VERBAND DER SCHWEIZERISCHEN VOLKSHOCHSCHULEN
ASSOCIATION DES UNIVERSITÉS POPULAIRES SUISSES
ASSOCIAZIONE DELLE UNIVERSITÀ POPOLARI SVIZZERE
ASSOCIAZIUN DA LAS UNIVERSITADS POPULARAS SVIZRAS

AUSSERORDENTLICHE MITGLIEDERVERSAMMLUNG | ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

Dienstag | lundi 11.11.2025, 16:00-18:00, Zoom

Protokoll | Procès-verbal

Anwesend | Présents: Corsi per adulti: Manuela Guggiari, Stéphanie Savary; Seeländische Volkshochschule: Cami Friedli, Elsbeth Indermühle; UP de la Broye: Linda Monestier Liniger, Annelore Santos; UP de la Côte et du Pied du Jura: Ulrike Bevers; UP de Lausanne: Ariane Baechler, Christian Zutter; UP de la Vallée de Joux: Stéphanie Moret; UP du canton de Fribourg: Juan Manuel García; UP du canton de Genève: Maria Fabbi; UP du Pays-d'Enhaut: Eveline Charrière; UP jurassienne: Noémie Richard; VHS Aarau: Werner Schibli; VHS beider Basel: Adrian Portmann; VHS Frutigland: Monika Grossen; VHS Grenchen: Andreas Baumgartner; VHS Haslital/Region Brienz: Simon Schild; VHS Interlaken und Umgebung: Daniela Schoch; VHS Lenzburg: Alexander Jungi; VHS Oberaargau: Karin Wagner; VHS Oberes Freiamt: Mani Pfulg; VHS Oberwallis: Sabrina Arnold; VHS Obersimmental-Saanenland: Brigitte Zahnd; VHS Plus: Daniela Pedinelli Stotz; VHS Region Biel-Lyss: Sandra Gurtner-Oesch, Nathalie Wittig; VHS Rheintal: Michael Vogt; VHS Schwarzenburg: Andreas Fischer; VHS Schwyz: Max-Peter Felchlin; VHS Solothurn: Barbara Käch; VHS Winterthur: Martina Ludwig; VHS Wynental: Hans Käser; VHS Thal: Markus Nobel; VHS Zofingen: Brigitte Koch, Hans Schüpbach; VHS Zürich: Christoph Stuehn; VSV | AUPS: Pius Knüsel.

Gäste | Invités: Team VSV | AUPS: Tina Berger, Marc Herkenrath, René Inderbitzin, Djamila Kartnaller.

Total: 43 Personen, 32 Mitglieder (VHS) | 43 personnes, 32 membres (UP).

Entschuldigt | Excusés: Ruth Almagbaly, UP de la Côte et du Pied du Jura; Agatha Aschwanden, VHS Oberemmental; Andrea Bart, VHS Bülach; Christian Hosmann, VHS Bern; Reto Hugenberg, Corinne Page, VHS Grenchen; Camilla Straub, VHS Interlaken und Umgebung; VHS Bremgarten; Eveline Zumstein, Seeländische VHS.

Protokoll | Procès-verbal: Marc Herkenrath

Übersetzung | Traduction: Marc Herkenrath & Djamila Kartnaller

1. Begrüssung & Einstieg | Accueil & introduction

Pius Knüsel (PK), Präsident VSV, begrüsst die Teilnehmenden. Es geht heute um grundlegende Fragen zur Zukunft des Verbandes. Der VSV verliert möglicherweise schon bald alle Bundesbeiträge. Er braucht deshalb von der heutigen Versammlung Handlungshinweise, wie er mit dieser Situation umgehen soll. Die Versammlung wird zweisprachig durchgeführt («chacun·e dans sa langue»).
Marc Herkenrath (MH), Geschäftsleiter VSV, berichtet über das Sparprogramms des Bundes. Der Bundesrat will bekanntlich ab 2027 jährlich ca. 3 Mrd. Fr. sparen. Sein Sparpaket sieht u.a. die ersatzlose Streichung der Bundesbeiträge an die Weiterbildung vor. Diese bilden das Haupteinkommen des VSV.
Das Parlament entscheidet im Frühling 2026

Pius Knüsel (PK), président de l'AUPS, accueille les participantes et les participants. Aujourd'hui, il s'agit de questions fondamentales concernant l'avenir de l'association. L'AUPS pourrait bientôt perdre toutes ses subventions fédérales. Elle a donc besoin, à l'occasion de l'assemblée d'aujourd'hui, de recommandations sur la manière de gérer cette situation.
L'assemblée se déroulera de manière bilingue (« chacun·e dans sa langue »).
Marc Herkenrath (MH), directeur de l'AUPS, rend compte du programme d'austérité dans la politique fédéral. Le Conseil fédéral prévoit d'économiser environ 3 milliards de CHF par an, à partir de 2027. Son plan d'économies prévoit notamment la suppression, sans remplacement , des contributions fédérales à la formation

über die Vorlage. Wie der Entscheid ausfällt, ist offen; die Stimmung geht aber eher in Richtung Sparen, ev. in einer Kompromissvariante.
Für den VSV ergeben sich also *grosso modo* drei Szenarien: Im «worst case» verliert der Verband schon Anfang 2027 einen Grossteil seiner Einnahmen; im «intermediate case» geschieht dies erst Anfang 2029. Im besten Fall werden die Sparmassnahmen entweder durch das Parlament oder in der Volksabstimmung abgelehnt. Auch in diesem Fall ist aber unklar, wieviel Bundesgeld nach dem Ablauf der Finanzierungsperiode 2025-2028 noch in die Weiterbildung fliessen wird.
Der VSV sorgt aktuell für den «worst case» vor und betreibt intensives Fundraising bei Stiftungen. Gleichzeitig sehen wir die aktuelle finanzielle Unsicherheit als Chance zur inhaltlichen Orientierung auf besonders relevante Verbandsfunktionen. Mit der Online-Umfrage vor der MV wollten wir deshalb herauszufinden, welche Aufgaben die Mitglieder prioritär finden.

