



Jahresbericht 2007 **Verein Kulturbanausen Schweiz**

Zu Händen der Öffentlichkeit und
der 1. Generalversammlung
des Vereins Kulturbanausen Schweiz

Zürich, 21.2.2008



1. Dankeschön des Präsidenten

Ein erstes Dankeschön geht an die Geburtshelferin **Rebecca Meier**. Im Rahmen ihrer Abschlussarbeit als Mediamatikerin hat sie im Backoffice Mathilde Escher Heim das erste Marketing-Konzept inklusive Identity-Entwicklung für die Kulturbanausen im Frühjahr 2007 angepackt. Ohne sie wären die Kulturbanausen wohl kaum aus der Taufe gehoben worden. An Bord ziehen konnte Rebecca eine Illustratorin mit Biss: Die Luzernerin **Esthi Schürmann**. Diese hat die Illustration für das Logo entworfen. Den beiden Ladies spenden wir hiermit Applaus. Merci!

Ein zweites Dankeschön geht an alle Mitglieder, welche den Jahresbeitrag 2007 bezahlt haben. Unter den Aktiv-, Förder- und Galionsfiguren-Mitgliedern gibt es Folgendes zu verdanken: **Markus Dobbelfeld** von Adobe Schweiz für die grossartige Naturalspende (Lizenzen) an unser Backoffice Box Bürozentrum Mathilde Escher Heim. **Christoph Hotz** hat die Druckkosten für unseren Banausen-Flyer übernommen und als Gegenleistung das Inserat im Innenteil schalten können. **Dieter Stokar** hat im Kontext mit seinem Webdesign-Framework wfw, auf dem die Kulturbanausen Website aufgebaut ist, einige Stunden Freiwilligenarbeit geleistet. **Anton Isenring** hat uns als Markenbildungs-Koriphäe einige wichtige Beraterstunden geschenkt. Nicht zu vergessen all die Tipps und hinter sinnigen Fragen von vielen andern.

2. Bericht Rechnung 2007

Wir schliessen die Berichtsperiode mit einem positiven Resultat. Nicht in die Rechnung einbezogen wurden Leistungen, welche dem Verein teils direkt und indirekt zugute kommen. So zum Beispiel zwei Seminare für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising, die der Vorstand absolviert hat. Oder die Gestaltung (Christoph Dill) des kleinen Banausen-Flyers im Kreditkartenformat und der Finanzierung von dessen Druck durch das Aktivmitglied Christoph Hotz (Gegenleistung: Inserat seines Hängematten-Shops).

Aktiven: Die Aktiven mit dem Sollsaldo von CHF 2680.85 setzen sich zusammen aus dem Banksaldo von CHF 2114.85 und der Kassa mit CHF 566.- (grossteils aus Ticketverkäufen stammend).

Passiven: Auf der Passivseite sind folgende Bewegungen auszumachen: Als Startkapital gewährte Christoph Dill dem Verein ein zinsloses Darlehen von CHF 1000.-, verbucht auf einem separaten Konto, auf welches weitere Auslagen von Christoph Dill für Büromaterial etc verbucht wurde, so dass sich der Saldo Darlehen Dill auf CHF 1309.40 beläuft, was zugleich dem Saldo des Fremdkapitals entspricht. Wird der Gewinn bei der Abschlussbilanz 2 übertragen, wird die Buchungsperiode 2008 mit einem Eigenkapital-Saldo von CHF 1834.45 eröffnet.

Auf der **Ertragsseite** verbuchten wir Mitgliederbeiträge von CHF 1640.-, einzelne zahlten zu viel ein, sodass auch das Spendenkonto einen Aktivsaldo von CHF 193.45 aufweist. Dazu kommt ein Finanzertrag von einem Franken. Somit beläuft sich der Betriebsertrag 2007 auf CHF 1834.45.

Auf der **Aufwandseite** beläuft sich der Saldo auf CHF 963.-, wovon CHF 300.- für die Vereinsverwaltung und die Inhaltspflege der Webpage an das Bürozentrum des Mathilde Escher Heims gingen, was wiederum dem Vereinszweck entspricht, den Grossteil der Mittel aus Mitgliedereinnahmen einem guten Zweck zufließen soll (spannende Arbeit generieren für Menschen mit Körperbehinderung).



