



# Mitglieder werben.

Ein Praxishandbuch für die Arbeit vor Ort







# **Mitglieder werben.**

**Ein Praxishandbuch für die Arbeit vor Ort**



Mitglieder werben - Ein Praxishandbuch für die Arbeit vor Ort

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	3
<b>1. Warum Mitglieder werben?</b>	4
<b>2. Voraussetzungen schaffen - Ziele setzen</b>	
Der Ortsverein muss offen sein für neue Mitglieder	6
Orientierungsdaten für die Mitgliederwerbung	6
<b>3. Die Mitglieder mobilisieren</b>	
So können Mitglieder angesprochen werden	8
Die Mitgliederversammlung beschließt die Aktion	10
Der Vorstand ist verantwortlich für die Mitgliederwerbung	10
Eine Werbedatei aufbauen	11
Gute Arbeit braucht Anerkennung	11
<b>4. Die Partei braucht die Öffentlichkeit</b>	
Die Interessenten müssen die SPD erreichen können	12
Der Internetauftritt des Ortsvereins	12
Tipps zur Pressearbeit	13
Die Pressemitteilung	15
Orts- und Stadtteilzeitungen	16
Im Schaukasten auf die Aktion hinweisen	16
Das Flugblatt	18
Der "gute alte" Infostand	18
Die Idee des transportablen Infostandes	20
"Wieder zuhören" - der umgekehrte Infostand	20
Blickfang Bodenzeitung	20
Nachbarschaftsgespräche	22
Das Bürgertelefon	23
Persönliche Verteilung an die Haushalte	23
Die Postwurfsendung	23
<b>5. Die Aktion - so wird's gemacht!</b>	
Der Besuch beim künftigen Mitglied	24
Einladungen an potenzielle Neumitglieder	25
Der Einladungsbrief an potenzielle Neumitglieder	26



Die Gastmitgliedschaft nutzen	26
Das künftige Mitglied vorbereiten	26
Sympathisanten langfristig betreuen	27
Mitgliederwerbung in der Großstadt - ein Beispiel aus der Praxis	27
Mitgliederwerbung im ländlichen Raum - ein Beispiel aus der Praxis	28
Die Finanzierung - Der Veranstaltungshaushalt	30
Mitgliedermobilisierung - Die Idee der Veranstaltungspatenschaft	30
"Runde Tische" oder Stammtische	30
Mitglieder werben in Zielgruppen	31
Zielgruppenansprache	32
Kontakte mit befreundeten Organisationen	33
Aktion "Weiße Flecken"	34
Ortsvereinsgründung	35
Gründungsversammlung sorgfältig vorbereiten	36
Formalitäten nach der Ortsvereinsgründung	36
<b>6. Neue Mitglieder gewonnen - was nun?</b>	37
Mit Betreuung Integration ermöglichen	38
Was geschieht mit der Beitrittserklärung?	38
Die ersten Tage nutzen	39
Das Parteibuch wird überreicht	39
Die Einladung zur ersten Mitgliederversammlung	41
Eine besondere Veranstaltung für neue Mitglieder	41
<b>7. Mitgliederpflege: Information, Kommunikation, Beteiligung</b>	
Informationen sinnvoll nutzen	44
Mitgliederzeitschriften "Vorwärts" und "INTERN"	45
Regelmäßige Versammlungen	45
Gesprächsrunden für neue Mitglieder	46
Neue Veranstaltungsformen erproben	46
Geselligkeit pflegen	47
Die SPD-Card	48
Einsatz moderner Kommunikationsmittel	49
Die klassische Form der Mitarbeit: Wahlkampf machen	50
Beitrittserklärung	51
Material zur Mitgliederwerbung und -pflege	52

## Mitglieder gewinnen - Demokratie gestalten

Die SPD ist eine Mitgliederpartei. Mitgliederpartei heißt "Mitmachpartei".

Wir wissen: Mitglieder wollen mitentscheiden, Politik und Gesellschaft gestalten. Sie wollen die Sozialdemokratie als politische Heimat und Gesinnungsgemeinschaft erleben.

Einen großen Stellenwert für den Eintritt in die SPD hat der Erhalt und die Unterstützung der Grundwerte. Mitglieder wollen die Partei als Wertegemeinschaft, Ort der Begegnung und des Erfahrungsaustauschs erleben.

Eine starke Mitgliederpartei SPD ist ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Demokratie. Als älteste demokratische Partei Deutschlands, die Verfolgung, Repression und Verbote erleiden musste, wissen wir um die Werte und werden alles tun, um Freiheit und Demokratie zu erhalten, auszubauen und immer wieder aufs Neue mit Leben zu erfüllen. Denn eine Demokratie ohne aktive Demokraten ist nicht lebensfähig.


Durch vielfältiges, meist ehrenamtliches Engagement in Vereinen, Verbänden, Bürgerausschüssen, Gemeinderäten und Parlamenten wird Demokratie gelebt.

Die Mitgliederpartei SPD lebt von den Menschen, die sich zu ihr bekennen, für sie werben und sie unterstützen.

Die Broschüre soll Anregung und Hilfe sein, Menschen für die Mitarbeit und Mitgliedschaft in der Sozialdemokratie zu gewinnen.



Kurt Beck  
Parteivorsitzender



Hubertus Heil  
Generalsekretär



## 1. Warum Mitglieder werben?

Die SPD ist eine moderne Mitgliederpartei. Damit dies so bleibt, muss die Mitgliederwerbung zur „Tagesaufgabe“ werden. Nur wenn wir unsere Partei immer besser in der Bevölkerung verankern, wird es uns langfristig gelingen, Mehrheiten für sozialdemokratische Politik zu gewinnen und zu sichern. Mitgliederwerbung ist ebenso in den angestammten sozialdemokratischen Hochburgen notwendig wie in den Bereichen, in denen die SPD nur schwach oder überhaupt nicht vertreten ist. Gerade in diesen Bereichen müssen von der Parteiorganisation verstärkt Anstrengungen unternommen werden, um "Weiße Flecken" abzubauen.

Gute Ortsvereinsarbeit ist auch Mitgliederwerbung. Darüber hinaus sind besondere Werbekampagnen notwendig. Jedes einzelne Mitglied ist aufgerufen, für die Partei neue Mitglieder zu werben.

Aus Umfrageergebnissen (Polis) wissen wir, dass 12% der Wähler in den alten und 5% der Wähler in den neuen Bundesländern grundsätzlich bereit sind, in eine Partei einzutreten.

15% der SPD-Sympathisanten aus dem Westen und 3% der Sympathisanten aus dem Osten Deutschlands halten einen Parteieintritt für möglich. Durch diese Bereitschaft kann die Frage nicht lauten "woher nehmen?", sondern "wie einbinden?"



Mehr Mitglieder bedeuten für die SPD:

- mehr Meinungsträger für ihre politischen Ziele;
- mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der konkreten aktiven Parteiarbeit;
- stärkere Verankerung in der Bevölkerung;
- mehr Beiträge und damit mehr Möglichkeiten für die Parteiarbeit.

Mitgliederwerbung ist immer möglich - unabhängig von der Großwetterlage. Sie ist dort besonders erfolgreich, wo sie vom besonderen Einsatz der Mitglieder getragen wird.

## 2. Voraussetzungen schaffen - Ziele setzen

Wenn Mitgliederwerbung erfolgreich sein soll, müssen zunächst in der Partei selbst die Voraussetzungen dafür geschaffen werden.

Am besten gleich in der nächsten Mitgliederversammlung das Thema Mitgliederwerbung ansprechen und die Genossinnen und Genossen im Ortsverein auf diese Aufgabe aufmerksam machen!

### **Der Ortsverein muss offen sein für neue Mitglieder.**

Die Bereitschaft, neue Mitglieder von Anfang an in die Parteiarbeit mit einzubeziehen, muss spürbar sein.

Wie ihnen der Zugang zur Parteiarbeit geöffnet wird, lässt sich in einem zwei- bis vierstündigen Workshop erarbeiten.

### **Orientierungsdaten für die Mitgliederwerbung**

Bevor eine Mitgliederwerbekampagne gestartet wird, müssen Daten und Fakten recherchiert werden:

- Wie stark ist die Partei in der Bevölkerung verankert?
- Können besondere Gruppen der Gesellschaft speziell angesprochen werden?
- Sind wir Spiegelbild der örtlichen Gesellschaft?
- Wie ist das Zahlenverhältnis Mitglieder/Wahlberechtigte?
- Wie ist das Verhältnis Mitglieder/SPD-Wähler?
- Wie ist die Geschlechterstruktur?
- Vergleich mit anderen Ortsvereinen der Region herstellen.

Sinnvoll ist zudem, dass der Ortsverein eine Analyse der eigenen Mitgliederstruktur durchführt, etwa nach Alter und Berufen. Stellt der Ortsverein z.B. eine Überalterung der Mitglieder fest, steht ein Ziel der Mitgliederwerbung bereits fest: Es müssen verstärkt Jugendliche für die SPD gewonnen werden.

Bei einer solchen Analyse kann der Unterbezirk mit den Möglichkeiten der EDV, vor allem der MAVIS, behilflich sein.

Die für die eigene Gemeinde maßgeblichen Zahlen lassen sich beim Gemeindevorstand bzw. beim Statistischen Bundesamt und Wahlamt der Gemeinde oder bei der Kreisverwaltung erfragen.

### 3. Die Mitglieder mobilisieren

#### So können Mitglieder angesprochen werden.

Vor jeder Mitgliederwerbeaktion müssen die aktiven Stammmitglieder als Werber motiviert werden. Voraussetzung für ihre Mobilisierung ist die Information. Sollen alle Mitglieder erreicht werden, lässt sich das nur in einer Mitgliederversammlung



realisieren. Am besten ist entweder ein Schreiben des Ortsvereinsvorstands an alle Genossinnen und Genossen (Seite 9), in dem auf die Notwendigkeit der Mitgliederwerbung aufmerksam gemacht wird, oder das Informationsblatt, welches in einer Sonderausgabe alle Mitglieder zum Mitmachen einlädt.

In diesem Schreiben kann zugleich ein "Wettbewerb der Werber" angekündigt werden. In der Planungsphase sollte der Ortsvereinsvorstand die Mandatsträgerinnen und Mandatsträger von vornherein als wichtige Werber aktiv mit einbeziehen. Besonders durch ihren Bekanntheitsgrad können diese zur Werbung neuer Mitglieder einen wesentlichen Beitrag leisten.

Alle Mitglieder, der Vorstand und die Mandatsträgerinnen und Mandatsträger sollten bereits in die Vorbereitungs- und Planungsphase einbezogen werden.

Rundbrief  
an alle Mitglieder

Ort und Datum

## Die SPD muss die aktive Volkspartei bleiben!

Liebe Genossinnen und Genossen,

wir haben in den letzten Jahren als führende Kraft Verantwortung in der Regierung übernommen und vieles auf den Weg gebracht. Durch die Globalisierung stehen wir vor weiteren Herausforderungen:

Wir wollen für künftige Generationen einen Staat erhalten, der finanziell handlungsfähig ist und dessen soziale Sicherungssysteme weit tragen. Dazu sind Anstrengungen notwendig. Wir unternehmen diese, weil wir Sozialdemokraten uns in 140 Jahren Geschichte immer wieder den Herausforderungen gestellt und dabei viel erreicht haben.

