

ZUKUNFT EHRENAMT

Leitfaden zur Mitgliedergewinnung



LANDRATSAMT
TRAUNSTEIN

ZUKUNFT EHRENAMT: Leitfaden zur Mitgliedergewinnung	3
1. Mitglieder gewinnen und halten: Konkrete Ideen und Maßnahmen	3
2. Strategische Grundlage: Was Vereine vorab klären sollten	8
3. Warum Mitgliedergewinnung schwieriger geworden ist.....	9
4. Junge Menschen verstehen.....	10
5. Die zentrale Frage für jeden Verein	10
6. Schritte zum zukunftsfähigen Verein.....	10

ZUKUNFT EHRENAMT: Leitfaden zur Mitgliedergewinnung

Nachwuchs gewinnen, Mitglieder motivieren: Handlungsansätze für Vereine, Verbände und Initiativen

Ehrenamtliches Engagement prägt das gesellschaftliche Leben im Landkreis Traunstein. Viele Vereine, Verbände und Initiativen stehen jedoch vor ähnlichen Fragen: Wie gewinnen wir neue aktive Mitglieder? Wie erreichen wir junge Menschen? Und wie motivieren wir bestehende Mitglieder, Verantwortung zu übernehmen?

Die folgenden Impulse und Handlungsansätze bieten praxisnahe Orientierung. Sie zeigen Möglichkeiten auf, wie Engagement sichtbarer, zugänglicher und zukunftsfähiger gestaltet werden kann – passend zur eigenen Organisation, zur Zielgruppe und zu den Menschen vor Ort.

1. Mitglieder gewinnen und halten: Konkrete Ideen und Maßnahmen

Einstieg erleichtern

Viele Menschen sind grundsätzlich offen für Engagement, finden aber keinen einfachen Zugang. Deshalb sollten Vereine den ersten Schritt so niedrigschwellig wie möglich gestalten.

Mögliche Maßnahmen:

- Schnupperangebote für verschiedene Altersgruppen schaffen
- Angebote mit Projektcharakter anbieten, zum Beispiel Theaterprojekt, Aktionstag oder monatliche Treffen mit Vorträgen
- „Bring eine Freundin/einen Freund mit“-Tage organisieren
- klare Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für Interessierte benennen
- Mitgliedsanträge bei Veranstaltungen immer bereithalten
- QR-Codes auf Flyern, T-Shirts, Bannern oder Plakaten platzieren, die direkt zum Mitgliedsantrag oder zu weiteren Informationen führen
- eine übersichtliche Webseite anbieten, auf der Interessierte schnell erfahren: Was macht der Verein? Wie kann ich mitmachen? Wen kann ich kontaktieren?
- Onlinefragebogen: Interessen, Talente und Zeitressourcen datenschutzkonform abfragen und anschließend persönlich Kontakt aufnehmen
- betreute Spielgruppen oder spielerische Angebote für kleine Kinder anbieten, auch wenn diese noch nicht zur eigentlichen Zielgruppe gehören

Wichtig ist: Wer interessiert ist, sollte nicht lange suchen müssen. Der Weg vom ersten Interesse bis zum Mitmachen sollte einfach, freundlich und klar sein.

Den Nutzen sichtbar machen

Viele Vereine leisten wertvolle Arbeit, machen aber nicht immer deutlich, welchen persönlichen Mehrwert eine Mitgliedschaft bietet. Der sogenannte „Benefit“ muss für Außenstehende erkennbar und erlebbar sein.

Mögliche Botschaften:

- Gemeinschaft erleben
- etwas Sinnvolles tun
- anderen Menschen helfen
- eigene Fähigkeiten einbringen
- Neues lernen
- Verantwortung übernehmen
- Teil von etwas Größerem sein

- in einem geschützten Rahmen dazuwachsen

Dabei geht es nicht nur um Werbung. Der Nutzen muss im Vereinsalltag spürbar sein: durch gute Aufnahme neuer Mitglieder, ein wertschätzendes Miteinander und echte Beteiligungsmöglichkeiten.

