

SHB-Zukunftskongress in Esslingen 24.3.2018

Dokumentation des Tagungsmoderators Jobst Kraus, Bad Boll

Rückmeldungen an den Fensterscheiben (Kaffeepause vormittags)

- **Warum bin ich im SHB:**
 - meine Mutter hat mich bei ihrem Tod gebeten, ihre Mitgliedschaft im SHB zu übernehmen
 - als meine Frau – alte SHBlerin – starb, meldete ich sie telefonisch ab. 10 Min. später war ich als Flüchtling Mitglied für das restliche Jahr 2006! So einfach ging's
 - weil mir vor Jahrzehnten ein Freund ein 1 Jahres-Abo geschenkt hat! Und ich nie ausgetreten bin.
 - Verbundenheit mit der heimischen Kulturlandschaft
 - weil ich gegen die Wegwerf-Mentalität bin
- **Was erwarte ich vom SHB:**
 - dass mehr Leben in die Bude kommt
 - Angebote, um etwas über die „Heimat“ zu lernen
 - dass er seinen Namen behält und seinen Zielen treu bleibt. Erhalten und Gestalten
- **Der SHB sollte mehr....**
 - Transparenz praktizieren: Hören auf die Basis (auch nicht organisiert)
 - sich vernetzen mit anderen „Heimatrelevanten“ Akteuren und öffentliche Angebote machen
 - Angebote für jüngere Leute und Familien machen, z.B. Radtouren, Wanderungen. Eventuell Kooperation mit Stiftung Denkmalschutz zur besseren Auslastung bei den Reiseangeboten.

Arbeitsgruppen

Die nachstehenden Stichworte stammen aus der Vorstellung des »Hohenstaufenkreises« zu den verschiedenen Themen, ergänzt und Präsentationen der 5 Arbeitsgruppen:

Ausgangssituation/Bestandsaufnahme

- Blick von „oben“ auf die Probleme
- Den SHB zukunftsfähig aufstellen
- Keine Infragestellung der Existenzberechtigung des SHB
- Von 16 Ortsgruppen haben 10 kein Programmangebot für 2018
- Oft keine amtierenden Vorstände in den Ortsgruppen
- Zu Stuttgart lastig
- Was kommt Neues, was kann wegfallen?
- Wird der Denkmalschutzpreis aufgegeben, ist der Sponsor auch weg!

Selbstverständnis (Leitbild):

- Bestehendes Leitbild ist nicht vereinsoffen entwickelt worden
- Selbstverständnis ist Voraussetzung für Leitbild

- Neues Selbstverständnis: wer sind wir, was wollen wir?
- Die Frage nach dem Selbstverständnis ist unter unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten. Einmal **nach außen** als ein Verein, der sich um Erhalt und Gestaltung von Natur und Kultur kümmert. Und **nach innen**: da hapert es
- SHB ist einziger Verein, der die Bereiche Kultur und Natur umfasst
- Gedankenwelt erweitern im Blick auf Natur-, Denkmalschutz und Landeskunde
- Mehr thematische Vielfalt
- Unkonventionelle Wege und Themen, z.B. Landschaftsverbrauch, Stadt-Land-verhältnis, Anwachsen der Städte weltweit, zukunftsfähige Infrastruktur und Stadtentwicklung
- Erhalten und Gestalten, z. B. Neckarufer(Nürtingen)
- Den gesellschaftlichen Wandel kritisch begleiten
- Plattformen bilden zu aktuellen Themen
- Modernes Auftreten
- Mitmachverein

Vereinsstruktur des SHB (siehe auch Veränderungsvorschläge zur Satzung):

