

VEREINte Qualitäten Mit Stärken werben

Was suchen Menschen in Vereinen?

1. **Geselligkeit**, Anschluss, Unterhaltung – meist gar in der Lieblings-Leidenschaft: „Du bist nicht allein allein!“
2. **Kontakte** zu spannenden, wichtigen und/oder erfahrenen Menschen, aus denen sich auch im sonstigen Leben Perspektiven ergeben könnten.
3. **Wahrnehmung** (durch Dritte): Ich bin Teil von diesem tollen Team.
4. **Halt**: Die mobile Vereinzelungsgesellschaft löst soziale Zusammenhänge auf, Vereine bieten Geborgenheit.
5. **Qualifizierung**: Ich lerne neue Umgangsformen, überraschende Soziotope kennen, kann Fachwissen für meine Leidenschaft vertiefen und mit mir ähnlichen (vielleicht versierteren) Menschen trainieren.
6. **Ein Spielfeld** für meine Fähigkeiten & Leidenschaften, besonders wenn ich sie im Beruf (oder zuhause) nicht realisieren kann.
7. **Karrierechancen** (vgl. Punkte 2&3) und Stärkung des Selbstwertgefühls.

Was schreckt Menschen oft vom Vereinsleben ab?

1. **Geselligkeit**, kann für Aussenstehende miefig und zuweilen ausschließend wirken, speziell wenn sie nicht wissen, worüber gerade wieder gelacht wird...
2. **Kontakte** können filzig oder elitär gepflegt werden...
3. **Ruf** kann auch verrufen wirken oder Moden unterliegen...
4. **Halt** kann auch zu neuen Abhängigkeiten führen
5. **Qualifizierung** kann drückend auf Unterqualifizierte/Zufriedene wirken oder Konkurrenz aufbauen...
6. Das **Spielfeld** kann Vereinsmeier produzieren, die ihr anderwärtiges Zukurzkommen kompensieren...
7. **Karrieren** wird auch gerne mal an die Karre gefahren...

Vielfalt und hohes Niveau VEREINt ist vereinbar

Respekt, verantwortliche Rollenteilung mit Teilhabemöglichkeiten attraktiv planbar und werben dann als zusätzliche Vereinsstärke! Stimmt die Stimmung und das Angebot im Verein für alle? Für die meisten? Für die Präsidentin? Für wen gar nicht? Wer ist merkt bei uns mögliche Verstimmungen? Stimmungsbarometer sind nicht auf dem Markt. Die seq-Fragebögen haben geholfen, Probleme zu erkennen und anzugehen.

Der „Beitrittsfragebogen“ (seq M 3b) erfasst Interessen früh und lotet Rollenmöglichkeiten aus. Ein 100-Tage-Fragebogen (seq M 1.3c) gibt Aufschlüsse, wie offen der Verein wirkt – und zeigt fast immer auch noch Verbesserungspotentiale. Der Austrittsfragebogen (seq M 1.de) hat auch verlorene Mitglieder wieder zurückgelockt.