

## Einladung zum Fachpool Soziokulturelle Animation Unternehmerisch neue Felder erschliessen

Endlich ist es wieder soweit der Fachpool Soziokulturelle Animation trifft sich wieder, diesmal neu als Verein. Bist du schon Mitglied? Nein!!!! Dann nichts wie los und ein Mail an [fachpool-ska@gmx.ch](mailto:fachpool-ska@gmx.ch) schreiben.

**Wann?** 12. Mai 2006, 9.00 – 17.00 Uhr

**Wo?** HSA Luzern, in der Aula 001

Gregor Zbinden wird uns workshopartig durch den Morgen führen und uns eine Einführung in unternehmerisches Denken und handeln geben, gemeinsam werden wir Tätigkeitsfelder mit Zukunftspotential eruieren und über Spezialisierung nachdenken.

Der Nachmittag wird ganz dem Austausch gewidmet sein. Wer interessante Projekte, Themen oder Fragen hat, findet am Nachmittag eine Plattform, um sie anderen vorzustellen, mit Interessierten zu vertiefen, neue Projekte zu schmieden und frische Motivation, falls nötig, dadurch zu erhalten.

Liebe Grüsse  
Delphine Lyner

## Unternehmerisch Denken & Handeln

### ► Einführung

## Gregor Zbinden

### ► Ausbildung

- C-Matura
- SKA FH Luzern
- Betriebswirtschaftliche Weiterbildung u. a. an ETH ZH
- NDS Unternehmensentwicklung an der FH Olten

### ► Berufliche Tätigkeit

- Organisationsberatung, Konzept- & Strategieentwicklung
- Coaching und SVF-Experte
- Lehraufträge an den FH Luzern, Olten, Zürich
- Einzelfirma seit 1996, Beteiligung an AG seit 2004
- Interdisziplinäres Netzwerk mit rund 10 Personen

### ► Kunden

- Führungskräfte, Projektleitende, Jungunternehmer/innen
- Klein- & Grossunternehmen
- Profit- & Non-Profit

### ► Schwerpunkt

- strategische & kulturelle Unternehmensentwicklung

## Programm

### Unternehmerisch Denken & Handeln

- Selbsteinschätzung Unternehmer-Typ
- Grundprinzip & einige Schlüsselbegriffe
- Tätigkeitsfelder mit Potenzial
- Eigene Spezialität
- Dienstleistung & Nachfrage synchronisieren
- Unternehmerische Werkzeuge

## Unternehmerische Standortbestimmung

### Selbsteinschätzung

- **Intrapreneur:** Ich möchte an meinem bestehenden Arbeitsplatz das Tätigkeitsfeld erweitern. Ich suche erste Anregungen und eine grobe Vorstellung, wie man vorgehen könnte.
- **Change Pilot:** Ich habe eine vage oder konkrete Idee, von der ich mir viel (Ertrag, Umsatz, interessante Aufträge) verspreche. Ich möchte die Marktchancen auf Herz & Nieren prüfen und parallel zu meiner Teilzeitstelle mein eigenes Ding aufbauen.
- **Entrepreneur:** Ich habe bereits eine konkrete (Unternehmens-) Idee realisiert oder möchte sie realisieren. Ich will mein Unternehmenskonzept verfeinern oder einen professionellen Businessplan mit allem drum und dran erarbeiten.

## Management & Unternehmertum

| Manager/ in                         | Unternehmer/ in                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| ► verwalten                         | ► innovieren                      |
| ► erhalten                          | ► entwickeln                      |
| ► imitieren                         | ► kreieren                        |
| ► sind Kopien                       | ► sind Originale                  |
| ► akzeptieren den Status Quo        | ► fordern den Status Quo heraus   |
| ► verlassen sich auf Kontrolle      | ► setzen auf Vertrauen            |
| ► sind auf kurzfristige Erfolge aus | ► denken langfristig              |
| ► fragen nach wie und wann          | ► fragen nach was und warum       |
| ► sind rational und kontrolliert    | ► sind begeistert und begeisternd |
| ► haben die Bilanz im Kopf          | ► haben die Vision im Herzen      |
| ► machen Dinge richtig              | ► machen die richtigen Dinge      |

