

Mitgliedergewinnung

Inhaltsverzeichnis

Voraussetzungen	1
Vorüberlegungen und Planung	2
Einzelne Strategien und Maßnahmen.....	2
Die Vereinsmitglieder	2
Aktivitäten nach außen.....	4
Die Öffentlichkeitsarbeit	5
Gezielte Veranstaltungen zur Mitgliedergewinnung.....	8
Nachwuchsgewinnung	9
Zusammenarbeit mit Musikschulen	10
Kooperation mit Kindergärten bzw. Beteiligung an der Musikalischen Früherziehung.....	10
Kooperation Schule-Verein.....	10
Mentorenausbildung	11
Ganztagsschule.....	12
Zusammenarbeit mit Grundschulen	12
Konzerte von Kindern für Kinder	13
Nicht zu vergessen	13
Zu guter Letzt	14
Anhang	16

Veronika Protzer, 23.9.2007

Mitgliedergewinnung spielt sich auf vielen verschiedenen Ebenen ab. Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchsgewinnung sind dabei bewährte Strategien, um neue Mitglieder für den eigenen Verein zu finden. Neue Fördermöglichkeiten und Entwicklungen im Schulbereich sollten dabei einbezogen werden.

Sie alle zusammen bilden eine Fülle von Möglichkeiten und haben Vor- und Nachteile. Jeder Verein muss anhand seiner konkreten Situation für sich selber entscheiden, welches Vorgehen für ihn das geeignetste ist und ob er mehrere Möglichkeiten miteinander kombiniert. Voraussetzung für jede Aktion zur Mitgliedergewinnung ist, dass sich der jeweilige Verein über seine Ziele im klaren ist. Nur wer sein Ziel kennt, kann sich einen Weg - oder auch verschiedene Wege - dahin suchen und natürlich auch finden. Und nur er kann im Nachhinein bewerten, ob er sein Ziel erreicht hat.

Voraussetzungen

Bevor man sich auf den Weg zur Mitgliedergewinnung macht, muss man sich unbedingt Gedanken machen über den eigenen Verein, die ganz konkreten Ziele und wie man sie erreichen will, zur eigenen sog. Corporate Identity (CI). Dazu reichen auch zwei, drei Sätze aus wie beispielsweise „Wir wollen Musik machen und das mit Mandoline und Gitarre, wir wollen in unserer Freizeit etwas gemeinsam unternehmen. Wir möchten andere ebenfalls dafür begeistern.“ Die Corporate Identity sind alle Erscheinungsweisen des Vereins zusammengenommen. Also

- sein Erscheinungsbild (Uniform, Briefkopf, Logo ...),
 - seine Kommunikation innerhalb des Vereins und gegenüber Außenstehenden (dazu gehört u.a. die Pressearbeit),
 - sein Verhalten oder vielmehr das seiner Mitglieder - auch wieder intern und extern und
 - seine Räume, vorausgesetzt man hat eigene,
- ergeben insgesamt ein Bild, die Erscheinung eines Vereins, die innerhalb des Vereines, aber auch nach außen wirkt.

Eine weitere entscheidende Voraussetzung: Die Vereinsmitglieder (zumindest die für den Verein aktiv werden wie die Vorstandschaft, nur im Idealfall werden das alle Mitglieder sein), müssen überzeugt von dem sein, was sie tun. Sie müssen hinter dem Verein, seinen Inhalten stehen. Nur wer von seiner Aufgabe und seinem Ziel überzeugt ist, kann andere Menschen mitreißen, kann sie überzeugen.

Aus dem Selbstverständnis des Vereins und der Überzeugung, dass es sich lohnt, aktiv zu werden, kann erst die Motivation erwachsen, aktiv zu werden und für den Verein etwas zu tun, beispielsweise in der Mitgliedergewinnung mitzuarbeiten.

Vorüberlegungen und Planung

Meist fällt einem Vorstandsmitglied auf, dass die Zahl der Mitglieder abgenommen hat, dass es weniger oder gar keine Kinder und Jugendlichen mehr gibt. Dann kommen Fragen auf wie „Wie soll das denn weitergehen?“ oder „Wir müssen was unternehmen!“

Oft kümmert sich dann ein Vorstandsmitglied alleine um die Mitgliedergewinnung. Besser ist es allerdings, er sucht sich ein paar Mitstreiter. Die ganze Aufgabe kann auch von Nicht-Vorstandsmitgliedern gelöst werden. Die Gruppe sollte nicht zu groß sein und über möglichst gute Kontakte innerhalb des Vereins verfügen. Die Vorteile für eine Gruppe sind klar:

- mehr Köpfe haben mehr Ideen
- die Arbeit verteilt sich besser, so dass nicht einer überlastet oder überfordert ist
- man kann sich gegenseitig unterstützen, Mut machen und anfeuern
- Fehler fallen leichter auf und falsche Entscheidungen werden nicht so leicht getroffen („Den Balken im eigenen Auge ...“)
- wenn einer ausfällt, geht es trotzdem weiter, denn seine Kontakte, sein Wissen kennen die anderen oder können es zumindest rekonstruieren

Die Gruppe muss sich dann durch einen Fragenkatalog durcharbeiten:

1. Wie ist die Situation? (Mitgliederzahl, Altersstruktur, überfachliche Arbeit...)
2. Was möchten wir erreichen?
Je genauer das festgelegt wird, umso einfacher kann später kontrolliert werden, ob das Ziel erreicht wurde, und desto leichter kann die nächste Frage beantwortet werden.
3. Wie können wir unser Ziel erreichen?
4. Sind wir auf einem guten Weg zum Ziel? Haben wir das Ziel erreicht?
Diese Frage muss die ganze Zeit über mitbedacht werden. Sonst sind keine Korrekturen möglich; es werden Zeit, Energie und Geld verschwendet, ohne dass womöglich das Ziel erreicht werden kann.

Einzelne Strategien und Maßnahmen

Die Vereinsmitglieder

Welche Aktionen man auch immer macht, der erste Schritt muss die **Motivation der eigenen Vereinsmitglieder** sein. Erst danach kann man Außenstehende ansprechen. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Wenn nicht einmal die bisherigen Mitglieder am Verein interessiert sind, wie sollen dann neue begeistert werden?

