



# **Strategie 2026 - 2030**

## **KMU- und Gewerbeverband Kanton Solothurn**

### **Strategische Handlungsfelder und Massnahmenplanung**

Version 1.1  
20. November 2025

## Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangslage	3
1.1.	Strategischer Neustart ab 2026	3
1.2.	Absicht und Anspruch der neuen Strategie	3
2.	Vision und Mission	4
2.1.	Vision	4
2.2.	Claim	4
2.3.	Mission	4
3.	Strategischer Rahmen: Geltung, Umsetzung und Steuerung	4
3.1.	Umsetzung der Strategie – Steuerung	5
3.2.	Strategieumsetzung im Alltag	5
4.	Strategische Handlungsfelder (2026–2030)	6
4.1.	Positionierung, Profil und Sichtbarkeit	6
4.2.	Wirtschaftspolitische Interessenvertretung	7
4.3.	Mitgliederorientierung und Verbandsservice	8
4.4.	Governance & Organisation	9
4.5.	Dienstleistungsangebote im Bereich Berufsbildungsmarketing	10
4.6.	Profitcenter Schulungszentrum KGV SO	11
4.7.	Finanzen und Geschäftsführungsmandate	12

## **1. Ausgangslage**

### **1.1. Strategischer Neustart ab 2026**

Die bisherige Strategie des KGV SO galt für den Zeitraum bis Ende 2025 und bildete in den letzten Jahren eine verlässliche Grundlage für die politische Interessenvertretung, den Verbandsaufbau und die Entwicklung von Dienstleistungen. In einem sich rasant wandelnden Umfeld – geprägt durch wirtschaftliche Unsicherheiten, demografischen Wandel, Digitalisierung, Fachkräftemangel und strukturelle Veränderungen in den Gewerbevereinen – ist jedoch eine Neuausrichtung erforderlich.

Mit der Strategie KGV SO 2026–2030 wird ein konsequenter Schritt hin zu mehr Wirkung, Sichtbarkeit und Zukunftsfähigkeit vollzogen. Die neue Strategie greift aktuelle Entwicklungen auf, fokussiert auf die Bedürfnisse der Mitglieder und setzt auf professionelle Umsetzung, wirtschaftliche Nachhaltigkeit und politische Relevanz.

### **1.2. Absicht und Anspruch der neuen Strategie**

Der KGV SO verfolgt mit dieser neuen Strategie das Ziel, sich als stärkster Wirtschaftsverband im Kanton Solothurn klar zu positionieren und seine Rolle als politische Stimme, Dienstleister und Netzwerkplattform systematisch auszubauen.

Die Strategie dient als Orientierungsrahmen für Vorstand, Geschäftsstelle und Mitgliederorganisationen. Sie beschreibt die Mission, Vision, die strategischen Handlungsfelder und konkreten Massnahmen für die Jahre 2026 bis 2030 und bildet die Grundlage für:

- die operative Planung und Jahresziele der Geschäftsstelle
- die strategische Steuerung durch den Vorstand
- die legitimierende Beschlussfassung der Gewerbekammer

Die Strategie setzt auf Wirkungsorientierung, klare Zuständigkeiten, transparente Finanzierung und eine enge Mitgliederanbindung. Sie ist adaptiv angelegt und wird regelmässig überprüft. Die Massnahmen werden jährlich im Rahmen des Budgetprozesses überprüft und bei Bedarf angepasst.

## 2. Vision und Mission

### 2.1. Vision

Der KGV SO ist die kraftvolle Stimme und erste Adresse für KMU im Kanton Solothurn.

Er steht für ein starkes Gewerbe, eine freie Marktwirtschaft und eine engagierte Mitgliedergemeinschaft.

Als führender Wirtschaftsverband prägt der KGV SO die Rahmenbedingungen für Unternehmertum aktiv mit – politisch, kommunikativ und strukturell. Er macht den Beitrag der KMU zur Gesellschaft sichtbar und setzt Massstäbe in Servicequalität, Digitalisierung, Berufsbildung und Interessenvertretung.

### 2.2. Claim

Unser Claim: Ein professioneller Verband. Für starke KMU. Im ganzen Kanton.

- **Ein starker Verband** – Wir sind die verlässliche Stimme der KMU, politisch wirksam, mit klarem Profil.
- **Für starke KMU** – Unsere Arbeit dient direkt dem Nutzen und der Zukunftssicherung unserer Mitglieder.
- **Im ganzen Kanton** – Wir sind präsent in allen Regionen, vernetzen lokale Kräfte und vertreten die Vielfalt der Wirtschaft.