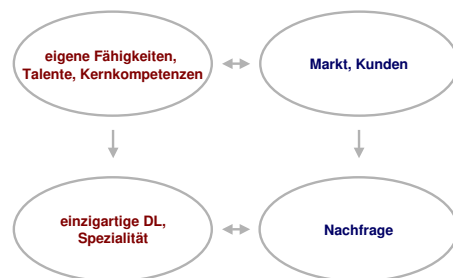
## Operative & Strategische Führung

| Operative Führung  | Strategische Führung   |
|--|--|
| Gegenwart.   | Zukunft.   |
| Effizienz: Die Dinge richtig tun.                                    | Effektivität: Die richtigen Dinge tun.                             |
| Kurzfristige Erfolge erzielen.                                       | Langfristige Erfolgspotenziale aufbauen.                           |
| Bestehende Aufgaben, Aufträge, Dienstleistungen effizient abwickeln. | Neue Aufgaben, Aufträge, Dienstleistungen, Kundengruppen aufbauen. |

## In einem Satz

**Erfolgreiche Unternehmer/ innen erkennen & nutzen (neue) Marktchancen früher als andere.**

## Grundprinzip unternehmerisch D&H Spezialität & Nachfrage synchronisieren



## Unternehmerisch Denken

### Schlüsselbegriffe

- ▶ uD&H nach innen und nach aussen
- ▶ (potenzielle) Kunden & Auftraggeber
- ▶ Zukunft
- ▶ Antizipation, Vorstellungskraft
- ▶ Chance
- ▶ Kreativität, Phantasie
- ▶ Strategie
- ▶ Ausdauer

## Märkte mit Zukunftspotenzial erkennen

### Indikatoren

- ▶ Entwicklungen, Innovationen & Trends erkennen
  - technologisch
  - wirtschaftlich
  - politisch
  - soziologisch
  - psychologisch
  - soziokulturell
- ▶ Schwache Signale deuten
  - Grenzen & Ränder
  - Minderheiten
  - Schlüsselpersonen
- ▶ Neue Verbindungen schaffen

## Märkte mit Zukunftspotenzial

### 5er-Gruppen: Brainstorming-Fragen

- ▶ Welche Tätigkeitsfelder könnten zukunftsfruchtig sein?
- ▶ In welchen Bereichen sind unternehmerische Chancen zu erwarten oder bereits auszumachen?
- ▶ In welchen Bereichen bestehen Chancen, mit neuen Dienstleistungen / Produkten Fuss zu fassen?
- ▶ Wo könnte der Problem- bzw. Veränderungsdruck soweit steigen, dass mehr Geld ausgegeben wird?
- ▶ In welchen Bereichen ist damit zu rechnen, dass mehr Geld in den Umlauf kommt?
- ▶ -> Zukunftsmärkte auf Pinkarten

## Unternehmerische Werkzeuge 1/2

### Einige Methoden der Konzept- bzw. Strategieentwicklung

- ▶ Strategische Organisationsanalyse
- ▶ Strategische Kontext- bzw. Umfeldanalyse
- ▶ SWOT-Analyse
- ▶ Stakeholder-Analyse
- ▶ Mitbewerber-Analyse
- ▶ Analyse der Wertekette
- ▶ Dienstleistungs-Analyse
- ▶ Marktforschung, Markt-Recherchen, Markt-Analyse
- ▶ Trendscouting

## Unternehmerische Werkzeuge 2/2

### Einige Methoden der Konzept- bzw. Strategieentwicklung

- ▶ Szenarioentwicklung
- ▶ Entwicklung strategischer Geschäftsfelder
- ▶ Visioning
- ▶ Bestimmung der Kernkompetenzen
- ▶ Bestimmung der strategischen Erfolgspositionen
- ▶ Entwicklung von erweiterten SWOT-Strategien
- ▶ Entwicklung von Portfolio-Strategien
- ▶ Planung der Strategieumsetzung
- ▶ Businessplan

A&E Strategische Unternehmens- und Führungsentwicklung

gregor.zbinden@ae-ag.ch

## 1x1 des Unternehmertums 1/2

### Strategische Erfolgsfaktoren

- ▶ Voraussetzung 1: **Faszination** für Grundidee.
- ▶ Voraussetzung 2: **Markt**, Kunden, Mitbewerber **kennen**.
- ▶ Umwelt- & **Marktchancen erkennen** und nutzen.
- ▶ **Strategie** entwickeln und als Leit- & Lernpläne nutzen.
- ▶ Auf bestehenden **Stärken** aufbauen.
- ▶ **Differenzierung** von Mitbewerbern.
- ▶ **Konzentration** der Kräfte.
- ▶ Balance zwischen **Ausdauer** und **Flexibilität**.

