

Beste Praktiken für die Einladung neuer Mitglieder

Wieder einmal wurden Lions Clubs weltweit aufgefordert, ihre besten und glänzendsten Mitglieder-Werbeideen im Rahmen des zweiten Jahreswettbewerbs der besten Praktiken einzureichen. In diesem Jahr enthält der Wettbewerb noch etwas Neues -- es wurden Ideen in zwei Kategorien angenommen: Beibehaltungs-/Beteiligungs-Strategien und Einladungs-/Anwerbe-Ideen. Über 100 Clubs gingen auf die Herausforderung ein und reichten ihre erfolgreichsten Ideen für Einladungen neuer oder Beibehaltungsstrategien gegenwärtiger Mitglieder ein. Die vorgebrachten Ideen, manche traditioneller Art, andere Variationen althergebrachter Methoden für innovative neue Pläne, waren durchweg hervorragende Beispiele für Mitgliederwerbestrategien mit positiven Ergebnissen.

In jedem der sieben konstitutionellen Gebieten wurden für die besten Ideen Preise verliehen:

1 – Erster Platz: Ein kompletter Internationaler Flaggensatz, ein Bannertuchabzeichen und Aufnahme im Ideenbuch für die Besten Praktiken

1 – Ehrenvolle Erwähnung: Eine Urkunde, Bannertuchabzeichen und Aufnahme im Ideenbuch für die Besten Praktiken

8 – Zweite Plätze: Eine Urkunde für den Zweiten Platz und ein Bannertuchabzeichen

39 – Dritte Plätze: Eine Urkunde für den Dritten Platz und ein Bannertuchabzeichen

Die eingereichten Ideen wurden von einer namhaften Jury, bestehend aus Mitgliedern von Lions Clubs International, nach den Gesichtspunkten, wie gut sie durchdacht und wie leicht durchführbar sie waren und welche positiven Ergebnisse erzielt wurden, bewertet.

Diese Broschüre enthält die Werbe- oder Beibehaltungsideen aus jedem konstitutionellen Gebiet, die den ersten Preis und ehrenvolle Erwähnung gewonnen haben. Probieren Sie diese bewährten Strategien in Ihrem eigenen Club aus oder nutzen Sie sie als Inspiration für eigene neue Ideen.

Gewinner des ersten Preises

Konstitutionelles Gebiet: 1

Clubname: Gresham Lady Lions Club

Eingereicht von: Geri Schlender

Distrikt: 27-B2

Gelegen in: Wisconsin, USA

Anzahl der Clubmitglieder: 29

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: Beiträge in Form von Sachleistungen

Dieser erst seit etwas über einem Jahr bestehende Club hatte Probleme mit einigen Mitgliedern, die ihre Beiträge nicht bezahlen konnten. Da der Club seine wertvollen Mitglieder nicht aus finanziellen Gründen verlieren wollte, ersann der Clubvorstand eine ungewöhnliche Lösung, wie die Mitglieder, die so mühsam angeworben und liebevoll

integriert worden waren, im Club bleiben könnten. Ihre Lösung besteht aus Gebühren in Form von Sachleistungen. Mitglieder, die kleine Firmen besitzen oder in Firmen angestellt sind, die Gutscheine (zum Beispiel für einen Ölwechsel, Haarschnitt, Restaurants usw.) vergeben können, werden ersucht, diese gespendeten Gutscheine zu besorgen. Die Gutscheine werden dann während der Clubzusammenkünfte versteigert. Mit den eingenommenen Geldern werden die Beiträge, deren Zahlung manchen Mitgliedern schwer fiel, bestritten. Die Namen derer, die finanzielle Hilfe brauchen, bleiben anonym. Der Club sieht hierin eine Lösung mit Gewinn für beide Seiten und diese Handhabung hat dem Club bisher vier Mitglieder erhalten.

Der Grund für die Auswahl: Dies ist eine kreative und leicht durchführbare Lösung für ein nicht ungewöhnliches Problem.

