

7 Hürden

der Mitgliedergewinnung
in Sportvereinen

und wie Du sie überwindest

CHRISTIAN HELM



7 **Hürden** der Mitgliedergewinnung **in Sportvereinen** und wie man sie überwindet

CHRISTIAN HELM

Impressum

©/Copyright: 2021 Christian Helm

Weitere Mitwirkende: Florian Glatter

Verlag: Helm Trophy GmbH; Im Gewerbegebiet 8 in 36289
Friedewald V.i.S.d.P: Christian und Verena Helm

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des
Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder
sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche
Zugänglichmachung.



Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	1
Hürde 1: Die eigenen Strukturen nicht kennen	3
Hürde 2: Fehlende Zielgruppenorientierung	7
Hürde 3: Streit, Zettelkriege und WhatsApp-Gruppen	12
Hürde 4: Überlastung und Unterforderung.....	16
Hürde 5: Fehlende oder schlecht verwaltete Budgets.....	19
Hürde 6: Kein Platz für Reformen.....	23
Hürde 7: Keine / zu wenig Öffentlichkeitsarbeit.....	27
Bonustipp: Halten der Mitglieder und ehrenamtliches Engagement	32
Autorenbiografie.....	37
Bibliographie.....	39



Vorwort

Ohne Mitglieder hat ein Verein keine Zukunft. Sei er auch noch so gut organisiert. Deswegen haben sich viele mir bekannte Vereine das große Ziel gesetzt, neue Mitglieder zu finden. Es ist sozusagen die Priorität Nummer eins geworden, in vielen Vereinen. Denn weniger Mitglieder bedeuten weniger Ehrenamtliche, die den Verein am Leben halten. Weniger Engagement führt wiederum dazu, dass die Attraktivität des Vereins noch weiter sinkt und weitere Mitglieder austreten. Ein Teufelskreis.

Jede:r, der oder die bereits einmal versucht hat, neue Mitglieder zu werben, weiß, dass das eine riesige Herausforderung ist. Wer sich dazu entschließt, auf Mitgliederfang zu setzen, hat einen steinigen Weg vor sich. Mit vielen Fettnäpfchen. Doch Du kannst von Glück reden, dass ich in viele dieser Fettnäpfen bereits mit voller Breitseite getreten bin. Durch meine Aktivität in zahlreichen Vereinen, konnte ich schon so manche Hürden in der Mitgliederengewinnung entdecken. Diese Hürden möchte ich Dir in diesem Ratgeber genau erklären und Dir Tipps zur Verfügung stellen, wie Du neue Mitglieder anwirbst. Vielleicht hatten und haben meine begangenen „Fehler“ also etwas Gutes, denn so kannst Du aus ihnen lernen.

Klar, jeder Verein ist unterschiedlich. Es gibt immer wieder andere Organisationsformen, eine andere Struktur. Und

auch die Ehrenamtlichen sind mit ihren Wünschen und Zielen niemals gleich. Das leuchtet mir ein. Dennoch gibt es viele Fehler, die immer wieder gemacht werden. Meist aus Unwissenheit. Und, ob Du es glaubst oder nicht, diese Fehler lassen sich eigentlich ganz einfach vermeiden.

Ich habefür diesen Ratgebertiefin meiner Erinnerungsschublade gewählt. Habe mich mit Vereinskollegen:innen und -expert:innen ausgetauscht, greife deren Erfahrungen auf und versehe sie mit praktikablen Tipps.

Betrachte diesen Ratgeber als Schritt-für-Schritt-Anleitung für Deinen Verein. Wenn Du jede dieser 7 Hürden genau analysierst und die damit verbundenen Tipps in Deinem Verein, natürlich mithilfe hoffentlich vieler Mitstreiter:innen, umsetzt, dann steht einem Mitgliederwachstum nichts mehr im Wege. Gib Dir, gebt Euch Zeit!

Und haltet durch!

Dein/Euer
Christian Helm



Hürde 1

Die eigenen Strukturen nicht kennen

Es klingt wirklich banal. Aus eigener Erfahrung kann ich Dir aber sagen, dass fast immer unterschätzt wird, wie wichtig die eigene Vereinsstruktur ist, um neue Mitglieder zu gewinnen. Oft steht am Anfang dieses großen Zieles

„Mitgliedergewinnung“ meist ein Einfaches „müsste man mal machen“ oder „wir brauchen jüngere Menschen im Verein!“. Klar, so ein Ziel zu formulieren ist schon ein guter Anfang. Doch sollte stets genau definiert werden, welche neuen Mitglieder überhaupt aufgenommen werden sollen.

Wenn eine Seniorensportgruppe im ländlichen Raum neue, jüngere Mitglieder anwerben will, ist dann die Rede von 20-jährigen Student:innen oder eher von der/ dem 47-jährigen Nachbar:in, der/die sowieso jeden Tag zum Kuchenessen vorbeikommt? „Jung sein“ hat verschiedene Perspektiven. Im ländlichen Raum 20-jährige Mitstreiter:innen zu finden, die bereits sind, die nächsten zehn, zwanzig Jahre gemeinsam mit Senioren Sport zu treiben und sich im besten Falle noch ehrenamtlich zu engagieren, ist schwer, wenn nicht sogar unmöglich. Oft begegnen mir aber genau solche Vorstellungen, verbunden mit der These, dass das „bestimmt recht einfach sei“.

Wer neue Menschen anwerben will, sollte sich zuallererst mit der eigenen Vereinsstruktur beschäftigen und ein klares Ziel definieren. Das klingt jetzt vielleicht so, als bräuchte es hierfür monatelange Zuarbeit oder intensive Recherchen. Oft reicht aber auch einfach ein gemütlicher Vereinsabend und ein Blick ins Vereinsregister.

Schaue Dir zunächst die Mitgliederstruktur genau an! Wie viele Mitglieder gibt es in Deinem Verein? Insgesamt? Nach Altersstufen aufgeteilt? Oder nach Geschlecht? Wie viele Mitglieder haben die jeweiligen Abteilungen? Das verschafft erst mal einen guten Überblick über den aktuellen IST-Zustand. Vielleicht findest Du ja noch Aufzeichnungen darüber, wie viele Ein- und Austritte es in den letzten Jahren gegeben hat und aus welchen Gründen. Ist ein Rückgang der Mitgliederzahlen schlicht am Bevölkerungsrückgang Deiner Region festzumachen oder doch eher an manch griesgrämigen Trainer:innen? Hier zeigt sich schon: Die Analyse kann gleich einige Problemstellen im Verein offenlegen. Das muss aber nicht sein.

Wenn Du die Mitgliederstatistik erstellt hast, schaue sie Dir genau an. Und sprecht über Eure Wünsche im Verein. Ich nehme noch einmal das Beispiel der Seniorensportgruppe. Wenn hier die Mehrheit der Mitglieder zwischen 60 und 80 Jahren alt ist, was spricht dagegen, weitere 60- bis 80-Jährige anzusprechen? Und wenn sich dieser Verein „jüngere“ Mitglieder wünscht, dann könnte bei der nächsten Mitgliederversammlung ja besprochen werden, wie 50- bis 60-Jährige angesprochen werden können.

Oder ein anderes Beispiel: Ein Sportverein für den Leichtathletik-Nachwuchs hat in den letzten Jahren große

Fortschritte erzielt und mittlerweile fünf Abteilungen. Eine für 5- bis 8-Jährige und jeweils eine bis zum 13. Lebensjahr, 15. Lebensjahr, 17.