Alle Mitglieder sind sog. **Multiplikatoren**. Schon allein die Aussage „Nein, ich habe heute Abend keine Zeit, weil ich in die Probe gehe“ gibt die Information weiter, dass es das Orchester gibt. Im Bekannten-, Verwandten- und Kollegenkreis wird stets von Freizeitaktivitäten erzählt, das kann Wellen schlagen. Vor allem wenn herauszuhören ist, dass sich die Mitglieder wohlfühlen, dass die Spieler gern in die Probe gehen.

Wie kann man die eigenen Vereinsmitglieder motivieren? Am einfachsten ist es, man überlegt, worüber man sich selber freuen würde, was ausdrückt, dass man willkommen ist.

Vorschläge für aktive Mitglieder:

- Ausflüge machen
 - ‡ über einen halben oder auch ganzen Tag
 - ‡ eine Konzertreise über einige Tage/ein Wochenende (es müssen ja nicht viele Konzerte sein)
 - ‡ eine Reise ohne Konzert über ein (verlängertes) Wochenende
 - ‡ ein Wellnesswochenende (das kommt nicht nur bei Frauen gut an)
- etwas „Unmusikalisches“ wie gemeinsam Silvester oder Fasching feiern, nach der letzten Probe vor den Ferien gemeinsam Essen gehen, ein Spieleabend
- „Wunschkonzert“: in einer Probe, möglichst nicht kurz vor einem Konzert, kann sich jeder Spieler sein Lieblingsstück wünschen
- Freude darüber zum Ausdruck bringen, dass diejenigen, die da sind, gekommen sind
- auf Lehrgänge schicken: Dieses Thema wird leider oft vernachlässigt. Aber Aktive, die regelmäßig auf Lehrgänge gehen, kommen mit neuen Ideen und Anregungen zurück, sie bringen frischen Wind herein. Sie können dann auch als Ausbilder oder stellvertretende Dirigenten oder ... aktiv werden.

Vorschläge für passive Mitglieder:

- Dass passive Mitglieder über geplante Spieltermine nicht genauso gut informiert sind wie die aktiven, kommt immer wieder vor. Das darf aber nicht daran hindern, sie überhaupt zu informieren. Sie sind ebenfalls Vereinsmitglieder.
- Passive Mitglieder immer in die Aktivitäten der aktiven Mitglieder miteinbeziehen: auf Reisen und Ausflüge mitnehmen, zu Konzerten einladen.
- In möglichst viel einbeziehen; auch Passive haben Möglichkeiten, sich zu engagieren und Fähigkeiten, die sie gerne einsetzen möchten

Passive Mitglieder sind mehr als „stille Zahler“!

Es kann durchaus vorkommen, dass ein so motiviertes Vereinsmitglied bereit ist, sich im Rahmen seiner Möglichkeiten an einer Aktion zur Mitgliedergewinnung zu beteiligen!

Öffentlichkeitsarbeit nach innen - auch das gibt es, denn Öffentlichkeitsarbeit bedeutet, dass eine Information weitergegeben wird. Und das ist auch innerhalb eines Vereins notwendig. Öffentlichkeitsarbeit nach innen heißt, dass die eigenen Vereinsmitglieder informiert werden, die aktiven wie die passiven.

Die Mitgliederversammlung ist eine mögliche und überall genutzte Form. Darüber hinaus gibt es noch weitere. Zum Beispiel:

- Terminpläne: Zeitraum nicht länger als max. 6 Monate oder von Jahresanfang bis Sommerferien, von Sommerferien bis Jahresende; mit Terminvorschau für den nächsten Zeitabschnitt.
Hier gehören auch Termine außerhalb des eigenen Vereins hinein wie Lehrgänge auf Bundes- oder Landesebene, Konzerttermine von (Zupf-)Orchestern aus der näheren Umgebung, Termine von Ensembles aus der Szene, die in der Nähe oder gar

am eigenen Ort auftreten.

Quellen: Zupfer-Kurier, Concertino, im Internet: www.zupfmusik-bw.de, www.bdz-online.de

Die Terminpläne sollten an alle Mitglieder verteilt werden.

Darin können auch Informationen über alle gerade anstehenden Veranstaltungen stehen oder auch Bitten um Mithilfe.

Bei Veranstaltungsplanungen alle Mitglieder und ggf. auch einzelne, aber persönlich ansprechen. Eine allgemeine Anfrage „Wer hilft mal?“ ist nicht so erfolgreich wie „Herbert, hilfst Du bitte mit?“

Informationsmaterial, das der Verein an interessierte Nicht-Mitglieder weitergeben kann, müssen auch die Mitglieder kennen. Nicht ist peinlicher als auf solche Informationen angesprochen zu werden und keine Ahnung zu haben, was drinsteht!

Aktivitäten nach außen

Auf der Suche nach neuen Mitgliedern gibt es viele Möglichkeiten:

Öffentlichkeitsarbeit:

- verstärkte Öffentlichkeitsarbeit in Form von Presseberichten über Ausflüge, Mitgliederversammlungen, sonstige Aktivitäten des Vereins
- Öffentlichkeitsarbeit in Form von Informationsmaterial über den Verein
- Verteilen von Handzetteln vor Konzerten oder anderen öffentlichen Veranstaltungen
- eigene Homepage im Internet

Gezielte Veranstaltungen:

- offene Probe, ein „Tag der offenen Tür“
- offene Veranstaltungen wie Ausflüge (schon damit der Bus voll wird ...)
- Informationsveranstaltungen zur Gewinnung neuer Mitspieler
- Konzerte
- kostenlose Schnupperangebote

Zusammenarbeit mit anderen:

- Kontakt mit (Musik-)Schulen, Kindergärten
- Zusammenarbeit mit anderen (Musik-)Vereinen
- Zusammenarbeit mit Institutionen und Behörden

Nicht zu vergessen:

- ehemalige Mitglieder wieder aktivieren
- ein Ehemaligen-Orchester gründen

... und noch viele andere ...