continue. Celles-ci constituent la principale source de revenu de l'AUPS.
Le Parlement décidera au printemps 2026 sur le projet. Le résultat reste ouvert ; l'ambiance penche toutefois plutôt en faveur des économies, éventuellement dans une variante de compromis.
Pour l'AUPS, trois scénarios se dessinent grosso modo : dans le pire des cas (« worst case »), l'association perd dès début 2027 une grande partie de ses revenus ; dans le « cas intermédiaire », cela ne se produira qu'au début 2029. Dans le meilleur des cas, les mesures d'austérité seront rejetées par le Parlement ou lors d'un vote populaire. Même dans ce cas, il reste incertain de savoir combien d'argent fédéral continuera à affluer dans la formation continue après l'échéance de la période de financement 2025-2028.
L'AUPS se prépare actuellement au « worst case » et mène intensivement des actions de fundraising auprès de fondations. Parallèlement, nous considérons l'incertitude financière actuelle comme une opportunité de réorienter, en termes de contenu, les fonctions de l'association vers les missions particulièrement pertinentes. Avec l'enquête en ligne réalisée avant l'assemblée générale, nous voulions donc découvrir quelles tâches les membres jugent prioritaires.

2. Prioritäre Verbandsfunktionen | Fonctions prioritaires de l'association

2.1 Umfrageergebnisse | Résultats du sondage

MH berichtet über die Ergebnisse der Online-Umfrage: Es haben 44 Mitglieder teilgenommen, davon 11 auf Französisch. Die «grossen» VHS sind in der Befragung leicht übervertreten, aber ihre Antworten unterscheiden sich kaum von denjenigen kleinerer Mitglieder. Erfreulicherweise finden es insgesamt 68% aller Befragten (sehr) wichtig, einen nationalen Dachverband zu haben.
Prioritäre Verbandsfunktionen (Aufgabenbereiche) sind gemäss der Umfrage vor allem die politische Interessenvertretung (77% finden dies wichtig oder sehr wichtig), Dienstleistungen für die Mitglieder (73%), Öffentlichkeitsarbeit (68%) und die Förderung von Vernetzung und Erfahrungsaustausch unter den VHS (57%). Deutlich weniger prioritär sind Weiterbildungsangebote für die VHS-Leitenden und bildungspolitische Projekte in Bereichen wie Inklusion (je 25%), die Qualitätssicherung und die Weiterbildung von

MH rend compte des résultats de l'enquête en ligne : 44 membres ont participé, dont 11 en français. Les grandes UP sont légèrement surreprésentées dans l'enquête, mais leurs réponses diffèrent à peine de celles des plus petites UP. Il est réjouissant de constater que, au total, 68 % de tous les sondés jugent (très) important d'avoir une association faîtière nationale.
Selon l'enquête, les fonctions prioritaires de l'association (domaines d'activités) sont la représentation politique des intérêts (77 % la jugent importante ou très importante), les services aux membres (73 %), le travail de relations publiques (68 %) et la promotion de la mise en réseau et de l'échange d'expériences entre les UP (57 %). Beaucoup moins prioritaires sont les offres de formation continue pour les directions des UP et les projets de politique éducative dans des domaines comme l'inclusion (25

Kursleitenden (14% bzw. 11%).
Bei den Fragen zu konkreten Aufgaben ergibt sich ein ähnliches Bild. Top-Favoriten sind die Aufgabe «Kampagnen zur Sichtbarkeit der VHS» (93%) und diverse Aufgaben im Bereich politische Interessenvertretung: das Lobbying auf Bundesebene (93%), die Unterstützung der Mitglieder beim Lobbying gegenüber Kantonen und Gemeinden (75%) sowie die nationale und internationale Gremienarbeit (73%). Aber auch Projekte zur Digitalisierung werden als sehr wichtig eingeschätzt (77%), ebenso wie diverse Weiterbildungsangebote und Austauschformate für VHS-Leitende (66% bzw. 73%). 69% der kleinen VHS erachten ausserdem die Rechtsberatung als wichtige Verbandsaufgabe.
Das Fazit ist, dass der Verband die politische Interessenvertretung weiterführen soll. Eine Kampagne zur Sichtbarkeit der Volkshochschulen gilt es anzupacken, sobald die Finanzlage etwas klarer ist. Sehr wichtige Aufgaben sind ausserdem die Förderung des Erfahrungsaustauschs zwischen den Mitgliedern und die Weiterbildung der VHS-Leitenden, aber nicht die Weiterbildung der Kursleitenden.
Christian Zutter erkundigt sich, ob heute bereits definitive Entscheidungen getroffen werden müssen. **PK**: Wir müssen heute nicht schon festlegen, wie der VSV in zwei Jahren aussehen soll. Aber es wird auf jeden Fall Veränderungen geben. Selbst wenn das Parlament das aktuelle Sparpaket ablehnt, wird der Bundesrat bald wieder neue Sparmassnahmen vorschlagen, die sicher auch wieder die Weiterbildung betreffen. Für uns ist es deshalb wichtig zu erfahren, was für die Mitglieder die absoluten und relativen Prioritäten sind: Welche Aufgaben soll der Verband auf jeden Fall schützen, was könnte er notfalls preisgeben, und was ist wenig wichtig?
Martina Ludwig: Werden die Sparmassnahmen auch die lokalen Betriebsbeiträge der einzelnen Städte betreffen? **MH**: Der Bundesrat will u.a. die Bundesbeiträge an die Kantone zur Förderung von Grundkompetenzen streichen. Diese machen bei den Kantonen aktuell die Hälfte der Ausgaben in diesem Bereich aus. Es ist aber unklar, wie sich die Streichung der Bundesbeiträge auf die entsprechenden Ausgaben der Städte und Gemeinden auswirken würde. **PK**: Ausserhalb des Bereichs Grundkompetenzen sind die Ausgaben der Städte und Gemeinden nicht von nationalen oder kantonalen Subventionen abhängig. Beispielsweise kann die Stadt Winterthur die VHS Winterthur finanzieren, wie sie will. Die Erfahrung zeigt aber, dass ein Rück-

