

„Wege aus dem Vereins-Burnout“

Inhalt:

Zeichen für Burnout Grundsatz der Psychologie Motivieren unsere Ziele? - Was haben wir bisher übersehen? Der Kern der Problematik Burnout Wie können „Alt“ und „Jung“ voneinander profitieren? Verantwortung übernehmen will gelernt sein erster Schritt, um aus dem Vereins-Burnout herauszukommen Vorteile für Mitgliedschaft und Aktivität herausstellen Faktoren, die einen Verein stark und widerstandsfähig machen Alt und Jung – geht das? Äußere Sicht auf den Verein Wie sollte sich der Verein orientieren, um attraktiv zu werden Werbung, Marketing des Vereins Empfehlung für Herangehensweise im Verein Der Konflikt sucht sEINE Bühne Konfliktlösung Vertrauensbildung nach Prof. Malik Uni St. Gallen Wie will sich der Verein für morgen aufstellen? Wie stellt sich der Verein nach außen dar? Kommunikation – Wie kann ich sie positiv beeinflussen? Prophylaxe gegen Vereins-Burnout (Erschöpfungszustand) Was hilft bei Vereins-Burnout Vereins-Marketing Logo und Bildauswahl beim Marketing Gruppenarbeit und ihre Ergebnisse Literaturempfehlung Robert Harfold hatte noch jemanden mitgebracht, seinen Patienten Kevin mit der Diagnose Burnout, symbolisch dargestellt durch einen leeren Stuhl. Bei Kevin wurde lange nicht erkannt, welches Leiden er hat, da es keine konkreten Anzeichen gab. Zeichen für Burnout gebeugte, mitleiderregende Haltung erhält keine Anerkennung für seine Leistung fühlt sich ohnmächtig, zu handeln verausgabt sich ins Nirgendwo Patient will sich nicht ändern, sondern hält selbst am zerstörerischem Prozess fest Erschöpfungszustand fühlt sich ohne Hoffnung, Freude

Grundsatz der Psychologie: Das Problem bringt die Lösung mit. Möchte man ein Problem lösen, sollte man sich folgende Fragen stellen:

Motivieren unsere Ziele? Was haben wir bisher übersehen?

Der Kern der Problematik Burnout (BO): Leistung nimmt ab

Problem erkannt = Besserung

BO à Tunnel / Blockade || Realitätsverlust andere sind Schuld Motivation nimmt ab

Problem nicht erkannt = Verschlechterung

Erste Anzeichen werden übersehen oder gar überspielt, wie z.B. angespannt und nervös sein. Oft wird versucht, dies durch Aktionismus (übereifrig und hektisch) zu kompensieren. Meist werden nebensächliche Kleinigkeiten hochgekocht und das eigentliche Problem aus den Augen verloren.

Der Patient (in unserem Fall der Verein) wehrt sich gegen Änderungen, auch gegen Gutes. Grundsätzlich kann man sagen, dass die „Alten“ oft über viel Wissen, Erfahrung und einen großen Fundus an Ideen verfügen. Jung kann also von Alt viel lernen. Jedoch hat auch die Jugend einiges zu bieten, Wissen und Umsetzungsmöglichkeiten zu neuen Themen, neuen Medien und durch den „anderen“ Anspruch können sie das Vereinsgeschehen beleben und abwechslungsreicher gestalten. Wichtig ist es also, Jung und Alt zusammenzubringen, die Nähe zueinander zu fördern und zu pflegen. Damit sich die Jugend in einem alten (=traditionellen) Verein wohl fühlt, muss das Vereinsleben auch zu ihnen passen damit sie sich damit identifizieren können. Jungen Vereinsmitglieder soll es nicht unangenehm sein, sich zu einem Verein bekennen zu müssen, vielmehr sollen sie mit Stolz sagen können, dass sie bei dem Verein dabei sind.

Die letzten Jahre wurde den Kindern zu viel Verantwortung durch Eltern und Erwachsene abgenommen. Überspitzt gesagt: Die Jungen sitzen „chillig“ auf dem Sofa und warten, was man ihnen offeriert, ob sie es annehmen oder nicht.

