

Aktiv werden - Parteiorganisation - Parteileben

3.7.2. Zehn Weisheiten der Mitgliedergewinnung

1. Mitgliedergewinnung braucht, neben Anzeigen, Flugblätter, Plakate, Internetwerbung unbedingt auch die **persönliche Ansprache**. Klar, wir gewinnen auch neue Mitglieder durch die allgemeine Werbung. Doch durch den persönlichen Kontakt entsteht eine engere Bindung, eine Bindung die integriert, die in die Mitgliedschaft hinein trägt.
2. Mitgliederwerbung ist eine Sache der Mitglieder, und zwar möglichst vieler Mitglieder. Wenn wir die persönliche Ansprache als eins der wichtigsten Mittel sehen, dann geht diese Ansprache nur durch die vorhandenen Mitglieder. Und es ist schon zahlenmäßig ganz und gar unmöglich, diese Aufgabe nur bei den Vorständen oder Fraktionen anzusiedeln. Wir sind also darauf angewiesen, dass wirklich viele Mitglieder der Partei bereit sind, in ihrem Umfeld zu gucken, wen man für die Partei gewinnen könnte, und dies dann möglichst auch tun. Jedes Mitglied ist ein potenzieller Werber, eine Werberin für die Partei.
3. Mitgliederwerbung hat einen Ort. Jede Basisorganisation, jeder Ortsverband, jede andere Partei-Gruppe könnte einmal systematisch durchforsten: **Wo finden wir neue Mitglieder?** In den sozialen und außerparlamentarischen Bewegungen? Im Umfeld der Fraktion? In den Gewerkschaften? Bei den Bürgerdeputierten? Bei den Sympathisant/inn/en? In der Volkssolidarität oder im Migrantenverein? Im Betrieb? In der Nachbarschaft, in der Bürgerinitiative oder aber bei den Enkeln, den Studienkolleg/inn/en oder einfach im Freundeskreis? Und dann kann man besprechen, wer mit wem einmal reden sollte, wo und wie das Gespräch stattfinden sollte, und auch darüber ob bei einer Absage etwa der Himmel einstürzen wird. Dafür empfehlen wir auch das politische Mapping - das Erstellen einer Landkarte nach gewissen Kriterien.
4. Mitgliederwerbung führt unweigerlich zu der Gretchenfrage "Willst du Mitglied der LINKEN werden?" Natürlich kann man auch sagen: "Ich finde, du passt mit deinen Ansichten so gut in DIE LINKE, dass du eintreten könntest!" oder "Ich würde mich freuen, wenn du in der LINKEN mitmachen würdest!" Und sicher gibt es noch weitere Formulierungen, die zur jeweiligen Situation oder Person passen. Jedes Mitglied sollte in seinem Inneren diesen Satz einmal einüben und überlegen, wem gegenüber es den Satz aussprechen würde.
5. **Neue Mitglieder brauchen einen Platz.** Jede Partei-Gruppe, Gliederung, jeder Vorstand, jede BO oder Fraktion sollte die Frage beantworten: Wofür brauchen wir neue Mitglieder? Welche Aufgabe könnten sie übernehmen? Welche Aufgaben wollen die Neuen übernehmen? Wo haben wir weiße Flecken, bei welchen Themen sind wir unterbelichtet? In welche Basisorganisation, welchen Ortsverband werden die Neuen gehen? Wie werden sie integriert, wer übersetzt ihnen unser Partei-Kauderwelsch? Wenn wir neue Mitglieder brauchen, dann sollten Interessierte das auch spüren können.
6. Die Integration neuer Mitglieder verändert uns. Wir haben uns die Fragen zu stellen: Wie wirken wir auf die Neuen? Sind wir offen genug für sie oder ist es schwer, bei uns reinzukommen. Was haben die Neumitglieder wohl für Erwartungen? Und was müssten wir tun, um ihnen dabei entgegen zu kommen? Sind unsere Treffzeiten immer noch passend? Sollten wir mal andere Themen auf die Tagesordnung setzen? Welche Gewohnheiten behalten wir bei, um unsere gewachsenen Gruppen zu bewahren und wie viel Veränderung brauchen wir, um Neues aufzunehmen?
7. Mitgliedergewinnung braucht Gelegenheiten. Welche Veranstaltungen von uns sind geeignet? Liegen auf jedem Infostand Eintrittserklärungen? Sagt bei unseren Veranstaltungen auch mal jemand: "Wer jetzt noch mehr **Interesse** an der LINKEN hat, der/die komme noch mit auf ein Bier in die Kneipe xy"? Oder: "wer mal reinschnuppern möchte: unsere Neuengruppe trifft sich dann und dann"?
8. Mitgliedergewinnung hat viele Gegenargumente. Das meist genannte ist: Wenn die Politik stimmt, dann kommen auch die Mitglieder. Dazu ist zu sagen: Erstens auch in diesem Fall muss man Menschen

signalisieren, dass wir sie gerne bei uns sehen möchten, so sind nämlich die meisten nicht gestrickt, dass sie sich ungefragt aufdrängen.