% chacun), ainsi que l'assurance qualité et la formation continue des formateurs·trices (14 % et 11 % respectivement).
Concernant les questions sur des tâches concrètes, on observe une image similaire. Les grands favoris sont la tâche « campagnes pour la visibilité des UP » (93 %) et diverses tâches dans le domaine de la représentation politique des intérêts : le lobbying au niveau fédéral (93 %), l'aide aux membres pour le lobbying auprès des cantons et des communes (75 %), ainsi que la participation à des instances politiques nationales et internationales (73 %). Mais aussi des projets de numérisation sont jugés très importants (77 %), de même que diverses offres de formation continue et formats d'échange pour les directions des UP (66 % et 73 % respectivement). 69 % des petites UP considèrent en outre le conseil juridique comme une tâche importante de l'association.
La conclusion est que l'association doit continuer à assurer la représentation politique des intérêts. Une campagne pour la visibilité des UP doit être lancée dès que la situation financière sera un peu plus claire. Très importantes sont aussi la promotion de l'échange d'expériences entre les membres et la formation continue des directions des UP — mais pas la formation des formateurs·trices.
Christian Zutter demande si des décisions définitives doivent déjà être prises aujourd'hui.
PK : nous n'avons pas besoin de déterminer aujourd'hui à quoi l'AUPS ressemblera dans deux ans. Mais des changements auront lieu. Même si le Parlement rejette le paquet d'austérité actuel, le Conseil fédéral proposera bientôt de nouvelles mesures d'économie, touchant sans doute à nouveau la formation continue. Il est donc important pour nous de savoir ce que les membres considèrent comme des priorités absolues et relatives : quelles tâches l'association doit-elle absolument préserver, que pourrait-elle, en cas de nécessité, abandonner, et qu'est-ce qui est peu important ?
Martina Ludwig : les mesures d'économie toucheront-elles aussi les contributions locales des différentes villes ? **MH** : Le Conseil fédéral souhaite notamment supprimer les contributions fédérales aux cantons pour la promotion des compétences de base. Celles-ci représentent actuellement la moitié des dépenses dans ce domaine au niveau cantonal. Il est cependant incertain de savoir comment la suppression des contributions fédérales influencerait les dépenses correspondantes des villes et

zug des Bundes aus gewissen Aufgaben für viele Kantone einen guten Vorwand gibt, sich mittelfristig auch nicht mehr zu engagieren.

communes. **PK** : en dehors du domaine des compétences de base, les dépenses des villes et communes ne dépendent pas de subventions nationales ou cantonales. C'est pourquoi la ville de Winterthur, pour ne citer qu'un exemple, peut financer l'université populaire de Winterthur comme elle le souhaite.
L'expérience montre toutefois qu'un retrait de la Confédération dans certains domaines constitue un bon prétexte pour de nombreux cantons pour se retirer à moyen terme également.

2.2 Breakout Sessions | Séances en sous-groupes

Es werden vier Breakout-Gruppen gebildet, die sich während 40 Minuten je einer Leitfrage widmen. Die Moderatorinnen und Moderatoren berichten anschliessend im Plenum über die Ergebnisse:

Kampagne: Was und wie (mit dem Geld der Mitglieder)? – Gruppe 1 (Tina Berger):

- Die sechs Teilnehmenden waren gegenüber der Idee einer nationalen Kampagne grundsätzlich positiv eingestellt. Eine Kostenübernahme durch die einzelnen VHS wäre aber sehr stark vom direkten Nutzen für die eigene Schule abhängig. Einen konkreten möglichen Beitrag zu definieren, war spontan nicht möglich. Die Teilnehmenden fanden es wichtig, den Begriff «Volkshochschule» schweizweit bekannter zu machen, aber wünschen sich von der Kampagne auch einen individuellen Nutzen für die eigene VHS.
- Nebst Plakat-, TV- und Werbung auf den sozialen Plattformen wurde auch eine mögliche Radiokampagne besprochen. Lokale Radios sind sehr mit der unmittelbaren Umgebung der VHS verbunden und streuen die Beiträge auch auf den sozialen Medien. Ein Vorschlag aus der Gruppe lautete, Werbung im Radio mit einem redaktionellen Beitrag zu lancieren. Allgemein war die Gruppe aber der Ansicht, dass Werbung über die Sozialen Medien im Hinblick auf die Kosten realistischer ist.
- Die Gruppe kann sich gut vorstellen, eine Arbeitsgruppe zum Thema nationale Kampagne zu lancieren, wenngleich sich einige Teilnehmende als zuwenig qualifiziert sehen. Ein Vorschlag war, diese Aufgabe der bereits bestehenden AG «Zielgruppen» zuzuweisen.

