



**Naturfreunde**  
Schweiz 



Workshop  
05.09.2026

Philipp Moor  
Patrick Horst



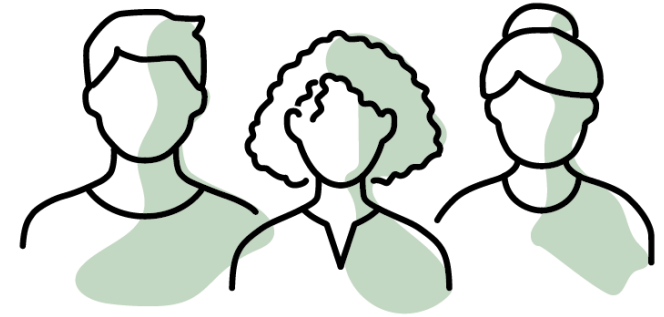
vereinscoaching

vereinscoaching.ch

philipp@vereinscoaching.ch



# Ziele heute

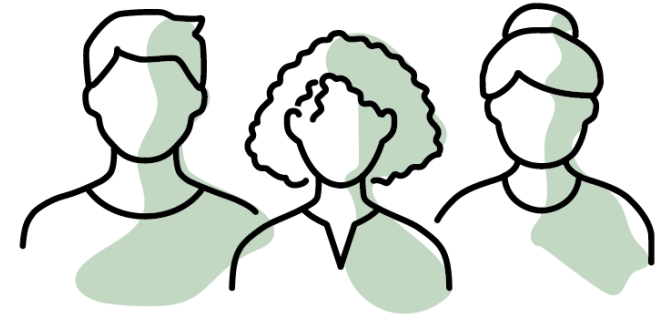


- Prozess Zukunftsplanung für Naturfreunde Sektionen verstehen
- Herausforderungen der eigenen Sektion kennen
- Workbook kennenlernen
- Erste Schritte zur Umsetzung bereits angehen
- Erfahrungsaustausch

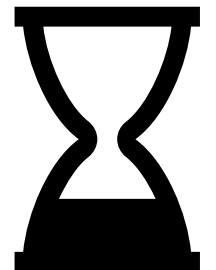


**Vereine in die Zukunft führen**

# Analyse - SWOT



- Seite 5 – 7 ausarbeiten
- Relevante Stichworte auf Post-it (Moderatoren)
- Anschliessend Seite 8 (SWOT-Analyse) ausfüllen



45 Minuten

Bewährtes

NF-Haus  
als Treffpunkt

Reisen

Angebote  
(Vielfalt)

Jahresprogramm  
für bestehende  
Mitglieder

Herausforderungen

Konsum-  
haltung

Vorstand

fehlende  
Sichtbarkeit

Demografie

Mitglieder finden  
Nachfolge

Landesverband

Häuser → Tourismus CH  
↓  
Sichtbarkeit ↑

junge  
Senior:innen  
60-75

🎯  
neue/mehr  
Mitglieder

Veränderungen

Wandern als  
Trendsport  
(aber Individual)

Zielgruppen-  
definition

mehr  
flexibilität  
gefordert

Megatrends

- Gesundheit
- Individualität

Soziale Medien  
nutzen  
(aktiv werden)

# SWOT

## Stärken

- Angebote
- Standort
- Zusammenhalt

## Schwächen

- Denken in alten Str.
- kein Mut
- Altersstruktur

## Chancen

- Treffpunkt / Drehscheibe
- Neue Angebote / Zielgr.
- Know-how der Mitglieder nutzen

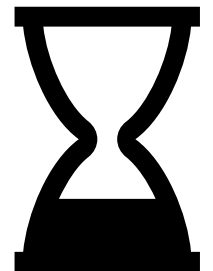
## Risiken

- Ressourcen
- Verpflichtungen
- Hürden (Ausbildungspflicht)