Die Öffentlichkeitsarbeit

Zur Öffentlichkeitsarbeit gehört, dass man nicht nur einmal im Jahr, anlässlich des Jahreskonzerts, in der Zeitung steht, sondern immer wieder in Erscheinung tritt. Das heißt auch, dass über die Aktionen zur Mitgliedergewinnung immer wieder berichtet werden sollte.

Zunächst werden die klassischen Mittel der Öffentlichkeitsarbeit vorgestellt, die bei den einzelnen Aktionen gezielt eingesetzt werden können.

1. Pressemitteilungen und was zu ihnen gehört - die Pressearbeit

Die Pressearbeit geht immer Hand in Hand mit einzelnen Aktionen und Veranstaltungen. Grundsätzlich gilt, dass positive Meldungen für die Allgemeinheit interessant sein müssen, damit sie eine Chance haben, veröffentlicht zu werden. Instrumente der Pressearbeit sind Pressemitteilung, Pressegespräch/-einladung, Pressebericht und -fotos usw.

Um mit der Presse in Kontakt zu treten, muss vorher ein **Presseverteiler** aufgebaut werden, und sei es eine von Hand geschriebene Liste, in der alle Daten für die eine oder beide örtliche Zeitungen enthalten sind. Sie muss jederzeit griffbereit sein. Dazu gehören :

- Name des Redakteurs
- Vorname
- Telefon- und Telefaxnummer,
- E-Mail-Adresse
- genaue Bezeichnung und Anschrift der Redaktion (oder ggf. des Verlags)
- Redaktionsschluss (vor allem bei wöchentlichen Veröffentlichungen!)

In der Liste sollten auch Mitteilungsblätter von Ortsteilen berücksichtigt werden, ebenso regelmäßige (wöchentliche) Beilagen wie z.B. Anzeigenblätter mit redaktionellem Teil. Je nach Situation gehören zur Liste auch die Adressen der Rundfunksender, die am Ort empfangen werden können. Normalerweise reicht dieser Verteiler dann aus. Bei überregional wichtigen Veranstaltungen wie dem Landesmusikfest müssen darüber hinaus auch überörtliche Medien berücksichtigt werden.

Wenn ein Presseverteiler fertig ist und stets auf dem Laufenden gehalten wird, kann man sich über die verschiedenen Formen der Pressearbeit Gedanken machen.

Die **Presseeinladung** ist eine schriftliche Einladung an die Presse zu einer Veranstaltung, die auch Hintergrundinformationen enthalten soll, z. B.

- die Tatsache, dass es Ehrungen geben wird (mit evtl. Zeitpunkt für ein Foto),
- dass die Veranstaltung ist etwas Besonderes, weil... (z.B. eine weit über die Gemeinde hinaus bekannte Persönlichkeit da sein wird)
- den geplanten Ablauf (Tagesordnung u. Ä.)

Nach einem Ausflug oder einer anderen, gelungenen Veranstaltung soll die Öffentlichkeit erfahren, dass der Verein etwas gemacht hat. Dafür sind **Presseberichte** geeignet. D.h. ein Teilnehmer setzt sich hin und berichtet davon. Wichtig dabei: allgemeinver-

ständig schreiben, Rechtschreibung beachten, keine langen und kompliziert aufgebauten Sätze machen, möglichst wenig „-ung“-Wörter verwenden und im Aktiv schreiben, interessante Einzelheiten erwähnen, nicht zu lang!

Noch ein Rat: Nach dem Schreiben einen Tag liegen lassen, neu durchlesen und sich vorstellen, man sei nicht dabei gewesen: Ist es interessant und folgerichtig? Wäre man gern dabei gewesen? Man kann den Bericht natürlich auch jemand anderem noch zur Durchsicht geben.

Ein **Pressegespräch** bietet sich bei besonderen Ereignissen an: Das Landesmusikfest findet am eigenen Ort statt, der Verein feiert sein ...-jähriges Jubiläum. Hier gehört zu den Vorbereitungen - außer der Einladung - eine **Pressemappe**, in der weitere Informationen enthalten sind.

Was **Pressefotos** betrifft, sollte man vorher mit der jeweiligen Redaktion Kontakt aufnehmen und Fragen klären wie:

- Schwarz/weiß-Foto oder Farb-Foto
- als Ausdruck (Format?) oder als Datei (Dateiformat?)
- Beschriftung: nur Zettel mit der Information beilegen oder auch auf die Rückseite? (Auf der Rückseite dann auf einem Blatt Papier, das mit der oberen Hälfte aufgeklebt wird, auf der unteren Hälfte steht genau der gleiche Text und kann abgetrennt werden. Das erleichtert die Zuordnung Bild - Text.)

Wenn das Foto wieder zum Absender zurückkommen soll, muss unbedingt hinten Name und Anschrift und ein Hinweis wie beispielweise „Foto nach Gebrauch bitte unbedingt wieder zurück!“ angebracht werden.

Zur Ankündigung von öffentlichen Veranstaltungen ist eine **Pressemitteilung** immer sinnvoll - woher sollen sonst andere Menschen wissen, dass es diese Veranstaltung überhaupt gibt und es sich lohnt, hinzugehen?

- Termin:
 - ca. 1 Woche vor dem Veranstaltungstermin an die Zeitung schicken;
 - beim Rundfunk gilt die gleiche Frist,
 - wenn es mehrere Zeitungen am Ort gibt: am gleichen Tag mit gleichem Inhalt abgeben - auch wenn eine Wochenzeitung dabei ist,
- Länge: max. eine Seite bei Zeitungen, für Rundfunk reichen ca. 10 Zeilen aus
- Form / Layout:
 - ‡ Logo des Vereins verwenden
 - Wichtig: Beim Versand als E-Mail muss das Logo auch beim Empfänger einwandfrei ankommen. Sonst lieber ein Anschreiben mit Briefkopf und die Pressemitteilung als extra Datei, die oben nur die Vereinsbezeichnung enthält.
 - ‡ Ansprechpartner am Ende der Pressemitteilung, optisch deutlich abgesetzt vom Presstext angeben. Dazu gehören: Name, Adresse, Telefon, ggf. Mail-Adresse.
 - ‡ Überschrift: „Pressemitteilung“
 - ‡ rechts und links ca. 3 cm Rand lassen, damit der Redakteur Korrekturen/Änderungen anbringen kann.
 - ‡ Zeilenabstand nicht zu gering, am besten 1,5- oder zweizeilig
 - ‡ Abkürzungen von Fachausdrücken müssen beim ersten Vorkommen erklärt werden; ansonsten: keine verwenden!