Kernfunktionen: Welche Prioritäten für einen Verband ohne Drittmittel? – Gruppe 2 (PK):

Quatre sous-groupes (« breakout groups ») sont formés, chacun se consacrant pendant 40 minutes à une question directrice. Les modératrices et modérateurs rendent ensuite compte en plénum des résultats :

Campagne : quoi et comment (avec l'argent des membres) ? – Groupe 1 (Tina Berger) :

- Les six participant·e·s étaient positifs à l'idée d'une campagne nationale. Une prise en charge des coûts par les différentes UP dépendrait cependant fortement de l'utilité directe pour leur propre institution. Il n'était pas possible de définir spontanément une contribution concrète possible. Les participant·e·s ont estimé important que le terme « UP » soit mieux connu à l'échelle suisse, mais souhaitent aussi que la campagne apporte un bénéfice individuel à leur propre UP.
- Outre des affiches, de la publicité télévisée et sur les plateformes sociales, une possible campagne radio a été évoquée. Les radios locales sont très liées au contexte immédiat des UP et leurs annonces peuvent aussi être diffusées via les réseaux sociaux. Le groupe a proposé de lancer une publicité radio accompagnée d'un texte rédactionnel. De manière générale, le groupe considère cependant que la publicité via les médias sociaux est plus réaliste du point de vue des coûts.
- Le groupe peut très bien envisager de lancer un groupe de travail sur la campagne nationale — même si certains membres se sentent insuffisamment qualifiés. Une proposition était de confier cette tâche au groupe de travail existant « publics cibles ».

Fonctions essentielles : quelles priorités pour une AUPS sans fonds tiers ? – Groupe 2 (PK) :

- Welche Leistungen sollte der Verband weiterhin erbringen, auch wenn er nur noch die Mitgliederbeiträge (ca. 30'000 CHF) und ein paar Nebeneinnahmen hätte – also das Geld für ein Minisekretariat, eine Website und ein paar Newsletter? Die Diskussion, sehr angeregt, führte rasch zu einer Leistung, die nur der Verband erbringen kann: die gemeinsame Reflexion über die Zukunft der Volkshochschule: Wie sieht die VHS in zehn Jahren aus? Mit welchen Herausforderungen kämpft sie und wie kann sie sie überwinden? Welche gesellschaftlichen wie politischen Veränderungen zeichnen sich ab, wie kann die VHS sich darauf vorbereiten?
- Gesellschaftliche und politische Kämpfe sind gemeinsam besser zu bestehen als einzeln. Das Wissen, dass es einen Verband gibt, der moralisch stützt und die Mitglieder in Fragen der Organisation, der Inhalte und der Finanzierung berät (auch wenn er keine materielle Hilfe leisten kann), ist hilfreich. Auf kantonaler und kommunaler Ebene sollte der Verband auch in politischen Fragen unterstützen, wenn es darum geht, den Wert von Allgemeinbildung à la VHS zu verteidigen und Finanzierungsmodelle zu entwickeln, die kompatibel sind zu kantonalen und kommunalen Vorgaben.
- Für diese Reflexionsarbeit und den Erfahrungsaustausch benötigt der Verband Formate wie Mitgliederversammlungen, Arbeitsgruppen, Online-Meetings, regionale Treffen, Tagungen, Qualitätszirkel, usw., die mehr oder weniger selbsttragend gestaltet werden können. Die Zugehörigkeit zu einem Verband steigert die Wichtigkeit und das Gewicht der einzelnen VHS.
- Wichtige Erweiterungen dieser Grundfunktion (Katalysator für die bildungspolitische Reflexion und Fragen der Organisation) wären das Kursportal sowie nationale Projekte mit Beteiligung vieler Mitglieder. Diese Leistungen würden aber eine Lösung für die Finanzierung bedingen.

Projets de numérisation : lesquels ? (Et les membres sont-ils prêts à contribuer davantage financièrement ?) – Gruppe 3 (Djamila Kartnaller):

- Die Diskussion begann mit welante, das der UP du canton de Fribourg (UniPop) anscheinend viele Probleme bereitet – sowohl in Bezug auf die Funktionalitäten als auch die

- Quelles prestations l'AUPS devrait-elle continuer à fournir, même si elle ne dispose plus que des cotisations des membres (env. 30 000 CHF) et de quelques revenus accessoires — l'argent pour un mini-secrétariat, un site web et quelques newsletters ? La discussion, très animée, a rapidement fait émerger une prestation que seule l'association peut fournir : la réflexion collective sur l'avenir des UP : à quoi ressembleront les UP dans dix ans ? Quels défis doivent-elles relever et comment peuvent-elles les surmonter ? Quels changements sociaux et politiques se dessinent, comment les UP peuvent-elles s'y préparer ?
- Les luttes sociales et politiques sont plus efficaces menées ensemble. Le fait de savoir qu'il existe une association qui soutient moralement et conseille les membres en matière d'organisation, de contenu et de financement — même si elle ne peut pas offrir d'aide matérielle — est utile. Au niveau cantonal et communal, l'association devrait aussi pouvoir soutenir politiquement lorsqu'il s'agit de défendre la valeur de l'éducation populaire à la manière des UP, et de développer des modèles de financement compatibles avec les exigences cantonales et communales.
- Pour ce travail de réflexion et d'échange d'expérience, l'association a besoin de formats tels que des assemblées générales, des groupes de travail, des réunions en ligne, des rencontres régionales, des colloques, des cercles qualité, etc., qui peuvent être plus ou moins autonomes financièrement. L'appartenance à une association accroît l'importance et le poids de chaque UP.
- Des extensions importantes de cette fonction de base (catalyseur de réflexion et d'organisation) seraient un portail de cours ainsi que des projets nationaux impliquant de nombreux membres. Ces prestations exigeraient cependant une solution pour le financement.