# Zukunftsbild der Sektion

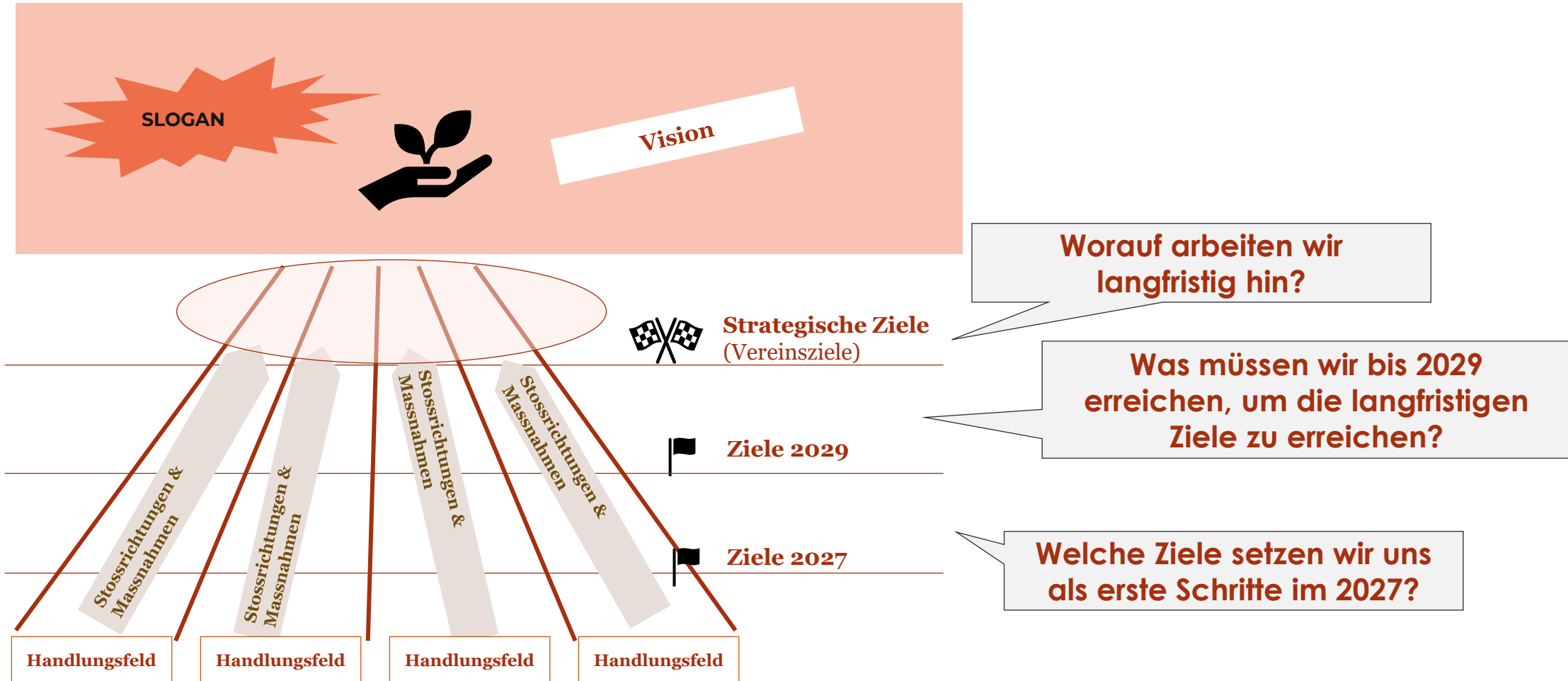


- Seite 9
- Entwurf Vision, Formulierungsversuch

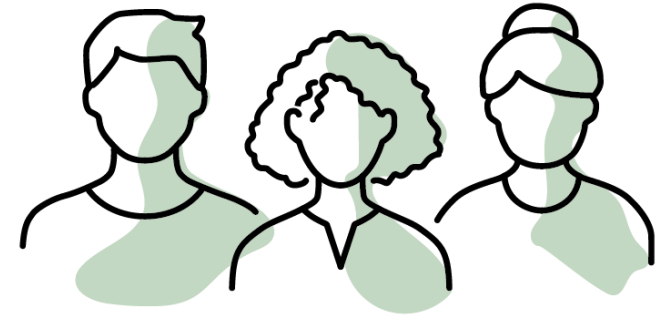


30 Minuten

# Zusammenhang Vision, Strategie und Ziele



# Plenum



- Vorstellen von SWOT
- Vorstellen von Zukunftsbildern (Visionen)



