



Konferenz Landschaftsschutz

Die «Konferenz Landschaftsschutz» ist ein Treffen für Organisationen, die sich für den Schutz und die Pflege der Landschaft einsetzen. Schweizweit gibt es – im engeren und weiteren Kontext – zwischen 200 und 250 solcher Gruppen, Vereine und Stiftungen. Doch viele wissen nicht voneinander – nicht, dass es sie gibt, und nicht, was sie konkret tun. Die Konferenz Landschaftsschutz will die Vernetzung unter diesen Organisationen fördern, damit sie voneinander lernen und sich gegenseitig unterstützen können, sowohl in inhaltlichen wie in organisatorischen Belangen, und damit indirekt auch den Landschaftsschutz stärken.

1. Konferenz Landschaftsschutz 2025 – Rückblick und Ausblick

Die erste Ausgabe fand am Samstag, 22. November 2025, in der Grünen Halle in Langenthal BE statt. 55 Teilnehmer:innen vertraten 41 Organisationen. Sebastian Moos begleitete sie als Moderator durch den Tag. Organisiert hatten die Konferenz die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz SL-FP, der Landschaftsschutzverband Vierwaldstättersee LSVV und die Randenvereinigung Schaffhausen. Rund ein halbes Jahr vor der Konferenz hatten die Organisator:innen in einer Umfrage die Bedürfnisse der interessierten Gruppen abgefragt und das Programm auf den Ergebnissen aufgebaut.

Die wichtigsten Programmpunkte (Protokolle am Ende des Dokuments)

Selbstporträts von drei Organisationen zu ihren Zielen, Aufgaben und Vorgehen:

- Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (nationale Ebene)
- Association pour la Sauvegarde du Léman (regionale Ebene)
- Pro Lej da Segl (lokale Ebene)

Interaktive Workshops zu inhaltlichen und organisatorischen Themen:

- Landschaft als Lösungsansatz
- Ufer-)Revitalisierungen
- Bauen (in) der Landschaft
- Energielandschaften
- Fundraising
- Mitgliederwerbung
- Öffentlichkeitsarbeit

Das Ziel der Konferenz war der direkte Austausch unter den Teilnehmer:innen, um sich gegenseitig unkompliziert mit Erfahrungen und erfolgreichen Strategien zu unterstützen. In den Workshops diskutierten jeweils rund 12 Personen intensiv und engagiert über die Herausforderungen für die Landschaften, über Vollzugsdefizite, Zielkonflikte und Qualitätshindernisse. Damit alle zu Wort kamen, tauschten sich zunächst jeweils zwei bis drei Personen und erst anschliessend die ganze Gruppe aus. Gefragt waren immer Lösungsideen: Die Teilnehmer:innen erkundigten sich gegenseitig nach Erfolgsfaktoren und wirkungsvollen Projekten, um voneinander zu lernen.

Vom Frühstück bis zum Aperó waren pausenlos Gespräche im Gang. Manche kannten sich, andere lernten sich kennen. Gemeinsam gelang Organisator:innen und Teilnehmer:innen ein anregender und ergiebiger Tag, unterstützt von der einladenden und umsichtigen Moderation von Sebastian Moos.

Im Schlussteil zogen Teilnehmer:innen spontan Bilanz. Gemäss der Kurzumfrage per Mentimeter wurden ihre Erwartungen sowohl an den Inhalt wie auch an das Format klar erfüllt. Zwei Drittel wünschen sich eine zweite Konferenz bereits im kommenden Jahr, ein Drittel in zwei Jahren. Nur eine Person würde nicht erneut teilnehmen. Eine nächste Konferenz solle sich noch konkreter landschaftlichen Fragen widmen, regten einige an. Kritische Äusserungen betrafen den Geräuschpegel während der Workshops sowie den nicht so naheliegenden Durchführungsort.