Direkte Ansprache fest verankern

Die meisten Menschen kommen über Familie, Freunde oder persönliche Kontakte ins Ehrenamt. Persönliche Ansprache ist daher oft wirksamer als teure Plakatkampagnen.

Mögliche Maßnahmen:

- Mitglieder aktiv ermutigen, Menschen aus ihrem Umfeld anzusprechen
- feste Ansprechpersonen für Mitgliedergewinnung benennen
- gezielt überlegen, wer zu welcher Zielgruppe Kontakt hat
- Interessierte nach Veranstaltungen persönlich einladen
- neue Mitglieder fragen, wie sie auf den Verein aufmerksam wurden
- erfolgreiche Formen der Ansprache regelmäßig auswerten

Direkte Ansprache sollte nicht dem Zufall überlassen werden, sondern Teil der Vereinsstrategie sein.

Sichtbar werden und Präsenz zeigen

Wer neue Menschen erreichen möchte, muss dort sichtbar sein, wo Menschen unterwegs sind. Das gilt besonders für Kinder, Jugendliche, Familien und Zugezogene.

Mögliche Maßnahmen:

- Teilnahme an örtlichen Veranstaltungen wie RamaDama, Ferienprogramm, Ortsmeisterschaften, Märkten, Bürgerempfang, Benefizveranstaltungen oder Tag der offenen Tür
- aktive Öffentlichkeitsarbeit: regelmäßig Pressemitteilungen versenden und auf Social Media posten mithilfe eines Redaktionsplans
- Kooperationen mit Schulen, Jugendzentren, Kommunion-/Firmgruppen oder anderen Vereinen
- Ferienprogramme auch für Jugendliche anbieten, da diese vielerorts fehlen
- Gruppenstunden oder Übungen im öffentlichen Raum durchführen, zum Beispiel am See, im Freibad, am Skatepark, am Kletterturm oder auf öffentlichen Plätzen
- gemeinsame Aktionen mehrerer Organisationen durchführen, etwa eine Blaulichtmeile oder thematische Aktionstage

Öffentliche Aktionen wecken Neugier, senken Hemmschwellen und machen Engagement erlebbar.

Kooperationen und Synergien nutzen

Nicht jeder Verein muss alles allein leisten. Kooperationen können Ressourcen schonen und neue Zielgruppen erschließen.

Mögliche Partner:

- andere Vereine
- Schulen
- Jugendzentren
- Kirchengemeinden
- Kommunion- und Firmgruppen

- Gemeinden
- soziale Einrichtungen
- Unternehmen
- Seniorennetzwerke

Kooperationen können bei Veranstaltungen, Kinderbetreuung, Fahrdiensten, Öffentlichkeitsarbeit oder gemeinsamen Projekten helfen.

Junge Menschen beteiligen statt nur anwerben

Jugendliche wollen nicht nur „gebraucht“ werden. Sie möchten mitreden, eigene Ideen einbringen und Selbstwirksamkeit erleben. Reine Aufrufe wie „Wir suchen Jugendliche“ reichen oft nicht aus.

Erfolgreicher ist es, junge Menschen früh einzubeziehen:

- mit ihnen ins Gespräch kommen
- ihre Lebenswelt ernst nehmen
- gemeinsam Probleme beschreiben
- sie eigene Lösungen entwickeln lassen
- Engagement zeitlich klar begrenzen
- kleine Verantwortungsbereiche ermöglichen
- Erlebnisse und Gemeinschaft stärker betonen als Wettbewerb

Beispiel: Bei einem Projekt, in dem Jugendliche Seniorinnen und Senioren beim Umgang mit Handy oder Tablet unterstützen, sollte nicht nur um Helfer geworben werden. Sinnvoller ist ein Zwischenschritt: Jugendliche werden gefragt, welche Probleme ältere Menschen mit digitalen Medien haben und welche Lösungen sie selbst für sinnvoll halten. Daraus kann ein Projekt entstehen, das die Jugendlichen mitgestalten und deshalb eher mittragen.