Es war und bleibt die Stärke der SPD, dass sie sich vor allem auf die Unterstützung und Mitarbeit ihrer Mitglieder verlassen kann. Unsere Partei ist nur so stark, wie wir sie gemeinsam machen. Gerade jetzt müssen wir dafür sorgen, dass wir für neue Mitglieder attraktiv sind und uns organisatorisch und politisch stärken.

Unser Ortsverein kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten.


Wir haben den Bürgerinnen und Bürgern in unserer Nähe gezeigt, dass wir Politik machen, indem wir uns um ihre Probleme kümmern. Deshalb haben wir auch gute Argumente, viele von ihnen zur Mitarbeit zu gewinnen und so die Zahl unserer Mitglieder kräftig zu erhöhen.

Wir sollten uns gemeinsam Gedanken machen, wie wir neue Menschen und bisher nicht aktive Mitglieder ansprechen und so für die Parteiarbeit aktivieren können. Deshalb treffen wir uns zu einer Mitgliederversammlung am

Datum, Ort, Informationen  
(Zeitrahmen nicht vergessen!)

Dies ist auch ein idealer Anlass für bisher in der Partei weniger aktive Mitglieder, den Ortsverein einmal näher kennen zu lernen und ihre Vorstellungen von einer interessanten und wirkungsvollen Parteiarbeit deutlich zu machen.

Mit freundlichen Grüßen



## Die Mitglieder mobilisieren

Die Erfahrung vorangegangener Mitgliederwerbeprojekte zeigt deutlich, dass durch kräftebündelnde Werbeprojekte Mitgliederzuwachs zu verzeichnen ist.

### **Die Mitgliederversammlung beschließt die Aktion.**

Die Mitgliederwerbeaktion sollte vom Ortsvereinsvorstand nicht im stillen Kämmerlein unter Ausschluss der Mitglieder "ausgebrütet" werden.

Besser: In der Mitgliederversammlung mit allen Aktiven diskutieren und beschließen.

Je mehr Mitglieder sich an der Entscheidung für die Aktion beteiligen, um so erfolgreicher kann sie werden. In der Mitgliederversammlung kann vom Vorbereitungsteam folgendes dargestellt werden:

- eine Analyse der Mitgliederstruktur des Ortsvereins,
- die Einzelschritte und Ziele der Aktion,
- die Einbeziehung der Aktion in die allgemeine politische Arbeit.

Die Mitgliederversammlung kann die Werbeaktion nach dem System der "Kartenabfrage" auch gemeinsam entwickeln. Alle Anwesenden erhalten postkartengroße Karteikarten, auf denen sie notieren, was ihnen zum Thema Mitgliederwerbung einfällt.

Wichtig: Pro Karte wird nur ein Gedanke von maximal drei Zeilen notiert. Diese Karten werden an eine große Tafel (Pinnwand) angeheftet und dann gemeinsam sortiert und geordnet. Damit kann jedes Mitglied seine Ideen in die Aktion einbringen und wird eher bereit sein, mitzuarbeiten.

### **Der Vorstand ist verantwortlich für die Mitgliederwerbung.**

Sinnvoll ist, dass die Mitgliederversammlung die Aktion ausführlich diskutiert und beschließt. In dieser Mitgliederversammlung sollte das für die Mitgliederwerbung verantwortliche Vorstandsmitglied benannt werden, das auch das Projektteam bildet. Der Vorstand ist für die Mitgliederwerbung verantwortlich und stellt die erforderlichen Mittel im Sinne der beschlossenen Aktion bereit.

### **Eine Werbedatei aufbauen**

Der nächste Schritt für die Mitgliederwerbeaktion wird noch in der gleichen Mitgliederversammlung getan.

Man versucht mit den Mitgliedern eine Liste mit Adressen potenzieller Neumitglieder für die SPD zu erstellen, hinzugefügt werden können außerdem natürlich auch Sympathisanten der SPD.

Diese Namen und Adressen werden vom Projektteam für Mitgliederwerbung gesammelt und in einer Adressdatei gespeichert.

Platz für eigene Notizen

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Gute Arbeit braucht Anerkennung**

Für gute Arbeit der Werberinnen und Werber sollte gleich in der Mitgliederversammlung, in der die Aktion beschlossen wird, eine Anerkennung in Aussicht gestellt werden.

Geeignet sind vor allem ideelle Anerkennungen. Möglichkeiten gibt es viele: Wie wäre es zum Beispiel mit einem Buch und einer Widmung oder ein gemeinsames Fest mit erfolgreichen Werbern und den neuen Mitgliedern.

## 4. Die Partei braucht die Öffentlichkeit

### Die Interessenten müssen die SPD erreichen können.

Nicht nur die SPD will neue Mitglieder gewinnen, es gibt auch Interessierte, die gerne wissen möchten, wie sie unsere Partei erreichen können. Hier müssen die Hemmschwellen erkannt und abgebaut werden.

Der Ortsverein kann zum Beispiel in einem Infoflugblatt "Das ist der Ortsverein" (möglichst mit Bild, Telefon-, Faxnummer und E-Mail der Ansprechpartner und Internet-Homepage des Ortsvereins) vorgestellt werden.

⇒ [mitmachen.spd.de](http://mitmachen.spd.de)

### Der Internetauftritt des Ortsvereins



Wer bereits über Erfahrungen bei der Erstellung von Internet-Seiten verfügt, kann über [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net) zusätzlich im kostenlos angebotenen "Internetbaukasten" Grundgestaltungselemente und Logos beziehen.

[www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net) ⇒ interner Bereich ⇒ Service und Parteiarbeit

### **websozis.de**

Know-How-Sharing für  
SPD-Webmaster

Aber auch für Mitglieder ohne Erfahrung gibt es günstige Möglichkeiten einen Webauftritt für den Ortsverein oder eine andere Gliederung zu erstellen. Weitere Informationen hierzu erhaltet ihr unter

⇒ [www.websozis.de](http://www.websozis.de).





**meineSPD.net - Das Mitgliedernetz der SPD, als Internet-Gemeinschaft mit vielen neuen Funktionen**  
 Information, Service und Dienstleistung zu jeder Zeit, an jedem Ort für alle Mitglieder der Partei.

Ohne die Arbeit in der Öffentlichkeit wird es selten gelingen, für die Partei neue Freundinnen und Freunde zu gewinnen. Das gilt in besonderem Maße, wenn eine gezielte Mitgliederwerbemaßnahme geplant ist. Ein erster Schritt dazu kann eine Pressemitteilung sein, in der der Ortsverein oder Unterbezirk die Werbemaßnahme ankündigt. Die Presse kann nach der ersten Mitgliederversammlung zum Thema Mitgliederwerbung über Ziele und Inhalte informiert werden.

### **Tipps zur Pressearbeit**

Es ist nicht entscheidend für die Wirksamkeit, wie viele Personen an der Veranstaltung/Aktion teilgenommen haben, sondern deren Medienwirkung.

Dazu beachtet bitte folgendes:

- eigene Zeitung nutzen, Anzeigenblätter, Tageszeitungen
- Selbstdarstellungsbroschüre, Faltblatt, Werbematerialien
- Leserbriefe schreiben
- Pressekonferenzen
- Pressegespräche
- Jour fixe mit der Presse
- Umfragen
- Einsatz der Infomobile



Die Partei braucht die Öffentlichkeit

### **Checkliste für die Pressekonferenz**

Wer wird eingeladen?

- Presse: Lokalreporter, Stadtteilzeitungen, lokale Sender, Anzeigenblätter
- aus den eigenen Reihen: Vorsitzende, Geschäftsführer, Mitglieder

**Situationsanalyse** - Was wollen wir in die Öffentlichkeit weitergeben?

Vor dem ersten Schritt in die Öffentlichkeit müssen folgende Absprachen getroffen werden:

- Was sagen wir?
- Wie sagen wir es?
- Welche Wirkungen bzw. Rückwirkungen sind zu erwarten?

### **Ziel- und Zweckbestimmung**

Was soll erreicht werden?

### **Einladung**

- günstigen Zeitpunkt wählen:  
nicht abends, nicht samstags zwischen 11 und 16 Uhr
- Anrede
- Anlass
- Zeitangaben, genaue Ortsangabe, Inhalt: Kurzinfo über die Veranstaltung/Aktion

### **Erinnerung**

Vor dem Ereignis nochmals telefonisch nachfragen, wer kommt (namentlich).

### **Infoblatt/Waschzettel**

- Wichtige Daten / Fakten / Hintergrundinformationen bereitstellen,
- Journalisten, die nicht teilnehmen, mit Material versorgen,
- selbst eigene Mitteilungen an die Presse schreiben.

## **Absprachen im Team**

Wer spricht zu welchem Teil was?

- Begrüßung / Dank für Kommen

## **Stichwortzettel**

- Wer sind wir?
- Gesprächsthema
- Bitte um Unterstützung des Vorhabens

## **Danach**

- Nicht in unserem Sinne erschienene Beiträge sind Anlass, einen Leserbrief zu schreiben.
- Selbst den Bericht erstellen, wenn Vertreter der Medien nicht erschienen sind; damit rechnen, dass er verändert wird.
- Bericht selbst abgeben.
- Den Pressevertretern sollte ein Feedback gegeben werden (eine gute Rückmeldung ermuntert zu neuen guten Taten).
- Wir nehmen es den Journalisten nicht übel, die trotz Anmeldung nicht gekommen sind, sondern übersenden ihnen den Waschzettel und den Bericht über die Veranstaltung.

## **Die Pressemitteilung**

Die Bedeutung der Berichterstattung in der Presse darf nicht unterschätzt werden. Eine gut formulierte Pressemitteilung wird auch von Tageszeitungen abgedruckt. Hier liegt noch ein weites Feld zur aktiven Darstellung der Partei. Grundsätzlich sollte jede Veranstaltung in der Presse angekündigt und jeweils eine Pressemitteilung gemacht werden.

Oft hat sich auch ein regelmäßig stattfindender Pressestammtisch als sinnvoll erwiesen, der vom Ortsverein organisiert wird und auf dem der Ortsverein seine Politik und Projekte vorstellt.

## Die Partei braucht die Öffentlichkeit

In vielen Regionen gibt es lokale Rundfunksender. Diese veröffentlichen in der Regel alle Termine, auch die der SPD.

### Orts- und Stadtteilzeitungen

Während Plakataktionen und Flugblattverteilungen befristete Aktionen sind, kann eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit weit bessere Ergebnisse auch in der Werbung neuer Mitglieder bringen. Am besten eignet sich dazu die Herausgabe einer Orts- oder Stadtzeitung, die im Sinne einer Bürgerzeitung möglichst alle Informationen enthält, die für die Bürger einer Gemeinde oder eines Stadtteils wichtig sind. Diese Zeitungen sind auch geeignet, die Bürger der Gemeinde zur politischen Mitarbeit in der Partei aufzufordern. Deshalb sollte gerade in diesen Zeitungen immer wieder auf die im Ortsverein bekannten Kontaktadressen verwiesen werden. Stadtteilzeitungen stellen ein wichtiges Bindeglied für Mitglieder dar. Die Orts- und Stadtteilzeitung sollte aber möglichst regelmäßig herausgegeben werden (mindestes viermal im Jahr).

