Impulse Mitgliedergewinnung in Selbsthilfeorganisationen

September 2026 | Kai Freese-Wagner & Stephanie Striebel

Projekt Verbandsentwicklung für zukunftsfähige gesundheitsbezogene Selbsthilfeorganisationen in Bayern (VerSeO)

LAG SELBSTHILFE Bayern e.V.

Warum Mitgliedergewinnung heute so schwierig ist Zehn Thesen

- Mitgliedergewinnung ist kein neues Problem – aber ein anderes: Die Zugänge zur Selbsthilfe haben sich verändert, und sie ist heute nur noch ein Angebot unter vielen.
- Selbsthilfe steht heute im Wettbewerb um Aufmerksamkeit – weit über den Gesundheitsbereich hinaus.
- Selbsthilfe wird genutzt – aber nicht als dauerhaftes Angebot angenommen.
- Der Trend zur Individualisierung verändert die Logik von Selbsthilfe grundlegend.
- Viele Menschen sehen sich nicht als Zielgruppe der Selbsthilfe.
- Selbsthilfegruppen sind zwar sehr bekannt, werden aber einseitig wahrgenommen.
- Die Selbsthilfe leidet unter einem Imageproblem und Stigmatisierungsängsten.
- Klassische Vereinsstrukturen passen immer weniger zur Lebensrealität.
- Bestimmte Zielgruppen werden kaum erreicht.
- Menschen wollen sich engagieren – aber nicht langfristig binden.

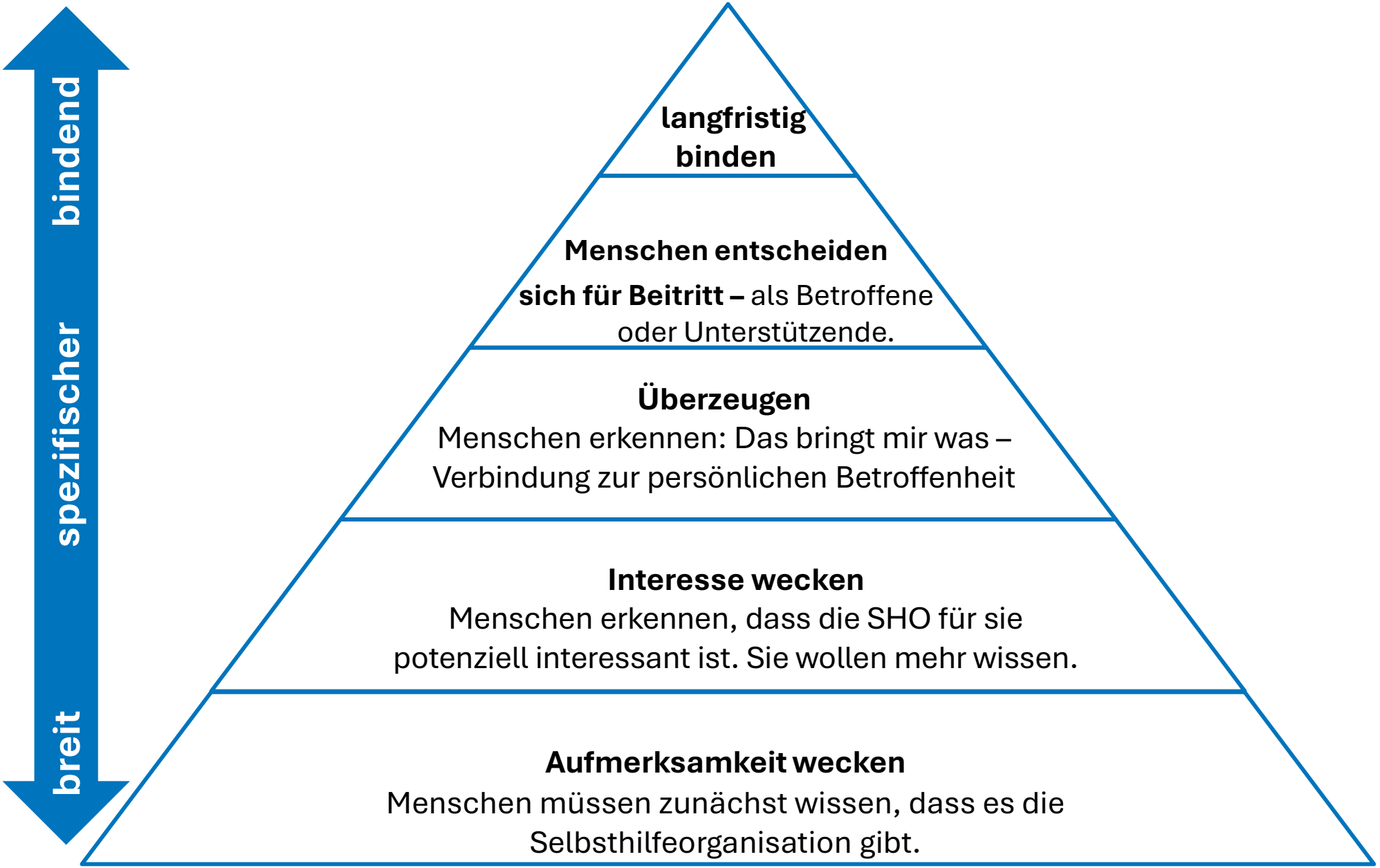
Was bedeutet Mitgliedschaft eigentlich?

