

Das A und O bleibt das persönliche Gespräch

Nur mit strategischem Mitgliedermarketing gelingt die Akquise. Ideen für den BJV

Von Michaela Schneider

Der BJV lebt vom Engagement seiner Mitglieder. Nur: Was tun, wenn deren Zahl sinkt, und es zunehmend schwieriger wird, fürs Ehrenamt zu begeistern? Neben einer überalterten Mitgliederstruktur kehren Kolleg*innen dem Journalismus den Rücken und wandern in andere Berufsgruppen ab. Und im Gespräch mit der Generation Z zeigt sich: Junge Leute haben andere Erwartungen an einen Berufsverband, als dies vielleicht vor zehn oder 20 Jahren der Fall war. Was also tun, um neue Mitglieder zu gewinnen, sie im BJV zu halten und möglichst noch zu ehrenamtlichem Engagement zu motivieren? Der *BJVreport* suchte nach Antworten.

Im Idealfall sei die Neumitgliedergewinnung ein Gemeinschaftsthema aller im Verband – der Haupt- wie auch der Ehrenamtlichen, sagt die Frankfurterin Michaela Walton. Die 52-jährige arbeitet für die Beratungsgruppe für Verbandsmanagement (B'VM) und hat sich unter anderem aufs strategische Mitgliedermarketing spezialisiert. Zuvor war sie selbst in verschiedenen Verbänden für die Planung und Umsetzung von Kampagnen zur Gewinnung und Bindung von Mitgliedern verantwortlich.

+++ Fundierte Datenbasis erheben: Vorneweg sollte laut Walton systematisch das Mitgliederpotenzial erhoben werden in einer Befragung der Mitglieder wie auch der Nicht-Mitglieder, um zu klären: Was wollen sie? Was fehlt ihnen? In welche Zielgruppen lassen sie sich aufteilen? Wo engagieren sie sich? Welche Themen sind wichtig? Was hindert am BJV-Eintritt? Wo ist das größte Potenzial? „Ohne fundierte Datenbasis stochern Sie im Nebel“, sagt die Expertin.

Vor allem Nicht-Mitglieder zu erreichen, ist alles andere als einfach, wie auch das *BJVreport*-Team erleben musste: In einer nicht-repräsentativen Mini-Umfrage versuchten wir junge Kolleg*innen über einschlägige Kontakte in Redaktionen und Hochschulen zu befragen. Der Rücklauf war mehr als mau – wohl auch, weil Berufsverband und Gewerkschaft im Denken vieler Junger schlicht keine Rolle spielen. Damit habe er sich noch nie beschäftigt und könne weder sagen, was aus seiner Sicht für, noch was gegen eine BJV-Mit-



Michaela Walton, Expertin fürs Verbandsmanagement. Foto: Hanieh Tofigh Saadati

gliedschaft spreche, antwortet ein 19-jähriger Radiovolontär ehrlich.

+++ Mit attraktiven Angeboten punkten: Dabei mangelt es nicht an Angeboten, mit denen der BJV punkten kann, wie sich regelmäßig in den Interviews mit Neumitgliedern für die *BJVreport*-Rubrik „BJV-Newcomer*in“ zeigt. Dazu zählen etwa der deutlich reduzierte Mitgliedsbeitrag (Studierende: 10 Euro monatlich; Volon-

„Im Idealfall ist die Neumitgliedergewinnung ein Gemeinschaftsthema aller im Verband.“

Michaela Walton Beratungsgruppe für Verbandsmanagement (B'VM)

tär*innen: 12 Euro monatlich; Jungredakteur*innen: 20 Euro monatlich), das Mentoring-Programm, Vernetzungsmöglichkeiten, der Rechtsschutz, der Presseausweis, Podiumsdiskussionen, Fachgruppen-Veranstaltungen, das Fortbildungs- und Seminarprogramm BJVwissen oder auch *BJVreport* und *journalist*.

+++ Jedes Gespräch zählt: Wo also ansetzen, um den potenziellen Verbandsnachwuchs zu erreichen? Eine Kernschwierigkeit sei, sagt Walton: Mitgliederakquise werde in Verbänden gern bei der Mitgliederverwaltung und -betreuung angesiedelt. Nur seien dies weit voneinander entfernte

Aufgaben. Am besten, so Waltons Erfahrung, gewinne man Nachwuchs im persönlichen Gespräch. Mit anderen Worten: Wenn eine BJV-Fachgruppe oder ein Bezirksverband eine Veranstaltung organisieren, sollte Akquise mitgedacht werden. Bei jedem Beratungsgespräch und jedem Anruf in der Geschäftsstelle muss der Gedanke der Neumitgliedergewinnung mit-schwingen. Sind bei BJVwissen-Seminaren Nichtmitglieder angemeldet? Dann sollte geklärt sein, wer sie anspricht, um auf die Verbandszuckerl aufmerksam zu machen.