Konstitutionelles Gebiet: 2

Clubname: St. Albans

Eingereicht von: Michael MacDonald

Distrikt: 41-S

Gelegen in: Neufundland, Kanada

Anzahl der Clubmitglieder: 28

Kategorie: Einladung/Anwerbung

Idee: Eine umfassende Werbekampagne

Der Lions Club St. Albans richtete eine erfolgreiche Werbekampagne aus, die den Bekanntheitsgrad des Clubs in seiner Gemeinde steigern sollte. Die Mitglieder annoncierten im lokalen Fernsehen und Radio und schickten 500 Flugblätter an Familien der näheren Umgebung von St. Albans.

Der Grund für die Auswahl: Der Club hat sich auf hervorragende Weise der verfügbaren Medien bedient, um für sich zu werben und seine Vorteile zu preisen.

Konstitutionelles Gebiet: 3

Clubname: Bauru Bela Vista

Eingereicht von: Rosimeire Scriptoro Monteiro

Distrikt: LC-8

Gelegen in: Brasilien

Anzahl der Clubmitglieder: 53

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: Breitgefächerte Beibehaltungskampagne

Der Lions Club Bauru Bela Vista geht das Problem der Mitgliederbeteiligung und Beibehaltung auf verschiedene Weise an: Er veranstaltet einen auf Punkten beruhenden Wettbewerb, der zur Mitbeteiligung auf Club-, Regions- und Distriktsebene anregt. Die Clubmitgliedschaft zieht ständig bei Mitgliedern nach, die Clubzusammenkünfte verpassen; sie fördert Freundschaft durch zwanglose Treffen im Hause von Clubmitgliedern; sie hält Führungskräfte verantwortlich für die Gelöbnisse, die sie zurzeit ihrer Amtseinsetzung geleistet haben; und sie findet alljährlich einen stillen Ort zur

Besinnung. Diese Maßnahmen haben dem Club geholfen, 100%ige Beibehaltung zu erreichen und vier neue Mitglieder zu gewinnen.

Der Grund für die Auswahl: Die Beibehaltungsstrategie des Clubs war breitgefächert und bediente sich einer Reihe erwiesener Beibehaltungsmethoden.

Konstitutionelles Gebiet: 4

Clubname: Noisy Le Roi Bailly

Eingereicht von: Guilles und Jonel Gautier

Distrikt: 103-IW

Gelegen in: Frankreich

Anzahl der Clubmitglieder: 32

Kategorie: Einladung/Anwerbung

Idee: Schaffung einer starken Gemeindepräsenz

Der Lions Club Noisy Le Roi Bailly kennzeichnete Hilfsaktivitäten auf lokalen, Multi-Distrikt- und internationalen Ebenen, die in den Clubmitgliedern den Wunsch wecken sollten, sich in Bereichen beruflicher Weiterbildung, der Betreuung behinderter Menschen, Unterstützung der SightFirst II-Kampagne, Mitarbeit in einem Alzheimer-Zentrum und der Hilfe für Tsunami- und Hurrikan-Opfer zu engagieren. Gleichzeitig involvierte der Club die Gemeinde durch Schaffung eines Partnerschaftskomitees für altruistische Gemeindemitglieder und juristische Instanzen, die sich für die Hilfsaktivitäten des Clubs einsetzen möchten. Der Club schaffte auch die sehr populären Noisy le Roi-Bailly Frühjahrsmusikfestspiele. Diese Unternehmungen werden mit einer alljährlichen Public Relations Kampagne unterstützt, die sich mit großem Erfolg an die Medien wie auch an die allgemeine Öffentlichkeit wendet. Der Club hat in diesem Jahr fünf neue Mitglieder aufgenommen.

Der Grund für die Auswahl: Der Club nimmt dank seiner Hilfsprogramme und guten Medienbeziehungen einen festen Platz in der Gemeinde ein, der Rekrutierung erleichtert.

Konstitutionelles Gebiet: 5

Clubname: Lo Tung

Eingereicht von: Fuh-Song Leu

Distrikt: 300-F

Gelegen in: MD 300 Taiwan

Anzahl der Clubmitglieder: 150

Kategorie: Einladung/Anwerbung

Idee: Förderung von ganzjährigem Wachstum

Die Mitglieder des Lions Clubs Lo Tung sind vom Wert ganzjährigen Wachstums überzeugt. Jeden Tag, jahraus, jahrein halten sie Ausschau nach neuen Mitgliedern. Der Club betont, dass man sich im engen Umfeld nach neuen Mitgliedern umsehen soll – Freunde, Familienangehörige, Mitarbeiter usw. und sich auch an *Junior Chamber International* wegen der Absolventen und Ruheständler wenden kann. Der Club hat im Verlauf des Jahres sechs neue Mitglieder aufgenommen.

