



© Jörg F. Müller

# Das Mitgliedergewinnungsmodell in Westfalen-Lippe

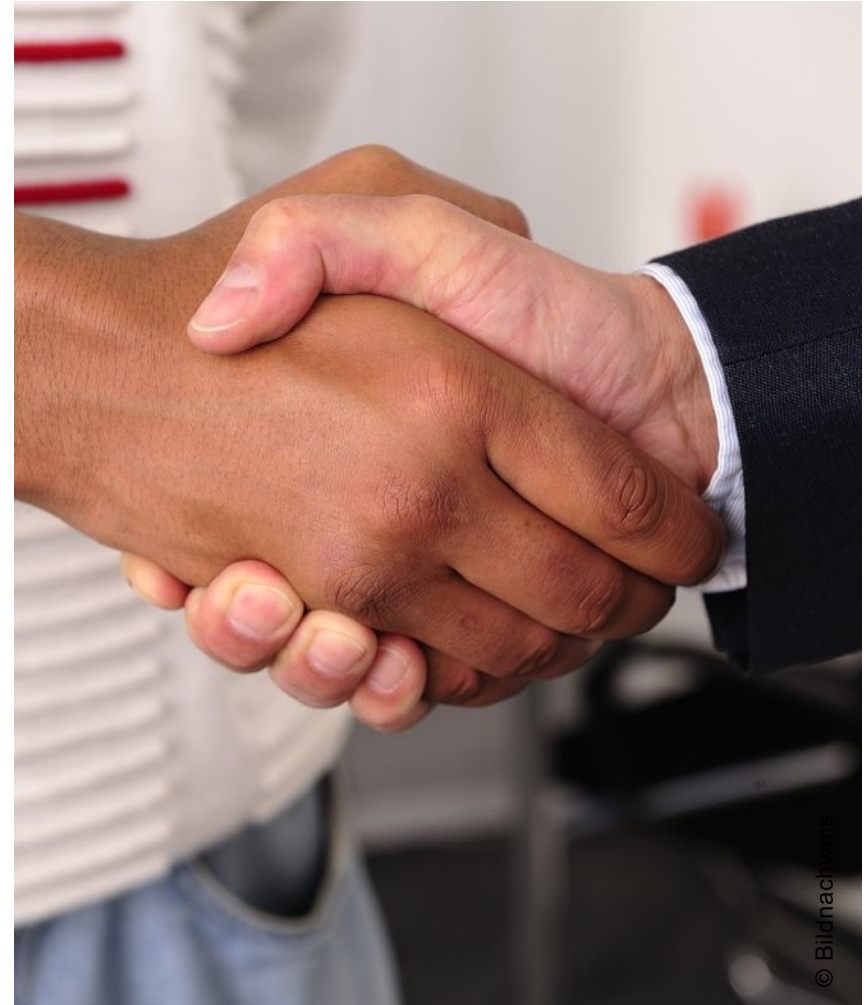


# Die Ausgangssituation

# Was bedeutet eine DRK-Fördermitgliedschaft?

## Mitglieder:

- ermöglichen wichtige Rotkreuzaufgaben durch regelmäßige Spenden
- bekennen sich zur Idee des Roten Kreuzes, zu unseren Werten und Grundsätzen
- geben unserer Stimme mehr Gewicht in Politik und Gesellschaft
- geben manchmal mehr als nur den Mitgliedsbeitrag
  - Erbschaften
  - zusätzliche Spenden bei Katastrophen oder Spendenprojekten
- Interessieren sich ggfs. für DRK-Dienstleistungen: HNR, EH, usw.



