu sammeln.»

Portale

→ www.facebook.com

Die bekannteste Plattform ist derzeit Facebook (s. unten) mit 2,5 Millionen angemeldeten Nutzerinnen und Nutzern in der Schweiz. Weltweit sollen es 700 Millionen aktive Nutzende sein, Einzelpersonen und Gruppen.

→ www.twitter.com

Über 200 000 Accounts verzeichnet der Online-Dienst Twitter (Gezwitscher) in der Schweiz; Twitter-Userinnen und -User lassen sich über Kürzestnachrichten (Tweets) von höchstens 140 Zeichen informieren und gegebenenfalls auch für eine Aktion mobilisieren. Für Kampagnen setzen vor allem Organisationen, Behörden oder Kulturinstitute zunehmend Twitter ein; auch Medien erreichen ihre Nutzer über Twitter-Meldungen.

→ www.youtube.com

Die kurzen Filmchen auf der Plattform Youtube sind gerade bei jüngeren Leuten höchst beliebt; sie werden oft ausführlich kommentiert und weiterempfohlen und erhalten dadurch unter Umständen ein grosses Publikum.

→ www.flickr.com

Flickr.com ist eine Online-Plattform für Fotos.

→ www.plus.google.com

Auch Google hat seit kurzem ein eigenes (und rasch wachsendes) soziales Netzwerk: Google+. Freundinnen und Freunde werden hier in Kreisen organisiert (Familie, Berufskolleg(inn)en, Sportfreunde etc.) Das neue Kind des Online-Giganten ist eine klare Konkurrenz zu Facebook und Co.

Blogs

Blogs sind eine Art Tagebücher (Weblogs), häufig von Prominenten und Medienschaffenden geführt. Daneben betreiben Unternehmen zu Werbezwecken Corporate Blogs.

Professionelle Plattformen

Zu den bekanntesten Plattformen, auf denen sich Berufsleute vernetzen, gehören linkedin, Xing, studiVZ, die Personensuchmaschinen yasnij, 123people etc.



Social Media – wie nutzen?

- Ein Profil auf Facebook wird hauptsächlich von Einzelpersonen und unter einem persönlichen Namen eröffnet. Die Personen, die sich mit diesem Profil verbinden, sind die «Freunde.»
- Eine Gruppe auf Facebook ist für kleinere Personengruppen bestimmt. Wer ein Profil auf Facebook hat, kann eine Gruppe eröffnen und Mitglieder gewinnen. Es gibt offene und geschlossene Gruppen.
- Organisationen, Unternehmen oder Gruppen können über eine Seite auf Facebook in Erscheinung treten. Um eine Seite zu eröffnen, braucht es nicht unbedingt ein Profil. Auf der Facebook-Seite kann man Infos ankündigen, Fotos von Anlässen veröffentlichen und anderes mehr. Die Seite ist auch für Nicht-Facebook-Userinnen und -User einsehbar. Sponsoren und andere Interessierte können auf der Seite erscheinen.



Was kommt auf die Facebook-Seite?

- Jahresprogramm | Veranstaltungskalender
- Ankündigung der GV mit Traktandenliste
- Aktuelle Mitteilungen
- Fotos von Vereinsanlässen
- Eine aktuelle Kampagne
- Wettbewerb oder ein kleines Spiel etc.

Auf der Website des Vereins können Inhalte der Facebook-Seite eingebaut werden.
Informationen dazu unter → hdevelopers.facebook.com/docs/plugins

Die Vorabendveranstaltung IMPULS Social Media für den Verein

Die Vorabendveranstaltung IMPULS bringt auf den Punkt, wie und wofür sich Facebook und Twitter für den Verein einsetzen lassen.
MO, 11. Juni 2012, 18–19.30 Uhr

Details und Anmeldung
→ www.vitaminb.ch

Wer nutzt's? Wem nützt's?

