

Checkliste zur Kampagnenplanung vor Ort – Schritt für Schritt

Sie suchen neue Frauen? Wir sagen Ihnen, wie es gehen kann:

Möglicher Einstieg in Teamsitzung durch Bericht der Teilnehmerin an MWK-Fortbildungen, Infos aus Versammlungen im Dekanat/Kreisdekanat:

a. Motivation, Begeisterung und Leidenschaften wecken:

Ich möchte die anderen im Team neugierig auf die MWK machen. Zum Beispiel berichte ich als erstes darüber, was mich an der Fortbildung oder in den Versammlungen am meisten beeindruckt hat. Dies kann eine Übung, ein Erlebnis oder auch ein Bericht sein. Die Botschaft, dass jede kfd-Frau im Prinzip eine Werbebotschafterin sein kann und wir alle für die Zukunft der kfd aktiv werden können.

b. Information zur Mitgliederwerbekampagne vermitteln und zusammentragen:

Berichten Sie über die Mitgliederwerbekampagne und ihre Ziele lt. Checkliste „Das Wichtigste zur Mitgliederwerbekampagne“. Weitere Infos hierzu erhalten Sie auf der Website der Kampagne unter www.frauen-macht-zukunft.de, ermitteln Sie außerdem, was alles hierzu schon im Team bekannt ist.

c. Gesamtes Team überlegt, wer vor Ort die Werbekampagne planen könnte: (Kampagnenteambildung):

Teambildung / Mitstreiterinnen suchen:

- Es könnte sich ein Kampagnenteam aus mehreren Frauen innerhalb und/oder außerhalb des Leitungsteams bilden.
- Es können sich auch nur zwei interessierte kfd-Frauen zusammenschließen.
- Es wäre auch möglich, dass Frauen aktiv werden, die noch keine kfd-Frauen sind, aber sehr gut im Ort vernetzt und interessiert am Thema sind.

Wo kann ich außerhalb des Teams Mitstreiterinnen für ein Kampagnenteam finden:

- Monatliche / Vierteljährliche Mitarbeiterinnenrunde
- Rede bei der Jahreshauptversammlung (Beispiel, „Von der Basis für die B., S. 66)
- Suche im Bekannten- und Freundeskreis
- Gottesdienst zu dem Thema „MWK“ veranstalten
- Andere, engagierte Frauen in der Kirchengemeinde

d. Erste Schritte, die das Kampagnenteam gehen sollte:

- D 1: Zielsetzung: Wir wollen aktiv in die Mitgliederwerbung einsteigen und nehmen uns vor im nächsten Jahr, z.B. 2016 xy neue Frauen zu gewinnen. Jede kfd-Gruppe geht ihr eigenes Tempo und legt selbst eigene, mögliche Ziele fest (Ihr Wunschziel) – sollte gemeinsam mit dem Leitungsteam erfolgen!
- D 2: Analyse: Was wir vor Ort machen und welche Frauen wir bis jetzt erreichen? Welche neuen Frauen möchten wir mit welchen neuen Angeboten ansprechen? (**Analysebogen** siehe Website des DV www.kfd-muenster.de, mögliche verschiedene Programmvorschläge, siehe Broschüre „Von der Basis für die Basis“, im folgenden kurz Best Practice genannt, S. 58-63)
- D 3: „Liste neuer Frauen“ anlegen, die wir ansprechen möchten plus festlegen, wer aus dem Team, welche Frau anspricht (Website, Vorlage aus Best Practice, S. 50),
- D 4: Planung des konkreten Angebotes/der Angebote für neue Frauen (Veranstaltung, Infoabend und entsprechende Bewerbung, Vorlage siehe Best Practice, S. 49-54) in Absprache mit dem Leitungsteam
- D 5: Überprüfung der bisherigen Werbeaktivitäten und Informationswege im Zusammenhang mit der Bewerbung des Angebotes/der Angebote für neue Frauen. (**Fragebogen**/Mitgliedergewinnung)