Projets de numérisation : lesquels ? – Les membres sont-ils prêts à contribuer davantage financièrement ? – Groupe 3 (Djamila Kartnaller) :

- Le premier sujet abordé dans la discussion a été welante, qui semble poser de nombreux problèmes à l'UP du canton de Fribourg (UniPop), tant en termes de fonc-

Kosten. Dies trifft auf die UP de la Broye nicht zu, die mit der Lösung zufrieden ist. Die UP du Pays-d'Enhaut bedauert, dass er VSV nur die Installation, nicht aber den Betrieb subventioniert. Genf und Lausanne nutzen andere Systeme.

- Hazu war zu keinem Zeitpunkt Thema der Diskussion. Kein Teilnehmer der Gruppe verwendet die Plattform.
- In Sachen Weiterbildung wünschten sich die Teilnehmer der Gruppe vor allem regionale Treffen für den Erfahrungsaustausch – mit Fokus auf Themen wie allgemeine Managementprobleme. Der VSV sollte dabei eine unterstützende Rolle einnehmen. Dies ist der Wunsch der UP de Lausanne, der UPCGe und der UniPop. Die Volkshochschulen im Kanton Waadt treffen sich bereits regelmässig zum Austausch.
- Die UP Lausanne und die UPCGe halten es für wichtig, dass der VSV weiterhin Schulungen für Ausbilder:innen im Bereich der Digitalisierung anbietet. Im Gegensatz dazu wünschen sich die kleineren UP de la Broye und du Pays-d'Enhaut vom VSV Schulungen zu sozialen Medien für die Vorstandssmitglieder. Die UP du Pays-d'Enhaut bevorzugt dabei Online-Schulungen.

Lobbying: Ziele und Erwartungen? – Gruppe 4 (MH):

- Der hohe Stellenwert von Lobbying in der Umfrage ist vermutlich der aktuellen Situation geschuldet (Sparpaket des Bundes). Lobbying auf Bundesebene ist aber auch in Zukunft wichtig. Politische Entscheidungsträger müssen immer wieder neu für die Bedeutung non-formaler Erwachsenenbildung sensibilisiert werden. Der politische Diskurs auf Bundesebene färbt stark auf Entscheidungen der Kantone und Gemeinden ab.
- Einzelne VHS haben vom Verband Unterstützung beim Lobbying auf Kantons- oder Gemeindeebene erhalten (strategische Inputs, Argumente usw.). Der Verband sollte auch zukünftig solche Unterstützung geben können. Gemeint ist Unterstützung im konkreten Fall, eher nicht ein allgemeiner Lobbying-Leitfaden.
- Sinnvoll wäre ein Erfahrungsaustauch unter den VHS zum Thema «Gemeindefranken» - dies evtl. im Rahmen einer Arbeitsgruppe, eines Workshops an der GV und/oder einer Fachtagung mit externen Inputs. Ein wichtionnalités que de coûts. Ce n'est pas le cas de l'UP de la Broye, qui est satisfaite de la solution. L'UP du Pays-d'Enhaut regrette que l'AUPS ne subventionne que l'installation, et non le fonctionnement. Genève et Lausanne utilisent d'autres systèmes.

- Hazu n'a à aucun moment fait l'objet de la discussion. Aucun.e participant.e du groupe n'utilise la plateforme.
- En ce qui concerne la formation continue, les participants souhaitaient surtout des rencontres régionales pour l'échange d'expériences — avec un accent sur des thèmes comme les problèmes de gestion généraux. L'AUPS devrait jouer un rôle de soutien. C'est ce que souhaitent l'UP de Lausanne, l'UPCGe et l'UniPop. Les UP du canton de Vaud se rencontrent déjà régulièrement pour des échanges.
- L'UP de Lausanne et l'UPCGe jugent important que l'AUPS continue à offrir des formations pour les formateur·trices dans le domaine du numérique. En revanche, les plus petites UP de la Broye et du Pays-d'Enhaut préfèrent des formations sur les réseaux sociaux pour les membres des conseils d'administration. Cependant, L'UP du Pays-d'Enhaut privilégie des formations en ligne.

Lobbying : objectifs et attentes ? – Groupe 4 (MH) :

- Le fort poids du lobbying dans l'enquête est probablement lié à la situation actuelle (paquet d'austérité du Conseil fédéral). Le lobbying au niveau fédéral restera toutefois important à l'avenir. Les décideurs politiques doivent sans cesse être sensibilisés à l'importance de l'éducation non formelle pour adultes. Le discours politique au niveau fédéral influence fortement les décisions des cantons et des communes.
- Certaines UP ont déjà reçu du soutien de l'AUPS pour du lobbying au niveau cantonal ou communal (inputs stratégiques, arguments, etc.). L'association devrait continuer à offrir ce soutien. Il est particulièrement utile d'apporter un soutien dans des cas concrets plutôt que de fournir un guide général écrit sur le lobbying.
- Il serait pertinent de favoriser un échange d'expérience entre les UP sur le thème du « franc communal » — éventuellement dans le cadre d'un groupe de travail, d'un atelier

ges Thema für viele VHS ist die Koordination mit ProSenectute und anderen Anbietern, die um den Gemeindefranken konkurrenzieren: Wie kann und soll man sich mit ihnen absprechen?

lors de l'assemblée générale ou d'un colloque avec des contributions externes. Un enjeu important pour de nombreuses UP est la coordination avec des prestataires comme Pro Senectute et d'autres organisations qui concourent pour ces fonds communaux : comment et dans quelle mesure se coordonner ?