Die Organisator:innen ziehen eine überaus positive Bilanz. Ihre Erwartungen wurden ebenso erfüllt wie jene der Teilnehmer:innen. Der Bedarf nach Austausch ist gross. Die erste Ausgabe der Konferenz hat zudem das breite Spektrum der Organisationen von lokal bis national, von nebenberuflich bis professionell, von klein bis gross verdeutlicht und gleichzeitig einen Dialog über dieses Spektrum hinweg ermöglicht. Durch diesen Austausch und die zahlreichen Debatten entstanden eine motivierende Stimmung und ein Gemeinschaftsgefühl. Für viele Teilnehmer:innen erwies sich die Konferenz als wertvolle gegenseitige (Weiter-)Bildung. Sie hat zudem die Erwartungen der Teilnehmer:innen konkretisiert, was im Hinblick auf künftige Ausgaben nützt. Die Organisator:innen werden demnächst über eine weitere Durchführung entscheiden. Auch für die nächste Konferenz würden die interessierten Gruppen im Vorfeld wieder nach Themen befragt.

Organisation: Urs Steiger, [Landschaftsschutzverband Vierwaldstättersee](#); Rahel Marti, [Stiftung Landschaftsschutz Schweiz](#); Hans-Georg Bächtold, [Randenvereinigung Schaffhausen](#)

Moderation: [Sebastian Moos](#)

Download Dokumentation und Präsentationen: www.sl-fp.ch/konferenz

Momente in der Grünen Halle



Fotos: Sebastian Moos

Präsentationen und Protokolle

Selbstporträt einer nationalen, regionalen und lokalen Organisation

Stiftung Landschaftsschutz Schweiz

Franziska Grossenbacher, Co-Geschäftsleiterin

Die Stiftung Landschaftsschutz wurde 1970 gegründet als die Stimme der Landschaft. Seither engagiert sie sich mit der kleinen Geschäftsstelle in Bern (540 Stellenprozent) für die Vielfalt und Qualitäten der Schweizer Landschaften. Die Herausforderungen liegen in der steigenden Arbeitslast aufgrund der wachsenden Ansprüche an die Landschaft bei gleichbleibenden personellen Ressourcen, dem schweren Stand der Landschaftsthemen in der Politik und der Sparpolitik des Bundes, welche auch wichtige Landschaftsinstrumente bedroht (FLS).

www.sl-fp.ch

Association pour la Sauvegarde du Léman

Suzanne Mader-Feigenwinter, secrétaire générale

Die Association pour la sauvegarde du Léman (ASL) wurde 1980 als grenzüberschreitende französisch-schweizerische Organisation gegründet. Die Hauptziele sind die nachhaltige Sicherung der Wasserqualität, die Erhaltung der landschaftlichen und ökologischen Qualität aquatischer Ökosysteme sowie die Erhaltung der Lebensqualität der Bevölkerung im Genferseegebiet (nachhaltige Entwicklung). Sie hat 4000 Mitglieder und Freiwillige. Mit einem Jahresbudget von rund 1,2 Millionen Franken kümmern sich 9 Mitarbeitende um aktuell acht Projekte. Gewässerbelastungen wie Abfälle, Mikroverunreinigungen, Mikroplastik und Erwärmung, aber auch invasive Neophyten und die Urbanisierung der Ufer bilden die heutigen thematischen Herausforderungen. Die Zusammenarbeit mit der breiten Bevölkerung in Form von Aktionen vor Ort sowie Sensibilisierungs- und Informationskampagnen ist eines der Kennzeichen und diene der Stärken der ASL. Mit der Opérations Rivières Propres hatte die ASL in einem Citizen-Science-Projekt mit 2000 Freiwilligen 20 000 Einläufe in den Lac Léman kontrolliert und knapp 1000 (Sanierungs-)Anträge an rund 500 Gemeinde geschrieben. Trotz der grossen Mitgliederschaft, kämpft auch die ASL mit der Suche nach neuen zahlenden Mitgliedern, aber auch nicht der geringeren Unterstützung durch Bund und Kantone. www.asleman.org

