

Bernd Hoerber – Workshops für Vereine
moderation.hoerber@gmail.com



WIE GEWINNEN WIR ENGAGIERTE MITGLIEDER FÜR DEN VEREIN?

Vernetzungscafé für
Kulturfördervereine
17.01.2025, Köln

„WO SIND ALL
DIE ENGAGIERTEN
HIN, WO SIND SIE
GEBLIEBEN?“

VIELE VEREINE BEKLAGEN
SCHWIERIGKEITEN BEI DER
GEWINNUNG VON ENGAGIERTEN



FAKTENCHECK: IST DAS WIRKLICH SO?

„Die Bereitschaft für ehrenamtliches Engagement nimmt spürbar ab.“

„Gerade Jüngere sind schwer zu gewinnen.“

„Man gewinnt keine Nachfolger:innen für die Vorstandsarbeit, das ist vielen einfach zu viel Verantwortung.“

Engagement-Studien zeigen kein einheitliches Bild, aber dennoch hohe Engagementquoten von 40 % der Bevölkerung (FW-Survey 2019). Die NRW-Erhebung „Ehrenamts-Atlas 2024“ kommt sogar auf 54% im NRW-Durchschnitt.

Engagement ist keine Altersfrage, auch die Jüngeren (ab 14) engagieren sich nach wie vor ehrenamtlich.

Laut Freiwilligensurvey von 2019 ist die Gewinnung von Ehrenamtlichen für Vorstands- und Leitungsaufgaben schwieriger als für „einfachere“ Tätigkeiten.

ALSO: ALLES GUT?



**JEIN.
ENGAGEMENT WIRD
NICHT WENIGER,
ABER ANDERS**

= Veränderungen verstehen
Anpassungen vornehmen



1. GESELLSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN VON ENGAGEMENT

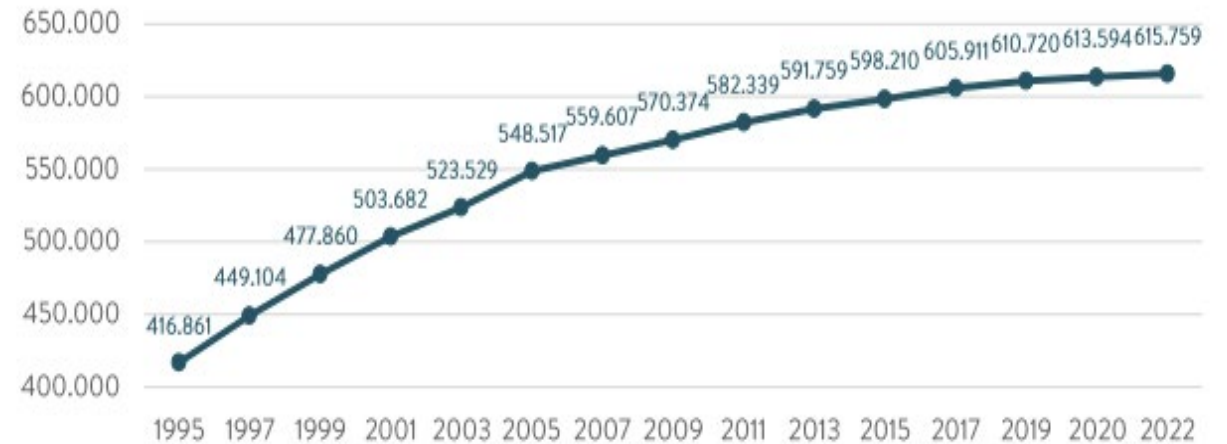


“FACHKRÄFTEMANGEL” IM EHRENAMT?