- | nicht länger als eine Seite (ohne Briefkopf)
- | Datum nicht vergessen

— **Inhalt:**

Das Wichtigste muss in den ersten Absatz (denn am Schluss wird einfach weggestrichen, wenn der Beitrag zu lang ist). Die 6 W-Fragen müssen beantwortet sein: Wer - Was - Wann - Wo - Wie - Warum.

Im zweiten Absatz (und in weiteren Absätzen) wird der Inhalt erläutert, Hintergrund- und Zusatzinformation gegeben.

Der Inhalt muss klar, eindeutig und einfach formuliert sein, denn der Text muss dem Redakteur etwas sagen und danach auch noch dem Leser, der sich überhaupt nicht mit dem Verein und der Zupfmusik auskennt.

Eine Checkliste zum schnellen Prüfen einer Pressemitteilung ist im Anhang.

2. Handzettel für Veranstaltungsankündigungen

In öffentlichen Einrichtungen, in Cafés usw. können Handzettel ausgelegt werden, wenn man nach der Erlaubnis hierzu fragt. Bei der Gestaltung der Handzettel ist Folgendes wichtig:

- **Format:** nicht zu groß, am besten Postkartengröße (DIN C6)
- **Papier:** dafür reicht normales, farbiges Kopierpapier aus; Achtung: nicht zu dunkel, da sonst die Lesbarkeit leidet; schweres Papier verteuert die Kosten
- **Gestaltung:** nicht mehr als zwei Schriftarten, nicht mehr als insgesamt drei Schriftgrößen, sonst wird das Gesamtbild zu unruhig; das hervorheben, was die Aufmerksamkeit erregen soll; nicht zu viel Text! Zur Not kann auch die Rückseite benutzt werden, damit die Vorderseite nicht vollgestopft ist.
- **Inhalt:** Den Text so kurz wie nur irgend möglich halten. Keine wichtige Information vergessen (z.B. bei Veranstaltungen: Wer, Was, Datum, Uhrzeit, Ort, Eintritt, Komponisten/Werke).
- **Verteilung:** An neutralen Orten wie Stadtbücherei, Musikgeschäften usw. möglich. In Cafés u.Ä. unbedingt an die Gäste denken: Werden sie wohl Interesse an dieser Art von Veranstaltung haben?

3. Prospekt als Informationsmaterial über den Verein

Ein Prospekt, heutzutage meistens Flyer genannt, ist ein gutes Medium zur Mitgliederwerbung. Zu bedenken ist hier:

- Alle Vereinsmitglieder müssen werben können, also müssen alle ein paar daheim haben.
- Der Prospekt muss aktuell sein! Deshalb auch keine großen Auflagen herstellen (lassen).
- **Herstellung:** Ein Vierfarbdruck sieht sehr gut aus - und kostet dementsprechend. Auch durch kleine Auflagen lässt sich fast nichts einsparen. Sehr saubere Kopien auf Farbiges, etwas schwereres Papier mit einem guten Layout haben einen ebenso guten Werbewert. Wenn die Auflage klein gehalten werden soll, bieten sich auch Farbkopierer oder -Drucker an - vorausgesetzt die Farben stimmen.
- **Inhalt:**
Titelseite mit Logo und Vereinsbezeichnung
Innen: Darstellung der Ziele des Vereins (wieder mal die Corporate Identity), wie diese Ziele erreicht werden (hier gehören die Angebote des Vereins wie Orchester,

Spielkreis, Kinderorchester, Unterricht, Leihinstrumente, Probenstermin usw. hinein). Instrumente vorstellen und erklären. Die Funktionsträger können kurz vorgestellt werden, das ist vor allem für Dirigenten und Ausbilder wichtig - kann aber auch auf der Rückseite sein. Hinweis auf den BDZ und dass seine Angebote für alle Vereinsmitglieder offen sind.

Rückseite: Ansprechpartner mit Funktionsbezeichnung. Hier muss nicht zwingend nur der 1. Vorstand drauf stehen, das kann auch jemand sein, der bereit ist, Ansprechpartner nach außen zu sein. Ausbilder nennen. Wichtig sind Name, Funktion, Telefon, evtl. Mail-Adresse oder Anschrift. BDZ-Mitgliedsnummer.

Der Prospekt darf nicht zu voll wirken. Wer noch etwas wissen möchte, kann sich dann an einen der Ansprechpartner wenden.

Wichtig: Die genannten Ansprechpartner müssen damit einverstanden sein, dass ihre Daten auf dem Prospekt stehen!

4. Homepage im Internet

Eine eigene Homepage ist immer gut, weil zunehmend über das Internet kommuniziert wird. Es gibt mittlerweile Kriterien für eine gute Homepage. Wichtig sind unter anderem:

- Sie muss aktuell sein - nicht dass der letzte „aktuelle“ Termin die Konzertankündigung von vor zwei Jahren ist. Im Zweifel: lieber keine aktuellen Inhalte einstellen, das erspart die ständige Pflege.
- Schnelle Ladezeiten - nicht jeder hat einen DSL-Zugang zum Internet. Vielleicht muss man dann Bilddateien etwas kleiner machen. Alternativen Text für Bilder vor geben.
- Übersichtlicher Aufbau, schnelles Finden der gesuchten Information. Hyperlinks müssen funktionieren.
- Kontaktperson(en) nennen: Name, Telefon, Mail-Adresse
- Inhalt: s. oben beim Prospekt
- Urheberrecht beachten, Impressum angeben (kann mit Kontakt verknüpft werden)

Mittlerweile gibt es auch Bausteine, aus denen man sich die Homepage ohne Programmierkenntnisse zusammenstellen kann.