Pro Lej da Segl

David Jenny, Vorstandsmitglied

Die Pro Lej da Segl zum Schutz der Oberengadiner Seenlandschaft blickt auf eine lange Geschichte zurück. Entstanden ist sie 1944 auf Initiative verschiedener kantonaler und nationaler Schutzorganisation und Persönlichkeiten im Rahmen von Schutzverträgen, die die Organisation mit den Gemeinden Sils, Silvaplana, St. Moritz und Stampa nach dem Kampf gegen das Wasserkraftwerk Silsersee-Bergell abgeschlossen hatte. Die erste Schoggitaler-Aktion diente der Finanzierung der entsprechenden Entschädigungszahlungen von CHF 300 000. Heute befasst sich die Organisation mit der Einpassung von Bauten und Anlagen sowie Interventionen aller Art rund um die Seen und initiiert Renaturierungsprojekte. Pro Lej da Segl wird von der Bevölkerung breit unterstützt. Nach 99 Jahren Laufzeit enden in einigen Jahren jedoch die Schutzverträge mit den vier Oberengadiner Gemeinden, was Pro Lej da Segl vor grosse Herausforderungen stellt. www.prolejdasegl.ch

Resümees der Workshops zu inhaltlichen Themen

Workshop Landschaft als Lösungsansatz

Leitung: Urs Steiger, LSVV, Karina Liechti, SL-FP

Die grundsätzlich positive Haltung der Bevölkerung zur traditionellen Kulturlandschaft und zu einem attraktiven Lebensraum hilft, den Dialog über sektorielle Grenzen hinweg zu führen und im Sinne einer hohen Landschaftsqualität voranzutreiben. Anknüpfungspunkte bieten sich in zahlreichen Sektorpolitiken, die Instrumente und Massnahmen vorsehen. Das [Landschaftskonzept Schweiz \(LKS\)](#), die Publikationen [«Den Landschaftswandel gestalten»](#), [«Den Qualitäten und Werten von Landschaften auf der Spur»](#) oder [«Gute Beispiele für mehr Landschaftsqualität»](#) sowie die verschiedenen kantonalen Landschaftskonzeptionen zeigen geeignete Wege auf. Die Teilnehmer:innen diskutierten Herausforderungen und Erfolgsgeschichten in der Landschaft. Herausforderungen bestehen vor allem in den Bereichen «Vernetzung und Sensibilisierung», wo für eine breitere Zusammenarbeit mit Partnern und einer bereiteren Abstützung der Landschaftsanliegen in der Gesellschaft plädiert wurde, im Umgang mit Abläufen und teilweise unvorhersehbaren Dynamiken (Beispiel Biber als Landschaftsgestalter), in der sektoriellen Aufspaltung der Zugänge zu Landschaft (Beispiel Ökologische Infrastruktur und Landschaft) und im zunehmenden Druck auf die Landschaft (Siedlung, Freizeitnutzung, Energie, wenig Rückbau...). In den Erfolgsgeschichten wurden unter anderem die folgenden wichtigen Faktoren genannt: Geschichten bekannt machen (kommunizieren), Schlüsselpersonen (wobei dies auch als Risiko erkannt wurde, wenn zu viel von einer Person abhängt), Identifizierung mit einer Region (Beispiel Park Chasseral), Kunst als Landschaftsvermittler, Hartnäckigkeit, Geduld und Zufall. Und nicht zuletzt: «Einfach weiterarbeiten...»

Workshop Vom Bauen (in) der Landschaft

Leitung: Dieter Geissbühler, LSVV, Hans-Georg Bächtold, Randenvereinigung Schaffhausen

Zum Start sechs anregende Fragen

- Dilemma: Landschaft umfasst gemäss heute gültiger Definition den gesamten Lebensraum, auch die Siedlung. Gibt es das Dilemma «Schonung der Landschaft und dafür Dichtestress in den Siedlungen»?
- Innentwicklung: Was bedeutet Innenentwicklung in der offenen Landschaft und was für die Landschaftsplanung, für die Raumordnung?
- Unterschiedliche Landschaftstypen: Welche Rolle spielen Landschaftstypen bei der Beurteilung der Eingliederung von Bauten und Anlagen?
- Nur noch Umbau: Braucht es noch Neubauten ausserhalb der Bauzonen? Kannst du dir eine Zukunft ohne Neubauten vorstellen, also nur noch mit Umbauten?
- Regeln und Normen: Braucht es mehr Regeln für die Landschaftseinpassung, für die Siedlungslandschaften?
- Kompetenz: Interdisziplinäres Abwägen basiert auf entsprechenden Kompetenzen. Sind sie vorhanden? Braucht es mehr Ausbildung?