Lebensjahr und ab 20 Jahren. Auf den ersten Blick ist das ein gut organisierter Verein mit einem klaren Konzept. Aber was ist, wenn sich viele 18-Jährige in der Erwachsenengruppe nicht richtig gefördert fühlen? Oder wenn schüchternen 9- Jährigen in einer gemeinsamen Gruppe mit 13-Jährigen unwohl ist? Das würde sich auf die Stimmung in den jeweiligen Trainingsgruppen auswirken und damit irgendwann auch auf die Mitgliederzahlen. Deswegen ist es wichtig, sich im Verein umzuhören! Was kann besser organisiert werden? Braucht es vielleicht in einer Gruppe mehr Trainer:innen, um mehr Athlet:innen aufzunehmen? Oder fühlen sich Sportler:innen unwohl? Solche Probleme können am leichtesten entdeckt werden, wenn Du Dir die Mitgliederstruktur genau anschaust.

Zu guter Letzt sollte das angesprochene Ziel „Mitgliedergewinnung“ genauer definiert werden. Es reicht nicht aus, sich dieses Ziel alleine zu setzen. Am besten wäre es, wenn Du Dir gemeinsam mit Deinem Verein überlegst, wie alt die Mitglieder sein sollen, welche Interessen und Fähigkeiten sie mitbringen müssen. Und am wichtigsten: überlege Dir, wieso Dein Verein überhaupt neue Mitglieder braucht.

Wenn Du einfach nur neue Personen für Deinen Verein begeistern willst, dann tue das und erzähle anderen davon. Sollen neue Angebote eingeführt werden (dabei hilft übrigens der Blick auf die Mitgliederstruktur) und braucht es deswegen neue Mitglieder in einem bestimmten Alter oder mit bestimmten Interessen? Braucht es Mitglieder, um die Vereinsziele weiter zu verfolgen - also Mitglieder, die sich auch

ehrenamtlich engagieren und für den Erhalt von Tradition oder Philosophie sorgen? Neue „Kümmerer“, Trainer:innen oder Vorstände?

Es ist deutlich leichter, wenn Du nicht einfach nur neue Mitglieder suchen willst, sondern auch, wenn Du weißt wofür die neuen Mitglieder „brauchst“.



Hürde 2

Fehlende Zielgruppenorientierung

Ein Verein, der die Ziele und Wünsche seiner Mitglieder ignoriert, wird nicht lange bestehen können. Und schon gar nicht werden sich neue Mitglieder für den Verein interessieren. Es ist deswegen essenziell, dass Du die erste Hürde beherzigt und Dir überlegst, wen Du mit Deinem Verein erreichen willst. Sicherlich lassen sich diese Gedanken gemeinsam im Team, bei einem Vereinsabend, besser und klarer festhalten.

Wenn Du weißt, warum sich Menschen in Deinem Verein engagieren, welche Interessen und Erwartungen sie mitbringen, wirst Du schnell merken, ob bzw. wie zufrieden die Mitglieder sind. Und damit auch, wie durch diese Zufriedenheit das Interesse neuer Mitglieder geweckt wird. Ich habe noch keinen Verein gesehen, der mit einer unübersichtlichen und fehlgeplanten Angebotsstruktur neue Mitglieder werben konnte. Und wenn doch, dann blieben diese meist nicht lange im Verein.

Als ich zum ersten Mal in meinem Verein merkte, dass dringend neue Mitglieder benötigt werden (vor allem aus finanziellen Gründen: Mehr Mitglieder gleich mehr Beiträge), dachte ich mir, „so schwer ist das nicht“. Deswegen habe ich kleinere Flyer gebastelt und diese ans Schwarze Brett meiner Schule

gehangen. Andere Schüler:innen sollten daran vorbeilaufen, das Lesen und sich denken, „da will ich hin!“. Rückblickend finde ich die Idee immer noch gut. Doch an der Umsetzung würde ich eigentlich alles anders machen. Zum einen, weil der gedruckte Zettel viel zu klein und damit schwer lesbar war. Zum anderen, und das ist viel wichtiger, weil ich fast alle Informationen für den Verein auf eine Seite gepackt habe. Ungeachtet dessen, was meine Mitschüler:Innen eigentlich interessieren könnte.

Statt zu schreiben: Verein sucht Tennisspieler:innen zwischen 12 und 15 Jahren, die Lust auf gemeinschaftliches Training und Wettkampfherausforderungen haben; schrieb ich: Unser Verein gründete sich 1978, als sich die drei großen Tennisvereine der Region zu einem großen Verband zusammenschlossen. Seitdem fahren wir regelmäßig zu Wettkämpfen und trainieren immer montags und freitags.

Und jetzt rate mal, was passiert ist. Richtig, es hat sich kein:e einzige:r Interessent:in gemeldet! Wie auch? Der Text war eher so geschrieben, als würde ein:e Historiker:In den Verein analysieren und nicht als wollte ich neue Mitglieder gewinnen. Es hilft also, wenn Du weißt, wen Du ansprechen möchtest. Nicht nur, um zu überlegen, wo Du die Werbetrommel für Deinen Verein rührst, sondern auch, damit Du wirklich das Interesse wecken kannst.

Diese Zielgruppenorientierung wird umso wichtiger, solltest Du spezielle Wettkämpfe oder Feste zur Gewinnung neuer Mitglieder planen. Das ist eine tolle Idee, schließlich lassen sich neue Mitglieder am besten mit modernen und zielgruppenorientierten Angeboten gewinnen. Ein paar Jahre nach meinem ersten Versuch der Mitgliedergewinnung haben

wir im Verein einen großen Wettkampf organisiert. Jeder Bürger:in war eingeladen, alle konnten mitmachen und sich messen. Zur Verstärkung haben wir sogar fünf andere Vereine aus den Nachbarregionen eingeladen. Hier ging es nicht darum, uns Konkurrenz zu verschaffen, sondern eher zu zeigen, was Fortgeschrittene oder sogar Profis können. Natürlich war der Nachwuchs davon beeindruckt und gerade deswegen haben auch viele Eltern sich auf den Weg zu dem Fest gemacht. Aber, dass am Ende weit über 1.000 Interessent:innen kamen, war für mich auch surreal. Wie haben wir das geschafft? Durch Zielgruppenorientierung! Ich habe nämlich die bereits bekannte Strategie des Aushangs in Schulen benutzt. Allerdings nun mit den klar definierten Erwartungen der Interessent:innen. Ich habe meinen Mitschüler:innen sozusagen auf dem Silbertablett präsentiert, was mein Verein für sie zu bieten hat und warum es sich lohnt, diese besondere Form des „Tages des offenen Vereines“ zu besuchen.

Diese Form der Schnupperkurse, Einladungen zu kostenlosen Trainings, Gastkarten oder auch offene Angebote für Nicht-Mitglieder sind immer wieder gute Gelegenheiten, „neue“, dem Verein noch nicht vertraute Personen zu erreichen. Bei diesen (neuen) Angeboten hilft die Zielgruppenorientierung.

In vielen Vereinen gibt es zum Beispiel Nachwuchsathlet:innen, die irgendwann keine Lust mehr auf Wettkampfsport haben. Meist, weil sie in mehreren Vereinen gleichzeitig aktiv sind und deswegen irgendwann die Zeit fehlt. Wer dann jedoch in einer Wettkampf-Trainingsgruppe trainiert, verliert schnell die Lust. Hier braucht es neue Ziele, um die Sportler:innen oder Vereinsmitglieder bei Laune zu halten. In unserem Verein haben wir deswegen eine „Spaß“-Gruppe eingerichtet. Ohne Altersbegrenzungen. Mit einem tollen Nebeneffekt: Die

Kleinen lernen nun von den Großen, die haben wiederum mehr Lust und eine Aufgabe. Eine Win-Win-Situation. Die Erweiterung Deines Vereinsangebots hat noch einen tollen Nebeneffekt: Es werden breitere Zielgruppen angesprochen (z. B. nun auch Erwachsene und nicht nur Kinder) und dadurch erhöht sich der Bekanntheitsgrad des Vereines.