Passende Zeitfenster für Ansprache nutzen

Menschen sind besonders offen für Neues, wenn sich ihr Leben verändert. Vier Zeitfenster sind für die Gewinnung neuer Mitglieder besonders interessant:

Pubertät und Jugendalter

Junge Menschen lösen sich stärker vom Elternhaus, suchen Orientierung, Zugehörigkeit und Möglichkeiten, sich auszuprobieren. Vereine können hier Räume bieten, in denen Jugendliche Verantwortung in kleinen Schritten übernehmen.

Junge Eltern

Etwa zwei bis drei Jahre nach der Geburt des ersten Kindes suchen viele Eltern wieder stärker nach Kontakten, neuen Routinen oder sinnvollen Aktivitäten. Familienfreundliche Angebote können hier besonders wirksam sein.

Umzug an einen neuen Wohnort

Zugezogene sind häufig offen für neue Kontakte, finden aber nicht immer von allein Zugang zu bestehenden Vereinen. Hilfreich kann eine strukturierte Willkommenskultur sein, etwa über Informationen der Gemeinde oder freiwillige Interessensabfragen beim Einwohnermeldeamt, sofern rechtlich und organisatorisch möglich.

Eintritt ins Rentenalter

Menschen, die aus dem Berufsleben ausscheiden, ordnen ihren Alltag neu. Eine Ansprache kurz vor oder direkt nach dem Renteneintritt kann sinnvoll sein, bevor sich neue Routinen verfestigt haben.

Neue Mitglieder gut begleiten

Mitgliedergewinnung endet nicht mit dem Beitritt. Entscheidend ist, ob sich neue Mitglieder willkommen, informiert und gebraucht fühlen.

Mögliche Maßnahmen:

- Mentoren- oder Tutorenprogramme für neue Mitglieder
- feste Kümmerer, die nachfragen, wie es neuen Mitgliedern geht
- klare Informationen zu Abläufen, Regeln und Ansprechpartnern
- transparente Erwartungen von Anfang an
- regelmäßige Feedbackmöglichkeiten
- einfache Erklärungen: Was passiert wann? Wer ist wofür zuständig? Wie kann ich mich einbringen?

So lassen sich Unsicherheit, Enttäuschung und Missverständnisse vermeiden.

Erwartungen klar kommunizieren

Ärger entsteht häufig dort, wo unausgesprochene Erwartungen nicht erfüllt werden. Deshalb sollten Vereine von Anfang an offen sagen, was mit einer Mitgliedschaft verbunden ist.

Beispiele:

- Wie regelmäßig wird Teilnahme erwartet?
- Gibt es Dienste, Fahrten oder Arbeitseinsätze?
- Welche Aufgaben kommen auf Eltern zu, wenn Kinder Mitglied werden?
- Wer wäscht Trikots, übernimmt Fahrdienste oder hilft bei Veranstaltungen?
- Welche Regeln gelten im Vereinsalltag?

Klare Kommunikation schützt beide Seiten: den Verein und die Mitglieder.

Gemeinschaft bewusst fördern

Gemeinschaft entsteht nicht automatisch. Sie muss gepflegt werden, besonders wenn neue Menschen dazukommen.

Mögliche Maßnahmen:

- Stammtische
- Ausflüge
- Treffen ohne Verpflichtung
- gemeinsame Kleidung mit Logo, zum Beispiel T-Shirts oder Caps
- kleine Aufmerksamkeit zu Weihnachten
- gemeinsame Aktionen außerhalb des eigentlichen Vereinszwecks

Wichtig ist, dass Gemeinschaft nicht nur für langjährige Mitglieder funktioniert, sondern neue Menschen aktiv einbezieht.

Aufgaben neu verteilen und Vorstände entlasten

Viele Vereine stoßen an Grenzen, weil zu viel Verantwortung auf zu wenigen Schultern liegt. Besonders klassische Vorstandsämter schrecken ab, wenn sie zu groß, unklar oder dauerhaft wirken.