Der Grund für die Auswahl: Der Lions Club Lo Tung ist ein Beweis, dass ständiges Ausschauhalten nach potentiellen neuen Mitgliedern eine wirksame Strategie für beständiges Wachstum des Clubs ist.

Konstitutionelles Gebiet: 6

Clubname: Jamshedpur Tatangar

Eingereicht von: Rajnish Kumar

Distrikt: 322-A

Gelegen in: Indien

Anzahl der Clubmitglieder: 25

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: Schaffung eines Actionplans zur Umkehrung des Clubs zum Besseren

Als Rajnish Kumar im Jahr 2005 in den Lions Club Jamshedpur Tatangar überwechselte und dessen Clubpräsident wurde, musste er feststellen, dass im Club ein großes Durcheinander herrschte. Von den 23 Mitgliedern waren nur 2-3 aktiv, der Club schuldete Beiträge in Höhe von US\$1.100 und es fanden keine regelmäßigen Clubtreffen statt. Unverzagt angesichts dieser Zustände bildete sich Kumar ein Urteil über die Mitgliedschaft und schaffte einen Actionsplan zur Wiederbelebung des Clubs. Er fand ein neues Clublokal, kündigte neue Hilfsprojekte an, gab den Clubmitgliedern Aufgaben, die für sie von Interesse waren, verbesserte interne Kommunikation mithilfe eines neuen Mitgliederverzeichnisses und erinnerte via e-mail an alle Clubtreffen und Anlässe. Innerhalb von weniger als einem Jahr nehmen inzwischen mindestens 11-13 Mitglieder regelmäßig an den Clubtreffen teil, sind die Schulden herabgesetzt worden und gilt der Club als der aktivste im Ort.

Der Grund für die Auswahl: Dies war ein ausgezeichnetes Beispiel, wie ein Club neubelebt werden kann, wenn man bereit ist, eine sorgfältige Untersuchung vorzunehmen, welche die Mängel des Clubs klar aufzeigen, und entsprechende Strategien zu entwickeln, die sich dieser Herausforderungen annehmen.

Konstitutionelles Gebiet: 7

Clubname: Camperdown

Eingereicht von: N.W. „Bill“ Duncanson

Distrikt: 201-V2

Gelegen in: Victoria, Australien

Anzahl der Clubmitglieder: 36

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: „Die zehn Gebote für Beibehaltung“

Der Club hat die „Zehn Gebote der Beibehaltung“ ausgearbeitet, die folgende Punkte umfassen: 1) Pünktliche und straff organisierte Clubtreffen, 2) Übertragen Sie Aufgaben, die Lions gerne verrichten wollen, 3) Lassen Sie alle Mitglieder wissen, wie wichtig sie Ihnen sind, 4) Pflegen Sie enge Kontakte zu den Mitgliedern und ihren Familien, 5) Halten Sie Geldbußen und Spaßmacherei in Maßen, 6) Beziehen Sie alle Mitglieder in das Clubgeschehen ein, 7) Vereinen Sie den Club mit geselligen Veranstaltungen, 8) Zeigen Sie Interesse an Ihren Mitmenschen – sprechen Sie für gute Leistungen Anerkennung aus,

9) Sagen Sie Dank und loben Sie, wenn dies angebracht ist 10) Schlichten Sie Konflikte oder Unstimmigkeiten so schnell wie möglich.

Mithilfe dieser Richtlinien konnte der Club seine Mitgliedschaft im Verlauf von einem Jahr um 16 Menschen erhöhen.

Der Grund für die Auswahl: Dies ist ein gutdurchdachter Plan, der den obersten Herausforderungen Rechnung trägt.