Gezielte Veranstaltungen zur Mitgliedergewinnung

Möglich sind:

- Offene Probe:
Im Vorfeld: allen Vereinsmitgliedern ankündigen, Pressemitteilung rechtzeitig vorher (s. oben)
Bei der Probe: es kann nur ansatzweise eine „normale“ Probe sein; es müssen Stücke sein, die die Bandbreite des Orchesters zeigen, sie dürfen aber für die Spieler nicht schwer sein, sonst werden Besucher eher erschreckt. Die Interessenten gleich einladen zur nächsten Probe, alle Möglichkeiten des Vereins aufzeigen, Info-Prospekt verteilen, mit den Besuchern sprechen - sie nicht am Rande stehen lassen!
Danach: möglichst rasch rekapitulieren, was an der Veranstaltung gut oder nicht so gut war, alles schriftlich festhalten, damit es bei der nächsten Aktion besser wird.

„Tag der offenen Tür“:

Das hört sich nach viel an. Ist aber nichts weiter als eine erweiterte Probe. Man zeigt alles, was der Verein an Aktivitäten hat. Eine Fotoausstellung auf ein paar Stellwänden erzählt die Vereinsgeschichte...

Offene Veranstaltungen wie Ausflüge (schon damit der Bus voll wird ...) Schönes Beispiel: Ein Kirchenchor möchte nach Rom fahren. Schon in der Anfangsphase merkt man, dass nicht genügend mitgehen wollen. Muss deshalb die ganze Reise flach fallen? Warum nicht auch Nicht-Sänger mitnehmen, die direkt nichts mit dem Chor zu tun haben? Man lernt neue Leute kennen, diese erzählen wiederum von der Reise ... die „Fremden“ sind hier wieder Multiplikatoren! Und sei es, dass sie zukünftig als Zuhörer in das Konzert kommen. Informationsveranstaltungen zur Gewinnung neuer Mitspieler: Eine Maßnahme, die nicht immer Erfolg versprechend ist. Erstes Problem ist der Ort: nicht jeder geht gern in eine Wirtschaft (alternativ ist auch eine reguläre Schule möglich), andererseits ist das ein neutraler Ort im Gegensatz zum Probenraum oder dem Vereinsheim. Wichtig: Es muss einen geplanten Ablauf geben.

Konzerte:

Ein probates Mittel, um neue Mitspieler zu gewinnen. Auf keinem Programm sollte der Hinweis fehlen, dass gerade jetzt, nach diesem Konzert ein guter Zeitpunkt für ein Einstieg ist. Dazu gehören auch Kontaktadresse (Name, Telefon) mit Funktionsbezeichnung. Man kann natürlich auch seinen Prospekt über den Verein auslegen. Bei jedem Konzert sollten einige Aktive bereit sein, Fragen von Besuchern zu beantworten.

Kostenlose Schnupperangebote:

Ein etwas heikles Thema, denn: Etwas, das nichts kostet, ist nichts wert. So lautet eine weit verbreitete Meinung. Und doch: ein Schnupperangebot über einen von vornherein begrenzten Zeitraum ist eine gute Möglichkeit auszuprobieren, ob man sich im Orchester wohlfühlt.

Nachwuchsgewinnung

Mit der Nachwuchsgewinnung ist das so eine Sache: Man bildet im Lauf der Jahre 100 Schüler aus, und wieviel davon kommen schlussendlich ins Orchester? Trotzdem: Die Ausbildung im Verein ist notwendig, solange man nicht auf andere Ausbildungsmöglichkeiten ausweichen kann. Und bei diesen gibt es dann das Problem, dass die Zusammenarbeit nicht immer klappt.

Die Probleme bei der Nachwuchsgewinnung und vor allem auch Erhaltung sind teilweise anders gelagert als bei der Gewinnung von Erwachsenen:

Wenn Kinder mit dem Lernen angefangen haben, kommen andere Interessen (Freund/Freundin, Fußball, Schule) dazwischen und sie hören wieder auf. Wenn sie dann soweit sind, dass sie im Orchester mitspielen können, hören sie nach kurzer Zeit wieder auf - wegen des Repertoires, weil die Altersstruktur nicht stimmt, weil...

Heute geht es zunächst um Möglichkeiten, an den potentiellen Nachwuchs überhaupt zu kommen.

Zusammenarbeit mit Musikschulen

Eine Zusammenarbeit mit einer Musikschule ist nicht einfach, weil sich Schule und Verein oft als Konkurrenz betrachten. Gleichwohl ist sie nicht unmöglich.

Es sollte auf jeden Fall möglich sein, dass

- im Rahmen der Musikalischen Früherziehung bei der Instrumentenvorstellung auch Mandoline und Gitarre dabei sind. Selbst wenn die Musikschule keinen Unterricht auf einem der beiden Instrumente anbieten kann
- bei anderen Angeboten wie das „Musikinstrumentenkarussell“, in dem Kinder über einen langen Zeitraum hinweg Instrumente im Unterricht kennenlernen können, bevor sie sich für ein Instrument entscheiden, die Mandoline ihren Platz findet
- die Musikschule Interessenten an den Verein weiterleitet und nicht ausschließlich versucht, diese für das eigene Angebot zu interessieren
- Schüler der Musikschule an einem Vereinskonzert mitwirken. Das können Jugendmusiziert-Preisträger sein, müssen es aber nicht.

Kooperation mit Kindergärten bzw. Beteiligung an der Musikalischen Früherziehung

Es gibt mittlerweile eine Ausbildung für die musikalische Früherziehung, die nebenberuflich absolviert werden kann (Bundesakademie für musikalische Jugendbildung Trossingen). Aber auch ohne diese Ausbildung können Vereinsausbilder mit solider Erfahrung und selbst absolvierter Ausbildung in Kindergärten in Sachen Musik mitarbeiten. Denn heute kann nicht mehr jede Erzieherin singen und dazu auf einem Instrument (Gitarre, Klavier) mitspielen. Auch wenn Kindergartenkinder noch sehr jung sind, sollten sie die Möglichkeit haben, Musik kennenzulernen, und zwar selbst gemachte Musik.