### Im Schaukasten auf die Aktion hinweisen

Alle Mittel der Öffentlichkeitsarbeit sollten bei einer Mitgliederwerbekampagne eingesetzt werden. Dazu gehört auch der Schaukasten des Ortsvereins.

Das Plakat zeigt eine 3x8-Matrix von 24 kleinen Porträts von Menschen unterschiedlicher Herkunft und Alter. Über dem Plakat steht der Text 'In unserer Mitte ist noch Platz.' und das SPD-Logo mit dem Slogan 'Das soziale Deutschland.'. Unten steht ein Text: 'Ein demokratisches und lebenswertes Deutschland kommt nicht von allein. Wir brauchen Menschen mit eigenen Köpfen, die dafür eintreten. Zum Beispiel Sie. Informieren Sie sich über die vielfältigen Mitwirkungsmöglichkeiten im Internet unter [www.spd.de](http://www.spd.de) - oder rufen Sie an: 030 25 99 11 77.'

Er kann mit thematischen Plakaten, die beim Parteivorstand erhältlich sind, gestaltet werden. Plakate und Wandzeitungen allein aber genügen nicht. Im Schaukasten müssen die Anschriften und Telefonnummern

der in der Mitgliederversammlung benannten Kontaktpersonen aufgeführt werden, unter Angabe der Zeiten, zu denen die Genossinnen und Genossen zu Hause (oder ggf. in der Ortsvereinsgeschäftsstelle) erreichbar sind.

### Informationen zu Wandzeitungen

SPD Shop



Wilhelmstr. 141 - 10963 Berlin

Tel.: 030 / 25 991 - 211


Fax: 030 / 25 991 - 505

wandzeitung@spd.de

[www.spd-shop.de/spd-online.php](http://www.spd-shop.de/spd-online.php)

Plakat-Info-Vitrinen aus Aluminium z. B. in der Größe A1 bekommt Ihr bei IMAGE Produkte unter [www.imageshop.de](http://www.imageshop.de), unter der Bestellhotline 01805/4 62 43 44 (14 cent/min) oder direkt bei IMAGE unter Telefon 040 284 003 17/15.





Die Partei braucht die Öffentlichkeit

### Das Flugblatt

Während der Werbeaktion reichen Schaukästen und Plakate nicht aus. Mit diesen Mitteln können die Bürger aus dünn besiedelten Landstrichen nicht erreicht werden.

Ein zusätzliches Mittel sind Flugblätter des Ortsvereins. Auch diese Flugblätter müssen Kontaktadressen enthalten, damit sich Interessierte an die Partei wenden können, und möglichst auch einen Coupon, der zurückgeschickt werden kann.

### Der "gute alte" Infostand

Die einfachste und am schnellsten zu organisierende Form, ein Flugblatt an die Frau oder den Mann zu bringen, ist der Informationsstand. Er eignet sich nicht nur in Wahlkämpfen oder bei Werbekampagnen, um Informationen weiterzugeben. Wichtig ist, dass der Stand an einem belebten Platz oder einer belebten Straße aufgebaut wird. Es genügt durchaus, einen Infostand mit einem einzigen Thema, sprich einem einzigen Flugblatt, zu bestreiten, da zu viele Materialien nur verwirren. Dennoch sollten bei Bedarf weitere Materialien griffbereit sein oder zugesandt werden.

Bei allen Aktivitäten sollte ein Flugblatt niemals fehlen.  
Hier ein **Textbeispiel** aus dem Ortsverein Neuenhagen:

# Mitglied werden.




Die SPD ist die größte und älteste Partei in Deutschland. Über 140 Jahre setzt sie sich für Frieden, Freiheit und Gerechtigkeit ein. Die SPD lebt vom Engagement ihrer unterschiedlichen Mitglieder. Ob in der Programmdebatte, in der Friedenspolitik oder der Kommunalpolitik: Mitmachen ist besser als Zusehen! Auch der SPD-Ortsverein Neuenhagen freut sich über neue Mitglieder und bietet vielfältige Möglichkeiten der Mitwirkung.

Ausschneiden und absenden an:

SPD-Ortsverein Neuenhagen  
Friedenstraße 40 - 15366 Neuenhagen  
Fax: 03342/12345  
E-Mail: [mail@spd-neuenhagen.de](mailto:mail@spd-neuenhagen.de)  
Internet: [www.spd-neuenhagen.de](http://www.spd-neuenhagen.de)

- Ja, ich möchte SPD-Mitglied werden. Bitte schicken sie mir ein Beitrittsformular und Infomaterial.
- Halt, nicht so schnell: Ich möchte mich erst weiter informieren und bitte um die Zusendung von Material.
- Ich möchte mich gerne über die SPD-Mitgliedschaft informieren und bitte um ein Gespräch.

Name: \_\_\_\_\_  
Vorname: \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_  
Hausnummer: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_  
Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_



Die Partei braucht die Öffentlichkeit

### **Die Idee des transportablen Infostands**

Bei den Genossinnen und Genossen vom Ortsverein Bonn-Tannenbusch-Dransdorf-Buschdorf werden Erfolge in der Kommunalpolitik mit roten Fähnchen markiert. Ob nun die Aufstellung eines Bus-Wartehäuschens oder ein Lkw-Durchfahrtsverbot, eine Geschwindigkeitsbegrenzung oder die Sanierung von städtischen Wohnungen, alles wird in einem Schaukasten der Öffentlichkeit präsentiert. Der stabile, an zentraler Stelle aufgestellte Kasten informiert über die Arbeit der Bonner Genossinnen und Genossen und dokumentiert Erfolge und Pläne der örtlichen SPD.

Für nähere Informationen zu diesem Projekt könnt ihr den Ortsverein über die Internetseite [www.spd-tadrabu.de](http://www.spd-tadrabu.de) erreichen.

### **"Wieder zuhören" - Der umgekehrte Infostand**

Wer kennt das nicht? Die Partei soll vor Ort mit den Bürgerinnen und Bürgern ins Gespräch kommen, nur wie?

Der Ortsverein Bremen-Buntentor hat seinen eigenen Weg gefunden. Die Hanseaten greifen auf herkömmliche Mittel zurück: Auf den Infostand mit Meckerkasten. ⇨ [www.spd-buntentor.de](http://www.spd-buntentor.de)

Der Ortsverein Buntentor will die Menschen in ihrem städtisch-alternativen Viertel direkt ansprechen. Mit guten Argumenten und rhetorisch geschult, bauten die Mitglieder ihren Infostand an mehreren Samstagen im Monat an verschiedenen Orten des Viertels auf.

Sie ließen die Menschen ihre Probleme vortragen, hörten zu und baten sie, die Stellungnahmen aufzuschreiben. Die Resonanz auf die Öffentlichkeitsarbeit war sehr groß. Die Bürgerinnen und Bürger waren froh, dass ihnen die Partei zuhört und ihre Meinungen Interesse finden.

### **Blickfang Bodenzeitung**

In den letzten Jahren hat sich im Rahmen der Infostände eine weitere Aktionsform bewährt: die "Bodenzeitung". Die ca. 2 qm große Bodenzeitung ist Kern des Infostands. Benötigt wird nur eine mit Papier unterlegte



dicke Abdeckfolie. Auf die Bodenzeitung werden eine Frage (Wohin mit den Autos?) und mögliche Antworten geschrieben, die von den umstehenden Passanten angekreuzt werden können.

Die Erfahrungen mit dieser etwas unkonventionellen Form des Infostands zeigen, dass wesentlich mehr Bürger/innen stehen bleiben, und lockere Gespräche leichter zustande kommen. Die Bodenzeitung wird oft besser angenommen als die traditionelle "Materialschlacht". Wird nach Material der Partei gefragt, muss es natürlich griffbereit zur Verfügung stehen. Wichtig ist, dass die Genossinnen und Genossen um die Folie herumstehen und die Bürger/innen herantreten lassen; die Neugierde ist groß.

Das SPD-Logo muss dabei gut erkennbar sein, entweder in der Überschrift oder auf der Kleidung der Akteure.

Versucht, über die Frage ins Gespräch zu kommen. Die Antworten sollten nicht sofort angekreuzt werden (es handelt sich nicht um eine Meinungsumfrage).

Bodenzeitung:

Material: Folie (2 x 2 m), 2 dicke Filzstifte, Papier unterlegen, Tesakrepp zum Befestigen gegen den Wind. Keinen Tisch aufstellen, hinter der/ dem Frau/Mann sich verstecken kann.

Die SPD vom Ortsverein ...

	Was wir von unseren gewählten Vertretern erwarten?!	
Hier	Damit habe ich mich noch nicht beschäftigt	XXXX
Bilder	Mehr Einkaufsmöglichkeiten schaffen	XXX
eurer	Mehr Sicherheit auf unseren Straßen	X
Abge-	Bezahlbarer Wohnraum	XXXXXX
ordne-		
ten		

Die Partei braucht die Öffentlichkeit

Hier noch folgende Tipps:

- macht auf folgende Veranstaltungen aufmerksam und ladet Interessierte dazu ein,
- gebt eure Visitenkarten, Telefonnummern oder Adressen an Interessierte und vereinbart Gesprächstermine,
- wichtig ist das Gespräch an der Bodenzeitung,
- schreibt Anregungen auf, notiert die Adressen der Interessenten und wertet danach die Bodenzeitung aus und kommt über die Ergebnisse mit Verbänden und Vereinen ins Gespräch.

### Nachbarschaftsgespräche

Besonders in Wahlkämpfen haben sich die sogenannten Nachbarschaftsgespräche bewährt. Dabei lädt ein bekanntes Ortsvereinsmitglied seine unmittelbaren Nachbarn zu einem Treffen mit dem jeweiligen Bundes- oder Landtagsabgeordneten ein. Diese Gespräche finden im Wohnzimmer statt. Großer Aufwand ist nicht erforderlich. Es reicht völlig, ein paar Getränke zur Verfügung zu stellen.

Der Abend kann mit einem bestimmten Thema, aber auch völlig frei gestaltet werden. Der wesentliche Vorteil der Nachbarschaftsgespräche liegt darin, dass die Bürgerinnen und Bürger ihren Kandidaten "hautnah" erleben können und damit oft gerade diejenigen erreicht werden, die nicht auf eine öffentliche Parteiversammlung kommen würden. Diese Veranstaltungsform sollte regelmäßig durchgeführt werden.



**SPD-Ortsverein Katernberg**

Dieser Teilnehmer ist für Sie immer erreichbar!

Nehmen Sie Verbindung auf und rufen Sie uns einfach an.

Unser **Bürger-Telefon** hat die Nummer:

**0170-323 48 99**



Nachbarschaftsgespräche sind gerade da ein gutes Werbeinstrument, wo die Partei gute Wahlergebnisse, aber wenig Mitglieder hat.

