

Präsidentenkonferenz in Olten am 17. November 2015

Auszug aus dem Protokoll:

Mitgliederschwund in den Sektionen

Schliesslich stellt der Präsident Christian Zwinggi vor, der bereits 2010 zum Thema „Mitglieder gewinnen und halten“ an einer Präsidentenkonferenz auftrat.

Herr Zwinggi hält zuerst einen kurzen Rückblick auf die Konferenz vom 2. Juni 2010 in Olten und fragt die Anwesenden, was sie aus dem Protokoll der Konferenz von 2010 umgesetzt haben. Er stellt fest, dass sich seither vieles geändert hat und dass das Vereinsleben nicht einfacher geworden ist:

- Die Vereinsvorstände stehen unter Druck, es ist viel schwieriger geworden, neue Mitglieder zu gewinnen.
- Vereinsmitglieder mutieren zu anspruchsvollen Kunden, ihre Erwartungen sind hoch.
- Viele Vereine sind keine Orte der Geselligkeit mehr, sondern mutierten zu modernen Nonprofit-Organisation. Sie sind an den Kunstmuseen beteiligt und haben mit den Städten und Kantonen Leistungsvereinbarungen abgeschlossen, ihre Autonomie wird eingeschränkt.

Welche Handlungsoptionen gibt es für die Vereine?

- Auf Kunden setzen
- Mit weniger Mitgliedern leben
- 100% Professionalisierung
- Fans und Stammkunden gewinnen
- Auf Mitglieder setzen
- Marketing nach 4 P (Produkt, Promotion, Placement, Preis)
- Angebote schaffen

Herr Zwinggi hält fest, dass sich seit der Präsidentenkonferenz 2010 andere Formen der Beteiligung -wie etwa das Crowdfunding- zur Finanzierung von Projekten etabliert haben. Bisher wurde im Verein die Projektidee verkauft und dann das Projekt in Angriff genommen. Mit Crowdfunding ist es gerade umgekehrt. Herr Zwinggi plädiert dafür, bei der Mitgliederwerbung Beteiligte zu schaffen und wie beim Crowdfunding zur Finanzierung von Projekten Familie, Freunde und Fans direkt anzusprechen.

Ausblick

In der zweiten Runde gruppierten sich die Anwesenden zu vier Teams, die festhalten sollten, welche Massnahmen sie seit der Konferenz 2010 erfolgreich umgesetzt und bei welchen Massnahmen sich Ihre Erwartungen noch nicht erfüllt haben.

Präsentation aus den Gruppen, Diskussion

Auf Wunsch der Teilnehmer werden die Ergebnisse der Gruppendiskussion wie von den Teams auf die Flipcharts notiert, wiedergegeben.

Gruppe 1 – präsentiert von Susan Huber, Kunstgesellschaft Luzern

- Offenes Foyer mit Bildbetrachtung durch besondere Leute
- Mailing an Juristische Personen (mit Geschenk)
- Aktionen durch Vorstandsmitglieder

Susan Huber ergänzt, dass das Kunstmuseum Luzern seit kurzem über ein tolles Foyer verfügt, in welchem u.a. Bildbetrachtungen stattfinden. Die Direktorin des Kunstmuseums Luzern, Fanni Fetzer, lädt jemanden ein, ein Bild auszuwählen und darüber zu sprechen. Die Bildbetrachtungen im neuen Foyer werden via Postkarte beworben. An diese Anlässe kommen jeweils 30-40 Personen. An den Anlässen werden die Anmeldekarten für eine Mitgliedschaft bei der Kunstgesellschaft Luzern aufgelegt. (Mehr zum neuen Foyer des Kunstmuseums Luzern im Video-Beitrag von arttv.ch - Link auf der Website des Schweizer Kunstvereins <http://www.kunstverein.ch/aktuell/>)

Der Aargauische Kunstverein verschickte juristischen Personen einen Brief mit einem kleinen Geschenk. Diese Werbeaktion war sehr erfolgreich. Offenbar sind juristische Personen „treuere“ Mitglieder als Einzelpersonen.

Unter den Aktionen durch Vorstandsmitglieder, berichtete Susan Huber, dass kürzlich eine Führung eines Vorstandsmitglieds, das selbst Künstler ist, durch einen Friedhof stattfand. Jedes Mitglied konnte eine Begleitperson einladen.

Herr Zwinggi stellt fest, dass die Bildbetrachtung im Foyer des KM Luzern und die Aktionen durch Vorstandsmitglieder ideale Anlässe sind, um die Beziehungsnetze zu aktivieren und dass dort sehr zielgerichtete Mitgliederwerbung möglich ist. Er empfiehlt, diese Aktionen zeitlich zu befristen.