Mitglieder können unterschiedliche Rollen für eine Organisation haben

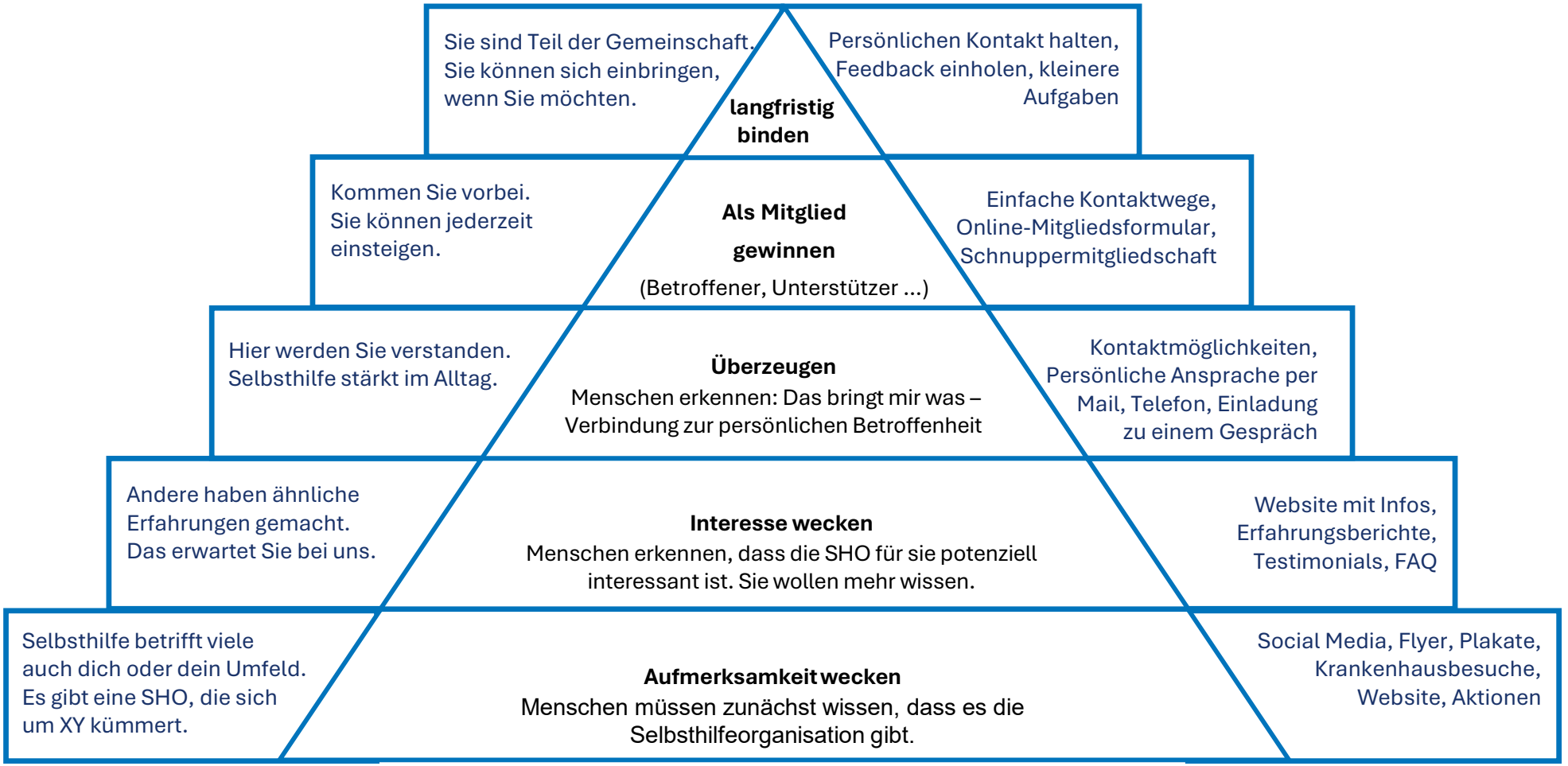
- **Mittragen:** Sie unterstützen Zweck und Arbeit der Organisation – auch finanziell
- **Mitbestimmen:** Mitgliedschaft bedeutet Teilhabe an Entscheidungen und Entwicklung der Organisation
- **Mitwirken:** Mitglieder können Wissen, Erfahrungen, Kontakte und Zeit einbringen
- **Nutzen:** Mitglieder können Informationen, Austausch, Beratung oder weitere Angebote der Organisation nutzen