# Was bedeutet eine DRK-Fördermitgliedschaft?

## Recherche zur Regelung der Fördermitgliedschaft

Kreisverband	Beitrag	Inhalte der Mitgliedschaft
Kreisverband Mannheim e.V. (Landesverband Baden-Württemberg e.V.)	24,- € Mindestjahresbeitrag	Medizinisch notwendige Rückholung aus In- und Ausland bei mehr als 100 km Entfernung zum Wohnort (auch für Familienmitglieder)  Ambulanzflüge mit Arzt und Rettungsassistent  Rücktransport mit Krankenwagen in Begleitung von Rettungssanitäter und -assistent
Kreisverband Kehl e.V. (Landesverband Badisches Rotes Kreuz e.V.)	24,- € Mindestjahresbeitrag  (alternativ 32,-; 38,-; 44,- und 50,-)	Auslands- und Inlandsrückholung  Schlüsselschutz
Kreisverband Nürnberg-Stadt e.V. (Landesverband Bayerisches Rotes Kreuz e.V.)	Beitrag beliebig  Zahlung jährlich, halbjährlich, vierteljährlich oder monatlich	Auslands- und Inlandsrückholung (auch für Familienmitglieder)
Kreisverband Berlin-Nordost e.V. (Landesverband Berliner Rotes Kreuz e.V.)	Ab 2,- € monatlich	<i>Keine besonderen Leistungen</i>

## Mitgliedschaftsmodelle anderer Verbände

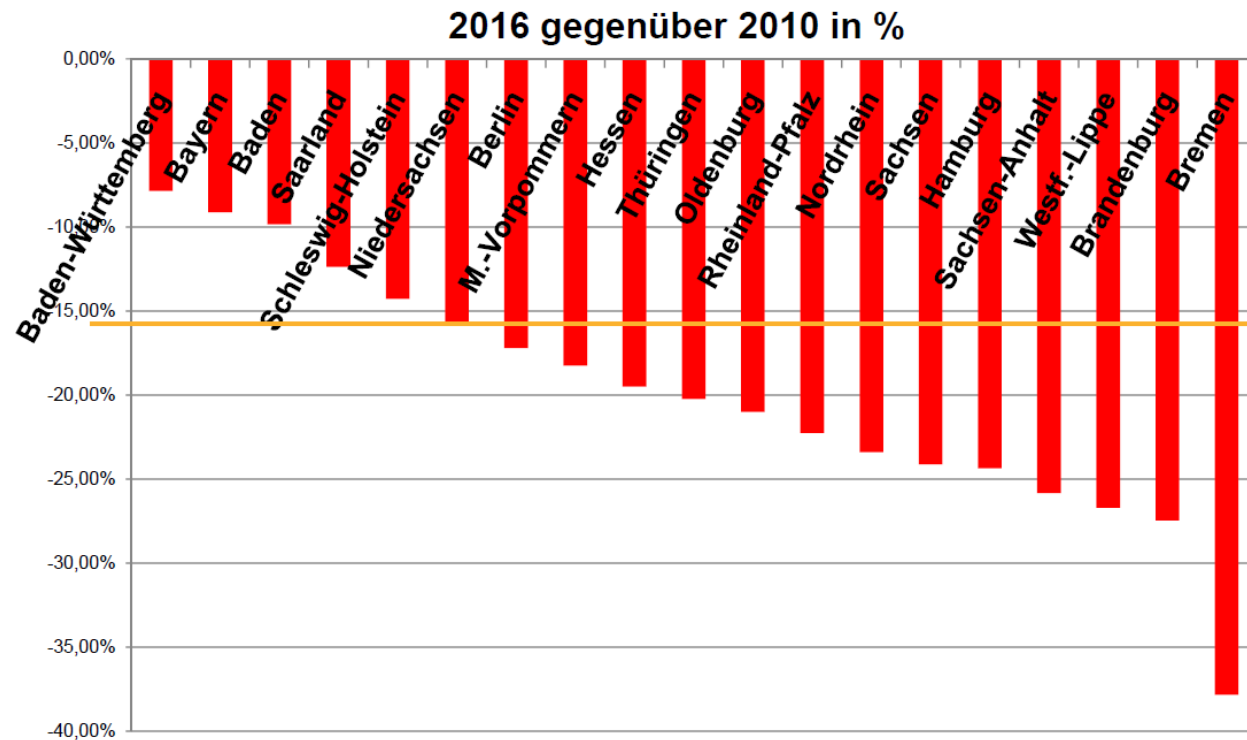
	Johanniter	Malteser	ASB	BUND	Greenpeace
<b>Leistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flugdienst</li> <li>• Zeitschrift (optional)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückhol- dienst gegen 3 € Aufpreis</li> <li>• Malteser- Reisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückhol- dienst</li> <li>• Erste-Hilfe- Kurs</li> <li>• ASB-Reisen</li> <li>• Unwetter- warndienst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4x p.a. Zeitschrift</li> </ul> Zur Begrüßung (optional): <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 € BUND- Laden-Gut- schein oder</li> <li>• Kochbuch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4x p.a. Zeitschrift</li> </ul>
<b>Beitrag</b>	Empfehlung: mind. 24€ p.a.	Mind. 30 € p.a.	12€ p.a. oder 5€ p.m.	Einzelmitglied: 50€ p.a. Familienbeitrag: 65€ p.a. Ermäßigt: 16€ p.a.	Empfehlung: mind. 50€ p.a.
<b>Newsletter</b>	x	x	x	x	x
<b>Steuerung</b>	Zentral & regional	Zentral & regional	Zentral	Zentral	Zentral