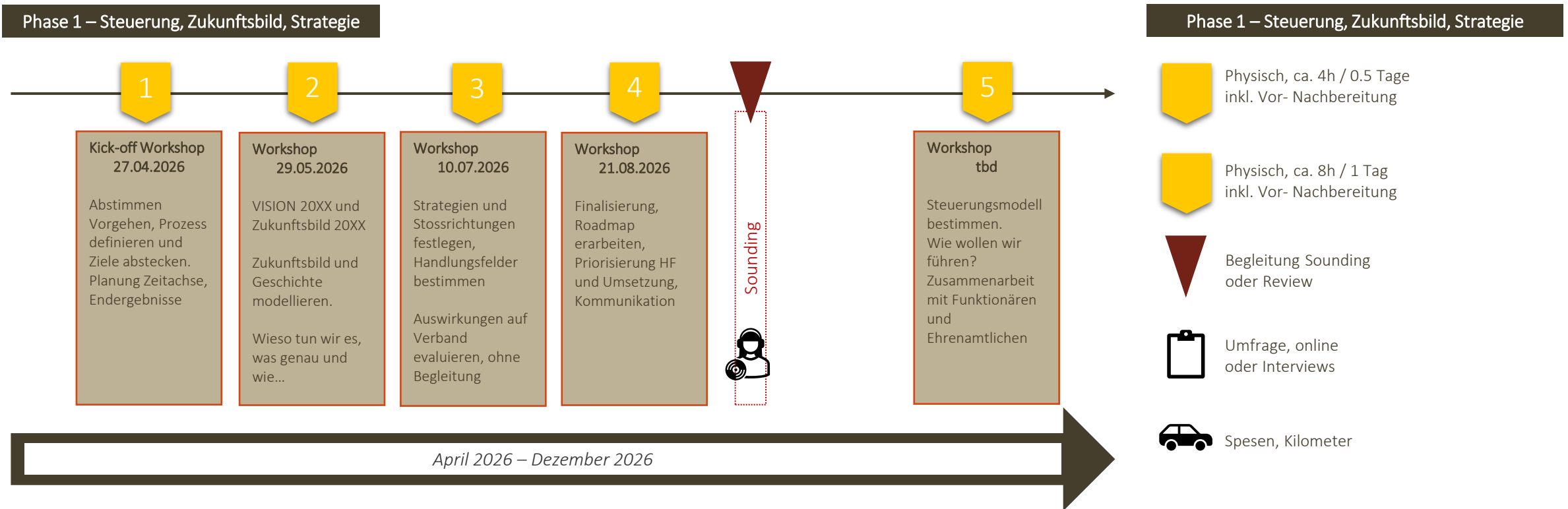
# Blick in die Projekt Sektionen

Sektion Züri  
Sektion Gossau

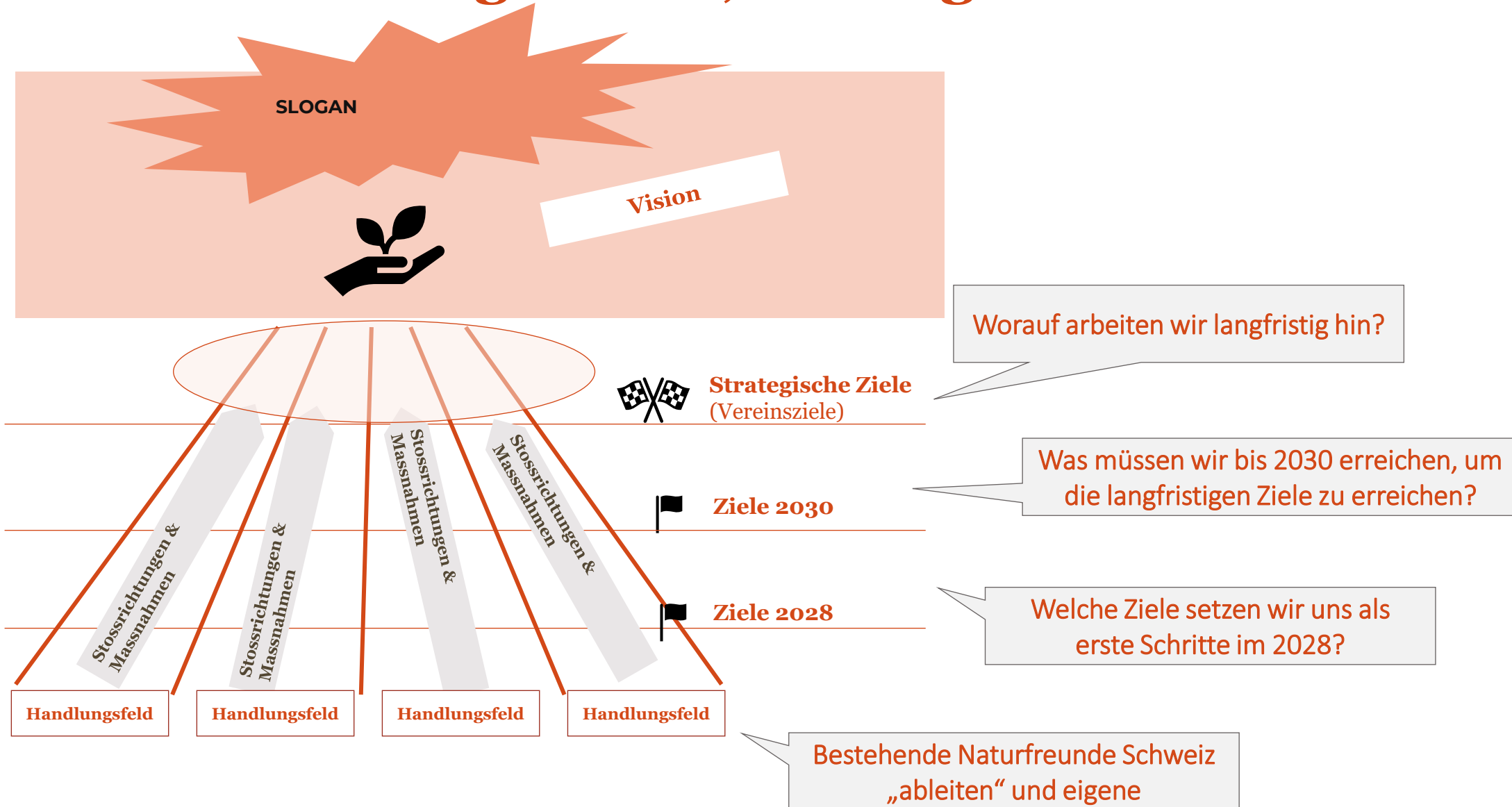
# Individuell designte Vorgehensweise

## Grobe Vorgehensweise für die Umsetzung Vision und Strategie «2030»

Die dargestellte Vorgehensweise dient als Diskussionsgrundlage und kann und soll nach Ihren Bedürfnissen angepasst werden. Die genaue Abstimmung erfolgt am Kick-off. Zwischen den einzelnen Prozessschritten (Workshops) werden Arbeiten Ihrer und unsererseits notwendig sein. (Vorbereitung, Nachbereitung, Verdichtung, Erstellen von Protokollen und Präsentationen, bspw.)



# Zusammenhang Vision, Strategie und Ziele



# Vision final

Arbeitsstand 21.08.2026

Die Naturfreunde Sektion Züri ist eine lebendige, offene und zukunftsfähige Gemeinschaft für Natur, Bewegung und Begegnung.

Mit einem breiten und attraktiven Angebot an Sport, gesellschaftlichen und kulturellen Anlässen sowie Ausbildungen und Kursen schaffen wir vielfältige Erlebnisse, fördern den Austausch und die Gemeinschaft und wecken die Freude an der Natur. Dabei setzen wir uns aktiv für Naturschutz, Nachhaltigkeit und einen respektvollen Umgang mit unserer Umwelt ein.

Wir sind in Zürich als engagierte und attraktive Sektion bekannt, die Natur erlebbar macht, Menschen verbindet und Verantwortung für Mensch und Umwelt übernimmt.

# Handlungsfelder

Arbeitsstand 10.07.2026

**1** Angebote und Aktivitäten

**2** Finanzen

**3** Interne Zusammenarbeit

**4** Externe Zusammenarbeit

**5** Sichtbarkeit / Auftritt gegen Aussen

**1** Angebote und Aktivitäten

**2** Finanzen

**3** Interne Zusammenarbeit

**4** Positionierung / Sichtbarkeit

## HF 4 | Positionierung / Sichtbarkeit

### Absicht

Die Sektion positioniert sich als moderne, kompetente und attraktive Organisation mit einem klaren Profil.

