DEUTSCHER AIKIDO-BUND e.V.

Was draufsteht, sollte auch drin sein

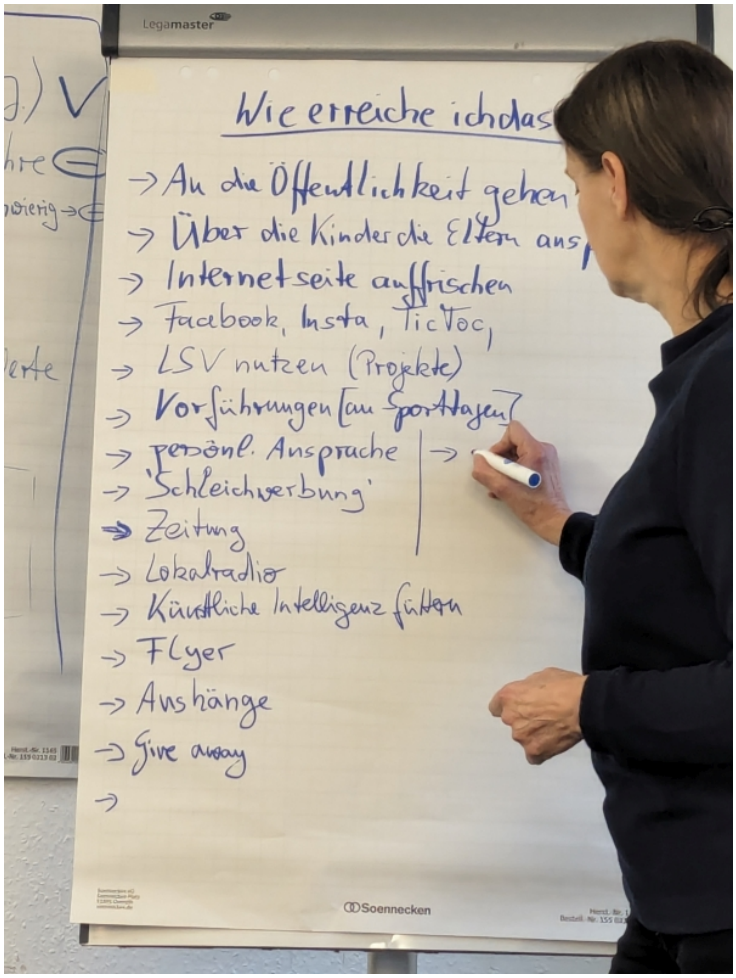
Workshop des AVSH zur Verbands- und Vereinsentwicklung

Wie schaffen wir es, neue Mitglieder für uns zu gewinnen? Dies war wohl die Kernfrage, die die 13 Teilnehmer und Teilnehmerinnen unseres Workshops umtrieb. Am ersten Sonntag im Februar versammelten sich der Vorstand des Aikido-Verbands Schleswig-Holstein sowie einige Vereinsvertreter im Haus des Sports zu einer gemeinsamen Arbeitsbegegnung. In Zeiten, in denen fast alle Vereine mit sinkenden Mitgliedszahlen zu kämpfen haben und zwar über viele Vereinssportarten hinweg, wollte der ASVH-Vorstand den Austausch suchen und lud mit Frau Karin Schulze Kersting als Moderatorin einen echten Profi als Leitung für den Workshop ein. Vier Stunden wollten wir zusammensitzen und uns austauschen, um Verein und Verband weiterzuentwickeln.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde kamen wir dann auch schnell zu der Frage, welche Gruppen wir überhaupt mit unserer Mitgliederwerbung gewinnen wollen. Unter Berücksichtigung aktueller gesellschaftlicher Rahmenbedingungen kristallisierte sich heraus, dass ein effizienter Einsatz unserer Mittel (finanziell wie personell) wahrscheinlich bei der Gruppe der Menschen über 40 erfolgen sollte. Neben Neueinsteigern lohnt es sich für uns, Wiedereinsteiger und -einsteigerinnen in den Blick zu nehmen.

Nach der Analyse und Zielfindung begannen wir uns nun darüber auszutauschen, wie dieses Ziel zu erreichen sei. Zentral bei der Werbung um Mitglieder ist der Aspekt, dass die geschürten Erwartungen sich mit den auf und um die Matte gemachten Erfahrungen decken sollten, sodass Zufriedenheit erzeugt wird.

In Zeiten des demografischen Wandels, der hohen Arbeitsbelastung auf Seiten von Arbeitnehmern, höheren Ansprüchen an die sogenannte „Life-work-balance“ und insgesamt veränderten Freizeitverhalten ist es wichtig, den Mehrwert herauszustellen, den Aikido bietet. So klärten wir zunächst die Frage, wozu Aikido gut ist. Ein vielseitiger und bunter Strauß an Ideen kam zusammen, der deutlich machte, dass Aikido so unendlich viel mehr darstellt als nur den Aspekt der Selbstverteidigung. Ob dieser für das Aikido zentral ist, darüber diskutierten wir freudig und kontrovers. So wurde deutlich, dass die unterschiedlichen Aspekte des Aikido für jeden und jede unterschiedlich zu gewichten sind und dass in der Außendarstellung auf Authentizität geachtet werden sollte: Was draufsteht, sollte auch drin sein.



Die Moderatorin Frau Karin Schulze Kersting

Wie nun konkret werben? Zunächst sammelten wir, ohne zu werten, verschiedene Kanäle, über die wir die Menschen erreichen können. Eine Bewertung und der Austausch erfolgten erst in Schritt zwei, um zu verhindern, dass Beiträge zurückgehalten oder abgewürgt würden. Frau Schulze Kersting hatte hier sehr interessante Zahlen und Fakten zu den verschiedenen Werbewegen bereit, sodass wir z.B. die Wirksamkeit von Flyern und Handzetteln ganz neu bewerten konnten. Auch der Wert eines gemeinsamen Logos zum Zwecke eines hohen Wiedererkennungseffektes wurde uns so noch einmal deutlich vor Augen geführt.

Die Arbeitsgruppe

Insgesamt kam beim Austausch keine „Eier legende Wollmilchsau“ heraus, aber doch ein bunter Strauß an Ideen, die es im letzten Schritt dann in den Vereinen umzusetzen gilt. Je nachdem, wen man ansprechen will, muss man die entsprechenden Kanäle wählen. Als Beispiele einer für uns neuen Idee sei hier einerseits der Eintrag des Vereins in die Sportlandkarte des DOSB zu nennen (siehe auch den Leitartikel in aa 4/2023). Auch auf www.vibss.de sei hier hingewiesen, das Vereins-, Informations-, Beratungs- und Schulungssystem des LSB NRW, in welchem Vereine alle Infos für Vorstände und auch die für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit nötigen Informationen finden.

Abschließend sammelten wir Wünsche aus den Vereinen an den Landesverband, dazu noch Anregungen, wie dessen Unterstützung in Zukunft aussehen könnte. Hier werden wir als Landesverband Bewährtes nach Möglichkeit fortsetzen und auch ein erneutes Arbeitstreffen in diesem Format nicht aus den Augen verlieren. Die Möglichkeit des Austausches ist Gold wert, stärkt den Zusammenhalt und ermöglicht die Übernahme guter Ideen von anderen für die eigene Praxis.

Erfreulicherweise hatte der Vorstand zum Mittag für alle Pizza bestellt, sodass wir nicht nur zufrieden, sondern auch körperlich gestärkt am Nachmittag wieder nach Hause fuhren.

Frauke Drewitz,
Sachbearbeiterin für Öffentlichkeitsarbeit AVSH