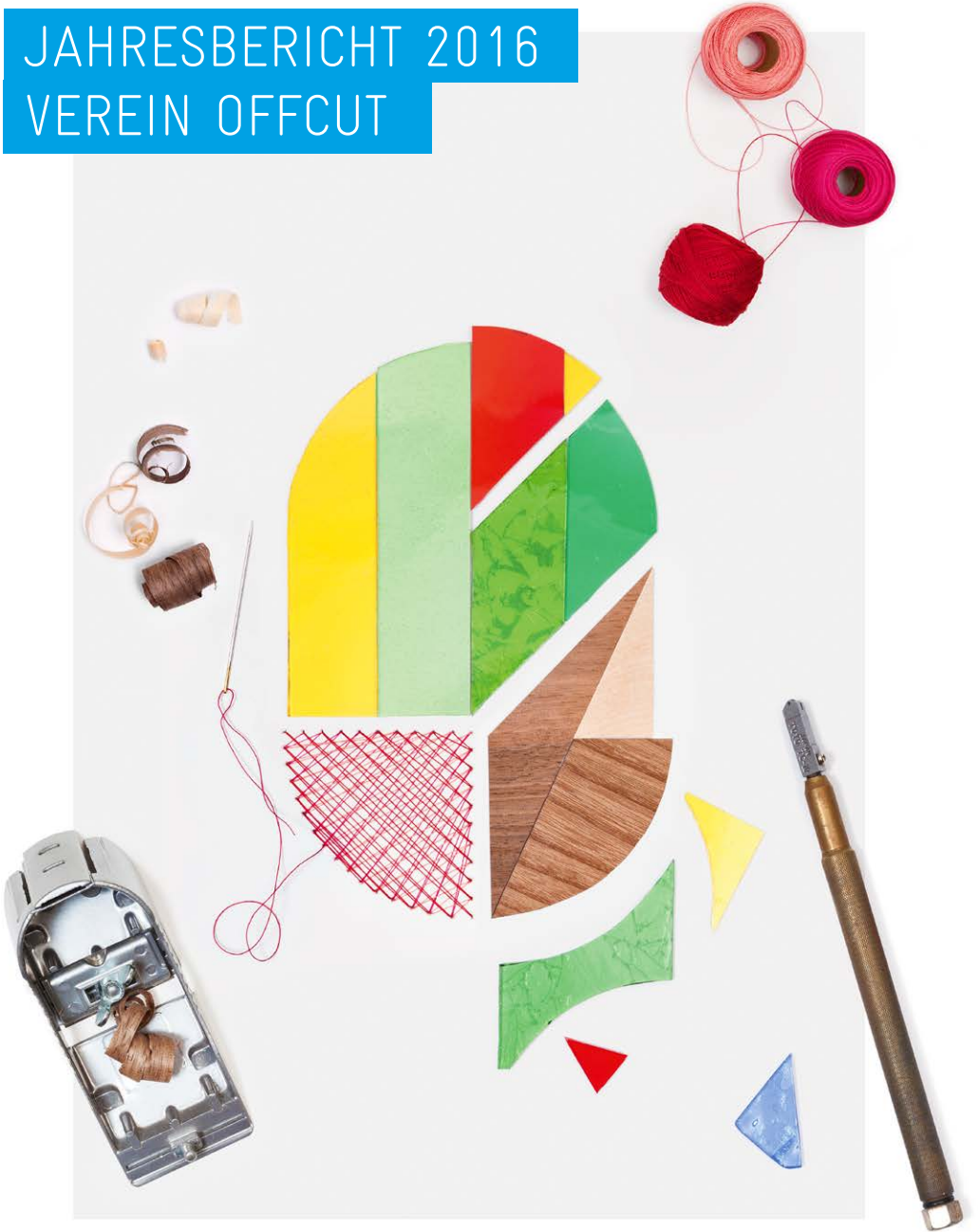


JAHRESBERICHT 2016
VEREIN OFFCUT





OFFCUT

Verein OFFCUT

Dreispietz Basel
Venedig-Strasse 30
4142 Münchenstein

+41 61 331 06 36
info@offcut.ch

www.offcut.ch

1	Vorwort	5
2	Verein	6
2.1	Projekte	6
2.2	Mitglieder	6
2.3	Vereinsanlässe	6
2.4	Team	7
3	Organigramm	8
4	Materialmarkt	10
4.1	Verkauf und Besucher	10
4.2	Nutzerumfrage	10
4.3	Dienstleistungen und Kommunikation	10
4.4	Materialakquise	12
4.5	Materialspenden und Transporte	13
4.6	Materialkooperationen	13
4.7	Ausblick	14
5	Club	16
5.1	Vermittlung und Vernetzung	16
5.2	Themenabende und Workshops	17
5.3	Ausblick	18
6	Statistik	20
6.1	Besucher	20
6.2	Transporte und Materialspenden	20
6.3	Themenabende und Workshops	21
6.4	Führungen	21
6.5	Vermittlung ausser Haus	21
6.6	Materialkategorien nach Beliebtheit	22
7	Finanzen	24
7.1	Jahresabschluss	26
7.2	Ausblick Finanzierung	27
8	Medienberichte	28
9	Impressionen	29
10	Impressum	47

Anmerkung:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit beinhaltet die männliche Form sinngemäss auch immer die weibliche.

1 VORWORT

Es ist eine Freude zu sehen, wie sich die Projekte des Vereins OFFCUT im letzten Jahr weiterentwickelt haben. Der Verein ist weiter gewachsen, auch dank dem abwechslungsreichen Jahresprogramm des Clubs. Der Materialmarkt wird stetig bekannter und erste Routineabläufe sind eingekehrt.

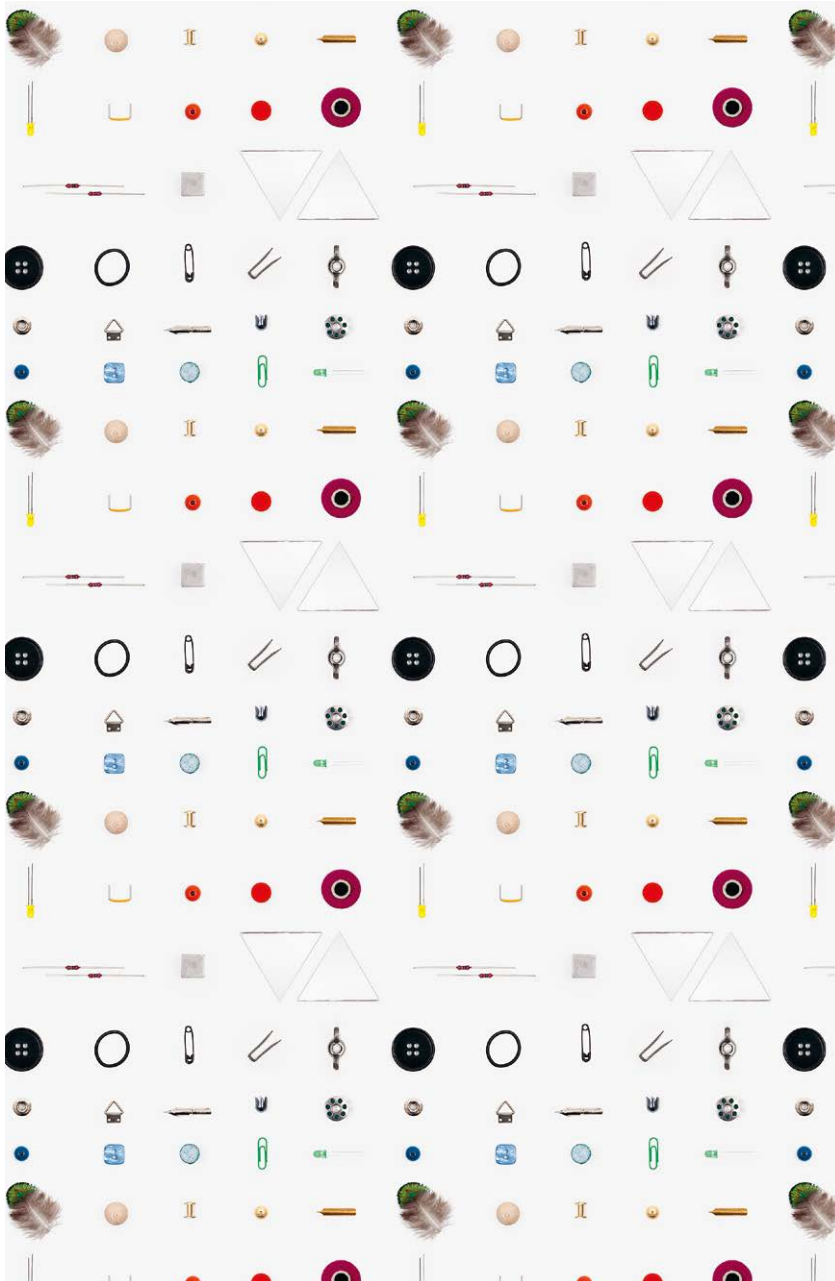
Wir haben auch gefeiert: Der Materialmarkt ist drei Jahre alt geworden! Es scheint, als wäre es gestern gewesen, als wir im Sommer 2013 in der Aktienmühle Basel das erste Mal die Tore zu unserem frisch eingeräumten Materiallager öffneten. Mit dem Standortwechsel auf den Dreispitz Basel haben wir eine neue Infrastruktur aufgebaut und uns in ein Umfeld begeben, welches als neuer Stadtteil noch selbst im Aufbau ist. Auf dem Dreispitz befinden wir uns zwar in einer privilegierten Mietsituation, stossen aber infrastrukturell an unsere Grenzen, weil das Gebäude in dem sich unsere Räume befinden, nur noch restgenutzt werden darf. Angebote und Dienstleistungen können nicht ideal ausgebaut oder gar angeboten werden. Mit dieser Ausgangslage versuchen wir uns so gut wie möglich zu arrangieren. Im Umfeld Dreispitz fehlen bisher Veranstaltungen und Angebote, welche mehr Besucher an unseren abgelegenen Standort bringen könnten. Eine IG Dreispitz mit den Playern auf dem Areal scheint dringend nötig, sowie neue Kooperationen mit eben diesen.

