

Jahresbericht des Präsidenten

Thomas Hug, Bern

Im vergangenen Jahr durften wir, im Gegensatz zum vorderen Sommer, der mehr als verregnet war, einen wunderbaren, heissen Sommer geniessen. Zum Teil wurde es fast zu warm und die Trockenheit machte den Pflanzen zu schaffen. Hier war der gelegentliche Regen willkommen. Dennoch konnte man den Garten in vollen Zügen geniessen und bis lang in den Abend draussen bleiben.

Ich habe mir auch intensive Gedanken über die weitere Zukunft gemacht. Wir geht es überhaupt weiter? Wohin wollen wir? Bevor wir jedoch grosse Schritte nach vorne wagen, lohnt sich immer auch ein Blick zurück auf das Erreichte. Da braucht man bloss in den Jahresbericht des VdGV schauen. Haben Sie schon mal nachgezählt, wie viele Anlässe alle Sektionen des VdGV organisieren? Nicht? Ich schon! Gegen 300 Anlässe. Hauptversammlungen nicht eingerechnet. Suchen Sie mal eine Organisation, die in einem so grossen Rahmen Anlässe anbietet. Da wären wir schon beim nächsten Thema: Freiwilligenarbeit! All ihre Arbeit in den Vorständen ist in der Regel Freiwilligenarbeit. Mir ist keine Sektion bekannt, die eine Vollzeitstelle für dieses Amt anbietet. Ein bescheidenes Salär liegt zum Teil drin, doch reicht dies niemals aus, um die effektiv aufgewendeten Stunden abzugelten. Das ist auch richtig so. Bei dieser Arbeit geht es nicht ums Geld. Der Dienst an anderen kann schlicht und einfach auch glücklich machen. Müssten all die aufgewendeten Stunden verrechnet werden, wäre die das Ende der meisten Vereine, wenn nicht gar allen. Denn: die Freiwilligenarbeit wird in der Schweiz mit einer Summe von 41 Milliarden Franken pro Jahr beziffert. Unglaublich, nicht?

Schauen wir nun wieder nach vorne. Was können wir machen, damit die Sektionen mehr Mitglieder werben können. Hier hat uns der Referent Mark Herbst am Workshop „Für Kopf und Hände“ vom 26. April 2014 viele Tipps und Tricks mitgegeben. Allerdings, und das sagt Mark Herbst ganz klar, braucht es enorm viel Zeitaufwand, um dies umzusetzen. Die Mitgliederwerbung ist ein zentraler Teil des Vereins. Breit abgestützte Anlässe, die in der Öffentlichkeit stattfinden und auch in den Medien aufgenommen werden, sind die beste Reklame. Doch wer ist unsere Zielgruppe? Höchstwahrscheinlich nicht die 20-jährigen, obwohl eine Verjüngung für die Vereine sicher von Vorteil wäre. Warum? Diese sind näher am Geschehen der aktuellen Trends. Sie sind vielleicht auch etwas mutiger, wenn es darum geht, neues auszuprobieren. Jüngere Mitglieder zu werben wird eines unserer Ziele im VdGV. Hier möchten wir vermehrt Familien mit Kindern ansprechen und ein entsprechendes Angebot aufbauen. Natürlich sind auch hier wieder die Sektionen gefordert, die wir intensiv begleiten werden. Personen für den Aufbau dieses Projekt werden wir suchen. Vielfach sind auch Anlässe, Vortragsreihen oder Kurse eher schwach besucht. Eine engere Zusammenarbeit unter den Vereinen, um gemeinsame Anlässe durchzuführen, sind auch ein Möglichkeit Mitglieder zu werben.

Sie sehen, es steht uns wieder einiges bevor. In diesem Sinne Danke ich all jenen, die sich für unsere Anliegen einsetzen und ihre wertvolle Zeit in einem der vielen Sektionen investieren um all das gesammelte Wissen an unsere Nachfahren weitergeben.

Herzlichen Dank auch den Vorstandmitgliedern, Silvia Guldemann für ihre Arbeit als Geschäftsführerin, Andres Schmocker für die Organisation der Weiterbildungsanlässe, Paul Stalder für seine aktuellen Tipps im Gartenjahr, Hansruedi Liechi für das organisieren der sorgfältig ausgesuchten Reiseziele, sowie Fritz Willen für die Betreuung unserer Internetseite und natürlich dem „Schweizer Garten Team“, das für unsere Arbeit unentbehrlich ist.

Thomas Hug

Präsident Verband deutschschweizerischer Gartenbauvereine