## **Das Bürgertelefon**

Eine Idee, auch mobil für die Bürgerinnen und Bürger da zu sein, liefert der Ortsverein Katernberg.

Darüber hinaus sollte jedes Flugblatt, jede Orts- oder Stadtteilzeitung, jede öffentliche Einladung auch die Anschriften und Telefonnummern der jeweiligen Kontaktpersonen enthalten, die von Bürgern auch bei der Suche nach Hilfe angesprochen werden können. Nur so kann sich die SPD langfristig glaubwürdig als Gesprächspartner der Bürger ins Bewusstsein bringen.

## **Persönliche Verteilung an die Haushalte**

Wenn alle Haushalte in der Gemeinde erreicht werden sollen, ist der Info-stand nicht das ausreichende Mittel. Zudem erscheint er dort sinnlos, wo es, wie in Streusiedlungen, keine Ortszentren gibt. Dort sollte eine Hausverteilung organisiert werden. Wichtig ist, dass die Flugblätter möglichst "gleichzeitig" in alle Haushalte gelangen. Keinesfalls sollten 14 Tage überschritten werden. Der Idealfall ist fast schon erreicht, wenn die Flugblätter binnen zwei Tagen überall in der Gemeinde verteilt sind.

Berücksichtigt bitte, dass Hinweise an Briefkästen "Bitte keine Werbung" auch für Parteiinformationen beachtet werden müssen.

## **Die Postwurfsendung**

Wo die Zahl der aktiven Genossinnen und Genossen nicht ausreicht, eine Hausverteilung zu organisieren und auch ein Info-stand nicht sinnvoll erscheint, kann auf die Möglichkeiten der Post zurückgegriffen werden. Bei einer Flugblattverteilung als Postwurfsendung fallen relativ hohe Kosten an. Man kann jedoch damit rechnen, dass die Post innerhalb von zwei Tagen alle Haushalte "bedient". Einen Anspruch auf so kurzfristige Zustellung von Postwurfsendungen gibt es allerdings nicht.

Deshalb muss man - vor allem bei Terminankündigungen - rechtzeitig handeln. Das Flugblatt muss den Aufdruck oder Stempel "Wurfsendung" tragen. Posteinweisungslisten für Wurfsendungen gibt es bei dem Postamt.



## 5. Die Aktion - So wird's gemacht

Nach den Vorbereitungen im Ortsverein und in der Öffentlichkeit, nach Erstellen der Sympathisantendatei und den Ankündigungen in der Öffentlichkeit kann die eigentliche Mitgliederwerbung beginnen:

### **Der Besuch beim künftigen Mitglied**

Die vom Ortsvereinsvorstand zusammengetragenen Anschriften der möglichen Mitglieder werden so aufgeteilt, dass jedes Parteimitglied, das sich zur Mitarbeit an der Werbeaktion bereit erklärt hat, einige Adressen erhält, bei denen es in den nächsten Tagen nach Beginn der Aktion einen Besuch abstattet. Selbstverständlich sollte sich das Mitglied auf diesen Besuch vorbereiten.

Dazu gehört, auf die Interessen des künftigen Mitglieds einzugehen. Der Zugang kann sehr unterschiedlich sein. Das können Fragen der Kommunalpolitik oder die Übereinstimmung mit den Grundwerten der Partei sein.

Wichtig für die Gesprächsführung ist es, nach einer kurzen Darstellung des Anliegens und der Gründe für eine Mitgliedschaft in der SPD den Gesprächspartner zu Wort kommen zu lassen.

Ebenso wichtig ist eine Information über die Geschichte der Partei und die in der Partei übliche Anrede Genossin / Genosse und Du, die aus der Tradition der Arbeiterbewegung stammt.

Das neue Mitglied sollte ausführlich über seine Arbeitsmöglichkeiten in der SPD informiert werden. Dazu ist es notwendig, die am Ort vorhandenen

Arbeitsgemeinschaften der Partei, die Foren, die Netzwerke, die Projektgruppen und ihre Termine zu kennen. Auch Möglichkeiten in die Kommunalpolitik der Partei hinein zu wirken und im Ortsverein und seinen Arbeitsgemeinschaften aktiv zu werden, sollten aufgezeigt werden.

Für die Parteiarbeit und die Werbung neuer Mitglieder ist von enormer Bedeutung, dass die Mitglieder sich mit der Partei identifizieren, sie nach außen vertreten und sie mit Leben füllen. Denn ein Ortsverein oder Unterbezirk, in dem sich nur noch die gewählten Funktionäre, Mandatsträgerinnen und Mandatsträger oder Gründungsmitglieder aktiv beteiligen, ist auf dem besten Wege, seine Verankerung in der Bevölkerung zu verlieren.

Besonders in ländlichen Bereichen sollten Besuche von und mit Mandatsträgern gemacht werden, da sie über einen größeren Bekanntheitsgrad verfügen. Es ist entscheidend, den Interessenten nicht zu einem Beitritt zu überreden, nicht aufdringlich zu wirken, sondern mit ihm die Diskussion zu suchen über Fragen, die ihn selbst interessieren, und ihm dabei eine Mitarbeit in der SPD vorzuschlagen.

Der Besuch sollte auch dann sehr freundlich beendet werden, wenn der Besuchte erklärt, dass er der Partei nicht beitreten will. Werdet nicht ungeduldig, schon gar nicht, wenn der Besuchte sich den Schritt eines Beitritts erst einmal überlegen will, aber bietet ihm - je nach Situation - an, zu einem späteren Termin wiederzukommen. Vom Besuchten angeschnittene Probleme bzw. spezielle Nachfragen, die nicht sofort beantwortet werden können, sollten möglichst umgehend nach dem Gespräch erledigt werden. Auch wenn der Besuch nicht direkt zu einem Beitritt führt, sollte der Ortsverein den Kontakt nicht abreißen lassen. Schließlich kann der Sympathisant zum Beispiel auch als Multiplikator genutzt werden.

### **Einladungen an potenzielle Neumitglieder**

Nicht nur während der Werbeaktion sollte es selbstverständlich sein, dass der Ortsverein zu seinen Mitgliederversammlungen auch Bürger einlädt, von denen angenommen wird, dass sie den Zielen der Partei nahe stehen.



## Die Aktion - So wird's gemacht

Während der Werbeaktion selbst sollten alle, die in der Mitgliederwerbe-datei des Ortsvereins erfasst wurden, zu Veranstaltungen eingeladen werden. Wichtig ist dabei, dass sie gesondert angeschrieben werden und nicht die gleiche Einladung wie die Mitglieder erhalten. In der Einladung sollte auf das Thema des Abends hingewiesen werden.

Besonders geeignet für Einladungen an Sympathisanten sind Abende, an denen der Bundestagsabgeordnete, Landtagsabgeordnete oder wichtige Vertreter des Gemeinde- oder Stadtrates über aktuelle Probleme informieren, die für die Bürger dieser Gemeinde besonders interessant sind. Natürlich kann stattdessen auch zu einem politischen Frühschoppen, einem Stammtisch oder gar einer Ortsbesichtigung in einem bestimmten Stadtteil mit diesen Vertretern eingeladen werden.

### **Der Einladungsbrief an potenzielle Neumitglieder**

Vorteilhaft ist es, die Einladungen an "Noch-nicht-Mitglieder" in einem persönlichen Stil abzufassen. Wenn vom Ortsverein eine solche Veranstaltung organisiert wird, zu der auch Nicht-Mitglieder eingeladen werden, ist es außerdem wichtig, die Mitglieder darauf vorzubereiten, dass sie durch ihr Verhalten den geladenen Gästen die Möglichkeit geben, die Diskussion zu führen, die man ihnen brieflich angekündigt hat.

### **Die Gastmitgliedschaft nutzen**

Für Unentschlossene gibt es auch die Möglichkeit, erst einmal Gastmitglied zu werden. Gastmitglieder haben das Recht, an Mitgliederversammlungen teilzunehmen, sie haben dort Rede-, Antrags- und Personalvorschlagsrecht, können aber nicht an Wahlen und Abstimmungen teilnehmen oder sich wählen lassen. Die Gastmitgliedschaft kostet 2,50 € pro Monat und gilt für ein Jahr.

### **Das künftige Mitglied vorbereiten**

Das zukünftige Mitglied sollte auf die mit der Tradition der Partei verbundene Anrede "Genossin" bzw. "Genosse" aufmerksam gemacht werden, damit der Gast nicht in der Versammlung zurückschreckt. Nichts ist schlim-

mer für den Gast, als wenn ihm durch die Anrede der Mitglieder untereinander das Gefühl des "Ausgeschlossenenseins" vermittelt wird.

Natürlich wird der Gast mit "Frau" bzw. "Herr" und "Sie" angeredet.

### **Sympathisanten langfristig betreuen**

Wenn Besuch und Einladung zu einem Diskussionsabend nicht zum Beitritt geführt haben, ist es dennoch sinnvoll, dem Sympathisanten länger Aufmerksamkeit zu schenken. Das gilt vor allem, wenn ein Interesse an Politik festgestellt wurde. Die Kontaktdaten sollten in einer Datei festgehalten werden.

Nach einem kurzen Anschreiben wird den Sympathisanten regelmäßig aktuelles politisches Informationsmaterial zugesandt. Das Mitgliedermagazin, Flugblätter oder Materialien der Bezirke, Unterbezirke und des Ortsvereins sind dafür verwendbar. Denkt über den kostengünstigen Weg der E-Mail nach, so könnt ihr schnell und preiswert viele Menschen erreichen.

Auch wenn diese Aktion nicht unbedingt zu einem späteren Beitritt führt, ist es wichtig, Interessenten auf dem Laufenden zu halten. Denn informierte Bürger bringen mehr Verständnis für unsere Politik auf. Das ist besser, als sie nach kurzem Bemühen wieder im Stich zu lassen.

Nicht vergessen: Alle Materialien sollten mit einem Beitritts-Coupon versehen werden.

### **Mitgliederwerbung in der Großstadt - ein Beispiel aus der Praxis**

#### "Aktion 2000 vor Ort" - vier öffentliche Veranstaltungen und ein Stadtteilstfest

Der Großstadtortsverein hat 100 Mitglieder bei 2.500 Haushalten im Gebiet des Ortsvereins. Der Migrantenanteil an der Bevölkerung liegt bei 25 %, Tendenz in der Mitgliedschaft: Überalterung.

Der Ortsvereinsvorstand beschließt eine 6monatige Kampagne mit verstärkter Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederwerbung. Als Schlusspunkt der Aktion wird ein Stadtteilstfest festgelegt. Dazu werden rechtzeitig die orts-



## Die Aktion - So wird's gemacht

ansässigen Vereine - auch die der Migranten -, Schulen, Kirchen, Jugendverbände, KITAS usw. eingeladen. Bis zum Termin des Festes wird einmal jeden Monat mit einer Postkartenaktion zu einer öffentlichen Veranstaltung eingeladen. An jeden Haushalt wird eine Einladung mit Rückantwort verteilt, mit der zur Veranstaltung und zum Mitmachen in der SPD eingeladen wird.