A&E Strategische Unternehmens- und Führungsentwicklung

gregor.zbinden@ae-ag.ch

## 1x1 des Unternehmertums 2/2

### Operative Erfolgsfaktoren

- ▶ **Businessplan** erarbeiten und als Leitplanke nutzen.
- ▶ Konkrete, realistische **Ziele** setzen und konsequent verfolgen.
- ▶ **Entscheide** fällen und konsequent umsetzen.
- ▶ Ziele & Massnahmen laufend **überprüfen** und anpassen.
- ▶ Kalkulierte **Risiken** eingehen.
- ▶ **Ausgaben & Einnahmen** im Auge behalten.
- ▶ Persönlichen & Unternehmens-**Auftritt** professionell gestalten.
- ▶ Kontakte knüpfen und **Beziehungen** pflegen.

A&E Strategische Unternehmens- und Führungsentwicklung

gregor.zbinden@ae-ag.ch

▶ **A&E Development Navigation AG**  
Altstetterstrasse 119  
8048 Zürich  
044 430 55 30  
gregor.zbinden@ae-ag.ch  
www.ae-ag.ch

▶ **Büro für Innovation & Entwicklung**  
Altstetterstrasse 119  
8048 Zürich  
044 433 13 14  
bfie@gmx.ch

A&E Strategische Unternehmens- und Führungsentwicklung

gregor.zbinden@ae-ag.ch

Zug, 26, September 2006

## Einladung

Liebe Kolleginnen und liebe Kollegen

An der letzten Tagung des Fachpools vom 12. Mai meldeten wir uns, um das Thema „Bildungsreform – Perspektiven HSA / Anspruch der SKA“ vorzubereiten. Wir entschieden uns, den Fokus auf die umwälzenden Entwicklungen im Bildungsbereich zu richten und uns am Vormittag diesem Thema zu widmen. Am Nachmittag setzten wir uns das Ziel, Grenzen und Möglichkeiten der Kommunikation des Berufsbildes der Soziokulturellen Animation unter die Lupe zu nehmen.

Es freut uns, Euch zu folgender Veranstaltung einzuladen:

### **«Stärkung des Berufsbildes Soziokulturelle Animation FH»**

**Montag, 30. Oktober 2006, 09.15 – 16.30 Uhr**

**HSA Luzern, Zimmer Nr. 001**

**Kosten: Fr. 30.— (ohne Mittagessen)**

Referentinnen und Gesprächspartnerinnen sind:

**Frau Mariana Christen Jakob, Prorektorin, Leitung Diplomstudium HSA Luzern**

**Frau Cordelia Oppliger, PR-Fachfrau und Fundraiserin, Suhr**

Vor der Mittagspause ist wieder rund eine halbe Stunde für den «Marktplatz» reserviert.

Um einen geordneten Ablauf dieses Inputs zu organisieren, bitten wir Euch, in einem kurzen Mail an [lisa.palak@bluewin.ch](mailto:lisa.palak@bluewin.ch) bis zum 20. Oktober den Beitrag anzukündigen (kurzer Beschrieb, verantwortliche Person und benötigte Zeit bitte angeben).

Wir freuen uns, auf einen regen Austausch!

Mit herzlichen Grüssen

Christian Ruosch (Programm, Vormittag)

Barbara Käser (Programm, Nachmittag)

Lisa Palak-Otzoup (Einladung, Tagesmoderation)

## „Stärkung des Berufsbildes Soziokulturelle Animation FH“

OK: Christian Ruosch, Barbara Käser, Lisa Palak-Otzoup

Protokoll: Alex Michel & Susan Wiederkehr

### 1. Teil: Entwicklungen in der Ausbildung

**Sammlung von Fragen** an Mariana Christen Jakob (Prorektorin, Leitung Diplomstudium HSA) und Bernard Wandeler (Verantwortlicher Studiengang Soziokulturelle Animation)