### 2.3. Mission

Der KMU- und Gewerbeverband Kanton Solothurn ist die mitgliederstärkste, wirtschaftlich bedeutendste und öffentlich sichtbarste Arbeitgeberorganisation im Kanton. Er vertritt über 3'000 Mitgliedschaften in zahlreichen Berufs- und Branchenverbänden sowie den lokalen Gewerbevereinigungen im Kanton Solothurn – wirkungsvoll, unabhängig und vernetzt.

Als politische Stimme, Dienstleistungsplattform und Netzwerk für KMU schafft der KGV SO optimale Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln. Er fördert unter anderem die Berufsbildung, unterstützt die Standortsicherung, macht Anliegen von Unternehmerinnen und Unternehmern hörbar, begleitet Gewerbeorganisationen im Wandel und bietet gezielte Interessenvertretung als aktiven Mitgliederservice.

Der KGV SO kommuniziert mit klarem Profil, einheitlicher Bildsprache und strategischer Botschaft – mutig, faktenbasiert und praxisnah. Er positioniert sich als moderner, lösungsorientierter Meinungsbildner und setzt auf Eigenverantwortung, wirtschaftliche Freiheit und schlanke Führungsstrukturen.

Seine Angebote sind modular, digital, bedürfnisorientiert – und ein sichtbarer Mehrwert für Mitglieder, Politik und Öffentlichkeit.

## 3. Strategischer Rahmen: Geltung, Umsetzung und Steuerung

Die Strategie gilt für die Jahre 2026 – 2030.

Die Wirkungsmessung soll sicherstellen, dass die gesetzten Ziele erreicht, die Ressourcen zielgerichtet eingesetzt und die Mitgliederbedürfnisse erfüllt werden. Sie schafft Transparenz gegenüber Vorstand, Mitgliedern und Partnern und ist Grundlage für eine lernende, adaptive Strategieumsetzung.

### 3.1. Umsetzung der Strategie – Steuerung

Die Strategie wird von der Gewerbe­kammer verabschiedet und in Kraft gesetzt. Die Geschäftsstelle ist für die operative Umsetzung der Strategie und ihrer Massnahmen verantwortlich. Der Vorstand übernimmt die strategische Steuerung, Priorisierung und Wirkungskontrolle – insbesondere durch Ressortführung, Jahresplanung, Monitoring und Evaluation.

Diese Arbeitsteilung ist in den geltenden Statuten und Funktionsreglementen verankert:

- Die Gewerbe­kammer fungiert als beschlussfassendes Gremium (Art. 25). Sie ist zuständig für die Verabschiedung und Legitimation der Gesamtstrategie.
- Der Vorstand erarbeitet und überprüft die von der Gewerbe­kammer festgelegte strategische Ausrichtung des Verbandes gemäss Art. 26.
- Die Geschäftsstelle ist laut Art. 30 der Statuten gegenüber dem Vorstand rechenschaftspflichtig und für die Ausführung der operativen Aufgaben zuständig.

### 3.2. Strategieumsetzung im Alltag

Die Strategie KGV SO 2026–2030 wird nicht nur als Rahmenpapier verstanden, sondern als aktives Steuerungsinstrument im Verbandsalltag. Ihre Umsetzung ist organisatorisch, personell und zeitlich verankert:

1. Jahresziele: Die Geschäftsstelle leitet jährlich operative Zielsetzungen aus der Strategie ab und priorisiert sie gemeinsam mit dem Strategieausschuss (Vorstandsausschuss).
2. Vorstandsklausur: Einmal jährlich wird der Umsetzungsstand reflektiert, priorisiert und angepasst (inkl. Wirkungsmessung, Herausforderungen, neue Themen).
3. Ressort-Check-ins: Die Vorstandsmitglieder rapportieren jährlich zur Entwicklung ihrer Ressortthemen – mit Fokus auf Wirkung, Bedarf und Zielstand an das Präsidium. Etablierung in den VS Sitzungen.
4. Strategie-Review: Im dritten Jahr der Strategieperiode erfolgt eine strukturierte Überprüfung mit Blick auf Aktualität, Lücken und Weiterentwicklung für die Folgeperiode.

Diese vier Instrumente stellen sicher, dass die Strategie nicht nur verabschiedet, sondern wirksam umgesetzt und weiterentwickelt wird – entlang der Realität der KMU, der Mitglieder und der Organisation.