Diskussion von Herausforderungen und Lösungsansätze

- Landschaft wird als «Restwert» gesehen. Die Trennung von Bauzonen und Nichtbauzone verlangt nach dem Gleichgewicht von Siedlung und Landschaft.
- Landschaft gilt als Konsumgut, darum ist die Inwertsetzung von Landschaft zentral.
- Es braucht keine absoluten Regeln, gefragt sind Mut und Vernunft. Fördern und fordern wir gesunden Menschenverstand. Überregulierung führt zu Kompetenzverlust – weniger ist mehr. Abwägen statt regeln. Regeln weniger, dafür flexibler anwenden.
- Landschaftstypologien sind Abbilder des historischen Gedächtnisses. Jurapark: Allein werden zum Vorbild für den weiteren Ausbau. Konsens über «Vorbilder». Gemeinsames Verständnis zum weiteren Fortschreiten.
- RPG2 auf lokale Ebene runterbrechen und vermitteln. Zur Umsetzung von RPG2 Arbeitsgruppen bilden. Die Inventarisierung der Bauten ausserhalb der Bauzone ist lückenhaft, insbesondere bei «minderen» Bautypen, wie Scheune, Schopf, einfache Bautypen werden in der öffentlichen Wahrnehmung vernachlässigt. Die Komplexität ist zu hoch – gerade auch beim Bauen ausserhalb der Bauzonen.

- Schwachstelle Gemeindeautonomie: Lokal wenig Kompetenz und Entscheidungswille. Knowhow-Aufbau in der Bevölkerung angehen, sensibilisieren. Als Schutzverbände hinschauen und fordern. Betroffene einbeziehen, gemeinsam entwickeln, diskutieren.
- Landschaftsschutz runterbrechen: Was ist jenseits der Verdichtung? Geltendes Recht soll Grundlage der Diskussion bilden, nicht abstrakt (gleich) auf Einzelfälle übertragen werden.
- Wie funktioniert der Landschafts-, Natur- und Heimatschutz in einer Schweiz mit 12 Mio. Einwohner:innen?

Workshop Uferrevitalisierung

Leitung: Christoph Iseli, Büro See-land.plan, Nicolas Petitat, SL-FP

Als Grundlage für Projekte in der Seeuferrevitalisierung dienen eine Bestandsaufnahme sowie die Definition des Referenzzustands, um Ziele und Massnahmen festzulegen. Dabei sind nicht nur das Ufer, sondern auch der See und seine Dynamik (Makrophyten, Bathymetrie, Strömungen) zu berücksichtigen. Nicht überall ist eine Revitalisierung sinnvoll, es braucht eine Abwägung des Nutzens für Natur und Landschaft im Verhältnis zu den Kosten. Man kann Uferaufwertungsprojekte für Mensch und Natur mit Massnahmen zur Förderung der Biodiversität (Flachwasserzonen, Schilfgürtel, usw.) und Massnahmen für den Zugang zum See (Promenade, Strand, Sitzstufen) kombinieren. Bei reinen Revitalisierungsprojekten geht es darum, die natürliche Dynamik wiederherzustellen, indem frühere anthropogene Eingriffe (kanalisierte Mündungen, steile Ufer/Ufermauern, Kiesabbau usw.) behoben werden.

Die Fragen der Teilnehmer:innen gelten hauptsächlich der Vereinbarkeit von Renaturierung/Naturschutz und Freizeit-/Tourismusaktivitäten, weiter Themen wie Besucherlenkung oder politische Akzeptanz von Renaturierungsmassnahmen (z. B. in touristischen Gemeinden, wo Wege am See entlangführen). Auch die Themen Konzessionen, öffentlicher Zugang vs. Privateigentum und Konflikte mit der Landwirtschaft werden angesprochen. Der Beitrag von Christoph Iseli enthält mehrere Projektbeispiele, bei denen Natur- und Erholungsanlagen nebeneinander kombiniert werden. Seiner Meinung nach gibt es keine universelle Lösung, jeder Fall muss individuell betrachtet werden. Partizipative Prozesse können helfen, auch wenn sie zeitaufwendig sind. Ein Lösungsansatz besteht darin, dass einerseits Uferabschnitte für die Öffentlichkeit zugänglich werden, um andere Abschnitte für die Biodiversität renaturieren zu können, und dass andererseits privatisierte oder von Infrastrukturen beanspruchte Uferabschnitte weiter reduziert werden.