3. Finanzierung & strategische Optionen | Financement & options stratégiques

PK: In diesem Teil geht es darum, von den Mitgliedern ein Stimmungsbild zu erhalten: Wohin soll sich der Verband entwickeln, falls das Sparpaket des Bundesrates durchkommt?
Im Prinzip könnte der VSV in diesem Fall einfach mit den Mitgliederbeiträgen überleben. Es würde sich allerdings die Frage stellen, was mit den Entschädigungen für die Urheberrechte geschehen soll. Aktuell bezahlt der Verband diese Rechte für die Mitglieder. Eventuell müsste auch eine leichte Erhöhung der Mitgliederbeiträge diskutiert werden. In jedem Fall müsste sich der Verband aber auf ein kleines Sekretariat und eine Website beschränken. Er könnte voraussichtlich nur noch die Mitglieder beim Lobbying auf kantonaler und Gemeindeebene unterstützen und Versammlungen organisieren, um gemeinsam wichtige Zukunftsentwicklungen zu diskutieren.
Mit externer Finanzierung könnte der Verband zusätzlich zu diesen Kernaufgaben weitere wichtige Aufgaben erfüllen. Diese könnten auf zwei verschiedene Arten finanziert werden – nämlich durch Projektbeiträge v.a. von Stiftungen oder durch Unternehmenspartnerschaften. Für projektbezogene Stiftungsfinanzierung haben wir bereits ein Beispiel: das Projekt Suffizienzbildung, das bekanntlich von einer Stiftung während fünf Jahren mit 1 Million CHF finanziert wird. Man könnte mit solchen Projekten weitermachen und daraus einen Teil der Verbandsarbeit finanzieren. Die Projektarbeit impliziert allerdings eine Agilität, die nicht einfach zu erreichen ist: Man muss lange Zeit vor dem Finanzierungsantrag ein Projekt definieren, bei den Mitgliedern popularisieren und Kooperationspartner finden. Im Unterschied zum aktuellen Suffizienzprojekt muss man in der Regel auch viele verschiedene Finanzierungsquellen mobilisieren.
Bei einer Unternehmenspartnerschaft würde ein Unternehmen dem Verband Geld geben – zum Beispiel eine Viertelmillion pro Jahr – und dafür gewisse Gegenleistungen erhalten. Diese

PK : Cette partie vise à recueillir l'avis général des membres : vers quelle direction l'association doit-elle évoluer si le paquet d'austérité du Conseil fédéral est adopté ?
En principe, l'AUPS pourrait survivre dans ce cas uniquement grâce aux cotisations des membres. Se poserait toutefois la question du traitement des indemnités pour les droits d'auteur. Actuellement, l'association paie ces droits pour ses membres. Il faudrait éventuellement discuter aussi d'une légère augmentation des cotisations. Dans tous les cas, l'association devrait se limiter à un petit secrétariat et à un site web. Elle ne pourrait probablement plus qu'aider les membres dans leur lobbying au niveau cantonal et communal et organiser des assemblées afin de discuter ensemble des évolutions importantes pour l'avenir.
Avec un financement externe, l'association pourrait accomplir, en plus de ces tâches essentielles, d'autres missions importantes. Celles-ci pourraient être financées de deux manières différentes : par des contributions de projets, notamment de fondations, ou par des partenariats avec des entreprises.
Nous disposons déjà d'un exemple pour le financement de projets par des fondations : le projet d'éducation à la sobriété, financé par une fondation pendant cinq ans à hauteur de 1 million de CHF. On pourrait poursuivre avec de tels projets et financer ainsi une partie du travail de l'association. Cependant, ce travail par projets implique une agilité difficile à atteindre : il faut définir un projet longtemps avant de déposer une demande de financement, le faire connaître auprès des membres et trouver des partenaires de coopération. Contrairement au projet actuel sur la sobriété, il faut en général mobiliser de nombreuses sources de financement différentes.
Dans un partenariat avec une entreprise, celle-ci verserait de l'argent à l'association — par exemple un quart de million de francs par an —

Gegenleistungen sind aber ein delikates Thema, das im Vorstand kontrovers diskutiert wurde und das wir darum mit den Mitgliedern konsultieren wollen. So könnte eine Firma im Gegenzug zu ihrem Sponsoring oder der Patenschaft für den Verband beispielsweise verlangen, dass ihr Logo auf den Websites des Verbandes und der Mitglieder erscheint. Möglicherweise würde die Firma auch die Kurse der VHS bewerben und einen Vorzugstarif für ihre Kunden erwarten. Ausserdem ist denkbar, dass ein Unternehmen gemeinsame Spezialanlässe mit einzelnen VHS sponsern möchte.
Potenzielle Firmen, mit denen man verhandeln könnte, wären zum Beispiel:

- «Coop» – weil die Migros die Klubschulen hat, ist Coop vielleicht interessiert, die Volkshochschulen zu sponsern und deren Angebote in der Coop-Zeitung zu bewerben;
- «Die Mobiliar» – typisch schweizerisch, eine Genossenschaft, witzig und interessiert am Kontakt zu neuen Kunden;
- «Raiffeisen» – auch sehr schweizerisch und auch eine Genossenschaft, mit starker lokaler Präsenz;
- Krankenkassen wie « Helsana» oder «Groupe mutuel» – vielleicht interessiert am gebildeten Publikum der VHS in der zweiten Lebenshälfte.