Eine aktuelle Studie nennt Vor- und Nachteile

Die Autorinnen und Autoren Luzia Soliva, Lorin Segrada und Susanne Urban haben in einer 2010 vorgelegten Masterarbeit an der Hochschule für Design & Kunst, Luzern, untersucht, wie Social Media als Marketing-Instrument für Music-Clubs genutzt werden kann. Die von ihnen befragten Music-Clubs – Kofmehl in Luzern, Moods in Zürich und KIFF in Aarau – haben ein tendenziell junges und medien-gewandtes Publikum; die Befunde können sich also nicht unbedingt auf andere, traditionellere Vereine übertragen lassen, aber sie zeigen doch interessante Aspekte:

- Das Werbeverhalten der drei untersuchten Clubs hat sich seit Facebook noch nicht stark verändert. Flyer, Plakate, Inserate, gedruckte Monatsprogramme und Newsletter im Internet bleiben wichtige Medien, um auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Facebook ist derzeit noch eine Werbemöglichkeit unter anderen.
- Eine Befragung von Veranstaltungsbesucherinnen und -besuchern von Kofmehl, KIFF und Moods zeigt zudem: Mundpropaganda als Werbemittel ist immer noch wichtig. Plakate erreichen rund 50 Prozent der Befragten gelegentlich, gelegentlich bis sehr oft genutzt werden die Homepage der Veranstalter (37,7 Prozent bzw. 30,1 Prozent). 4,5 Prozent der Befragten erklären, sie nutzen Facebook immer, 33 Prozent sehr oft.
- Die Akzeptanz von Werbung über Facebook ist bei der Altersgruppe zwischen 20 und 29 Jahren am stärksten. Bei der Werbung spielt es einerseits eine Rolle, ob die Einladung über eine bekannte Person geschickt wird, aber auch, ob es sich um eine Veranstaltung mit berühmter Band oder beliebtem DJ handelt. Ein wichtiger Faktor ist die Standort- bzw. Clubtreue.
- Als Vorteil bezeichnen die Club-Betreibenden, dass sie über Facebook Veranstaltungen kurzfristiger ankündigen können.
- Als Nachteile nennen die Veranstalter: Der Aufwand, eine Fanpage zu bedienen bzw. die Veranstaltungen regelmässig einzutippen, ist nicht zu unterschätzen. Die Gestaltungsmöglichkeiten auf Facebook sind beschränkt, und es besteht die Gefahr, dass die Nutzerinnen und Nutzer mit Infos «zugedeckt» werden.



mit Dr. Andreas Liebrich,
Dozent an der Hochschule Luzern

«ÜBER EINE FACEBOOK-SEITE LASSEN SICH MITGLIEDER VERNETZEN»

Welche Vereine sind heute vor allem auf Facebook? Ich kenne keine Untersuchung dazu. Offensichtlich ist jedoch, dass Vereine mit grossen Fangemeinschaften (ich denke beispielsweise an den FC Barcelona) Erfolg haben auf Facebook. Das bedeutet nicht, dass kleine Vereine nicht auch Erfolg haben können mit einem Facebook-Auftritt. Voraussetzung sind u.a. Kreativität und/oder Mitglieder, die Facebook gerne nutzen und sich auch in der Gruppe virtuell austauschen wollen.

Für welche Vereine eignet sich Facebook? Für Vereine, welche

- Gruppen (z.B. Vorstand oder bestimmte Kommissionen) haben, die sich auch virtuell (z.B. in einer Facebook-Gruppe) austauschen möchten.

- Fans, Gönner, Sponsoren, Passivmitglieder informieren und ansprechen wollen.
- Ideen mit der Facebook-Öffentlichkeit austauschen.
- Abstimmungen – beispielsweise über neu anzuschaffende Bekleidungsstücke – durchführen möchten.
- Veranstaltungen planen, zu denen angegeben werden muss, wer kommt und wer verhindert ist.
- Mitglieder besser vernetzen möchten.

Welche Möglichkeiten könnten Vereine vermehrt ausschöpfen? Wichtig ist es zu erwähnen, dass nicht alle Vereine unbedingt Facebook nutzen müssen. Es werden jedoch viele der oben erwähnten Möglichkeiten noch zu wenig beachtet. Da Facebook eine Gratiskommuni-

kationsplattform ist, kann sie, wenn sie clever eingesetzt wird, auch Printkosten sparen.