- Mehr Mitwirkung der Mitglieder an Entscheidungen: gestaltende Mitwirkung
- Zu beobachten sind unterschiedliche Mitgliederaktivitäten (so arbeiten manche z.B. sehr engagiert und zeitintensiv in Geschichtsvereinen mit)
- Wunsch, mehr auch andere Berufsgruppen anzusprechen und zu integrieren, z.B. Handwerker im Bereich von Sanierung/Renovierung von Baudenkmalern (wäre auch eine entsprechende Wertschätzung)
- Neue Transparenz und Offenheit: Transparenz der Vorstandsarbeit, z.B. über Vorstandsprotokolle
- Erstellung einer Geschäftsordnung als Ergänzung zur Satzung
- Vorstand spiegelt nicht die Vielfalt des Vereins. Entsprechend sollte der Vorstand sich breiter aufstellen
- Klärung des Verhältnisses zur Landesregierung
- Einrichtung einer Kandidatenfindungsgruppe: Zeit der Berufung ist vorbei
- Begrenzung der Vorstandszugehörigkeit auf 3 Wahlperioden.
- Strittig: generell geheime Wahl oder nur auf Antrag (da traut sich mancher nicht)
- Es müsste möglich sein auch mal in einen Ausschuss, der einen interessiert, hineinzuschnuppern
- Anerkennung als Naturschutzverband erreichen?

Vereinsname „Schwäbischer Heimatbund“:

- Name hat ein „Geschmäcke“
- Namensfindung ist nicht einfach
- Namen vorläufig beibehalten
- Siehe auch unter „Kommunikation“ (Visitenkarte mit Kürzel SHB mit Naturschutz, Denkmalschutz und Landeskunde)

Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit:

- Ziel: Erhöhung der Grundaktivität der Mitglieder, Reaktivierung und Neugründung von Ortsgruppen
- Wie können sich Mitglieder einbringen?
- Mitgliederwerbung
- Zielgruppen definieren
- Veränderungen in der Öffentlichkeitsarbeit sind ein zeitlich begrenzter Prozess (Einrichtung einer AG)
- „Schwäbische Heimat“ ist ein „bindendes Glied“: Struktur, Layout, Kooperation (Schmoll: Erstellung kein einfacher Prozess, da bestimmte Leser*innen Erwartungen und auch „Produktion ist eine Mischung aus professionell und selbstgestrickt, auch um die Kosten zu minimieren
- SH: Aufnahme neuer Rubriken, wir Kochrezepte(Promikoch fragen), Berichte aus Ausschüssen und Ortsgruppen (da muss dann aber auch etwas Qualitatives kommen), Kinder- und Jugendseite.
- Vernetzung der Ortsgruppen untereinander: Patenschaften, wechselseitige Beratung
- Es braucht „Kümmerer“
- Direkter Zugang zur Homepage: mitgliederinternes Kommunikationsforum. Foren zu gesellschaftlich kontrovers geführten Themen
- Es braucht mehr Diskussions- statt Verordnungs-kultur und mehr Streitlust
- Niemanden ausgrenzen und sich selbst kritisch einbringen!
- Pressearbeit: mehr Präsenz in lokalen, regionalen und überregionalen Medien
- Workshop zur Pressearbeit
- Jahresabo zum halben Preis, Geschenk „Jahresmitgliedschaft“
- Revision der Preisvergabe und ihre bessere Vermarktung
- SHB Visitenkarte und eine Westentaschenkarte mit Abschnitt „Beitritt“
- Themen und Referentenliste wäre für Ortsgruppen hilfreich
- Probleme vor Ort müssten nach oben an den SHB herangetragen werden.

Finanzen (Focus liegt auf Einnahmenseite):

- Einrichtung eines Finanzausschusses
- 10 % der Mitgliedsbeiträge für die regionale Arbeit: Zuwendung an Ortsgruppen (bestimmter Betrag pro Mitglied) – aber wie ist zu entscheiden, welche OG dies benötigt – aber auch: Ortsgruppen benötigen kein Budget!
- Defizitübernahme?
- oder eher projektbezogene Anschubfinanzierung im Bereich der Ortsgruppen
- Ausweitung des Vertriebs der Schwäbischen Heimat
- Sponsoring: nicht nur Firmen sondern auch „kleinere“ Unternehmen ansprechen, z.B. Handwerker
- Reisebetrieb: Kooperationen suchen und mehr Teilnehmende finden
- Zum Magazin: 2 Stellenprofil (ehrenamtlich): Kooperation und Vertrieb
- Nachlassbeauftragter
- Für Spenden (Erbschaften) einen Infolyer erstellen