Mögliche Ansätze:

- Teamvorstände entwickeln
- Aufgaben auf mehrere Personen verteilen
- Teilzeit-Ämter oder geteilte Zuständigkeiten ermöglichen
- Projektverantwortung statt Daueramt anbieten
- Aufgaben attraktiver und verständlicher benennen
- Verantwortungsbereiche klar begrenzen

Ein Beispiel: Statt eine Person für „alles rund um den Platz“ zu suchen, kann eine konkrete Rolle wie „Greenkeeper-Team“ entstehen. Das wirkt greifbarer und weniger belastend.

Mobilität und Kinderbetreuung mitdenken

Manche Menschen würden sich engagieren, können aber nicht kommen oder haben keine Betreuung für ihre Kinder. Praktische Hindernisse sollten deshalb ernst genommen werden.

Mögliche Maßnahmen:

- Fahrgemeinschaften aus Nachbarorten organisieren
- Gemeindebusse nutzen
- Fahrdienste über erfahrene Vereinsmitglieder, etwa „Vereinsomas“ oder „Vereinsopas“, organisieren
- Kinderbetreuung während Einsatz- oder Angebotszeiten anbieten, ggf. auch in Zusammenarbeit mit TSV (Stichwort Kinderturnen)
- Kooperationen mit anderen Vereinen prüfen, die zeitgleich Angebote machen
- familienfreundliche Uhrzeiten testen (z.B. Angebote vormittags)

Wer Hürden abbaut, erweitert den Kreis möglicher Engagierter.

Finanzielle Ressourcen sichern

Auch finanzielle Stabilität kann dazu beitragen, Angebote attraktiver zu gestalten und Engagement zu ermöglichen.

Mögliche Maßnahmen:

- passive Mitgliedschaften anbieten
- Fördermitgliedschaften schaffen
- Förderverein gründen
- Spendenläufe organisieren
- Sponsoren mit Patencharakter suchen

Besonders wirksam sind Sponsorenmodelle, bei denen klar sichtbar ist, wofür Geld verwendet wurde. Beispiel: „Diese Schaukel wurde finanziert von ...“. Das lässt sich auch auf andere Vereinsbereiche übertragen.

Besondere Aktionen nutzen

Einzelne Aktionen können Aufmerksamkeit erzeugen und Gespräche anstoßen.

Beispiele:

- „Wir suchen unser 100. Mitglied“ mit kostenlosem Jahresbeitrag
- Weihnachtsaktionen mit kleinen Geschenken
- Kreativwettbewerb: Wer erstellt das beste Video zur Vereinspräsentation?

- realistische Aktionen im öffentlichen Raum, zum Beispiel eine Erste-Hilfe-Situation mit der Frage: „Hättest du gewusst, was zu tun ist?“

Solche Aktionen sollten zum Verein passen und einen echten Bezug zum Engagement herstellen.

Mitgliedschaft neu denken

Nicht jedes Engagement muss dauerhaft, ganzjährig oder in klassischen Strukturen stattfinden. Flexible Modelle können neue Zielgruppen erreichen.

Mögliche Ideen:

- saisonale Mitgliedschaften, zum Beispiel Winter im Skiclub, Sommer bei der Wasserwacht
- Ämter im Zweierteam: Vorstands-, Kassier- oder andere Aufgaben können nach dem Jobsharing-Prinzip von zwei Personen gemeinsam übernommen werden
- Projektmitgliedschaften
- Familienmitgliedschaft mit klaren Erwartungen: Eltern werden bei Mitgliedschaft ihres Kindes von Anfang an transparent eingebunden (Fahrdienste, Veranstaltungsunterstützung oder Trikotwäsche)
- zeitlich begrenzte Engagementpakete mit festem Anfang und Ende

Flexibilität kann helfen, Menschen einzubinden, die sich vor dauerhaften Verpflichtungen scheuen.