Es wäre nicht zielführend, wenn Du im Verein die Angebote nur auf einzelne Interessensgruppen ausrichtest. Bedenke die Alternativen. Und, gerade im Nachwuchsbereich, binde die Eltern mit ein. Zum einen können die eine wahrhafte Unterstützung bei der Organisation von z. B. Wettkämpfen, Trainingslagern oder Vereinsabenden sein. Zum anderen wollen viele Eltern aber auch immer genau wissen, wie es ihren Kindern geht und welche Fortschritte diese machen. Wir hatten deswegen immer zahlreiche Eltern, die, besonders im Winter, während der Trainingszeiten an den Fensterscheiben unserer Trainingshalle klebten, um ja keinen Aufschlag von ihren Kindern zu verpassen. Wenn Du so etwas beobachtest, solltest Du das nicht unbedingt unterbinden. Dafür aber fördern. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Erwachsenentraining für alle Eltern, während die Kinder trainieren? Natürlich braucht es dazu wieder Trainer und entsprechende Flächen, aber wenn die Nachfrage da ist, lohnt sich das bestimmt. Neue Mitglieder, die sowieso schon mit dem Verein verbunden sind, könnten so auch schnell gefunden werden. Oder versuche, dass bestimmte Eltern, die dem Kind einfach nicht von der Seite weichen wollen, andere Aufgaben erhalten. Während des Trainings können das Aufräumarbeiten sein, während eines Wettkampfes die Versorgung der Vereinsmitglieder mit Essen oder Trinken. Es gibt unzählige Möglichkeiten, wie Du das Engagement der Eltern einbinden kannst. Und unzählige Möglichkeiten, wie Du damit auch neue Mitglieder gewinnst.

Vielleicht hast Du während dieses Kapitels auch einen versteckten Hinweis entdeckt, den ich zum Schluss klar und deutlich hervorheben will. Wenn Du Dich fragst, wie man am einfachsten Erwachsene Mitglieder findet und bindet, dann lautet die Antwort: Über ihre Kinder!



Hürde 3

Streit, Zettelkriege und WhatsApp-Gruppen

„Kommunikation ist das A und O.“ Das wird zwar oft gesagt, aber nur selten eingehalten. Doch eine gute Kommunikation ist wirklich das A und O. Nicht nur, wenn es um die Gewinnung von neuen Mitgliedern geht, sondern vor allem, wenn bestehende Mitglieder im Verein bleiben sollen. Drei riesige Hürden an deren Überwindung viele Vereine scheitern, will ich Dir näher erklären.

Streitigkeiten, ob groß oder klein, kommen in Vereinen immer wieder vor. Das ist normal. Nur sollten sich die betreffenden Mitglieder danach aussprechen und das Problem lösen. Ich habe es schon oft mitbekommen, dass Streitigkeiten Vereine spalten können. In einem Fall hat ein Trainer über die Trainingsmethoden eines anderen gelästert. Erst einmal, dann jede Woche und irgendwann einmal bei einem größeren Wettkampf. Das war auch der Moment, wo dies der andere Trainer realisierte und sich dachte: „Der hat was gegen mich!“. Fortan sprachen beide kein Wort mehr miteinander. Unglücklich gelaufen, könnte man meinen. Doch die beiden trainierten ihre Trainingsgruppen zur selben Zeit. Die Trainer:innen konnten sich nicht einfach aus dem Weg gehen

und so prallten beide immer wieder aufeinander. Es kam zum Streit um Vorstandsposten, um eine bessere Ausrüstung für die eigene Trainingsgruppe und schließlich kündigte einer von beiden, gab sozusagen nach. Dabei hätte der Streit sicherlich durch ein Gespräch auf Augenhöhe geklärt werden können. Es kam aber nie dazu.

Genauso wichtig wie die Kommunikation untereinander von Angesicht zu Angesicht ist die Kommunikation über soziale Medien wie WhatsApp. Mittlerweile sind Chatgruppen in Vereinen Standard geworden. Das macht die Kommunikation mit den digitalen Hilfsmitteln aber nicht leichter. Oder hast Du noch nie versucht, Kampfrichter für einen anstehenden Wettkampf über eine Chatgruppe zu organisieren? Jeder schreibt, was er will, manche schreiben gar nichts, andere posten „Memes“ und „lustige“ Bilder. Wieder andere fangen ein ganz neues Thema an oder gratulieren einem Mitglied zum Geburtstag. Ganz ehrlich: Es nervt, frisst Zeit und... geht leider oft nicht anders. Denn Chatgruppen haben auch einen Vorteil. Die meisten Menschen nutzen sie, demzufolge erreichen Vereine ihre Mitglieder direkt, schnell und meist auch zuverlässig ohne großen Aufwand. Damit der Aufwand aber auch wirklich minimal gehalten wird, definiere Regeln für die Chatgruppen. Und ja, Regeln sind immer nervig. Aber wenn Du schon mal eine Chatgruppe geleitet hast oder versucht hast, darüber etwas zu organisieren, wirst Du wissen, wieso Regeln gut sind. Es soll kein Regelwerk mit 100 Seiten entstehen. Die klare Anweisung: „Jetzt organisieren wir über diesen Chat die nächste Weihnachtsfeier. Alles andere ist bitte zu unterlassen“, reicht aus. Und achte bitte darauf, dass die Chatgruppe auch einfach mal ein Ort zum Plausch oder Ideenaustausch ist. Auch dafür sollte Zeit sein.

Nun ist die Weihnachtsfeier also organisiert. Wie aber erfahren nun ALLE Vereinsmitglieder davon? Das ist eine knifflige Angelegenheit und meistens leiden vor allem neue Mitglieder darunter. Dann heißt es nur, „sorry, dann standest Du wohl noch nicht im Mailverteiler“. Das geht aber auch besser. Ich habe es früher oft erlebt, dass kleine Zettel mit Hinweisen zu Wettkämpfen oder Weihnachtsfeiern, oft an jüngere Vereinsmitglieder, ausgeteilt wurden. Diese verschwanden natürlich sofort im Rucksack und waren nie mehr gesehen. Zettel sind also auch eine schlechte Idee, um die Kommunikation im Verein zu gestalten. Oder doch nicht? Es kommt darauf an. Auf Dich, auf Euch, wie ihr kommunizieren wollt und damit klarkommt. Wichtig ist: achte darauf, dass ALLE angesprochen werden und kein Vereinsmitglied benachteiligt wird.

Dafür solltest Du eine Art Kommunikationsnetzwerk aufbauen. Damit klärst Du im Vorfeld ab, wie der Vorstand die Mitglieder informiert bzw. die Abteilungen untereinander sich auf dem aktuellsten Stand halten. Du stärkst mit einer guten Kommunikation die Zufriedenheit der Mitglieder, ihre Teilhabe, Mitbestimmung und profitierst von zusätzlicher Transparenz. Aus eigenen Erfahrungen kann ich Dir sagen, dass gerade neue Mitglieder das immer häufiger einfordern.

