



LEITFADEN

für Verbandsentwicklung und Mitgliedergewinnung

Arbeitsgemeinschaft Verbandsentwicklung



europa-union
deutschland



JUNGE
EUROPÄISCHE
FÖDERALISTEN

INHALTSVERZEICHNIS

Kapitel 1 – Analyse der Situation.....	5
Kapitel 2 – Willkommenskultur	8
Kapitel 3 – Intergenerationenarbeit	10
Kapitel 4 – Mitglieder aktivieren	13
Kapitel 5 – Mitgliederarbeit im Vorstand	15
Kapitel 6 – Kommunikation	17
Kapitel 7 – Partner	19
ANHANG – Willkommenskultur	21
ANHANG – Weitere Aktionen	22

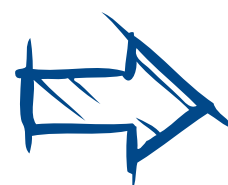


LIEBE AKTIVE UND ENGAGIERTE IN EUROPA-UNION UND JEF!

Ja genau, es geht hier um Sie und um Euch! Diejenigen, die in den Orts-, Kreis- und Landesverbänden die Arbeit planen, organisieren und koordinieren, die Mitglieder werben, motivieren und bei der „Stange“ halten müssen. Diejenigen, ohne die in unseren Verbänden nichts „läuft“ und die doch manchmal an (ihre) Grenzen stoßen. Die Zeiten für Ehrenamt und Freiwilligenarbeit, noch dazu im politischen Bereich, ändern sich. Doch wie können wir unter den gegebenen Rahmenbedingungen unseren Aufgaben und Ansprüchen gerecht werden? Wie können wir unseren Verband auf „Vordermann“ bringen? Einige Antworten darauf will dieser Leitfaden liefern und dazu ermuntern, insbesondere im Bereich der Mitgliederarbeit schlummernde Potenziale zu erkennen und zu nutzen.

Dieser Leitfaden kommt nicht von ungefähr

Unsere Verbände beobachten sich selbst und schauen über den Tellerrand hinaus. Gemeinsam haben wir uns bei verschiedenen Gelegenheiten mit den Herausforderungen auseinandergesetzt, vor denen unsere Verbände stehen. Das sind u.a. Herausforderungen der internen Zusammenarbeit zwischen Europa-Union (EUD) und Jungen Europäischen Föderalisten (JEF), der Wandel im Ehrenamt, die steigende Komplexität in der Verbandsarbeit, finanzielle Rahmenbedingungen und Entwicklungen, die von politischer und gesellschaftlicher Natur sind. Hinter diesen Herausforderungen stehen Fragezeichen, die den meisten von uns sicher nicht neu sind, aber auch viele bekannte Lösungsansätze! In den Akademien von EUD und JEF, in Workshops und am Rande von Gremiensitzungen haben sich Aktive aus den Landes- und Kreisverbänden mit Vertretern der beiden Bundesvorstände und -Geschäftsstellen auf den Weg gemacht, diese zu strukturieren. Im Ergebnis ist dieser Leitfaden entstanden, in den die Ideen aller beteiligten „Verbandsentwickler*innen“ von EUD und JEF eingeflossen sind.



Der Leitfaden zum Leitfaden

Der Leitfaden ist in sieben Bereiche der Mitgliederarbeit untergliedert. Jedem Kapitel ist eine kurze Zusammenfassung der Herausforderungen vorangestellt, vor denen wir in unserem Verband in dem jeweiligen Bereich stehen. Es folgen konkrete Handlungsempfehlungen, wie wir auf die Herausforderungen reagieren können. Anschließend werden einzelne Aktionen, Maßnahmen, Methoden und Veranstaltungsformate vorgestellt.

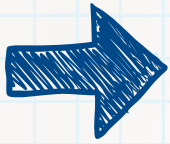
So mancher wird bei der Lektüre urteilen: „Das sind doch Binsenweisheiten!“ Stimmt. Viele der nachfolgenden Empfehlungen und Tipps sind Selbstverständlichkeiten, die jeder EUD/JEF-Vorstand kennen müsste. Doch handeln wir auch immer danach? Verlieren wir nicht manches Mal das Naheliegende aus dem Blick, sind quasi betriebsblind? Die Teilnehmenden unserer Workshops und Akademien jedenfalls waren sich einig: Wir müssen uns auch das scheinbar Selbstverständliche immer wieder bewusst machen und konsequent anwenden. Dafür müssen wir uns und unsere Arbeit auch immer wieder auf den Prüfstand stellen.

Den „Faden“ aufnehmen und weiterspinnen!

Wir wünschen eine anregende Lektüre! Aber wir hoffen, es bleibt nicht dabei: Wir wünschen vor allem viel Freude beim Ausprobieren und Umsetzen der hier präsentierten Ideen. Ihre und Eure Erfahrungen und Anregungen sind wichtig! Sie sollen diesen Leitfaden „leben“ lassen, indem er fortwährend weiterentwickelt wird. Wer Unterstützung braucht oder Ideen und Expertise einbringen möchte, kann sich an das Team Verbandsentwicklung von EUD und JEF und die Geschäftsstellen oder den Vorstand des eigenen Landesverbandes wenden. Das gilt auch für die Workshops zur Verbandsentwicklung auf den Gremiensitzungen des Bundesverbandes und der Landesverbände oder die jährliche EUD/JEF-Akademie. Jede und jeder kann sich einbringen, um gemeinsam unseren Verband weiterzuentwickeln!

Euer Team der Bundesarbeitsgemeinschaft Verbandsentwicklung von EUD und JEF



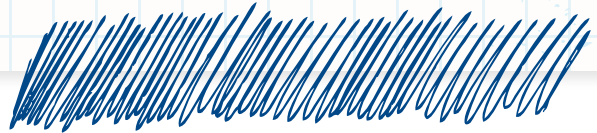


Kapitel 1

ANALYSE DER SITUATION

Wir stehen vor großen Herausforderungen - kein Grund, um den Kopf in den Sand zu stecken!

Die Ausgangslage für die Europa-Union und die JEF ist nicht einfach. Dafür sind vor allem gesellschaftliche Entwicklungen verantwortlich: Erstens haben sich Ehrenamt und Freiwilligenarbeit im Laufe der letzten 70 Jahre verändert, zweitens wachsen die Anforderungen an Ehrenamtliche von Seiten der Förderer, der Gesetzgeber und der Finanzämter ständig, drittens gibt es immer mehr ältere und weniger junge Menschen in diesem Land, viertens ist die EU in schlechter Verfassung und damit die Zustimmung zum europäischen Projekt in Gefahr. Höchste Zeit, das Potenzial, das in unserem Verband steckt, zu erkennen und besser zu nutzen!



1)

EHRENAMT IM WANDEL

Viele Menschen engagieren sich ehrenamtlich. Aber: Gesellschaftlicher Wandel, Ausbildung und Arbeitsleben erfordern heute mehr Flexibilität und Mobilität von uns allen. Das hat auch Auswirkungen auf das Ehrenamt: So sind immer weniger Menschen bereit, sich über Jahre oder sogar Jahrzehnte an einen Verein oder eine Organisation zu binden und sich einer einzigen Sache zu verschreiben. Das betrifft gerade auch das persönliche Engagement im politischen Bereich.

Stellen wir uns also darauf ein: Personen in Ämtern wechseln schneller, Leute engagieren sich für eine bestimmte Zeit in einem bestimmten Projekt, dann vielleicht für lange Zeit nicht mehr, manchmal kommen sie für ein anderes Projekt zurück. Viele haben nicht (mehr) die Zeit und Gelegenheit, regelmäßig mehrere Stunden in Vereinszimmern oder komplette Wochenenden weit weg von Familie und beruflichem Umfeld zu verbringen. Das bedeutet für uns:

- a) Wir müssen permanent Aktive gewinnen und uns überlegen, wie das systematisch funktionieren kann. Beispielsweise, indem wir die Zusammenarbeit zwischen JEF und EUD stärken und frühzeitig JEF-Mitglieder in die Arbeit der Europa-Union einbinden. Dabei sollten wir nicht nur die Jungen im Blick behalten, denn auch die Generation 60+ hat viel zu bieten. Oft haben diese Menschen am Ende ihres Arbeitslebens wieder mehr Zeit und Lust, sich zu engagieren. Sie bringen wertvolle Erfahrungen aus Familie und Beruf mit. Auch in unserem persönlichen Umfeld schlummert so manches Potenzial: Wir können Kinder, Kindeskindern, Omas und Opas, Schüler*innen, Kommilitonen*innen, Tanten und Onkel, Auszubildende und Kolleg*innen für die Arbeit der JEF und EUD motivieren. Kurz gesagt: Wir sollten Menschen im eigenen Umfeld ansprechen, die sich engagieren wollen und an Europa interessiert sind. Auch die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden hilft, neue Zielgruppen zu erreichen.
- b) Wir müssen die Arbeit und Aufgaben im Verein „projektfähig machen“. Das bedeutet, sie zeitlich zu begrenzen und auf viele Schultern zu verteilen. Wie machen wir das? Indem wir „die Arbeit“, so weit möglich, in kleine „Portionen“ einteilen, Mitglieder persönlich ansprechen und um konkrete Unterstützung bitten.