**Vereinsentwicklung - seit
1995: Anstieg um fast
200.000 Vereine**

**Alle suchen nach
engagierten Mitgliedern
und vor allem Nachwuchs
für überalternde Vorstände**


ABBILDUNG 1. ZAHL EINGETRAGENER VEREINE IM ZEITVERLAUF (1995-2022)



Quellen: Geschäftsübersicht der Amtsgerichte 2021; Vereinsregisterauslese 2022

ROLLE DER VEREINE UND ERWARTUNGEN AN VEREINE HABEN SICH VERÄNDERT

Mehr Zeit- und Inhaltskonkurrenz durch Freizeitangebote, Medienkonsum, Smartphone, Streamingdienste, Social-Media



Dienstleistungsanbieter in Vereinsbranchen: Bsp. Fitnessstudio statt Sportverein = Angebotsorientierung



Dienstleistungserwartung und Konsumentenhaltung bei den Zielgruppen = Dienstleistungsverhältnis



ARBEIT + FAMILIE + FREIZEIT +
VEREIN - ENGAGEMENT

“Work-Life Balance”
wird wichtiger

2. HÜRDEN FÜR NEUES ENGAGEMENT



GEHT DAS WIEDER WEG?

„Einmal den kleinen Finger geben und schon hat man das Ganze lebenslang an den Hacken.“

- Ehrenamt auf Lebenszeit wird zum Auslaufmodell
- Engagierte scheuen nicht Verantwortung, aber schätzen es, wenn es klare Absprachen, zeitliche Limitierungen und Verabredungen gibt.



DARF ES ETWAS WENIGER SEIN?

- Engagierte lassen sich ungern große Aufgaben und Verpflichtungen aufbinden.
- Ungeklärte Aufgaben und Überraschungspakte mit ungewissem Inhalt wirken eher abschreckend.



KEINE LUST AUF STRESS

- Menschen engagieren sich vor allem, um etwas Sinnvolles zu tun und Spaß zu haben (Ehrenamtsatlas NRW: 2024).
- Auf hierarchische Führungsstrukturen und “Vereinsmeierei” haben viele Neue keine Lust.



WOLLTEST DU NICHT SCHON IMMER IN MEINE FUßSTAPFEN TRETEN?

- Engagierte sind nicht immer begeistert, wenn sie in die „großen Fußstapfen“ ihrer Vorgänger treten sollen.
- Nachfolge bedeutet auch, das sich vieles ändern darf (und vielleicht auch muss).





WAS LEIDER AUCH NICHT HILFT...

Druck ausüben

Hoffen auf Mitleid

Moralische Vorhaltungen

Klagen

Heulen und Zähneklappern ;)





3. ATTRAKTIVES ENGAGEMENT IM VEREIN IST ...

**GEMEINSCHAFTLICH:
GELEGENHEITEN FÜR AUSTAUSCH,
ZUSAMMENHALT UND
TEAMARBEIT SCHAFFEN.**




**FLEXIBEL: RAUM
FÜR EIGENE IDEEN
UND VORSCHLÄGE,
AUCH KURZFRISTIGE
VERÄNDERUNGEN
ERMÖGLICHEN.**



STRUKTURIERT:
KLARE ROLLEN UND
AUFGABENVERTEILUNG,
DAMIT SICH NIEMAND
VERLOREN FÜHLT.