- Verschwindet der Begriff der Soziokulturellen Animation?
- Verschwindet der Beruf der Soziokulturellen Animation?
- Es gibt keine Grundlagenvermittlung der Soziokulturellen Animation mehr während des Grundstudiums. Erleben die Studierenden einfach eine „SkA-Schnellbleiche“?
- PA's begleiten Studierende, welche noch keine SkA-Theorien hatten. Der Zeitpunkt der PA mit dem, was die Studierenden dann schon vermittelt bekommen haben ist sehr ungünstig gewählt. Kann es Aufgabe der PA sein, den Studenten eine Einführung in die Soziokulturelle Animation zu geben?
- Welchen Einfluss hat die HSA im Berufsverband?
- Was wird an der HSA an Forschung im Bereich der SkA betrieben? Es fehlt an Handlungstheorie-Entwicklung.
- Welche Netzwerke bestehen zwischen Arbeitgeber und HSA?
- Wird SKA zu GWE (Community Development)? Hier tauchte die Frage nach dem Unterschied zwischen GWE und GWA auf.
- Ist die Generalistenausbildung die Zukunft?
- Die freien Stellen sind immer noch in der Jugendarbeit, eine Veränderung, wie sie oft angedeutet wurde, hat nicht statt gefunden. Ist es Wunschdenken, dass die SkA in verschiedensten Feldern Platz hat?
- Wie bereitet die HSA die Studenten auf die Berufspraxis vor und ermutigt diese sich als Soziokulturelle Animatoren auch auf andere (nicht klassische SkA-) Stellen zu bewerben?

### **Gespräch mit Mariana Christen Jakob und Bernard Wandeler**

Einleitend berichtet Mariana Christen Jakob von den **Veränderungen in der Fachhochschullandschaft** im Zuge der Bologna-Reform.

- Ab 08 wird auf dem Diplom die BerufsRICHTUNG stehen „Bachelor of Science in Socialwork“
- Die Zusammenarbeit mit anderen Fakultäten beeinflusst auch das Kurrikulum der HSA
- Die Soziokulturelle Animation hat einen schwierigen Stand, da es vergleichsweise wenig Studierende gibt. Die HSA will die Studienrichtung Soziokultur beibehalten und verteidigt die Fachlichkeit „Soziokultur“.
- Gesamteuropäisch ist im Bereich der „Community Development“ sehr viel Interessantes am Laufen. Die Nachfrage an Arbeiten mit dem Gemeinwesen ist gross. → Hinweis auf den internationalen Kongress im September 07, in Luzern „Community Development: Globale und lokale Herausforderungen“: zeigt auf,

wo überall mit dem Ansatz der Soziokulturellen Animation gearbeitet wird. CD wird synonym für SkA benutzt.

Die Einschätzung, dass der **Begriff „Soziokulturelle Animation“ am Verschwinden** ist, bestätigt Mariana Christen Jakob. In der Bildungspolitik fehlt die Vorstellung und das Verständnis für diese Berufsbezeichnung. Mit dem Begriff „Community Development“ können schon viel mehr Leute etwas anfangen.

Die Befürchtung, dass auch in Luzern alles auf eine „**Generalisten-Ausbildung**“ hinaus läuft, ist nicht begründet. Für Studierende, welche in die SkA-Richtung wollen, sind 1/3 Pflichtmodule im Soziokulturbereich. Die Praxis zeigt auch, dass nur sehr wenige AnimatorInnen Soziokulturfremde Module wählen. Solange es genügend Studierende und Stellen (in Nischen oder direkt im Feld der SkA) hat, wird die HSA die zwei Studienrichtungen beibehalten.

**Forschung und Theorieentwicklung** kam in letzter Zeit tatsächlich zu kurz, es wird jedoch in Zukunft ein Schwerpunkt sein. Der Bedarf an Theorie-Entwicklung ist gross, die HSA will jedoch nicht einfach alte Sachen neu verkaufen.

Das **Berufsbild** der SkA hat ein enormes Potenzial. Die HSA bildet Leute aus, welche mit den zunehmenden Unterschieden in der Gesellschaft umzugehen wissen. Der integrative Ansatz, mit welchem die SkA arbeitet und auch Freelancer in diesem Bereich (die HSA bietet dazu ein Modul „Unternehmerisches Denken“ an), wird in Zukunft noch viel mehr gefragt sein (Diversity Management).

Mariana Christen Jakob findet nicht, dass der **Bezug zwischen der HSA-Ausbildung und den Arbeitgebern in der SkA fehlt**. Die HSA gewichtet die Berufspraxis stark und lässt sie in das Ausbildungskonzept einfließen.

Das Problem, dass die **PA's Studierende begleiten**, welche eigentlich **noch keine Ahnung von den Hintergründen/Theorien der SkA** haben, hat auch die HSA bemerkt. Es kann nicht Aufgabe der PA's sein die Einführungen in die SkA-Theorien zu geben. Rückmeldungen, ob wirklich die richtigen Kompetenzen für die Praxis aufgebaut werden, unbedingt an die HSA weiterleiten.

