



# **Werbung 2005**

**KAB Diözesanverband  
Limburg**

**Arbeitsmappe**

## **Impressum**

KAB-Diözesanverband Limburg

Roßmarkt 12

65549 Limburg

Tel. 06431 295 358

Fax 06431 295 513

Mail: [KAB.Limburg@t-online.de](mailto:KAB.Limburg@t-online.de)

Verantwortlich: Paul Erbach

# Inhaltsverzeichnis

## **Warum Werbung?**

## **Unser gesellschaftliches Image**

## **Aktivitäten des Diözesanverbandes**

- Vorbereitungswoche
- Arbeitmaterial
- Begleitung der Arbeit

## **Aktivitäten der Bezirke**

- Gespräch im Vorstand und Ausschuss
- Festlegung von Schwerpunkten
- Schwerpunktvereine
- Zu unterstützende Vereine
- Neugründung
- Angebote für Vertrauensleute

## **Vereine**

- Welche Vereine sollen werben
- Gespräch im Vorstand
- Gespräch mit Vertrauensleuten
- Mögliche Aktivitäten
- Gutes Programm
- Öffentlichkeitsarbeit
- Hausbesuche
- Familienarbeit
- Ansprechen

## **Arbeitsmaterialien**

- Flyer
- Handbuch Mitgliederwerbung
- Plakate
- Arbeitsmappe Familienkreis

## **Warum Werbung? Statt eines Vorwortes**

**Zur dieser Werbung laden Sie herzlich ein die Mitglieder der Diözesanleitung:**

**Gez.: Andreas Mengelkamp   Gerda Jung  
Dr. Ernst Leuninger   Paul Erbach**

### **Werbung muss sein damit wir eine bedeutender Verband bleiben**

- Wir nähern uns inzwischen der Grenze von 2000 Mitgliedern. Wenn wir nicht intensiv gegensteuern werden wir mehr und mehr zu einer unbedeutenden Randerscheinung der Kirche.
- Das darf aber nicht sein, denn gerade die Herausforderungen im kirchlichen, wirtschaftlichen und sozialen Bereich verlangen eine starke KAB.
- Die heißt für uns, dass wir kontinuierlich Mitgliederwerbung betreiben müssen. Jedes Mitglied, jeder Verein, jeder Bezirk und der Diözesanverband sind hierbei angefragt.
- Erfahrungen anderer Bistümer zeigen, dass vor allem die persönlichen Ansprache von Bedeutung ist. Dafür gilt es Begegnungsmöglichkeiten zu schaffen.
- Dies verlangt von uns aber ein konkretes regelmäßiges Angebot und gute Öffentlichkeitsarbeit. Wie Ford schon sagte: „Enten gackern nicht, Hühner gackern, wenn sie Eier gelegt haben, alle Welt isst Hühnereier“.
- In unserem Diözesanverband wird auch geworben. Wir haben in den letzten vier Jahren 250 neue Mitglieder geworben. 576 verloren und damit einen Gesamtverlust von 326 Mitglieder gehabt, jährlich 81. Bei 2229 Mitgliedern Ende 2003 sind wir in eine kritische Situation gekommen.

Die Gewinn- und Verlustbilanz sieht dann wie folgt aus:

# Werbung in der KAB

## Vorbemerkung

Die bilanzierte Gewinn- und Verlust und Gewinnrechnung an Mitgliedern beträgt in den letzten vier Jahren 326 (bis Ende 2003)

Der Verlust beträgt insgesamt 576

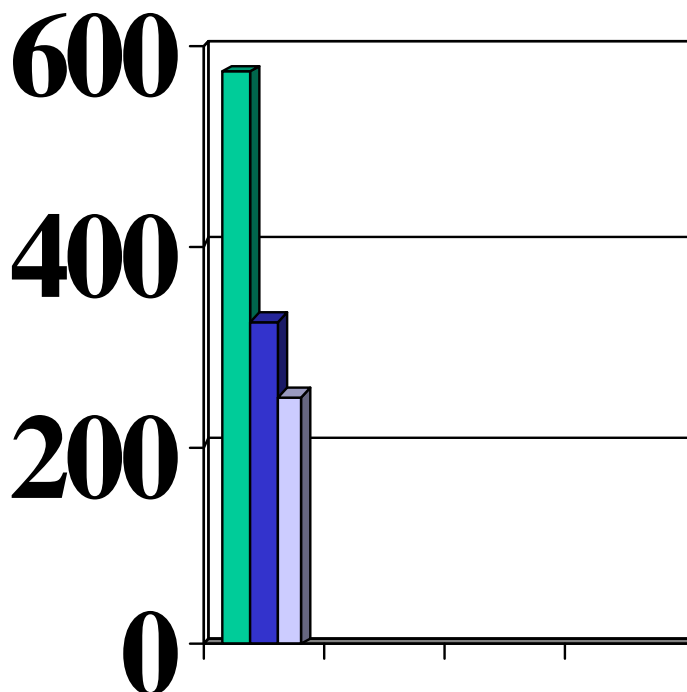
Dem steht ein Neugewinn von etwa 250 Mitgliedern gegenüber.