Durch eine einheitliche Markenpräsenz, eine zielgruppengerechte Kommunikation sowie den aktiven Aufbau von Beziehungen erhöhen wir unsere Bekanntheit, stärken unsere Wahrnehmung und gewinnen neue Mitglieder sowie relevante Partner für unsere Anliegen.

Mit einer professionellen und abgestimmten Kommunikation sowie gezielten Werbemaßnahmen machen wir unsere Angebote und Leistungen sichtbar und vermitteln den Mehrwert der Sektion nach innen und aussen.

Gleichzeitig pflegen wir unser Netzwerk und vertreten die Interessen der Sektion gegenüber Mitgliedern, Partnerorganisationen, Behörden und weiteren Anspruchsgruppen aktiv und wirkungsvoll.

# HF 4 | Positionierung / Sichtbarkeit

Arbeitsstand 10.07.2026

## Stossrichtungen

## Beschrieb

### 4.1 Branding NF Züri

Die Sektion tritt mit einem einheitlichen und wiedererkennbaren Erscheinungsbild auf. Durch eine klare Positionierung, eine konsistente Kommunikation und einen professionellen Auftritt stärken wir die Wahrnehmung der Sektion und schaffen eine hohe Wiedererkennbarkeit innerhalb und ausserhalb des Vereins.

### 4.2 Kommunikation und Werbung

Die Kommunikation und Werbung erfolgen zielgruppenorientiert, aktuell und über geeignete Kanäle. Wir informieren nicht nur über unsere Aktivitäten, sondern machen die Angebote und den Mehrwert der Sektion aktiv sichtbar. Mit einer abgestimmten internen und externen Kommunikation sowie gezielten Werbemassnahmen stärken wir den Austausch, erhöhen die Reichweite und sprechen bestehende sowie potenzielle Mitglieder wirkungsvoll an.

### 4.3 Akquise Neumitglieder

Die Gewinnung neuer Mitglieder erfolgt aktiv und kontinuierlich. Durch zielgruppengerechte Angebote, authentische Kommunikation und persönliche Empfehlungen erhöhen wir die Attraktivität der Sektion und sprechen potenzielle Mitglieder gezielt an.

# HF 4 | Positionierung / Sichtbarkeit

Arbeitsstand 10.07.2026

## 4.1 Branding NF Züri

| Nr. | Massnahmen                                                                                                              | Bemerkungen / Verweise | Jahresziel 20xx |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| a   | Ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design) definieren und konsequent über alle Kommunikationskanäle anwenden | – Manfred              |                 |
| b   | Die Sichtbarkeit der Sektion durch eine koordinierte Präsenz in Print- und digitalen Medien gezielt erhöhen             |                        |                 |
| c   | Ein Marketingkonzept entwickeln, das die Positionierung, Zielgruppen und Kommunikationsmassnahmen der Sektion festlegt  | – Nadine               |                 |

