

Mitgliederwerbung ist das A und O

Ohne seine zahlreichen engagierten Mitglieder würde es den Verband Wohneigentum nicht geben. Wie auch andere Verbände sind wir vor Austritten und altersbedingten Abschieden nicht gefeit. Umso erfreulicher sind positive Erfahrungen unserer Mitglieder, die zeigen, wie man eine Gemeinschaft lebendig halten kann und neue Mitglieder gewinnt.

Am besten lassen sich Menschen immer noch durch Freunde, Bekannte und Nachbarn vom Nutzen einer Mitgliedschaft überzeugen. Deswegen ist das Prinzip „Mitglieder werben Mitglieder“ eine der effektivsten Methoden, den Verband Wohneigentum zu stärken.

Vielversprechende und anregende Beispiele hält die ostwestfälische Siedlergemeinschaft Heinrich-Drake bereit. Durch Aktivitäten wie Boßeln, Radtouren, Busausflüge, Geburtstagskaffee und ein „Danke-schön-Essen“ für Zeitungsausträger hat die Gemeinschaft sowohl einen Mitgliederzuwachs als auch eine hohe Akzeptanz bei den oft langjährigen Mitgliedern erreicht.

WEITERE POSITIVE BEISPIELE

- Weihnachtsbäckerei mit Kindern**
 Neben dem Eigenverzehr werden die restlichen Kekse auf Veranstaltungen wie dem Adventskaffee mit Ehrung langjähriger Mitglieder genascht. Die Kinder erhalten für ihren tatkräftigen Einsatz ein Präsent.
- Meinungsumfrage bei allen Mitgliedern**
 Die Rückantwort der Mitglieder erfolgte in bereitgestellten, portofreien Briefumschlägen oder online über die Homepage. Auch Preise wurden in Aussicht gestellt. Auf diesem Wege konnte ein neuer Kassierer sowie ein Zeitungsausträger gefunden werden.



Gemeinsame Ausflüge stärken die Gemeinschaft.

- Aushang im Schaukasten eines Supermarkts**
 Mit aktuellen Informationen der Gemeinschaft
 - Geburtstagsgeschenk für Mitgliederkinder**
 Jedes Kind erhält einen Zuschuss in Höhe von 10 Euro für die Familienjahreskarte eines örtlichen Freizeitparks oder auf die Jahreskarte des Freibads der Stadt.
 - Jährliches Wochenend-Meeting für den Vorstand**
 Hier werden Probleme oder Anregungen in lockerer Gesprächsatmosphäre diskutiert, die bei Vorstandssitzung nicht ausreichend behandelt werden können.
 - Veröffentlichungen in der Lokalpresse**
 Diese sind ideal, um Mitglieder und solche, die es werden könnten, über Aktionen zu informieren und auf den Verband aufmerksam zu machen.
- Gemeinschaften wie diese geben interessante Antworten auf wichtige Fragen wie z. B.:**
- Was macht die Mitgliedschaft in unserem Verband so erstrebenswert?
 - Was macht unseren Verband so besonders?
 - Was bedeutet „Gemeinschaft“?
 - Wie lässt es sich „Einfach gut leben!“?
 - Wie binden wir neue Mitglieder?



Jung und Alt ziehen an einem Strang.