Das Projekt OFFCUT Schweiz steckt in den Kinderschuhen und bekommt in diesem Jahresbericht noch keine eigene Rubrik, bestimmt aber im nächsten. Die ersten Schritte auf dem Weg zu einer schweizweiten Umsetzung von weiteren OFFCUT Materialmärkten, sind getan. Gespräche mit möglichen Projektpartnern sind im Gange und wir sind zuversichtlich, dass sich dieser Prozess intensivieren wird.

Ich bedanke mich ganz herzlich beim gesamten Team für seinen Einsatz im letzten Jahr. Ein besonderer Dank gehört Tanja Gantner, welche die Koordination des Materialmarkts übernommen und sich dabei ausserordentlich engagiert hat. Ein grosses Dankeschön geht auch an unsere Mitglieder und Förderer, die unser Engagement unterstützen und vorantreiben.

Im kommenden Jahr wird weiter ausprobiert, evaluiert und optimiert. Wir sind gespannt auf die Entwicklung der neuen Projekte und freuen uns darauf, diese gemeinsam weiterzudenken und umzusetzen!

Simone Schelker
Präsidentin Verein OFFCUT



2 VEREIN

2.1 Projekte

Zur Realisierung seiner Ziele konzentrierte der Verein seine Aktivitäten im letzten Jahr in drei Hauptprojekten:

OFFCUT Materialmarkt

Der Verein OFFCUT führt einen Materialmarkt für inspirierende und kostengünstige Restmaterialien. Der Materialmarkt sammelt, lagert und verkauft gewöhnliche wie ungewöhnliche Gebrauchsmaterialien, Überschüsse und Produktionsabfälle aus Gewerbe, Dienstleistungsunternehmen und Privathaushalten und macht diese für Kultur- und Kreativschaffende wieder nutzbar.

OFFCUT Club

Der Verein OFFCUT veranstaltet Vernetzungsanlässe für seine Mitglieder und organisiert verschiedene Formate für die interessierte Öffentlichkeit zur Vermittlung von Wieder- und Weiterverwendungsstrategien, Materialkenntnissen und nachhaltigen sowie kreativen Herstellungs- und Verarbeitungstechniken.

OFFCUT Schweiz

Der Verein OFFCUT initiiert und unterstützt den Aufbau von OFFCUT Materialmärkten und OFFCUT Clubs in weiteren Schweizer Städten und vernetzt diese gleichzeitig in einer übergreifenden Organisation. Der Name «OFFCUT» soll zu einer schweizweit bekannten Marke für junges, innovatives Engagement im Auftrag nachhaltiger Entwicklung gemacht werden.

2.2 Mitglieder

Ende 2016 zählte der Verein OFFCUT insgesamt 89 Mitglieder, davon 12 Aktivmitglieder. Im letzten Jahr konnten wir 36 neue Mitglieder gewinnen. Das Angebot der Themenabende und Workshops, an welchen Mitglieder ermässigt teilnehmen konnten, hat dies sicherlich begünstigt. 10 Personen haben sich aus diversen Gründen abgemeldet.

2.3 Vereinsanlässe

Die Generalversammlung fand am 22. April 2016 im Materialmarkt statt. Anwesend waren der Vorstand sowie 6 Aktivmitglieder. Nach der erfolgreich durchgeführten GV fand ein Apéro und eine Grillade auf der Rampe statt.

Im September wurde der Materialmarkt drei Jahre alt. Die Umsetzung für den Geburtstagsanlass wurde als Projektauftrag an Benedikt Wyss übergeben, welcher dazu in Zusammenarbeit mit uns und seinem Team das «Erste Basler Draisinenrennen» auf die Beine gestellt hat. Das Draisinenrennen wurde auf den Gleisen neben unserem Materialmarkt durchgeführt. Am gleichen Tag fand auch die Areal Veranstaltung «Oslo Night» statt und viele dieser Besucher wurden zu unserem Anlass gelockt. Wir verzeich-

neten an der Veranstaltung rund 600 Besucher, wovon die Mehrheit zum ersten Mal unseren Materialmarkt besuchte. Auf den Gleisen bewegten die Rennteams ihre selbst gebauten Draisinen im Duell und Triell in allen erdenklichen Formen fort. Ein Gaudi für Jung und Alt. Das OFFCUT Team zog in einem symbolischen Geburtstagsakt eine voluminöse Materialtorte mit Feuerwerk über die Schienen und feierte mit dem bunt durchmischten Publikum sein dreijähriges Bestehen.

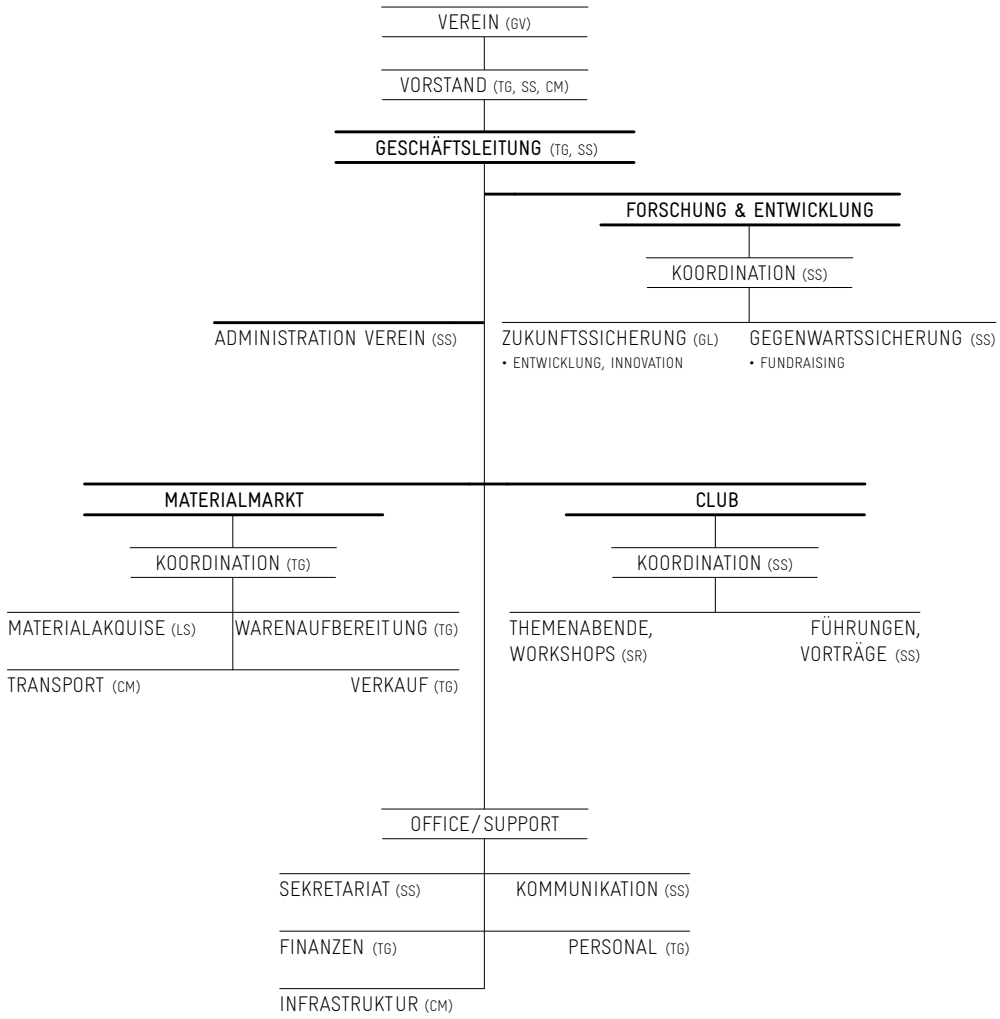
Im Verkaufsteam gab es dieses Jahr einige Wechsel. Einerseits weil wir die Ladenöffnungszeiten im Mai erweiterten und andererseits im Sommer eine Vertretung für einen Mutterschaftsurlaub brauchten. Im Januar lancierten wir unsere erste öffentliche Stellenausschreibung. Mit einem Rücklauf von rund 45 Bewerbungen war es eine grosse Herausforderung, die richtige Auswahl zu treffen. Schlussendlich haben wir uns für Philippe Vilfroy und Livia Kruppenacher entschieden. Die beiden haben neue Materialfachkenntnisse im Bereich Holz und Metall eingebracht. Livia ist gelernte Schreinerin und Philippe gelernter Polytechniker. Später im Juni hat die Schülerin Lucia Gränicher ihr zweiwöchiges Schulpraktikum bei uns absolviert, was eine tolle Erfahrung für uns war. Lucia erhielt einen Einblick in verschiedene Ressorts wie z.B. Kommunikation, Transport und Verkauf und hat tatkräftig mitangepackt. Anastasia Sitnikova hat ihr Praktikum bei uns beendet, kurz bevor sie Mutter geworden ist.