Kooperation Schule-Verein

Seit einiger Zeit gibt es die Möglichkeit, als Verein mit einer Schule eine Kooperation einzugehen. Es gilt dabei zwei Varianten zu unterscheiden: Dauerkooperation und Einzelkooperation. Ziel dieser Kooperationen ist die Vernetzung Schule/Verein. Dabei geht es in erster Linie nicht darum, an der Schule Gitarren- oder Mandolinenunterricht anzubieten, sondern mit einer Einrichtung der Schule (Chor, Orchester, Spielkreis, Sportgruppe) eine oder mehrere musikalische Veranstaltungen vorzubereiten und durchzuführen.

Der Verein hat dabei Vorteile: Er hat über die Schule eine gute Möglichkeit mit Menschen in Kontakt zu treten, bekannt zu werden, die sonst keinen Zugang zur Zupfmusik bekommen. Und wenn eine Kooperation erst einmal läuft, dann hat der Verein auch die Möglichkeit hier Mitglieder und Nachwuchs zu gewinnen.

Bei einer **Einzelkooperation** wird immer eine bestimmte öffentliche Musikveranstaltung gemeinsam gestaltet, die Zusammenarbeit ist also auf ein Projekt begrenzt. Dafür kann man Zuschüsse erhalten. (Antragsformular liegt aus)

Bei der **Dauerkooperation** geht es um eine unbefristete Zusammenarbeit zwischen einem Verein und einer Schule. Für die ersten drei Jahre ist ein Zuschuss möglich, danach kommt ein „Bewährungsjahr“ und - falls wirklich notwendig - eine weitere Förderung über zwei weitere Jahre. Dann muss die Kooperation finanziell selbständig sein. (Antragsformular im Anhang)

Das Zupforchester Ötigheim ist bereits eine Dauerkooperation mit einer Schule eingegangen. Die Info darüber ist im Anhang und kann auch im Internet abgerufen werden unter <http://www.zupfmusik-bw.de> Æ Fortbildung oder direkt: <http://www.zupfmusik-bw.de/lehrgang/handout.pdf>

Mentorenausbildung

Mentoren in Baden-Württemberg gibt es seit rund 20 Jahren im Sport und seit 1997, zuerst einmal als Versuch, im Bereich Musik. Mittlerweile haben sich die Musikmentoren allerdings etabliert. Andere Themenschwerpunkte der Mentoren sind z.B. Verkehrserziehung, Soziale Verantwortung und im technischen und sozialen Bereich, im Natur- und Umweltschutz, in Kunst (Museum). Ausbildende Organisatoren sind beispielsweise das Evangelische Jugendwerk in Württemberg, der Schüler-Verband der katholischen studierenden Jugend im Bund der Deutschen Katholischen Jugend (DKJ), der Landes-sportbund, Verkehrswacht, DLRG, Jugendrotkreuz, Malteser- und Johanniter-Jugend, Jugendfeuer, THW usw.

Bereits im Jahr 2000 hatten rund 4 000 Jugendliche die Mentorenausbildung absolviert und sind seitdem ehrenamtlich tätig. Gefördert und gefordert werden dabei Schlüsselqualifikationen, die in Schule und Beruf sehr wichtig sind. Dazu gehören Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Kommunikation, Führungskompetenz, soziales Verhalten. Es geht hier auch um die Verbindung und Zusammenarbeit von Verein und Schule.

In der Musik gibt es sowohl Singementoren als auch Mentoren im Instrumentalbereich. Diese Ausbildung wird von den Laienmusikbünden (z.B. BDZ) nach gemeinsam vereinbarten Ausbildungsinhalten durchgeführt. Die Anmeldungen erfolgen ausschließlich durch die Schulen, die jeweils max. 2 Schüler pro Schuljahr, die sie für geeignet halten und die selber daran interessiert sind, beim Regierungspräsidium anmelden (Termin für Ausbildung 2007/8 ist der 20. Oktober 2007). Der BDZ führt die Ausbildung in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Harmonikaverband DHV durch, d.h. die fachübergreifenden Inhalte werden gemeinsam unterrichtet, die instrumentenspezifischen vom jeweiligen Verband.

Ausbildungsinhalte sind: Grundkenntnisse der Orchesterleitung, Stimm- und Gehörbildung, Musiktheorie, Organisationsstrukturen (Bundes-/Landesverband), Schule und Verein, Pädagogik und Führung, Organisation überfachlicher Aktivitäten. Der BDZ bildet aus in den instrumentenspezifischen Bereichen: Instrumentenkunde, Haltung der Instrumente, Dirigieren/Literatur/Bandarbeit, Improvisation, Arrangement (s. Anhang). Die Ausbildungsphasen finden in Trossingen, in der Akademie für musikalische Jugendbildung, statt. Weitere Informationen s. Anhang. (Hinweis zur Information: Die Anmeldung der Schule wird natürlich nach Stuttgart bzw. Tübingen, nicht nach Karlsruhe geschickt.)

Internet-Adressen:

www.musikjugend-bw.de Æ Musikmentoren

Schüler-Mentoren-Programm <http://www.ejwue.de> Æ Schülermentoren

<http://www.rps-schule.de> Æ Gymnasien Æ Musik

<http://www.schulmusik-online.de/rubrik/themenlist.php?rubrikid=30>

Ganztagsschule

Seit 2003 bis zum Jahresende 2007 läuft das Investitionsprogramm des Bundes „Zukunft Bildung und Betreuung“ (IZBB-Programm) zum Ausbau von Ganztagsschulen. Damit sollen vor allem bauliche Maßnahmen und Neuausstattungen finanziert werden, der laufende Unterhalt sowie Personalkosten werden durch das Programm nicht bezuschusst.

In Baden-Württemberg werden drei Formen der Ganztagsschule gefördert:

- „Offene Form“: Nur die angemeldeten Schüler nehmen am Ganztagsbetrieb teil.
- „Gebundene Form“: Alle Schüler nehmen am Ganztagsbetrieb teil.
- „Mischkonzeption“: Ein Teil der Ganztagsangebote ist für die Schüler verpflichtend, die anderen Teile nur für die angemeldeten.