### **Welche Kanäle bestehen zwischen der Ausbildung und der Praxis?**

Bernard Wandeler ist zuständig für den Praxis-Transfer und meint, es gebe diesbezüglich viele Gefässe. Die Kickoff-Veranstaltungen für Arbeitgeber wird von diesen sehr schlecht genutzt. In der Schweiz ist es sehr schwierig als Bildungseinrichtung bei den Arbeitgebern präsent zu sein. Die Frage, wo diese Kontakte passieren, ist sehr komplex.

### **Rückblick zu Input**

- Die Berufs-Identität findet über die „Projekte“ und nicht über den Job statt.
- Wenn an der Schule das Interesse an der Berufsfeldentwicklung so klein ist, oder es nicht als deren Aufgabe angesehen wird, sind dann nicht wir als Berufsleute gefragt? Z.B. durch lokale Netzwerke von SkA-Berufsleuten oder das wir andere Berufsfelder besetzen (z.B. Generationen-Projekte). Ist es einfach unsere Krise und haben diese z.B. ältere Generationen überwunden? Wie sieht das z.B. bei den Vollzeitlern (welche nicht anwesend waren) aus?

## 2. Teil: „Wie kommuniziere ich die SKA im Berufsalltag?“

**Leitung:** Cordelia Opplinger, PR – Fachfrau

### **1. Berufsbild**

Es gibt, auch ausserhalb der Soziokulturellen Animation, noch verschiedene Berufe, deren Berufsbilder nicht eindeutig definiert sind. Public Relations (PR) gehört da auch dazu.

Nichtsdestotrotz hier eine Definition: „Als Public Relations (PR), auch Öffentlichkeitsarbeit oder institutionelle Kommunikation genannt, bezeichnet man das Management der Kommunikationsprozesse von Organisationen mit ihren Bezugspersonen.“

Man unterscheidet zwischen:

- Identität = Eigenbild
- Image = Fremdbild

Idealerweise sollten diese zwei Bilder kongruent sein. Das gibt es aber nie, doch die Aufgabe der PR ist es, diese unterschiedlichen Sichtweisen einander möglichst nahe zu bringen.

Berufsbild der Soziokulturellen Animation

Definition der Berufsberatung.ch: „Soziokulturelle Animatorinnen und Animatoren gestalten zusammen mit den betroffenen Menschen das soziale und kulturelle Leben in deren Lebensumfeld. Sie arbeiten meistens in Projekten im Freizeit-, Kultur- und Bildungsbereich.“

### **2. SWOT Analyse**

#### **Stärken**

Unkonventionell  
Kreativität  
Interdisziplin  
Innovation  
In offenen Strukturen arbeiten  
Selbstbewusst  
Heisse Eisen anpacken  
QuerdenkerInnen

#### **Schwächen**

Kleiner Bekanntheitsgrad  
„Chaoten“  
Abgrenzung zur Sozialarbeit (Sozialem Umfeld)  
Personifizierung  
SKA = Jugendarbeit  
Keine gesetzliche Grundlagen als Legitimation

V i e l f a l t

#### **Chancen**

Vielseitige Kompetenzen ausweisen  
Gestaltungsspielraum  
Kein starrer Rahmen  
Narrenfreiheit  
Verkaufshaltung  
Engagement erforderlich

#### **Risiken**

Berufsbild löst sich auf



### 3. Bestehende Kommunikationsmittel

Was steht der SKA als Kommunikationsmittel zur Verfügung?

- Avenir Social (Berufsverband)
- Sozial aktuell (Zeitschrift)
- Infobroschüre der HSA (*Kann helfen den Beruf bekannter zu machen. → Mitnehmen und im Berufsalltag verteilen...*)
- Lesebuch der Diplomarbeiten
- Animationspool (*wichtig an dieser Stelle, dass genügend SKA`ler engagiert dabei sind. Persönliche Einladungen von aktiven Mitgliedern, oder neue anschreiben...*)

### 4. Berufsbild stärken – aber wie?

Gruppenarbeit: Was ist das Ziel eines starken Berufsbildes? Ein übergeordneter Begriff? Welches ist der kleinste gemeinsame Nenner, indem wir uns als SKA finden?