Beispiele:

- Wir brauchen für unser Sommerfest noch Brot oder Getränke. Wir gehen gezielt auf einzelne Mitglieder zu: „Kannst Du das bitte besorgen?“ oder „Können wir bitte zusammen einkaufen gehen?“
 - Mein Kreisverband veranstaltet einen Diskussionsabend, den ich moderiere. Ich bitte andere Mitglieder um Unterstützung und frage konkret die Einzelnen an, ob sie mir entweder Informationen zu bestimmten Referenten*innen zusammenstellen, Fotos machen oder Schlagwörter mitschreiben können.
- c) Wir müssen zeitgemäße Instrumente für die innerverbandliche Kommunikation nutzen und neue Formate der Beteiligung und Einbeziehung unserer Mitglieder finden. Gedankenaustausch, Absprachen und Beratungen sind heute möglich, ohne dass man physisch zusammenkommen muss: Gruppengespräche in kostenlosen virtuellen „Konferenzräumen“ sind ebenso möglich wie die gemeinsame schriftliche Bearbeitung von Dokumenten – unabhängig vom persönlichen Standort. Der Einsatz und die clevere Nutzung der elektronischen und Sozialen Medien spart nicht nur Zeit und Geld, sondern lässt auch Leute an der Arbeit und Kommunikation teilhaben, die nicht vor Ort präsent sein können.

2) PROFESSIONALISIERUNG DES EHRENAMTS IST NOTWENDIG

Auch Vereine müssen sich an die Vorgaben und Richtlinien des Gesetzgebers und der Finanzämter halten. Das Argument, „Wir setzen uns ja für eine gute Sache ein“, lassen Förderer und Finanzämter als Ausrede bei Versäumnissen nicht gelten. Es wird kein Auge mehr zugezückt, wenn wir Fristen nicht einhalten, unberechtigt Spendenbescheinigungen und unvollständige Förderanträge einreichen oder fehlerhafte (Ab-)Rechnungen erstellen.

Auch unsere Mitgliederverwaltung und Öffentlichkeitsarbeit müssen den Anforderungen eines modernen Verbandsmanagements genügen. Erfolgreiche Kommunikation nach innen und außen setzt heute den Einsatz von moderner Technik, innovativer Methoden und professionellen Knowhows voraus. Das bedeutet, dass wir uns als Funktionsträger und Aktive aus Kreis- und Landesverbänden regelmäßig fortbilden müssen. Es müssen keine teuren Fortbildungen externer Dienstleister sein! Wir können auf unser Verbandsnetzwerk und das hier versammelte Wissen und den Erfahrungsschatz anderer zurückgreifen: Das Team der Bundesgeschäftsstelle, Landesgeschäftsführer*innen, Kreisgeschäftsführer*innen sowie Aktive aus anderen EUD- und JEF-Verbänden können in unterschiedlichen Bereichen Tipps und Tricks weitergeben. Seien wir offen dafür, Rat einzuholen! Oft reicht es aus, eine Frage in den Verband zu tragen, zum Beispiel während der Kaffeepause auf einer Landesversammlung, einem Bundesausschuss oder in einem Workshop bei einer Klausurtagung. Wir haben viele Expert*innen in unseren Reihen. Landesverbände und Bundesverband bieten zudem Seminare und Verbandsakademien an, die allen Mitgliedern offen stehen. Auch der Austausch mit anderen Vereinen und NGOs kann hilfreich sein.

3) DEMOGRAPHISCHE ENTWICKLUNG

Seit 1972 sterben in der Bundesrepublik mehr Menschen als geboren werden. Nach Adam Riese gibt es in der Konsequenz immer weniger junge Menschen. Um diese konkurrieren viele Vereine, Initiativen oder NGOs. Umso wichtiger sind die Zusammenarbeit von EUD und JEF und die Heranführung der aktiven JEFer*innen an die Europa-Union. Die demographische Entwicklung führt aber auch dazu, dass es mehr Menschen im mittleren und höheren Alter gibt, die jung geblieben sind und sich engagieren möchten. Auf diese müssen wir uns mehr konzentrieren, vor allem, wenn es um spezifische Zielgruppen geht.

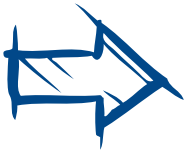
Unser Verband hat in einigen Bereichen große Potenziale: So ist die Gruppe der 35- bis 60-jährigen, also der Leute, die durch Familie und Beruf stark eingebunden sind, „ausbaufähig“. Auch Frauen sollten als Neumitglieder und Vorstände verstärkt in den Blick genommen werden. Während sich die großen und mittelgroßen Verbände um ihre Mitgliederbestände sorgen, ist in den „neuen“ Bundesländern bei der Mitglieder-

gewinnung Luft nach oben. Insgesamt gilt: Alle Verbände von JEF und Europa-Union müssen Neumitglieder gewinnen. Der demographische Wandel macht dies für uns zu einer Herausforderung, auf die wir noch keine abschließenden Antworten gefunden haben. Daran arbeiten wir gemeinsam.

4) DIE EU IN SCHLECHTER VERFASSUNG

Viele Menschen sind enttäuscht von der gegenwärtigen Lage, in der sich die EU befindet. Viel zu viele wenden sich von der europäischen Einigung ab, weil sie diese nicht mehr als Garant für sozialen Wohlstand erleben und die bestehende Ordnung als ungerecht empfinden. Auch wenn vor allem die nationalen Regierungen einen Großteil der Verantwortung dafür tragen, wird „Brüssel“, also den europäischen Institutionen, oft die „Schuld“ in die Schuhe geschoben. Auch unsere Verbände haben das zu spüren bekommen und Mitglieder verloren, die aus politischen Gründen ihren Austritt erklärt haben. Diese Tendenz hat sich durch die „Brexit-Entscheidung“ und die Wahl Donald Trumps zum US-Präsidenten glücklicherweise umgekehrt, zumindest aber abgeschwächt. Die reale Gefahr des Zerbrechens der EU hat viele Menschen wachgerüttelt und dazu geführt, dass sich neue „pro-europäische“ Initiativen gebildet haben. Dieses Momentum sollten wir nutzen. Denn wir haben die Rezepte, wie es in der EU besser laufen kann. Bei uns kann sich jede und jeder, denen Europa wichtig ist, nachhaltig engagieren und die Zukunft mitgestalten. Das unterscheidet uns von vielen der neuen Grassroot-Bewegungen. Umso wichtiger ist es, auf die „Straße“ zu gehen und unsere Angebote an die Bürger*innen heranzutragen. Dabei sollten wir die Chance nutzen, uns um Menschen zu bemühen, die an pro-europäischen Kundgebungen teilnehmen und bereit sind, sich längerfristig zu engagieren.

SCHLUSSFOLGERUNGEN



a) Stellen wir die Arbeit unseres Vereins auf den Prüfstand:

Erreichen wir mit unseren Projekten und Veranstaltungen unsere Ziele? Sind unsere Herausforderungen individuell, oder stehen andere Kreis- und Landesverbände oder gar unsere Schwesterverbände in Europa vor ähnlichen Problemen?

Nur, wenn wir diese Fragen stellen und ehrlich beantworten, können wir darauf reagieren und strategisch an Lösungen arbeiten!

b) Nehmen wir unsere potenziellen und aktuellen Mitglieder in den Blick:

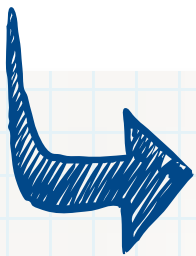
Welche Rahmenbedingungen finden wir in unserer Region für die Mitgliederwerbung und -einbindung vor? Wie ist die Bevölkerungsstruktur? Welche Menschen wollen und können wir mit unseren Angeboten erreichen? Und: Kennen wir unsere Mitglieder – ihre Erwartungshaltung, ihre Bedürfnisse und was sie in unseren Verband einbringen können?

Nur, wenn wir wissen, welche strukturellen Gegebenheiten wir vorfinden, welche Interessen unsere Mitglieder haben, wo Unzufriedenheit herrscht und welche Trends insgesamt auf uns zukommen, können wir strategisch handeln!

c) Identifizieren wir strukturelle oder organisatorische Herausforderungen, die unsere Arbeit erschweren oder gar behindern:

Sind unsere Mitgliederlisten vollständig? Haben wir alle Kontaktdaten erfasst? Ist die Höhe unserer Mitgliedsbeiträge – gemessen an der Kostenentwicklung – noch hinreichend? Ist die Beitragsbefreiung bzw. -reduzierung für einzelne Mitglieder oder bestimmte Personengruppen (noch) gerechtfertigt? Gibt es in unseren Reihen Vorstandsmitglieder, die neue Ideen blockieren? Oder: Sind wir in einem Flächenland mit weiten Anfahrtswegen und damit einhergehenden hohen Reisekosten konfrontiert?

