

## **VEREINte Qualitäten**

### **Mit Stärken werben**

### **Was suchen Menschen in Vereinen?**

1. **Geselligkeit**, Anschluss, Unterhaltung – meist sogar 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**: Rückhalt und Wertschätzung in einer anonymisierten Welt, 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 und 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** lässt Freiraum für Meinungskollisionen und eventuell Unbehagen und Unstimmigkeiten aufkommen.
7. **Karrieren** wird auch gerne mal an die Karre gefahren.

### **Vielfalt und hohes Niveau VEREINT ist vereinbar**

Respekt und verantwortliche Rollenteilung schmücken die Erscheinung eines Vereins positiv! Stimmt die Stimmung und das Angebot im Verein für alle? Für die meisten? Für die\*den Präsident\*in? Für wen gar nicht? Wer merkt bei uns mögliche Verstimmungen? Es gibt unterschiedliche Wege Stimmungen und Verstimmungen zu erkennen. Wir empfehlen ab und an Telefonbefragungen der Mitgliedschaft. Das kann überraschend Freude machen! Mehr: [Lockruf 2024.pdf](#). Stimmungsbarometer sind nicht auf dem Markt. Die seq-Fragebögen haben geholfen, Probleme zu erkennen und anzugehen.

Der „Beitrittsfragebogen“ erfasst Interessen früh und lotet Rollenmöglichkeiten aus. Ein 100-Tage-Fragebogen gibt Aufschlüsse, wie offen der Verein wirkt – und zeigt fast immer auch noch Verbesserungspotentiale. Der Austrittsfragebogen hat auch verlorene Mitglieder wieder zurückgelockt.