Vor allem größere Vereine mit größeren Abteilungen sollten zu Beginn der Mitgliedersuche viel Wert auf die interne Kommunikation legen. Ist nämlich ein Mal ein:e aktive:r Mitstreiter:in gefunden und wird dieser nicht direkt eingebunden, ist sie/er auch schnell wieder weg. Deswegen sollten regelmäßige „Updates“ vom Vorstand oder den Abteilungsleiter:innen genauso selbstverständlich sein wie die Kommunikation von Problemen der Trainer:innen oder Mitglieder.

„Wer die Kommunikation beherrscht, beherrscht das Chaos!“

Ein möglicher Leitspruch für Vereine

Achte auf ein professionelles Auftreten bei der Mitgliedergewinnung und bei der Kommunikation. Wenn neue Mitglieder zum Beispiel persönlich begrüßt werden, vielleicht sogar ein kleines Willkommenspräsent erhalten, werden sie Euch nicht so schnell den Rücken kehren. Macht neue Mitglieder unbedingt mit der Satzung und Ansprechpartner:innen vertraut und gebt ihnen gerne Informationsmaterial über den Verein an die Hand.



Hürde 4

Überlastung und Unterforderung

Eines sollte nie vergessen werden: Die meiste Arbeit in Vereinen wird von Ehrenamtlichen getragen. Nur ein sehr kleiner Teil ist hauptamtlich beschäftigt und erhält ein Gehalt. Deswegen sollte das Engagement von Vereinsmitgliedern immer gefördert werden.

Das heißt aber nicht, dass diejenigen das Engagement dann auch alleine stellen müssen. Im Gegenteil. Nehmen wir zum Beispiel das Thema Mitgliedergewinnung. Auf den ersten Blick klingt es relativ leicht, doch viele Vereine verzweifeln schnell an diesem Themenkomplex. Vielleicht kennst Du das ja schon. Es ist nämlich keinesfalls so, dass Du nur mit dem Finger schnipsen musst, um neue Mitglieder zu gewinnen. Sondern es sind Recherche, Kommunikation, Organisation, Geduld und noch vieles mehr gefragt. Aufgaben, die nicht nur auf einer Schulter Lasten sollten. Oft ist es aber genau so. Ein Vereinsmitglied trägt die Verantwortung für die Mitgliedergewinnung. Ein Ding der Unmöglichkeit.

In kleineren Vereinen sind es meist die Vereinschefs oder Vorstände, die für neue Mitglieder sorgen sollen. Aus den unterschiedlichsten Gründen. Neben Buchhaltung, Mitgliederkommunikation, vereinsinternen Problemen und Streitereien, dem Trainings- oder

Vereinsbetrieb, Veranstaltungen u. v. m. sollen sie auch noch für viele neue Mitglieder sorgen. Du merkst bestimmt, dass der Plan schon fast zum Scheitern verurteilt ist.

Statt Einzelne im Verein zu überlasten, solltest Du lieber darauf achten, dass Aufgaben gleichmäßig verteilt werden. Je nach Kompetenzen. Währen sich eine:r beispielsweise um die sozialen Medien, wie Facebook oder Instagram, kümmert, kommunizieren andere mit Presseverantwortlichen oder schreiben Blog-Artikel für die Homepage. Andere organisieren das nächste Vereinstreffen und die Begrüßungsgeschenke für neue Mitglieder, wieder andere aktualisieren die Mitgliederstatistik.

Kurzum: Es gibt viel zu tun. Deswegen verteile die Aufgaben auch entsprechend. Denk daran, dass jede:r Ehrenamtliche auch nur ein knappes Zeitbudget mitbringt. Reize das nicht aus. Wenn Du merkst, dass doch zu viele Aufgaben noch unerledigt oder nicht verteilt sind bzw. Euch die notwendige Expertise fehlt, dann schau Dich nach weiteren Mitstreiter:innen um. Mittlerweile haben viele Städte Portale für Ehrenamtliche geschaffen. Das sind sozusagen Online-Marktplätze, bei denen Vereine „Stellen“ ausschreiben und so ehrenamtlich Tätige finden können.

Suchst Du zum Beispiel jemanden, die/der die Website betreut, frage auf solchen Portalen oder in sozialen Medien nach Hilfe. Natürlich lohnt es sich auch im eigenen Verein nach entsprechender Unterstützung zu suchen. Mach den- oder diejenige mit ihren neuen Aufgaben vertraut, stehe unterstützend zur Seite und biete Hilfe an.

Wenn Du neue Mitstreiter:innen über eine Online-Plattform findest, dann schenke ihnen zu Beginn viel Aufmerksamkeit.

Meist erreichst Du Menschen, die zuvor weder mit dem Verein noch mit euren Zielen in Berührung gekommen sind. Du solltest die neuen Mitstreiter also von Beginn an die Hand nehmen. Stell ihnen den Vereinschef oder die Vorstände vor, mach sie mit Abteilungsleiter:innen oder vielversprechenden Nachwuchstalenten vertraut.

Wenn ehrenamtlich Engagierte fehlen, kann es schnell zu Problemen im Verein kommen. Etwa, wenn kein:e Übungsleiter:in anwesend ist oder Aufgaben unbearbeitet bleiben. Das Binden und Suchen von fehlenden „Kümmerern“ und Helfern sollte deswegen oberste Priorität haben.



Hürde 5

Fehlende oder schlecht verwaltete Budgets

Kommen wir zum eigentlich wichtigsten Thema: Geld. Die finanzielle Vereinsausstattung ist bei der Mitgliedergewinnung essenziell. Und damit meine ich nicht, dass besonders viel Geld benötigt wird. Es muss nur richtig verteilt werden.

Um genau zu erklären, was ich meine, muss ich ein paar Jahre zurückgehen. Damals bin ich zum ersten Mal in einen Verein eingetreten. 7,50 Euro kostete mich das. Pro Monat. Ein heutzutage fast schon lächerlicher Mitgliedsbeitrag. Und auch damals war dieser kleine Obolus eigentlich viel zu gering. Das erkannten dann auch die Vereinsvorstände und beschlossen, den Beitrag zu erhöhen. Um sich aber große Debatten zu sparen, wurde gleich beschlossen den Beitrag zu verdoppeln. Und genau das führte leider zur ersten Vereinsquerele, die ich miterlebt habe.

Denn diese Erhöhung passte natürlich vielen Vereinskamerad:innen nicht. Sie protestierten und forderten eine Anpassung. Leider hatte es der Vorstand versäumt, die Erhöhung zu begründen. Das Geld sollte nämlich nicht einfach zum Spaß zur Verfügung stehen, sondern Trainer:innen und

Wettkampfgebühren bezahlen. Vor allem Letztere stiegen in den Monaten zuvor heftig an. Die Gemeinde verlangte höhere Gebühren zum Mieten ihrer Turnhalle, Energiepreise schossen in die Höhe. Mit 7,50 Euro pro Monat war das schlichtweg nicht mehr leistbar. Doch die Vorstände haben leider eines übersehen: Nur weil der Beitrag angehoben wird, löst das nicht alle finanziellen Probleme.

Denn die Strukturen und Einnahmequellen waren miserabel. Und sind es leider noch. Da wäre zum einen eine sehr, sehr hohe Aufnahmegebühr. Über 100 Euro müssen neue Mitglieder bezahlen, um überhaupt beitreten zu können. Etwa 35 Euro davon macht die Wettkampflizenz aus. Die restlichen 65 Euro sind

„Bearbeitungsgebühren“. Es tut mir leid, wenn ich das jetzt mit aller Deutlichkeit so formulieren muss, aber: Das geht gar nicht! Hohe Aufnahmegebühren schrecken neue Mitglieder ab. Vor allem, wenn mehr als die Hälfte der Gebühr in die Verarbeitung von Daten gesteckt wird.