Nach dem Sommer und dem Abschluss seines Studiums wurde Philippe zum Zivildienst gerufen. Zudem entschied sich Zora schweren Herzens, uns aus zeitlichen Gründen zu verlassen, da sie ihr eigenes Projekt «Druckstelle» lanciert und Mutter geworden ist. Wir danken den beiden herzlich für ihren Einsatz im Verkauf! Im September folgte somit eine weiterentwickelte Stellenausschreibung mit einem Rücklauf von rund 15 Bewerbungen. Stefan Kurt Scherer und Flurina Brügger haben das Rennen gemacht, sie beide sind nun seit Oktober im Team dabei. Flurina studiert am Hyperwerk und Stefan besucht den Master-Studiengang Lehramt für Gestaltung und Kunst.

Im Mai ist Christian Mueller aus der Geschäftsleitung ausgetreten, und seither weiterhin in seinen Ressorts Transport und Infrastruktur tätig. Damit übernahm Luca Studer eigenständig das Ressort Materialakquise. Auf Ende Jahr hat uns Luca verlassen, weil er sich neu orientieren will und wir uns gleichzeitig zum Ziel gesetzt haben, die Stellen Akquise und Transport neu zu organisieren. Wir danken ihm ganz herzlich für die wichtige und nicht einfache Aufbauarbeit, die er bei uns geleistet hat.

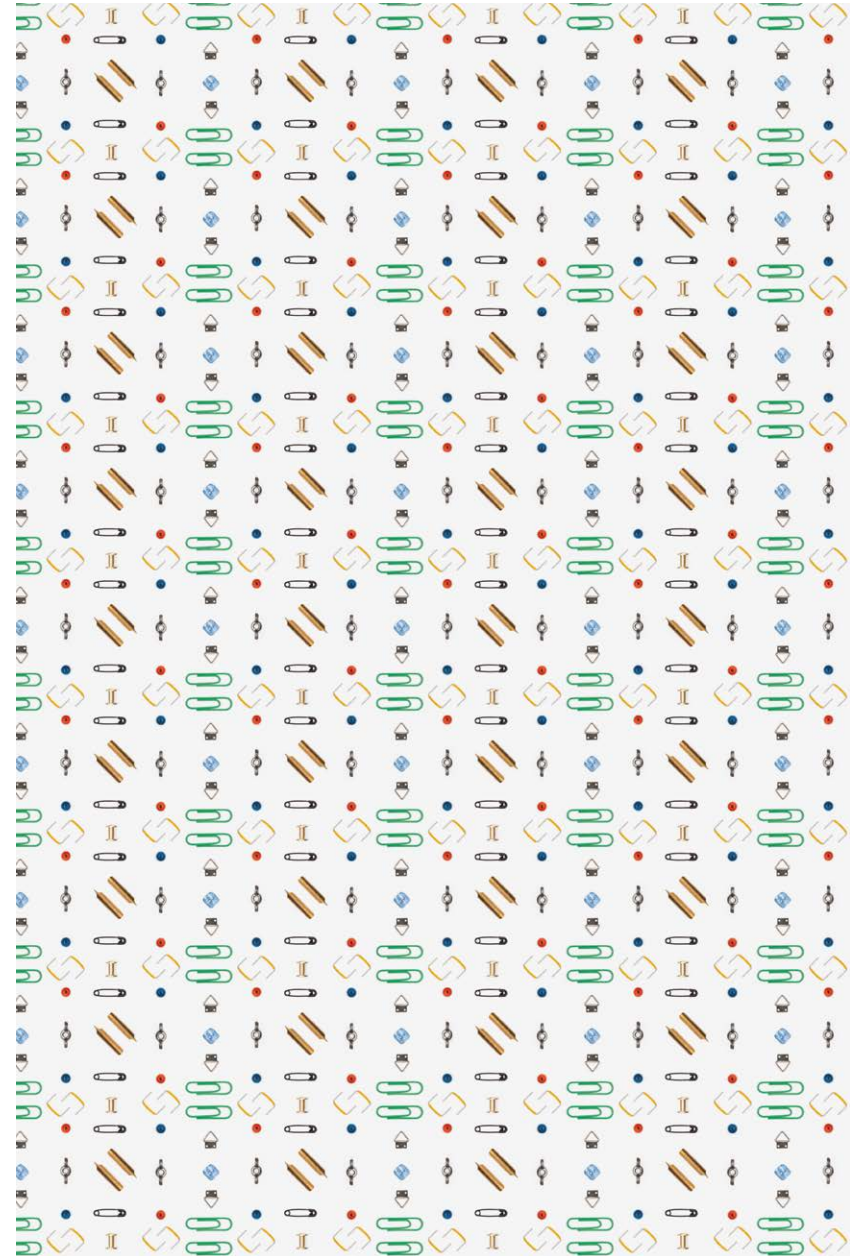
2.4 Team

3 ORGANIGRAMM



STAND
1. Mai 2016

- LEGENDE**
- Tanja Gantner (TG)
 - Simone Schelker (SS)
 - Christian Mueller (CM)
 - Susanne Roser (SR)
 - Luca Studer (LS)



4 MATERIALMARKT

4.1 Verkauf und Besucher

Der Materialmarkt ist weiterhin unser Kerngeschäft und die bedeutendste Einnahmequelle. Im 2016 konnten wir den Ertrag durch Materialverkauf um weitere CHF 13'000.– auf rund CHF 47'000.– steigern (siehe S. 24). Die durchschnittliche Besucherzahl pro Betriebstag ist gleich geblieben. Zu vermerken ist, dass wir seit Mai neue Öffnungszeiten haben und der Materialmarkt seit dann auch am Donnerstag Nachmittag geöffnet ist. Seit März erfassen wir zusätzlich die Anzahl «Neue Besucher», welche rund 12% ausmachen. Rund 58% der Besucher sind Kunden, die auch tatsächlich bei uns einkaufen.

Die Monate April, Juni und September waren am besten besucht und dementsprechend auch die umsatzstärksten Monate. Die Besucherzahl im Juni hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt. Dies könnte mit den Semesterabschlusspräsentationen der Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW zusammenhängen. Die Studierenden besuchen uns dann sehr häufig, um sich vom Material inspirieren zu lassen und einzukaufen.

4.2 Nutzerumfrage

Im Frühjahr 2016 haben wir die Umfrage zu den erweiterten Öffnungszeiten evaluiert, an der 173 Personen teilgenommen haben. Auch diese Umfrage zeigt, dass viele interessierte Personen unser Projekt aktiv verfolgen. Die Feedbacks, die wir daraus erhalten, sind sehr wichtig für uns. Die Umfrage enthielt neben eindeutig auswertbaren Antworten viele unterschiedliche und sehr persönliche Wünsche von Einzelpersonen. Schlussendlich haben wir uns für eine einheitliche und einfache Umsetzung der Öffnungszeiten entschieden, welche wir im kommenden Jahr evaluieren werden.

Die Auswertung der Umfrage zur Materialmitgliedschaft vom Mai 2015 haben wir weiter vertagt. Daran teilgenommen hatten 68 Personen mit Berufen im Bildungssektor. Die Idee der Materialmitgliedschaft besteht darin, dass förderungswürdige Personen und Organisationen eine Jahrespauschale entrichten und dann uneingeschränkt Material beziehen können. Ob und wann wir dieses Preismodell testen werden, ist noch in Diskussion.

4.3 Dienstleistungen und Kommunikation

Unser Ziel ist es, den Besuchern ein rundum tolles Einkaufserlebnis zu bieten. Es stehen nun Einkaufswägel für Grosseinkäufe und Shopping-Feeling bereit. Seit Ende Mai kann bei uns auch bargeldlos bezahlt werden. Weiterhin beliebt in der kalten Winterszeit ist der heisse Tee, den wir unseren Kunden kostenlos zum Aufwärmen anbieten.