2. Strategische Grundlage: Was Vereine vorab klären sollten

Bevor konkrete Maßnahmen umgesetzt werden, lohnt sich ein ehrlicher Blick auf die eigene Situation.

Ist-Zustand beschreiben

Zunächst sollte klar sein, wo der Verein aktuell steht:

- Wie viele aktive Mitglieder gibt es?
- Welche Altersgruppen sind vertreten?
- Welche Aufgaben bleiben liegen?
- Wo funktioniert der Verein gut?
- Wo gibt es Überlastung?
- Welche Angebote werden gut angenommen?
- Welche nicht?

Der Ist-Zustand lässt sich meist relativ gut beschreiben, wenn man sich dafür bewusst Zeit nimmt.

Soll-Zustand genau definieren

„Wir brauchen mehr Mitglieder“ ist als Ziel zu ungenau. Entscheidend ist, welche Menschen für welche Aufgaben oder Angebote gesucht werden.

Hilfreiche Fragen:

- Suchen wir aktive Mitglieder oder Fördermitglieder?
- Fehlt eine bestimmte Altersgruppe?
- Brauchen wir Menschen für regelmäßige Aufgaben?
- Suchen wir kurzfristige Unterstützung für Projekte?
- Welche Fähigkeiten wären hilfreich?
- Wie viele Personen brauchen wir konkret?

- Wie viel Zeit müssten diese Personen einbringen?

Je genauer das Ziel beschrieben ist, desto gezielter kann die Ansprache erfolgen.

Blinde Flecken erkennen

Zwischen Ist-Zustand und Soll-Zustand liegt der Raum für neue Ideen. Dort lohnt sich die Frage: Was haben wir bisher noch nicht ausprobiert?

Mögliche blinde Flecken:

- andere Zielgruppen als bisher
- neue Orte der Ansprache
- andere Uhrzeiten
- flexible Mitgliedschaftsmodelle
- Kooperationen
- projektbezogene Angebote
- neue Rollenverteilung im Vorstand
- digitale Zugangswege

Gerade dort, wo bisher wenig versucht wurde, können neue Chancen entstehen.

3. Warum Mitgliedergewinnung schwieriger geworden ist

Viele Vereine, Verbände und Initiativen erleben ähnliche Herausforderungen. Neue Mitglieder zu gewinnen ist oft nicht deshalb schwierig, weil Menschen grundsätzlich kein Interesse mehr an Engagement haben. Häufig passen Ansprache, Strukturen oder Angebote nicht mehr gut zur Lebensrealität der Menschen.

Der Mehrwert ist nicht klar genug erkennbar

Wenn Menschen nicht verstehen, was ihnen eine Mitgliedschaft bringt, bleiben sie auf Abstand. Der Verein weiß vielleicht, wie wertvoll seine Arbeit ist. Außenstehende sehen das aber nicht automatisch.

Deshalb muss sichtbar werden:

- Wofür steht der Verein?
 - Was kann ich dort erleben?
 - Was bewirke ich durch mein Engagement?
 - Welche Menschen treffe ich dort?
 - Wie werde ich aufgenommen?
 - Was bekomme ich zurück?
-

Gesellschaftliche Veränderungen wirken sich aus

Viele Menschen nennen fehlende Zeit als Grund gegen Engagement. Berufliche Anforderungen, gestiegene Lebenshaltungskosten, längere Betreuungszeiten von Kindern und volle Wochenpläne verändern den Alltag vieler Familien und Einzelpersonen.

Deshalb sollten Vereine prüfen:

- Sind unsere Angebote zur richtigen Zeit?
- Sind die Anforderungen realistisch?
- Gibt es unnötige Hürden?
- Können Aufgaben kleiner zugeschnitten werden?
- Gibt es flexible Alternativen?

Ein „Weiter so“ funktioniert vielerorts immer schlechter, auch wenn frühere Strukturen jahrzehntelang erfolgreich waren.