**WERTSCHÄTZEND:
ENGAGEMENT FINDET
NICHT WEGEN
WERTSCHÄTZUNG
STATT, FUNKTIONIERT
ABER NICHT OHNE!**

**RESSOURCEN-
ORIENTIERT:
ENGAGIERTE NACH
IHREN STÄRKEN
UND INTERESSEN
EINSETZEN.**



**ZUKUNFTSORIENTIERT:
FORTBILDUNGSMÖGLICHKEITEN
BIETEN UND PERSÖNLICHE
WEITERENTWICKLUNG FÖRDERN.**



**BALANCIERT: DIE BALANCE
FINDEN ZWISCHEN UNTER-
UND ÜBERFORDERUNG**



**PARTIZIPATIV:
GEMEINSAM
ENTSCHEIDEN,
WOHIN DIE REISE
GEHEN SOLL, ODER
WELCHE
SCHWERPUNKTE
GESETZT WERDEN**



**INSPIRIEREND:
VISIONEN UND ZIELE
TEILEN, UM EIN
GEMEINSAMES ZIEL
ZU SCHAFFEN.**



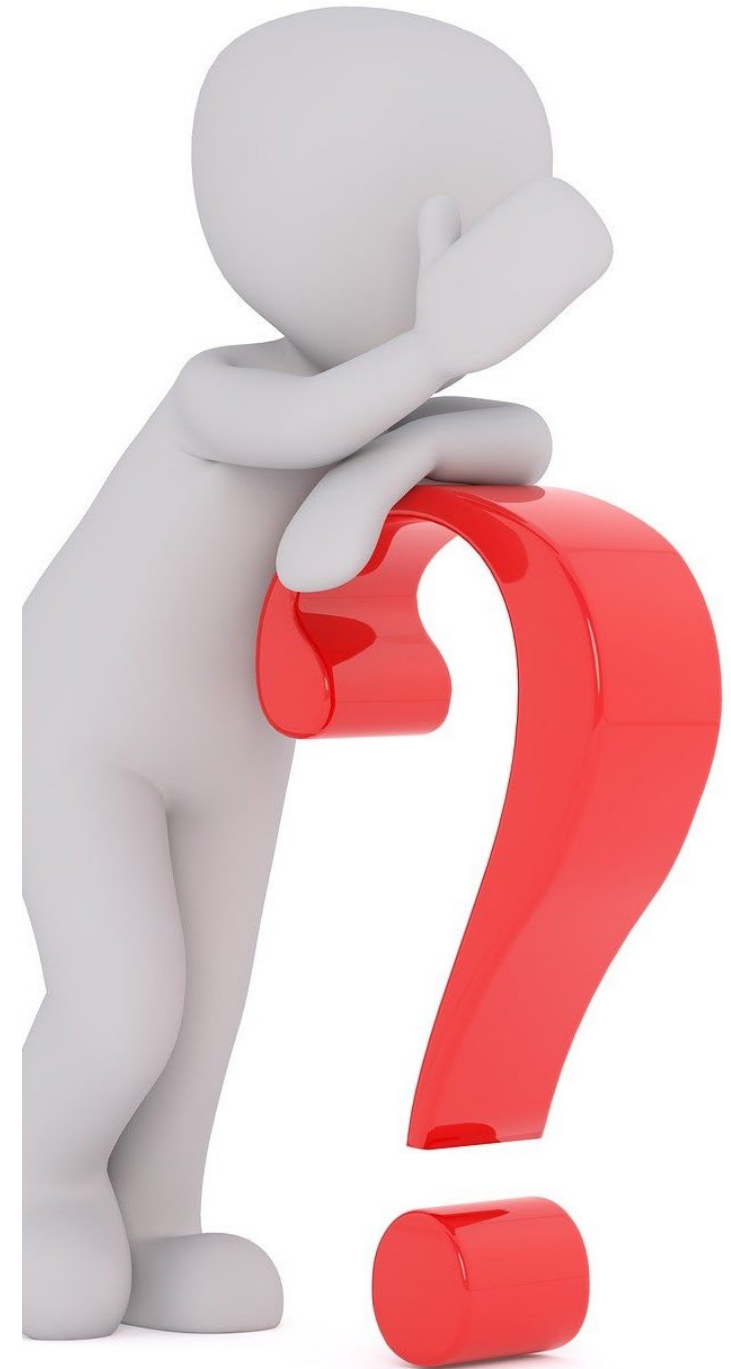
4. ENGAGEMENT IM VEREIN STÄRKEN, ENGAGIERTE GEWINNEN

PRAXISTIPPS



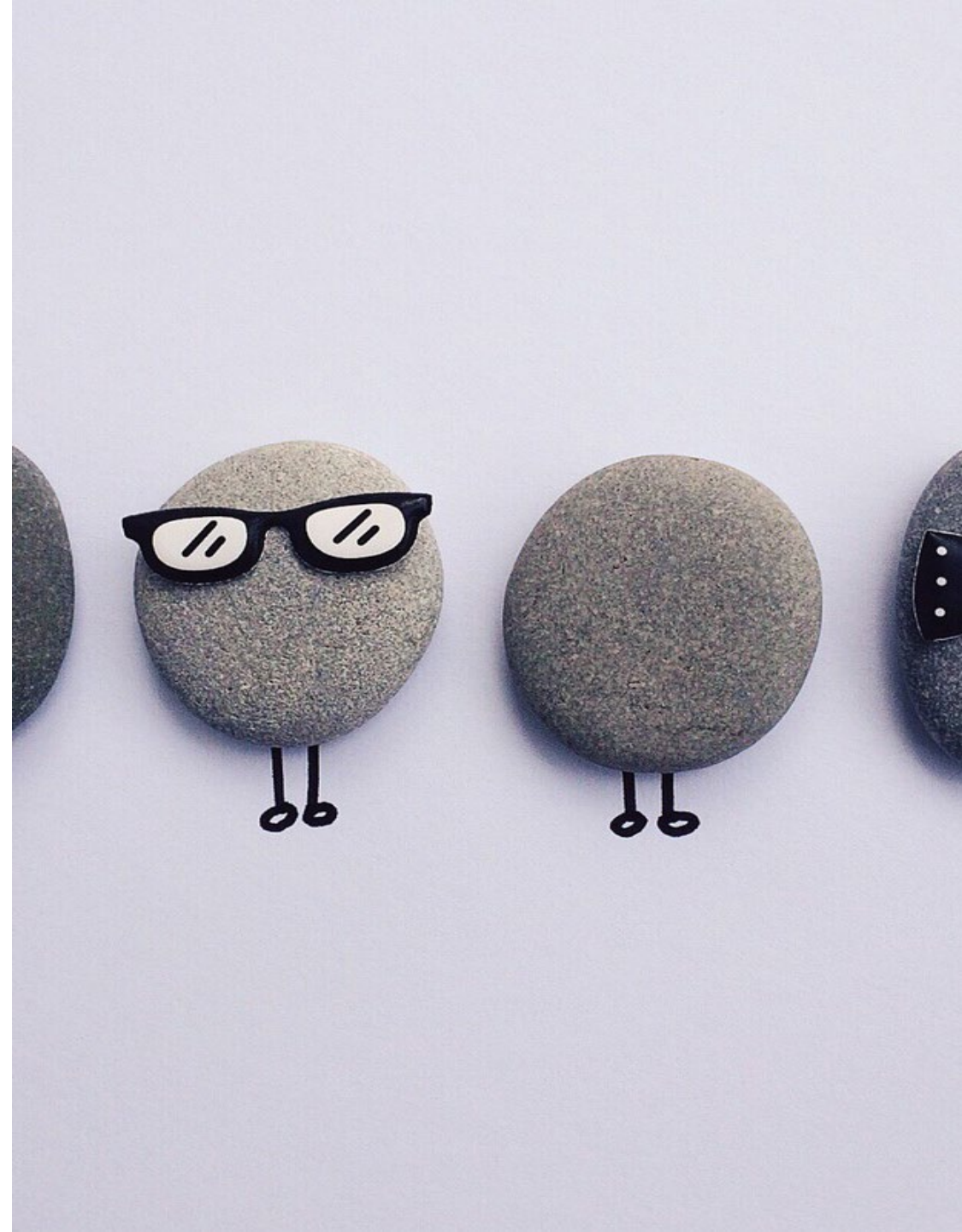
AUßENPERSPEKTIVE EINHOLEN

- Freunde, Bekannte, Angehörige, Externe nach ihrer Meinung fragen:
- Wie findet ihr unsere Webseite? Sind die Infos über den Verein und Engagement-Möglichkeiten einfach und verständlich?
- Fühlt ihr euch angesprochen, interessiert, informiert, inspiriert?
- Was wisst ihr über den Verein? Wie bekannt ist der Verein?
- Was müssten wir beachten, um dich/euch zu gewinnen oder zu interessieren?