Die jungen Erwachsenen sind es oft schlichtweg nicht mehr gewohnt, Verantwortung zu übernehmen, und dies führt dazu, dass sich nur wenige im Vereinsleben engagieren oder gar dauerhaft Ämter übernehmen wollen. Auch ist es für Jugendliche, die mitunter nicht mehr gewohnt sind, in der Familie zu einer gemeinsamen Mahlzeit am Tisch zu erscheinen, sich aus ihrer Sicht in das steife Korsett von Ritualen eines Vereins einzufügen. Das fängt bei dem

pünktlichen Erscheinen zu Sitzungsbeginn an und geht bis zur Disziplin, andere aussprechen zu lassen und aufmerksam bis zum Ende zuzuhören, auch wenn ein Thema oder Beitrag für einen persönlich nicht so interessant ist. Es darf auch nicht übersehen werden, dass sowohl bereits Kinder, Jugendliche wie auch Erwachsene den ganzen Tag über belastet sind und oft wenig oder gar keine Entspannungsphasen haben. Das Überangebot an Aktivitäten und das Bedürfnis überall-dabei-sein-zu-müssen, birgt an sich bereits einen großen Stressfaktor.

Ein erster Schritt, um aus dem Vereins-Burnout herauszukommen ist, den Humor zu fördern. Auch sollte man zu einer Einstellung gelangen: Wir sind wir! Wir sind was, wir leisten was, wir können was! Was bisher war, muss man stehen lassen, daran ist nichts mehr zu ändern und es immer wieder durchzukauen führt nicht zur Lösung.

Es muss ein Neuanfang ohne ständiges „nach hinten schauen“ angegangen werden.

Es muss den Jungen etwas geboten werden, was sie anspricht, was sie motiviert, was sie überzeugt und ihnen einen persönlichen Vorteil bringt.

Der große Vorteil in der analogen Welt gegenüber dem distanzierten Digitalen (fehlender Blickkontakt, keine menschliche Wärme) ist die menschliche Nähe. Es müssen enge Beziehungen mit Vertrauen und Respekt angeboten werden. Das bedeutet, der Verein muss für den Menschen da sein, präsent sein und nah sein. Wenn sich z.B. ein Junger im Verein mit einer Idee einbringt, wäre es geradezu tödlich, diese Idee mit einer Phrase wie „das gab's ja noch nie, brauchen wir nicht“, „neumodernes Zeug interessiert uns nicht“ oder ähnlichem abzuschmettern. Vielmehr sollte auf solch einen Beitrag mit Interesse und offener Haltung reagiert werden: Reflektierender Dialog, Angebot mit eigenen Worten wiederholen: „Du meinst also, wir sollten“ Dadurch erhält man ein JA von der Jugend und kann sich sicher sein, dass man die Idee richtig verstanden hat. Man signalisiert bereits im ersten Schritt, dass man die Idee und somit den jungen Menschen ernst nimmt. Ggf. kann ein Termin zur Besprechung der Idee vereinbart werden, damit in Ruhe und evtl. bereits mit vorbereiteten Infos ein konstruktives Gespräch stattfinden kann.

Im ersten Schritt gegen das Burnout sollte der Verein seine eigenen Stärken (Was zeichnet uns aus?) herausarbeiten und in einem gemeinsamen Gespräch (es muss nicht ausschließlich der Vorstand sein, es können auch andere Mitglieder hinzugezogen werden) zusammenfassen. Faktoren, die einen Verein stark und widerstandsfähig machen:

- Der Verein hat klare Ziele – führt zu Erfolg (menschlich, nicht monetär) und reflektiert die einzelne Leistung
- Der Verein gibt die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung (Neues lernen, etwas aus sich machen, Vielfältigkeit)
- Der Verein bietet stabile Bezugspersonen, die Orientierung und Halt geben
- Der Verein überträgt Verantwortung für Aufgaben und übernimmt Verantwortung für Menschen
- Der Verein respektiert die Individualität, unterschiedliches Temperament und Engagement
- Der Verein lebt eine positive Selbstsicht und Zuversicht
- Der Verein bietet sich selbst als Netzwerk an und vernetzt sich mit anderen Vereinen

- Im Verein bin ich akzeptiert und respektiert und kann Gemeinschaft erleben
- Im Verein kann ich Herausforderungen meistern, Kreativität und Spontanität leben
- Im Verein kann ich mein Entdeckertum ausleben und Neues kennenlernen
- Im Verein erlebe ich Zusammenhalt, Unterstützung und Fürsorge (hier gibt es einen „Kickback“, denn das Mitglied, dem dies widerfährt, der wird es in gleicher Weise dem Verein zurückgeben)
- Im Verein kann ich anteilnehmen, anderen helfen oder andere Dinge lernen