Gruppe 2 – präsentiert von Nadia Veronese, Kunstmuseum und Kunstverein St. Gallen

- Gratismitgliedschaft
- Zusammenarbeit mit anderen Institutionen
- „Zwangsmitgliedschaft“ für Teilnahme an der Jahresausstellung
- Exkursionen zu Kunst im öffentlichen Raum
- Mitglieder können Freunde einladen

Nadia Veronese führt aus, dass man in St. Gallen in Zusammenarbeit mit den Unis St. Gallen und Konstanz den Fokus auf kunstinteressierte Studenten und Studentinnen gelegt hat. Sie wurden ins Museum eingeladen zu Gratisführungen. 100 Studierende nahmen teil. Ihnen wurde die Gratismitgliedschaft für ein Jahr im Kunstverein St. Gallen offeriert. Dieses erfolgreiche Angebot wird weitergeführt. In St. Gallen werden zudem regelmässig attraktive Exkursionen zu Kunst im öffentlichen Raum durchgeführt, pro Mitglied darf ein Gast mitgebracht werden.

Judith Welter ergänzt zum Thema „Zwangsmitgliedschaft“, dass die Künstler und Künstlerin-

nen, die an der Jahresausstellung im Kunsthaus Glarus teilnehmen möchten, Mitglied im Glarner Kunstverein sein müssen. Diese Mitgliedschaft wird den Künstlern beliebt gemacht, indem man ihnen aufzeigt, dass sie mit ihrer Mitgliedschaft das Kunsthaus Glarus unterstützen.

Gruppe 3 – präsentiert von Judith Welter, Direktorin Kunsthaus Glarus

- Gönnerbeiträge gegen Kunstaussleihe
- Direkte Ansprache von Veranstaltungsbesuchern
- Attraktive Flyer /Auftritt
- Besondere Veranstaltungen
- Atelierbesuche
- Kunstspaziergänge
- Lesungen
- Geselligkeit
- tolle Bilder in sozialen Medien verbreiten

Bei der Aktion Gönnerbeiträgen gegen Kunstaussleihe als Gegenleistung setzt man bewusst auf Gönnerbeiträge anstatt neue Mitglieder zu generieren. Judith Welter betont, dass es wichtig ist, die Besucher direkt anzusprechen an den Anlässen im Museum und gezielt Mitgliederwerbe-Flyer zu verteilen. Der gepflegten Gestaltung der Unterlagen und dem attraktiven Web-Auftritt wird grosse Sorge getragen. Wie auch in Luzern und St. Gallen werden regelmässig besondere Veranstaltungen, Atelierbesuche und Stadtspaziergänge zu Kunstthemen angeboten.

Dorothee Messmer, Direktorin Kunstmuseum Olten, ergänzt, dass anfangs 2016 erstmals ein öffentlicher Künstlerball im leer geräumten Kunstmuseum stattfinden wird, organisiert von Künstlern und Künstlerinnen, Kunstmuseum und Kunstverein.

Gruppe 4 – präsentiert von Serge Hasenböhler, Kunstverein Baselland

- Aktivierung neuer Medien (Facebook)
Atelierbesuche
- Partizipative Projekte
- Freiwillige Mithilfe
- Dinner für Mitglieder (gesponsert)

Serge Hasenböhler, Kunstverein Baselland, stellt fest, dass Facebook und Co. wichtig sind, um neue Mitglieder anzuwerben. Wie auch in den anderen Gruppen, stossen geführte Atelierbesuche auf reges Interesse bei den Mitgliedern. Der Kunstverein Baselland setzt auf partizipative Projekte mit anderen Vereinen und auf freiwillige Mithilfe durch die Mitglieder (kompetente Leute um Hilfe fragen).

Hélène Boegli (Club Jurassien des Arts) teilt mit, dass man in Moutier Leute, die den Verein mittragen, aktiv in den Vorstand holt. Zudem werden in Moutier Dinners, die exklusiv den Mitgliedern offen stehen, organisiert.

Ausblick

Am Schluss der Veranstaltung notierten die Teilnehmer Massnahmen, die sie nächstens umsetzen wollen:

- Schreiben an juristische Personen und Institutionen als Mitglieder
- Rekrutierung 40- bis 50-jährige Bildungsbürger

- Familien- und Freundeskreis als Rekrutierungsbasis
- Aktion Bildausleihe gegen Gönnerbeitrag
- Vorstandsmitglieder einbinden in Veranstaltungen
- Partizipative Projekte durchführen
- Kunstspaziergänge durch die Stadt für Mitglieder, die einen Gast dazu einladen können - mit anschliessendem Apéro
- Exklusive Reisen und Veranstaltungen nur für Mitglieder
- Bildbesprechungen mit Prominenten
- Geführte Atelierbesuche
- Zusammenarbeit mit anderen Institutionen (mit Vergünstigungen)
- Jahresgaben oder andere „Produkte“ für Mitglieder

Zürich, 30. November 2015, Marianne Reusser