Ein paar Anpassungen hat es jedoch aufseiten der Beitragsstruktur gegeben. Mittlerweile gibt es separate Beitragssätze für Kinder/Jugendliche, Erwachsene oder wenn sich von einer Familie mehrere Mitglieder anmelden. Und seit Neuestem werden Probetrainingzeiten angeboten. Vielleicht macht es aber auch Sinn, eine Fördermitgliedschaft oder Rabatte für Studierende anzubieten?

Klar, Geld ist nicht alles. Und wenn sich jemand für oder gegen einen Verein entscheidet, dann werden finanzielle Gründe wahrscheinlich nicht ganz oben stehen. Aber Du solltest immer auch aufs Geld achten. Besser Du überprüfst die

Beitragsstrukturen jetzt, als später festzustellen, dass viele neue Mitglieder sich von eben jenen Gebühren abschrecken lassen. Gleiches gilt für zu niedrige Beiträge. Schließlich solltest Du Deinen Verein nicht unter seinem Wert verkaufen.

Hier hilft die interne Kommunikation im Verein und mit den bestehenden Mitgliedern.

Apropos bestehende Mitglieder. Natürlich sind Beitragsanpassungen von Zeit zu Zeit nötig. Und meistens verlieren Vereine auch Mitglieder, wenn sie ihre Beiträge anpassen. Das ist fast schon ein ungeschriebenes Gesetz. Wie kann man nun Beitragsanpassungen attraktiv gestalten? Indem Du mit den Mitgliedern kommunizierst und die erforderlichen Erhöhungen erklärst.

Vereinsmitglieder werden sicherlich gerne bereit sein, ein paar Euro mehr pro Monat zu investieren, wenn die Gelder neuem Trainingspersonal, neuer Ausrüstung oder einem großen Wettkampf zu Gute kommen. Ansonsten mache Deine Mitglieder auch auf Unterstützungsleistungen aufmerksam. Gerade bei Familien mit niedrigen Einkommen sind solche finanziellen Zuwendungen der Kommunen oder Länder wichtig. Leider ist deren Beantragung oft kompliziert, aber gemeinsam kommt man ja bekanntlich weiter.

Überprüft Eure Finanzen auch hinsichtlich möglicher Einsparungen. Wiewäre es mit einem günstigeren, aber qualitativ genauso hochwertigen DJ für den nächsten Wettkampf? Versucht Trainingsequipment zu reparieren und tauscht es nur bei Bedarf aus. Oder schaut in die Förderungsprogramme von Euren Kommunen, Kreisverbänden, anderen Vereinen und und und. Es gibt zahlreiche Förderprogramme mit kleinen oder

großen Summen, zweckgebunden oder zur freien Verfügung, mal mit kleinen oder größeren Hürden, mit viel oder wenig Bürokratie.

Eine der besten Möglichkeiten, um das vereinseigene Budget zu erhöhen, sind natürlich Sponsoren. Vielleicht finanziert Euch das Autohaus eurer Wahl ja die Fahrt zum nächsten Wettkampf oder gibt Euch ein günstiges Leasing-Angebot? Oder die große Supermarktkette neben der Vereinsstätte sponsert das Essen für den nächsten Vereinsabend? Es gibt unzählige Möglichkeiten, wie sich lokale Unternehmen mit großen oder kleinen Beträgen und Gesten an Eurer Vereinsaktivität beteiligen können. Am besten, Du sprichst dafür zuerst die Eltern und aktiven Mitglieder an. Hier ist die Verbundenheit mit dem Verein bereits vorhanden, sodass Du nicht mehr so viel Überzeugungsarbeit leisten musst.



Hürde 6

Kein Platz für Reformen

Ich hatte es ja schon beim letzten Kapitel angedeutet. Reformen sind von Zeit zu Zeit nötig. Denn nichts ist schlimmer als starre oder zu festgefahrene Strukturen im eigenen Verein. Im Gegenteil: Perfekt wäre es, wenn beschlossene, notwendige Veränderungen direkt in die Tat umgesetzt würden. Dass das nicht so leicht ist, hast Du bestimmt schon gemerkt. Oft sind es die „alten Hasen“, die seit 20 Jahren Tätigkeiten in derselben Art und Weise angehen. Das mag vielleicht zum gewünschten Ergebnis führen, es kann aber auch nerven und Reformen behindern.

Wer kennt es nicht: Es ist Samstagabend, man sitzt beim Vereinstreffen zusammen. Der Vereinschef fragt in den großen Raum, wer denn Ideen hat, um neue Mitglieder zu gewinnen. Die brauche es nun dringend. Du meldest Dich und sagst, dass Du gerne eine Instagram-Seite einrichten willst, um online die Werbetrommel zu rühren. Der Saal applaudiert und der Verein lässt Dich erst mal machen.

Doch schon beim ersten Post hagelt es Kritik. Vereinskamerad:innen auf dem Foto wollten nicht, dass das Foto veröffentlicht wird, andere finden das Gepostete zu langweilig oder uninteressant. Aber Ideen, wie es besser gehen müsste, hat auch irgendwie

keiner. Ich glaube, so etwas haben wir alle schon mal in unseren Vereinen erlebt. Erst sind Ideen gefragt, dann will sie keiner haben oder umsetzen. Wie überwindest Du nun solche starren Strukturen und setzt Dich durch? Und warum ist das so wichtig?

Beschäftigen wir uns erst mal mit dem „warum“. Reformen sind insbesondere wichtig, weil sich die Strukturen und Bedingungen im Verein konsequent ändern. Ich will Dir diese These am Beispiel des Ehrenamtes verdeutlichen. Der Landessportverband für das Saarland (LSVS) hat dazu bereits 2018 eine Untersuchung durchgeführt und diese unter dem Titel „Moderne Organisationsstrukturen zur Gewinnung junger ehrenamtlich Engagierter“ veröffentlicht. Laut LSVS habe sich dabei insbesondere das Ehrenamt verändert. Früher seien Ehrenämter:innen eine lange Verpflichtung eingegangen, heutzutage gäbe es mehrere befristete Ämter und die Fluktuation ist viel höher. Außerdem würden ehrenamtlich Engagierte häufig eine Gegenleistung in Form von Anerkennung, Erfahrungen oder Aufwandsentschädigungen erwarten. Es gäbe viel flachere Hierarchien, mehr Freiheiten und eine höhere Selbstbestimmung (vgl. LSVS, 2018).

Dieser Vergleich des LSVS zeigt bereits, dass der Wandel des Ehrenamtes auch den Wandel der Vereine einläutet. Es reicht nicht aus, den Prozess einfach abzuwarten. Er muss aktiv in jedem Verein aufs Neue gestartet, beobachtet und geleitet werden. Wer sich dagegen sträubt, wird nur schwer neue Mitglieder gewinnen können.

Wie gehst Du dieses große Vorhaben aber nun an? Da müssen wir festhalten, dass das Vorgehen von Verein zu Verein sehr unterschiedlich sein wird. Einfach, weil keine Vereinsstruktur

wie eine andere ist. Aus meinen Erfahrungen kann ich Dir nur sagen, dass der beste und einfachste Weg die Ansprache von Problemen, die Dir begegnen, ist. Und, um eines auch gleich vorwegzunehmen, Du musst nicht gleich den kompletten Verein reorganisieren. Oft helfen schon kleine Stellschraubenanpassungen statt großer radikaler Umbrüche. Das ist auch insbesondere ratsam, da viele Vereinsmitglieder die Reform zunächst scheuen werden. Sprecht deswegen offen über Eure Ängste und Zweifel. Zeig, dass Du Aufgaben übernehmen willst und dafür gewappnet bist.