Nachdem wir uns entschieden hatten, die Materialmitgliedschaft vorerst nicht weiter zu verfolgen, fokussierten wir uns darauf, möglichst alle

Materialien mit Preisen zu beschriften, um die zeitaufwändigen Preisverhandlungen mit Kunden zu vermeiden. Aus Sicht des Konsumentenschutzes, ist die Preisbeschriftung streng genommen Vorschrift. Es gilt demnach neu die Regel, dass Materialeingänge erst nach Preisbeschriftung im Materialmarkt eingeräumt werden. Einmal im Monat findet eine Lagerschicht statt, an der wir im Team die Materialeingänge aufbereiten, beschriften und im Materialmarkt einsortieren oder andere kleine Reparaturen sowie infrastrukturelle Arbeiten angehen.

In letzter Zeit komme ich nicht mehr gerne bei OFFCUT einkaufen, da es mir zu «organisiert» ist. Es gefällt mir nicht, dass die Regale mit Preisen angeschrieben sind und einige Mitarbeitende zu hohe Preise verrechnen. Früher war es viel lustiger und sympathischer!

Feedback der Mitgliederumfrage

Wir entwickelten Richtpreis- und Ordnungs-Systeme für ausgewählte Materialkategorien, was die Preisbeschriftung neuer Materialeingänge vereinfacht (z.B. Quadratmeterpreise für Holz). Dank einer ausserordentlichen und zweckgebundenen Spende, konnten wir uns Anfang Jahr die lang ersehnte Occasion-Selbstbedienungswaage anschaffen, mit welcher wir Gewichtspreise für Materialkategorien wie z.B. Leder, Veloschläuche, Korken oder «Chrälleli» einführen konnten. Wir erfassen bei jedem Einkauf weiterhin die Materialkategorien, wobei Textilien, Papier und Karton immer noch die beliebtesten Kategorien sind.

Kleinere infrastrukturelle Verbesserungen und Einrichtungen haben wir laufend ausgeführt. Auf dem Dach des Verkaufshauses wurde beim Geländer aus Sicherheitsgründen eine Abgrenzung aus Plexiglas angebracht. Das Textilregal wurde mit Unterteilungen aus OFFCUT Wabenkarton erweitert, um die gerollten Textilien praktisch zu verstauen. Im Workshopraum wurde ein praktisches Gestell für unsere Klappstühle eingebaut, damit der Raum flexibel für Workshops und Sitzungen nutzbar ist.

Der im 2015 eingeführte Material-Blog hat sich als erfolgreich herausgestellt. Kunden kommen oft aufgrund der Fotobeiträge auf dem Blog zu uns. Seit November nutzen wir auch Instagram und teilen regelmässig Eindrücke und Stimmungen aus dem Materialmarkt auf den verschiedenen Social Media Plattformen.

Mit der Einführung der neuen Öffnungszeiten wurde ein neuer Flyer mit

vier verschiedenen Bildmotiven und Slogan produziert (z.B. zum Motiv Holz «Egal, aus welchem Holz du geschnitzt bist, bei uns findest du alles für deine Kreativität»). Damit wurden auch zwei Banner produziert, die für Werbezwecke eingesetzt werden können. Während den zwei Wochen vor Weihnachten wurde in der Basler Innenstadt an 80 Plakatstellen ein neues A2 Plakat vom Materialmarkt ausgehängt.

Pünktlich zur Vorweihnachtszeit wurden Material Bons (Gutscheine) produziert, die man im Materialmarkt oder über die Webseite erwerben kann. Der Material Bon ist die Weiterentwicklung des Gutscheins, welcher bereits seit der Eröffnung in der Aktienmühle im Einsatz ist. Jeder Material Bon ist individuell gestaltet, mit einem Stück Material aus unserem Fundus. Diese Idee fand Anklang, es wurden aber bisher nur wenige Material Bons verkauft.

«Superduper Offcut Yeah! Toller Ort. Schön, dass es euch gibt und ihr trotz fieser Kälte hier seid!»

Feedback der Nutzerumfrage (Öffnungszeiten)

4.4 Materialakquise

Das zweite Jahr mit einer personell besetzten Akquise-Stelle stand im Auftrag der strukturellen Weiterentwicklung des Bereiches und der konkreten Akquise-Arbeit. In Zusammenarbeit mit dem Ressort Transport und der Geschäftsleitung wurden Basisdokumente für den Bereich erstellt, wie etwa die Kontaktliste, Materialpartnerschaftvereinbarungen für regelmässige Materialspenden oder eine Broschüre zum Thema Materialspenden mit dem Ziel, den Bereich strukturell zu stabilisieren. Auch wurden interne Schnittstellen definiert und Abläufe geklärt.

Die Akquise-Arbeit setzte auf das Sammeln vielschichtiger Erfahrungen, um dem Bereich eine Know-How-Basis zu geben und gleichzeitig vielseitiges Material für den Materialmarkt zu akquirieren. So richteten sich die Anfragen an Gewerbetreibende und Institutionen unterschiedlicher Ausrichtungen: Von Schrottplätzen bis Schulhäuser, von Verbänden bis Fasnachtscliquen und von Galerien bis Schweizer Highend-Produktionsfirmen. Die Bilanz war durchwegs positiv. Trotz wenig direkter Materialspenden konnten wir den Bekanntheitsgrad des Materialmarktes steigern; beispielsweise dank einer Info-Mail an alle Basler Museen im Rahmen der Museumsnacht, einem Austausch mit der Abteilung Messen & Märkte der Stadt Basel und dem Erziehungsdepartement der Stadt Basel oder die Präsenz im Newsletter des Gewerbeverbandes Basel. Mittelfristig kann erwartet werden, dass sich die Präsenz auch in konkreten Materialspen-

den auswirkt. Die Erwartung, ein möglichst breit gefächertes Spektrum an Erfahrungen zu sammeln, wurde erfüllt.

Mit einer in Basel ansässigen Modekette konnten wir eine Pilotphase für eine regelmässige Materialpartnerschaft lancieren. Auch mit dem Fahrradfachgeschäft Vitelli in Basel und der Druckdienstleistung CreaPlot in Münchenstein konnten erste Erfahrungen im Bereich der regelmässigen Materialpartnerschaft gesammelt werden. Die Partnerschaft mit der HGK (Sammelcontainer) auf dem Dreispitz-Areal hat sich etabliert und funktioniert zufriedenstellend.

Der spektakulärste Transport letztes Jahr war sicherlich die Spende des Theater Neumarkt in Zürich, welches uns das Bühnenbild eines abgespielten Stückes komplett überlassen hat. Es bestand aus zehn riesigen, bis zu 100 kg schweren, farbigen Strickbahnen aus dicken Polsterseilen. Alleine dieser Transport wog fast eine Tonne.

Die Anzahl Transporte hat letztes Jahr insgesamt abgenommen, wobei aber fast gleich viele Abholstationen angefahren wurden. Das bedeutet, dass wir mehr Stationen in einem Transport bündeln konnten, was die Arbeit effizienter macht. Im Monat wurden durchschnittlich 4.3 Stationen angefahren (siehe S. 20). Die Materialspenden im Laden haben mit 11 Spenden pro Monat weiterhin zugenommen.

Die Erfassung der Transporte mit einem Logblatt hat sich als sinnvoll erwiesen. Damit können die Daten unter anderem für die Kommunikation aufgenommen und weiterverwendet werden. In Zukunft werden wir regelmässige Spenden, wie z.B. den Sammelcontainer bei der HGK, separat erfassen, um die Statistik zu verfeinern.

Die Einführung des «Transportbatzens» stiess auf unterschiedliches Verständnis. Gerade Firmen, die schon auf ein Entsorgungskonzept zurückgreifen können und für welche es finanziell keine Rolle spielt, wo sie ihr Material entsorgen, reagierten empfindlich. Bei Privaten war es einfacher eine freiwillige Beteiligung anzufordern. Fixe Tarife, eine klare Kommunikation und die geplante neue Materialspende Broschüre werden in Zukunft helfen, die Transporte kostendeckender durchzuführen.

Wir werden immer wieder angefragt, ob wir Material ausleihen oder eine Veranstaltung mit einer Materialspende unterstützen können. Grundsätzlich sind wir der Meinung, dass unsere Preise so günstig sind, dass sie einer Ausleihgebühr gleichkommen und sich auch ein Veranstalter mit

4.5 Materialspenden und Transporte

4.6 Materialkooperationen

kleinem Budget unser Material leisten kann. Wir sehen aber ein, dass es trotzdem Ausnahmefälle gibt, die wir fördern wollen, und dass eine solche Kooperation bereichernd für uns sein kann.