Ehrenvolle Erwähnungen

Konstitutionelles Gebiet: 1

Clubname Aitkin Riverboat

Eingereicht von: Mary Webster

Distrikt: 5-M9

Gelegen in: Minnesota, USA

Anzahl der Clubmitglieder: 39

Kategorie: Einladung/Anwerbung

Idee: Eine Lokalfassung der Mitgliedschaftsapplikation zu schaffen

Der Club stellte eine dreiseitige Broschüre zusammen, der die Mitgliedschaftsapplikation von Lions Club International zugrunde lag. Die lokale Fassung stellte die Projekte des Clubs heraus, gab die Zeiten der Clubtreffen bekannt und brachte Lions-Informationen von lokalem Interesse. Die Broschüre enthielt Name und Telefonnummer des gegenwärtigen Mitgliedschaftsbeauftragten auf selbstklebenden Etiketten, damit die Broschüre Jahr für Jahr wiederverwendet werden kann. Der Club bat die Handelskammer, die Broschüre dem Willkommenspäckchen, das jede neuzugezogene Familie erhält, beizufügen. Die Broschüren wurden überall dort, wo Projekte durchgeführt wurden, sowie bei lokalen Geschäftsstellen verteilt. Während des Jahres konnte der Aitkin Riverboat Club drei neue Mitglieder aufnehmen.

Der Grund für die Auswahl: Die Überarbeitung einer Broschüre, die lokalen Umständen angepasst wurde, eignet sich ausgezeichnet zur Förderung eines Clubs.

Konstitutionelles Gebiet: 2

Clubname: Dunnville

Eingereicht von: Bill Evers

Distrikt: A-2

Gelegen in: Ontario, Kanada

Anzahl der Clubmitglieder: 33

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: Kumpelsystem

Der Club führte vor mehr als 25 Jahren ein Kumpelsystem ein, das Cliquenbildung verhindert hat. Die Mitglieder haben auf jedem Clubtreffen einen anderen „Kumpel“, von dem erwartet wird, dass er vor dem Treffen anruft und neben dem Mitglied sitzt. Die

Namen der Kumpel werden in dem zweiwöchentlichen Nachrichtenblatt bekannt gegeben. Die Clubmitglieder sorgen auch dafür, dass alle Mitglieder und Gäste mit herzlichem Handschlag begrüßt werden. Der Lions Club Dunnville hat sämtliche Mitglieder über viele Jahre hinweg beibehalten.

Der Grund für die Auswahl: Mit dieser einfachen, aber äußerst wirksamen Methode wird Mitgliedern, sowohl langjährigen wie neuen, das Gefühl der Zugehörigkeit vermittelt.

Konstitutionelles Gebiet: 3

Clubname: Manta

Eingereicht von: Luis Zambrano Robles

Distrikt: G-1

Gelegen in: Ecuador

Anzahl der Clubmitglieder: 23

Kategorie: Einladung/Anwerbung

Idee: Gute Hilfsprogramme zu schaffen und sie in den Medien publik zu machen

Der Lions Club Manta hat ein volles Arsenal sozialer Dienste, bürgerlicher und kultureller Aktivitäten entwickelt, die sowohl für den Club wie für die Gemeindemitglieder von Interesse waren. Der Club zieht seine Programme effizient und gut organisiert durch und sorgt dafür, dass alle Aktivitäten publiziert werden. Jeder Kontakt mit den Medien enthält außerdem Informationen, wie man dem Club beitreten kann.

Der Grund für die Auswahl: Die Kombination interessanter Aktivitäten und konsequent aufrecht erhaltener Medienbeziehungen rücken den Club in die vordersten Reihen des öffentlichen Interesses.

Konstitutionelles Gebiet: 4

Clubname: Santiago del Teide

Eingereicht von: Kenneth Ward

Distrikt: 116-B

Gelegen in: Spanien

Anzahl der Clubmitglieder: 20

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung

Idee: Mentorenprogramm

Der Lions Club Santiago del Teide lässt neue Mitglieder als eine Art "Zweitbesetzung" für Direktoren und Ausschuss-Vorsitzende handeln. Hierdurch gewinnen sie besseres Verständnis für die Belange des Clubs, fühlen sich in die Clubaktivitäten einbezogen und haben das Gefühl, ein wichtiges Mitglied des Clubs zu sein.

Der Grund für die Auswahl: Diese Methode ist hervorragend dazu geeignet, neue Mitglieder unverzüglich in den Club zu integrieren.