Nützliche Dokumente: Heft 1/2020 Arbeitshilfe Seeuferrevitalisierung (D/F/I) und Heft 1/2025 Revitalisierung Seeufer – Ingenieurbiologiepreis 2025, www.ingenieurbiologie.ch

Workshop Energielandschaften

Leitung: Marc Reusser, Professur für Landschafts- und Umweltplanung ETH Zürich, Rahel Marti, SL-FP

Marc Reusser präsentiert den [Swiss-Solar-Wind-Explorer](#). Das an der ETHZ entwickelte Tool hilft bei der Auswahl geeigneter Gebiete für Solar- und Windenergie-Anlagen. Auf spielerische Weise lassen sich Produktions- und Schutzkriterien (Biodiversität und Landschaft) auswählen und gewichten, um Standorte mit geringen Zielkonflikten zu eruieren. Rahel Marti gibt einen Einblick in die aktuellen Tätigkeiten der SL-FP. Landschaftlich relevant sind nicht nur die geeigneten Standorte für die Energieanlagen, sondern auch die Gestaltung. Es sind riesige Bauwerke an oft heiklen Standorten, doch mehrheitlich planen Ingenieure ohne Gestaltungsfachpersonen, weshalb die landschaftliche Integration oft unbefriedigend ist. Die SL-FP hat einige Projekte in dieser Hinsicht verbessert. Nach diesen zwei Inputs diskutieren die Teilnehmenden Erfolgsfaktoren für den landschaftsverträglichen Ausbau der erneuerbaren Energien:

- Es braucht eine Planungskultur bei den Projekten für erneuerbare Energien. Gestaltungsfachleute sind beizuziehen.
- Frühzeitiger Einbezug verschiedener Akteure und Interessengruppen steigern die Akzeptanz von Projekten
- Eine nationale Planung von geeigneten Standorten wäre landschaftlich sinnvoll, ist aber politisch nicht gewollt. Damit könnte eine Gesamtperspektive eingenommen werden und Gebiete definiert werden aufgrund ihrer grundsätzlichen Eignung.
- Landschaftsschützer:innen müssen Optimierungsfallen erkennen. Wenn Standorte grundsätzlich nicht geeignet sind, soll bei der Verbesserung von Projekten auch nicht mitgeholfen werden. No Go's sollen definiert werden – das braucht bei politischem Druck Standfestigkeit.

Resümees der Workshops zu organisatorischen Themen

Workshop Fundraising

Leitung: Felizitas Dunekamp, Fundraising und Organisationsberatung; Karina Liechti, SL-FP

Felizitas Dunekamp erläutert, was Fundraising ist, und präsentiert statistische Daten. Der Spendenmarkt in der Schweiz gilt als ergiebig, ein grosser Teil der Schweizer Bevölkerung spendet (80 Prozent – enorm im internationalen Vergleich), vor allem die über 35-Jährigen. Der Natur-, Umwelt- und Tierschutz steht weit oben auf der Liste. Zu den Hauptmotiven der Spender:innen zählen das Gefühl, etwas Gutes zu tun, und dass sie vom Engagement der Organisationen überzeugt sind. Als wirksamste Mittel gelten Mitgliedschaften und persönlich adressierte Briefe. Gespendet wird nach wie vor überwiegend per Überweisung. Die Zahl der Stiftungen ist in der Schweiz hoch. Digitales Fundraising ist die Zukunft. Die Webseite ist das Herzstück des Digital Fundraisings, die Bekanntmachung über Social Media und Google sind die Treiber. Zusammenfassend ist das Potenzial hoch, aber man muss Zeit und Mittel investieren. Es ist wichtig, eine Zielstrategie zu entwickeln (wo stehen wir, was brauchen wir). Die Erfolgsfaktoren: Positionierung, Fundraising-Strategie, Nutzen und Wirkung der Organisation (Case Support).

