

A24 Themen - Mitgliederkampagne

Antragsteller*in: Diözesanleitung

Text

1 **Unsere Ziele:**

2 Auf der Diözesankonferenz 2018 wurde beschlossen, eine Kampagne zur Erhöhung der
3 Mitgliederzahlen zu starten. Ziel der Kampagne #KjG2020 war es, Angebote und
4 Strategien zu entwickeln, um die Mitgliederzahl der KjG bis zum Jahr 2020 auf
5 2020 zu erhöhen, neue KjG-Ortsverbände zu gründen, und die Mitgliedergewinnung
6 und -pflege weiter auszubauen.

7 **Diese Fakten solltest du kennen:**

- 8 • Die Kampagne wurde vom gleichnamigen Arbeitskreis organisiert und
9 geleitet.
- 10 • Es gab einen Wettbewerb, bei dem die Gemeinden belohnt werden, die
11 besonders viele Mitglieder dazugewonnen haben. Gewinner im absoluten
12 Ranking: KjG St. Peter und Paul Hattingen, KjG St. Clemens Oberhausen-
13 Sterkrade, KjG St. Ludgerus Gelsenkirchen Buer. Gewinner im relativen
14 Ranking: KjG St. Ludger Duisburg, KjG St. Marien Bochum-Stiepel, KjG St.
15 Franziskus Bochum-Weitmar. 1. Preise: Feuertonnen mit Seelenbohrer und
16 Name des Ortsverbands, 2. Preis: bedruckte Turnbeutel, 3. Preis: KjG-
17 Socken.
- 18 • Es gab eine Postkartensammelaktion, die auf die unterschiedlichen Vorteile
19 der KjG verweist, diverse Streuartikel zu Werbezwecken, Pakete für sog.
20 graue Gruppen und alle Ortsverbände und diverse Printsachen.
- 21 • Der Diözesanausschuss und Mitglieder des Arbeitskreises haben die KjG-
22 Ortsverbände in unserem Bistum besucht, um sich an der KjG-Basis
23 umzuhören, Wünsche und Anregungen mitzunehmen. Bei diesen Besuchen wurden
24 den Gemeinden professionell gestaltete Werbepлакate und Flyer, Merchandise
25 wie Stempel, Frisbees usw. mitgegeben. 19 Ortsverbände konnten besucht
26 werden. Bei den übrigen konnte kein Termin gefunden, der Kontakt nicht
27 hergestellt werden oder die Ortsverbände sind derzeit inaktiv.

28 **Positives**

- 29 • Es ist uns gelungen, im Diözesanverband einen Dialog sowie ein Bewusstsein
30 für das Thema Mitgliederzahlen und dessen Wichtigkeit zu schaffen.
- 31 • Besonders gut werden die Werbematerialien angenommen darunter der Flyer
32 „Gute Gründe für die KjG“ und „Gutschein für eine Gruppenstunde“.
- 33 • Außerdem konnte eine interaktive Karte, auf der alle KjG-Gruppen mit
34 Kontaktdaten präsentiert werden, online gestellt werden
- 35 • Aus der Arbeit hat sich ein neuer Arbeitskreis entwickelt, der sich jetzt
36 um die Gründung neuer KjG-Ortsverbände bemüht.

37 **Negatives**

- 38 • Das Thema und der Arbeitskreis waren oft isolierter als gedacht. Das Thema
39 konnte nicht alle Arbeitsbereiche durchdringen.
- 40 • Da es keine Patentlösungen für die Gewinnung neuer Mitglieder gibt, war es
41 oft nicht leicht die richtigen Hilfsmittel zu finden.
- 42 • Postkarten-Aktion hat schlechter funktioniert als gedacht.
- 43 • Wegen der Corona-Pandemie musste die große Preisübergabe mit Party bei der
44 Jubiläumsveranstaltung leider ausfallen.

45 **So soll es weitergehen:**

46 Die Kampagne ist beendet, aber viele Mitglieder des Arbeitskreises engagieren
47 sich jetzt im Arbeitskreis Bunte Gruppen. In Zukunft würden wir eine
48 vergleichbare Kampagne kürzer ansetzen, um die Kräfte zu bündeln.

49 **Dafür stehen ein:**

50 Bene & Lukas