

Unverkrampt an ein heißes Eisen - Mitglieder werben!

(longversion)

Oftmals stelle ich im Gespräch mit Ortsvereinen fest, dass das Thema "Mitgliederwerbung" mit einer gewissen Scham behaftet ist. Sicher, nicht jedem ist es in die Wiege gelegt, andere auf dieses Thema anzusprechen; andererseits vergeben wir uns aber als Verein viel, wenn wir es nicht tun. Mit einer Mitgliedschaft geben wir Menschen die Chance, dazuzugehören - zu uns und zur weltweiten CVJM-Bewegung. Über Mitglieder erzeugen wir gesellschaftliche Wirkkraft und erschließen selbstverständlich auch ein gewisses finanzielles Potential. Es geschieht eher selten, dass Menschen sich geduldig durchfragen, bis sie endlich aktiv dabei sein dürfen; Mitgliedschaft ist darum ein Thema, das aktiv angegangen werden muss. Andere Vereine tun es auch.

Mitgliederwerbung zur Chefsache machen

Zunächst einmal ist die Mitgliederwerbung Aufgabe des Vorstandes und als eine Prio-A-Aufgabe bei dem oder der Vorsitzenden angesiedelt. Im zweiten Schritt kann das durchaus auch delegiert werden, doch es darf nicht passieren, dass das Thema „hinten runterfällt“ und sich keiner darum kümmert. In vielen Vereinen wird die Mitgliederwerbung einmal jährlich ganz selbstverständlich auf die Vorstandsagenda gesetzt; das ist klug, denn so hält man das Thema wach.

Ziele setzen

Gemeinsam klären, wie mit dem Thema umgegangen werden soll. Haben wir überhaupt ein Ziel? Wollen wir wachsen und wenn ja, wie? Ab wann soll jemand aktiv angesprochen werden, nach viermaliger Teilnahme oder erst nach einen halben Jahr?

Mit geeigneten Materialien arbeiten

"Äh, du willst Mitglied werden? Ach so. Also, den aktuellen Beitrag weiß ich jetzt auch nicht, aber schreib doch mal deine Daten auf diesen Zettel hier; ich frag dann mal, wer zuständig sein könnte." Das ist zwar besser als nichts, aber irgendwie auch peinlich! Für jede Einzelveranstaltung haben wir doch mittlerweile bessere Materialien als den letztmals im Jahre 1985 im Pfarramt kopierten Mitgliedsantrag. Wir wollen schließlich einladend sein – und das sollen Menschen merken. Selbst wenn wir solche Anträge nicht ständig

brauchen, sollten sie schön gestaltet sein und Lust machen. Eine gute Alternative ist auch der Weg über die Homepage; nur muss dort eben auch das Entsprechende zu finden sein.

Mitarbeiter als Vereinsbotschafter gewinnen

Für den Vorstand ist es bisweilen nicht zu überblicken, wer gerade in die einzelnen Gruppen kommt. Doch es gibt ja die Gruppenleiter, die im Grunde die perfekten Botschafter in dieser Sache sind. Nur, damit sie das sein können, muss ein Bewusstsein dafür im Verein gepflegt werden, und es müssen die oben beschriebenen Materialien zur Verfügung stehen. Daher gilt es auch hier, über Strategien nachzudenken, wie das Thema präsent gehalten werden kann.

Anlässe nutzen

Nicht selten sind wir überrascht, dass Menschen bei uns Mitglied werden wollen, die gar nicht zum harten Kern der Mitarbeiterschaft gehören. Da ist zum Beispiel Oma Gerlinde, die es einfach toll findet, dass ihr Enkel eine Jungschar besuchen kann. Um den CVJM zu unterstützen, würde sie sogar Mitglied werden. Nur diese Oma Gerlinde hat niemand auf dem Schirm, und ihr Enkel wird sie vermutlich nicht auf eine Mitgliedschaft ansprechen. Aber Oma Gerlinde kommt zum alljährlichen Jungscharfest.... Lasst uns also unsere besonderen Anlässe wie Feste, Jubiläen, Einweihungen u.ä. nutzen, um das Thema einladend zu setzen!

Neue Andockmöglichkeiten schaffen

Ein letzter Gedanke: Sehr oft waren wir in der Vergangenheit beim Thema „Mitgliedschaft“ nur auf den harten Kern der Mitarbeiterschaft fixiert und übersahen nicht selten dabei andere Leute. Daher freue ich mich, dass viele Vereine mittlerweile auch anderen Personengruppen über eine Fördermitgliedschaft den Zugang zum CVJM ermöglichen und ebenfalls Kinder über eine Kindermitgliedschaft Zugehörigkeit entwickeln dürfen. Solche Initiativen sind sehr zu begrüßen.

Robin Zapf, Geschäftsführer CVJM Baden