Wir haben in diesem Jahr verschiedene solche Kooperationen unterschiedlicher Art mit Partnern durchgeführt und getestet. Unser Fazit ist, dass es den meisten Partnern sehr schwer fällt, das gewünschte Material und die Menge zu beschreiben. Deswegen wird es auch zukünftig eine Herausforderung für uns bleiben, solche Kooperationen einzugehen. Als Ergebnis dieser Testkooperationen sind eine Art AGB und ein Formular für Materialkooperationen entstanden. Diese unterstützen uns bei der Aushandlung weiterer Materialkooperationen und deren Gegenleistungen.

Die Kooperation mit dem Textilpiazza Festival kann als gelungenes Beispiel für eine Materialkooperation genannt werden. Für die Dekoration des Festivalshops und einer Sitzecke hat die Textilpiazza überdimensionale Strickbahnen (ehemaliges Bühnenbild vom Theater Neumarkt), Reflektoren, Lämpchen und Gitter ausgeliehen. Die Strickbahnen passten thematisch sehr gut zum Festival, welches sich um Textilhandwerk aller Art dreht. Neben einer kleinen pauschalen Grundgebühr für die Materialkooperation, verteilte die Textilpiazza als Gegenleistung jedem Festivalbesucher einen Materialmarkt Flyer und hängte im Festivalshop unseren Banner auf. Ausserdem waren alle Materialien mit Preisen beschriftet und konnten im Festivalshop gekauft werden, was leider nicht erfolgreich war. Dafür hat die Textilpiazza eine Strickbahn für ihre dauerhafte Deko-Installation gekauft.

«Weiter so! Basel braucht euch!»

Feedback der Nutzerumfrage (Öffnungszeiten)

Die Optimierung des Verkaufs wird auch im nächsten Jahr ein Thema bleiben. Bei Weitem sind noch nicht alle Materialien mit Preisen beschriftet und das Richtpreis-System muss analysiert und weiterentwickelt werden. Bereits letztes Jahr haben wir einen Ausblick in Richtung Kassensystem gewagt. Ein Kassensystem ist abhängig von einem Warenwirtschaftssystem und dieses wiederum ist abhängig von klar definierten Materialkategorien mit hinterlegten Richtpreisen. Da wir die Einführung von Rabatten für förderungswürdige Kundengruppen anstreben, verfolgen wir dieses Projekt immer noch zielstrebig. Aus den gleichen Gründen wurde das Beschriftungssystem (einheitliche Beschriftung der Regale und Abteilungen) noch nicht umgesetzt.

4.7 Ausblick

Die Ressorts Materialakquise und Transport haben viele Schnittstellen. Der Akquise Prozess fruchtet möglicherweise besser, wenn die Person, welche die Transporte ausführt, auch für die Kontaktpflege mit den Materialspender verantwortlich ist. Aus diesem Grund planen wir die Ressorts Akquise und Transport im Frühjahr 2017 zusammen zu legen.

Weiter arbeiten wir mit Hochdruck an einer Materialspende-Broschüre. Mit dieser Broschüre sollen neue Materialspender erreicht werden, welchen bisher unsere Dienstleistung noch nicht bekannt ist. Partnerschaften zum Zweck regelmässiger Materialspenden können damit neu definiert und entsprechend lanciert werden. Unsere Transportdienstleistung werden wir in Zukunft zu fairen Konditionen anbieten, statt wie bis anhin auf Spendenbasis. Die neue Broschüre dient dazu, diese neu formulierte Dienstleistung zu kommunizieren.

Als weitere kommunikative Massnahmen für die Verkaufsförderung sind Portraits von Kunden angestrebt, die mit OFFCUT Material Projekte umgesetzt haben. Für die Bekanntmachung und Verankerung unserer Aktivitäten wollen wir einen Aufklärungsfilm zum OFFCUT-Kreislauf (von der Spende bis zur Wiederverwertung) produzieren.

«Egal wie eure Öffnungszeiten sind, ich finde immer den Weg zu euch!»

Feedback der Nutzerumfrage (Öffnungszeiten)

5.1 Vermittlung und Vernetzung

Der OFFCUT Club war bisher unser Vermittlungs- und Vernetzungsformat, mit dem wir Themenabende und Workshops für die interessierte Öffentlichkeit veranstaltet und andere vermittelnde Tätigkeiten unternommen haben.

Das Format Führungen wurde noch nicht weiterentwickelt und besteht weiterhin aus einer einfachen Einführung zur Entstehungsgeschichte und Funktion des Materialmarkts. Weil wir dieses Format ausbauen wollen, haben wir dieses Jahr vorerst keine Werbung dafür gemacht und nur Einführungen mit 5 Gruppen unterschiedlichster Herkunft gemacht. Durch die fruchtbare Zusammenarbeit mit «Localholic» haben jedoch weitere 9 Gruppen den Materialmarkt besucht und von unserem Team eine kleine Einführung erhalten. Localholic bietet Erlebnistouren bei und mit Basler Locals an, wobei unser Materialmarkt eines der Highlights auf der Dreispitz-Route ist. Ausser Haus haben wir unsere Mission mit einem Infostand an einer Messe und einem Festival verbreitet. Für weitere Botschafter Aktivitäten fehlten uns leider die Ressourcen.

Die Material Vorträge sind super toll! Und euer Programmplakat schön gestaltet - macht Freude zum Anschauen!

Feedback der Mitgliederumfrage

Anfang Jahr fand ein Kindergeburtstag bei uns statt. Die Anfrage dafür kam von einer Mutter, deren Tochter (10 Jahre alt) sehr am Selbermachen interessiert ist und mit diverser Material Objekte bastelt. Dies war unsere erste Vermietung, bei der wir in enger Zusammenarbeit mit den Eltern, den Rahmen für den Anlass mitgestaltet haben und tolle Erfahrungen sammeln konnten.

Die K'Werk Bildschule (Schule für Gestaltung Basel) führte bei uns an 4 Samstagen im April den Workshop «In der Schatzkammer» mit Kindern von 6-10 Jahren durch. Die Kinder haben mit OFFCUT Material experimentiert und zum Schluss des Workshops eine Material-Performance im Materialmarkt präsentiert.

Diese Kooperationen haben uns gezeigt, welche infrastrukturellen und personellen Rahmenbedingungen unsererseits nötig sind. Die Erkenntnis war, dass wir sehr achtsam sein müssen, welche Materialien aus praktischen Gründen für einen Kinderworkshop geeignet sind und dass es notwendig ist, dass jemand vom OFFCUT Team für die Einführung und die Betreuung im Materialmarkt anwesend ist.

5.2 Themenabende und Workshops

Die finanzielle Unterstützung der «Stiftung für Kunst & Handwerk» ermöglichte uns, ein Jahresprogramm mit Workshops und Themenabenden aufzubauen und zu testen. In dieser Testphase wurden die Workshops sehr günstig und die Themenabende auf Kollektionsbasis angeboten. Wir hatten die Mittel, um einen schönen Faltflyer für das Jahresprogramm zu produzieren und haben die Veranstaltungen via Material-Blog auf allen Social Media Kanälen angepriesen, was die Bekanntmachung des Vereins sehr förderte.

«Mir gefällt die angenehme Stubenstimmung der Themenabende.»

Feedback zu den Club Veranstaltungen

Im 2016 wurden 7 Workshops und 5 Themenabende durchgeführt. Das Feedback der Teilnehmenden war sehr positiv. Die Nachfrage war insgesamt mehr auf die Workshops fokussiert, weniger auf die Themenabende. Bei den Workshops haben wir die Teilnehmerzahl auf max. 8 beschränkt, weil dies die Anzahl Personen ist, die ein einzelner Workshopleiter betreuen kann und der beheizbare Workshopraum beherbergen kann. Während der warmen Monate wurden die Workshops draussen auf der Rampe durchgeführt, was auch das Interesse von anderen OFFCUT Besuchern weckte.

«Die offene und unkomplizierte Art der Dozentinnen gefiel mir, und dass wir unsere eigenen Fragen einbringen konnten. Danke für einen tollen Samstagnachmittag!»

Feedback zu den Club Veranstaltungen

Wir haben 2 Workshops für Kinder angeboten, wobei einer wegen fehlender Anmeldungen nicht durchgeführt werden konnte. Der Werbeaufwand war dementsprechend gross. Der durchgeführte Workshop war dafür ein voller Erfolg. Die Kinder stellten im Abdruckverfahren eigene Material Memorys her, welche sie mit nach Hause nehmen konnten.

Bei den Themenabenden ist die Anzahl der Teilnehmenden nicht gestiegen. Ein Themenabend musste abgesagt werden, weil der Referent kurzfristig verhindert war. Diese Abende wurden ohne Anmeldeverfahren durchgeführt, um den administrativen Aufwand gering zu halten. Die dadurch entstehende Unsicherheit kostete jedoch einiges an Nerven. Wir müssen einsehen, dass der abgelegene Standort für dieses kurzweilige

Angebot ein zu grosses Hindernis ist. Die Durchführung der Anlässe auf Kollektenbasis bietet nicht Anreiz genug.

