

# **SKG - Präsidentenkonferenz 16. Januar 2010, Bern**

---

(Zusammenfassung der Konferenz in Stichworten)

## **1. Begrüssung und Einführung durch Peter Rub, Zentralpräsident**

Erläuterungen und Hinweise auf Neuerungen in der Organisationsstruktur.

Arbeitsausschuss Zucht (AAZ): neu Franz Berger.

Arbeitsausschuss Verhalten (AAV): Christina Siegrist.

Arbeitsausschuss Finanzen (AAF): Neuerung für die nächste DV 2010 – erhöhte Transparenz erwünscht, daher erhält jeder Präsident zwei Rechnungsberichte, einmal ausführlich, einmal als Übersicht. Der Rechnungsbericht ist gleichzeitig Stimmrechtsausweis an der DV.

Arbeitsausschuss Marketing: vakant

Kommission POLYDOG: kurzer Bericht von Helmut Hofer, bisher 160 Leiter Spass Sport , Übersetzungen in F und IT noch ausstehend – Aufruf zur Mithilfe.

TKGS: J.-P. Brunner Präsident hat im Laufe des vergangene Jahres demissioniert , ad interim wird die TKGS von Peter Reding geleitet. An der ao DV TKGS vom 26.3. in Villmergen (19.30 Uhr) stellt sich als Kandidat für das Präsidium Werner Spielmann (bisher Kassier) zur Wahl. Das Amt des Kassiers ist noch vakant.

Überarbeitung PO 88: Die jetzige PO ist nicht selbsterklärend, nicht übersichtlich und nicht einleuchtend. Die PO wird von einer Arbeitsgruppe innerhalb der TKGS überarbeitet. An einer Umfrage im Internet haben sich 193 Personen beteiligt. Die PO der Zukunft soll verständlich und klar sein.

TKJ: Präsident Walter Mühlhaupt. Grosse regionale Unterschiede in der Gesetzgebung zur Jagd.

TKAMO: ao DV für Reglementsänderung vorgesehen.

Die TKAMO hat sich wegen Differenzen von der Nationalmannschaftsleitung getrennt. Schwergewicht soll beim Breitensport bleiben.

Lokal Vereinigungen: (z.B. IGKO) sind wichtig für die Öffentlichkeitsarbeit in den Regionen. Das politische Bewusstsein der Kyn. Organisationen soll gefördert werden. Die IG s können bei regionalen Belangen in Sachen Hund Einfluss nehmen und Informationen abgeben.

Bericht Fachstelle Zucht, Franz Berger – Projekt 125

In Zusammenarbeit mit den Rasseclubs wird das Projekt 125 entwickelt: als neues Qualitätslabel für die Hundezucht. Im Konsultativrat sind auch TN aus den Rasseclubs.

Fragebogen wurden an die Rasseclubs verschickt, Rückmeldungen bis 22.1.10.

Ein Fernziel wäre die Zertifizierung der Züchterausbildung.

Bemerkung Otto Rauch: er zweifelt an dem Prinzip der Selbstdeklaration für Züchter. Kontrollen sind unabdingbar.

## **2. Referat zum Thema Öffentlichkeitsarbeit, am Beispiel der Swisscom**

Referent Christian Gasser, Swisscom

Politische Kommunikation ist wichtig, ebenso der Dialog mit den Behörden. Verständnis suchen, Vertrauen schaffen, Gespräch suchen.

Es ist wichtig, dass die Beziehungen schon lange vor einem Ereignis geknüpft wurden. Wenn ein Problem schon entstanden ist, ist es zu spät. Wenn hingegen gute Beziehungen da sind, wird mit den Partnern Rücksprache genommen. Beim Dialog muss das gesellschaftliche Umfeld miteinbezogen werden.

In der heutigen Zeit sind die Medien sehr schnell und oft Meinungsmacher. Schnell wird der Ruf nach neuen Gesetzen laut.

Lokales Lobbying ist wichtig:

- die Nähe zu Behörden,
- persönliche Kontakte
- Pflege des permanenten Dialogs mit allen betroffenen Gruppen
- Akzeptanz sichern durch lokale Präsenz
- Konflikte vermeiden durch Schulung und Kommunikation
- Information und Aufklärung bei Zielgruppen.

### 3. Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit für kynologische Vereine

Referentin Verena Ammann

Lobbying = Einflussnahme auf die Rahmenbedingungen

Aktive Strategie: mitgestalten, bewegen

Passive Strategie: sich anpassen

Ziel ist die aktive Strategie.

Wann?

Frühzeitig Einfluss nehmen, nicht erst reaktiv. Kontaktpflege zu Medien und Behörden. Die Kyn. Vereine müssen als Gesprächspartner etabliert sein.

Wo?

Gemeinderat, Landwirtschaft, Polizei, Wildhut, andere Vereine, politische Parteien, uvm.  
Ansprechpartner gezielt auswählen.

Wie?

Als Einzelne sind wir nicht stark. Die IG s sollten am gleichen Strick ziehen, Lokalsektionen sollten zusammen arbeiten. Es lohnt sich auch, die Zusammenarbeit mit privaten Hundeschulen zu suchen. Berichte an die Presse schicken, denn die lokale Presse ist oftmals an lokale Geschichten interessiert.

Was können wir im Gegenzug anbieten?

Informationen zu hunderelevanten Themen, Unterstützung in kynologischen Fragen, Kursangebote.

Wichtig sind die **persönlichen** Kontakte.

Bsp:

- Bauernabend
- Weihnachtskarten
- Spezielle Aktivitäten im Dorfzentrum
- Vereinsangebot bekannt machen bei persönlichen Kontakten in der Gemeinde

Vereinspräsidenten haben nicht immer die freien Kapazitäten, dennoch ist es äusserst wichtig, diese Kontakte zu pflegen.

### 4. Abschluss Fragerunde

Grundtenor: Was macht die SKG? Antwort Peter Rub: Wir alle sind die SKG. Die Geschäftsstelle in Bern ist auf Bundesebene aktiv, in den Regionen müssen die Sektionen aktiv sein.

Leider musste ich nach der Beantwortung der ersten Fragen die Konferenz verlassen, da ich noch einen anderen Termin wahrnehmen musste.

Susan Stone Amport, Vizepräsidentin – in Vertretung der Präsidentin.

20.1.2010