3. Mitglieder-Entwicklung

Bei den Mitgliederbeiträgen kommen insgesamt 14 zahlende Aktiv-, Sozial- und Doppelmitgliedschaften zusammen. Auf den ersten Blick ein dürftiges Resultat, zumal die Idee Kulturbanausen immer und überall sofort auf Goodwill stösst.

Das Ganze jedoch hat Gründe:

- Ressourcen- Notstand im Vorstand
- fehlende Prozessdefinition für die Mitgliederaquisition
- Zurückhaltung bei den jetzigen Mitgliedern aufgrund fehlender Instrumente (Pragmatisches Benefit-Argumentarium mit Einzahlungsschein, siehe unten).
- keine Anmeldemöglichkeit (inkl. Onlinezahlung) auf dem Internet
- Fehlende, klare Ausrichtung auf Konzeptebene, infolge dessen keine definierte Strategie und schon gar keine Politik möglich ist

Die Zahl der Fördermitglieder- und Galionsfiguren übersteigt die der Mitglieder. Diese sollen aber im Laufe des Jahres 2008 dazu angehalten werden, den Mitgliederbeitrag zu leisten. Wenn wir uns das Ziel einer Mitgliederanzahl zwischen 50 und 100 bis Ende 2008 setzen, müssen aber auch neue Kreise erschlossen werden. Gesucht ist eine Person, welche die Aquisition in die Hände nimmt.

4. Aus der Vorstandsarbeit

4.1. Kontoeröffnung mit einem weinenden und einem lachenden Auge

Die Post tat mit ihren administrativen Auflagen deart „zickig“, dass wir vom Vorstand an die Raiffeisen-Bank gelangten mit der Bitte um Eröffnung eines Kontos. Das funktionierte auch tadellos. Der Post wiederum schrieb Christoph Dill einen Brief in bewusst empört gehaltenem Ton: Man habe derart viele Umtriebe gehabt mit ihr (der Post), dass es angebracht sei, dass diese eine Entschädigung in der Höhe eines Jahresbeitrags entrichte. Die Post liess sich nicht lumpen: Sie zahlte CHF 60.- als Spende ein.

4.2. Wechsel im Vorstand

Das Vorstandsmitglied Ralph Hersener zog sich aus privaten Gründen von der Vorstandsarbeit zurück. Die entsprechenden Mutationen bei der Bank wurden vorgenommen.

4.3. Backoffice/gemeinnützige Arbeit

Der Präsident Christoph Dill, der zugleich Leiter Arbeit und Beschäftigung in einem Heim für Körperbehinderte ist, band die Mitarbeitenden im Box-Bürozentrum soweit als möglich in die Arbeit der Kulturbanausen ein. Ein Goodwill-Honorar von CHF 300.- wurde per Ende 2007 überwiesen.

4.4. Netzwerk-Arbeit

In Zusammenarbeit mit dem **Verein Design4All** und der Firma **Usility GmbH** wurde ein vom Bund/Bakom resp. dem Büro für die Gleichstellung behinderter Menschen finanziertes Projekt mitgetragen. Eingebunden war offiziell unser Backoffice, das Box-Bürozentrum des Mathilde Escher Heims. Die Firma Usility mit Dieter Stokar entwickelte ein Framework, mit dem die Kulturbanausen-Website entwickelt wurde. Dieses Framework erlaubt den flexiblen Auf- und Ausbau der Website-Struktur, aber auch die einfache redaktionelle Bearbeitung über den Browser. Im Zusammenhang mit diesem Framework konnte unser Backoffice von einer Schulung durch den Agogen Marcel Zimmermann profitieren. Anlässlich der e-Inclusion Tagung im November 2007 des **BAKOM** unter dem Patronat von Moritz Leuenberger (Ritter der



Kommunikation) wurde das Projekt und die Idee der Kulturbanausen im Plenum vorgestellt. Mit guter Resonanz.

Der gute Kontakt mit der Marketing-Abteilung von **Adobe** resp. der Goodwill des Fördermitglieds Markus Dobbelfeld hat wie eingang erwähnt dazu geführt, dass das Backoffice Box-Bürozentrum Mathilde Escher Heim von einer grosszügigen Naturalspende (Software-Lizenzen) profitieren kann. Weiter wurde die Idee Kulturbanausen im **Werkstätten-Netzwerk-Zürich** verankert (Ableger der INSOS Zürich). Last, but not least, konnte auch die Firma **Doodle** mit einer kleinen Auftragsarbeit für Berlin als strategischer Partner gewonnen werden.

