

**oft heftig diskutiert**

Die Mitgliederwerbung wird für viele Vereine, für viele Organisationen immer mal wieder zum oft und manchmal auch heftig diskutierten Thema. Einerseits um den normalen Mitgliederschwund aufzufangen, andererseits aber auch um den Verein und/oder die Organisation zusätzlich zu erweitern, neu zu strukturieren, seine Bedeutung und sein öffentliches Gewicht zu verstärken.

auch für aktuelle Mitglieder

Zusätzlich zur Werbung neuer Mitglieder im Kreise von Interessentinnen und Interessenten, gibt die Mitgliederwerbung gleich auch die Möglichkeit, aktuelle Mitglieder in ihrer Mitgliedschaft zu bestärken und, wenn nötig, frisch zu aktivieren. Mit ihnen bespricht der Vereinsvorstand vergangene Tätigkeiten und ein zukünftiges Programm, organisiert dieses und bestimmt die dafür in Zukunft notwendigen Verantwortlichkeiten. Auch die evtl. neu erforderlichen Informations-, Werbe- und finanziellen Mittel werden Anlass zu Gesprächen und Beschlüssen sein.

indirekte Zielgruppen

Wenn es darum geht, wo zukünftige Mitglieder zu finden sein und informiert werden könnten, wird die möglichst präzise Definition von indirekten Zielgruppen zur Bedingung. Je genauer die zukünftigen «Wunschmitglieder» beschrieben werden, desto gezielter können die persönlichen Gespräche geplant und die Mittel dazu bereitgestellt werden.