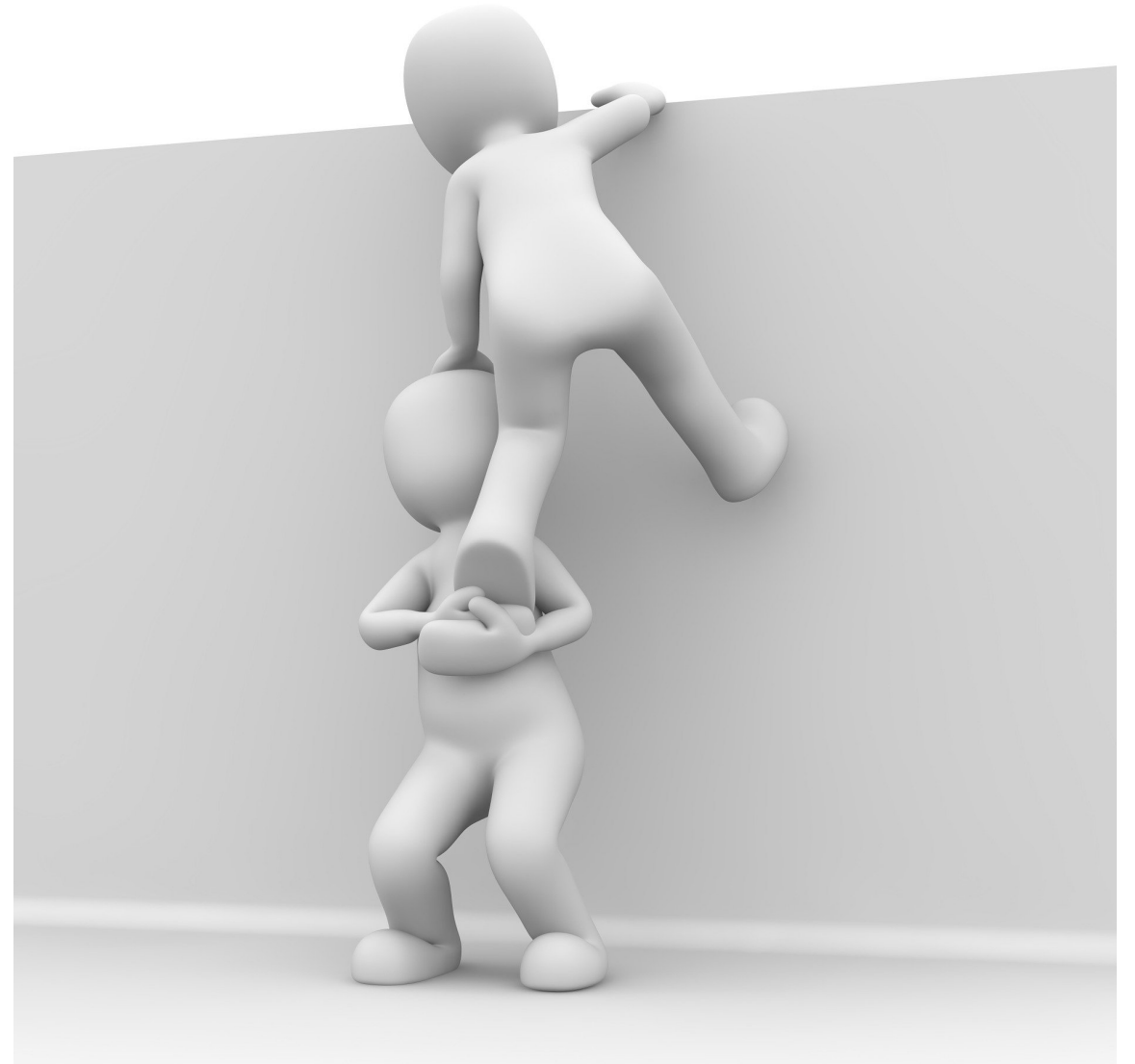
MITGLIEDERPERSPEKTIVE EINHOLEN

- Dialog anregen: z.B. Zukunftswerkstatt mit Vereinsmitgliedern und Externen
- „Vereins-Inventur“: Wo stehen wir aktuell? Was läuft gut, was weniger gut?
- Feedback von Engagierten einholen: Wie zufrieden seid ihr? Regelmäßig Evaluieren!