### **Mitgliederwerbung im ländlichen Raum - ein Beispiel aus der Praxis**

Projekt "Mitglieder werben" des Ortsvereins Schlangenbad, UB Rheingau-Taunus, Bezirk Hessen-Süd

"12 Monate - 12 Veranstaltungen"

Das Projekt zielt auf eine neue Form von intensiver Präsenz in der Öffentlichkeit. Die SPD soll fester Bestandteil des öffentlichen Lebens werden. Sie soll kompetenter Ansprechpartner bei Problemen und erste Anlaufstelle für Ideen sein. Über diese Rolle soll die SPD als bürgernahe und aktive Partei für alle interessierten Bürgerinnen und Bürger attraktiv werden. Durch die Einbeziehung von parteilosen Bürgern in die Veranstaltungsorganisation werden sie zunächst projektbezogen gebunden. Das ist der erste Schritt zu einer anschließenden Mitgliedschaft.

Der Ortsverein Schlangenbad hat ca. 120 Mitglieder. Die Kurgemeinde Schlangenbad zählt mit ihren 7.200 Einwohnern zum ländlichen Bereich und liegt vor den Toren der Großstädte Wiesbaden, Frankfurt und Mainz. Auf der folgenden Seite findet ihr das Konzept aus Hessen-Süd.

#### **Idee:**

- "Aus der Sicht des Fisches denken - nicht aus der Sicht des Anglers"
- "Meinungsführerschaft übernehmen"
- Grundlage: kontinuierliche, professionelle, kreative, solide und positive Präsenz in der Öffentlichkeit



## **Erforderliche Schritte:**

### Zielgruppenanalyse vor Ort

- Welche Gruppen gibt es?
- Wie ist die Verbreitung der Gruppe vor Ort?
- Welchen Einfluss hat die Gruppe?
- Welche Interessen hat die Gruppe?
- Was können wir der Gruppe bieten?

### Kontakte suchen

- Kontaktpersonen aus den Zielgruppen suchen
- Gibt es Genossen, die einer Zielgruppe angehören?
- Gespräch suchen: Zuhören!  
(Versuche zuerst zu verstehen, ehe du versuchst, verstanden zu werden)

### Gezielte Veranstaltungen

- Ziel: 12 Monate - 12 Veranstaltungen
- Jede Zielgruppe bekommt mindestens eine auf sie zugeschnittene Veranstaltung (Information, Unterhaltung, Aktion etc.)
- Parteiexterne Bürger sollen bei der Organisation helfen

### Intensives Vorbereiten einer Analyse der Veranstaltung

- Was lief gut? Warum?
- Was lief schlecht? Warum?
- Anregungen der Gäste sammeln und umsetzen



Die Aktion - So wird's gemacht

### **Die Finanzierung - Der Veranstaltungshaushalt**

Der OV-Vorstand stellt vor Beginn der Reihe einen Betrag zur Verfügung, der den Veranstaltungen entsprechend verhandelt wird. Dieser Betrag ist für alle Veranstaltungen vorgesehen. Innerhalb der Reihe wird mit diesem Betrag gewirtschaftet. Es gibt Veranstaltungen, die Geld kosten, und es gibt Einnahmeveranstaltungen. Ziel ist es, am Ende des Jahres keine zusätzlichen Ausgaben zu haben.

Näheres auf [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net) über das Handbuch Finanzen.

### **Mitgliedermobilisierung - Die Idee der Veranstaltungspatenschaft**

Der inzwischen oft praktizierte "Mitglieder-werdet-mobil-Brief" wird in eine Veranstaltungspatenschaft abgewandelt: Die Projektgruppe spricht für jede Veranstaltung Genossinnen/Genossen an, zu denen die Veranstaltung gut passt. Sie werden dann die Hauptverantwortlichen für "ihre" Veranstaltung.

Sie bilden eine Arbeitsgruppe aus weiteren Genossen und Parteixternen. Somit wächst die Beteiligung an dem Projekt ähnlich wie die Äste bei einem Baum, die sich immer weiter entwickeln und verzweigen.

### **"Runde Tische" oder Stammtische**

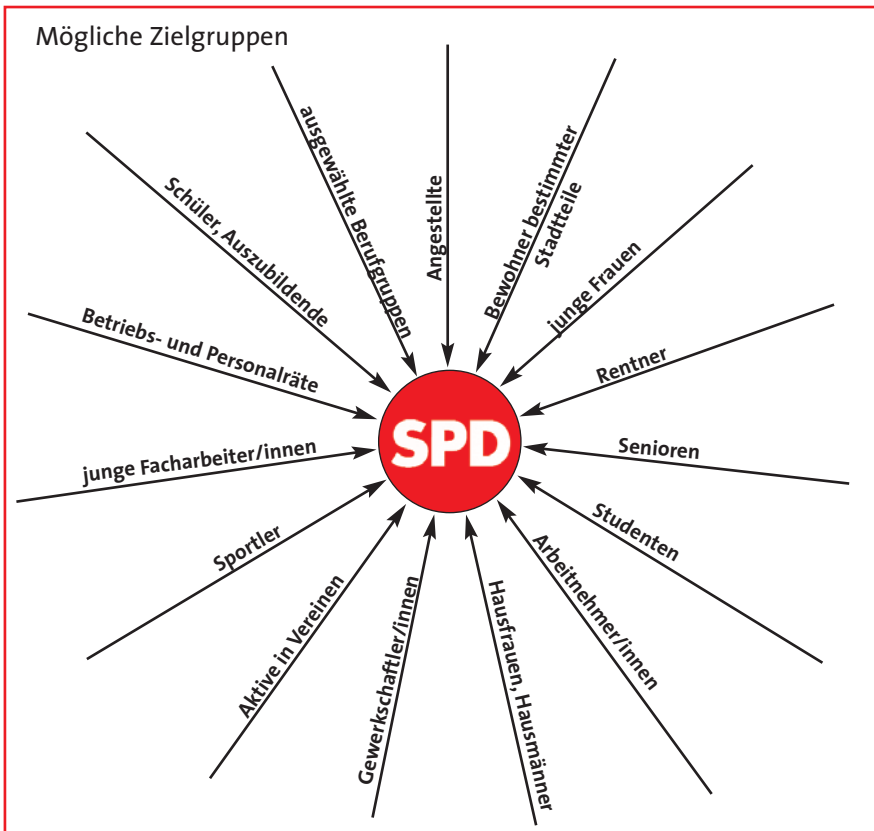
Die SPD erreichte im traditionsreichen Amüsier-Stadtteil St. Pauli bei Kommunalwahlen nur noch 30 Prozent. Eine engere Zusammenarbeit mit Vereinen und Einwohnern brachte die Wende. Ziel war es, die Bewohnerinnen und Bewohner zu motivieren, sich in ihrem Stadtteil aktiv einzubringen. In einer Art "Runder Tisch", geleitet vom Distriktvorsitzenden, treffen sich nun regelmäßig Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Geschäftswelt, den Vereinen, der Politik und der Bevölkerung.

Der Erfolg: Die Aktivierung der SPD-Mitglieder im Distrikt, so dass der Ortsverein wieder anerkannter Ansprechpartner im Viertel ist. Der Kontakt zu Vereinen und anderen sozialen Einrichtungen konnte erneuert und intensiviert werden: Die SPD ist wieder mittendrin!

## Mitglieder werben in Zielgruppen

Sowohl Mitgliederwerbung im Wahlkampf, als auch Mitgliederwerbung an alle Bürgerinnen und Bürger gerichtet und spezifisch nach Zielgruppen orientierte Aktionen führen zu Neueintritten.

Die klassischen Zielgruppen sind Jugend, Frauen, Arbeitnehmer und Senioren. Wir wissen aus Umfragen, die SPD wird von vielen jungen Frauen gewählt, hat aber gerade hier ein Defizit in der Mitgliedschaft. Im vergangenen Bundestagswahlkampf gab es fast 10.000 Eintritte, davon waren mehr als die Hälfte bis 35 Jahre alt. Hinzu kommen neue, z.B. an Berufsfeldern orientierte Zielgruppen, wie Kulturschaffende, Wissenschaftler, Selbstständige, im Gesundheitswesen Tätige etc.





Die Aktion - So wird's gemacht

Menschen lassen sich eher über thematische Angebote als über ihre soziale Klassifizierung erreichen.

Über das Wissenschaftsforum und das Kulturforum der SPD könnt ihr Anregungen und Hilfen für die Gründung regionaler Foren erhalten.

### **Zielgruppenansprache**

Zunächst sollte im Ortsverein oder im Unterbezirk überlegt werden, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Dafür können sich Anhaltspunkte aus der Mitgliederstrukturanalyse oder aus der Bevölkerungsstruktur vor Ort ergeben (ländliche Gegend oder hoher Industrialisierungsgrad).

Wichtig ist, dass alle Initiativen, Vereine und Organisationen, die im Interessenbereich einer Zielgruppe arbeiten, angesprochen werden und auf die Veranstaltung der SPD hingewiesen werden.

Viele Ortsvereinsmitglieder kennen Initiativen oder arbeiten in solchen mit. Nach und nach ergibt sich eine stattliche Liste, die als Datei zusammengefasst wird.

Eine gute Möglichkeit, an Privatadressen der jeweiligen Zielgruppe zu kommen, ergibt sich aus dem Direktwerbungsangebot der Deutschen Post. Man kann private Adressen (nach Berufen gegliedert) sowie Branchenadressen kaufen.

Achtet darauf, dass jedem Schreiben ein Coupon der SPD beiliegt, auf dem der Adressat Interesse an Informationsmaterial und einer Mitgliedschaft vermerken kann.

So kann eine Zielgruppendatei aufgebaut werden. Besonders wichtig ist es, die Zielgruppendatei auch nach der Veranstaltung zu "pflegen", d.h. ständig zu aktualisieren. Es gibt immer wieder Materialien unserer Partei, die für die jeweiligen Zielgruppen von Interesse sein und ihnen zugeschickt werden können.



Zielgruppenarbeit muss beständig sein und darf sich nicht ausschließlich mit Gremienarbeit begnügen.

**Kontakte mit befreundeten Organisationen**

Die SPD hat den Anspruch, ein Spiegelbild der Gesellschaft zu sein, um die Interessen der Bürgerinnen und Bürger artikulieren und bündeln zu können. Dazu gehört auch der regelmäßige Kontakt und Austausch mit den Vorfeldorganisationen wie, Falken, Naturfreunde, Arbeiterwohlfahrt (AWO), Arbeitersamariterbund (ASB).

Von deren spezifischen Erfahrungen kann die Partei profitieren und sollte deren Angebote mehr als bisher nutzen.

Die interessantesten, nachahmenswertesten Beispiele sozialdemokratischen Engagements werden zu den ordentlichen Bundesparteitagen



Die Aktion - So wird's gemacht

präsentiert und sind in den Katalogen der Bundesparteitage als Wettbewerb um den "Wilhelm-Dröscher-Preis" dokumentiert.

Anregungen findet ihr in der Aktionsbörse in [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net).

### **Aktion "Weiße Flecken"**

Gerade in ländlichen Gebieten gibt es Gemeinden, in denen die SPD überhaupt nicht vertreten ist. Hier wird eine Aktionsplanung beschrieben:

#### **Ansprechpartner suchen**

Der Kreis- und Unterbezirksvorstand, der beschließt, den "weißen Flecken" zu Leibe zu rücken, benennt zunächst einen Beauftragten, der die Aktion leiten soll.