Die Grundfrage, die zur Diskussion steht, bevor dazu eine konsultative Abstimmung erfolgt, lautet: «Wenn der VSV von einem Unternehmen jährlich mit 250‘000 CHF gesponsert würde, wären die Mitglieder bereit, dafür Sachleistungen wie Kommunikation, Präsenz vor Ort, Rabatte, etc. zu gewähren?»
Christoph Stuehn begrüsst aus Sicht der VHS Zürich den Vorschlag, Unternehmenspartnerschaften anzustreben. Er hat Erfahrung in diesem Bereich (u.a. mit Mobiliar und Coop) und könnte dem VSV Hand bieten. Problematisch wären jedoch Rabatte für die Unternehmenskunden. Da müsste es für die Mindereinnahmen der VHS einen «Kickback» geben, also eine (teilweise) Kompensation durch den Verband.
Barabara Käch findet die Idee ebenfalls grundsätzlich gut. Problematisch wären aber Partnerschaft mit Firmen, die in Konkurrenz zu bestehenden Sponsoren der VHS Solothurn stehen, etwa zur Regiobank. Diese sponsert zusammen mit anderen Firmen das Kulturcafé. Die Sponsoren erhalten an Publikumsveranstaltungen Logo-Präsenz und dürfen teilweise auch einen

et recevrait en contrepartie certaines prestations. Ces contreparties constituent toutefois un sujet délicat, discuté de manière controversée au sein du comité, raison pour laquelle nous souhaitons consulter les membres. Une entreprise pourrait exiger, en échange de son sponsoring ou de son parrainage, que son logo figure sur les sites web de l’association et des membres. Il se peut également qu’elle souhaite faire la promotion des cours des UP et obtenir un tarif préférentiel pour ses clients. Il est aussi envisageable qu’une entreprise souhaite sponsoriser des événements spéciaux organisés avec certaines UP.
Les entreprises potentiellement intéressées pourraient être, par exemple :

- « Coop » – comme Migros dispose des écoles-clubs, Coop pourrait être intéressée à sponsoriser les UP et à promouvoir leurs offres dans le journal Coopération ;
- « La Mobilière » – typiquement suisse, une coopérative, dynamique et intéressée par le contact avec de nouveaux clients ;
- « Raiffeisen » – également très suisse et une coopérative, avec une forte présence locale ;
- Des caisses-maladie comme « Helsana » ou « Groupe Mutuel », peut-être intéressées par le public cultivé des UP dans la deuxième moitié de leur vie.

La question de base à discuter, avant un vote consultatif, est la suivante : « Si l’AUPS recevait chaque année 250 000 CHF de sponsoring d’une entreprise, les membres seraient-ils prêts à accorder en contrepartie des prestations telles que communication, présence sur place, rabais, etc. ? »
Christoph Stuehn accueille favorablement, du point de vue de la VHS Zurich, la proposition de rechercher des partenariats avec des entreprises. Il a de l’expérience dans ce domaine (notamment avec la Mobilière et Coop) et pourrait apporter son soutien à l’AUPS. Les rabais pour les clients de l’entreprise seraient toutefois problématiques. Il faudrait alors compenser les pertes de revenus des UP par un « kickback » – une compensation (partielle) versée par l’association.
Barbara Käch trouve également l’idée globalement bonne. Mais un partenariat avec des entreprises en concurrence avec les sponsors actuels de la VHS Solothurn poserait problème, par exemple avec la Regiobank. Celle-ci, avec

Beratungsstand aufstellen. Es gibt abgestuftes Gold-/Silber-/Bronze-Sponsoring.
Sandra Gurtner Oesch von der VHS Biel weiss aus der Erfahrung beim Verein Profawo, dass Unternehmen sehr konkrete Wünsche ins Sponsoring mitbringen; das ist keine triviale Aufgabe. Der Verband soll das aber auf jeden Fall machen.
Manu García berichtet, dass die UniPop ebenfalls auf der Suche nach Sponsoren und Mäzenen ist. Eine Unternehmenspartnerschaft des VSV müsste bei der UniPop im Vorstand diskutiert und auf die Vereinbarkeit mit dem Leitbild geprüft werden.
Adrian Portmann ist eher skeptisch. Die VHSBB hat bisher bewusst auf Unternehmenssponsoring verzichtet, um Unabhängigkeit zu wahren. Die Logo-Präsenz eines Partnerunternehmens des VSV auf der Website könnte den Eindruck erwecken, dass auch die VHSBB von diesem Unternehmen gesponsert wird. Das hätte vielleicht eine ungünstige Signalwirkung auf private Gönner. Letztlich müsste sich die VHSBB überlegen, auch für sich selbst Sponsoring zu suchen. Das würde in den Leitungsgremien kontroverse Diskussionen auslösen. Ein Rabattmodell wäre eher vorstellbar.
Maria Fabbi bekräftigt, dass das Partnerunternehmen des VSV unbedingt mit dem Wertekanon der Mitglieder vereinbar sein müsste. Dennoch wäre die Unabhängigkeit gefährdet. Diese ist der UPCGe sehr wichtig. Im Prinzip steht bereits die Tatsache, dass Unternehmen gewinnorientiert operieren, im Widerspruch zu den Grundwerten der UPCGe. Rabatte wären bei der UPCGe nicht möglich, weil die Kurse sowieso kostenlos sind.
MH weist darauf hin, dass der VSV potenzielle Unternehmenspartner einer ethischen Prüfung («due diligence») unterziehen würde, wie sie auch andere Organisationen machen. Der VSV würde auch keine Partnerschaft eingehen, ohne diese vorher den Mitgliedern zu unterbreiten.
Ariane Bächler hält fest, dass auch bei der UP de Lausanne eine Unternehmenspartnerschaft des VSV vom Vorstand gutgeheissen werden müsste. Die UP de Lausanne hat aus den gleichen Gründen wie die VHSBB bislang keine solchen Partnerschaften. Beim Rabattmodell hätten die Mitglieder Mindereinnahmen zugunsten einer Partnerschaft, die primär dem Verband nützt. Da stellt sich die Frage, was die Mitglieder davon hätten.
PK: Der grösste Vorteil für die Mitglieder wäre, dass sie weiterhin einen starken Verband ha-