Der Umfang der Mitgliedschaftsleistungen sowie die Beitragsgestaltung sind sehr heterogen. Die Steuerung wird überwiegend ausschließlich zentral durchgeführt.

# Mitgliedszahlen stark rückläufig!

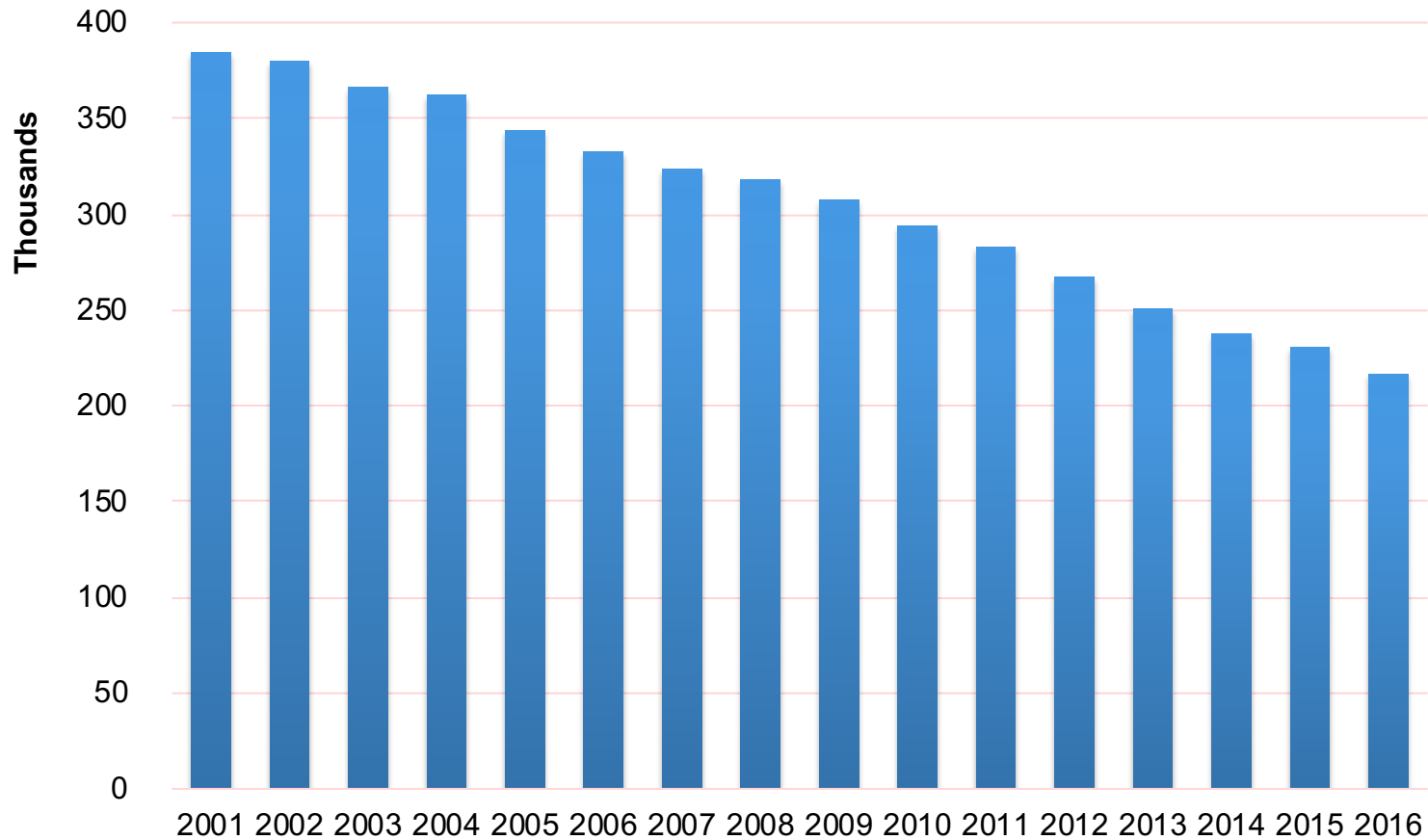
## Fördermitglieder bundesweit



Quelle: DRK-Landesverband Baden-Württemberg

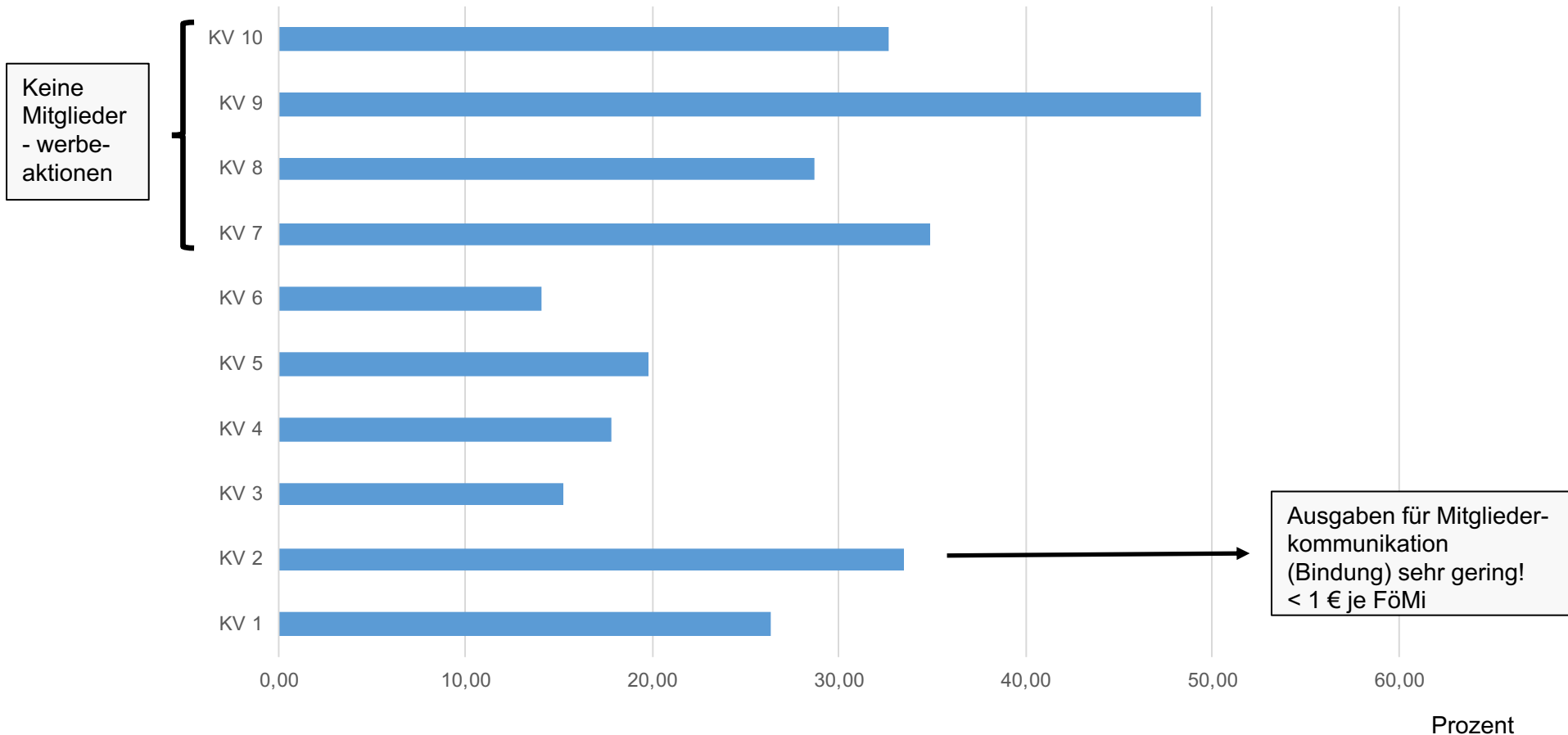
# Mitgliedszahlen stark rückläufig!

