

P R O T O K O L L

**Ausserordentliche Mitgliederversammlung vom
Donnerstag, 15. November 2018
im Stadthausaal in Illnau-Effretikon**

- Vorsitz: Vereinspräsident Thomas-Peter Binder
- Protokoll: Lorenz Frey-Eigenmann, Leiter Geschäftsstelle
- Anwesend: 53 Mitglieder (Aktiv-, Ehren-, Frei- und Passivmitglieder)
- Gäste: Kurt Giezendanner, KESB Künsnacht
Susanne Sorg-Keller, Gemeinderätin Lindau
Rinaldo Lieberherr, UPGREAT AG
Vertreter Stutz Medien AG

Begrüssung

Präsident Thomas-Peter Binder begrüsst zur ausserordentlichen Mitgliederversammlung 2018. Die Mitglieder wurden rechtzeitig eingeladen, weitere Traktanden oder Einwände sind nicht eingegangen. Er weist darauf hin, dass alle Aktivmitglieder stimmberechtigt sind. Der Präsident stimmt nicht mit und hat den Stichentscheid

Als Stimmzähler werden Peter Dürsteler und Manfred Hohl gewählt.

Erläuterung der Kampagne

Susanne Sorg, ehemalige Sprecherin des Regierungsrates und Gemeinderätin in Lindau, weist auf die Erfahrungen mit früheren Kampagnen hin. Offensichtlich stehe man alle 15 Jahre vor der Frage, wie die Klischee-Vorstellungen in der Bevölkerung über die Verwaltungen korrigiert werden können. Als Gemeinderätin in Lindau sieht sie, wie schwierig es ist, in einem sehr kompetitiven Umfeld qualifizierte Fachleute zu finden. Es muss gezeigt werden, wie breit die Palette an interessanten Stellen in Gemeinden ist.

Paul Imhof, Ehrenpräsident des VZGV, ist überzeugt, dass sich die Investition lohnt. Er weist auf die messbaren Effekte der früheren Kampagnen «Im Dienste Aller» und «Dem-ok-ratie – ich mache mit» hin. Eine gute Kampagne hat auch eine Wirkung nach innen, das ist im Vorschlag auch vorgesehen. Er empfiehlt, der Kampagne zuzustimmen.

Beat Ritschard, Stutz Medien AG, erläutert die vorgesehene Kampagne.

Markus Gossweiler, Mitglied der vorbereitenden Projektgruppe unterstreicht, dass die Gemeinden sich auf dem Arbeitsmarkt unter Wert verkaufen. Gemeinden haben mit attraktiven Berufsbildern etwas zu bieten. Die Zusammenarbeit mit der Stutz Medien AG hat sich bewährt. Wichtig ist, dass die Kampagne von innen nach aussen wächst.

Rinaldo Lieberherr, Vertreter der Zielgruppe in der vorbereitenden Projektgruppe, erläutert, dass er sein Bild über Verwaltungen selber revidieren musste. Er kann aus eigener Erfahrung bestätigen, dass die Gemeinden sehr gute Dienstleistungen erbringen und sehr gute Mitarbeitende haben. Diese Botschaft muss man nach aussen tragen.

Fragerunde und Diskussion

Thomas Ziltener stellt die Frage, wieso nicht ein Wettbewerb mit einer Offert-Runde inkl. Kostenvoranschlag durchgeführt wurde. Thomas-Peter Binder antwortet, dass bewusst ein schrittweises Vorgehen gewählt wurde. Die Erfahrungen damit waren gut. Der Vorstand ist überzeugt, dass mit Stutz Medien der richtige Partner gewählt wurde.

Christian Mühlethaler ist von Herzen dabei und dankt für das Engagement. Er vermisst aber etwas den «Wow-Effekt», die Kampagne soll ein Knaller werden, das muss auch rüberkommen. Zudem stellt er die Frage, wieso der GPV als Arbeitgeber nicht dabei ist. Thomas-Peter Binder antwortet, dass die Aktion «Im Dienste Aller» ein sehr grosser Erfolg war, weil sie einen klaren Fokus hatte. Der GPV kann bei einem positiven Entscheid der Versammlung abgeholt werden, aber der Lead muss klar beim VZGV liegen. Im Sounding Board waren zudem verschiedene Gruppen, darunter auch Politiker vertreten.

Thomas Ziltener stellt die Frage, ob es mehr Details zu den Kosten gibt. Beat Schoch, Stutz Medien, antwortet, dass die Kampagne noch nicht bis in das letzte Detail konzipiert ist und die Angaben als Kostendach zu verstehen sind.

Thomas-Peter Binder präzisiert auf Anfrage, dass der Auftragnehmer in der Steuerungsgruppe selbstverständlich kein Stimmrecht hat.

Tumasch Mischol weist darauf hin, dass nicht auf eine Messung der Zielerreichung verzichtet werden sollte. Die Unterlagen sagen für ihn noch zu wenig dazu aus. Beat Ritschard, Stutz Medien, antwortet, dass Kampagnenergebnisse selbstverständlich gemessen werden.

Thomas Ziltener stellt den Antrag, die Abstimmung zu splitten. Zuerst soll der Entscheid zu Kampagne gefällt werden, anschliessend soll eine Ausschreibung stattfinden.

Thomas-Peter Binder erläutert das Vorgehen bei der Abstimmung. Es liegen zwei Anträge vor:

Antrag Thomas Ziltener:

- Die Versammlung trifft einen Grundsatzentscheid zur Durchführung der Imagekampagne, anschliessend wird das Kampagnenkonzept ausgeschrieben.

Antrag Vorstand:

- Für die Umsetzung der Imagekampagne wird ein Budget von CHF 320'000 gesprochen, finanziert mit CHF 140'000 aus dem Fonds «Öffentlichkeitsarbeit» und mit CHF 180'000 aus dem Eigenkapital des Vereins.
- Der Vorstand VZGV wird mit der weiteren Umsetzung beauftragt

Zuerst wird über den Antrag von Thomas Ziltener abgestimmt, anschliessend über den Antrag des Vorstandes.

Die Mitgliederversammlung ist mit diesem Vorgehen einverstanden.

Der Antrag von Thomas Ziltener wird mit 22 zu 19 Stimmen abgelehnt

Der Antrag des Vorstandes wird mit 30 zu 8 Stimmen angenommen.

Thomas-Peter Binder ruft nochmals dazu auf, dass alle Gemeinden die Kampagne unterstützen, denn nur dann bringt sie die gewünschte Breitenwirkung. Für die Mitwirkung in der Steuerungsgruppe braucht es unbedingt noch Frauen und jüngere Personen. Interessierte Personen können sich bis Ende November bei der Geschäftsstelle melden.

Für die Richtigkeit des Protokolls

Lorenz Frey
Leiter Geschäftsstelle VZGV

Datum: 19. November 2018