4.5. Öffentlichkeitsarbeit

Die zwei, drei Journalistinnen und Journalisten, die bislang von den Kulturbanausen gehört hatten, waren sofort angetan von der Idee. Was Beiträge anbelangt, wurde jedoch bewusst auf die Bremse getreten. Erst muss das Leitbild und das Rahmenkonzept stehen und die entsprechenden Informationen aufbereitet werden (Digitale Pressemappe). Erst danach (Zielregion Herbst 08) sollen die affinen Medien gezielt angegangen werden: Allen voran der Tagi, dann aber auch die entsprechenden Online-Medien wie Züritipp, City Guide Zürich, Schweiz Tourismus und andere.

4.6. Donnerstags-Treffs/Geplante Treffs

Die Idee der spontanen Treffs, kurzfristig per Mail oder SMS angekündigt, lebt nur, wenn von Mal zu Mal neue Leute kommen. Leider fehlt es bis anhin noch immer am „magischen“ Lokal für einen Stammtisch. Zum andern ist der Kreis der Mitglieder (noch) zu klein, damit regelmässig neue Inputs garantiert sind.

Die regelmässig stattfindenden Events konzentrierten sich aufs Kino (Filmfestival Zürich), Konzert (Charlie Haden in der Gessnerallee), das Theater Spektakel, die Teeseminare mit der Chinesin Menglin. Es kamen immer zwischen 4-7 Mitglieder. Bei einer Mitglieder-Anzahl von 14 gar nicht mal so schlecht.

5. Jahresziele 2008 – Wer hat das Zeug und die Zeit dazu?

5.1. Vorstands-Arbeit (Erweiterung Vorstand)

Momentan ist der 2-köpfige Vorstand überfordert. Er braucht Verstärkung. Verstärkung von Mitgliedern, die pro Monat ca. 4-8 Std. Arbeit einschiessen können. Insbesondere die folgenden Ressorts sollten auf- resp. ausgebaut werden:

Führung: Leitbild, Rahmenkonzept und Strategie erarbeiten, Organisationsentwicklung, Grundsteine für Qualitätsmanagement leisten, Fundraising, Identity ... juristische Beratung im Hinblick auf Trägerschaft „Kulturbetrieb“. Der Präsident Christoph Dill wird an der EB Wolfsbach den Jahreskurs „Management in Non-Profit-Organisationen“ besuchen (Kosten werden privat übernommen).

Finanzen: Finanzplanung, Fundraising, Betreuung der Buchhaltung

Marketing: Im Sinne einer nachhaltigen Angebotsgestaltung muss hier wichtige Vorarbeit geleistet werden. Was bieten wir in Zukunft den Mitgliedern? Was den Backoffice MitarbeiterInnen? Welches Marktpotential besteht? Wie verkauft sich die Einzigartigkeit der Banausenidee am besten? Wie unterscheiden wir uns weiter von den Mitbewerbern? Welche Art von Events „ziehen“ am besten? Welche Zielgruppen sprechen wir an?

Kommunikation/Oeffentlichkeitsarbeit: Corporate Identity erarbeiten, Grafik Internetauftritt und weitere Werbemittel, Kontaktpflege Medien, redaktionelle Betreuung Website, Beiträge in wichtigen Blogs und Communities ...



Adminstration/Organisation/Qualitätsmanagement: Koordination Mitgliederverwaltung/Mitgliederwerbung/Agenda-Eventplanung, Koordination Tätschmeister, Mailings-Listen, Prozessdefinition Mitgliederwerbung, Überwachung Fundraising und Buchhaltung, Website-Redaktion ...

Projektmanagement/Website-Programming: Aufgleisung und Organisaiton Content-Management-Tool, Customer Relation Management Tool, Web20 Applikationen, webbasierte Vereinsverwaltung, Buchhaltung usw. im Hinblick auf den Wettbewerbsbeitrag „Biene Award“ der Stiftung Digitale Chancen Berlin.

Die Frage ist: Wer bringt die entsprechenden Skills, das viele Herzblut und die nötige Zeit mit ?

5.2. Strategische Ausrichtung

Die Banausen werden nicht nur DIE Plattform für neugierige Schweizerinnen und Schweizer. „Fremdarbeiter“ aus dem Milieu der Grossbanken, Versicherungen, Informatik sollen bei den Kulturbanausen eine inter- und soziokulturelle Begegnungs- und Kennenlernplattform vorfinden, die über den Plausch am gemeinsamen Ausgang und den speziellen Events hinaus Sinn macht.