## Fördermitglieder im DRK-Landesverband Westfalen-Lippe



# Entwicklung der Fördermitglieder in ausgewählten Kreisverbänden in W-L

Prozentualer Verlust der Fördermitglieder (2017 gegenüber 2012)





# Ursachen

## **Fördermitglieder haben hohes Durchschnittsalter**

- Die klassische Nachkriegsgeneration verstirbt
- Es fehlt an jüngeren Spendern/Mitgliedern

## **Instrumente zur Fördermitgliedergewinnung wie die Haustür- oder Standwerbung werden im Verband kritisch gesehen.**

- Schlechtes Image („Drückerkolonnen“)
- Schlechte Erfahrungen mit Agenturen (schlechte Werbequalität, hohe Beschwerde- und Stornoquoten)
- Hohe Kosten für die Mitgliedergewinnung ( > 100 % des 1. Jahresbeitrags)

## **Die Fördermitglieder sind Mitglied im Ortsverein oder im Kreisverband.**

- Ortsvereine oder Kreisverbände entscheiden demnach auch darüber, ob Aktionen zur Mitgliedergewinnung stattfinden oder nicht
- Laut Umfrage im DRK-LV gibt es Regionen, in denen 5 oder 10 Jahre lang keine Mitgliedergewinnungsaktion durchgeführt wurde

# Ursachen

## Aufgrund der föderalen Struktur gibt es kein einheitliches Mitgliedschaftsmodell. Fördermitgliedschaften unterscheiden sich durch:

- Beitragshöhe
- Zahlungsrhythmus
- Art und Häufigkeit, wie mit dem Mitglied kommuniziert wird (Willkommensbrief, Infobrief, eigenes Magazin, Jahresbericht, zusätzliche Spendenbriefe, Newsletter/E-Mail, Telefonaktionen)
- Leistungen (Flugdienst, Schlüsselplakette, Vergünstigungen)
- Besondere Mitgliedschaften für Familie, Studenten und Unternehmen nur vereinzelt vorhanden

## Dadurch: Keine einheitliche Bewerbung der Fördermitgliedschaft möglich!

- Beispiel WWF: Mindestbeitrag 48 Euro / Jahr

### Unser Dankeschön



Fördermitglieder erhalten vierteljährlich das WWF Magazin mit packenden Berichten zu unserer weltweiten Arbeit.



Fördermitglieder erhalten ein Gutscheinheft mit exklusiven Vergünstigungen von unseren Bonuspartnern.



Es besteht die Möglichkeit, an Exkursionen in WWF-Projektgebiete teilzunehmen.



Die Fördermitgliedschaft kann jederzeit und ohne Fristen formlos gekündigt werden.