Wie wäre es zum Beispiel, wenn Du nicht nur die Instagram-Seite übernimmst, sondern auch gleich Co-Vorsitzender:er für die Öffentlichkeitsarbeit im Verein wirst? So kannst Du das Ehrenamt von einer neuen Seite kennenlernen, Dich besser mit den Strukturen vertraut machen und den Vorstand entlasten.

Vereine müssen lernen, etwas Neues zu wagen. Und als Allererstes gehört dazu, dass sich Vereine öffnen sollten. Denn bislang ist das Vereinsleben meist wie in einer Blase. Die Mitglieder kennen sich, vertrauen sich, trainieren zusammen.

Immer und immer wieder, von Woche zu Woche. Ab und zu geht es dann auf Wettkämpfe, wo man sich mit der Konkurrenz vergleicht. Sicher, das klingt schon ganz gut. Doch es fehlt an Abwechslung, neuen Impulsen und einer ständigen Weiterentwicklung des Vereins. Das sollten wir ändern. Und am einfachsten gelingt dies, indem Du mit anderen Vereinen kooperierst.

Externe Verbündete können Deinem Verein auf viele Arten helfen. Einerseits, indem Du neue Zielgruppen erschließt und damit neue Mitglieder gewinnst. Andererseits lassen sich die

Vereinsaktivitäten attraktiver gestalten. Profitieren werden also alle Mitglieder. Suche Dir andere Vereine oder Institutionen, mit denen Du gemeinsam etwas Neues wagen kannst. Es bietet sich zum Beispiel an, mit dem örtlichen Mehr-Generationen-Haus eine Art Generationenturnier zu veranstalten. Nicht Alt gegen Jung - sondern in kleinen Gruppen gegeneinander. Auch viele Schulen suchen neue Formen des Unterrichts. Ein Tennisverein könnte zum Beispiel mit Tennisstunden während der Schulzeit auf sich aufmerksam machen. Und aus diesem Modell lassen sich auch vielfältige Ganztagsangebote entwickeln. Das Training wird also am Lernort der jungen Aktiven abgehalten. Ohne „Reformen“ im Verein sind solche Projekte meist aber nicht realisierbar. Deswegen brauchst Du hier vor allem zwei Dinge: Mut und Geduld!



Hürde 7

Keine / zu wenig Öffentlichkeitsarbeit

Im besten Falle hast Du mit Deinem Verein bereits eine Art Konzeptskizze ausgearbeitet. Du kennst Deinen Verein in- und auswendig, weißt, wie viele aktive Mitglieder oder Ehrenamtliche es gibt. Du kennst die Abteilungen und Ziele, die Förderstrukturen, Sponsor:innen, finanzielle Mittel und den Trainerstab. Das ist das perfekte Grundgerüst, um in die letzte Phase der Mitgliedergewinnung zu starten. Die Öffentlichkeitsarbeit.

Ich muss zugeben, dass für mich Öffentlichkeitsarbeit zu Beginn eher die Umwerbung auf sozialen Medien bedeutete. Ein riesen Missverständnis, wie sich später herausstellte. Denn Werbung auf sozialen Plattformen ist zwar gut, aber längst nicht ausreichend.

Natürlich ist es ein großer Schritt in die richtige Richtung, wenn Dein Verein bereits eine Instagram- oder Facebook-Seite betreibt. Die Frage ist nur, wie oft wird etwas gepostet? Wer folgt Euch? Und wie oft kommen Mitgliedsanfragen über diese Kanäle? Wenn Du die Fragen nicht sofort beantworten kannst, dann solltest Du das schnellstmöglich ändern! Schau Dir genau an, wie viele Follower oder Likes Eure Vereinsseiten

hat. Und versuche herauszufinden, wer genau Euch folgt. Sind es sowieso bereits existierende Vereinsmitglieder, hat es wenig Sinn, auf große Werbeaktionen zu setzen.

Apropos Werbeaktionen - hier ist besonders Tipp Nummer 6 wichtig. Denn es gibt zwar unzählige Hilfestellungen, wie die Arbeit mit sozialen Medien funktioniert und wie damit viele Menschen erreicht werden, aber alle erfordern Mut. Mut zum Experimentieren mit den Plattformen, mit Bildern, Videos, Stories und Co. Mut, dass auch mal ein Post nicht so gut ankommt und vielleicht sogar eine:n Sponsor:in verärgert. Und es braucht Geduld. Geduld beim Post erstellen, beim Kennenlernen von Plattform und Nutzern, beim Ideen sammeln und ausprobieren. Du merkst: Soziale Medien sind eine große Herausforderung, aber es lohnt sich.

Nicht zu unterschätzen sind aber auch andere Medien wie die lokale Zeitung oder sogar der regionale kleine Fernsehsender. Hier erreichst Du oft mehrere Tausend Leser:innen oder Zuschauer:innen gleichzeitig. Klar, das schaffst Du mit sozialen Medien vielleicht auch, aber bei der lokalen Zeitung ist das meist garantiert. Und du sprichst ein breites Publikum an. Vom Jugendlichen bis zum Senior ist alles dabei. Gerade deswegen solltest Du deine Öffentlichkeitsarbeit auf beide Bereiche fokussieren.

Ich will Dir an dieser Stelle von einem Erfolg berichten. Ich sollte die Werbetrommel für die Jahresabschlussveranstaltung unseres Vereins rühren. Also gut, dachte ich mir und erstellte sofort auf Facebook ein Event. Dieses teilte ich und hatte binnen weniger Tage schon mehrere Zusagen. Dann kam ich jedoch auch noch auf die Idee, in der regionalen Presse zu „werben“. Ich kannte ein paar Redakteur:innen, schrieb diese an, ob sie nicht

berichten wollen. Und tatsächlich sagten diese zu. Also trafen wir uns an dem See, wo die Abschlussveranstaltung stattfinden sollte. Zugegeben, der Termin, bzw. die Veranstaltung, war auch spektakulär. Wir sprangen nämlich ins kalte Wasser des Sees. Es war Ende Dezember und das Wasser nur 3 Grad warm. Doch genau das lockte in Verbindung mit den Zeitungsartikeln über 200 Zuschauer:innen an. Personen, die noch nie von unserem Verein gehört hatten und einfach mal sehen wollten, was für mutige Personen da badeten. Es waren Menschen, die extra 20 Minuten mit dem Auto aus der Stadt aufs Land gefahren sind, nur um uns zu sehen. Ein tolles Gefühl! Und eine riesige Belohnung für die ganze harte Arbeit.

Jetzt sagst Du Dir bestimmt, dass Du das auch erreichen willst. Dann fangen wir mal an! Je nachdem wie groß Dein Verein ist, lohnt es sich, ein paar Mitstreiter:innen zu organisieren. Denn die Betreuung von regionalen oder sozialen Medien kann sehr umfangreich sein. Vielleicht hast Du aber auch einen Facebook- Experten im Verein, der die neusten Tricks kennt? Das wäre perfekt! Überlegt Euch nun, welche Kanäle ihr bespielen wollt. Vergesst dabei bitte die vereinseigene Homepage nicht. Und fragt bei den regionalen Medien nach Kontakten zu Journalist:innen. Dann kann es auch schon losgehen. Nun ja, fast.