+++ Kontakte pflegen und nutzen: Gold wert und zu pflegen sind Kontakte zu Betriebsräten oder auch zu den Ausbildungsbeauftragten in Medienhäusern, ebenso zu Professor*innen und Dozent*innen an Hochschulen, die den direkten Draht zu angehenden Journalist*innen haben. Der BJV beschloss vor einigen Jahren, eine Hochschulbeauftragte auf Minijob-Basis zu beschäftigen. Das Amt hat Anette Kolb, Journalistin bei *Bayerischer Rundfunk*, inne. Kolb macht keinen Hehl daraus: Einige mühsam aufgebaute Kooperationen mit Hochschulen seien mit Corona eingeschlafen. Andere - zum Beispiel über die Akademische Oberrätin Dr. Kristina Wied zum Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Bamberg oder auch über den Kommunikationswissenschaftler Professor Markus Kaiser zur Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm bestehen weiter.

+++ Kooperationen anstoßen: Wied macht die Erfahrung: Die meisten Studierenden wüssten noch gar nicht, ob sie Journalist*innen werden wollten, deshalb spiele das Thema Berufsverband für sie keine Rolle. „Viele junge Leute wissen nicht, dass es einen BJV gibt“, sagt sie und empfiehlt deutlich mehr Präsenz an den Hochschulen. Auch sie selbst könnte sich noch intensivere Kooperationen mit dem BJV vorstellen. Sei es, dass Praktiker*innen in einer Unterrichtseinheit von der journalistischen Arbeit erzählen oder mit den Studierenden an einem konkreten Thema arbeiten; dass der BJV juristische Fragen beantwortet zu Arbeitsrecht im Praktikum; oder auch, dass Studierende im Praxisprojekt ein Social-Media-Konzept für den BJV entwickeln.

+++ **Das Social-Media-Konzept:** Dieses spielt in der Mitgliederakquise eine zentrale Rolle. Ihre Studierenden, so Wieds Erfahrung, bewegen sich vor allem auf Instagram und TikTok. Facebook spielt kaum eine Rolle mehr für die Generation Z – und auch LinkedIn ist vor dem tatsächlichen Berufseinstieg nicht ganz so relevant.

+++ **Perspektiven statt düsterer Wolken:** Professor Markus Kaiser stellt, wie er erzählt, bereits den Erstsemestern die verschiedenen Berufsverbände vor, verteilt Ausgaben des *BJVreport* und lädt hin und wieder ein BJV-Mitglied aus der Region ins Seminar ein. Er nimmt kein Blatt vor den Mund: „Die Studierenden wollen keine düsteren Wolken gezeichnet haben. Sie wollen Perspektiven aufgezeigt bekommen, wie sie erfolgreich in ihren Job starten und dort bestehen können.“ Michaela Walton verweist auf Angebote anderer Verbände, die selbst attraktive Weiterbildungsformate anbieten, Zertifikat inklusive. Der Deutsche Berufsverband für Pflegeberufe zum Beispiel bildet eine „Social Media Nurse“ aus. „Überlegen Sie sich innovative Ideen, die auf das eigene Berufsfeld passen“, empfiehlt die Verbandsexpertin.

+++ **Mit jungen Themen punkten:** Markus Kaiser sagt auch: „Junge Leute brauchen eine starke Gewerkschaft, die KI und weitere digitale Prozesse als etwas Positives begreift, sich in diesem Umfeld aber für gute Arbeitsbedingungen einsetzt.“ Welche Themen ziehen überdies beim potenziellen BJV-Nachwuchs? Nachhaltigkeit zum Beispiel. Warum nicht junge Menschen einbeziehen, um die BJV-Mitgliedschaft im „Nachhaltigkeitspakt Medien“ mit konkreten Ideen zu beleben? Auch spielt Work-Life-Balance im Denken der Generation Z eine tragende Rolle. Der BJV wiederum macht sich stark für flexible Arbeitszeit-Modelle.

+++ **Kontakte knüpfen über Großveranstaltungen:** „Konzentriert haben wir uns in jüngerer Zeit vor allem auch auf unsere großen Veranstaltungen, um auch Nicht-Mitglieder zu erreichen: auf Pressefoto Bayern und den Wettbewerb zum Tag der Pressefreiheit etwa oder auch auf unsere Präsenz bei den Medientagen München“, sagt die BJV-Hochschulbeauftragte Kolb. Im Sommer war sie mit Kollegen in Würzburg bei der MeStuTa, der Fachschaffentagung aller Medienstudiengänge in Deutschland, Österreich und der Schweiz, um den BJV zu repräsentieren. Mit der Teilnahme am Christopher Street Day in München dürfte der Ver-

band ein junges Publikum angesprochen haben. Erstmals überhaupt fand 2024 mit „Press Ahead“ ein Camp für Newcomer im Journalismus statt. Das Angebot richtete sich an Volontär*innen und Ausbilder*innen, die BJV-Mitgliedschaft war keine Voraussetzung.