Alt und Jung – geht das? Nicht die vermeintlichen Schwächen des anderen ausloten (die sind ja von gestern, haben keine Ahnung von der heutigen Zeit / die haben keine Erfahrung, haben noch nie selber was gemacht aber glauben, alles was wir bisher geleistet haben, sei nichts wert) sondern vielmehr auf die Stärken der anderen achten und sich gegenseitig ergänzen und unterstützen. Im Idealfall geben die Alten Erfahrungen und Tradition weiter, die Jungen steuern Ideen, News und Impulse bei. Es sollte dabei zwischen den Generationen ein Geben und Nehmen ohne Zwang stattfinden. Der Verein sollte sowohl Traditionelles wie auch Neues anbieten, so dass sich

jedes Mitglied in der Vielfalt der Angebote und Inhalte widerspiegelt und seine Bedürfnisse bedient werden. Äußere Sicht auf den Verein: • Langweilig • Die interessieren meine Ideen nicht • Da muss man was tun • Die sind von gestern • Die schaffen an • Die wollen, dass man immer mitmacht Diesen Ansichten gilt es zu begegnen und sie inhaltlich zu entkräften.

Wie sollte sich der Verein orientieren, um attraktiv zu werden: Ziel-Orientierung Klare und erreichbare Ziele setzen Wert-Orientierung Was ich tue, ist was wert Lösungs-Orientierung In Lösungen denken, statt in Problemen Sinn-Orientierung Es macht Sinn, dabei zu sein Netzwerk-Orientierung Sich als Beziehungs-Netzwerk mit Nähe anbieten Ideen-Orientierung Neue Impulse zulassen Optimismus-Orientierung Annehmen, was ist (Status quo) und daran glauben und arbeiten, dass ES besser wird Werbung, Marketing des Vereins In seinen Werbemaßnahmen (Flyer, Internet) sollte der Verein die Motive und Interessen der potentiellen Mitglieder ansprechen. Dies sollte möglichst vielfältig (mind. 7 Punkte) geschehen, da jeder Mensch anders motiviert ist und selbst dies sich beim Einzelnen ständig ändert. • Neugier • Interesse • Gesundheit • Aktivität • Bequemlichkeit • Sicherheit • Kontakt, Beziehung • Prestige, Ansehen • Persönlicher Vorteil Ob die vorhandenen Werbemaßnahme(n) diese Motive ansprechen, sollte von einer außenstehenden, neutralen Person kritisch beurteilt werden. Der Verein selber ist hier „betriebsblind“.

Empfehlung für Herangehensweise im Verein: 1. Workshop im Verein (Vorstand und interessierte Mitglieder): Was zeichnet uns aus? Stärken suchen und auswerten, was noch aktuell ist, und daraus Flyer gestalten 2. Workshop im Verein (Vorstand und interessierte Mitglieder): Aus den Ergebnissen des ersten Vereins-Workshops Werbung mit den neuen Medien abwägen. Will man mit den neuen Medien an neuen Nachwuchs kommen?

Möglichkeiten: • Homepage • App für Smartphone • Facebook • Blog • youTube, repräsentativen Film einstellen • Skype

Der Konflikt sucht sEINE Bühne Es gilt: Wo Menschen sind, gibt`s immer wieder Konflikte. Ein Konflikt entsteht aus der Frustration, dass ein Bedürfnis, ein Wunsch nicht erfüllt wurde. Der Konflikt führt dann in eine Anhäufung von Fehlern. Ein Konflikt kann nicht unterdrückt werden, er wird sich immer seinen Weg nach Außen suchen. Im Verein zeigt sich dies als Austritt (Resignation) oder als „Meuterei“, wenn das Engagement versiegt oder gar kontraproduktiv gehandelt wird, bis es zur Eskalation kommt. Konfliktlösung 1. Termin setzen nicht sofort bei kochenden Emotionen Situation besprechen, Termin frühestens in 24 Std. ansetzen, „Hast Du nächsten Mittwoch Zeit?“ 2. Bereitschaft abholen „Bist Du bereit, mit mir auf das Problem zu schauen?“ Ja! Abholen 3. Feststellung als Ich-Botschaft „Ich finde ...“ NIE: „Du hast aber...“ 4. Nach der Sicht der anderen Seite fragen „Bitte erklär mit Deine Sicht ...“ , „Wie findest Du ...“ 5. Nach den Auswirkungen für die Zukunft fragen „Was bewirkt das im Verein?“ 6. Nach Lösungsideen fragen Nicht eigene Idee als Erstes anbieten, sondern Gegenüber den ersten Vorschlag machen lassen, wenn die Idee gut ist, darauf eingehen, ansonsten in Verhandlungsgespräch starten: „Ich habe auch eine Idee, was hältst Du davon?“ 7. Vereinbarung konkret treffen „Was vereinbarst Du heute mit mir?“ 8.