Dieser Beauftragte versucht, in der Gemeinde einen Ansprechpartner zu finden. Eines der dort wohnenden Mitglieder gilt es, für die Aktion zu gewinnen.

Die Vereine und befreundete Organisationen sollten einbezogen werden. Durch zugkräftige öffentliche Veranstaltungen können erste Ansprechpartner gefunden werden. Gemeinsam mit diesen Ansprechpartnern, die möglicherweise erst für eine Mitgliedschaft und Aktivität in der SPD gewonnen werden müssen, wird die Aktion in der Gemeinde vorbereitet.

#### **Aufbau einer Sympathisantendatei**

Gemeinsam mit dem örtlichen Ansprechpartner werden in der Gemeinde Informationen über Sympathisanten der SPD gesammelt. Zunächst wird eine Mitgliederwerbedatei aufgebaut, und gemeinsam mit weiteren dafür gewonnenen Genossinnen und Genossen benachbarter Ortsvereine werden die Sympathisanten systematisch besucht und für eine Mitgliedschaft in der SPD gewonnen. Jeder Angesprochene, der zu einem Beitritt bereit ist, wird sogleich um weitere Adressen gebeten. Neu gewonnene Mitglieder und Interessenten werden zu einem ersten Treffen am besten in die Wohnung eines Mitgliedes eingeladen. Dort werden die Probleme der Einzelnen, die kommunalen Probleme und aktuelle Ereignisse besprochen und die Planung der weiteren Aktionen beschlossen. Damit ist eine Basis der SPD in dieser Gemeinde gebildet.

## **Gezielte Öffentlichkeitsarbeit**

Mit Flugblättern und Plakaten werden die Bürger der Gemeinde darauf hingewiesen, dass es in ihrer Gemeinde Sozialdemokraten gibt, die sich mit ihnen gemeinsam um ihre Belange kümmern.

Diese Flugblätter müssen die Kontaktadressen der Sozialdemokraten in dieser Gemeinde mit E-Mail-Adressen und wenn möglich auch Fax- und Telefonnummern enthalten.

Je nach Struktur der Gemeinde werden weitere Aktionen mit Infoständen, einem Schaukasten, Plakaten oder mit der Bodenzeitung durchgeführt. Ein weiteres Flugblatt sollte bereits zu einer ersten öffentlichen Veranstaltung einladen, bei der der Bundestags- oder Landtagsabgeordnete, der für die Gemeinde zuständig ist, als Referent und Gesprächspartner angekündigt wird. Bei dieser Veranstaltung sollten die neugewonnenen Mitglieder durch Mitglieder von anderen Ortsvereinen unterstützt werden. Sinnvoll ist es, dass sich die Mitglieder im Saal so verteilen, dass sie mit anderen Besuchern der Veranstaltung ins Gespräch kommen können.

Nach einem kurzen Referat ergeben sich meist bei der anschließenden Diskussion weitere Anhaltspunkte für die Werbung neuer Mitglieder.

## **Ortsvereinsgründung**

Sobald durch diese Aktivitäten eine Reihe von neuen Mitgliedern gewonnen sind, erfolgt die Gründung des eigenständigen Ortsvereins in Absprache mit dem Unterbezirksvorstand (siehe Organisationsstatut). Wichtig ist es, die Ortsvereinsgründung wiederum als öffentliche Veranstaltung durchzuführen - eine gute und zudem kostenlose Werbung für die Partei.

Und vom Parteivorstand gibt es ein Startpaket und finanzielle Unterstützung.

Zu allen Veranstaltungen sollte unbedingt die Presse eingeladen werden.

### **Gründungsversammlung sorgfältig vorbereiten**

Der Beauftragte des Unterbezirksvorstandes für die "Weiße-Flecken-Aktion" bereitet mit den neuen Mitgliedern die Ortsvereinsgründungsversammlung vor:

- Ein prominenter Referent wird eingeladen (beispielsweise MdB, MdL).
- Ein Termin wird ausgemacht und ein Lokal gesucht.
- Einladungen werden an alle Mitglieder geschickt.
- Mit Flugblättern werden die interessierten Bürger zu dieser Versammlung eingeladen.
- Presseeinladung
- Plakate machen in der Gemeinde auf die Gründungsversammlung (bzw. die Diskussion mit dem Referenten) aufmerksam.
- Plakatständer werden dazu vom Unterbezirk ausgeliehen.
- Der Einladende eröffnet die Versammlung und leitet sie bis zur Wahl des Vorstands (Stimmzettel für geheime Wahlen bereithalten).

### **Formalitäten nach der Ortsvereinsgründung**

Selbstverständlich wird nach der Gründungsversammlung vom gewählten Schriftführer ein Protokoll gefertigt. Das genügt aber nicht:

- Der Ortsvereinsvorsitzende muss ein Bankkonto einrichten.
- Die Anschrift der Vorstandsmitglieder und das Konto werden dem Unterbezirksbüro (Kreisverbandsbüro) mitgeteilt.
- Vom Unterbezirksbüro aus werden Anschriften und Kontonummer an den Bezirk und Parteivorstand weiter gemeldet.
- Bezirk und Parteivorstand nehmen die Anschrift des Ortsvereinsvorsitzenden in die Informationsdatei auf und senden nun regelmäßig die Informationen (z.B. Intern) zu.
- Vom Parteivorstand erhält der neue Ortsverein eine Starthilfe von 100 € auf sein Bankkonto überwiesen.
- Der Parteivorstand schickt dem neuen Ortsverein kostenlos eine Erstausstattung mit Informationsmaterial.



## 6. Neue Mitglieder gewonnen - was nun?

Es genügt nicht, neue Mitglieder zu gewinnen, wir müssen ihnen das Gefühl vermitteln, dazuzugehören. Nur wenn neue Mitglieder von Anfang an richtig betreut werden und Aktionsmöglichkeiten aufgezeigt bekommen, können sie mit dazu beitragen, dass unsere Partei aktiv bleibt. Nur so wird es möglich sein, die notwendige politische und organisatorische Parteiarbeit zu bewältigen.

Aus jüngsten Mitgliederbefragungen kennen wir die Gründe für einen vollzogenen Parteieintritt.

### Gründe für den Parteieintritt (auch Mehrfachnennungen)

Ich will politisch teilhaben und mitwirken können	70 %
Ich will dazu beitragen, dass die Werte, für die die SPD steht, weiterhin Gültigkeit haben	66 %
Ich will den Reformkurs der SPD unterstützen	55 %
Ich will die Friedenspolitik der SPD unterstützen	51 %
Die Partei bietet mir die Möglichkeit, politisch besser informiert zu sein	44 %
Ich will mitentscheiden, welche Personen die SPD in Ämtern und Mandaten vertreten	41 %
Ich will mit politisch ähnlich Denkenden zusammenkommen und etwas gemeinsam erleben	35 %
Die Mitgliedschaft gibt mir die Möglichkeit, mich für eine Funktion in der Partei zu qualifizieren	34 %



Neue Mitglieder gewonnen - was nun?

### **Mit Betreuung Integration ermöglichen**

Jedes neue Mitglied bekommt eine/n persönliche/n Ansprechpartner/in. Diese/r sollte in der Funktion einer Mentorin/eines Mentors in der Lage sein, neuen Mitgliedern Parteistrukturen und Aufgaben, die mit bestimmten Ämtern und Funktionen verbunden sind, zu erläutern, aber auch Fragen zu Personen, Beteiligungsmöglichkeiten und anderen Themen beantworten können.

Ein Mentor kann auch persönlich zu Versammlungen und Parteiveranstaltungen einladen und Kontakte zu anderen Parteimitgliedern herstellen. Im Fall der persönlichen Anwerbung kann der Werber die Mentorenfunktion übernehmen.

Bei Neumitgliedern, die ohne persönliche Vermittlung eingetreten sind, kann die Zuordnung eines Mentors über persönliche Sympathie oder über ein gemeinsames thematisches Interesse erfolgen.

Manchmal kann auch Gleichaltrigkeit das ausschlaggebende Kriterium sein. Aber warum nicht auch einmal generationenübergreifend zusammenarbeiten? Es gibt sicher überall ältere Parteimitglieder, die gern ihre jahrelangen Erfahrungen an jüngere neue Genossinnen und Genossen weitergeben wollen.

### **Was geschieht mit der Beitrittserklärung?**

Wenn eine Beitrittserklärung ausgefüllt und unterschrieben ist, sollte diese auf dem schnellsten Weg zum Unterbezirksbüro gelangen. Nach der Satzung hat der Ortsvereinsvorstand über die Aufnahme des Mitglieds innerhalb von vier Wochen zu entscheiden. Hat er in dieser Frist einer Aufnahme nicht widersprochen, gilt seine Zustimmung als gegeben. Dem neuen Mitglied wird umgehend ein Brief des Unterbezirks zugehen, in dem es über das Aufnahmeverfahren informiert wird.

Im Unterbezirksbüro wird das Mitgliedsbuch ausgefüllt und die Daten des neuen Mitglieds in die Mitgliederdatei eingegeben. Das Mitgliedsbuch geht

mit dem Mitgliederordner an den Ortsvereinsvorstand, der dafür Sorge tragen muss, dass das Buch und der Ordner persönlich übergeben werden.

Das neue Mitglied erhält ein Begrüßungsschreiben des Parteivorsitzenden.

Darüber hinaus erhält das neue Mitglied den "VORWÄRTS" monatlich frei Haus als Mitgliederzeitung.

### **Die ersten Tage nutzen**

Wer in die SPD eintritt, hat sich diesen Schritt reiflich überlegt. Er erwartet eine Reaktion der Partei. Deshalb ist es wichtig, das künftige Mitglied möglichst schnell in einem persönlichen Brief anzuschreiben. Darin muss um Verständnis dafür gebeten werden, dass die Formalien der Aufnahme in der ehrenamtlich arbeitenden Partei einige Zeit in Anspruch nehmen. Wenn diesem Schreiben dann noch eine Information über den Ortsverein, ein Stadtplan oder ein Behördenwegweiser mit Notrufadressen u.ä. beigelegt sind, wird sich das neue Mitglied sicher freuen. Die Anschriften der Vorstandsmitglieder sollten auch nicht fehlen.

Nach dem Beschluss des Ortsvereinsvorstands, der Beitrittserklärung des neuen Mitglieds zuzustimmen, wird wieder die oder der Ortsvereinsvorsitzende an das neue Parteimitglied schreiben.

### **Das Parteibuch wird überreicht**

Das Parteibuch und der Mitgliederordner werden am besten von einem Ortsvereinsvorstandsmitglied gemeinsam mit den Genossinnen und Genossen überreicht, die dieses Mitglied in die Partei aufgenommen haben. Dadurch lässt sich leichter Kontakt herstellen, zumal die Werberinnen und Werber das neue Mitglied bis dahin sicherlich am besten kennen. Schon bei diesem Besuch in der Wohnung des neuen Mitglieds sollte man über die möglichen Aktivitäten und vor allen Dingen über die Mitarbeitsmöglichkeiten in der Partei informieren.