Soziale Netzwerke schaffen neue Werbeformen und damit neue Berufe. Aber ein Verein ist keine Werbeagentur, die einen Social Media Planner beschäftigen kann, der Social Media Massnahmen in Netzwerken, auf Fanseiten und Blogs betreut. Hat eine Vereins-Facebook-Seite unter den von Profis betreuten Medien überhaupt Chancen? Oder anders: Wie kann ein Verein seine Facebook-Seite gestalten, damit sie attraktiv bleibt? Hierzu ist Kreativität gefragt. Patentrezepte gibt es keine. Ein Verein hat den Vorteil, dass die Mitglieder einander (meist) kennen, und deswegen die Hemmschwelle für eine Interaktion tiefer ist, als wenn man sich noch nicht kennt.

Interview

Im besten Fall werden bisherige Kommunikationskanäle durch Facebook ersetzt. Beispielsweise können Konsultativabstimmungen oder Meinungen von Mitgliedern über Facebook eingeholt werden. Wer sich nicht meldet, wird entsprechend auch nicht berücksichtigt. So können Sachzwänge für Interaktion geschaffen werden.

Wie wird sich über soziale Netzwerke das Kommunikationsverhalten in den nächsten Jahren verändern? Das steht noch in den Sternen. Die Welt dreht sich im Moment in diesem Bereich sehr schnell. Allerdings glaube (und hoffe) ich nicht, dass sich das aktive Vereinsleben zu stark auf die virtuellen Medien konzentriert. Das wäre ein Verlust für die Gesellschaft.

Je mehr Personen Facebook nutzen, desto wertvoller wird das Medium!

Fragen

beantwortet von **Christa Camponovo, vitamin B Beratung**

«Unser Verein ist jetzt auch auf Facebook. Um die Seite attraktiv zu gestalten, möchten wir Fotos von unseren Aktivitäten ins Netz stellen. Da auch gut erkennbare Personen abgebildet sind, fragen wir uns, ob diese um ihr Einverständnis angefragt werden müssen; die Fotos können ja nur von «Freunden» angeschaut werden.»



→ www.vitaminb.ch

Antworten auf Fragen rund um den Verein erhalten Sie bei unserer Fachstelle vitamin B, per E-Mail, telefonisch oder persönlich.

Fotos gehören zu den schützenswerten Personendaten und dürfen grundsätzlich nur mit der Einwilligung der gezeigten Personen verwendet werden. Auch wenn man auf Facebook die Zugänglichkeiten einschränken kann, ist es trotzdem ein offenes Medium, dessen Reiz ja gerade darin besteht, dass immer mehr Personen immer mehr Einblicke gewinnen. Zudem ist ein Verein ja daran interessiert, möglichst viele «Freunde» zu haben. Ich rate deshalb, keine Fotos ohne Einwilligung der betreffenden Personen zu veröffentlichen. Die Anfrage an die Vereinsmitglieder bietet gleichzeitig die

Gelegenheit, mit diesen in Kontakt zu treten. Generell sind Aufnahmen zu verwenden, auf denen die Menschen nur bedingt oder in einer Menge erkennbar sind. Weiter sollen die Fotos nicht mit dem Namen der Abgebildeten versehen und keine Bilder verwendet werden, die persönlichkeitsverletzend sind oder Rückschlüsse auf religiöse oder politische Einstellungen zulassen, Drogenkonsum oder kriminelle Handlungen zeigen, Sozialhilfebezug dokumentieren etc. Selbstverständlich sind Bilder auf Antrag der Abgebildeten sofort zu löschen.

«Ich bin neu in den Vorstand eines Vereins gewählt worden. Der Vorstand konstituiert sich mit Ausnahme des Präsidenten selber. Ich habe das Amt der Aktuarin übernommen und schreibe die Protokolle. Nun hat sich letztes Mal herausgestellt, dass ich vergessen hatte, einen Diskussionsbeitrag festzuhalten. Bis anhin wurde nie etwas beanstandet. Der Präsident verlangt nun, dass immer ein Parallelprotokoll geführt wird, das heisst, zur Sicherheit verfassen zwei Personen ein Protokoll. Ich möchte das nicht akzeptieren, weil ich den Aufwand übertrieben finde, und weil ich es als mangelndes Vertrauen ansehe. Zudem genehmigen wir ja das Protokoll zu Beginn der Sitzung, damit allenfalls Korrekturen oder Ergänzungen gemacht werden können. Kann ich das Amt niederlegen und verlangen, dass ich eine andere Aufgabe übernehmen kann? Ich investiere viel Zeit in den Verein, aber so macht es keinen Spass mehr.»