Nur, wenn wir Schwachpunkte, Potenziale und Chancen erkennen, bleiben wir nicht hinter unseren Möglichkeiten zurück! In anderen Kreis- und Landesverbänden oder in der Bundesgeschäftsstelle gibt es vielleicht bereits gute Lösungsansätze oder Ideen, wie diese Herausforderungen anzugehen sind.



Kapitel 2

WILLKOMMENSKULTUR

Warum ist Mitgliederarbeit wichtig? Ohne Mitglieder kein Verband! Keine Debatten, keine Kampagnen, keine Sichtbarkeit, keine Förderung ..., sprich: keine Zukunft. Zufriedene Mitglieder sind DIE Grundlage für unsere Arbeit und die beste Werbung für unseren Verband und seine Ziele. Sie sind Botschafter, die unsere Forderungen unterstützen und verbreiten. Sie erhöhen die Kampagnenfähigkeit vor Ort, tragen zur Meinungsbildung auf den verschiedenen Verbandsebenen bei, beginnend auf lokaler Ebene. Sie bringen ihre Kreativität und ihre Ideen ein, stärken die finanzielle Basis für unsere politische Arbeit, werben neue Mitglieder. Deshalb nicht vergessen: Ehrenamt soll Spaß machen. Wer sich wohl fühlt, ist motiviert, sich zu engagieren, und mit Freude dabei.

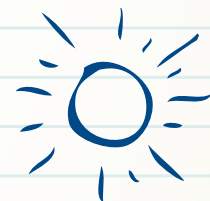
Unsere Handlungsempfehlungen

In Kürze: Wir leben unser Ideal eines offenen, integrierten, demokratischen Europas in unserem Verband. So sorgen wir dafür, dass unsere (zukünftigen) Mitglieder sich angesprochen, ernst genommen, als Teil einer Gemeinschaft und pudelwohl fühlen. Dann schaffen wir es, (Neu)Mitglieder bei der Stange zu halten und können auf ihr Engagement hoffen. Probleme in Vereinen sind in der Regel „Beziehungsprobleme“ zwischen Menschen, es „menschelt“ überall! Mit Offenheit, Ehrlichkeit und Respekt beugen wir dem vor.

Wir müssen uns fragen: Was hält uns selbst in der EUD und JEF?

Unsere ideale Vereinskultur

- Werte, Traditionen und Wissen werden weitergegeben.
- Es wird offen mit Konflikten umgegangen.
- Fehler werden eingestanden und offen angegangen.
- Es ist Platz für Jedermann und Jedefrau und insbesondere junge Leute. Wir leben Vielfalt bei unterschiedlichen persönlichen Hintergründen, Meinungen, Interessen und der Motivation unserer Mitglieder.
- Es ist Platz für Ideen und Engagement.
- Es ist Platz für Expertise.
- Geselligkeit wird gelebt, ein Wir-Gefühl entwickelt, gefördert und kommuniziert.
- Wertschätzung und Dank, Lob und Anerkennung werden praktiziert.



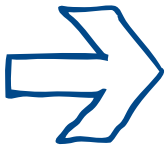
AKTION I: Vom Mitgliedsantrag zum glücklichen Mitglied

Was ist zu tun:

Sobald ein Mitgliedsantrag eintrifft, steht eine unumgängliche Routine an, die z.B. so aussehen kann:

Als erstes erfassen wir das Mitglied in unserer Mitgliederverwaltung, nehmen also die Daten in das Mitgliederverwaltungssystem auf. Der Kreis- und/oder Landesverband schickt das Begrüßungsschreiben (siehe Aktion II) mit Kontaktadressen, Terminen und den letzten Verbandsveröffentlichungen (z.B. Rundschreiben oder Newsletter, die EUD-Mitgliederzeitung „Europa aktiv“, den Link zum „Treffpunkt Europa“ der JEF). In der Regel übernimmt der Kreisverband die persönliche Ansprache (Brief oder E-Mail, besser noch: ein Anruf) mit Einladungen (z.B. zum Stammtisch, zu einem Kaffee oder Bier, zur Facebook-Gruppe etc.). Ggf. stellen wir ein Neumitglied-Paten-Tandem zusammen (siehe Kapitel 4 „Mitglieder aktivieren“).

Aufgrund unserer föderalen Verbandsstrukturen können Mitgliedsanträge auch beim Bundes- oder Landesverband „landen“. Geht beispielsweise ein Mitgliedsantrag beim Bundesverband ein, wird dieser an den zuständigen Landesverband weitergeleitet (Wohnort des Neumitglieds ist entscheidend), der wiederum den Kreisverband kontaktieren muss. Der Bundesverband informiert das Neumitglied, wie mit seinem Antrag verfahren wird und weist daraufhin, dass sich der Landesverband bei ihm oder ihr meldet. Kommt der Mitgliedsantrag dann endlich beim Kreisverband an, geht es wie oben beschrieben weiter.



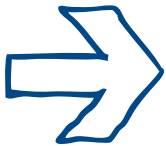
Was ist zu beachten:

Keine Zeit verstreichen lassen zwischen dem Beitritt und der Kontaktaufnahme! Sonst kommen Nachfragen; im schlimmsten Falle verlieren wir die Interessenten direkt wieder. Die Daten des Neumitglieds vollständig und korrekt in der Mitgliederverwaltung erfassen (Adresse, E-Mail, Telefon, Bankverbindung und Geburtsdatum)! Nichts ist ärgerlicher als fehlende oder fehlerhafte Mitgliedsdaten.

AKTION II: Das Begrüßungspaket

Was ist zu tun:

Wir begrüßen das Mitglied persönlich oder auf schriftlichem Wege (per Post oder E-Mail). Das „Begrüßungspaket“ kann unterschiedlich gestaltet werden. Beispiele dafür sind: der Willkommensbrief (Vorlage siehe Anhang), ein Willkommenstreffen (siehe hierzu Kapitel 4 „Mitglieder aktivieren“), ein Willkommensgeschenk (z.B. Mitgliedsaufkleber oder Aufkleber EU-Bürger*in, EUD-Pin oder -Kugelschreiber, aktuelle Verbandspublikationen), die Vorstellung des neuen Mitglieds im Newsletter, die persönliche Vorstellung auf einer Mitgliederversammlung, eine Einladung in die Geschäftsstelle.



Was ist zu beachten:

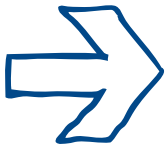
Die Begrüßung des Neumitglieds muss zügig erfolgen. Das sollte möglichst nicht standardisiert, also nach „Schema F“, geschehen, sondern individuell und mit persönlicher Ansprache. Das Mitglied muss sich willkommen fühlen, ihm bzw. ihr muss echtes Interesse signalisiert werden. Dazu gehört z.B. auch, nach seinen/ihren Interessen und persönlichen Stärken bzw. Fähigkeiten zu fragen. Das ist die Eintrittskarte in eine gute Beziehung zu unserem neuen Mitglied und für sein/ihr zukünftiges Engagement! Wichtig ist auch, dass beide Verbände – EUD und JEF – sichtbar werden: Wir begrüßen das neue Mitglied in beider Namen.

AKTION III: Laufende Bindung unserer Mitglieder

Was ist zu tun:

Wir vergessen unsere Mitglieder nicht und zeigen es ihnen! Wir denken an ihre Geburtstage oder persönlichen Jubiläen! Das setzt natürlich voraus, dass unsere Mitgliederverwaltung „auf Vordermann“ ist und die erforderlichen Daten erfasst sind. Ereignisse wie Weihnachten nehmen wir ernst und zum Anlass, neben unseren Wünschen

Danke zu sagen. (Wenn es keine Karte wird, dann ist auch eine – leicht zu gestaltende – E-Mail legitim.) Außerdem: Kommunikation ist das A und O (siehe Kapitel 6). Ein engagiertes Mitglied hat zum Beispiel länger nichts von sich hören lassen? Dann rufen wir an und fragen nach, ob alles in Ordnung oder was vorgefallen ist.



Was ist zu beachten:

Nicht Neugier, echtes Interesse an unseren Mitgliedern und Mitstreiter*innen treibt uns an! Das gilt es zu hinterfragen und im Blick zu behalten: Wie können wir ihnen Dank und Anerkennung für ihre Unterstützung und ihr Engagement zollen? Welchen persönlichen Mehrwert können wir ihnen über unsere Verbände bieten? Sind es beispielsweise interessante Kontakte über unser bundes- und europaweites Netzwerk oder die persönliche Begegnung mit bekannten Persönlichkeiten oder wichtigen Entscheidungsträger*innen? Oder: In welchen Bereichen können die Mitglieder ihre Expertise einbringen?