Reflexionsgespräch Zeitlicher Abstand, hat die Lösung funktioniert oder ist noch Klärungsbedarf? Wird der Konflikt in einem geschützten Rahmen aus- und besprochen, wird ein Weitertragen an Dritte und „emotionales Aufheizen“ eingedämmt. Die bei einem Konflikt frustrierte Person sollte nicht allein gelassen werden, sondern sich im Verein dennoch als Mensch ernst genommen und respektiert fühlen. Ein Kompromiss ist nicht gleich einer Lösung. Ein Kompromiss hinterlässt zwei Verlierer, weil beide Parteien nicht das bekommen, was sie eigentlich wollen. Es handelt sich lediglich um eine zeitliche Vertaktung des Konflikts.

Vertrauensbildung nach Prof. Malik Uni St. Gallen

Vertrauen aufbauen

Wahrnehmung: Kommunizieren Kooperieren Motivieren

Konflikte managen

Werte vermitteln Konfrontieren
Probleme erken -nen u. definieren
Ziele setzen u. entscheiden
Planen
Organisieren
Trainieren
Delegieren
Realisieren
Kontrollieren

Wenn es im Verein hakt, müssen die genannten Punkte von oben nach unten kontrolliert werden, was funktioniert und was nicht. Der Lösungsweg, die Klärung, hat von oben nach unten zu erfolgen, nicht anders herum. Vertrauensbildung im Verein ist Führungsaufgabe. Mitglieder müssen das Gefühl haben, dass sie der Führung vertrauen können. Wichtig bei der Vertrauensbildung: Beziehungsangebot. Gemeinsam hinsetzen, gleichberechtigt sprechen, wertfrei diskutieren. Es braucht Vertrauen und Mut, die Dinge anzugehen.

Wie will sich der Verein für morgen aufstellen? Der Verein ist durch seine bisherigen Aktivitäten und Traditionen geprägt. Doch wie sieht die Zukunft bei folgenden Punkten aus:

- Kooperative Kommunikationskultur (Mitglieder nicht vor vollendete Tatsachen stellen) • Delegieren von Verantwortung und Herausforderung (Führung muss entscheiden, ob sie Herausforderung oder nur „Unbedeutendes = Langweiliges“ delegiert) • Frühe Einbindung und Mitwirkung bei Entscheidungen • Klare Absprachen (zwischen Führung und Mitgliedern und auf gleicher Ebene) – wer macht was – bis wann – mit wem – für wen • Definierte Stellenbeschreibung zur Orientierung – wer ist für was da • Flexibilität, Toleranz und Respekt – zu anderen Ideen (sowohl Führung als auch Mitglieder, wertfrei diskutieren, Person mit Konflikt respektieren) Wie stellt sich der Verein nach außen dar? Eigene Stärken ermitteln und dann für Außenwirkung aufbereiten. • Klare Aussagen • Pro-Argumente • Positive Wortwahl • Einladung zum Mitmachen • Vorteile herausstellen

Kommunikation – Wie kann ich sie positiv beeinflussen? Positive Schlüssel-Reize Je mehr positive „Teilchen“ einen im Gespräch erreichen, als um so angenehmer empfindet man das Gespräch und sein Gegenüber. Beispiele: Sicher richtig wichtig genau besonders bestimmt interessant / interessiert

Negative Schlüssel-Reize Der durchschnittliche Mensch verträgt bis zu vier negative „Teilchen“. Ab dem fünften fehlt spürbar die Grundlage für eine gute Kommunikation. Beispiele für negative „Teilchen“, die in der Kommunikation möglichst zu vermeiden sind: „ja, aber....“ = NEIN „...., weil....“ leider schon doch noch un-Wörter, z.B. unsicher, ungenau