+++ **Maßnahmenkatalog für „warme Kontakte“:** Die eigentliche Akquise, betont Michaela Walton, beginnt nach Veranstaltungen. „Warme Kontakte“, wie es in der Vertriebssprache heißt, seien die wertvollsten. Systematisch müssten potenzielle Neumitglieder erneut kontaktiert, zu weiteren Veranstaltungen eingeladen und auf Verbandsangebote aufmerksam gemacht werden. Die Verbandsexpertin empfiehlt, einen Maßnahmenkatalog zu entwickeln, der regelmäßig abgearbeitet wird. „Bieten sie jungen Leuten eine Bühne, laden sie sie als Gesprächspartner auf ein Podium. Binden sie sie aktiv ein“, sagt Walton.

+++ **Die Website als Tor in den Verband:** Als zentrales Tor in einen Verband für Neumitglieder nennt Expertin Walton zudem die Verbandswebsite. Ein Problem vieler Berufsverbände sei, dass Internetauftritte in erster Linie deren Innensicht spiegelten. Sprich: Das potenzielle Neumitglied wird von komplexen Verbandsstrukturen erschlagen, findet aber nur erschwerte Antworten auf berufsspezifischen Fragen. Einen anderen, aus Waltons Sicht sehr gelungenen Weg, geht der Deutsche Hebammenverband mit einer emotional aufgeladenen, themenbezogenen Startseite. Der Verband kann einen Organisationsgrad von mehr als 80 Prozent verbuchen. Der BJV hat seine Website erst vor kurzem frisch aufgesetzt – aktuelle Themen und Veranstaltungen finden sich seither recht prominent direkt auf der Startseite. Walton rät trotzdem, noch gezielter mit Themen zu arbeiten, von denen sich Mitglieder wie Nicht-Mitglieder ganz besonders angesprochen fühlen.

+++ **Einfacher Einstieg in die Mitgliedschaft:** Auch empfiehlt sie, den Einstieg in eine Mitgliedschaft deutlich zu vereinfachen durch schnelle Auffindbarkeit und digitale Upload-Möglichkeiten, ähnlich wie bei klassischen Jobportalen im Netz. Bis dato müssen beim BJV Unterlagen postalisch eingereicht werden.

+++ **Die Mitgliederbegrüßung:** Das Begrüßen von Neumitgliedern ist für Michaela Walton das A und O. Eine Begrüßungsmail oder ein -brief sei das Minimum, deutlich besser sei eine persönliche Kontaktaufnahme. Viele Verbände begrüßten Neumitglieder zudem öffentlich, wenn diese zustimmen. Das kann über das Verbandsmagazin geschehen, aber auch über Soziale Medien wie LinkedIn oder auf der eigenen Website. Und es gibt Verbände, die Neumitgliedern bei Versammlungen Mikrofon-Zeit einräumen für eine kurze Vorstellung. Der Aspekt „wir sind ihr Türöffner für neue Kontakte und Aufträge“ lasse sich laut Walton gut in der Akquise spielen.

+++ **Partizipation – so einfach wie möglich:** Bei seiner Mitgliederversammlung im Sommer hat der BJV eine Strukturreform beschlossen, die eine flexiblere Mitarbeit im Verband ermöglichen soll, unter anderem in Projektteams, ohne dass sich BJV-Mitglieder bindend auf zwei Jahre in Bezirks- oder Fachgruppenvorstände wählen lassen müssen. Erklärtes Ziel: Der BJV will an Attraktivität gerade auch unter jungen Kolleg*innen gewinnen. Mit der Strukturreform sei der BJV auf einem guten Weg, bestätigt Michaela Walton. Und gibt als Tipp mit: „Der Schlüssel ist immer das Thema selbst.“ Wer sich ehrenamtlich engagieren will, sollte vom Hauptamt von organisatorischen und bürokratischen Aufgaben entlastet werden. Zum Beispiel, indem die digitale Infrastruktur eines Online-Büros genutzt werden kann oder eine Kollaborationsplattform.

Der BJV bei den Münchner Medientagen 2024

Auch 2024 wird der BJV bei der Career-Erlebnismesse „Media for you“ bei den Münchner Medientagen vom 23. bis 25. Oktober mit einem eigenen Stand vor Ort sein und mit einem Medienquiz und interessanten Preisen auf sich aufmerksam machen. Ziel ist es, mit möglichst vielen jungen Leuten ins Gespräch zu kommen sowie für die BJV-Mitgliedschaft zu werben.

Die BJV-Hochschulbeauftragte Anette Kolb sowie Michael Busch, BJV-Ehrenvorsitzender und Ausbilder, werden gemeinsam einen

Workshop zum Thema „Durchstarten im Journalismus“ anbieten mit Tipps, wie junge Kolleg*innen den Berufseinstieg besser meistern – und zwar an allen drei Messetagen von 14 bis 14.45 Uhr in Raum 4.

Auch auf der „Media for you“-Stage ist der BJV dabei: Anette Kolb wird am Donnerstag, 11.45 bis 12.30 Uhr, an einem Talk zu Wegen in den Journalismus teilnehmen. BJV-Geschäftsführer Dennis Amour wird bei einem Talk zu Infotainment auf TikTok Podiumsgast sein am Freitag, 11.45 bis 12.30 Uhr.