## 4. Strategische Handlungsfelder (2026–2030)

### 4.1. Positionierung, Profil und Sichtbarkeit

#### Ziel:

Der KGV SO positioniert sich als mitgliederstärkster, wirtschaftlich relevanter und öffentlich sichtbarer Verband im Kanton Solothurn. Durch konsistente Kommunikation, ein klares Profil und eine starke Präsenz in klassischen und digitalen Medien wird die Bedeutung des Verbands für KMU, Politik und Öffentlichkeit erlebbar und greifbar.

Grundlage dafür ist ein strategisch geschärftes Kommunikationsprofil: Der KGV SO definiert bewusst, wie er kommuniziert – in welcher Tonalität, mit welchem politischen Anspruch und mit welchem Zielbild der öffentlichen Wahrnehmung.

#### Indikatoren:

- Medienpräsenz (Anzahl Erwähnungen / Beiträge pro Quartal)
- Reichweite Social Media / Interaktionsraten / Anzahl Follower
- Evaluation der Aussenwirkung (z. B. im Rahmen Mitgliederumfrage / Awareness-Umfrage)

#### Massnahmen:

##### 1. Klärung des kommunikativen Selbstverständnisses

- Strategische Festlegung von Tonalität (z. B. laut/leise), politischem Profil (z. B. pointiert oder lösungsorientiert) sowie des Zielbilds der öffentlichen Wahrnehmung.

##### 2. Entwicklung eines strategischen Kommunikationskonzepts (Botschaften, Kanäle, Bildsprache)

- Beurteilung aktuelle Medien und Kanäle.
- Eigenständige Positionierung ohne SOHK (Wirtschaftsflash und SO Magazin).
- Präsenz und Sichtbarkeit mit Konzept 125 Jahre KGV SO.

##### 3. Ausbau der Social-Media-Strategie (Storytelling, Kampagnen, Inhalte aus dem Verband)

- Aufbau von Storytelling-Formaten mit konkreten KMU-Beispielen.

##### 4. Aufbau eines medialen Themenplans

- Gezielte Platzierung von Gastbeiträgen, Interviews, Erfahrungsberichte.
- Jahresplan mit 6–8 geplanten Themenschwerpunkten: Berufsbildung, Bürokratieabbau, Fachkräftemangel, Digitalisierung etc.

##### 5. Mitglieder als BotschafterInnen einbinden

- Gewinnung von KMU-Mitgliedern als Testimonial-Partner („Darum bin ich dabei“).
- Kurzvideos, Zitate, Social-Media-Posts mit Menschen aus dem Verband.
- Mitgliederporträts im Rahmen des 125-Jahr-Jubiläums.

## 4.2. Wirtschaftspolitische Interessenvertretung

### Ziel:

Der KGV SO tritt als selbstbewusste, proaktive und thematisch breit abgestützte Interessenvertretung auf. Er gestaltet wirtschaftliche Rahmenbedingungen aktiv mit, nimmt gezielt Einfluss auf Gesetzgebungsprozesse und Verwaltungsentscheide und positioniert sich als relevanter politischer Akteur im Kanton Solothurn.

Der KGV SO verfolgt eine wirtschaftspolitische Linie, die auf unternehmerische Freiheit, Eigenverantwortung und freien Wettbewerb setzt. Der Staat soll in einer unterstützenden Rolle wirken, nicht in einer regulierenden. Der KGV SO engagiert sich entsprechend für eine spürbare administrative Entlastung der KMU sowie eine Reduktion von Gesetzen, Normen und Vorschriften.

Die Definition und Gewichtung politischer Themen erfolgen in enger Anbindung an die Bedürfnisse der Mitglieder – basierend auf: Relevanz für KMU, Bedeutung für Mitgliederverbände und strategischer Tragweite (mittel- bis langfristig).

### Indikatoren:

- Anzahl mediale Auftritte (Medienpräsenz) / Anzahl LinkedIn Posts
- Anzahl gefasster Parolen / «Gewonnene Abstimmungen»
- Stakeholdermanagement-Tool (Anzahl Austausche mit RR / Amtsleiter / Fraktionen etc.)
- Anzahl koordinierte parlamentarische Vorstösse

### Massnahmen:

#### 1. Sichtbarkeit und Agenda Setting in der Öffentlichkeit

- Politische Positionierung des KGV SO (Auftrittsprofil schärfen).
- Aktive Präsenz in Medien und Öffentlichkeit mit wirtschaftspolitischen Botschaften.

