Instrumente zur Ansprache neuer Ehrenamtlichen

Der Markt stark umkämpft ist. Es gibt zig Vereine, die auf das ehrenamtliche Engagement von Bürgerinnen und Bürgern angewiesen sind, doch nicht jeder Verein ist so kreativ und pfiffig in der Ansprache der Ehrenamtlichen, dass das Gesuch auf dem Markt auch gefunden wird.

Daher ist es wichtig, als Sportverein aus der Masse der Konkurrenten hervorzustechen, dass vielleicht nicht nur die eigenen Mitglieder wahrnehmen, dass ehrenamtliches Engagement im Verein gesucht wird, sondern vielleicht sogar Ehrenamtliche von außerhalb aufmerksam auf den Sportverein werden.

Um das Interesse von neuen **Ehrenamtlichen** zu wecken, sollten Vereine sich als attraktiv für **Freiwilligenengagement** präsentieren und sichtbar werden. Je außergewöhnlicher die Maßnahmen zum Mitarbeiter*innenmarketing des Vereins sind, desto größer ist die Chance, dass der Verein überhaupt Aufmerksamkeit erweckt – auch wenn man dafür finanzielle Mittel in die Hand nehmen muss. Der Verein investiert in die wichtigste Ressource – in seine Mitarbeiter*innen – die Gesichter und Multiplikatoren im Verein!

Folgenden mögliche **Instrumente des Mitarbeiter*innenmarketings** können zielführend bei der Ansprache und Suche nach weiteren ehrenamtlich Engagagierten im Sportverein sein:

- Corporate Identity
- Hinweis in der Vereinszeitung, im Vereinsschaukasten, mit Aushängen, eigene Homepage, Social Media Accounts
- Bilder von engagierten Menschen transportieren Ihre Botschaften zum Thema freiwilliges Engagement – Botschaft: Teamarbeit im Sportverein macht Spaß!
- Werben unter den Vereinsmitgliedern
- Influencer (z. B. Übungsleitungen oder erfolgreiche Sportler*innen des Vereins) als Multiplikatoren nutzen
- Mund zu Mund-Werbung: Wer kennt jemanden außerhalb des Vereins, den man für ein Engagement begeistern könnte?
- Stellenanzeige aufgeben (in örtlicher Tageszeitung, Lokalausgabe, Verbandszeitung usw.)
- Jobbörsen im Internet (z. B. lokaler Kreis- oder Stadtsportbund, lokale Ehrenamtsbörse)
- Marketingkampagne (enthält mehrere Instrumente; aufzeigen: Welche Tätigkeitsmöglichkeiten sind im Verein vorhanden? Was wird erwartet? Welche "persönlichen Gewinne" entstehen durch die Mitarbeit? Slogan finden!)
- Herausragende Aktionen durchführen (Ehrenamts-Tag, Kinder-Vorstand für einen Tag, Prämierung "Ehrenamtlicher des Jahres" usw.)
- Imageanzeigen
- Praktika
- Projektarbeiten für Studenten
- Infobroschüren
- Flyer auslegen, Handzettel verteilen
- Plakataktion (z. B. in Geschäften, bei Events, auf Messen, zielgruppenabhängig, z. B. Turnhallen, Hochschulen, Jugendtreffs usw.)
- Netzwerke nutzen (Sportverband, Sponsoren, Kooperationspartner, Gemeinde, politische Kontakte usw.)
- soziales Engagement in der Region
- usw.

Sicherlich ist **nicht jedes Instrument für jeden Sportverein sinnvoll**. Wichtig ist, dass das Thema "ehrenamtliches Engagement" und damit die Gewinnung von Mitarbeitern eine stetige Aufgabe im Verein darstellt, die nicht punktuell betrachtet werden darf. Sie sollte vielmehr die Vereinsarbeit im gesamten Vereinsjahr begleiten und in den Mittelpunkt stellen. Nur so hat die Zielgruppe eine Chance wahrzunehmen, dass im Verein ehrenamtlich Engagierte gesucht werden.

Details

Autorin:
Heike Arlt

zuletzt aktualisiert:
August 2025