## Verlust trat vor allem ein durch:

- Todesfällen
- Auflösung von Vereinen
- Austritte

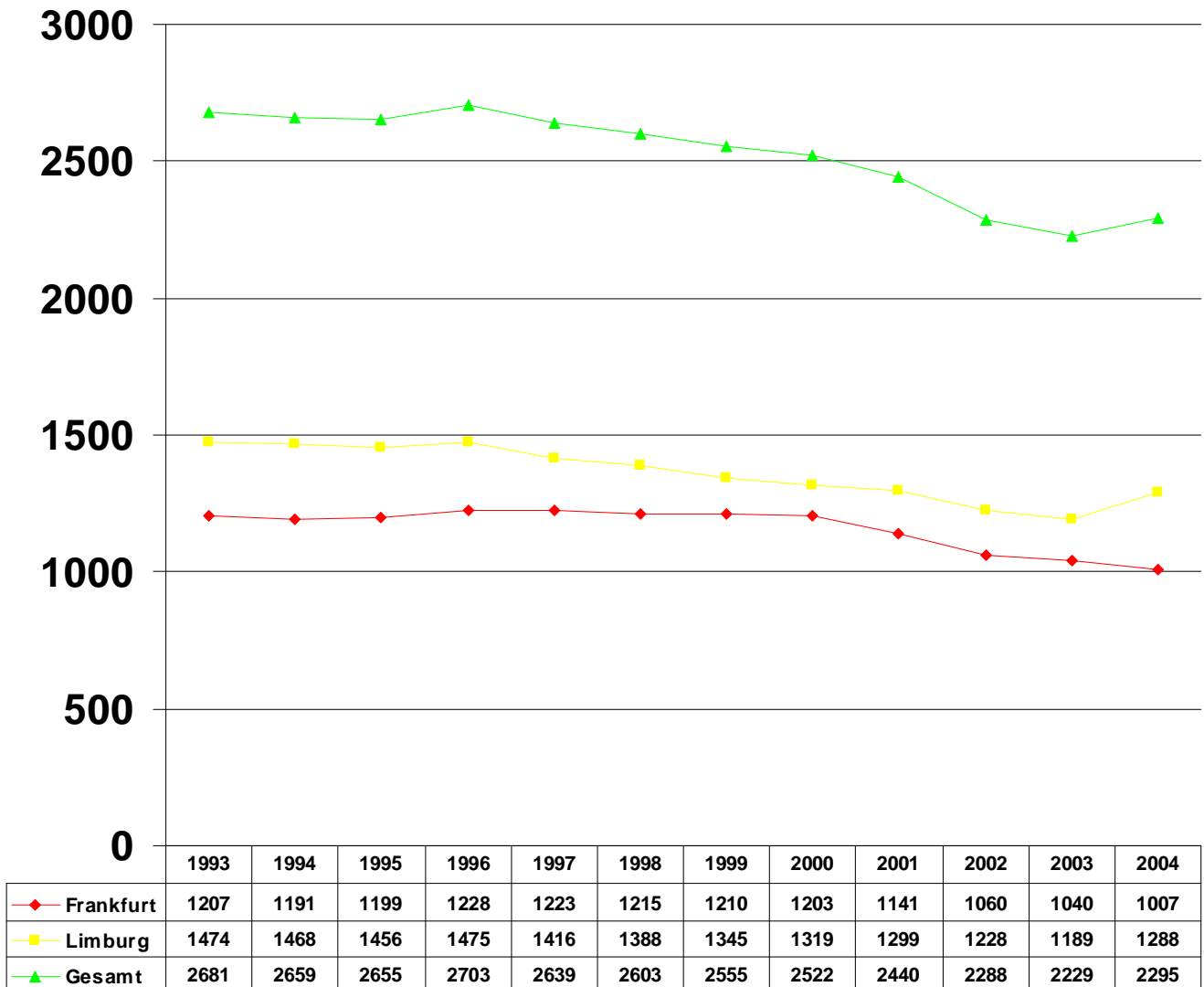
## Neugewinn vor allem durch:

- Persönliche Ansprache
- Reisen
- Familienarbeit
- Neugründung



# Werbung in der KAB

## Mitgliederentwicklung



## Unser gesellschaftliches Image

Es kommt für eine Werbung vor allem darauf an, welches gesellschaftliche Image wir haben. Das liegt zuerst einmal daran, wie sich der Verein in der Öffentlichkeit darstellt. Gleiches gilt für den Bezirk, den Diözesan- und Bundesverband. Wir müssen auf die Fragen der Zeit eingehen. Dazu gibt gerade der Bundesverband mit seiner

### Kampagne für soziale Gerechtigkeit

ausgezeichnete Anregungen, die in den Vereinen vielfältig eingesetzt werden können. Das Starterpaket sollte in jedem Verein eingesetzt werden.



**Die vier Themen, zu denen es Faltposter gibt sind:**

1. Gutes Leben für alle
2. Gute Arbeit und gutes Leben für alle
3. Gesundes Leben für alle
4. Gut Leben im Alter für alle