Vor den Themenabenden hatten wir jeweils den Materialmarkt bis 19 Uhr geöffnet. Die Club-Teilnehmenden schätzten dies, um vor dem Anlass im Sortiment zu stöbern, aber zusätzliche Besucher konnten wir damit nicht erreichen. Inhaltlich war es am spannendsten, wenn der Referent sehr praktisch auf das Material und seine Eigenheiten einging, wie z.B. Thomas Blank mit dem Thema Glas. Anhand vieler verschiedener Glasmuster hat er uns die Materialeigenschaften und deren Verarbeitung aufgezeigt.

Da die bisherige finanzielle Unterstützung für das Jahresprogramm nun ausläuft, müssen zukünftige Veranstaltungen finanziell selbsttragend werden. Wichtig war und ist uns, dass die Workshops bei uns im Materialmarkt stattfinden, da die Nähe zu den Materialien und die Atmosphäre so fruchtbar und einzigartig ist. Durch die infrastrukturellen Rahmenbedingungen (nicht beheizbarer Raum) sind wir aber zu sehr eingeschränkt und können die getesteten Formate momentan nicht so weit ausbauen, dass sie kostendeckend werden.

Wir haben die bisherigen Angebote evaluiert und unsere bestehenden Mitglieder zu ihren Bedürfnissen befragt. Der Rücklauf der Mitgliederumfrage Ende 2016 war mit über 50% sehr erfreulich und hat uns Aufschluss gegeben, welche Interessen ein Grossteil unserer Mitglieder hat und wie wir unser Club-Angebot ausrichten können.

Ich kann mir auch vorstellen, dass die Vereinsmitglieder mit dem vorhanden Material von OFFCUT Sachen herstellen können und diese an verschiedenen Standorten platzieren, um Werbung dafür zu machen.

Feedback der Mitgliederumfrage

Bisher fehlten die gemeinschaftlichen Vereinsanlässe, wo die Mitglieder unter sich eine eigene Plattform für Austausch und Netzwerk erhalten. Zu Gunsten eines aktiven Vereinslebens und finanziell tragbaren Angebots wird der OFFCUT Club zukünftig exklusiv für unsere Vereinsmitglieder sein. Damit der Club eben ein Club ist: Ein lebendiges und dynamisches Format, mit dem sich unsere Mitglieder bei aktiver Beteiligung austauschen und gemeinsam zur Praxis von DIY und Upcycling weiterbilden können.

Die bisherigen Erfahrungen der getesteten Formate können dabei eingebracht werden. Geplant sind Vereinsanlässe wie Workshops, Filmabende und Ausflüge, die von den Aktivmitgliedern mitgestaltet werden können. Dabei geht es darum, zusammen etwas zu unternehmen, lernen, kreieren, gestalten, bauen, usw. Workshops werden von Aktivmitgliedern oder externen Experten begleitet, die ihr Know-how zur Unterstützung des Vereins teilen wollen. Anstelle von Geld werden sie mit Liebe, Dank und Netzwerk entschädigt. Es soll ein Flyer produziert werden, mit welchem auch neue Mitglieder angeworben werden können.

**«Die Workshops sind gut organisiert.
Das OFFCUT Team hat mich freundlich begrüsst
und ist sehr engagiert und aufgestellt.
Danke!»**

Feedback zu den Club Veranstaltungen

Zusätzlich zum OFFCUT Club wollen wir zukünftig ein öffentliches Kursangebot für Gruppen entwickeln, welches selbsttragend ist. Die Kursformate könnten für spezifische Zielgruppen konzipiert werden und eine Kombination der bisherigen Führung mit einem Upcycling-Workshop beinhalten.

**«Ich habe gelernt, dass Nachhaltigkeit nach
wie vor ein schwieriges und anstrengendes aber
immer wichtigeres Thema unserer Welt ist.»**

Feedback zu den Club Veranstaltungen

6 STATISTIK

6.1 Besucher

MONAT	2016	2015	2014	2013
Januar	277	301	153	
Februar	281	208	159	
März	266	204	366	
April	348	259	198	
Mai	285*	320	258	102
Juni	425	240	93	45
Juli	246*	125	86	6
August	233*	196	418	153
September	325	338	105	245
Oktober	446	308	412	358
November	381	277	309	197
Dezember	348	225	139	180
TOTAL BESUCHER MATERIALMARKT	3861	3001	2691	1286
Besucher/Monat	321	250	224	161
Anzahl Betriebstage	172	138	100	39
Besucher/Betriebstage	22	21	27	33
Club Veranstaltungen	107	208	65	
Anlässe	200		200	150
Führungen	146	191	88	111
TOTAL BESUCHER	4314	3400	3044	1547

*Monate mit eingeschränkten Öffnungszeiten (Feiertage, Betriebsferien)

6.2 Transporte und
Materialspenden

	2016	2015
Anzahl Transporte	29	41
Anzahl Abholstationen*	52	57
Materialspenden im Materialmarkt	126	96
Ø Anzahl Transporte pro Monat	2.4	3.4
Ø Anzahl Stationen pro Monat	4.3	4.8
Ø Anzahl Materialspenden im Materialmarkt pro Monat	11	8

*Innerhalb eines Transports gibt es meistens mehrere Abholstationen.

	2016	2015
TOTAL VERANSTALTUNGEN	12	18
TOTAL TEILNEHMER	107	208
Ø Teilnehmerzahl pro Veranstaltung	9	11
Anzahl Themenabende	5	12
Anzahl Teilnehmer	66	156
Ø Teilnehmerzahl pro Themenabend	13	13
Anzahl Workshops	7	6
Anzahl Teilnehmer	41	52
Ø Teilnehmerzahl pro Workshop	6	9

6.3 Themenabende und
Workshops

MONAT		
Februar	MA Visuelle Kommunikation, HGK FHNW (in Englisch)	12
Februar	Gruppe Social Muscle Club Basel	5
März	Kreativ Atelier, Union Kultur- und Begegnungszentrum	12
April	Gruppe Kwerk	10
April	Klasse Textiles Gestalten WBS Holbein	10
Juli-Dez.	9 Touren von Localholic	88
TOTAL TEILNEHMER		146

6.4 Führungen

Vergleich	Total Teilnehmer 2015	191
	Total Teilnehmer 2014	88
	Total Teilnehmer 2013	111

MONAT		
September	Infostand Filme für die Erde Festival	25
November	Infostand NetzBon Messe	50
TOTAL TEILNEHMER		75

6.5 Vermittlung ausser Haus

Vergleich	Total Teilnehmer 2015	120
	Total Teilnehmer 2014	506
	Total Teilnehmer 2013	30

6.6 Materialkategorien nach Beliebtheit

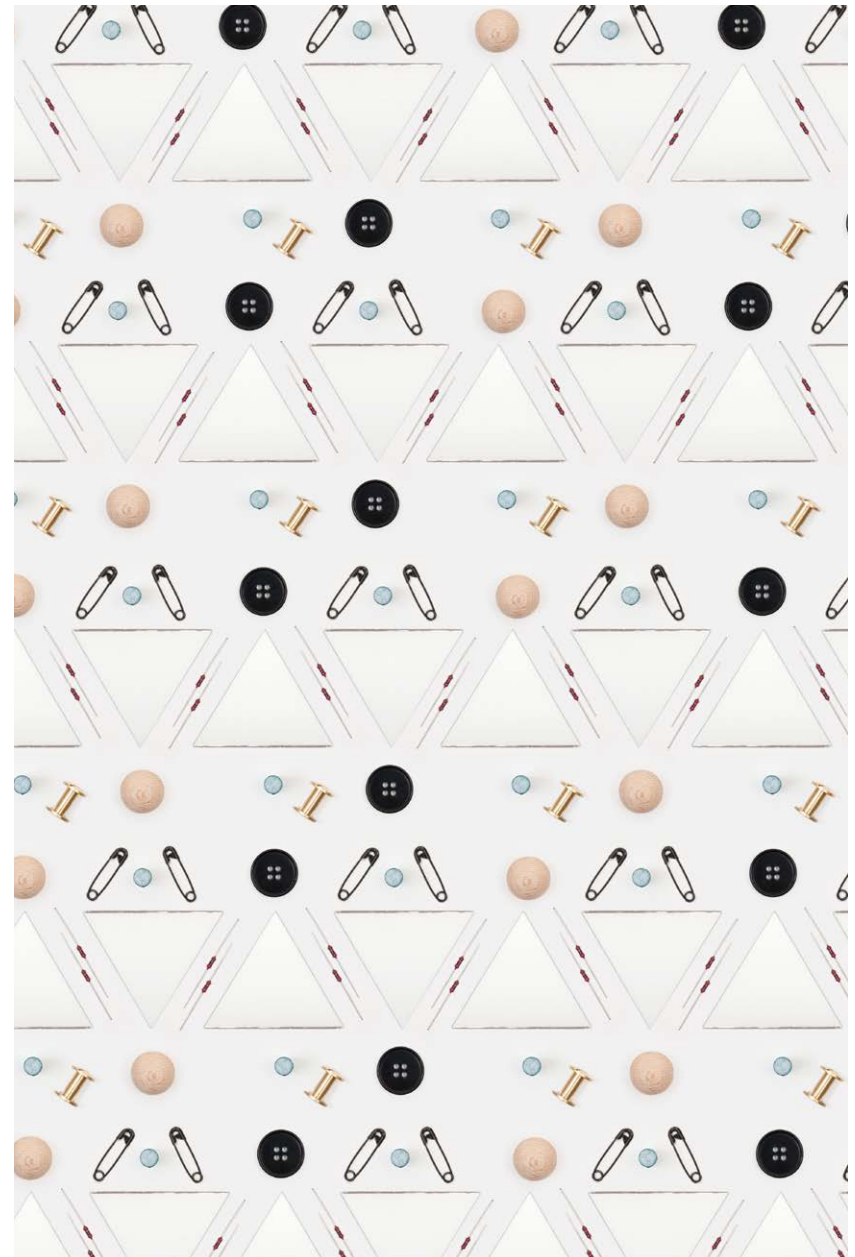
PUNKTE*	2016	2015
Textilien	510	395
Papier, Karton	461	341
Diverses (Specials, oder noch nicht kategorisiert)	374	427
Kunststoff	277	266
Holz	277	208
Nähwaren	258	194
Metall	194	99
Deko	150	
Naturstoffe, Leder	134	53
Werkzeuge, Werkmaterial	133	72
Glas, Keramik, Stein	130	53
Farben, Künstlerbedarf	103	69
Elektro	43	35