5.3. Budget 2008

Insbesondere die Entwicklung von Webapplikationen verschlingt Ressourcen. Die Entwicklung zusammen mit den MitarbeiterInnen im Backoffice Bürozentrum Mathilde Escher Heim kann nur erbracht werden, wenn auch externe Experten die entsprechende Betreuungsarbeit und „Entwicklungshilfe“ leisten können. Diese externen Experten müssen entsprechend honoriert werden.

Der Verein benötigt deshalb Mittel in der Höhe von 5000.- bis 15'000.- Franken. Diese sollen durch Mitgliederbeiträge, Spenden oder Sponsoring erworben werden. Im Zusammenhang mit der Wettbewerbseingabe Biene-Award bei www.digitale-chancen.de ist auch an ein Sponsoring zu denken (siehe weiter unten Jahresziele 2008 >Website). Gefragt sind Ideen und Beziehungen, wie wir an dieses Geld herankommen.

5.3.1. Einnahmen-Ziele 2008

Mitgliedschaften	50 x 120.-/180.-/80.-	CHF 5'000.-
Spenden	10 x 500.-	5'000.-
Sponsoring Website-Wettbewerbseingabe		5'000.-
Budget Einnahmen 2008		15'000.-

5.3.2. Ausgaben-Planung 2008

In Abhängigkeit von zugesagten Einnahmen		
Honorare Entwicklung Webapplikation (in Zusammenarbeit mit Sozialinstitution Box Bürozentrum)		CHF 8'000.-
Honorar Sozialinstitution Box Bürozentrum		3'000.-
Werbung etc.		500.-
Diverses		500.-
Budget Ausgaben 2008		12'000.-

5.4. Spontane Treffs/Geplante Events

Die Idee, sich spontan am Donnerstag an einem von wechselnden Tätschmeistern organisierten Event zu treffen, greift nur, wenn eine wesentlich grössere Mitgliederanzahl aktiviert werden



kann. Kurz- und mittelfristig sieht der Vorstand das grössere Potential in der Realisierung von angekündigten, speziell-einzigartigen Banausen-Events, welche eine verbindliche Anmeldung erfordern. (Beispiel Mummenschanz). Über Stil und Stossrichtung dieser Events wird eine Strategie- und Marketingdiskussion notwendig sein. Es gilt auch hier: Wer hat das Zeug und die Zeit dazu?

5.5. Mitglieder-Werbung/Fundraising

Die Zahl der Aktivmitglieder sollte bei 50 bis 100 Mitgliedern bis Ende Jahr 2008 liegen. Dafür braucht es aber den Einsatz aller. Ein zweites Aquisitions-Tool wurde geschaffen. Ein nüchtern gehaltener Fundraising-Flyer, in den gleichzeitig ein Einzahlungsschein verpackt ist. Damit sollen insbesondere auch Spender oder Sponsoren gewonnen werden können.

Das Finanzziel von Einnahmen in der Höhe zwischen 10'000.- und 15'000.- ist hoch gesteckt. Aber es ist mit etwas Glück und Argumentations-Stärke zu schaffen.

5.6. Verwaltung/Administration/Organisation

Was fehlt, ist ein webbasiertes Tool, welches die Mitgliederverwaltung einfach macht und Doppelspurigkeiten verhindert (Jetzt: Mobilnummer-Liste bei www.ecall.ch, Mailliste auf Outlook-Basis, Mitgliedererfassung in Excel-Sheet, Mitglieder- und Aspirantenliste auf der Website). Wünschenswert wäre es zudem, wenn sich jemand für den Vorstand finden liesse, der die Sache in die Hand nimmt und in Zusammenarbeit mit den MitarbeiterInnen mit Behinderung im Backoffice Box Bürozentrum erledigt.

5.7. Website/Wettbewerbsteilnahme auf eu-Ebene

Die Website muss mehr werden als ein Informations-Site. Sie soll über das Verwaltungs-Tool im Hintergrund hinaus zum Community-Portal werden.