Mitgliedschaft ist eine dauerhafte Beziehung zwischen Menschen und Organisation.

Vom ersten Kontakt zur Mitgliedschaft



Vom ersten Kontakt zur Mitgliedschaft



Warum sollte jemand Mitglied werden?

Viele Leistungen von Selbsthilfeorganisationen kommen auch Menschen zugute, die **keine Mitglieder** sind.

- **Nutzen für alle**
  z. B. Interessenvertretung, politische Arbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Verbesserung von Versorgung
- **Nutzen für Mitglieder**
  z. B. interne Informationen, Austausch, Veranstaltungen, Beteiligungsmöglichkeiten
- **Individueller Nutzen**
  z. B. Beratung, konkrete Unterstützung oder besondere Angebote – soweit die Organisation diese anbietet

Die Mitgliedschaft muss deshalb einen erkennbaren Wert haben – dieser Wert muss aber nicht ausschließlich ein persönlicher Vorteil sein.

Mitgliedschaft kann auch bedeuten, eine gemeinsame Sache zu tragen und ihre Interessenvertretung zu stärken.

Nicht alle Mitglieder wollen dasselbe

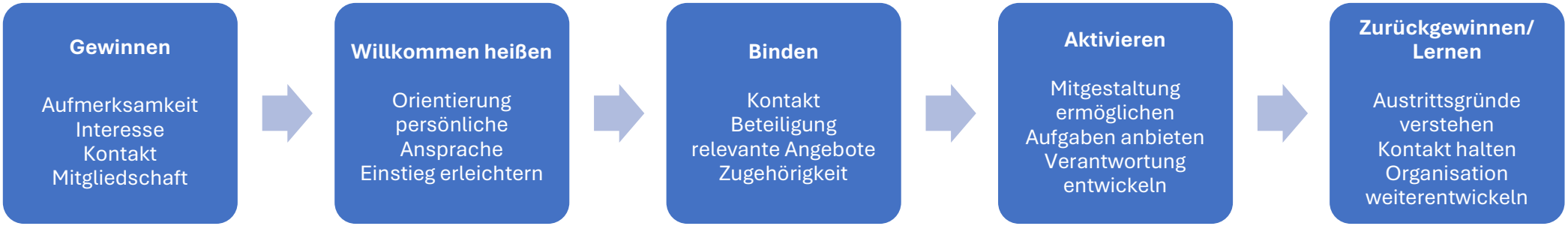
Mitgliedschaft kann sehr unterschiedlich gelebt werden:

- **Aktiv mitgestalten**
  Menschen möchten Verantwortung übernehmen, mitentscheiden und die Organisation weiterentwickeln.
- **Angebote nutzen**
  Menschen suchen Information, Austausch, Beratung oder konkrete Unterstützung.
- **Verbunden bleiben**
  Menschen identifizieren sich mit dem Anliegen, möchten aber wenig aktiv beteiligt sein.
- **Unterstützen**
  Menschen tragen den Zweck ideell oder finanziell mit.

Nicht jedes Mitglied muss ehrenamtlich aktiv werden.

Die entscheidende Frage ist:
Welche Formen von Zugehörigkeit und Beteiligung ermöglichen wir?

Mitgliedermanagement endet nicht mit dem Beitritt



Mitgliedergewinnung ist nur eine Phase des Mitgliedermanagements.