Wie- und Was-Fragen ... fördern eine gute Kommunikation. Fragen mit Warum / Wieso sind schlecht, da sie das Gegenüber in eine Verteidigungshaltung drängen. Aktiv zuhören und Inhalte wiederholen Hier kann man sich immer wieder ein Ja des Gesprächspartners abholen und diesem signalisieren, dass man dessen Aussagen wahrnimmt, inhaltlich versteht und respektiert. Herz-Seiten-Position Bei einem Vier-Augen-Gespräch sollte man sich links vom Gesprächspartner befinden. Spiegel-Technik Die Körperhaltung des Gegenüber spiegeln (Haltung von Kopf, Armen ...) Ich-Botschaften „Ich finde, dass...“ lässt eine wertfreie Schilderung der eigenen Ansicht zu. Argumentiert man mit „Du hast ...“ klingt man bereits vorwurfsvoll und bringt unnötige Spannung ins Gespräch.

Bonuspunkte sammeln: • „Ja“ abholen • mit Namen ansprechen • präzise und kurz reden • selbstbewusst auftreten

Prophylaxe gegen Vereins-Burnout (Erschöpfungszustand) • Selbstreflexion und Fremdreflexion • Erkenntnis von Stärken- und Schwächenprofil • Beratung • Konzeptentwicklung

Was hilft bei Vereins-Burnout • Strategiedefinition • Zielentwicklung: S schriftlich fixieren M motivierend A aktivierend R realistisch erreichbar T Termin setzen

• Argumentation und Überzeugungsarbeit (nach innen und außen präsentieren) • Angebotsvielfalt und Ideenreichtum • Motivieren • Delegieren • Kontrollieren • Reflektieren Man muss akzeptieren, dass Jungerwachsene heute anders zu motivieren sind und dies als Herausforderung, nicht als Problem sehen. Möchte man dem eigenen Verein die Inhalte dieses Vortrags nahebringen, dann wirklich nur die Inhalte wiedergeben und nicht mit persönlicher Meinung eingefärbt vortragen. Gibt man die Infos eines Dozenten weiter, ist man unparteiisch und persönlich nicht angreifbar. Nachdem man die Infos vorgetragen hat, sollte man wieder „Ja“ sammeln: „Wollen wir davon etwas umsetzen...?“ Mögliche Aufgabenstellung: • Motive in der Außenwirkung checken, mind. 7 Stück • Stärken-Workshop veranstalten (mit Kaffee und Kuchen) • Vertrauens-Workshop (vorhandenes Vertrauen checken und fördern) • Ideen-Workshop veranstalten (Ideen nicht zerpfücken, sondern wertfrei annehmen) Jeder Punkte sollte an einem separaten Termin behandelt werden. Auf zeitlichen Abstand achten, damit Inhalte „sacken“ können. Kernfragen sollten sein: Was können wir? Wo wollen wir hin?

Vereins-Marketing • Lage analysieren • Pro-Argumente, positiv formulieren • Schulterchluss (wir sind wir, Konflikte finden und lösen) • Ziel (lang-, mittel- und kurzfristig) • Präsenz (Flyer, Internet, aktiv im Dorfgeschehen) • Aktion • Reflektion (Anpassung nötig oder Wiederholung möglich?)

Anmerkungen von Robert Harfold zum Thema Logo und Bildauswahl beim Marketing Runde Formen werden als angenehmer empfunden, als Eckiges, daher ist ein rundes Logo grundsätzlich ansprechender. Sind mehrere Personen auf einem Bild zu sehen, sollte mind. eine Blickkontakt zur Kamera haben. Haben jedoch alle Blickkontakt, wirkt das Bild „gestellt“. Bilder mitten ins Geschehen während einer Aktion haben i.d.R. mehr Aussagekraft als Gruppenfotos und sind auch ansprechender, nicht so verkrampt. Auf einem Bild sollte immer ein roter Farbtupfer sein. Es muss nicht die Tomate oder ein Apfel sein, es kann auch ein Kleidungsstück, ein Werkzeug o.ä. sein. Das Bild wirkt mit Rot lebendiger. Es ist auf Objekte zu achten, die besser nicht auf einem Bild zu sehen sein sollten. Baustellenschilder, Strommasten, Fahrzeuge (die nichts mit der Aktion zu tun haben) ... Vor allem bei Bildern für Werbemaßnahmen ist auf das Einverständnis der abgebildeten Personen zu achten, bei Kindern das der Erziehungsberechtigten.