Wen brauchen wir dafür?

Eine*n Verantwortliche*n für Mitglieder und Neumitglieder. Ggf. delegiert diese*r Verantwortliche den Versand des Begrüßungspakets an jemand anderen weiter. Ggf. Freiwillige für das Neumitglied-Paten-Tandem.

An wen richtet sich die Aktion?

An jedes einzelne Mitglied!

Was könnte schiefgehen?

Eigentlich nichts! Sollte das (Neu)Mitglied signalisieren, dass es lieber ein stilles Mitglied sein möchte, ist das selbstverständlich völlig in Ordnung.

Was erreichen wir?

Das Mitglied erfährt, was im Verband los ist und wie man am Verbandsleben teilhaben und mitwirken kann. Es ist informiert und kann sich selbst informieren. Es wird wertgeschätzt und dazu motiviert, sich zu engagieren.



Kapitel 3



INTERGENERATIONEN- ARBEIT

Die Zusammenarbeit von Jungen und Jüngeren

Die Europa-Union wird es in 70 Jahren nur dann noch geben, wenn sie es schafft, junge Menschen als Mitglieder zu gewinnen und zu binden. Durch die Anerkennung der JEF als Jugendverband der Europa-Union ist die Voraussetzung dafür vor langer Zeit geschaffen worden. Die Realität hinkt häufig noch hinterher. Andererseits braucht die JEF die EUD ebenso an ihrer Seite. Die Strukturen der Europa-Union sind meist länger vorhanden und die handelnden Personen wechseln seltener. Für die JEF bedeutet das verlässliche Ansprechpartner. JEF-Mitglieder können sich die Erfahrung der Europa-Union zunutze machen, zum Beispiel im Umgang mit öffentlichen Einrichtungen, anderen Verbänden und potenziellen Förderern. JEF und Europa-Union können viel voneinander lernen und profitieren.

Europa-Union und JEF müssen auf Augenhöhe zusammenarbeiten und dies auf allen Ebenen.

Unsere Handlungsempfehlungen

1) Zusammenarbeit von Verband zu Verband

Wir brauchen eine institutionelle Zusammenarbeit, deren Bedingungen und Rahmen in einer Vereinbarung festgehalten werden. Egal, ob auf Bundes-, Landes- oder Kreisebene. Dazu gehören gegenseitige Vertreter*innen in den Vorständen, gemeinsame Gremiensitzungen und Projekte und nicht zuletzt, wenn möglich, die finanzielle Ausgestaltung der Zusammenarbeit. Und ganz wichtig: Die Vereinbarung muss natürlich mit Leben gefüllt werden! Vom informellen Gespräch über gemeinsame Treffen bis hin zur konstruktiven Auseinandersetzung, bei der auch mal die Meinungen auseinandergehen können.

2) Zusammenarbeit vor Ort

Junge Menschen müssen in die Verbandsarbeit der EUD integriert werden. Sie bringen neue Ideen, Methoden und Motivation mit, haben aber oft nur wenig Zeit oder halten sich nur für eine absehbare Zeit an einem Ort auf. Sie kommunizieren anders und mit anderen Mitteln. Nicht vergessen und nutzen! Zu den neuen Kommunikationsmitteln gehören Facebook, WhatsApp, E-Mail, Twitter und viele mehr (siehe auch Kapitel 6 „Kommunikation“). Die Basis der Zusammenarbeit ist gegenseitiger Respekt und Offenheit. Dies gilt in gleicher Weise für Aktive der JEF. Die Europa-Union kann auf langjährige Erfahrung und etablierte Strukturen zurückgreifen und so für die JEF so manche Tür öffnen und Kontakte beispielsweise zu Referenten herstellen. Nur weil Veranstaltungen, Strukturen oder Abläufe lange erprobt sind, sind diese nicht gleich überholt. Europa-Union und JEF können gleichermaßen von der Zusammenarbeit profitieren. Dazu bedarf es Mut und in vielen Fällen bedeutet es auch, einen Vertrauensvorschuss zu geben, ohne zu wissen, ob es funktioniert oder sich auszahlen wird.

WIE KÖNNEN EUROPA-UNION UND JEF KONKRET ZUSAMMENARBEITEN ?

AKTION I: Mit Hilfe von jüngeren Mitgliedern eine Facebook-Seite für einen EUD-Kreisverband aufbauen

Was ist zu tun:

Unser Kreisverband hat noch keine Facebook-Seite? Dann sind junge Mitglieder gute Ansprechpartner! Zuerst gilt es zu überlegen: Welche Unterstützung brauchen wir beim Aufbau der Seite, und welche Ziele wollen wir damit erreichen? Geht es uns zum Beispiel um die Bewerbung eigener Veranstaltungen und die Berichterstattung darüber, oder wollen wir generell unsere Öffentlichkeitsarbeit stärken? Mit unserem Anliegen wenden wir uns direkt (per Telefon oder Mail) an potenzielle Mithelfer*innen. Im Gespräch wird erfragt, ob und in welchem Maße sich das junge Mitglied einbringen kann und möchte. Wenn sich die Person zur Mitarbeit bereit erklärt hat, wird zeitnah ein Treffen verabredet, am besten an einem neutralen Ort mit Internetzugang. Wir sprechen über unsere Erwartungen, wie viel Zeit jeder investieren kann und möchte und wer beim „Projekt Facebook-Seite“ möglicherweise noch mithelfen kann. Es wird gemeinsam überlegt, wie die Facebook-Seite aussehen soll. Dann geht es an den Aufbau der Seite.



Was ist zu beachten:

Der Aufbau einer Facebook-Seite ist kein Hexenwerk. Allerdings sind bestimmte Vorgaben zu beachten, und es bedarf einiger Abstimmung, u.a. welche Informationen über den Verband veröffentlicht oder welche Fotos genutzt werden sollen. Mehr dazu im Anhang dieses Leitfadens; dort finden sich praktische Tipps zum Aufbau einer Facebook-Fanseite.

Wen und was brauchen wir dafür?

Voraussetzung ist der Wille im Vorstand, die Öffentlichkeitsarbeit voran zu bringen. Es



braucht einen Internetzugang und eine Person mit Facebook-Profil.

An wen richtet sich die Aktion?

An Vorstände und „einfache“ Mitglieder von EUD und JEF.

Was könnte schiefgehen?

Die Facebook-Seite kommt nicht an oder wird nicht fertig. Landes- und Bundesverband helfen gerne bei Fragen zur Öffentlichkeitsarbeit und zu anderen Bereichen.

Was erreichen wir mit der Aktion?

Wir können die Reichweite unserer Öffentlichkeitsarbeit um ein Vielfaches steigern und stärken gleichzeitig den Zusammenhalt von EUD und JEF.

AKTION II: „Alte Hasen“ geben Tipps, wie man an Geld für gute Aktionsideen kommt.

Was ist zu tun:

Der JEF-Kreisverband hat eine lustige Idee für eine Aktion zur Mitgliederwerbung. Dafür braucht es Material, möglichst viel davon! Woher das Geld dafür nehmen, stellt sich die Frage. Da lohnt ein Anruf beim Vorsitzenden der Europa-Union (es kann auch ein anderes Vorstandsmitglied sein). Der EUD-Vorstand macht „den Job“ meist viel länger und hat für eigene Projekte bestimmt schon Gelder eingeworben. Wir verabreden ein Treffen und überlegen uns vorher: Was sind die Ziele der Aktion? Welches sind die Zielgruppen? Und was wird die Aktion ungefähr kosten? Wie viel Geld sollen andere beisteuern? Bei unserem Gespräch tauschen wir uns über Fördermöglichkeiten aus. Wir bitten die Europa-Union um Unterstützung bei der Suche nach Spendern und Förderern. Wenn wir den Vorstand der Europa-Union von unserer Idee überzeugen können, schaffen wir es bestimmt auch bei anderen.

Was ist zu beachten:

Förderer und Spender zu finden ist nicht so leicht, wir sollten keine Wunderdinge erwarten.



Wen und was brauchen wir dafür?

Vorstände von EUD und JEF. Zeit für gemeinsame Gespräche.

An wen richtet sich die Aktion?

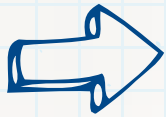
An Vorstände von EUD und JEF.

Was könnte schiefgehen?

Wir haben zu hohe Erwartungen; es könnte passieren, dass keine Förderung aufgetan wird. Trotzdem: Einen Versuch ist es wert.

Was erreichen wir mit der Aktion?

JEF und Europa-Union arbeiten zusammen und versuchen, gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen.



Kapitel 4

MITGLIEDER AKTIVIEREN



Zufriedene Mitglieder sind das beste Aushängeschild und die beste Werbetrommel für unsere Verbände. Zudem sind die Beiträge engagierter Mitglieder unverzichtbar für all unsere Aktivitäten. Ein mitgliederstarker Verband vereint beides: Er verleiht unseren politischen Vorstellungen Gewicht und birgt Potenziale, unsere Arbeit in Zeiten sinkender Bereitschaft zum Ehrenamt kreativ, modern und professionell aufzustellen.