Organisatorische Rahmenbedingungen

Mitgliedermanagement ist Managementaufgabe

Klarheit über aktuellen Stand der Mitgliederzahlen

Kulturelle & strukturelle Rahmenbedingungen

Niedrigschwelliger Einstieg: klare Infos, einfache Kontaktwege, Willkommenskultur: feste Ansprechperson, persönlicher Erstkontakt
Transparente Angebote: Was passiert nach dem Beitritt?

Zuständigkeiten & Rollen

Klare Zuständigkeit (z. B. „Mitgliederbeauftragte:r“)

Rollen klären: Vorstand, Geschäftsstelle, Gruppenleitungen

Ressourcen

Zeit, Finanzen und Personal realistisch einplanen

Mitgliedergewinnung kostet Zeit und ist Beziehungsarbeit

Prozesse & Planung

Jahresplanung von Aktionen, Kampagnen, Kooperationen

Kommunikation

Klare Botschaften:
Warum Mitglied werden? Was bringt das konkret?
Zielgruppengerechte Ansprache, konsistente Kommunikation

Dokumentation/Evaluation

Zentrale Erfassung von: Interessierten, Kontakten, Rückmeldungen
Wissen sichern:
Was hat funktioniert? Welche Wege bringen Mitglieder?

Passt unser Mitgliedschaftsmodell noch zu den Menschen, die wir erreichen wollen?

Zugang
- Ist verständlich, wer Mitglied werden kann?
- Ist der Beitritt einfach und digital möglich?
- Gibt es unnötige formale Hürden?

Beteiligung
- Können Menschen unterschiedlich intensiv mitmachen?
- Gibt es auch kleine oder zeitlich begrenzte Beteiligungsmöglichkeiten?
- Werden neue Ideen tatsächlich aufgenommen?

Mitgliedschaft
- Was bedeutet Mitgliedschaft bei uns konkret?
- Welche Rechte und Möglichkeiten haben Mitglieder?
- Müssen alle Mitglieder dasselbe wollen und tun?

K**ommunikation**
- Erklären wir regelmäßig, was die Organisation bewirkt?
- Wissen Mitglieder, was ihr Beitrag ermöglicht?
- Bleiben wir auch nach dem Beitritt in Kontakt?

Manchmal liegt das Problem nicht in der Werbung – sondern in der Gestaltung der Mitgliedschaft.

Was wissen wir eigentlich über unsere Mitglieder?

Nicht nur zählen, sondern verstehen:

- Warum sind Menschen Mitglied geworden?
- Welche Angebote nutzen sie?
- Was schätzen sie an der Organisation?
- Wo wünschen sie Veränderungen?
- Wer beteiligt sich – und wer nicht?
- Warum treten Mitglieder aus?
- Würden sie die Organisation weiterempfehlen?

Mögliche Wege:

Mitgliederbefragung · Austrittsgespräch · persönliche Gespräche · Feedback nach Veranstaltungen · Auswertung der Mitgliederentwicklung

Wie fangen wir an? – Vier Schritte

1 Bestandsaufnahme

- Wie viele Mitglieder haben wir aktuell und wie entwickelt sich das?
- Woher kommen neue Mitglieder bisher?
- Welche Wege funktionieren (nicht)?
- Wo verlieren wir Interessierte?

2 Intern klären

- Wer ist zuständig für Mitgliedergewinnung?
- Wen wollen wir eigentlich erreichen?
- Was bieten wir konkret für Mitglieder?
- Wie läuft der Einstieg aktuell ab?

3 Erste Recherche

- Wo halten sich unsere Zielgruppen auf?
- Welche Zugangswege gibt es? Ärzt:innen, Kliniken, Beratungsstellen, Online, Veranstaltungen, Netzwerke
- Was machen andere Organisationen?

4 Eine konkrete Priorität setzen

- Eine Zielgruppe festlegen (nicht alle!)
- Einen Zugangsweg auswählen
- Eine Maßnahme definieren (z. B. Infoveranstaltung, Kooperation, Flyer in Klinik)
- Erfolgskriterium festlegen:„3 neue Kontakte“„1 neues Mitglied“