d'autres entreprises, sponsorise le Kulturcafé. Les sponsors y obtiennent une visibilité de leur logo lors d'événements publics et peuvent parfois installer un stand d'information. Il existe un système de sponsoring or/argent/bronze.
Sandra Gurtner Oesch, de l'UP Bienne, sait par l'expérience de l'association Profawo que les entreprises formulent des souhaits très concrets lorsqu'elles sponsorisent ; ce n'est pas une tâche triviale. Mais l'association doit absolument s'engager dans cette voie.
Manu García rapporte que l'UniPop est également à la recherche de sponsors et de mécènes. Un partenariat d'entreprise de l'AUPS devrait être discuté au sein de son comité et vérifié quant à sa compatibilité avec la charte.
Adrian Portmann se montre plutôt sceptique. La VHSBB a jusqu'à présent renoncé délibérément au sponsoring d'entreprises afin de préserver son indépendance. La présence du logo d'une entreprise partenaire de l'AUPS sur son site web pourrait donner l'impression que la VHSBB est elle-même sponsorisée par cette entreprise. Cela pourrait envoyer un signal indésirable aux donateurs privés. La VHSBB devrait alors réfléchir à rechercher également du sponsoring pour elle-même, ce qui déclencherait des discussions controversées dans ses organes de direction. Un modèle de rabais serait plus envisageable.
Maria Fabbi souligne que l'entreprise partenaire de l'AUPS devrait absolument être compatible avec les valeurs fondamentales des membres. Néanmoins, l'indépendance serait menacée. Celle-ci est très importante pour l'UPCGe. En principe, le fait même que les entreprises poursuivent un objectif lucratif est en contradiction avec les valeurs fondamentales de l'UPCGe. Les rabais ne seraient pas possibles pour l'UPCGe, puisque les cours sont de toute façon gratuits.
MH souligne que l'AUPS soumettrait les éventuels entreprises partenaires à un examen éthique (« due diligence »), comme le font aussi d'autres organisations. L'AUPS n'entrerait également dans aucun partenariat sans l'avoir soumis auparavant aux membres.
Ariane Bächler précise que, pour l'UP de Lausanne aussi, un partenariat d'entreprise de l'AUPS devrait être approuvé par le comité. L'UP n'a jusqu'à présent conclu aucun partenariat pour les mêmes raisons que la VHSBB. Dans un modèle de rabais, les membres subiraient une perte de revenus au profit de l'AUPS. La question se pose donc : qu'auraient-ils à y gagner?

ben. Ausserdem würde der Unternehmenspartner möglicherweise aktiv Werbung für VHS-Kurse machen (z.B. in der Coop-Zeitung mit 1 Mio. Auflage). So würden im grossen Stil neue Teilnehmende mobilisiert, die zu Stammkund:innen werden könnten. Der entsprechende Gewinn ginge weit über die Rabatte hinaus.
Sandra Gurtner-Oesch und **Christoph Stuehn** halten zusammenfassend fest, dass es letztlich auf die konkrete Ausgestaltung des Sponsoringpakets ankommt. Dieses muss man im Detail anschauen, sobald ein konkretes Projekt vorliegt.

Konsultative Online-Abstimmung: «Darf der VSVS Unternehmenspartnerschaften eingehen?» – 61,3% ja; 19,4% nein; 19,4% keine Antwort

PK : Le plus grand avantage pour les membres serait de pouvoir conserver une association forte. De plus, le partenaire commercial pourrait activement promouvoir les cours des UP (par ex. dans le journal Coopération, tiré à 1 million d'exemplaires). Cela permettrait de mobiliser à grande échelle de nouveaux participants, qui pourraient devenir des clients réguliers. Le bénéfice dépasserait largement celui des rabais.
Sandra Gurtner-Oesch et **Christoph Stuehn** soulignent en conclusion que tout dépend de la conception concrète du paquet de sponsoring. Celui-ci devra être examiné en détail dès qu'un projet concret sera sur la table.

Vote consultatif en ligne : « L'AUPS peut-elle conclure des partenariats avec des entreprises ? » – 61,3 % oui ; 19,4 % non ; 19,4 % sans réponse.

4. Fazit & Ausblick | Conclusions & perspectives

PK bedankt sich bei den Teilnehmenden für die angeregte und konstruktive Diskussion. Er erinnert daran, dass das Parlament im Frühling über die Bundesbeiträge an die Weiterbildung entscheiden wird. Bis dahin dürfte auch klarer sein, wie sich das Fundraising (Stiftungsbeiträge und allfälliges Unternehmenssponsoring) entwickelt. Der Verband wird in der Zwischenzeit mit Hilfe der Inputs aus der Umfrage und der heutigen Versammlung mögliche Zukunftsmodelle entwerfen, um sie an der nächsten Generalversammlung Ende April – also rund einen Monat nach dem Parlamentsentscheid – zur Diskussion zu stellen.

PK remercie les participant·e·s pour la discussion animée et constructive. Il rappelle que le Parlement décidera au printemps des contributions fédérales à la formation continue. D'ici là, il devrait également être plus clair comment évolueront les activités de levée de fonds (contributions de fondations et éventuel sponsoring d'entreprises). Entre-temps, l'association élaborera, à l'aide des contributions issues du sondage et de l'assemblée d'aujourd'hui, de possibles modèles d'avenir afin de les soumettre à la discussion lors de la prochaine assemblée générale à la fin du mois d'avril – soit environ un mois après la décision du Parlement.

Nächste Generalversammlung | Prochaine assemblée générale

Samstag, 26.05.2026, ca. 10:15-15:30 Uhr in Biel | Samedi 26.05.2026, env. 10h15-15h30 à Bienne.



Der Präsident | Le président
Pius Knüsel

Genehmigt an der MV vom 25.04.2026 in Biel | Approuvé lors de l'AG du 25 avril 2026 à Bienne