Unsere Handlungsempfehlungen

In Kürze: Persönliche Ansprache und das Prinzip von Pat*innen anwenden. Mitglieder strategisch fördern und fordern.

Denken wir einmal darüber nach, was uns selbst dazu bewogen hat, aktiv zu werden. Wie haben uns andere Mitglieder dabei unterstützt, informiert und „geködert“? Was hat uns überzeugt, unsere Zeit und Energie in den Verband „zu stecken“? Und was hält uns heute im Verband, was treibt uns an? Die Chancen stehen gut, mit den Antworten auf diese Fragen den Schlüssel für die Mobilisierung von Mitgliedern in der Hand zu halten.

AKTION I: Ein Neumitglied nimmt zum ersten Mal an einer Vorstandssitzung oder an einem Stammtisch teil.

Was ist zu tun:

Schritt 1: Wir rufen das Neumitglied an und laden es zu der Zusammenkunft ein. Dabei erzählen wir, wie die Treffen ablaufen, was diesmal auf der Tagesordnung steht und warum, was das Ziel der Sitzung ist und wer sonst noch da sein wird. Wenn wir Interesse spüren, können wir etwas weiter gehen: Wir fragen nach den Interessen des Neumitglieds, anderweitigem Engagement und Erfahrungen.

Schritt 2: Wir treffen uns eine halbe Stunde vor Sitzungsbeginn mit dem Neumitglied – gerne auf einen Kaffee, ein Bier oder eine Apfelschorle. Bei einem Getränk können wir uns ungezwungen über Erwartungen und Vorlieben unterhalten. Während der Sitzung setzen wir uns in die Nähe des Neumitglieds. Wir beginnen mit einer Vorstellungsrunde. Jede*r Teilnehmer*in darf sich kurz den anderen vorstellen. Während der Beratung achten wir darauf, dass Abkürzungen oder Anspielungen erklärt werden.



Was ist zu beachten:

Wenn keine geeignete Sitzung in Sicht ist, verabreden wir uns alleine oder im kleinen Kreis von ein bis zwei weiteren Aktiven mit dem Neumitglied. So viel wie möglich auf Fragen des Mitglieds eingehen! Ist er/sie an unseren politischen Forderungen interessiert, erwähnen wir das Hertensteiner und unser Grundsatzprogramm, weisen auf thematische Arbeitsgruppen zu seinem/ihrer Interessengebiet und auf Beschlüsse unserer Verbände hin, die wir ihm/ihr anschließend zusenden. Wir bieten an, ihn/sie in Kontakt mit Mitgliedern zu bringen, die sich vor Ort mit programmatischen Fragen beschäftigen. Hat er/sie Interesse erkennen lassen, eine Veranstaltung mit zu organisieren, informieren wir über die nächsten anstehenden Termine. Hat er/sie Lust zu schreiben, lassen wir ihn/sie wissen, dass Beiträge für unsere Mitgliedermagazine „Europa aktiv“ oder „Treffpunkt-Online“ ebenso wie Stellungnahmen auf unserer Facebook-Seite willkommen sind und an der Homepage mitgearbeitet werden kann.

AKTION II: Pat*innen (Mentor*innen) insbesondere für Nachwuchs (das bedeutet nicht zwingend junge Leute!) benennen

Was ist zu tun:

Wir suchen nach Mitgliedern, die Interesse an Mitgliederarbeit oder der Übernahme von spezifischen Aufgaben haben. Diese Aktiven bitten wir, als Ansprechpartner*innen für (Neu)Mitglieder zur Verfügung zu stehen und auf diese zuzugehen. Der/die Pat*in findet heraus, woran das Mitglied interessiert ist, fördert und fordert es (siehe hierzu Aktion I).

Was ist zu beachten:

Mitglieder nicht mit unseren Erwartungen und Wünschen „überfahren“! Zeit geben, um uns und den Verband kennenzulernen! Ist die Bereitschaft vorhanden, eine bestimmte Aufgabe zu übernehmen, legt der/die Pat*in mit dem Mitglied gemeinsam ein Ziel fest. Das ist der Rahmen, in dem das Mitglied sich „entfalten“ kann, und dieser steht für einen konkreten und relevanten Beitrag zur Verbandsarbeit insgesamt.

Wen und was brauchen wir dafür?

Ein Telefon und die Telefonnummer des (Neu)Mitglieds. Zeit für ein informelles Treffen. Ein bisschen Menschenkenntnis und Feinfühligkeit. Bei der Kontaktaufnahme kann das Willkommenspaket zur Begrüßung helfen.

An wen richtet sich die Aktion?

An alle Mitglieder. Unsere Mitglieder haben viele Potenziale, die entdeckt werden wollen. Jeder mag eigene Vorlieben und Bedürfnisse haben, wie er/sie sich einbringen kann und möchte. Unabhängig von Ämtern und Wahlfunktionen viele mitnehmen, lautet die Devise.

Was könnte schiefgehen?

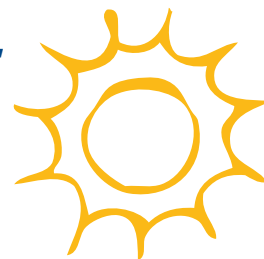
Wir und unsere Mitglieder sind überfordert, was das Zeitbudget angeht. Deshalb: Kleine Schritte vornehmen! Machen wir uns bewusst, wie viel Zeit wir selbst bereit sind zu investieren, und klären wir, wie viel Zeit andere bereit und in der Lage sind zu investieren. Ein persönliches Treffen in drei Monaten mag beispielsweise reichen!

Wir und unsere Mitglieder sind überfordert, was das Können angeht. Deshalb: Gemeinsam klare Ziele und Etappen definieren! Wir sprechen darüber im Vorstand oder in der Gruppe der Aktiven. Wir erzählen – z.B. im Newsletter – eine Geschichte darüber, was ein Mitglied gerade macht und was der Beitrag dem Verband bringt. Das motiviert und bringt Anerkennung. Grenzen sind Chancen für Kreativität. Sie bedürfen eines guten Managements und klarer Kommunikation nach innen und außen!

Was erreichen wir mit der Aktion?

Glückliche und zufriedene Mitglieder = aktive Mitglieder = Leute, die unseren Verband beleben und stärken.

Wie wir sehen, gibt es viele kleine einfache Kniffe, mit denen wir Mitglieder „glücklich“ machen und einbinden können. Auf geht's!





Kapitel 5

MITGLIEDERARBEIT IM VORSTAND

Keine Mitglieder = Kein Vorstand = Kein Verein

Diese Gleichung sagt im Grunde alles. Der Vorstand arbeitet für die aktuellen und zukünftigen Mitglieder, die ihn durch die Wahl einsetzen; unter den Mitgliedern befinden sich auch die Nachfolger der Funktionsträger. EUD und JEF verstehen sich als Mitgliederverbände. Das heißt für jeden Vorstand: Er muss sich mit der Mitgliederentwicklung und der Mitgliederarbeit auseinandersetzen, wie Zähneputzen zur Morgentoilette gehört. Dazu braucht es Informationen über die eigenen Mitglieder, über Ein- und Austritte, Kontaktdaten und bestenfalls weitere Angaben. Die gute Nachricht: Die Einführung des gemeinsamen Mitgliederverwaltungssystems von EUD und JEF hat die Pflege der Mitgliedsdaten vereinfacht. Unsere Empfehlung für alle Kreis- und Landesverbände: Unbedingt nutzen! Es braucht dafür eine verantwortliche Person, die für die Mitgliederverwaltung zuständig ist. Kann der Vorstand auf gut gepflegte Daten zurückgreifen, kann es losgehen mit der Mitgliederarbeit.



Unsere Handlungsempfehlungen

Nach erstens – die Mitgliederverwaltung im Griff haben und auf aktuellem Stand halten – folgt zweitens: Der Vorstand behält die Mitgliederentwicklung im Blick, analysiert sie regelmäßig, zieht Schlüsse und beschließt Maßnahmen.