*Bei jedem Einkauf erfassen wir die Materialkategorien, wobei die Materialmenge nicht gemessen wird.

BEISPIEL: Ein Käufer kauft Holz, Metall und Glas. Dann erhält jede Kategorie je einen Punkt.

Ich finde OFFCUT eine wirklich coole, innovative und wichtige Sache, darum bin ich Mitglied geworden. Ich bin allerdings ein richtiges Passivmitglied. Ich weiss, dass ich es eines Tages mehr nutzen werde, mich sporadisch mehr engagieren werde. Einfach jetzt noch nicht. Aber Danke, dass es euch gibt!

Feedback der Mitgliederumfrage



7 FINANZEN

BILANZEN PER 31. DEZEMBER IN CHF	2016		2015		2014	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
Kasse	700		700		700	
Postcheck	40'800		24'200		22'450	
Postcheck Sparkonto	20'050		10'050		20'000	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0		0		50	
Aktive Rechnungsabgrenzung	3'200		3'400		19'100	
Umlaufvermögen	64'750		38'350		62'300	
Maschinen und Apparate	800		0		0	
Anlagevermögen	800		0		0	
Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen		1'050		1'950		950
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		650		400		0
Passive Rechnungsabgrenzung		4'850		17'750		59'150
Rückstellungen		53'000		15'000		0
Fremdkapital		5'500		35'100		60'100
Vereinskapital		3'250		2'150		17'500
Jahresverlust/-gewinn		2'750		1'100		15'350
Eigenkapital		6'000		3'250		2'150
	65'550	65'550	38'350	38'350	62'250	62'250

ERFOLGSRECHNUNGEN IN CHF	2016		2015		2014	
	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag
Verkaufsertrag		47'600		34'100		23'750
Veranstaltungen		2'100		1'800		0
Mitgliederbeiträge		4'850		3'350		900
Stiftungsgelder, Spenden und Sponsoring		119'800		102'850		89'000
Übriger Ertrag		50		100		300
Erlöse		174'400		142'200		113'950
Warenaufwand	0		50		700	
Transporte	100		100		1'950	
Veranstaltungen	4'950		2'350		400	
Direkter Aufwand	5'050		2'500		3'050	

	2016		2015		2014	
	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag
Gehälter	75'250		73'650		70'500	
Versicherungen	500		550		400	
AHV, ALV, FAK, EO	5'950		5'400		5'550	
Übriger Personalaufwand	850		600		900	
Personalkosten	82'550		80'200		77'350	
Miete	24'500		24'500		14'350	
Unterhalt, Reparaturen	1'350		2'850		16'450	
Energie, Entsorgung	2'350		850		950	
Raumkosten	28'200		28'200		31'750	
Zinsen, Spesen	50		0		50	
Abschreibungen	500		0		0	
Fahrzeugkosten	2'250		2'200		2'800	
Kapitalkosten	2'800		2'200		2'850	
Unterhalt EDV und Geräte	350		300		2'050	
Büromaterial, Drucksachen	1'900		150		1'050	
Porti	250		150		200	
Telefon/Internet	850		900		350	
Fachliteratur	0		350		600	
Versicherungen	700		400		950	
Treuhand-, Beratungs- und Rechtskosten	4'450		4'450		1'200	
Werbung	6'600		6'450		7'650	
Übriger Betriebs- und Verwaltungsaufwand	0		50		300	
Verwaltungskosten	15'100		13'200		14'400	
Zinsertrag		50		50		50
Bildung Rückstellung Projektentwicklung	38'000		10'000		0	
Ausserordentlicher Aufwand	0		4'850		0	
Neutral	38'000	50	14'850	50	0	50
Jahresverlust/-gewinn	2'750		1'100			15'350
	174'450	174'450	142'250	142'250	129'400	129'400

7.1 Jahresabschluss

Im Jahr 2016 wurden wir von der Christoph Merian Stiftung, der Stiftung für Kunst & Handwerk, der Claire Sturzenegger-Jeanfavre Stiftung, der Ernst Göhner Stiftung, der Stiftung Corymbo und von rund 80 Vereinsmitgliedern finanziell unterstützt. Für das Vertrauen und die Unterstützung bedanken wir uns ganz herzlich.

Das Jahr 2016 schloss bei einem Umsatz von über CHF 175'000.– mit einem Gewinn von CHF 2'750.– ab. Der Verkaufsertrag konnte 2016 erneut gesteigert werden, mit rund CHF 13'000.– Mehrertrag sogar besser als geplant. Der Ertrag durch Mitgliederbeiträge fällt mit CHF 4'850.– auch etwas höher aus, als erwartet.

Der Aufwand für Veranstaltungen fällt wegen unserer Geburtstagsfeier und einer Vorfinanzierung für das Drasinenerennen höher aus als im Vorjahr. Im Konto Aufwand Transporte werden nur ergänzende Utensilien und Anschaffung gebucht (z.B. Palettenrahmen). Der Aufwand für Materialtransporte spiegelt sich im Konto Fahrzeugkosten wieder. Das Konto Energie und Entsorgung enthält die Akontozahlungen für die Nebenkosten der Miete, was in den Vorjahren fälschlicherweise bei Unterhalt, Reparaturen verbucht war. Beim Konto Büromaterial und Drucksachen sind neu die Kosten für den Materialmarkt-Flyer sowie für den Jahresbericht 2015 verbucht, dies lief früher über das Konto Werbung. Die Treuhand-, Beratungs- und Rechtskosten fallen auch ohne Kosten für einen Coach gleich aus wie im Vorjahr, weil die Führung der Buchhaltung an eine Treuhandfirma ausgelagert wurde.

Wie bereits in den Vorjahren haben wir sparsam und vorausschauend gewirtschaftet. Deshalb können wir erneut eine Rückstellung für die Projektentwicklung in Höhe von CHF 25'000.–, eine für Vermittlung in der Höhe von CHF 12'000.– und eine weitere für ein zukünftiges Jubiläum in der Höhe von CHF 1'000.– bilden. Insgesamt betragen unsere Rückstellungen nun CHF 53'000.–. Die Rückstellungen werden voraussichtlich für die Projektentwicklung in einer Übergangsphase im Jahr 2017 aufgelöst, in der die notwendige Fremdfinanzierung fehlt. Arbeitsressourcen für das Fundraising können so für die Projektentwicklung eingesetzt werden.

Es wurden weiterhin viele ehrenamtliche Stunden geleistet. Im letzten Jahr haben wir versucht, die ehrenamtlichen Stunden des OFFCUT Teams transparent zu erfassen. Im 2016 wurden 4076 Stunden geleistet und davon 2771 Stunden ausbezahlt. Die Geschäftsleitung hat sich nur die Hälfte der über 2000 geleisteten Stunden ausbezahlt, um die obengenannte Rückstellung für Projektentwicklung bilden zu können.

Natürlich ist es grundsätzlich unmöglich, alle ehrenamtlichen Stunden aufzunehmen, die in die Projekte fliessen. Deshalb möchten wir an dieser Stelle allen Supportern und Freelancern herzlich danken, welche uns im 2016 mit Rat und Tat für kleinere und grössere Aufgaben zur Seite gestanden sind!

**Weiter so mit eurem Engagement!!!
Schade habe ich nicht mehr Zeit,
sonst wäre ich gerne aktiver dabei!**

Feedback der Mitgliederumfrage

Die Christoph Merian Stiftung unterstützt uns bis auf Weiteres mit der Subvention der Miete. Die Ernst Göhner Stiftung und die Claire Sturzenegger-Jeanfavre Stiftung fördern uns in der kommenden Entwicklungs- und Ausbauphase bis Ende 2018.