Ihre Haltung verstehe ich voll und ganz. Folgende Anmerkungen dazu:

- Für das Erstellen eines Protokolls sollte der Aufwand in Grenzen gehalten werden. Man muss sich überlegen, welchen Zweck das Protokoll erfüllen soll. In den meisten Fällen geht es darum, dass die Beschlüsse festgehalten werden und nachvollziehbar sind. Ein eigentliches Wortprotokoll ist in den wenigsten Fällen nötig. Angesichts der Ressourcenknappheit in Vorständen und der «harmlosen» Traktanden ist das Führen von Parallelprotokollen schlicht unsinnig.
- Der Präsident kann nicht eigenmächtig über alles bestimmen. Wenn schon, würde ich eine Diskussion und allfällige Abstimmung über die Protokollführung im Vorstand verlangen.
- Delegieren können ist eine wichtige Fähigkeit eines Präsidenten. Er erspart sich damit nicht nur Arbeit, sondern er gewinnt damit motivierte Vorstandsmitglieder; Sie sind ein gutes Beispiel dafür.
- Da sich der Vorstand Ihres Vereins selber konstituiert, das heisst, die Ämter selber verteilt, können Sie im Vorstand beantragen, Ihre bisherigen Aufgaben zur Verfügung zu stellen und ein anderes Ressort zu übernehmen.

Verein der Titelseite: Portrait Landfrauen Hornussen AG
LANDFRAUEN AUF FACEBOOK:
«ES IST WICHTIG, AUF ALLEN KANÄLEN PRÄSENT ZU SEIN.»



VON CHARLOTTE SPINDLER

Die Landfrauen Hornussen AG pflegen das Vereinsleben – und das seit 1945. Ihr Jahresprogramm spricht jüngere wie ältere Vereinsmitglieder an, und über ihre Facebook-Seite erreichen sie auch junge Frauen und Neuzuzügerinnen in der Gemeinde.

Das Aargauer Dorf Hornussen mit seinen über 850 Einwohnern ist längst kein Bauerndorf mehr, und auch die Landfrauen gehen oft einer ausserhäuslichen Erwerbstätigkeit nach. Bäuerinnen sind selten geworden. Präsidentin Rosmarie Mösch erzählt: «Im Jahr 1945 gab ein Kurs in Filzen den Anstoss zur Gründung der Landfrauen Hornussen. Kurse und Vereinsreisen waren damals wichtige Anlässe für die Frauen, denn auf dem Land kam man in dieser Zeit noch nicht häufig aus dem Haus. Kurse, Besichtigungen und Ausflüge finden sich auch heute noch im gemeinsamen Jahresprogramm der Landfrauen und des Frauenbunds Hornussen. Früher gehörten die katholischen Frauen dem Frauenbund an, während sich die Bäuerinnen und reformierten Frauen den Landfrauen anschlossen; heute arbeiten die

beiden Frauenvereine in der Gemeinde eng zusammen; viele Frauen sind Mitglieder beider Vereine.

KEINE NACHWUCHS-SORGEN

«Unsere Mitglieder sind zwischen 30 und 80 Jahre alt», sagt Rosmarie Mösch, die seit sechs Jahren die Landfrauen Hornussen präsidiert. «Nachwuchsprobleme haben wir kaum. Mit unseren Aktivitäten sind wir im Dorf präsent und finden so den Zugang auch zu den Neuzuzügerinnen.» An der Gemeindeversammlung organisieren die Landfrauen jeweils einen Apéro für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, natürlich mit selbstgemachtem Gebäck. Auch die Festwirtschaft an der

1. August-Feier übernehmen traditionellerweise die Landfrauen, und am Weihnachtsbaumverkauf schenken sie an ihrem Stand Glühwein aus. Nicht ohne Stolz fügt Rosmarie Mösch bei, dass auch die Gemeindepräsidentin von Hornussen Mitglied bei den Landfrauen sei.

«Wir machen viel für unser Dorf», sagt auch Vorstandsmitglied Dania Egli, die erst vor drei Jahren nach Hornussen gezogen ist. Sie selbst engagiert sich bei den Landfrauen, im Rad- und Motorradverein, in der Feuerwehr Hornussen und in der Finanzkommission der Gemeinde. Auch Rosmarie Mösch ist aktiv in verschiedenen Organisationen, spielt Euphonium im Musikverein Tägerig und ist Mitglied der Musikkommission.