Resultate der Gruppenarbeiten

Übergeordneter Begriff:

- Zusammen, Leben, Gestalten (zusammen Leben gestalten, Zusammenleben gestalten)
- Community Coaching
- Zusammenspiel im öffentlichen Raum

Ein Ziel für Berufsbild definieren:

- EntscheidungsträgerInnen engagieren uns als Experten fürs Zusammenleben
- Wir sind bekannt als SpezialistInnen für das Zusammenleben
- EntscheidungsträgerInnen kennen Studienrichtung SKA

Zielgruppe:

- Personalverantwortliche auf kommunaler Ebene

Konkrete Massnahmen:

- Präsentation an Meeting von Personalverantwortlichen
- Brief an potenzielle Stellenausschreibende
- Infoveranstaltung für Entscheidungsträger
- Statements in Medien (TV, Radio, Internet etc.)

### Zusätzliche Massnahmen (Tipps von Cordelia Opplinger)

- Medienarbeit (*Immer achten, dass der Beruf genannt wird; in einem Artikel ev. ein Infokasten „Was ist SKA?“; Link auf HSA – Seite*)
- Stellenbewerbung (*Die eigenen erworbenen Fähigkeiten aufschlüsseln nach Kompetenzen; ev. Beiblatt „Was ist SKA?“*)
- Lobbyarbeit (*Alle Personen mit denen ich zusammen arbeite wissen was wir machen*)
- Kontakt zu Ausbildungsstätten / Berufsberatungsstellen (*Stimmt ihr Bild mit unserem eigenen überein?*)
- Sensibilisierungsarbeit (*SKA ist eine Denkhaltung; Infoveranstaltung, ohne Wertung gegenüber der Sozialarbeit*)
- Website (*ev. HSA Website als Plattform für Animationspool*)
- Schule / Gymnasium (*Was macht die HSA, Auszubildende?*)
- Visitenkarte (*Steht auch wirklich bei jedem / jeder SKA?*)
- Seinen Beruf erklären (*Medienmitteilung: So formulieren, dass sie ein 12 jähriger versteht!*)

## Weiterführende Aufgaben

- Peter, Urban und Christoph entwickeln einen Standardbrief für Stellenbewerbungen, die potenziell von einer SKA besetzt werden sollten (Stadtentwicklung etc.). Dieser Brief wird als Werkzeug für alle zur Verfügung gestellt.
- Ein weiteres Werkzeug, nützlich in der Medienarbeit eines jeden SKA: Sandra, Urban und Karin entwickeln ein Medienkästli: „Was ist SKA?“  
→ **Ein Aufruf an dieser Stelle:** Wer schon einmal einen medientauglichen Text zu diesem Thema verfasst hat, soll ihn Sandra, oder Urban schicken. (Nutzen von eigenen Ressourcen!)
- Sandra nimmt Kontakt zu der HSA auf und klärt Fragen, oder stellt folgende Forderungen:
  - Wer ist unsere Ansprechperson für den Fachpool? (Emanuel, oder Benard?)
  - Wir wollen einen kostenlosen zugesicherten Raum für unsere Treffen.
  - Wir möchten einen Link für den Animationspool auf der Website der HSA

## Nächster Fachpool

- Für den nächsten Fachpool werden nochmals alle über Rolf Wila angeschrieben
- Für den Fachpool am 11. Mai 07 sind Felix und Delphine zuständig, das Thema geht um die SKA in der Romandie. Lisa hilft mit. MitdenkerInnen sind sehr willkommen und sollen sich bei Felix melden.  
Sandra klärt nochmals die „Raumregelung“ mit der HSA.
- Für den Fachpool im Oktober 07 könnte der von Bernard erwähnte Kongress das Thema sein. Wer verantwortlich ist wird im Mai geklärt.

## Varia

SozialAktuell:

- Die Nachfolgerin für Alexandra Büchel im Redaktionsteam von SozialAktuell ist Françoise Blancpain.
- Für die anstehende Ausgabe werden noch Beiträge über spannende Projekte im Altersbereich gesucht.
- Die FH Nordwestschweiz sucht noch Leute, welche die Soziokulturelle Animation vorstellen würden. Es gibt keine Entlohnung, aber Büchergutscheine. Interessierte bei Susanna melden.

## Termine der nächsten Meetings

- FR 11. Mai 07 (Vernetzung mit Animation Welschschweiz)
- MO 29. Okt. 07 (Bezug auf Animations Symposium 26. – 28. Sept. 07)