AKTION: Klausurtagung zum Thema Mitgliederentwicklung

Der Vorstand widmet sich bei einer Klausurtagung dem Thema Mitgliederentwicklung. Wir wählen dazu einen Ort, an dem wir ungestört und in Ruhe arbeiten können. Zur Vorbereitung der Klausurtagung stellt der/die Verantwortliche für die Mitgliederverwaltung einen kurzen Überblick zur Entwicklung zusammen: Wie viele Personen haben ihre Mitgliedschaft gekündigt, sind die Gründe dafür bekannt? Wie viele sind verstorben? Gibt es Mitglieder, die unter den bekannten Kontaktdaten nicht mehr erreichbar sind? Last but not least, wie viele „Neuzugänge“ kann der Verein verzeichnen? Wissen wir, wer diese Personen sind? Wie sieht die Altersstruktur unseres Verbandes aus? Die blanken Zahlen allein reichen nicht. Sie wollen ausgewertet und interpretiert werden. Aus den Daten ziehen wir unsere Schlüsse und setzen sie in einen breiteren Kontext. Gibt es zum Beispiel Entwicklungen in Europa, in Deutschland oder der Region, die einen Rückgang der Mitglieder erklären können, oder liegt es möglicherweise an uns selbst (siehe dazu Kapitel 1 „Analyse“)? Unsere Erkenntnisse müssen wir in konkrete

Maßnahmen umsetzen! Dabei ist der Austausch zwischen den Vorstandsmitgliedern und mit anderen Verbänden wichtig. Stellen wir uns folgende Fragen: Haben wir alle Informationen/Materialien, um uns mit dem Thema Mitglieder zu beschäftigen? Was fehlt uns? Wer kann uns unterstützen? Welche Formate, Aktionen etc. laufen gut und helfen uns, Mitglieder zu gewinnen? Es ist wichtig, dass gewonnene Erkenntnisse dokumentiert werden. Nachfolgende Vorstände oder Vorstandsmitglieder sollen darauf zurückgreifen können.

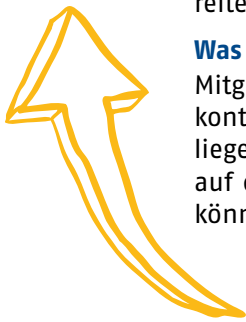


Wen brauchen wir dafür? An wen richtet sich die Aktion?

Vorstände auf den unterschiedlichen Verbandsebenen, die sich mit dem Thema Mitgliederarbeit und -entwicklung beschäftigen. Das erfordert von allen Offenheit und die Fähigkeit, sich und die eigene Arbeit zu hinterfragen. Aber das Thema darf nicht nur auf Vorstände beschränkt sein. Alle Mitglieder, die Interesse haben, sollen und können sich einbringen!

Was könnte schiefgehen?

Das Thema setzt die Bereitschaft – und auch den Mut – der Vorstandsmitglieder voraus, ggf. unangenehme Entwicklungen zu thematisieren. Betrachten und erörtern wir die Probleme so objektiv und nüchtern wie möglich. Selten ist eine bestimmte Person für Erfolg oder Misserfolg alleine verantwortlich. Vorstände stehen für ihr Handeln gemeinsam ein. Die „Abrechnung“ mit einem Vorstandsmitglied oder ein so genanntes „Blame Game“ würde eine konstruktive, effektive und erfolgreiche Analyse verhindern. Dieses Thema birgt Sprengkraft und muss deshalb sensibel angegangen, vorbereitet und diskutiert werden.



Was erreichen wir mit der Aktion?

Mitgliederarbeit ist die Grundlage für erfolgreiche Vereinsarbeit. Wenn wir das Thema kontinuierlich behandeln, erkennen wir Stück für Stück die Potenziale, die im Verein liegen. Es liegt an den Vorständen, diese zu nutzen. Wenn wir das Thema regelmäßig auf die Tagesordnung von Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlungen setzen, können wir neue Mitglieder/Verantwortliche gewinnen und peu à peu einbinden.

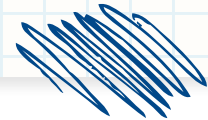


Kapitel 6

KOMMUNIKATION

Tue Gutes und sprich darüber! Unser Verband lebt von Kommunikation. Wie für jede Beziehung ist Kommunikation ein Bindeglied, sie verbindet Menschen und ihr Handeln zu einem Ganzen. Und wir sind ein komplexes Ganzes! Wir sind politisch, doch keine Partei. Wir brauchen Organisationsstrukturen, doch sie sollen modern und flach sein! Wir nutzen vielfältige Kommunikationsmittel (vom Telefon und klassischen Brief über Internet, E-Mail, Newsletter, die Sozialen Medien bis zu persönlichen Treffen und Gesprächen) und wollen doch die Empfänger nicht mit unseren Botschaften und Mitteilungen überfluten (d.h. themen- und zielgruppenspezifisch kommunizieren)! Wir möchten rechtzeitig und professionell informieren (d.h. vollständig und in ansprechendem Design)!

Unsere Gesellschaft ist einer großen Flut von Informationen ausgesetzt. Jeder hat seine eigenen Gewohnheiten wie er/sie Informationen aufnimmt und weitergibt. Als überparteilicher Verband mit einem politischen und gesellschaftlichen Anliegen sollte unsere Kommunikation nach innen und außen transparent sein. Wir sind uns im Klaren, wer wir sind und was wir tun. Wenn wir es schaffen, das zu kommunizieren, können wir Menschen erreichen und mitnehmen!



Unsere Handlungsempfehlungen

In Kürze die Faustregel: Nicht grundsätzlich nach Innen- und Außenkommunikation trennen. Allerdings: Nicht jede Information ist nach innen und außen interessant oder zur allgemeinen Verbreitung geeignet. Informationen ermöglichen Inklusion. Transparenz großschreiben und alles, was nicht notwendigerweise nur auf einen internen Adressatenkreis zielt, öffentlich zugänglich machen. Eine*n Verantwortliche*n für Kommunikation (oder ein Team) bestimmen, die sich ein Bild über die Öffentlichkeitsarbeit verschaffen und folgenden Fragen nachgehen: Wie kommunizieren wir untereinander? Wie und was kommunizieren wir mit unseren Mitgliedern? Wie kommunizieren wir nach außen, wer wir sind und was wir tun? Welche Kommunikationskanäle nutzen wir?

AKTION I: „Elevator“-Pitch: In 30 Sekunden – die Zeit einer Fahrt im „Aufzug“ – erklären können, wer wir sind und was wir tun

Egal wo wir auftreten, wir sind Botschafter für die EUD und JEF. Fragen wir uns also: Sind wir in der Lage, einem unbekanntem Gegenüber in wenigen Sekunden in knackigen Sätzen zu vermitteln, wer wir sind, so dass sein/ihr Interesse geweckt wird? Wir sollten darauf vorbereitet sein und das jederzeit „parat“ haben:

Was macht uns aus? Und was unterscheidet uns von anderen pro-europäischen Verbänden und Initiativen?

Wir sind ein Verband mit einem politischen Ziel, dem Europäischen Bundesstaat. Wir sind überparteilich. Wir treten seit 70 Jahren für die europäische Einigung ein und sind der größte pro-europäische Verband mit den meisten Mitgliedern. Bei uns kann jeder mitmachen, unabhängig von Alter, Herkunft und Beruf. Wir sind in JEF und EUD organisiert, die an gemeinsamen Zielen arbeiten. Dazu finden sich die Mitglieder in Vereinen zusammen. Wir sind bundesweit vertreten und haben ein europaweites Netzwerk. Das

Engagement (sich einbringen, mitwirken) sowie die Angebote (teilnehmen, konsumieren) finden auf unterschiedlichen Ebenen (lokal bis international) statt. Wir nutzen unterschiedliche Methoden und Formate, die sich an Mitglieder und eine breitere Öffentlichkeit richten. Bis auf wenige Ausnahmen wird die Arbeit durch Ehrenamtliche entschieden und organisiert.

Was zu beachten ist:

Wenn ich weiß, wer mein Gegenüber ist (z.B. ein Parteimitglied auf einem Parteitag), kann ich meinen „Pitch“ (Kurzvorstellung) anpassen.

AKTION II: Präsentation von EUD/JEF auf Parteitagen

Mit unserer Präsenz auf Kreis- oder Landesparteitagen der demokratischen und pro-europäischen Parteien machen wir auf uns aufmerksam. Wir treffen dort auf politisch interessierte Menschen. Die Personen, mit denen wir in Kontakt kommen, werden eventuell sogar Mitglied. Wir sind mit einem Infostand präsent und informieren über EUD/JEF. Dieser „Stand“ muss nicht immer ein klassischer Tisch, sondern darf mit einer Aktion gestaltet sein, um ins Gespräch zu kommen. Eventuell sind Mitglieder von Europa-Union und JEF vor Ort, die auch in der Partei Mitglied sind. Diese können wir am Stand einbinden oder sie bitten, mit ihren Parteifreunden unseren Stand zu besuchen. Außerdem sollten wir die Gelegenheit nutzen, mit Personen und Ausstellern an anderen Ständen Kontakte zu knüpfen, Visitenkarten auszutauschen und Einladungen auszusprechen.



Wen und was brauchen wir dafür?