Wir sind in fortgeschrittenem Gespräch mit dem Förderfonds Engagement Migros, welcher eine substantielle Unterstützung des Projekts OFFCUT Schweiz ins Auge fasst. Um die Projektziele weiter zu konkretisieren und die Projektpartnerschaft zu vereinbaren, wird der Prozess Anfang 2017 intensiviert.

7.2 Ausblick Finanzierung

**Nach wie vor eine grossartige Idee. Viel Glück
und Ausdauer bei der Weiterführung.
Es braucht Institutionen wie OFFCUT in der heutigen
Wegwerfgesellschaft.**

Feedback der Mitgliederumfrage



Sämtliche Medienberichte finden Sie auf unserer Website:
<http://www.offcut.ch/index.php/medien/medienspiegel>

Vom Wert der Restposten

spielgruppe.ch, Nr.5
 November 2016

Draisinenrennen mit hohem

Unterhaltungswert
 Gundeldinger-/Spalendor Zeitung
 4./5. Oktober 2016

Das erste Draisinenrennen sorgte für grosse Unterhaltung

Basellandschaftliche Zeitung
 19. September 2016

Spektakuläre Pokaljagd auf den Gleisen im Dreispitz:

Die TaWo am 1. Basler Draisinenrennen
 Tageswoche
 18. September 2016

Was läuft am Samstag an der Oslo Night?

Radio X
 16. September 2016

Der Dreispitz in Partylaune

Wochenblatt
 15. September 2016

Kreatives Recycling fürs Gewerbe

kmu news, Nr. 7/8
 August 2016

Kreativtour durch Basel

Makerist Mag, Nr. 4
 August 2016

Christian Mueller:

Der Mann, der keine Grenzen kennt
 Tageswoche
 23. August 2016

Alternative Stadtführung lockt

vor allem Basler an
 SRF News Regional
 Sendung vom 6. August 2016

10 Fragen an ...

MillerMoler - Recycling, Upcycling und mehr
 31. Juli 2016

Diese Perlen gibt es für die alternativen Reichen

Basellandschaftliche Zeitung
 22. Juli 2016

Stadtführung zu Basels urbanen Trendsettern

20 Minuten
 8. Juli 2016

Alles zum Selbermachen

Basler Zeitung
 Beilage «Nachhaltig Leben», S.3
 4. Juni 2016

Kreativmarkt

Programm Zeitung Nr. 317
 Mai 2016

Das Mekka aller Kreativen

Living at Home, Nr. 5
 Mai 2016



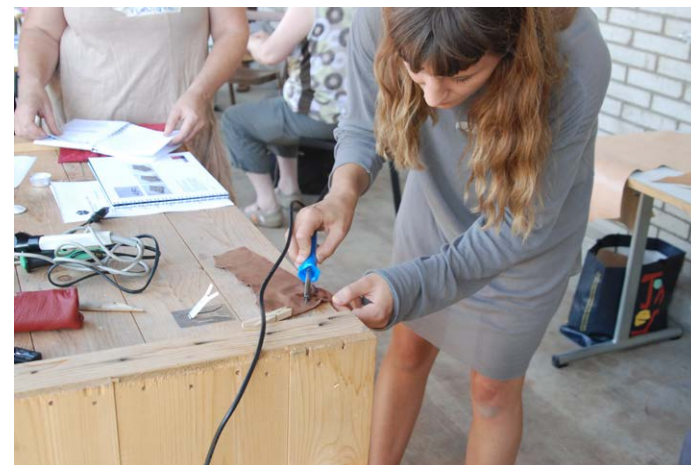
Das OFFCUT Team 2016, v.l.n.r. oben Susanne Roser, Zora Anna Marti, Christian Mueller, Livia Krummenacher, Luca Studer
 v.l.n.r. unten Simone Schelker, Tanja Gantner, Philippe Vilfroy



GV Verein

Die Neuen: Oben Flurina Brügger und Stefan Kurt Scherer
Unten Livia Kruppenacher und Philippe Vitfroy



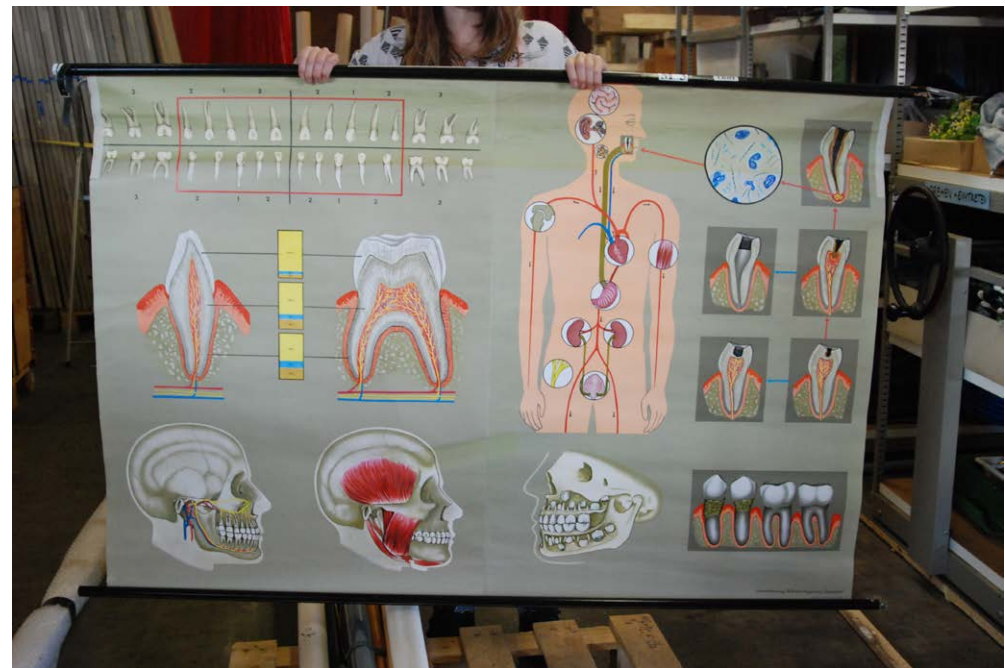




Wiederverwertung der Strickbahnen
am Textilpiazza Festival



Materialspenden: Strickbahnen vom Theater Neumarkt,
Duglasienholz und Molton von der Art Unlimited
und Weltkarten vom Thomas Platter Schulhaus





K'Werk Workshop, Führung und Infostände





Aufbau vom Draisinenrennen und letzte Vorbereitungen für unseren Geburtstag



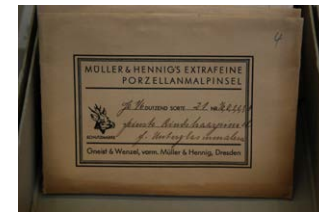
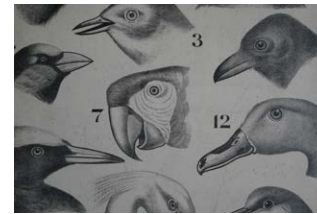
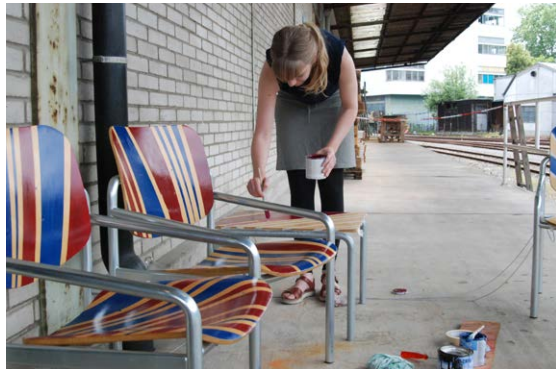
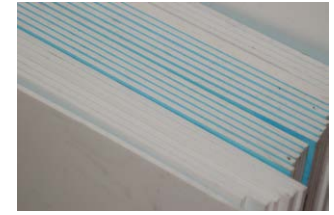
3 Jahre OFFCUT mit Materialtorte am Draisinenrennen



Das Draisinenrennen mit Rennchef Benedikt Wyss







Wir danken allen Beteiligten für ihr Engagement.

Impressum

Redaktion: Simone Schelker

Text: Simone Schelker, Tanja Gantner, Christian Mueller, Luca Studer

Wir bedanken uns bei allen, die Bilder für diesen Jahresbericht zur Verfügung gestellt haben.

Gestaltung
WEISSWERT, Basel

Druck
Jobfactory, Basel

cms
Christoph Merian Stiftung

stiftung **corymbo** 

ERNST GÖHNER STIFTUNG



OFFCUT

Verein OFFCUT

Dreispietz Basel
Venedig-Strasse 30
4142 Münchenstein

+41 61 331 06 36
info@offcut.ch

www.offcut.ch