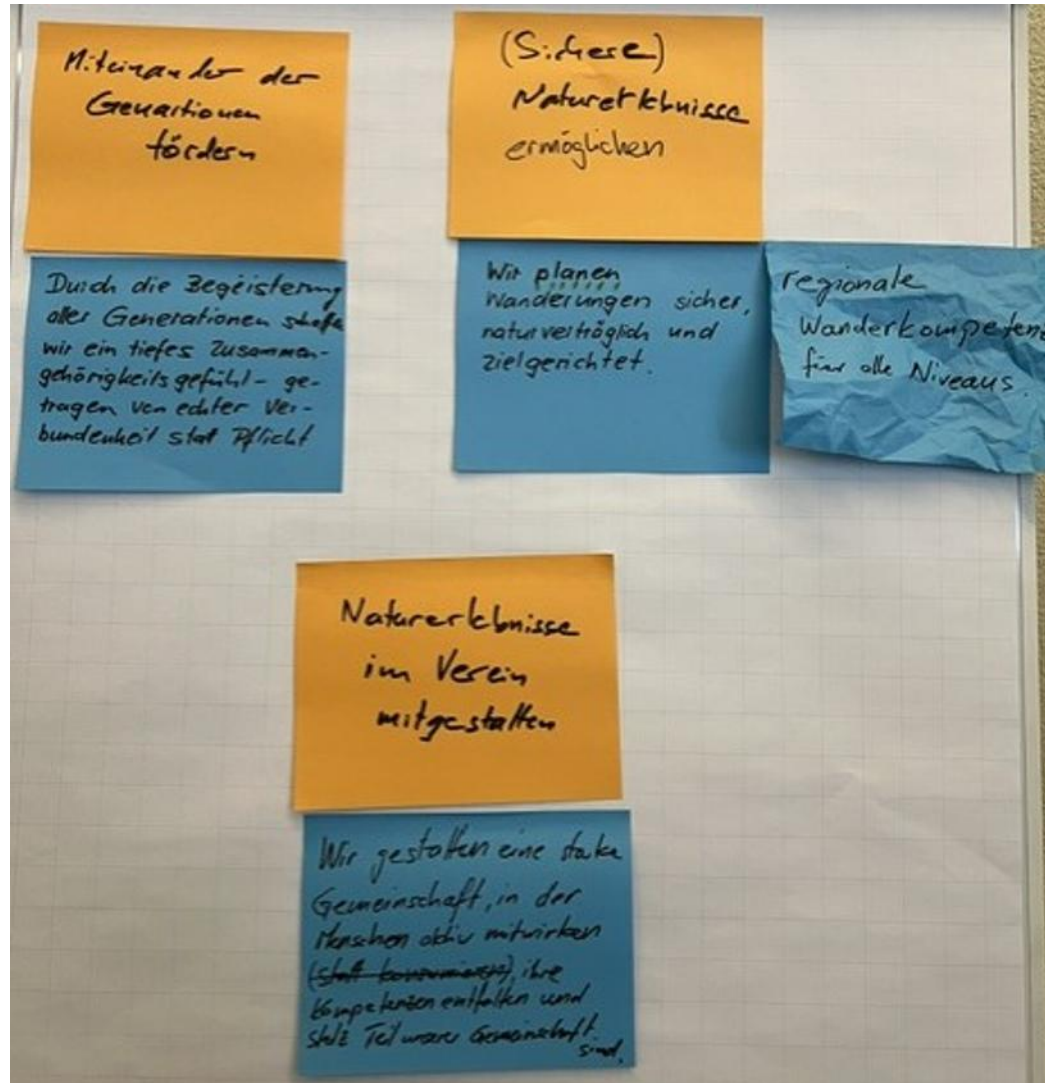
## 4.2 Kommunikation und Werbung

| Nr. | Massnahmen                                                                                                                      | Bemerkungen / Verweise | Jahresziel 20xx |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------|
| a   | Ein ganzheitliches Kommunikationskonzept für die interne und externe Kommunikation erarbeiten und umsetzen                      | – Nadine               |                 |
| b   | Die bestehenden Kommunikationskanäle regelmässig überprüfen, aktualisieren und zielgruppengerecht weiterentwickeln              |                        |                 |
| c   | Einen Redaktions- bzw. Kommunikationsplan erstellen, um Inhalte regelmässig, abgestimmt und wirkungsvoll zu veröffentlichen     |                        |                 |
| d   | Werbemassnahmen gezielt planen und einsetzen, um Angebote, Veranstaltungen und Aktivitäten der Sektion wirkungsvoll zu bewerben |                        |                 |