Gründe für Betreuung der Schüler am Nachmittag sind vielschichtig: Da ist zum einen das 8-jährige Gymnasium: Durch die verkürzte Schulzeit wird mehr Nachmittagsunterricht gegeben, gleichzeitig entstehen mehr Hohlstunden, in denen die Schüler betreut werden müssen. Zum anderen fördert das Land sog. Brennpunkt-Schulen, in denen die Schüler auch am Nachmittag betreut werden. Dazu kommt die verlässliche Grundschule.

Während der Zeiten, in denen kein Unterricht stattfindet, können u.a. Musik treibende Vereine Angebote machen. Für diese werden ggf. auch Entgelte erhoben. Hierbei können auch Mentoren eingesetzt werden.

Informationen gibt es in der Broschüre der Initiativgruppe Ganztagesbetreuung der Musikverbände in BW: „Musik in der Ganztagesbetreuung“

(www.badischersaengerbund.de) sowie in den „Handreichungen zur Beteiligung von Zupforchestervereinen an der ‚offenen Ganztageschule‘ von der Arbeitsgruppe im BDZ (www.bdz-online.de Æ Download)

Zusammenarbeit mit Grundschulen

Eine erfolgreiche Möglichkeit der Schülerwerbung besteht darin, an einer Grundschule ein Vorspiel zu veranstalten oder im Musikunterricht die Instrumente vorzustellen. Am ehesten dafür in Frage kommen die 2. oder sonst die 1. Klasse. In der dritten Klasse sind viele Schüler schon festgelegt, teilweise spielen auch schon Überlegungen, wohin das Kind nach der Grundschule gehen wird, so eine große Rolle, dass ein Musikunterricht nicht mehr im Vordergrund steht. Vergessen werden sollte nicht, dass nach einem Vorspiel oder Unterrichtsbesuch beim Lehrer nochmals nachgefragt wird, ob seitens der Schüler Interesse an Unterricht besteht oder ob man sogar selbst noch einmal vorbeikommen und mit den Schülern sprechen kann.

Wenn ein Vorspiel oder Besuch im Unterricht nicht möglich ist, kommt auch durchaus die Zusammenarbeit mit einem Chor oder einer anderen Gruppe/AG der Schule in Betracht.

Wenn dann der Unterricht in den Räumen der Grundschule stattfinden kann, braucht sich der Verein auch keine Sorgen wegen des Raumes zu machen; für Eltern dürfte dieser Ort dazu noch einfacher zu erreichen sein, da die Kinder den Weg dorthin sowieso als Schulweg kennen und ohne Begleitung hingehen können.

Konzerte von Kindern für Kinder

Verfügt der Verein bereits über ein Jugendorchester oder kann sich eines „ausleihen“, so wäre ein Konzert von Kindern für Kinder sinnvoll. Bei sog. Kinderkonzerten sind es meistens Erwachsene, die spielen. Das wirkt auf Kinder in der Regel aber nicht so anmierend wie wenn sie Altersgenossen sehen und hören können.

Ein Konzert von Kindern kann eine Geschichte erzählen, die mit verschiedenen Musikstücken begleitet wird. Dafür ist es gut, wenn Kinder die Erzähler und /oder Schauspieler sind. Aber auch ein erwachsener Sprecher ist denkbar. Man kann sich dabei u.a. von den Stücken aus der Reihe „Die flotten Zupfer“ (erschieden bei Vogt & Fritz) inspirieren lassen bzw. diese als Grundlage nehmen und eine Geschichte dazu suchen oder schreiben (lassen). Es sind natürlich ebenso Stücke geeignet, die unter einem Thema zusammengestellt sind oder in eine Geschichte einbezogen werden können. Mögliche Themen könnten sein: Reise um die Welt (mit Liedern aus aller Welt), Zirkus usw.

Nicht zu vergessen:

- Ehemalige Mitglieder können wieder aktiviert werden. Es lohnt sich, den Kontakt zu ihnen nicht ganz einschlafen zu lassen.
- Wenn Ehemalige (oder womöglich auch Aktive) meinen, sie könnten im Hauptorchester nicht (mehr) mitspielen, weil sie nicht mehr oder noch nicht wieder gut genug seien, kann man ein eigenständiges Orchester gründen.
- Zusammenarbeit mit anderen (Musik-)Vereinen
Diese Zusammenarbeit muss nicht dauernd sein, sondern kann sich auf einzelne Projekte beschränken. Bereits durch die musikalische Umrahmung der Jahresversammlung eines Sportvereins, eines Kleintierzüchtervereins oder-vereins ergeben sich neue Kontakte. Oder durch gemeinsame Konzerte mit Chören. Jede Möglichkeit, mit Nichtzupfern oder sogar nicht musikalischen Vereinen etwas zu gestalten, sollte genutzt werden. Die Wirkung von Multiplikatoren ist ja bekannt...
- Zusammenarbeit mit Institutionen und Behörden
Nicht unterschlagen werden darf diese Zusammenarbeit. In Frage kommen z.B. Seniorennachmittage, die musikalisch umrahmt werden sollen. Auch wenn die Senioren vermutlich nicht sehr oft aktiv Mandoline oder Gitarre spielen möchten, wenn sei es nicht ohnehin schon können, tragen sie die Information „da gibt es ein Zupforchester“ weiter. Es gibt etliche Großeltern, die versuchen, ihre Enkel für die Musik zu begeistern und so eine Veranstaltung dann als Anlass nehmen, den Unterricht für die Enkel zu finanzieren.

Zu guter Letzt...

... noch ein paar Hinweise, Informationen und Aufmunterungen.