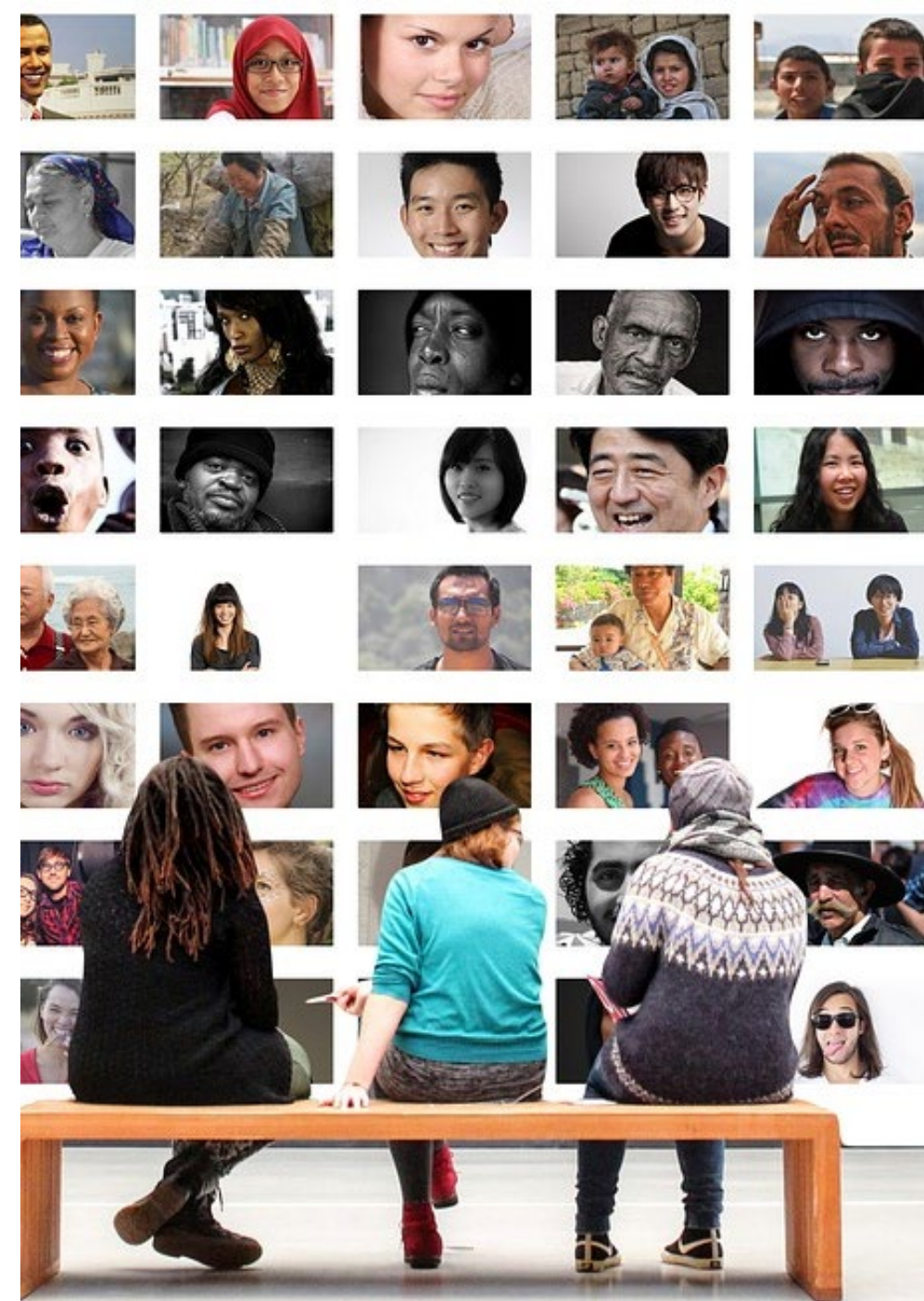
NIEDERSCHWELIGE ENGAGEMENTFORMEN ANBIETEN

- Zeitlich flexible Aufgaben mit inhaltlicher und zeitlicher Begrenzung
- Zum Beispiel (kleine) Projekte anbieten, die ein Engagement auf Zeit ermöglichen
- Interesse am Verein wird geweckt, Engagement kann sich stufenweise entwickeln