Im Fachjargon: Ziel ist es, wie oben erwähnt, eine web-basierte Mitgliederverwaltung einzubetten, dazu kommt ein Content-Management-System, welches die Nutzung der Website als Community-Plattform ermöglicht. Im Rahmen eines europäischen Wettbewerbs für barrierefreie Web-Sites der Stiftung Digitale Chancen Berlin wird deshalb versucht, im Backoffice Bürozentrum Mathilde Escher Heim wir einen Beitrag zu gestalten und einzureichen. Die Website müsste entsprechend neu aufgebaut werden: Anreichern mit Web2.0-Elementen, die der Community-Bildung dienen (Anmeldemöglichkeit für Neumitglieder, Newsletter, Foren, Wiki, Fotoalben für Mitglieder usw).

5.8. Presse-Arbeit

Die paar wenigen Journalistinnen und Journalisten, die bislang von den Kulturbanausen gehört hatten, waren sofort angetan von der Idee. Was Beiträge anbelangt, wurde jedoch bewusst auf die Bremse getreten. Eine aktive Bewirtschaftung des Medienmarktes wurde bislang bewusst unterlassen. Erst muss das Leitbild und das Rahmenkonzept stehen uns die entsprechenden Informationen aufbereitet werden (Digitale Pressemappe). Erst danach (Zielregion Herbst 08) sollen die affinen Medien gezielt angegangen werden: Allen voran der Tagi, dann aber auch die entsprechenden Online-Medien wie Züritipp, City Guide Zürich, Schweiz Tourismus und andere.

5.9. Promi-Jagd

Die Autogramme auf den kleinen Flyern von Bundesrat Moritz Leuenberger, Schriftsteller Urs Widmer, Sängerin Heidi Happy und andern sind auf ein Ziel hin „gejagt“ worden. Der Mechanismus, dass man mit Promis das Publikum abholt, ist bekannt. Allen voran macht das die Schweizer Illustrierte am besten vor. Das wollen wir auch bei den Banausen nutzen. Die Autogramme dienen uns als Referenz. Zum andern können wir die Autogramme eines Tages



versteigern. Alle Mitglieder sind also herzlich dazu aufgefordert, bei den Promis Autogramme abzuholen.

5.10. Netzwerk- und öffentlichkeitsarbeit

Wichtig wird die strategisch geschickte Kontaktaufnahme mit den wichtigen und richtigen Leuten und Institutionen. Beispiel Otto Ineichen. Mit seinem Engagement für die Job Passarelle (Integration von Menschen mit Behinderung im 1. Arbeitsmarkt) liegt er genau auf unserer Linie, was den Charity-Gedanken ausmacht. Beispiel Moritz Leuenberger: Er müsste nicht einfach den Flyer unterschrieben haben, er müsste auch einen Event mittragen, z.B. ein Fonduplausch im Zürcher Tram. Beispiel Fussball EM: Ein Abend für Ball-Banausen unter Führung von Sepp Blatter. Jawohl, das ist hoch gegriffen. In Zukunft aber sollte es auf dieser Ebene „funken“. Die Idee hat das Potential dazu. Denn der Charity-Gedanke der Banausen ist nicht Mittel-Zum-Zweck-PR, sondern die perfekte Triple-Win-Situation: Die Mitglieder profitieren vom guten Netzwerk, die MitarbeiterInnen mit Handicap von spannender Arbeit, die Partner vom guten Image und vom guten Netzwerk.

Argumentations-Hilfe für die Aquisition

Die Kulturbanausen mobilisieren neugierige und interessante Menschen für gemeinsame, geplante oder spontane Aktivitäten im Kulturbetrieb der Stadt. Das Ganze ist verbunden mit einem guten Zweck: Durch das wachsende Netzwerk generieren wir interessante Backoffice-Arbeit für Menschen mit Behinderung.

Arbeit wie die Planung von Events, den Unterhalt der Webpage, die Mitgliederverwaltung, die Buchhaltung ... diese Arbeit wird momentan von Menschen mit Körperbehinderung in einem Heim ausgeführt.

Mittel- bis langfristiges Ziel der Kulturbanausen ist die Gründung eines eigenen „Kulturbetriebs“ (Sozialfirma), welche Menschen mit einem Handicap interessante Arbeitsplätze anbieten kann. Dieser Kulturbetrieb wird dann nicht nur für das Programm und die Backoffice-Arbeit der Kulturbanausen zuständig sein, sondern auch eigene Dienstleistungen anbieten können: Stadtführungen beispielsweise für Rollstuhlfahrer aus aller Welt.

Zürich, den 21.2.2007

.....
Christoph Dill, Präsident

.....
Susanne Huonder, Vorstand