Das **Ehrenamt**, wie wir es von früher kennen, ist nicht mehr die einzige Form des Ehrenamts, das die Menschen heute begeistert. Durch die gesellschaftliche Entwicklung, die zunehmende Individualisierung wurde der sich für andere aufopfernde Ehrenamtler ergänzt (nicht ersetzt!) durch Menschen, die sich an ihren eigenen Bedürfnissen und Wünschen orientieren und sich dementsprechend engagieren. Oft gibt für dieses Engagement eine persönliche Betroffenheit, ein einschneidendes Erlebnis den Ausschlag. So entstehen u.a. Stiftungen (z.B. Stiftung Sterntaler in Schwäbisch Gmünd, Stiftung betroffener Eltern für Kinder mit Down-Syndrom usw.), die sehr viel Engagement erfordern. Viele im Ehrenamt Tätige möchten sich neue Kenntnisse aneignen, selber neue Erfahrungen machen. Es zahlt sich für den Verein aus, wenn für Interessierte ein passende Tätigkeit gesucht oder geschaffen wird bzw. wenn Tätigkeiten, für die ein Ehrenamtlicher gesucht wird, ihnen auch angepasst werden können.

Eine Übersicht findet sich in „Ehrenamt - Perspektive und Probleme am Beispiel „Bürger Netzwerk Bildung“ von Jacqueline Hübner, Berlin, 2006, S. 12. Wer sich diese Übersicht durchliest, wird vielleicht sogar feststellen, dass sie auf einen selber (teilweise) zutrifft.

Beliebte und erfahrungsgemäß günstige Zeitpunkte für Workshops, Fortbildungsveranstaltungen innerhalb oder außerhalb des Vereins sind für Schüler die Zeit kurz nach dem Zwischenzeugnis im Februar/März und im Oktober, denn in der Schule werden dann weniger Arbeiten geschrieben.

Bei allen Aktionen darf man nicht übersehen, dass nicht nur **Kinder und Jugendliche** für das Weiterbestehen eines Vereins wichtig sind, dazu gehören auch **Erwachsene**. Also: Auch Erwachsene versuchen zu begeistern! Das können die sein, die vor 20, 25 Jahren schon mal als Kinder mitgemacht haben, das können Erwachsene sein, die sich erst neu in der Gemeinde niederlassen, Erwachsene, deren Kinder gerade aus dem Gröbsten heraus sind, die für ihre Kinder (!) und für sich selber Aufgaben oder eine sinnvolle Freizeitgestaltung suchen oder auch Erwachsene, die aus dem Berufsleben ausscheiden und neue Betätigungsfelder brauchen.

Die Klage „Die wollen nicht mehr Mitglied werden, die wollen nur noch **Projekte** machen!“ ist weit verbreitet. Und berechtigt. Was können dafür die Gründe sein? Zum einen das veränderte Verständnis von Ehrenamt, das sich aus einer gewandelten Gesellschaft entwickelt hat. Es kommen aber noch weit mehr hinzu:

- Die häufig geforderte berufliche Flexibilität verhindert ein Sesshaftwerden.
- „Ich bin jetzt schon 68, da will ich mich nicht mehr binden.“ Ja, aber mitmachen, evtl. ohne die verbindliche Mitgliedschaft im Verein, ginge das? Mit Kostenbeteiligung?
- Ein Projekt geht über einen überschaubaren, abgegrenzten Zeitraum. Danach kann man sich etwas anderem, neuem zuwenden. Ein Projekt hat ein genau definiertes Ziel: Vielleicht ist das generelle Ziel, das ein Verein anstrebt, nicht DAS Ziel, das einen anspricht, aber ein Teil davon wohl?

- „Erst wird man Mitglied und dann geht so wie hier: erst den kleinen Finger und dann den ganzen Arm!" Das ist ein bedenkenswerter Satz: Nicht jedes Mitglied muss 100 Prozent seiner Freizeit für den Verein investieren. Es gibt auch kleine Aufgaben.
- Unzufriedene Mitglieder gehen oder ziehen sich zurück - da lohnt es sich nachzufragen. Das haben sie sich im Übrigen auch „verdient" durch ihre vorherige Unterstützung des Vereins!

Und wenn der Verein selber Projekte anbietet? Wenn er dies regelmäßig tut, hat er während der Projektdauer Zulauf, und es gelingt immer wieder, daraus Mitglieder zu gewinnen.

Es nutzt nicht besonders viel, wenn zwar neue Mitglieder gewonnen werden, die sich aber nicht wohlfühlen. Gründe dafür kann es viele geben. Aber einigen kann man entgegenwirken:

- Die „Alten" wollen die „Neuen" eigentlich nicht, sie lassen sie links liegen:
Bei Aktionen alte mit neuen Mitgliedern zusammen einsetzen, z.B. beim Vorbereiten eines Ausflugs, beim Planen eines Vereinsfestes.
- Die Neuen werden nicht eingebunden, nicht genauso wie alle anderen informiert.

Die Neuen wollen motiviert werden - genauso wie die „Alten" - da geht also die Arbeit gradeso weiter, nur dass man für mehr Menschen verantwortlich ist als vorher! Allerdings hat man es einfacher als Sisyphus: er sieht von seiner unendlichen, stets gleichen Arbeit nichts, aber der Verein hat Mitglieder, die sich wohlfühlen, es gibt keine Probleme, die sich nicht mit ihrer Hilfe lösen ließen, das Wir-Gefühl, die Gemeinschaft ist richtig gut...

Verwendete Quellen:

www.forum-seniorenarbeit.de

„Tipps zur Pressearbeit für Bürgermentoren" von Hanna Meid, Schwäbisch Gmünd
Stefan Liebing (Hrsg.): Ehrenamt Musik, ConBrio, Regensburg 2004

Initiativgruppe Ganztagesbetreuung der Musikverbände in BW: „Musik in der Ganztagesbetreuung", 2005

Handreichung zur Beteiligung von Zupforchestervereinen an der „offenen Ganztagschule" (<http://www.bdz-online.de> Æ Downloads)

Anhang:

Öffentlichkeitsarbeit: Checkliste für Presstexte

Kooperation Schule/Verein: Antragsformular Einzelkooperation, Antragsformular Dauerkooperation

Musikmentoren: Inhalte der Ausbildung durch den BDZ, Info „Musikmentor“ für das Schuljahr 2007/08