Klassische Ämter schrecken ab

Vorstandsaufgaben oder feste Ämter wirken oft zu groß, zu langfristig oder zu belastend. Wenn eine Person „alles“ machen soll, wird es schwer, Nachfolgerinnen und Nachfolger zu finden.

Zukunftsfähiger sind Modelle, in denen Verantwortung geteilt wird: Teamvorstände, Projektgruppen, klar begrenzte Zuständigkeiten und zeitlich überschaubare Aufgaben.

4. Junge Menschen verstehen

Häufig heißt es, Jugendliche würden sich weniger engagieren als früher. Der Blick auf die Rahmenbedingungen zeigt jedoch ein differenzierteres Bild: Es gibt heute deutlich mehr Vereine als früher, während die Zahl junger Menschen gesunken ist. Gleichzeitig verbringen Kinder und Jugendliche viel Zeit in Schule, Ausbildung und organisierten Strukturen.

Junge Menschen sollen sich also in mehr Vereinen engagieren, obwohl es weniger von ihnen gibt und ihre freie Zeit begrenzt ist.

Ihre Lebenswelt ist außerdem geprägt von Krisen, Kriegen, Leistungsdruck und den Nachwirkungen der Pandemie. Viele Jugendliche haben eine starke Sehnsucht nach Zugehörigkeit, Halt, Orientierung und Sinn. Genau das können Vereine bieten.

Wichtig ist jedoch, junge Menschen nicht nur über Pflicht, Leistung oder Wettbewerb anzusprechen. Oft wirkt es besser, Erlebnis, Gemeinschaft, Beteiligung und Sinn in den Vordergrund zu stellen.

5. Die zentrale Frage für jeden Verein

Am Ende steht eine ehrliche Grundsatzfrage:

Sucht der Verein Menschen, um den Verein als Selbstzweck am Leben zu halten? Oder ist der Verein dazu da, Menschen das zu geben, was sie gerade brauchen?

Diese Frage ist unbequem, aber wichtig. Wenn ein Verein neue Mitglieder gewinnen möchte, braucht es die Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln. Wenn diese Bereitschaft nicht vorhanden ist, ist auch das eine Entscheidung. Dann sollte aber klar sein, dass sich die Situation vermutlich nicht wesentlich verändern wird.

6. Schritte zum zukunftsfähigen Verein

Ein möglicher Weg kann so aussehen:

1. Ist-Zustand ehrlich beschreiben
2. Zielgruppe und Vereinsziel konkret definieren
3. Angebote, Zeiten und Zugangswege überprüfen
4. Nutzen und Gemeinschaft sichtbar machen
5. persönliche Ansprache strategisch verankern
6. Einstieg und Mitarbeit niedrigschwellig gestalten
7. Verantwortung auf mehrere Schultern verteilen
8. neue Mitglieder aktiv begleiten
9. Kooperationen und Unterstützungssysteme nutzen
10. Maßnahmen regelmäßig auswerten und weiterentwickeln

Zukunftsfähige Vereinsarbeit entsteht nicht durch eine einzelne Maßnahme. Entscheidend ist das Zusammenspiel aus klarer Haltung, guter Ansprache, passenden Angeboten und Strukturen, die Menschen heute tatsächlich mittragen können.

Hintergrund

Die Handlungsansätze basieren auf Impulsen aus der Veranstaltung „Zukunft Ehrenamt im Landkreis Traunstein“ sowie auf den Ergebnissen einer Umfrage der Freiwilligenagentur des Landratsamts Traunstein. Dabei wurden Herausforderungen, Erfahrungen und Ideen rund um Nachwuchsgewinnung, Mitgliederbindung und Motivation im Ehrenamt gesammelt und ausgewertet. Eine kurze Zusammenfassung der Umfrageergebnisse folgt in der anschließenden grafischen Übersicht.

Landratsamt Traunstein
Papst-Benedikt-XVI.-Platz
83278 Traunstein



LANDRATSAMT
TRAUNSTEIN