Literaturtipps

- BAG SELBSTHILFE (2017): Strategiepapier: Mitgliederwerbung von Selbsthilfeorganisationen https://www.bag-selbsthilfe.de/informationen-fuer-selbsthilfe-aktive/die-projekte-der-bag-selbsthilfe/selbsthilfe-der-zukunft-/-aktive-mitglieder-gesucht
- BAG SELBSTHILFE (2019): AKTIVE MITGLIEDER GESUCHT – SELBSTHILFE DER ZUKUNFT. Auswertung Befragung der Mitgliedsverbände zur Mitgliedergewinnung, -bindung und -aktivierung https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/Selbsthilfe-der-Zukunft/Befragungsergebnis_2019.pdf
- BAG SELBSTHILFE (2019): AKTIVE MITGLIEDER GESUCHT – SELBSTHILFE DER ZUKUNFT. Strategien und Konzepte zur Mitgliedergewinnung für Selbsthilfeverbände https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/BAG-Aktive-Mitgliedergewinnung-web-barrierefrei.pdf
- BAG SELBSTHILFE (2019): Kurzversion Strategiepapier: Mitgliedergewinnung für Selbsthilfeverbände https://www.bag-selbsthilfe.de/informationen-fuer-selbsthilfe-aktive/die-projekte-der-bag-selbsthilfe/selbsthilfe-der-zukunft-/-aktive-mitglieder-gesucht
- BAG SELBSTHILFE (2020): AKTIVE MITGLIEDER GESUCHT – SELBSTHILFE DER ZUKUNFT. Konzeptpapier: Willkommenskultur im Selbsthilfeverband https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Projekte/SH_der_Zukunft/20200924_Willkommenskultur.pdf
- BAG SELBSTHILFE (2020): AKTIVE MITGLIEDER GESUCHT – SELBSTHILFE DER ZUKUNFT. Strategiepapier: Quartiersmanagement als Aktionsfeld für die Mitgliedergewinnung und Mitgliederaktivierung in der Selbsthilfearbeit https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Projekte/SH_der_Zukunft/Strategiepapier_Quartier.pdf

Literaturtipps

- BAG SELBSTHILFE (2022): AKTIVE MITGLIEDER GESUCHT – SELBSTHILFE DER ZUKUNFT. Bericht Evaluation von Maßnahmen der Mitgliedergewinnung, Mitgliederbindung und Mitgliederaktivierung in der Selbsthilfe https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Projekte/SH_der_Zukunft/220428_Bericht_Evaluation.pdf
- BAG SELBSTHILFE (2025): Mitglieder aktiv (ein-)binden https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Service/Materialien/260119__Mitglieder_Aktiv_einbinden_barrierefrei.pdf
- BAG SELBSTHILFE (o.J.): Modernes Verbandsmanagement für Selbsthilfeorganisationen https://www.bag-selbsthilfe.de/fileadmin/user_upload/_Informationen_fuer_SELBSTHILFE-AKTIVE/Service/Materialien/Modernes_Verbandsmanagement_fuer_Selbsthilfeorganisationen_ONLINE.pdf
- Matuschek, Katrin/Lange, Valerie (2013): Ehrenamtliche Vorstände gesucht! Wie Sie Führungskräfte für den Verein gewinnen, entwickeln und binden. Friedrich-Ebert-Stiftung, Abteilung Politische Akademie, Akademie Management und Politik. Bonn https://collections.fes.de/publikationen/ident/fes/10317
- Matuschek, Katrin/Niesyto, Johanna (2013): Freiwilligen-Engagement professionell gestalten : Engagierte und aktive Freiwillige gewinnen und beteiligen. Friedrich-Ebert-Stiftung, Abteilung Politische Akademie, Akademie Management und Politik. Bonn https://collections.fes.de/publikationen/ident/fes/09534
- von Schnurbein, G. (2023). Finanzmanagement in Non-Profit-Organisationen: Finanzielle Ressourcen strukturiert, zielgerichtet und nachhaltig einsetzen. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-41806-9
- Walther, Miriam (2014): „Außer in Filmen habe ich noch kaum von Selbsthilfegruppen gehört.“ Ergebnisse einer NAKOS-Befragung von jungen Menschen im Studium und Ausbildung zu Selbsthilfegruppen. In: Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e. V. (Hrsg.): Selbsthilfegruppenjahrbuch 2014. Gießen https://www.nakos.de/data/Fachpublikationen/2014/DAGSHG-Jahrbuch-14-Walther.pdf

Kontakt

Kai Freese-Wagner
E-Mail: kai.freese-wagner@lags-bayern.de
Telefon: 089 / 45 99 24 - 26

Stephanie Striebel
E-Mail: stephanie.striebel@lags-bayern.de
Telefon: 089 / 45 99 24 - 19



lags-bayern.de/verbandsentwicklung