Sozialdemokratische Partei Deutschlands  
Ortsverein



Herrn  
Peter Beispiel  
Peterstraße 1

94321 Iksdorf

Sehr geehrter Herr Beispiel,

wir freuen uns sehr, dass Sie Mitglied der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands werden wollen. Bis wir Ihnen Ihr Mitgliedsbuch überreichen können und Sie mit allen Rechten Sozialdemokrat sind, müssen wir Sie allerdings noch um etwas Geduld bitten.

Denn unser Ortsverein, zu dem Sie aufgrund Ihres Wohnsitzes gehören werden, muss zuerst in seiner nächsten Vorstandssitzung über die Aufnahme beschließen; das ist das übliche Verfahren. Sie werden Verständnis für die Wartezeit haben, wenn wir Ihnen sagen, dass unser Vorstand ehrenamtlich tätig ist und deshalb nicht alles sofort erledigt werden kann. Nach Ihrer Aufnahme wird es noch etwas dauern, bis Sie beim Parteivorstand in Berlin als Mitglied eingetragen sind und monatlich den "Vorwärts" zugeschickt bekommen.

Haben Sie bitte ein wenig Geduld und seien Sie freundlich begrüßt.

Ihre

Petra Mustermann  
(Ortsvereinsvorsitzende)

Mit freundlichen Grüßen

## **Die Einladung zur ersten Mitgliederversammlung**

Für das neue Mitglied ist die erste Einladung etwas Besonderes.

Da reicht die normale Einladung die alle anderen Mitglieder bekommen nicht aus. Sicher sollte das neue Mitglied diese auch zugeschickt bekommen; aber ein gesonderter Brief, in dem es persönlich angesprochen wird, sollte diese Einladung begleiten.

Aber auch das genügt nicht. Ein Mitglied des Ortsvereinsvorstands oder ein Parteimitglied sollte dem neuen Mitglied Abholung und Begleitung anbieten.

## **Eine besondere Veranstaltung für neue Mitglieder**

Notwendig ist es, den einmal geworbenen Mitgliedern die "Schwellenangst" zu nehmen. Nicht jeder, der neu in die SPD eintritt, hat gleich den Mut, in eine Mitgliederversammlung zu kommen, in der er möglicherweise außer dem Mitglied, das ihn geworben hat, niemanden kennt.

Sinnvoll ist es, alle neu geworbenen Mitglieder zu einer gesonderten Versammlung einzuladen, in der sie sich untereinander und mit den Funktionären des Ortsvereins bekannt machen können. Zu einer solchen Versammlung sollten die neuen Mitglieder von den Genossinnen und Genossen eingeladen und abgeholt werden, von denen sie in die Partei aufgenommen worden sind.. Themen eines solchen Abends können der Aufbau und die Arbeitsweise der Partei, Grundwerte und Geschichte (Videofilm über Vertriebsservice bestellbar) und aktuelle politische Themen, vor allen Dingen die Struktur des Ortsvereins und die aktuellen Probleme des Ortes sein.

Wir wissen, dass bei neuen Mitgliedern das Interesse und die Bereitschaft mitzumachen sehr groß ist.

Wichtig ist, dass in einer solchen Versammlung vor allen Dingen die neuen Mitglieder zu Wort kommen. Sie müssen die Möglichkeit haben, ihre Pro-



## Neue Mitglieder gewonnen - was nun?

bleme, ihre Sorgen und vor allen Dingen ihre Interessen mitzuteilen. Der Ortsverein sollte sich dann bemühen, diese Interessen und Probleme aufzugreifen und in die Arbeit einzubeziehen. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, ein Wochenendseminar für die neuen Mitglieder durchzuführen. Dies dient dem besseren Kennenlernen untereinander und ermöglicht eine intensivere Auseinandersetzung mit den Themen. Aus Kostengründen sollte ein solches Seminar über den jeweiligen Unterbezirk organisiert werden, d.h. die Neumitglieder aus allen Ortsvereinen werden zu dem Seminar eingeladen.

Infos zur Gestaltung von Neumitglieder-Seminaren erhaltet ihr über eine E-Mail an [parteischule@spd.de](mailto:parteischule@spd.de).

Sozialdemokratische Partei Deutschlands  
Ortsverein



Herrn  
Peter Beispiel  
Peterstraße 1

94321 Iksdorf

Lieber Genosse Beispiel,

hiermit möchte ich Dich ganz herzlich zur nächsten Mitgliederversammlung unseres Ortsvereins einladen.

Das Thema des Abends wird Dich sicher interessieren:

"....."

Als kompetenter Referent steht uns der Bundestagsabgeordnete Horst Beispiel, Experte der SPD-Bundestagsfraktion, zur Verfügung.

Die Mitgliederversammlung findet statt  
am..... um.....  
in der Gaststätte .....

Wenn Du möchtest, gehen wir zusammen zur Veranstaltung; ruf doch mal an, meine Telefonnummer lautet 0123/456789.

In der Hoffnung, dich dort begrüßen zu können, ich freue mich auf dich.

Mit freundlichen Grüßen

Deine

Petra Mustermann  
(Ortsvereinsvorsitzende)

## 7. Mitgliederpflege: Information, Kommunikation, Beteiligung

Die Parteiarbeit muss so gestaltet sein, dass sich alle Mitglieder daran beteiligen können. Die Verantwortung und die Funktionen müssen auf möglichst viele Schultern verteilt sein. Hier kann ein "Wir-Gefühl" entstehen; die Mitglieder können sich "zu Hause" fühlen. Dazu ein paar Anregungen:

### Informationen sinnvoll nutzen



### [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net)

MeineSPD.net ist die neue SPD-Plattform im Internet, die es Interessierten in und um unsere Partei herum ermöglicht, sich untereinander unkompliziert zu vernetzen.

Es ermöglicht einen schnellen Zugriff zu unseren Informationen. Gemeinsame Aktionen lassen sich einfach vorbereiten und durchführen.

MeineSPD.net ist der Servicekanal mit Arbeitsgrundlagen und Hilfestellungen zur Parteiarbeit.

Begleitend stellen wir dazu Fotos, Banner, Anzeigenmaterial und Animationen zur Verfügung.



### **Mitgliederzeitschriften "Vorwärts" und "INTERN"**

Der "VORWÄRTS", den alle Mitglieder monatlich zugeschickt bekommen, ist nicht das einzige Informationsorgan der Partei. Alle Ortsvereinsvorsitzenden erhalten darüber hinaus regelmäßig "INTERN".

Leider wandern diese Publikationen noch zu oft in die Aktenablage des Ortsvereinsvorsitzenden. Sinnvoller ist es, sie im Ortsverein weiterzugeben. Aktive Mitarbeit baut darauf auf, dass die Genossinnen und Genossen auch die entsprechenden Informationen erhalten.

### **Regelmäßige Versammlungen**

Mitgliederversammlungen sollten in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden. Es empfiehlt sich ein fester Rhythmus.

Themen dafür gibt es genug. Sie reichen von der Vorbereitung der anstehenden Entscheidungen in der Kommune (Vorbereitung der Gemeinderats-sitzungen) über Landes- und Bundespolitik bis hin zu organisatorischen Dingen. In der Regel sollten die Mitgliederversammlungen öffentlich sein. Darüber hinaus sollte der Ortsvereinsvorstand seine Vorstandssitzungen parteiöffentlich durchführen.

Die althergebrachte Form der Mitgliederversammlung muss nicht in jedem Fall schlecht sein. Referenten der Bundes- und Landesebene sollten vor allem dann eingeladen werden, wenn es darum geht, aktuelle Informationen zu bekommen.

 Mitgliederpflege: Information, Kommunikation, Beteiligung

### **Gesprächsrunden für neue Mitglieder**

Neuen Mitgliedern muss Gelegenheit gegeben werden, in der Partei schnell heimisch zu werden. Gesprächsrunden in lockerer Form können dazu ein gutes Hilfsmittel sein.

Wichtig dabei sind mehrere Dinge:

- Die besonderen Interessen der neuen Mitglieder ergründen und möglichst in die Parteiarbeit integrieren; die neuen Mitglieder mit der Partei und ihren Funktionsträgern bekannt machen.
- Inhalte der Parteipolitik und Parteigeschichte vermitteln.
- Möglichkeiten der Mitarbeit aufzeigen.

Ein Mitglied, das aktiv werden möchte und nicht in den ersten Wochen auf Resonanz stößt, droht auf Dauer zur Karteileiche zu werden.

Trotzdem sollten die neuen Mitglieder nicht schon zu Beginn mit Arbeit überfrachtet werden. Es gilt, den goldenen Mittelweg zu finden.

Und wir sollten auch die andere Form der Mitgliedschaft akzeptieren, die sich auf das Zahlen von Beiträgen und Spenden beschränkt.

### **Neue Veranstaltungsformen erproben**

In vielen Ortsvereinen hat sich gezeigt, dass die alte Form der Parteiversammlung mit Referat und Diskussion dem kommunikativen Bedarf der Mitglieder nicht mehr entspricht. Es ist daher notwendig, neue Veranstaltungsformen zu erproben.

Unumgänglich ist dabei, eingefahrene Gleise zu verlassen, mehr Spontaneität, mehr Fantasie zuzulassen und sogar zu fördern.

Dass der Mut dazu und die Arbeit sich lohnen, haben viele Ortsvereine anlässlich der Ausstellung auf dem Parteitag 2005 in Karlsruhe gezeigt. Das Spektrum der dort gezeigten Veranstaltungen reichte vom Einsatz verschiedener Medien (Tageslichtschreiber, Power-Point-Präsentationen, Wandzeitungen, Video) bis hin zur Versammlung als Aktion.

Gemeinsam war allen gelungenen Veranstaltungsformen, dass

- die Mitglieder und Bürger/innen die Möglichkeit zur aktiven Mitwirkung hatten,
- bei der Planung und Durchführung auch Nichtmitglieder beteiligt waren,
- sich der Ortsverein aus seinem "Hinterzimmer in der Gaststätte" herausgewagt hatte,
- auch traditionell sozialdemokratische Themen in neue Aktionsformen, in politisches Handeln umgesetzt wurden,
- gemeinsame Aktionen motivieren und die Partei stärken können.

### **Geselligkeit pflegen**

Für den Zusammenhalt und die Funktionsfähigkeit eines Ortsvereins haben gesellige Veranstaltungen einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert. Sie sollten - auch im kleineren Rahmen - von den Ortsvereinen und Unterbezirken regelmäßig organisiert werden. Gerade über sie können emotionale Bindungen zwischen Partei und Mitgliedern gestärkt werden - eine wesentliche Voraussetzung für Engagement in der Parteiarbeit. So ist es z. B. sinnvoll, dass die Mitgliederversammlungen nicht bis tief in die Nacht dauern, so dass noch Zeit für einen anschließenden "Kneipenbesuch" der Mitglieder bleibt.

Geburtstagsgrüße und Ehrungen zu Jubiläen eignen sich zur Wertschätzung und Kontaktpflege. In einem der Berliner Ortsvereine bekommen alle Geburtstagskinder vom OV-Vorsitzenden eine freundliche Geburtstagskarte mit Angabe der Telefonnummer und einem handgeschriebenen "Ruf doch mal an!"