ZIELGRUPPENGERECHT KOMMUNIZIEREN

- Die „richtigen“ Worte und Kanäle wählen, um verschiedene Menschen, Generationen oder Geschlechter anzusprechen.
- Wen erreichen wir wie? Social-Media, Web, Veranstaltungen, Handzettel, Flyer, Zeitung, Messenger.
- Peer-to-Peer: Menschen finden, die den Ton auch treffen - z.B. Junge Menschen erreichen Jüngere besser.
- (Sprachliche) Barrieren erkennen und vermeiden.



AUSSCHREIBUNGEN BESSER GESTALTEN

- Konkrete Aufgaben beschreiben, statt “Ämter”
- Wen wollen erreichen? (Wording)
- Angaben über erforderliche Zeit machen
- Sozialen und persönlichen Benefit benennen
- Ggf. Unterstützung und Begleitung anbieten
- Freiwilligenagenturen ansprechen



PERSONEN UND AUFGABEN MATCHEN: UNTERSCHIEDLICHE ENGAGEMENTTYPEN

Rahmenbedingungen

- Viel - wenig Zeitressourcen
- Mobil – ortsgebunden

Arbeitsweise:

- Selbstständig – mit Unterstützung
- Im Team – allein
- Feste Zeiten - flexibel
- Digital - Analog
- Langfristig – kurzfristig
- Strukturiert – frei
- Eigener Gestaltungsspielraum – klare Vorgaben
- ---

Periodic Table of the Elements

1 H Hydrogen 1.008						5 B Boron 10.81	6 C Carbon 12.011	
						13 Al Aluminium 26.9815385	14 Si Silicon 28.085	
	7 Mn Manganese 54.938044	8 Fe Iron 55.845	9 Co Cobalt 58.933194	10 Ni Nickel 58.6934	11 Cu Copper 63.546	12 Zn Zinc 65.38	31 Ga Gallium 69.723	32 Ge Germanium 72.630
	43 Tc Technetium (98)	44 Ru Ruthenium 101.07	45 Rh Rhodium 102.90550	46 Pd Palladium 106.42	47 Ag Silver 107.8682	48 Cd Cadmium 112.414	49 In Indium 114.818	50 Sn Tin 118.710
	75 Re Rhenium 186.207	76 Os Osmium 190.23	77 Ir Iridium 192.217	78 Pt Platinum 195.084	79 Au Gold 196.966569	80 Hg Mercury 200.592	81 Tl Thallium 204.38	82 Pb Lead 207.2
	107 Bh Bohrium (270)	108 Hs Hassium (269)	109 Mt Meitnerium (278)	110 Ds Darmstadtium (281)	111 Rg Roentgenium (282)	112 Cn Copernicium (285)	113 Nh Nihonium (286)	114 Fl Flerovium (289)
	61 Pm Promethium (145)	62 Sm Samarium 150.36	63 Eu Europium 151.964	64 Gd Gadolinium 157.25	65 Tb Terbium 158.92535	66 Dy Dysprosium 162.500	67 Ho Holmium 164.93033	68 Er Erbium 167.259
	93 Np Neptunium (237)	94 Pu Plutonium (244)	95 Am Americium (243)	96 Cm Curium (247)	97 Bk Berkelium (247)	98 Cf Californium (251)	99 Es Einsteinium (252)	100 Fm Fermium (257)

ZU GUTER LETZT: LET IT GROW

Engagement im Verein stärken....

- ...verlangt regelmäßige Pflege und Aufmerksamkeit.
- ...ist mehr eine Langstreckendisziplin als ein Sprint.
- ...erfordert Einsatz und Ressourcen.
- ...lohnt sich!



A woman with a long, dark braid is shown from the chest up, wearing a light blue button-down shirt. She has a thoughtful expression, with her hand near her chin. The background is a dark grey color with several large, light grey question marks scattered across it. The text is overlaid on the image in white.

**DAS IST JA ALLES GANZ
NETT, ABER.....**

Und jetzt sind Sie dran!