**KIRCHLICHES,
GEMEINNÜTZIGES,
GESELLIGES**

Das Jahresprogramm gibt einen guten Eindruck von den Aktivitäten der beiden Frauenvereine. Zum einen gibt es Anlässe in der Pfarrei, zum Beispiel eine Abendwallfahrt oder die Erntedankfeier im September, daneben verschiedene Kurse, auch für Kinder, eine alljährliche Vollmondwanderung, in der Adventszeit dann Guetzlbacken und eine Rorate-Feier mit Zmorge. «Wir unterstützen immer auch gemeinnützige Projekte», erklären Rosmarie Mösch und Dania Egli, «doch im Vordergrund steht bei uns die Geselligkeit.»

Seit einem halben Jahr sind die Landfrauen auf Facebook. «Unsere älteren Mitglieder erreichen wir auf traditionellen Wegen, aber wir möchten auch junge Frauen ansprechen», sagen die beiden Vorstandsfrauen. Auf eine eigene Website wurde verzichtet, aber die Facebook-Seite

hat sich jetzt schon gut etabliert. Zuständig ist Dania Egli, von ihrer beruflichen Tätigkeit her computergewohnt. «Jeden Tag gehe ich rasch mal auf unsere Facebook-Seite und schaue, ob etwas gepostet worden ist», sagt sie. «Ich weise auf unsere Veranstaltungen hin, zeige Fotos von unserem letzten Vereinsanlass oder unserer Vereinsreise, aber aus Datenschutzgründen verzichte ich darauf, die Namen zu nennen. Schliesslich stehen ja nicht Einzelpersonen im Vordergrund, sondern unser Verein!» Der Aufwand halte sich in Grenzen, meint Dania Egli. «Wir fangen klein an und können nach Bedarf ausbauen. Wichtig ist es, auf allen Kanälen präsent zu sein.» Nach wie vor nutzt Vereinspräsidentin Rosmarie Mösch für organisatorische Dinge in erster Linie das Telefon. Aber öfter mal hört sie: «Was, die Landfrauen auf Facebook? Das ist ein lässiger Verein!»

Mitgliederzahl: 85
 Anzahl Vorstandsmitglieder: 5
 Gründungsjahr: 1945
 Mitgliederbeitrag: Fr. 25 pro Jahr

Viele Mitglieder der Landfrauen sind gleichzeitig auch beim Frauenbund Hornussen.

Das gemeinsame Jahresprogramm der Landfrauen Hornussen und des Frauenbunds Hornussen kann direkt bei den Vereinen bestellt werden. Viermal jährlich erscheint ein Infoblatt; die Veranstaltungen werden auch im Pfarrblatt «Horizonte» und in der Regionalpresse publiziert.

Infos und Kontaktadressen finden sich unter
 → www.hornussen.ch
 → www.facebook.com

Die Landfrauen Hornussen sind Mitglied beim Aargauischen Landfrauenverband ALFV und beim Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverband
 → www.landfrauen-ag.ch
 → www.landfrauen.ch



Veranstaltungen und mehr

Open-Space Konferenz «Grenzen-Los!»

MO, 21. | DI, 22. NOVEMBER 2011 IN DORNBIERN



Das Netzwerk «Grenzen-Los!», das Organisationen aus Staat, Zivilgesellschaft und Wirtschaft aus Deutschland, Österreich und der Schweiz umfasst, widmet sich an einer Tagung der Frage «Was kann Beteiligung und Selbstorganisation für die Förderung von freiwilligem Engagement leisten?» Die Teilnehmenden sind eingeladen mitzudenken, nach Lösungen zu suchen und gemachte Erfahrungen einzubringen.

Ausschreibung und Anmeldung
→ www.grenzen-los.info

Podiumsdiskussion: Engagement als «Kitt der Gesellschaft»? Freiwilligenarbeit im Wertewandel

MO, 31. OKTOBER 2011, 18:30–21 UHR,
GLOCKENHOF ZÜRICH

Freiwilliges Engagement wird häufig als «der Kitt» bezeichnet, «der eine Gesellschaft zusammenhält». Gleichzeitig mehren sich kritische Stimmen, die aufgrund eines Wertewandels hin zu mehr Individualisierung und Selbstentfaltung das freiwillige Engagement in Gefahr sehen. Studien bestätigen einen Wandel auch bezüglich Motivationen und Formen des Engagements.