Dort, wo eine zu geringe Aktivität der Mitglieder zu verzeichnen ist, sollte der Versuch gemacht werden, mit Gesprächskreisen auf privater Basis Terrain zurückzugewinnen. Bessere Kontakte zwischen den Mitgliedern sind zugleich auch bessere Verbindungen zwischen Partei und Mitglied.

## Mitgliederpflege: Information, Kommunikation, Beteiligung

Zu solchen Gesprächsabenden werden jeweils die Mitglieder eines Orts-  
teils eingeladen, die nicht aktiv sind. Die Einladung wird nicht vom Orts-  
vereinsvorstand verschickt, sondern von einem "einfachen", aber nicht



unbekanntes Mitglied. Auch gemeinsame Theater-  
oder Konzertbesuche,  
Ausflugsfahrten,  
Reiseangebote, die Freizeit  
und politische Information  
verbinden, stärken das

### SPD-WIR-GEFÜHL

### Die SPD-Card

Zusammen mit dem Begrüßungsschreiben des Parteivorsitzenden erhält  
das neue Mitglied eine SPD-Card. Auf der Karte befindet sich die  
Mitgliedsnummer.

Mit der SPD-Card im Portmonee bringt man zum Ausdruck, dass man dazu-  
gehört, zur ältesten demokratischen Partei in Deutschland.

Die Daten des Mitglieds werden nicht weitergegeben.  
Dem Datenschutz wird Rechnung getragen.



## Einsatz moderner Kommunikationsmittel

Das Telefon, der Kontakt per E-Mail und neue Medien wie Handy (SMS) können als Kommunikationsmittel im Wahlkampf, bei der Mitgliederwerbung und Mitgliederpflege sinnvoll eingesetzt werden.

Das Telefon bietet die Möglichkeit, mit Genossinnen und Genossen über deren Austrittsgrund aus der SPD zu reden - als Rückholaktion.

Das Telefon ermöglicht aber auch, Kontakte wieder aufzubauen. Diese Art der Kontaktaufnahme kann durchaus kostengünstiger und zeitsparender als ein Hausbesuch und punktuell wirkungsvoller als ein Brief mit Werbe- und Informationsmaterial sein. Der Einsatz eignet sich als Instrument der Mitgliederpflege im dünn besiedelten ländlichen Raum.



Die Telefonaktion ersetzt natürlich nicht das Gespräch in der Gruppe oder unter vier Augen und die Geselligkeit oder das gemeinsame Vorbereiten einer Veranstaltung. Aber die Telefonaktionen stellen dort eine Verbindung her, wo die Kommunikation aus verschiedenen Gründen eingestellt wurde.

Die Telefon-Aktion braucht die Hauptamtlichkeit:

- Sie muss organisiert werden.
- Sie kostet Geld.
- Sie ist auf das Engagement ehrenamtlicher Genossinnen und Genossen angewiesen.

In der SPD ist dieses Instrument im Wahlkampf erfolgreich eingesetzt worden. Nähere Informationen zum Telefoncampaigning gibt es über das Referat Parteiorganisation ([organisation@spd.de](mailto:organisation@spd.de)).

Mitgliederpflege: Information, Kommunikation, Beteiligung

### Die klassische Form der Mitarbeit: Wahlkampf machen

Vertrauensarbeit erfordert ständige aktive Mitarbeit. Gerade in Wahlkämpfen braucht die Partei jedoch besonders viele Helfer. Die Partei lebt davon, dass sich Genossinnen und Genossen im Betrieb, im Bekanntenkreis und im Wohnbereich aktiv zur Partei bekennen. Ebenso braucht sie Genossinnen und Genossen, die Plakate kleben und Flugblätter verteilen. Wichtig: Nur wer als Mitglied zwischen den Wahlen gefordert und beteiligt wird, wird auch im Wahlkampf zur Mitarbeit bereit sein.

Die Lebensbedingungen zu verbessern, für eine solidarische Gesellschaft und ein friedliches Zusammenleben zu arbeiten, bleibt das zentrale Anliegen der Sozialdemokratie.

Dies gelingt nur mit einer starken, möglichst durch und mit vielen Menschen organisierte SPD.



# BEITRIITTSERKLÄRUNG

---

Name	Vorname
Geburtsdatum (Tag/Monat/Jahr)	Staatsangehörigkeit
Straße/Hausnummer	Postleitzahl/Wohnort
Telefon/Fax, privat	E-Mail-Adresse
Telefon/Fax, geschäftlich	Beruf/beschäftigt bei
Frühere Parteimitgliedschaft in der SPD von/bis	Gewerkschaft/andere Vereine

## Unterschrift

Geschlecht:  männlich  weiblich

## Beschäftigungsverhältnis:

- Angestellte(r)  Arbeiter(in)  Selbstständige(r)  Schüler(in) bzw. Student(in)  
 Hausfrau/-mann  Beamtin/Beamter  Azubi  Rentner(in), Pensionär(in)  
 Landwirt(in)  Berufssoldat(in)  Leitende(r) Angestellte(r)  ohne  anderes

## Name und Anschrift des Werbers/der Werberin

Ich bin damit einverstanden,

Ich bin nicht damit einverstanden, (Zutreffendes bitte ankreuzen)

dass meine Anschrift an die örtlichen SPD-Abgeordneten (MdB, MdL, MdEP, SPD-Gemeindefraktion) sowie an die Friedrich-Ebert-Stiftung für die Übersendung von Einladungen und Informationsmaterial weitergegeben werden kann.

## EINZUGSERMÄCHTIGUNG

Hiermit ermächtige ich die SPD widerruflich, meinen Parteibeitrag bei Fälligkeit zu Lasten meines Kontos mittels Lastschrift einzuziehen. Wenn mein Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, besteht seitens des kontoführenden Geldinstituts keine Verpflichtung zur Einlösung. Meine personenbezogenen Daten werden entsprechend dem Bundesdatenschutzgesetz und der Datenschutzrichtlinie der SPD erhoben, verarbeitet und genutzt, soweit dies für die Parteiarbeit und die Mitgliederbetreuung und -bindung (u.a. SPD-Card) erforderlich ist.

## Beitrag (EUR pro Monat)

Einzugsrhythmus:  vierteljährlich  halbjährlich  jährlich

---

Bankleitzahl	Geldinstitut
Kontonummer	Kontoinhaber(in)
Datum	Unterschrift Kontoinhaber(in)



## Materialien zur Mitgliederwerbung und -pflege

Folgende Materialien halten wir zur Mitgliederwerbung und Mitgliederpflege für euch bereit:

- Flyer Mitglieder werben, DIN lang, 8 Seiten  
Bestell-Nr.: 260 65 10            € 0,10
- Beitrittserklärung, Klappkarte, A 6  
Bestell-Nr.: 8700116            € 0,00\*
- Beitrittserklärung Gastmitgliedschaft, A 6  
Bestell-Nr.: 8700156            € 0,00\*
- Flyer „Zusammenstehen gegen Rechts“,  
DIN lang, mit Responseelement und Beitrittserklärung  
Bestell-Nr.: 2607219            € 0,01
- Handbuch Mitglieder werben, A 5, 54 Seiten  
Bestell-Nr.: 3300405            € 0,75
- Handbuch Ortsvereinsarbeit, A 5, 132 Seiten  
Bestell-Nr.: 3300415            € 1,80
- Machen Sie sich ein Bild von uns, A 6, 24 Seiten  
Bestell-Nr.: 3000666            € 0,25

\* Besteller tragen ausschließlich die gewichtsabhängigen Versandkosten.



- Kleines SPD-ABC - Ein Wörterbuch - nicht nur für Mitglieder  
Bestell-Nr.: 3000506                      € 0,20
  
- Beck-Bericht der AG Mitgliederpartei  
Bestell-Nr.: 3000514                      € 1,00
  
- Mitgliedsbuch inkl. Organisationsstatut  
Bestell-Nr.: 8000016                      € 1,50
  
- Bilddokumentation zur Geschichte der SPD, A 4, 132 Seiten  
Bestell-Nr.: 3000144                      € 10,00
  
- Broschüre "Das soziale Deutschland. Gestern. Heute. Morgen.", 32 Seiten  
Bestell-Nr.: 3000664                      € 2,50
  
- Herbert-Wehner-Gedenkmarke (mit Anschreiben von Kurt Beck)  
Bestell-Nr.: 4700700                      € 2,00
  
- Mitglieder-Ordner inkl. Register  
Bestell-Nr.: 4900100                      € 3,20
  
- Gedenkmünze Willy Brandt, Silber  
Bestell-Nr.: 8200100                      € 16,50
  
- Ehrenbrief für besonderes Engagement  
Bestell-Nr.: 8101000                      € 0,50

Weitere aktuelle Materialien für eure Aktionen zur Mitgliederwerbung und Mitgliederpflege findet ihr im Mitgliedernetz [www.meineSPD.net](http://www.meineSPD.net) unter

⇔ interner Bereich ⇔ Service und Parteiarbeit ⇔ SPD-Shop

Natürlich beraten wir euch gern!  
Tel.: 030-25991-200 oder 030-25991-228

## Information zum Neumitglieder-Ordner

Jeder Ortsverein erhält vom zuständigen Unterbezirk die gefüllten Mitglieder-Ordner anhand der Anzahl der Neueintritte. Dieser Ordner wird dem neuen Mitglied im Rahmen einer Ortsvereinsveranstaltung (z.B. Mitgliederversammlung, Jubilarfeier, etc.) überreicht. Der Ordner ist mit einer Erstausstattung des Parteivorstands, des Landesverbands oder Bezirks, des Kreisverbands oder Unterbezirks und des Ortsvereins gefüllt.

1. Ordner inkl. Register
2. Grundsatzprogramm
3. Mitgliedsbuch inkl. Organisationsstatut
4. Flyer Mitglieder werben (um wiederum ein neues Mitglied zu werben)
5. Machen Sie sich ein Bild von uns (Selbstdarstellungsbroschüre der SPD)
6. Herbert Wehner Gedenkmarke für Neumitglieder  
(mit Anschreiben von Kurt Beck)
7. Materialien vom Landesverband  
(aktuelle politische Informationen, Ansprechpartner)
8. Materialien vom Unterbezirk  
(aktuelle politische Informationen, Ansprechpartner)
9. Materialien vom Ortsverein  
(aktuelle Informationen des Ortsvereins, Ansprechpartner, Tel.-Nummern)

Dem Landesverband werden die Zusatz-Materialien zum Selbstkosten- bzw. stark subventionierten Preis zur Verfügung gestellt. Der Ordner wird vom SPD Parteivorstand kostenpflichtig zur Verfügung gestellt. Bitte fragt bei Neueintritten euren Unterbezirk nach den gefüllten Ordnern!



## Impressum

Herausgeber:  
SPD-Parteivorstand  
Wilhelmstraße 141, 10963 Berlin  
[www.spd.de](http://www.spd.de)  
(geänderte Auflage 2008)  
Artikel-Nr.: 3300405