Gruppenarbeit und ihre Ergebnisse Alle Seminarteilnehmer wurden in drei Gruppen aufgeteilt und hatten jeweils vier Fragen bzw. Antworten dazu erarbeitet. Die Antworten sind wertfrei unter den Fragen aufgelistet. Wie wollen wir uns aufstellen? • Modern, neue technische Ausrüstung • Verschiedene Fachgebiete, z.B. Ziergarten, Gartenteich ... • Natürlich bewirtschaften • Werte vertreten, Ethik • Breit gefächelter Vorstand (Alter, Wissen ...) • Vereinsfunktionen mit Vertretern, Verantwortung streuen, andere mehr verpflichten • Teil des Dorflebens sein • Vorsitz mit gemischten Generationen besetzen • Transparenz, keine Vereinsmeierei

• Wissen weitergeben • Bewusste Ernährung • Mit Jahreszeiten leben • Heimat und Kultur • Offen für Neues • Grünkompetenz stärken • Gartenkultur, Naturschutz • Nutzen aus dem Garten

Wie wollen wir unseren Verein modern führen? • Junge persönlich ansprechen • Mit Aktionen in KiTa und Schule gehen • Internet anbieten • Versammlung moderner gestalten, Beamer von Jugend organisieren lassen • Bildungsauftrag / -arbeit • Teamarbeit, demokratisch • Jugendarbeit, Kindergruppen • Aktionen auch für Nichtmitglieder • Pressebeauftragter für Bilder und Texte • Altes und Neues verbinden • Auch neue Wege gehen • Medienarbeit • Aktuelle Themen aufgreifen • Delegieren • Ideenbörse

Womit wollen wir Mitglieder halten und neue gewinnen? • Projekte in Medien präsentieren • Artikel in Zeitschriften nach Jahreszeit mit Fotos • Monokulturen vermeiden • Aufklärung

über Pflanzen bei Kindern und Erwachsenen • Fachleute zu Aktionen einladen • Günstiges Einkaufen offerieren • Fortbildung, Kreativkurse • Patenschaften für Hochzeit, Geburt ... • Verkehrsinseln mit Schild „Hier pflegt OGV...“ • Geselligkeit • Grundwissen Garten vermitteln • Aktuelle Themen aufgreifen • Abwechslungsreiche Aktionen (Wandern, Basteln, Kräuter, Obst..)

• Bewegung, Spiele, Radeln • Ernährung • Aktionen für Nichtmitglieder • Neubürgerempfang • Tag der offenen Gartentür • Gartenberatung • Ausbildung Gartenpfleger forcieren • Öffentlichkeitsarbeit, Präsenz • Ehrungen, Geburtsbäume • Jugendarbeit und dabei Eltern mit einbinden • Familienaktion an einem Tag Papa: Baumschnitt Mama: Weidenflechten, Floristik Kind: Bastelaktion

Welche Ideen bringen uns nach vorne? • Projektarbeit, es muss auch ein Ende in Sicht sein • Aktuelle Themen mit Vortrag aufgreifen • Mitglied persönlich ansprechen • Mit anderen Vereinen kooperieren • Themen wie Pflanzen, Tiere ... aufgreifen • Workshop anbieten: Mosten, Kraut einlegen, Naturfärben, Samen sammeln ... • Ernährung, Gesundheit • Sensenkurs • Baumpatenschaften • Biodiversität, Artenvielfalt • Selbstversorger • Sich einsetzen, rebellisch sein, nicht klein begeben • Heimat gestalten • Wettbewerb mit Dank und Anerkennung • Besichtigung von Gärten, Wäldern, Parks ... • Kreativwerkstatt • Alleepflanzung • „Unser Dorf hat Zukunft“ • Blumeninseln pflegen • Jung und Alt verbinden • Alternativen aufzeigen • „Garten tut gut“ • Meditation und Alternatives aufgreifen
Wie werden Infos (Jahresprogramm, Veranstaltungstermine) bisher an die Mitglieder verteilt?
• Tageszeitung • Mail, am Vortag Erinnerungs-SMS • Jahresprogramm mit Post • Über Internet einsehbar • Jahresprogramm liegt bei Gärtnerei aus • Austrägersystem mit 20 Personen, persönliches Gespräch und Beitrag kassieren • Jahresprogramm mit Sponsoren drucken