Denn seit 2018 gilt in Deutschland die sogenannte Datenschutzgrundverordnung. Du kannst zum Beispiel nicht einfach Bilder von Fotograf:innen veröffentlichen, ohne deren Zustimmung. Gleiches gilt für Aufnahmen, auf denen Deine Vereinskamerad:innen zu sehen sind. Auch das erfordert eine Einverständnis. Es empfiehlt sich deswegen zunächst jedes Mitglied um Erlaubnis zu fragen. Beachte dabei, dass Du nicht nur fragst, ob Du Fotos veröffentlichen darfst. Vielleicht

interessieren sich ja auch Radio- oder Fernsehvertreter:innen für die Veranstaltungen des Vereins. Dann brauchst Du auch dafür eine Erlaubnis. Bei minderjährigen Mitgliedern müssen außerdem beide Elternteile zustimmen. Das ist Pflicht.

Hast Du alle Genehmigungen erhalten, kannst Du mit der Öffentlichkeitsarbeit loslegen. Schreibe Pressemitteilungen, Blogartikel und fotografiere bei Wettkämpfen, was das Zeug hält. Getreu dem Motto: Mut zahlt sich aus. Bei der Öffentlichkeitsarbeit sind Ideen gefragt. So lassen sich zum Beispiel Wettkämpfe begleiten, Sportler:innen porträtieren oder auch Ehrenamtliche hervorheben.

Du kannst mit Öffentlichkeitsarbeit aber auch ein eher schlechtes Vereinsimage aufpolieren. Denn jeder Zeitungsartikel, jeder Post ist wie eine große Werbetafel. Es ist das Aushängeschild Deines Vereins. Nutze diese Möglichkeiten und pflege den Kontakt mit Journalist:innen. Gemeinsam mit den Profis lassen sich zudem tolle neue Aktionen umsetzen, von denen zum Beispiel auch die regionale Zeitung (in Form neuer Abonnent:innen) profitieren kann.

Zum Bereich der Öffentlichkeitsarbeit gehört auch ein gutes Marketing. Wenn Dein Verein ab und zu in der regionalen Presse auftaucht (mit einem positiven Bericht, versteht sich), dann habst ihr den ersten unverzichtbaren Baustein schon gelegt.

Denke aber auch daran, dass Du für Marketingkampagnen Zeit und vor allem Geld einplanst. Die eigene Homepage lässt sich beispielsweise über Suchmaschinen bewerben; auch über soziale Netzwerke oder in der Tageszeitung lassen sich Anzeigen schalten. Vielleicht kommt es für Deinen Verein

aber auch infrage, Werbeflyer zu drucken und zu verteilen; Infotafeln vor dem Vereinsheim oder an stark besuchten Orten in der Nähe aufzustellen oder eine eigene Vereinszeitung herauszubringen?

Mit all diesen Aktionen kannst Du Deinen Verein als „Marke“ präsentieren. Du zeigst, wer ihr seid, was ihr anbietet und könnt und erreichst so ein immer größeres Publikum mit immer mehr Interessent:innen.



Bonustipp

Halten der Mitglieder und ehrenamtliches Engagement

Ich habe mich bisher vor allem auf den Aspekt der Mitgliedergewinnung beschränkt. Allerdings muss ich Dir ehrlich sagen, dass ich in den letzten Jahren gelernt habe, dass die Gewinnung neuer Mitglieder gar nicht an oberster Stelle stehen sollte. Denn die Werbemaßnahmen und Umstrukturierungspolitik bringen nichts, wenn die aktuellen Mitglieder dadurch vergrault werden. Und nach meiner Einschätzung ist gerade Letzteres oft der Fall.

Ich möchte noch mal auf die dritten Hürde zurückkommen. Der Streit zwischen zwei Trainern, der schließlich ausartete und dazu führte, dass ein Trainer das Handtuch warf. Es sind gerade solche, vermeintlich kleinen, Konflikte, die ein schlechtes Licht auf den eigenen Verein werfen. Die viele Mitglieder und Ehrenamtliche zweifeln lassen. Ich möchte Dir im Folgenden deswegen noch einen letzten Tipp an die Hand geben:

Wer neue Mitglieder gewinnen will, sollte sich zunächst um die bestehenden Mitglieder und vor allem die Ehrenamtlichen sorgen.

Denn um eines festzuhalten: nicht nur neue Mitglieder freuen sich, wenn sie persönlich begrüßt werden, ein kleines Präsent

erhalten und alle wichtigen Funktionär:innen kennenlernen. Auch die Alteingesessenen sind immer wieder dankbar, wenn ihnen neue Mitstreiter:innen vorgestellt werden.

Das Zauberwort lautet hier „Anerkennung“. Und die kommt im Ehrenamt leider häufig zu kurz. Einmal die Anerkennung des Ehrenamtlichen und seines Engagements. Die Anerkennung, dass mit vollem Elan meist Tag und Nacht gearbeitet wird. Aber auch die Anerkennung der eigentlichen Tätigkeit - egal, ob der- oder diejenige gerade einen Kuchenbasar fürs Vereinsfest vorbereitet, Trainerstunden absolviert oder das Hygienekonzept für den nächsten Wettkampf verfasst, beim Gesundheitsamt einreicht und gefühlt zehn Mal überarbeitet.

Ich habe es schon oft bei Wettkämpfen erlebt, dass zu Beginn beispielsweise den Wettkampfrichter:innen speziell Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Die zahlreichen Schiedsrichter:innen sind dann gemeinsam zu einer fast heroischen Musik einmarschiert. Das sorgte nicht nur für ordentlichen Respekt bei den jungen Sportler:innen, sondern vor allem für viel Stolz und Wertschätzung bei den Wettkampfrichter:innen. Und häufig ist es gerade im Wettkampfgeschehen so, dass für solche „Ehrungen“ keine Zeit bleibt. Denn die Wettkampfrichter:innen haben an den Wettkampftagen viel zu tun und viele sind nach dem letzten Zieleinlauf oder der letzten Runde schon wieder mit dem Abbau beschäftigt.

Eine viel bessere Möglichkeit einfach mal „Danke“ zu sagen wäre meine Meinung nach aber eine Art Helferfest durchzuführen. Dafür werden einfach alle Ehrenamtlichen eingeladen - Wettkampfrichter:innen, Trainer:innen, Muttis und Vatis, die dafür gesorgt haben, dass die kleinen Sportler nicht ihren

Einsatz verpassen oder einfach die Verpflegung oder die Fahrt zur Wettkampfstätte organisiert haben. Solche Helferfeste haben viele Vorteile. Erstens geht es um Anerkennung, Wertschätzung. Zweitens kommst Du mit den Ehrenamtlichen in den Austausch. Was lief gut? Was sollte beim nächsten Wettkampf verändert werden? Und drittens kannst Du die Aufmerksamkeit auf diejenigen Helfer:innen richten, die es verdient haben, besonders im Mittelpunkt zu stehen.

Ich habe einmal eine Sportveranstaltung mit fast zweitausend Sportlern durchgeführt. Jedes Jahr aufs Neue haben wir vor Ort direkt den sportlichen Leiter geehrt, ihm ein Präsent überreicht und applaudiert. Bis wir die Idee zum Helferfest hatten. Von da an wollte ich jedes Jahr eine:n andere:n wichtige:n Helfer:in ehren. Zum Beispiel die Person, die für die rein technische Organisation (Aufbau von Bühne, Beschallung, Startbereich) verantwortlich ist oder die/den Leiter:in der Versorgungsstützpunkte entlang der Laufstrecke. Ich muss gestehen, ich habe gar nicht lange überlegt, wie ich die Ehrung zu etwas Besonderem machen kann. Für mich stand von vornherein fest, dass Pokale verliehen werden.