Konstitutionelles Gebiet: 5
Clubname: Ipoh Evergreen
Eingereicht von: Anthony Wei Yew Ng
Distrikt: 308-B2
Gelegen in: Malaysia
Anzahl der Clubmitglieder: 19

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung
Idee: „4Idee“ Beibehaltungsprogramm

Da der Club wegen häufiger Abgänge seiner Mitglieder besorgt war, arbeitete die Clubleitung ein „4Idee“ Beibehaltungsprogramm aus, um dem Problem der rückläufigen Mitgliedschaft Einhalt zu gebieten. Das Programm bestand aus vier „I“-Strategien: 1) Die Mitglieder müssen INFORMIERT sein 2) Die Mitglieder müssen INVOLVIERT sein 3) Die Mitglieder müssen für INNOVATIVE Ideen aufgeschlossen sein 4) Die Mitglieder müssen sich durch empfangenes Lob und Auszeichnungen ILLUMINIERT fühlen. Sechs Mitglieder standen kurz vor'm Austritt und sind jetzt wieder vollintegrierte Mitglieder im Club.

Der Grund für die Auswahl: Mit diesen Strategien lassen sich Beibehaltungsprobleme leicht und wirksam lösen.

Konstitutionelles Gebiet: 6
Clubname: Hubli
Eingereicht von: Dr. Shivabashappa Koti
Distrikt: 326-D2
Gelegen in: Indien
Anzahl der Clubmitglieder: 96

Kategorie: Einladung/Anwerbung
Idee: Einmal etwas Neues versuchen

Der Lions Club Hubli versuchte eine neue Werbestrategie, damit mehr Qualitätsmitglieder dem Club vorgestellt werden. Als erstes wurde in öffentlichen Lokalitäten wie in Banken, an Universitäten, in der Handelskammer usw. eine informelle PowerPoint-Darbietung geboten, ehe eine Hilfsaktivität begonnen wurde. Die Darbietung zeigte die Vorteile der Mitgliedschaft in einem Lions Club und erklärte, wie man sich nach einer eventuellen Mitgliedschaft erkundigen kann. Die zweite Idee umfasste zwanglose Besuche des Mitgliedschafts-Ausschusses bei potentiellen Mitgliedern. Die Atmosphäre ist weitaus anheimelnder als während einer Clubzusammenkunft und bietet sowohl den Clubmitgliedern wie dem Mitgliedschaftskandidaten Gelegenheit, Fragen zu stellen und zu entscheiden, ob der Club für ihn oder sie das Richtige ist. In diesem Jahr nahm der Club zwei neue Mitglieder auf.

Der Grund für die Auswahl: Clubs blühen auf, wenn sie sich etwas Neues für ihre Werbestrategien einfallen lassen.

Konstitutionelles Gebiet: 7
Clubname: Redcliffe Kippa-Ring
Eingereicht von: Ken G. Leonard
Distrikt: 201-Q3
Gelegen in: Australien
Anzahl der Clubmitglieder: 49

Kategorie: Beibehaltung/Beteiligung
Idee: Das „We Care“- Beibehaltungsprogramm

Das „We Care“- Beibehaltungsprogramm durchdringt jeden Aspekt des Lions Clubs Redcliffe Kippa-Ring. Mit dieser Einstellung begegnet der Club seinen Mitgliedern, Programmen und der Gemeinde. Der Club ist der Meinung, dass Beibehaltung ein Schlüsselement für Mitgliederwachstum ist – Menschen wollen gerne vertrauenswürdigen Organisationen angehören. Beibehaltung der Mitglieder spielt eine wichtige Rolle bei der Vertrauensbildung in der Gemeinde und Mitglieder bleiben am ehesten dem Club treu, wenn die Clubleitung sie durch interessante Clubtreffen, bedeutsame Hilfsaktivitäten und umfassende Öffentlichkeitskampagnen wissen lässt, wie wichtig sie sind. Durch sorgfältige Kultivierung einer Atmosphäre liebevoller Interessenpflege ist der Club in 2 ½ Jahren von 26 Mitgliedern auf 59 Mitglieder angewachsen und hat 100%ige Beibehaltung erzielt.

Der Grund für die Auswahl: Der Club hat sich auf sein Gesamtimage konzentriert und den kritischen Zusammenhang zwischen Beibehaltung und Mitgliedschaftswachstum erkannt.