Details und Anmeldung
→ www.zuerichfreiwillig.ch

Die nächsten Veranstaltungen bei vitamin B

BAZAR «WIE RETTEN WIR UNSEREN VEREIN?»

MO, 7. NOVEMBER 2011, 18–19.30 UHR

MIGROS HOCHHAUS AM LIMMATPLATZ, 4. STOCK, ZÜRICH

Was tun bei Mitgliederschwund oder mangelndem Interesse bei jungen Menschen? Der Input zeigt die kritischen Eckdaten auf und gibt Hinweise auf ein konkretes Vorgehen.

Leitung: Barbara Eppler

Anschliessend Apéro als Gelegenheit für Austausch und Vernetzung.

WORKSHOP «JAHRESBERICHT SCHREIBEN»

SA, 12. NOVEMBER 2011, 9–16 UHR

MIGROS HOCHHAUS AM LIMMATPLATZ, 4. STOCK, ZÜRICH

- Zweck und Inhalt eines Jahresberichts
 - Effiziente Schreibtechniken
- Attraktiv und verständlich schreiben
 - Vorschläge für gute Gestaltung

Leitung: Emil Zopfi, Schriftsteller

Details und Anmeldung
→ www.vitaminb.ch

Fachstelle vitamin B

Gasometerstrasse 9
8005 Zürich
Tel. +41 43 266 00 11
Fax +41 43 266 00 44
info@vitaminb.ch

→ www.vitaminb.ch

Öffnungszeiten

Dienstag, Mittwoch,
Donnerstag
14 bis 17 Uhr.
Individuelle Termine
nach Absprache.

Angebote von vitamin B

www.vitaminb.ch

A–Z für Vereine, Arbeitshilfen,
Links, Informationen rund um
den Verein.

Weiterbildung

Seminare und Workshops für
Vorstände, Vorabendveranstaltungen
mit fachlichen Inputs
und Austauschmöglichkeiten.

Auskunft und Beratung

Persönlich, telefonisch und via
E-Mail bei Fragen rund um
die Vereinsführung.

Publikationen von vitamin B

Bulletin B-Dur

Erscheint zwei Mal jährlich.

Der Verein von A–Z

Eine Anleitung in 400 Stichworten.

Vereinsweg, Gemeinden und Vereine:

eine Partnerschaft mit Zukunft

Ein Handbuch für Vereine und
Gemeinden.

Sitzungs-Buch

Der praktische Begleiter für die
Vorstandssitzungen, mit Tipps
und Platz für Notizen.

→ www.vitaminb.ch/Publikationen

vitamin B
fit für den VEREIN

Konzept und Realisation
MIGROS
kulturprozent



IMPRESSUM B-Dur; Bulletin der Fachstelle vitamin B; 2-mal pro Jahr; Auflage 8500 Exemplare; Redaktion: Charlotte Spindler und Christa Camponovo; Grafik und Gestaltung: Mirja Lüthi, m2 Design, Zürich; Fotografie: Gerry Amstutz und Franz Rindlisbacher, Zürich; Druck: Hürzeler AG, Regensdorf

Die Fachstelle vitamin B ist ein Angebot des Migros-Kulturprozent. Sie unterstützt Vereinsvorstände bei ihren Aufgaben mit Weiterbildung, Beratung und Information. vitamin B wird vom Sozialdepartement der Stadt Zürich unterstützt.

Das Migros-Kulturprozent ist ein freiwilliges, in den Statuten verankertes Engagement der Migros, das in ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gründet. Es verpflichtet sich dem Anspruch, der Bevölkerung einen breiten Zugang zu Kultur und Bildung zu verschaffen, ihr die Auseinandersetzung mit der Gesellschaft zu ermöglichen und die Menschen zu befähigen, an den sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Veränderungen zu partizipieren. Tragende Säulen sind die Bereiche Kultur, Soziales, Bildung, Freizeit und Wirtschaftspolitik.
www.migros-kulturprozent.ch