Einige aufgeworfene Fragen:

- Mitgliedschaft ist auch Fundraising, aber rückläufig (die Menschen sind weniger motiviert, jedes Jahr einen Beitrag zu zahlen). Tendenz eher zu Einzelspenden.
- Standaktionen sind gut für lokale/regionale Organisationen (mit Freiwilligen) (ist Kommunikation und Fundraising zusammen).
- Wie kommt man zu zweckfreien Spenden, wenn mehr Mitglieder zu gewinnen nicht die Zukunft ist? Versuchen, Menschen für ein Leuchtturmprojekt zu interessieren, oder Mitglieder dazu bewegen, zusätzlich zu ihrem Mitgliedbeitrag zu spenden. Es ist auch möglich, Grunddienstleistungen als Projekt zu beschreiben (bei Stiftungen).
- Case Support ist wichtig: Menschen spenden für sich selbst -> Was „gewinne“ ich durch eine Spende? Mit Schwerpunkt auf den Menschen (Was bringt es mir?) und der Besonderheit der Organisation (die einzige Organisation, die...) kommunizieren.
- Rolle der Influencer: Fokus auf Personen, mit denen man sich identifizieren kann und die in Bezug auf die Ziele der Organisation glaubwürdig sind. Professionelle Begleitung ist zumindest zu Beginn erforderlich. Legate: etwa 5 Jahre bis erste Legate
- Problem der Altersstruktur: Junge Menschen sind da, aber digital. -> “sexy” kommunizieren. Altersgemischte Gruppen (z. B. in den Gremien) sind wichtig für das Wachstum (jüngere Leute für digital)

Workshop Öffentlichkeitsarbeit

Leitung: Urs Steiger, LSVV, Rahel Marti, SL-FP

Öffentlichkeitsarbeit – was ist das überhaupt? Für die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz heisst es, die Menschen über konkrete aktuelle Landschaftsthemen ebenso wie über Landschaft generell zu informieren. Dazu nutzt die SL-FP so oft wie möglich die Medien als Sprachrohr, indem sie Medienmitteilungen verfasst und auf Medienanfragen stets und zügig reagiert. Ein zweites wichtiges Instrument ist der Preis «Landschaft des Jahres» mit seinen Anlässen. Der LSVV betreibt Öffentlichkeitsarbeit dagegen eher durch Netzwerken und dem gezielten Ansprechen von Schlüsselpersonen, weil die Medienarbeit auf der regionalen Stufe harziger ist. Weitere Teilnehmer:innen nannten Sensibilisieren und Sichtbarmachen, aber auch Mitglieder gewinnen und Spenden erzeugen als Ziel der Öffentlichkeitsarbeit. Sowohl für die SL-FP wie für den LSVV ist zentral, dass man authentisch auftritt und sich nicht versteckt. Die Schlagzeile «Investorenschreck vom Vierwaldstättersee» war für LSVV-Präsident Urs Steiger bestes Gratismarketing.

Zuerst sollte man die W-Fragen überlegen: Was, wem, wann und wie kommunizieren. Der interessante Inhalt ist die wichtigste Zutat, gefolgt vom Zielpublikum und vom passenden Zeitpunkt. Entscheidend ist weiter die Wahl des Mediums: Social Media, Newsletter per E-Mail oder gedruckte Broschüren? Social Media und E-Newsletter sind niederschwellig und günstig. Ein Social Media-Auftritt benötigt ein durchdachtes Konzept, das mit angemessenem Aufwand umsetzbar ist.

Vor Probleme stellen viele Organisationen der zeitliche Aufwand, die mangelnde Professionalität und die Frage,

wie sie jüngere Leute erreichen können. Für das junge Publikum ist Social Media sicher zentral, z.B. mit einer Whatsapp-Gruppe/-Kanal oder durch bildstarke Geschichten auf Instagram. Empfehlenswert ist dazu ein fester Jahresplan mit planbaren, kleinen und einfach umsetzbaren Aktionen. Prinzip: Lieber wenig und wirksam, als viel und vage. Von Vorteil ist weiter «eine Person mit Gesicht und fachlicher Kompetenz. Zudem: Skandale wirken – anders gesagt, man darf Kritik und Wut durchaus als Verstärker nutzen, wenn man dabei nicht einfach frustriert rüberkommt, sondern gut argumentiert. Was zählt ist, dass man beim Thema bleibt und konkret kommuniziert. Als Erfolgserlebnisse nannten Teilnehmer:innen zum Beispiel Vereinsjubiläen, durch die sie Aufmerksamkeit erzeugen konnten.

