



INPUT MITGLIEDERWERBUNG

Sommeruni SP Schweiz, 06.08.2016

Warum Mitgliederwerbung?



Parteilieben



Kampagnenfähigkeit



Warum Mitgliederwerbung?

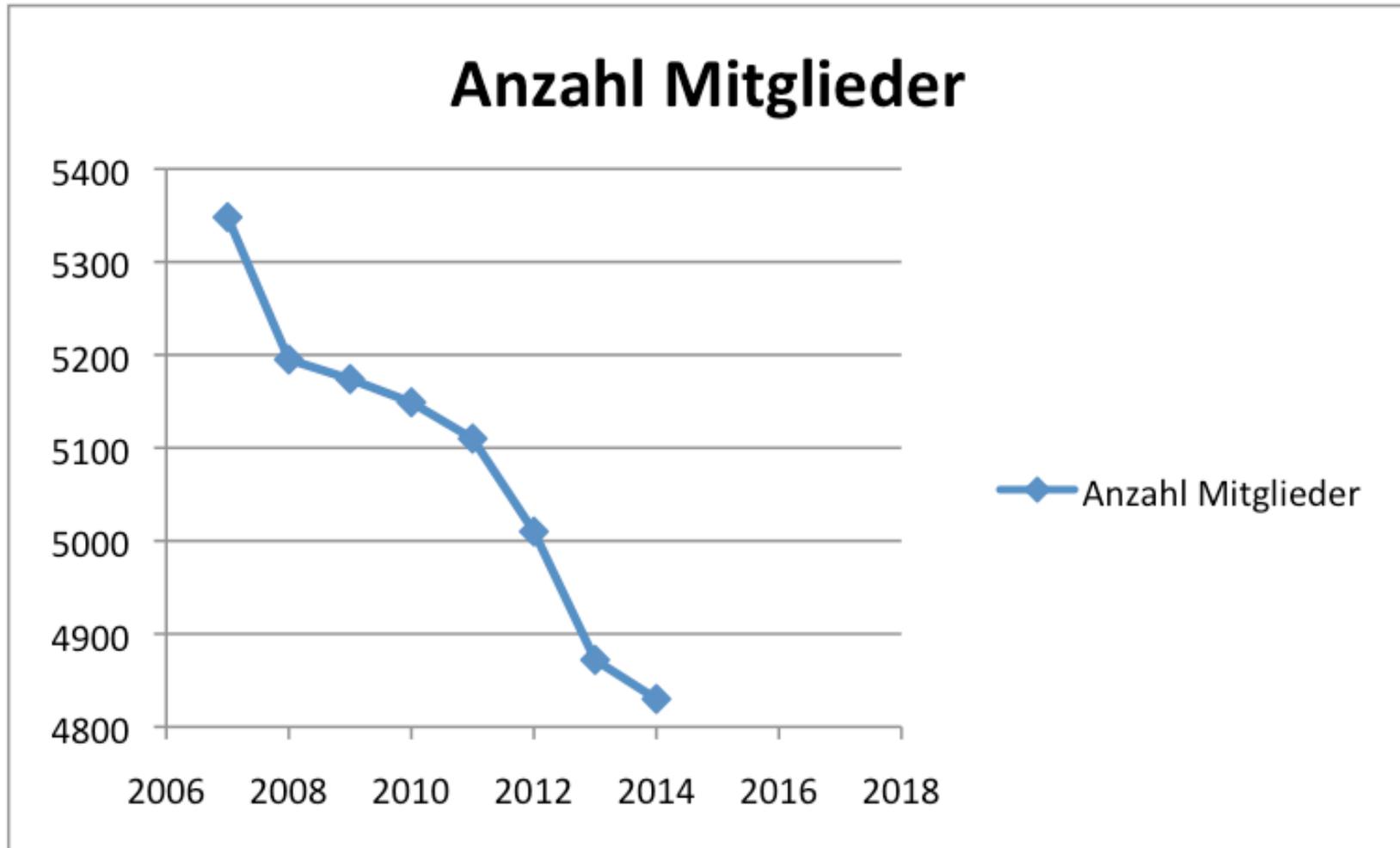


Personal für politische Ämter

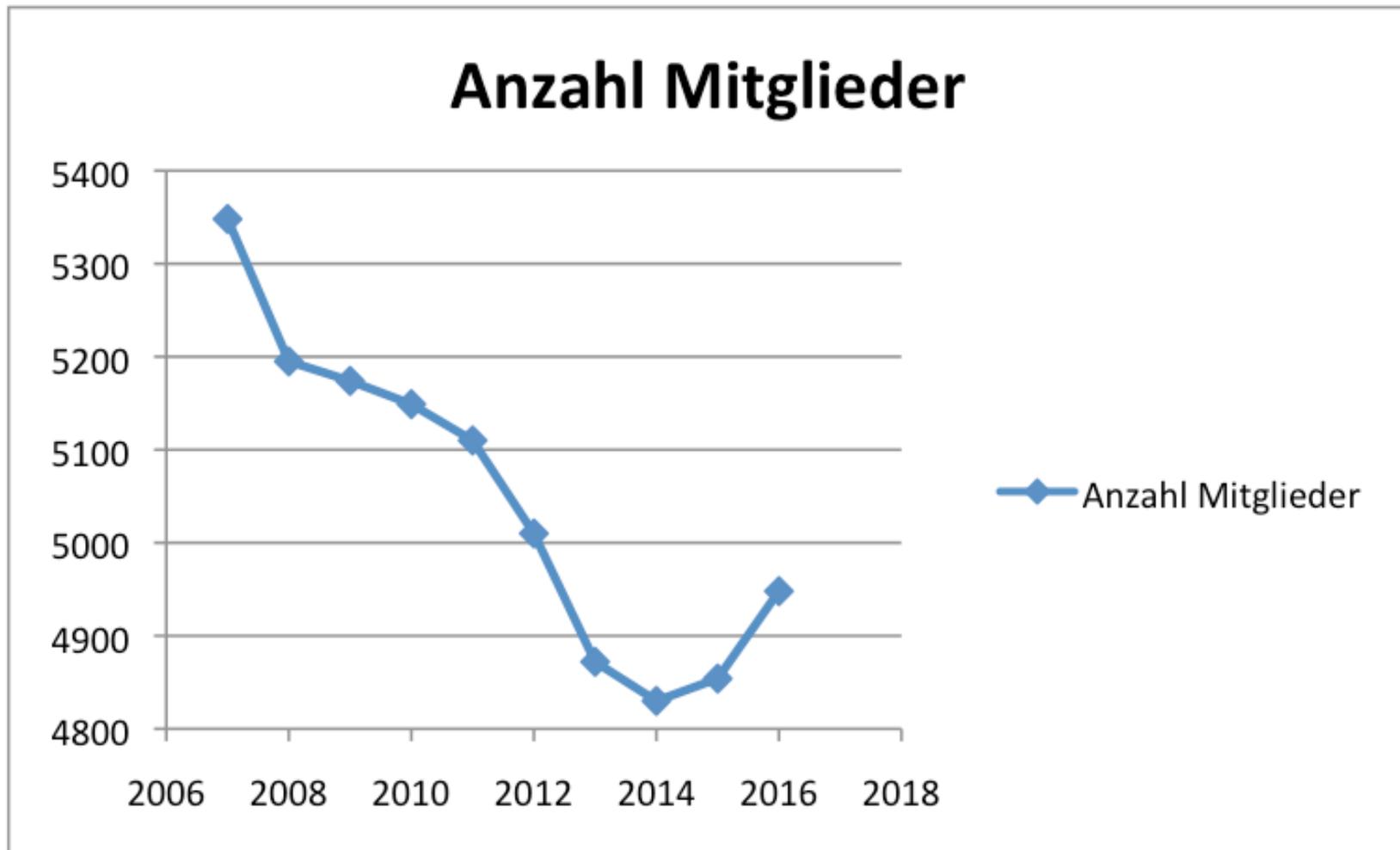
Finanzierung der Partei



SP Kanton Zürich



SP Kanton Zürich

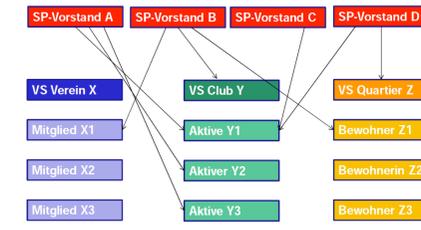


Grundsätze der Mitgliederwerbung



- **Hinderungsgründe für politisches Engagement**
 - Keine Zeit (24%)
 - Noch nie gefragt! (17%)
- **Positive Kontakte schaffen**
 - 7 Kontakte führen zum Beitritt
- **Regelmässige Kontakte sicherstellen**
- **Je persönlicher, desto besser!**

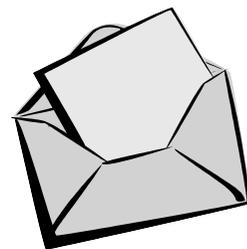
5 Massnahmen



(Online-)
Werbung

Raus auf
die Strasse

Netzwerke
aktivieren



Die «Neuen»
anschreiben



Sympis werden
Mitglieder

(Online-) Werbung



Vorteile

- Grosse Reichweite
- geringer Aufwand
- kurze Reaktionszeit

Nicht bezahlen
 No post affichage
 Non affichage

Geschäftsbeziehung
 Erweiterte Geschäftsbeziehung

ICH WEISS, WAS ICH WILL: MEHR SP. ICH MACHE MIT ALS ...

Mitglied
 Als Mitglied kann ich die Politik der SP mitgestalten.

Sympathisantin / Sympathisant
 Ich bekomme alle Informationen der SP, gebe aber keine Verpflichtung an.