# Visionsentwurf

Arbeitsstand 08.08.2026



# Handlungsfelder

Arbeitsstand 08.08.2026

1

Angebot

2

Finanzen

3

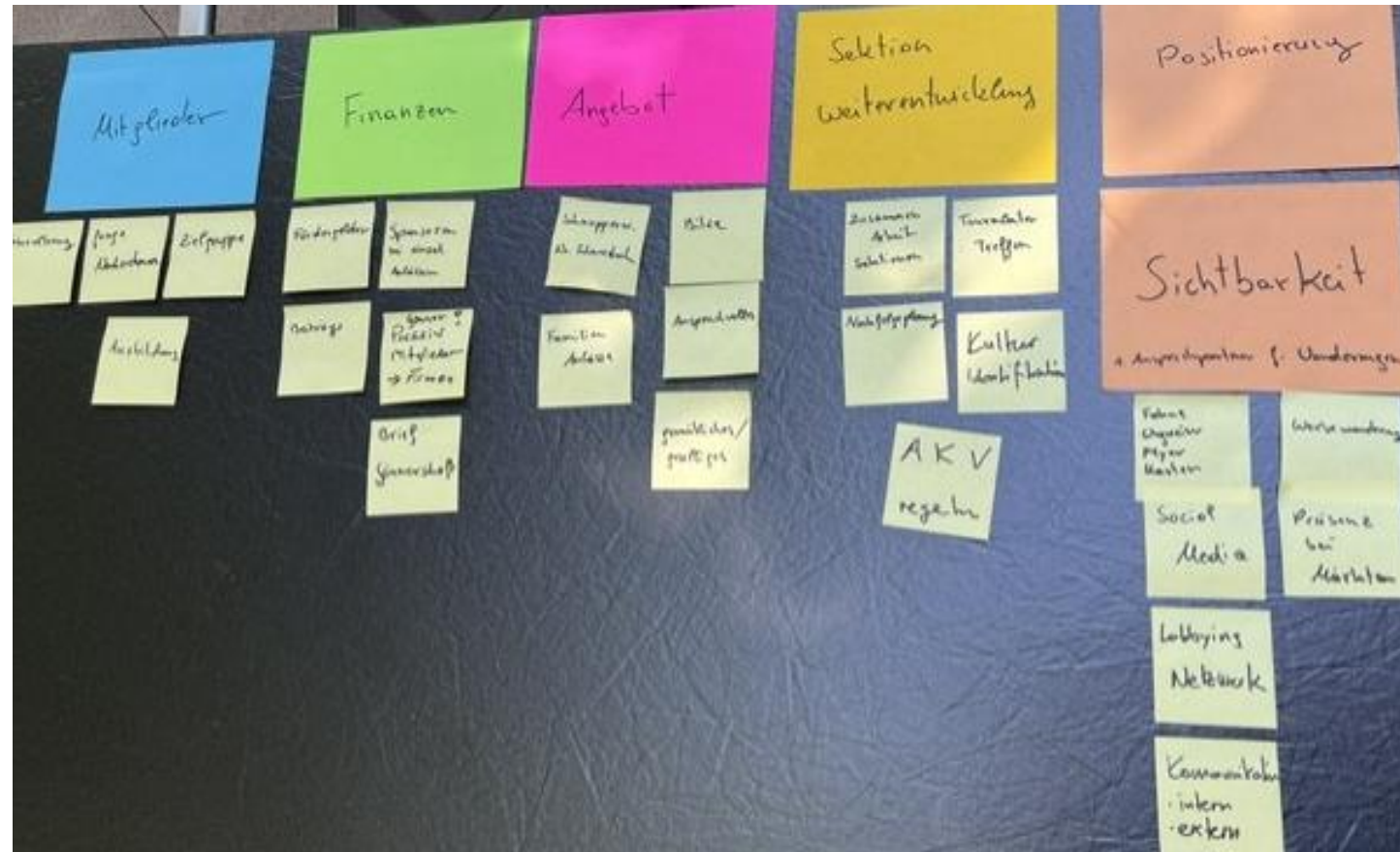
Mitglieder

4

Positionierung

5

Weiterentwicklung Sektion



# HF 4 | Positionierung

Arbeitsstand 08.08.2026

| Stossrichtungen |                       | Beschrieb | Messgrösse (KPI) | 20xx |
|-----------------|-----------------------|-----------|------------------|------|
| 4.1             | Sichtbarkeit steigern |           |                  |      |
| 4.2             | Social Media          |           |                  |      |
| 4.3             | Interne Kommunikation |           |                  |      |





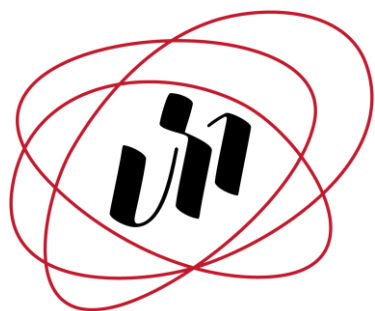


# Die Impulse sind vermittelt!

Jetzt seid ihr dran!

Viel Spass und Erfolg in eurer  
Vereinsarbeit!

[vereinscoaching.ch](http://vereinscoaching.ch)



vereinscoaching

# LOS GEHT'S