„Warum Pokale?“, fragst Du Dich jetzt bestimmt. Vor allem, weil mit Pokalen viel mehr Emotionen verbunden sind als mit einem feuchten Händedruck und einer Urkunde. Jeder (erfolgreiche) Sportler:in kennt das Gefühl, auf einem Podest zu stehen und einen Pokal für die erbrachten Leistungen zu erhalten. Genau dieses Gefühl, diese Emotionen, wollte ich auch unseren Ehrenamtlichen vermitteln. Eine besondere Ehrung für die erbrachten Leistungen.

Überleg Dir aber genau, wie Du die Ehrung durchführst. Allen Ehrenamtlichen gleichzeitig einen Pokal zu überreichen

würde die Ehrung auch etwas ins Lächerliche ziehen. Ihr könnt aber im Vereinsvorstand oder unter den Mitgliedern abstimmen lassen, wer Eurer Meinung nach diese besondere Auszeichnung verdient hat. Zusätzlich lassen sich natürlich auch weitere Ehrungen für langjähriges Engagement oder besondere Erfolge (wie Mitgliederwerbung) durchführen.

An dieser Stelle möchte ich auch noch auf die Ehrungen der Landessportbünde hinweisen. Jeder Landessportbund verleiht an seine aktiven Mitstreiter:innen Ehrennadeln in Bronze, Silber und Gold. Allerdings musst Du dafür Ehrenamtliche beim Kreissportbund oder beim Landessportbund vorschlagen und die Ehrungen sind limitiert. Dafür bieten Sie eine gute Orientierung, wenn Du noch „keinen Plan“ von Ehrungen hast.

Sicher, Engagement zu fördern ist nicht leicht. Gerade nicht in Vereinen, wo es viele Gründe gibt, warum sich Menschen überhaupt einbringen. Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) nennt hier vor allem die Geselligkeit, das Interesse an den Aktivitäten und Leidenschaft als Hauptgründe (vgl. DOSB, 2018). Vereine sollten diese Intensionen deswegen immer fördern.

Spätestens wenn die ersten Pokale überreicht wurden, wirst Du merken, wie die Zufriedenheit bei Trainer:innen, Kuchen-Verantwortlichen oder Organisator:innen wächst. Hier zahlt sich auch Kreativität aus. Denn nichts ist schlimmer, als eine langweilige Verleihung für die Ehrenamtlichen. Wenn Du also strahlende Gesichter beim Helferfest oder der nächsten Jahreshauptversammlung sehen willst, dann überlege Dir am besten gleich, wer in Deinem Verein eine Ehrung erhalten sollte.

Ich hoffe, ich konnte Dir mit diesem Ratgeber eine Art Checkliste an die Hand geben. Arbeite die Fehlerquellen schrittweise ab, suche Dir Mitstreiter:innen im Verein und hab Geduld. Ich bin mir sicher, dass sich jedes Engagement irgendwann auszahlt.



Autorenbiografie

Christian Helm ist am 12. August 1982 in Eisenach (Thüringen) geboren. Bereits in seiner frühen Kindheit probierte er viele unterschiedliche Sportarten aus. Seine große Leidenschaft fand er im Radsport. So wie sein Vater Jürgen Helm, der in der DDR Amateur-Profi war. Bis zu seinem 24. Lebensjahr war Helm als Amateur- und Profi-Radsportler tätig und trat unter anderem bei Junioren-Meisterschaften und internationalen Straßenrennen an. Für die großen Erfolge hat es zwar nie gereicht, doch Christian Helm entwickelte einen fast wahnsinnigen Ehrgeiz. Er wollte durch Leistung glänzen - auch abseits der Radbahn. Einen Ausgleich zur Sportlerkarriere fand der gelernte Einzelhandelskaufmann frühzeitig als Unternehmer. Bereits 1998 gründete er gemeinsam mit seinen Eltern ein Geschäft für die Gravur und den Vertrieb von Pokalen. Die Idee zu Helm Trophy entstand. Zu Beginn wurde dafür ein kleines Separee im Fahrradladen der Eltern von Christian Helm eingerichtet.

Doch das Geschäft wuchs in den folgenden Jahren rasant und verdrängte Schritt für Schritt das Radgeschäft. Mittlerweile geht es nicht mehr nur darum, Pokale zu verkaufen. Christian Helm kennt als ehemaliger Profi-Radsportler die Anforderungen an gute Trophäen: Qualität und ein gutes Preis-Leistungs- Verhältnis. Und verbindet sie mit Emotionen - durch eine individuell wählbare Optik. Dazu entwickelte

Christian Helm mit seiner Helm Trophy GmbH ein spezielles Lackierverfahren und setzt auf einen fast komplett automatisierten Produktionsprozess. Helm entwickelte das kleine Start-up in fast 25 Jahren zu einem Branchenprimus und Innovationsort und prägte die Pokalbranche. Nebenbei engagiert und engagierte sich Helm in zahlreichen Vereinen. Beispielsweise organisierte er Ausflüge seines Tauchvereins, engagierte sich als stellvertretender Vorstand des Trägervereins der Kinderkrippe und als Schulelternbeirat der örtlichen Grundschule oder übernahm eine Bambini-Gruppe bei der Freiwilligen Feuerwehr. Mittlerweile steht der 39-Jährige vor allem beratend zur Seite und will sein Wissen und seine Erfahrungen weitergeben. Den größten Stellenwert im Leben von Christian Helm hat aber seine Familie: Frau Verena und die vier gemeinsamen Kinder. Die fünf geben dem Unternehmer Kraft und Inspiration.

Eine ausführliche Biografie zu Christian Helm und der Helm Trophy GmbH finden Sie auf der Website:

www.helmtrophy.com oder direkt unter:
<https://social.helmtrophy.com/Jcyj9C5>



Bibliographie

Moderne Organisationsstrukturen zur Gewinnung junger
Mehrenamtlich Engagierter (Landessportverband für das
Saarland, 2018)

Motive für ehrenamtliche Mitarbeit (Deutscher Olympischer
Sportbund, 2019)

7 Hürden

der Mitgliedergewinnung in Sportvereinen



Ein (Sport-)Verein steht und fällt mit seinen Mitglieder:innen. Viele Vereine haben das in den letzten Jahren erkannt und die Bereiche Mitglieder:innenbindung und -gewinnung fokussiert in den Blick genommen. Gefragt sind Ideen und Konzepte, um Neumitglieder:innen zu akquirieren. Christian Helm hat in seiner langjährigen ehrenamtlichen Tätigkeit versucht, viele dieser Konzepte selbst umzusetzen. Beispielsweise gründete er eine Nachwuchsgruppe bei der

Freiwilligen Feuerwehr oder organisierte Ausflüge eines Tauchklubs, um das Leben im Verein attraktiver zu gestalten. Dabei ist Helm, wie er selbst sagt, in so manches Fettnäpfchen getreten. In diesem Buch erzählt er von seinen ganz persönlichen Erfahrungen und denen seiner Mitstreiter:innen. Er analysiert Situationen, die (fast) jede:r Vereinsvorsitzende:r kennt und gibt praktische Tipps zur eigenen Umsetzung. Dieser Ratgeber ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für alle, die in ihrem Verein auf Mitglieder:innenwachstum setzen oder gerade einen Verein aufbauen. Dabei macht Helm deutlich, dass bei der Umsetzung des Vorhabens keine großen finanziellen Mittel erforderlich sind, sondern Ehrgeiz, Engagement und Durchhaltevermögen.