Wir besuchen zielgruppenorientiert Parteitage und (Europa-) Veranstaltungen von unterschiedlichen Organisationen und sind auf Small-Talk vorbereitet. Dort werben wir unter den Teilnehmer*innen für uns und unsere politischen Ziele. Wir versuchen uns bei unseren Gesprächspartner*innen am „Elevator-Pitch“ (siehe Aktion I in diesem Kapitel). Wir fragen nach Kontaktdaten und versorgen die Gesprächspartner*innen anschließend mit Informationen und Einladungen. Dafür brauchen wir:

- ein Training, damit wir in aller Kürze die EUD/JEF vorstellen können,
- frühzeitig die Termine von Kreis- und Landesparteitagen und anderen wichtigen lokalen und regionalen Ereignissen herausfinden und in unsere Jahresplanung integrieren,
- Kontakte über unsere Mitgliedschaft zu den Veranstaltern, um Zugang und möglichst kostenfrei eine Ausstellungsfläche zu erhalten,
- mehrere Standbetreuer, die „sprechfähig“ sind; einen Einsatzplan – je nach Dauer der Veranstaltung,
- zur Ausstattung des Standes: Tische, die ggf. vom Veranstalter anzumieten sind, Roll-Ups mit unserem Logo, ggf. einen eigenen Werbe-Desk,
- Info- und Werbematerialien, Visitenkarten für die Standbetreuer.

An wen richtet sich die Aktion?

An alle Mitglieder und vor allem Noch-nicht-Mitglieder. An Parteimitglieder und Teilnehmer von Veranstaltungen anderer Organisationen und Institutionen.

Was könnte schiefgehen?

Menschen interessieren sich nicht für uns und unsere Ziele. Unser „Stand“ ist nicht attraktiv und zieht wenig Besucher an. Wir haben einen ungünstigen Standort und werden nicht wahrgenommen.

Was erreichen wir mit der Aktion?

Transparenz. Bekanntheit. Wir erweitern unsere Netzwerke und gewinnen Neumitglieder.



Kapitel 7

PARTNER

Viele Vereine konkurrieren um Mitglieder und Aktive. Unsere Ziele vom föderalistischen Europa und einer demokratischen Gesellschaft erreichen wir sicher nicht alleine: Andere Verbände und Organisationen bieten Potenzial, unsere Inhalte zu diskutieren und zu verbreiten sowie neue Zielgruppen anzusprechen und zu werben. Kooperationen schaffen Synergieeffekte und können eine gesunde Konkurrenz mit gegenseitigem Nutzen schaffen. In Zeiten knapper Ressourcen (Zeit, Geld, Personal etc.) ist Kooperation mit Partnern vor Ort von zentraler Wichtigkeit!

Unsere Handlungsempfehlungen

Wer sind unsere Partner?

- **Unsere Mitglieder:** Das sind die allerwichtigsten Partner. Bisherige und neue Mitglieder aktiv einbinden und mobilisieren, wo immer es geht – mit klar definierten Aufgaben, die gerne auch klein sein dürfen. Die Arbeit auf viele Schultern verteilen. Mitglieder können sich einbringen: So entsteht ein Gefühl der Zusammengehörigkeit, des „Gebraucht-Werdens“ und der Anerkennung. Das Wichtigste: Es werden gemeinsame Erlebnisse geschaffen. Dazu gehören auch ein selbstgebackener Muffin auf dem Tisch oder ein geselliger Abend in der Pizzeria.
- **Andere Verbände:** Über andere Verbände tragen wir Europa in die Gesellschaft. Unsere öffentliche Wirkung vergrößert sich. Wir können von anderen Verbänden lernen, zum Beispiel Ideen für neue Formate und Methoden erhalten. Wir können gemeinsam Inhalte voranbringen, sofern inhaltliche Überschneidungen bestehen oder entstehen. Wir sind gezwungen, in der Auseinandersetzung mit den Partnern und in der Außendarstellung unser Profil zu schärfen. Wir können in anderen Verbänden Mitglieder werben und gewinnen. Was wir anderen Verbänden bieten können, ist insbesondere Europa-Wissen und Aktionen mit Europabezug, die im Angebot der Partnerverbände Lücken füllen können. Insgesamt ist es wichtig, Schnittstellen zu erkennen und zu nutzen.
- **Geldgeber:** Sie sind natürlich wichtig, um unsere Vorhaben und Aktionen realisieren zu können und langfristige Arbeit zu ermöglichen. Eine Möglichkeit, Aufmerksamkeit auf uns zu ziehen, ist, an Veranstaltungen wie einer Ortskirmes teilzunehmen. Ein Festwagen wird mit Süßigkeiten und anderen Sachmitteln, die bei Anbietern im Umkreis als Sachspenden erbeten werden, ausgestattet. Damit wird Kontakt zu kleinen und mittleren Unternehmen in der Region hergestellt. Hilfreich ist es, sich nicht nur um Geldzuwendungen zu bemühen, sondern um kostenfreie Veranstaltungsräume, einen Empfang oder beispielsweise Präsente für Tombolas, Schülerwettbewerbe etc. Sponsoren kann man entweder über den Ort (lokale Anbindung) oder über Themen (der geplanten Veranstaltung oder Aktion) finden.
- **Die Politik und Politiker:** Abgeordnete auf allen Ebenen sind wichtige strukturelle Partner. Viele sind Mitglieder bei uns. Sie haben ein Eigeninteresse an der Kooperation mit uns. Wir können ihnen beispielsweise bei Veranstaltungen oder über unsere Homepage (Vorstellung der Mitglieder unserer Parlamentariengruppen) eine öffentliche Plattform bieten. Wir wiederum können unsere parlamentarischen Kontakte nutzen, um Einfluss zu nehmen und Politik in Sinne unserer Beschlüsse und Ziele mitzugestalten.

AKTION I: Präsenz auf lokalen Veranstaltungen mit Europabezug

Beispiele: Feste zum Europatag, Tag der Offenen Tür von Organisationen und Institutionen, Feste zu Städtepartnerschaften, multikulturelle Stadtfeste, Kirmes, Schulfeste etc. (siehe hierzu auch Kapitel 6)

AKTION II: Eine Podiumsdiskussion in den Räumen der örtlichen VHS veranstalten

Wir möchten eine Podiumsdiskussion zu einem aktuellen Thema durchführen. Leider stehen uns keine Räumlichkeiten zur Verfügung. Deshalb wenden wir uns an die örtliche Volkshochschule (es sind auch andere Organisationen möglich) und fragen, ob sie an einer Kooperation interessiert ist. Wir bieten an, die VHS als Mitveranstalter oder Unterstützer der Veranstaltung zu nennen und das Logo in unserer Einladung aufzuführen. Grußworte sind ein gutes Lockmittel. Durch die Kooperation mit der VHS schlagen wir gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe: (1) Wir dürfen die Räumlichkeiten kostenlos nutzen. (2) Die VHS wird unsere Veranstaltung als Kooperationspartner bewerben und andere Zielgruppen erreichen. (3) Wir machen uns für die VHS aufgrund unserer Expertise zur EU und zu Europa interessant.

Wen und was brauchen wir dafür?

Verbände, Organisationen und Bildungsträger mit pro-europäischem Profil, deren Inhalte sich mit unseren zumindest in Teilen decken. Verbände, bei denen wir als Europaexpert*innen auftreten können.

Eine Übersicht über Veranstaltungen vor Ort, auf denen wir auftreten können. Kontakt zu den Organisator*innen.

An wen richtet sich die Aktion?

An potenzielle Partnerverbände. An eine breite Öffentlichkeit über die Adressaten- und Teilnehmerkreise unserer Partner und Ihrer Veranstaltungen.

Was könnte schiefgehen?

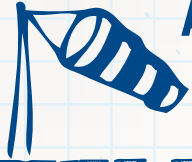
Unsere Mitglieder oder Vertreter*innen erzählen „Unfug“ über uns, d.h., sie sind nicht gut über den Verband und die Verbandspositionen informiert. Es kann auch zu Auseinandersetzungen entlang von Parteilinien kommen. Die Auswahl der Vertreter*innen von Europa-Union und JEF, die bei öffentlichen Veranstaltungen und Festen auftreten, muss sorgfältig geschehen.

Organisationen sind nicht an einer Zusammenarbeit interessiert, weil wir nicht „wichtig“ genug sind.

Was erreichen wir mit der Aktion?

Sichtbarkeit für unseren Verband. Neue Mitglieder. Partner und Input von anderen Verbänden.





ANHANG

WILLKOMMENSKULTUR

Vorlage für einen Willkommensbrief

Empfehlung: Den Briefkopf möglichst mit EUD- als auch mit JEF-Logo versehen und Kontaktdaten zu beiden Vorständen/Geschäftsstellen ausweisen.

Betreff: Herzlich Willkommen bei der Europa-Union [XY] und den Jungen Europäischen Föderalisten (JEF) [XY]

Sehr geehrte/r Herr/Frau [Name],

über Ihren Beitritt zur Europa-Union Deutschland (EUD) [und zu unserem Jugendverband, den Jungen Europäischen Föderalisten (JEF)] freuen wir uns sehr. Wir begrüßen Sie herzlich als Mitglied im Kreisverband [XY].*

Ihre Mitgliedschaft besteht ab [Datum] unter der Mitgliedernummer [XY].