#### 2. Aufbau eines wirtschaftspolitischen Grundsatzprogramms

- Schriftliche Festlegung der Grundpositionen des KGV zu zentralen Themen (Festlegung von Fokusthemen).
- Prüfung von Bottom-up-Lobbying und Mitgliederaktivierung.

#### 3. Erarbeitung und Pflege politischer Positionspapiere

- Definition von Schwerpunktdossiers (Prüfung von Klassifizierungen).
- Laufende Entwicklung und Aktualisierung von Positionspapieren zu Schwerpunktdossiers.

#### 4. Mitgliederdienstleistung: Interessenvertretung weiterentwickeln

- Die Leistungen der Interessenvertretung werden evaluiert, geschärft und kommuniziert.
- Der KGV ist im stetigen Austausch mit den wichtigen Stakeholdern (kantonal und national)

#### 5. Überprüfung Mandate: Forum Wirtschaft GmbH und PG-Wirtschaft und Gewerbe

- Stärkung der Arbeit in der PG Wirtschaft und Gewerbe – Push-Strategie in den Schwerpunktthemen

### 4.3. Mitgliederorientierung und Verbandsservice

#### Ziel:

Der KGV bietet seinen Mitgliedern und angeschlossenen Organisationen ein leistungsstarkes, innovatives und praxisnahes Dienstleistungs- und Unterstützungsportfolio. Die Angebote sind modern, bedürfnisorientiert und differenziert – sie verbinden persönliche Beratung mit digitalen Lösungen, stärken die Wettbewerbsfähigkeit der KMU und machen den Nutzen der Mitgliedschaft konkret sichtbar.

Gleichzeitig unterstützt der KGV SO die Gewerbevereine und Berufsverbände aktiv im Wandel, erleichtert ihre Arbeit und schafft Synergien im Verbandsnetzwerk. Während die Zahl der lokalen Gewerbevereine aufgrund gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklungen tendenziell rückläufig ist, strebt der KGV SO ein gezieltes Wachstum bei den Berufs- und Branchenverbänden an – sowohl in der Breite als auch in der aktiven Beteiligung.

#### Indikatoren:

- Anzahl Mitglieder: Einzelmitglieder, Kollektivmitglieder, Berufs- und Branchenverbände
- Beratungsanfragen (Recht, Treuhand etc.)
- Anzahl durchgeführte Veranstaltungen / Webinare

#### Massnahmen:

##### 1. Evaluation der Bedürfnisse der Mitgliedsunternehmen

- Entwicklung eines Serviceportfolios: Auf Basis der Rückmeldungen werden die wichtigsten Dienstleistungen priorisiert und umgesetzt – von schnellen Verbesserungen (Quick Wins) bis zu neuen, langfristigen Angeboten.

##### 2. Dienstleistungsangebot an Kollektivmitglieder (Gewerbe- und Berufsverbände)

- Bedarfsgerechtes Präsidentenhandbuch und Leitfäden für Vereinsführung, Gewerbeausstellungen, Mitgliedermanagement.
- Unterstützung und Befähigung der lokalen Gewerbevereine (Funktionsträgerinnen und Funktionsträger).
- Geschäftsstellenmandate: Möglichkeit, dass Berufsverbände ihre Administration und Geschäftsführung an den KGV delegieren, um Synergien und Professionalität zu nutzen.
- Begleitung bei Fusionen und strukturellen Anpassungen lokaler Gewerbevereine.

##### 3. Dienstleistungsplattform an Unternehmen der angeschlossenen Gewerbevereine und Berufsverbände

- Rechts- und Treuhandberatung (Neukonzipierung)
- Organisation von Veranstaltungsreihen und/oder Webinaren zu KMU-Kernthemen mit Dritten (Experten): KI, IT-Sicherheit, Datenschutz, Positionierung und Marketing, Finanzen und Steuern, Nachfolgeregelungen, Rekrutierung etc.

##### 4. Akquisitionsstrategie für neue Mitglieder

- Entwicklung und Umsetzung einer gezielten Akquisitionsstrategie mit klarer Zielgruppenansprache, sichtbarem Nutzenversprechen und unterstützenden Kommunikations- und Netzwerkaktivitäten.
- Einbindung der lokalen Gewerbevereine in die Mitgliedergewinnung sowie Nutzung von Synergien mit bestehenden Mitgliedern, Partnern und Projekten.