# Ursachen

## Es fehlt ein umfassendes Kommunikationskonzept:

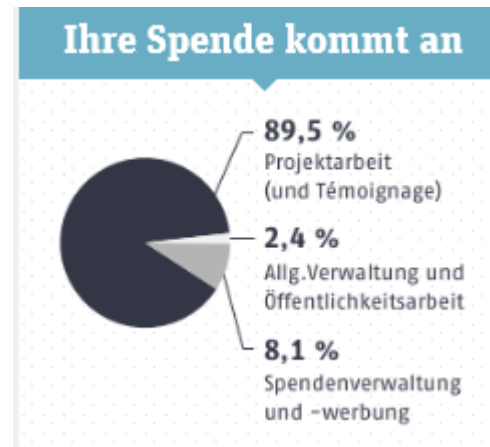
- Aktionen zur Mitgliedergewinnung werden oft spontan umgesetzt, keine langfristige Planung
- Einzige Kommunikation ist oft der klassische Presseartikel zur Ankündigung einer Werbemaßnahme „DRK braucht neue Mitglieder“
- Mangelnde dauerhafte Kommunikation und Transparenz:
  - Keine oder mangelnde Information, wofür die Mitgliedsbeiträge verwendet werden
  - Wenig Dank, Anerkennung und Wertschätzung für Fördermitglieder

## Best-Practice-Beispiele:

### Greenpeace



### Ärzte ohne Grenzen





# Das Konzept

## Strategischer Ansatz

**Feststellung:**

**wir haben viel Erkenntnis über die  
Herausforderungen, aber keine Lösung**

**Zentrale Annahme:**

**Mitgliedschaft = Bekenntnis zum Roten Kreuz  
und bestätigt Akzeptanz und Unterstützung!**

Verbandliche  
Begleitung

Professionelle  
Angebote



# Konzept & Ziele

## Konzept:

- Enge Kooperationen mit mehreren professionellen Face-to-Face-Agenturen
- Prüfung, Monitoring und Bewertung der Agenturen
- Enge Begleitung von Werbeaktionen
- Unterstützung und Motivation der DRK-Gliederungen

## Ziele:

- Gewinnung von neuen Fördermitgliedern für das Deutsche Rote Kreuz
- Sicherung einer hohen Werbequalität durch enge Zusammenarbeit, enges Monitoring und durch regelmäßige „Agenturbewertungen“
- Deckung der Nachfrage in den DRK-Gliederungen
- Steigerung der Werbeaktivitäten von Kreisverbänden und Ortsvereinen (Motivation und Information von Haupt- und Ehrenamt, professionelle Unterstützung und enge Begleitung der Verbände)



# Monitoring

## **Kriterien für die Agenturbewertung:**

- Unterzeichnung eines Vertrages
- Bestätigung der Einhaltung des Mindestlohns
- Einhaltung von Qualitätsstandards in der Werbung
- Einhaltung von Datenschutzstandards

Nur Agenturen, die diesen Bewertungsprozess durchlaufen haben, kommen für eine Zusammenarbeit in Frage.

## **Nach Abschluss einer Werbeaktion wird eine Befragung des Kunden (DRK-Gliederung) und der Agentur durchgeführt.**

- Anhand der gesammelten Ergebnisse wird eine abschließende Bewertung vorgenommen
- Fällt die abschließende Bewertung gut aus, erhält die Agentur weitere Aufträge. Fällt die Bewertung schlecht aus, wird entweder nachjustiert oder die Agentur erhält keine Auftrag mehr

# Vorteile

## Die Vorteile:

- Keine Akquisetermine mehr! Agentur und DRK-Gliederungen sparen Zeit, den „richtigen Partner“ zu finden
- DRK-Gliederungen wissen lange im Voraus, wann ihre Gliederung „beworben“ wird. Planung kann frühzeitig erfolgen.
- Agentur sich auf das Kerngeschäft konzentrieren
- Agentur kann fest planen und entsprechend Mitarbeiter einstellen und mit uns wachsen
- Aufgrund der Kooperation mit mehreren Agenturen begeben wir uns nicht in eine Abhängigkeit







# Fragen und Meinungen?