Wir sind Ihnen dankbar für Ihre Unterstützung und freuen uns, wenn Sie Ihre Mitgliedschaft für ein aktives Engagement nutzen und sich am Verbandsleben beteiligen würden. Gemeinsam können wir dazu beitragen, die Europäische Idee, Demokratieverständnis, Toleranz und den Völkerverständigungsgedanken zu fördern. Unser satzungsgemäßes Ziel ist es, die Vereinigten Staaten von Europa auf föderativer und demokratisch-rechtstaatlicher Grundlage zu schaffen.

Für Fragen und Anregungen stehen Ihnen jeder Zeit unsere Ansprechpartner zur Verfügung:

Gisela Musterfrau für die Europa-Union [E-Mailadresse und Telefonnummer]

Gerhard Mustermann für die Jungen Europäischen Föderalisten [E-Mailadresse und Telefonnummer].

Besuchen Sie uns doch auf unseren Internetseiten [Internetseite Europa-Union, Internetseite JEF] oder unseren Facebook-Seiten [Seite Europa-Union, Seite JEF], wo Sie aktuelle Nachrichten, Termine und Hintergrundinformationen finden. Europa-Union und JEF sind auch auf Twitter vertreten.

Anbei finden Sie bitte noch die aktuelle Ausgabe unserer Mitgliederzeitschrift „Europa aktiv“ und den neuesten Newsletter unseres Kreisverbandes.

Mit freundlichen Grüßen

[XY]

Europa-Union Kreisverband

** bei Mitgliedern unter 35 Jahren*

ANHANG

WEITERE AKTIONEN



„Sommerfest“

Ein Fest – im Sommer, zum Jahreswechsel... Anlässe finden sich viele – bietet die Gelegenheit, unsere Mitglieder besser kennen zu lernen. Im Gespräch können wir Talente entdecken, Freundschaften knüpfen oder vertiefen. Verbandsarbeit macht mit Freunden am meisten Spaß!

Aktion: Gemeinsam eine Facebook Seite aufbauen

- 1) Wie soll die Seite heißen? Vorher gut überlegen, denn der Name einer Facebook-Fanseite kann im Nachhinein nur schwer geändert werden.
- 2) Jede Facebook-Fanseite muss einer Kategorie zugeordnet werden. Für die Europa-Union und JEF bietet sich die Kategorie „Nichtregierungsorganisation“ an.
- 3) Welche schriftlichen Informationen zum Kreisverband, zu den EUD-/JEF-Aktivitäten, Ansprechpartnern und der Europa-Union im Allgemeinen sollen auf der Seite unter der Rubrik „Infos“ erscheinen?
- 4) Eine Facebook-Seite lebt vor allem von den Fotos, die gezeigt werden. Gibt es Fotos, die exemplarisch für die Arbeit oder die Aktiven des Kreisverbandes stehen? Aber Vorsicht: Es sollte darauf geachtet werden, dass die Vielfalt des Verbandes dargestellt wird. Werden nur Gruppenfotos von älteren Herren in Anzügen eingestellt, wird dies Jüngere kaum ansprechen; werden umgekehrt nur Jugendliche in T-Shirts und Jeans gezeigt, wirkt der Verein vielleicht wie ein Jugendverband, der ältere Semester nicht erfolgreich ansprechen kann. Bilder, die angeregte Diskussionen zeigen, die Aktivitäten des Verbandes darstellen und die statt weniger Einzelpersonen Gruppen porträtieren, sprechen Betrachter emotional oft positiver an als wenige Portraitfotos von einer erlesenen Zahl von Vereinsvorständen. Wichtig, um rechtliche Probleme zu vermeiden: Bei der Veröffentlichung von Fotos die Urheberrechte des/der Fotograf*in und die Persönlichkeitsrechte der Abgebildeten beachten (mehr dazu unter Punkt 9).
- 5) Gibt es Fotos vergangener Veranstaltungen oder Aktionen? Diese können auf die Seite hochgeladen werden.
- 6) WICHTIG: Wer betreut die Seite mit aktuellen Infos, wenn sie erst einmal fertig ist? Mindestens zwei Personen müssen den Zugang zur Seite haben und sich regelmäßig und kontinuierlich darum kümmern.
- 7) Wir brauchen einen Plan zur Veröffentlichung der Seite. An welchem Tag und um welche Uhrzeit wollen wir die Seite freischalten? Wer kann die Seite teilen? Es geht darum, „Likes“ („Gefällt mir“-Klicks) zu erhalten, damit viele Leute von der Seite erfahren. Welche Mitglieder des Kreisverbandes sind bei Facebook? Diese informieren wir und bitten sie, die Seite zu liken und zu teilen. Wir animieren Freunde und Bekannte, unsere Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren.
- 8) Auch unsere Seite kann andere Seiten liken. Es sollten unbedingt andere Europa-Union- und JEF-Seiten (Seite des Bundesverbandes, von Landes- und Kreisverbänden) geliked werden. Dafür bei „Suche“ die Namen der Verbände eingeben. Damit gelangt man durch einfaches Klicken zum Beispiel auf die Seite des Bundesverbandes.

- 9) Wir können von anderen Seiten lernen. Deshalb die Zeit nehmen, auf Facebook verschiedene Seiten von Europa-Union, JEF und anderen Organisationen (einer Partei, von Gewerkschaften, Greenpeace etc.) anzuschauen. Gefällt uns etwas besonders gut? Gibt es die Möglichkeit, etwas zu übernehmen? Vorsicht bei Fotos und Texten!!! Hier gilt es immer, das Urheberrecht zu beachten. Urheber müssen auch bei eigenen Fotos genannt werden, zum Beispiel „Foto: Europa-Union Kreisverband Musterstadt“. Niemals einfach Fotos von anderen Facebook- oder Webseiten übernehmen! Wird ein Foto bei Portalen wie dem Fotodienst Flickr gekauft, die Urheberinfos genau anschauen! In der Regel dürfen Fotos, die dort erworben werden, nicht bearbeitet (kleiner oder größer gemacht) werden. Die Verletzung von Urheberrechten ist teuer. Ebenfalls wichtig: Nur Bilder von Menschen, die dem zugestimmt haben, veröffentlichen. Ein Tipp: Bereits bei der Anmeldung zu größeren Veranstaltungen darauf hinweisen, dass Fotos gemacht werden und dass deren Veröffentlichung mit der Anmeldung explizit zugestimmt wird.
- 10) Mit einer Facebook-Seite können viele Menschen in unserem Umkreis und darüber hinaus erreicht und so unsere Arbeit bekannter gemacht werden. Viel Spaß und Erfolg dabei! Die Bundesverbände von EUD und JEF geben gerne Tipps und Hilfestellung dazu.

Knowhow: Der kostenlos abrufbare Leitfaden „Aufbau einer Präsenz mit Facebook-Seiten: Ein Leitfaden für wohltätige Zwecke und gemeinnützige Organisationen“ zeigt anschaulich, was für eine eigene Facebook-Seite zu tun ist und welche Möglichkeiten sie bietet: http://allfacebook.de/wp-content/uploads/2013/05/PagesGuide_Non-Profits_DE-1.pdf

WEITERE Tipps zum Thema KOMMUNIKATION:

- Sich innerhalb des Vorstandes auf Zielgruppen einigen und Informationen zur jeweiligen Zielgruppe sammeln.
- Die Internetseite zur Dokumentation und Information für den Verband nutzen.
- Twitter und Facebook als Echtzeitkommunikation nutzen.
- Termine rechtzeitig kommunizieren.
- Auf Parteitagen bzw. Parteiveranstaltungen und bei anderen Verbänden als Europaexperten auftreten.
- Gemeinsam andere Veranstaltungen besuchen, ggf. an der Diskussion teilnehmen und sich dabei als EUD/JEF-Mitglied „outen“.

Nützliche Links:

Zur Best-Practice-Seite der EUD mit vielen Rezepten und Ideen für Aktionen und Veranstaltungsformate:

www.europa-union.de/service/best-practice/

Zur Mitgliederkampagne von EUD und JEF:

www.europa-retten.eu

Zu aktuellen Meldungen der AG Verbandsentwicklung von EUD und JEF:

www.europa-union.de/aktivaeten/arbeitsgruppen/verbandsentwicklung/





Erstellt von: AG Verbandsentwicklung der EUD und JEF
Ausgabe April 2017

Europa-Union Deutschland e.V.
Bundesgeschäftsstelle
Sophienstraße 28/29
D-10178 Berlin
Fon: +49-(0)30/30 36 20 130
info@europa-union.de
www.europa-union.de

JEF Deutschland e.V.
Bundesgeschäftsstelle
Sophienstraße 28/29
D-10178 Berlin
Fon: +49-(0)30/97 89 41 81
info@jef.de
www.jef.de