## 4.4. Governance & Organisation

### Ziel:

Der KGV SO ist ein strategisch ausgerichteter, professionell geführter Verband mit klarer Aufgabenverteilung, wirksamer Führungsstruktur und einer modernen, gut ausgestatteten Geschäftsstelle.

Die Gewerbe- und Handelskammer, der Vorstand und die Geschäftsstelle arbeiten partnerschaftlich und zielgerichtet zusammen.

Der Vorstand ist interdisziplinär aufgestellt und deckt die zentralen Kompetenzfelder ab.

Die Governance basiert auf Transparenz, Wirkung und Verantwortung. Das Zusammenspiel von Strategie, operativer Umsetzung und regionaler Verankerung ist strukturell und kulturell gesichert.

Die Verbandsarbeit wird durch eine moderne Arbeitsumgebung, attraktive Rollenbilder und digitale Zusammenarbeit gestärkt.

### Indikatoren:

- neue Funktionsbeschreibungen der Ressorts im Vorstand
- Jährliche Zielformulierungen an die Geschäftsleitung
- Durchführung eines jährlichen Reviews der Ressorts

### Massnahmen:

#### 1. Führungsmodell und strategische Steuerung

- Prüfung eines zweistufigen Führungsmodells im Vorstand
- Einführung politischer Ausschuss
- Erarbeitung eines neuen Führungsmodells für den KGV SO: Der Vorstand arbeitet im Ressortsystem nach Kompetenzen; die eigentliche Interessenvertretung erfolgt über die Gewerbe- und Handelskammer.
- Überarbeitung der Statuten- und des Finanzreglements

#### 2. Rollenklärung und Ressortmanagement

- Überarbeitung aller Rollenbeschreibungen und Ressortsbeschreibungen auf Basis der KGV SO Strategie 2026–2030.
- Einführung eines einheitlichen Ressort-Templates als verbindlicher Standard für bestehende und neue Funktionen.

#### 3. Geschäftsstelle und operative Umsetzung

- Die Personal- und Ressourcenplanung der Geschäftsstelle richtet sich konsequent nach den strategischen Handlungsfeldern und Prioritäten der Strategie 2026–2030.
- Die operative Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Geschäftsstelle erfolgt auf Basis einer klaren Aufgaben- und Delegationslogik (z. B. durch eine gemeinsam definierte Aufgabenmatrix).
- Es werden Standardprozesse für alle Kernbereiche aufgebaut, dokumentiert und laufend weiterentwickelt.
- Positionierung des KGV SO als attraktiver Arbeitgeber.

## 4.5. Dienstleistungsangebote im Bereich Berufsbildungsmarketing

### Ziel:

Der KGV SO positioniert sich als Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Berufsbildung und übernimmt die strategische Führungsrolle im Berufsbildungsmarketing im Kanton Solothurn. Ziel ist es, die Attraktivität der Berufslehre zu stärken, KMU als engagierte Ausbildungsbetriebe sichtbar zu machen und Jugendlichen, Eltern sowie Schulen praxisnahe Orientierung zu bieten.

Als zentrales Format dient dabei die Berufsbildungswoche Solothurn, die jährlich als regionale Plattform für Begegnung, Sichtbarkeit und Vernetzung zwischen Schulen, Betrieben und Bildungsakteuren durchgeführt wird.

### Indikatoren:

- Anzahl Lehrstellenbörsen
- Aufbau von einem neuen Produkt (Drehscheibenfunktion Berufsbildung im Kanton Solothurn /USP)

### Massnahmen:

#### 1. Berufsbildungsmarketing – KGV SO als Brückenbauer

- Positionierung des KGV SO als „Kommunikationsdrehscheibe“ der Berufsbildung im Kanton Solothurn
- Koordination und Kommunikation zwischen Schulen, Wirtschaft, Berufsverbänden, Gemeinden

#### 2. Neukonzipierung Berufsbildungsmarketing ab 2026

- Pricing / Finanzielle Sicherstellung der Produkte
- Bestehende Produkte wie Lehrstellenbörsen und Rent a Boss werden weitergeführt.
- Bedürfnisorientierte Erweiterungsoptionen prüfen (neue / digitale Formate)
- Teilnahme an der nationalen Berufsbildungswoche 2026 / Prüfung eines Berufsbildungstag im Kanton Solothurn oder NW-CH

## 4.6. Profitcenter Schulungszentrum KGV SO

### Ziel:

Das Schulungszentrum des KGV SO wird als professionell geführtes Profitzentrum für Weiterbildung, Begegnung und Dienstleistung etabliert. Es bietet eine attraktive Infrastruktur für praxisnahe Veranstaltungen, Sitzungen, Seminare und Workshops. Ziel ist es, das Zentrum tragfähig, synergetisch eingebunden zu betreiben, seine Sichtbarkeit im Kanton Solothurn zu steigern und es sowohl für Mitglieder als auch für externe Partner als erste Adresse für KMU-orientierte Weiterbildung und Austausch zu positionieren.