Zweitens: Bei allem Ärger über Fehlentscheidungen in der Politik haben wir als Mitglieder uns doch entschieden zu bleiben, weil offenkundig die Argumente für die Mitgliedschaft überwiegen. Ich weiß, unsere Gesprächskultur über die Partei ist oft die des Klagens, was alles nicht so läuft wie es sollte. Das ist auch berechtigt, denn wir wollen ja eine kritikfähige Partei sein. Aber bitte: Lasst uns auch mal darüber reden, was an unserer Partei einzigartig ist, welche großartigen Erfolge wir in den letzten Jahren erreicht haben, warum wir gerne Mitglied sind, weil unser Leben dadurch an Qualität gewinnt, weil wir teilhaben an einer großen gemeinsamen Aufgabe, weil es tröstet, wenn man Wut und Enttäuschung über die bestehenden Verhältnisse miteinander teilen kann und weil jede und jeder von uns noch weitere Gründe dazu nennen kann.

9. Mitgliedergewinnung braucht **Verbindlichkeit**. Ohne **Verabredung** und Verantwortlichkeit geht es nicht. Optimal wäre ein kleines Team, das sich gezielt um neue Mitglieder kümmert, das mit den Basisorganisationen und Ortsverbänden über Vorhaben und Maßnahmen redet - wenn es der Kreisvorstand macht, ist es gut. Aber dann muss im Kreisvorstand jemand dafür verantwortlich sein. Und es braucht ein Ziel, ein Ziel, das realistisch, messbar, von allen akzeptiert und terminiert ist. Ist es möglich, dass jede Basisorganisation, jeder Ortsverband wenigstens fünf, zwei oder eine/n wirbt in diesem Jahr? Und darüber hinaus versucht man noch weitere x/y neue Mitglieder zu gewinnen? Ein fest vereinbartes Ziel, eine Zahl, erhöht die Verbindlichkeit, sorgt dafür, dass das Thema regelmäßig aufgerufen und abgefragt wird. Und sorgt im Übrigen auch dafür, dass man am Ende etwas zu feiern hat. Mit den Neuen, und vielleicht entsteht daraus ein neues Team oder Kollektiv, das sich im Wahljahr die Mitgliedergewinnung zu eigen macht. Neue werben Neue ist ein durchaus erfolgreiches Modell.

10. Mitgliedergewinnung braucht Unterstützung. Dafür fühlen sich die Bundesgeschäftsstelle und mit ihr die Koordinierungsgruppe Mitgliedergewinnung zuständig. Wir haben einige Bildungsangebote speziell für neue Mitglieder - und die sind ehrlich gesagt unsere besten "Kundinnen und Kunden". Wir laden neue Mitglieder in jedem Jahr zum Fest der LINKEN zu einem Wochenende mit Dampferfahrt, Politikerdiskussionen und Fest-Besuch ein. Wir bieten denjenigen, die mit Neumitgliedern arbeiten, eine Teamerausbildung an. Wir haben ein umfangreiches Bildungsangebot. Wir können Praktika und Mentoring vermitteln oder auch Werkstätten machen, wo man konkrete Projekte entwickelt. Die konkreten Angebote entnehmt bitte den Internetseiten www.die-linke.de/mitgliedschaft/weiterbilden und www.die-linke.de/mitgliedschaft/aktiv_werden.

Kontakt

Bundesgeschäftsstelle
Bereich Parteientwicklung
Kleine Alexanderstraße 28
10178 Berlin
parteientwicklung@die-linke.de
Telefon: 030 (24 009 555)

Quelle:

<http://die-linke.de/mitgliedschaft/aktivwerden/3parteiorganisationparteleben/37dieneuenmitgliederwillkommenanbord/372zehnweisheitende>

Druckdatum: 23. Mai 2011 18:51h