Workshop Mitgliederwerbung

Leitung: Tonja Zürcher, Umverkehr, Franziska Grossenbacher, SL-FP

Einleitende Fragestellungen: Wie Begeisterung wecken? Strategien für die Mitgliedergewinnung? Unterschied zwischen Mitgliedern und Unterstützenden? Bindung von Mitgliedern und Unterstützerinnen?

Zusammenfassung: Mitglieder braucht es für die breite Abstützung, für die finanzielle Basis, als Ressourcen für die Arbeit. Ohne Mitglieder kein Vorstand. Mitglieder geben dem Verein das Profil. Ohne Profil keine Mitglieder. Weniger Mitglieder = weniger politisches Gewicht.

Mitgliederschwind: Wichtige Gründe sind die Überalterung und die abnehmende Bereitschaft der jungen «Unverbindlichkeitsgeneration» zur Vereinsbindung. Bei jungen Menschen liegt der Fokus auf «Aktionen starten» statt «Vereinsstruktur leben».

Wichtigster Ansatz: Mitglieder behalten und jüngere Menschen gewinnen. Dafür gibt es die Strategie der Stufen: Von der Unterstützung zum Mitglied: Teilnahme an einer Veranstaltung/Event – Adresse anfragen – Spenden – aktive Hilfe – in der Datenbank erfassen – adressierte Unterlagen – mit Newsletter mitnehmen – anfragen und Feedback geben, insbesondere bei Mehrfachspenden.

Belästigung? Umfragen zeigen, dass dreimal pro Tag zu viel ist und Menschen mit Rückzug oder Verweigerung reagieren. Es braucht also viel bis zur Abweisung.

Datenschutz? Immer sagen, wozu die Adresse verwendet wird.

Im Kontakt bleiben bedeutet Kommunikation, wenn es etwas zu berichten gibt, z.B. mit Newsletter. Zu Kontakt und Austausch sollen lokale Vereine einladen.

Eine der wirkungsvollsten Massnahmen: Mitglieder werben Mitglieder. Persönliche Gespräche sind zielführend. Familienmitgliedschaften!

Unterschiedliche Medien einsetzen. Social Media. Newsletter. Umgang damit in Ausbildung lernen. Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit bedeutet Sensibilisierung und Vergrösserung der Akzeptanz des Vereins. Aus Gönnern/Unterstützerinnen Mitglieder machen. Ansprechpersonen recherchieren. Kontakt aufnehmen.

Ziele: Mitgliederkreis verjüngen und ergänzen. Eine gewisse Mitgliederbasis als Grundstock sicherstellen und breitere Abstützung in der Bevölkerung anvisieren. Profilierung und Fokussierung auf zentrale Themen – nicht zu breit agieren. Mehr junge aktive Mitglieder ansprechen heisst: Events organisieren: Uferputzete, Neophytenbekämpfung, Badifest am See, etc.

Erfolgsfaktoren: Sich selbst resp. den Verein kennen, authentisch bleiben. Mitglieder werben Mitglieder. Der Bevölkerung Gelegenheit geben, aktiv zu werden z.B. mit Unterschriftensammlung für Initiativen und Referenden. Erfolge verleiten zur Unterstützung. Künstlerischer Ansatz – Fotografie, Kunstinstallationen Sensibilisierung auf anderen Sinneskanälen. Persönliche Anrede vor Ort, Wanderer und Besucher ansprechen durch Rangers, Geo-Guides etc. Geführte Exkursionen gratis für Mitglieder machen – Gebühren als Mitgliedschaft ausgeben. Präsenz an lokalen Gewerbeausstellungen. Namensänderung prüfen – attraktiver, zeitgemässer. Bedürfnisse der Zeit treffen! Mitgliedschaft/Gönnerschaft als Geschenk eines Unternehmens an die Mitarbeitende für ein Jahr. Veranstaltung mit jungen Studierenden, Prämierung von Maturarbeiten.