Das Schulungszentrum leistet damit einen direkten Beitrag zur Finanzstabilität, Mitgliederbindung, Imagebildung und Dienstleistungsstrategie des KGV SO.

### Indikatoren:

- Anzahl Buchungstage und Auslastung
- Aufbau von neuen Keykunden (heute 3)
- Positives finanzielles Ergebnis

### Massnahmen:

#### 1. Vermarktung des Schulungszentrum

- Erarbeitung eines kommunikativen Positionierungskonzepts (USP, Zielgruppen, Tonalität, Nutzenversprechen).
- Reduktion von Klumpenrisiken / Prüfung Preisniveau.

#### 2. Überarbeitung Angebots- und Nutzungskonzept

- Erarbeitung von Angebotspaketen für KGV SO Mitglieder und Dritte.
- Investitionsplanung in technische Ausstattung nach Bedarf.
- Sicherstellung von Qualität und Wirtschaftlichkeit durch laufende Evaluation und Controlling der Angebote.

## 4.7. Finanzen und Geschäftsführungsmandate

### Ziel:

Die Geschäftsstelle des KGV SO wird vollständig über statutenkonforme Mitgliederbeiträge finanziert.

Das Beitragssystem basiert auf Solidarität, Verbindlichkeit und Fairness. Alle angeschlossenen Gewerbevereine und Berufsverbände melden ihren vollständigen Mitgliederbestand und kategorisieren ihre Betriebe korrekt.

Externe Geschäftsführungsmandate werden ausschliesslich als strategische Zusatzleistungen geführt – zur Kompetenzstärkung, Wirkungserweiterung und wirtschaftlichen Ergänzung.

Die finanzielle Unabhängigkeit muss sichergestellt werden. Das Ziel ist eine Reserve aufzubauen (Liquidität, um für unvorhergesehene Ereignisse vorbereitet zu sein).

Bezüglich der Mitgliederbeiträge strebt der KGV SO mittelfristig eine modulare Beitragslösung / neue Finanzierungsarchitektur oder die Einführung eines „Polittopfs“ an, um zentrale Verbandsaufgaben – insbesondere in der politischen Interessenvertretung – gezielt, transparent und solidarisch zu finanzieren.

### Indikatoren:

- Eigenkapitalaufbau
- Nachhaltige Finanzierung der Geschäftsstelle durch Mitgliederbeiträge sicherstellen

### Massnahmen:

#### 1. Beitragssystem

- Verpflichtende Vollerhebung aller beitragspflichtigen Mitglieder durch Gewerbevereine und Berufsverbände bis spätestens 2026 (gemäss Statuten Art. 9 Abs. 2 und Art. 33 Abs. 2–3).
- Verbindliche jährliche Meldung der Mitgliederzahlen per 1. Januar – inkl. Kategorisierung nach FTE, unter Angabe aller beitragsfreien und beitragspflichtigen Kategorien.
- Einführung einer Verpflichtung / Leitfaden zur Einreichung eines Mitgliederverzeichnisses inkl. Kategorisierung (gemäss Art. 33 Abs. 3).
- Überprüfung modulares Beitragssystem.

#### 2. Effiziente und transparente finanzielle Steuerung

- Abbau von redundanten Datenbeständen
- Optimierung Mitgliederverwaltung / Einführung CRM
- Prüfung eines Geschäftsverarbeitungstool (GEVER) für die Geschäftsstelle
- Monitoring: Anteil Mitgliederbeiträge am Gesamtbudget jährlich überprüfen und Zielquote festlegen

#### 3. Geschäftsführungsmandate

- Anwendung der Entscheidungsmatrix für neue Mandate (Rentabilität, Strategie, Ressourcen, Wirkung).
- Qualität vor Quantität – Prüfung auf Nutzen und Wirtschaftlichkeit

#### 4. Sponsoringpakete KGV SO

- Abschluss neuer Sponsoringverträge vorantreiben und bestehend erhalten