Interessierter / Interessierte
 Bitte kontaktieren Sie mich persönlich.

Name / Vorname _____
 Strasse / Nr. _____
 PLZ / Ort _____
 Telefon _____
 E-Mail _____

Sozialdemokratische Partei Kanton Zürich
 Gartenhofstrasse 15
 8004 Zürich

SP-Kantone Zürich, Geschäftsstelle: 6002 Zürich, Telefon: 043 278 1000

MITMACHEN. UND DIE WELT MITGESTALTEN.

Sozialdemokratische Partei Kanton Zürich
 www.spkanton.ch

ja

Nachteile

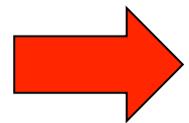
- Unpersönlich
- keine klare Zielgruppe
- Kosten

Auf die Strasse!



Wann und wo?

- An der Chilbi / Dorffest
- Auf dem Wochenmarkt
- Am Weihnachtsmarkt
- Vor dem Migros / Coop / Volg
- An der 1.Mai Feier



überall, wo es Leute hat!

Was und wie?

- Standaktion? Flyerlawine?
- Interaktion!
- Qualitative Gespräche!
- Positive Kontakte!

Best practice: «Bodenzeitung»



Sympis werden Mitglieder

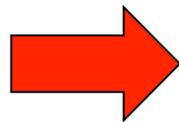


Kantonalpartei

- neue Sympis des letzten Jahres
- bisherige Erfahrungen mit der SP abholen
- Erwartungen an die SP erfragen
- Interesse an Mitgliedschaft erfragen

Sektion

- **alle** Sympis
- bisherige Erfahrungen mit der SP abholen
- Erwartungen an die SP erfragen
- **zu einer Veranstaltung einladen**
- Interesse an Mitgliedschaft erfragen



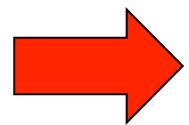
Persönlicher Kontakt wird sehr geschätzt.
15% der Erreichten wurden spontan Mitglied.

Netzwerke nützen



Zielgruppen

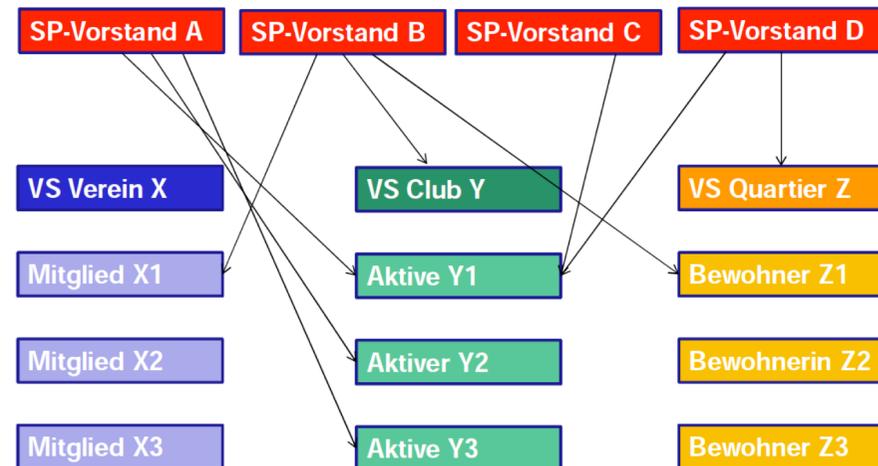
- FreundInnen
- Familie
- NachbarInnen
- (Sport-) Vereine
- Quartiervereine
- Sympis
- etc.



Selbes Vorgehen für Personalplanung

Vorgehen

- «Gemeindemapping» erstellen
- Persönliches Kontaktieren durch die „nächste“ Person.

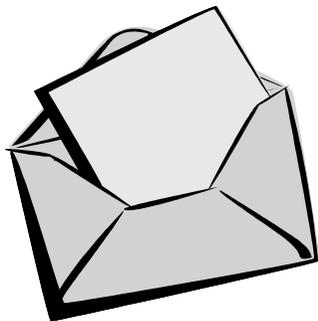


Die «Neuen» anschreiben



Zielgruppen:

- JungbürgerInnen
- NeuzuzügerInnen
 - Speziell neue Genossenschaften
- Eingebürgerte



Vorgehen / Ideen:

- Adressen bei Gemeinde verlangen
- Einladung zu einem eigenen Anlass:
 - Ihre politischen Rechte in Gemeinde X
 - Vorbesprechung Gemeindeversammlung
- Präsenz an Gemeindeanlässen
- Informationsbroschüre über die Aktivitäten der Sektion (inkl. Anmeldeformular)

Immer sinnvoll ist ...



1. zu konkretem Anlass einladen / mitnehmen
2. Mitgliederwerbung gehört in die Jahresplanung
 - Verantwortlich(e) im Vorstand bestimmen
 - Stehendes Traktandum an Sitzungen.
 - Klare, realistische Ziele setzen und Erfolge feiern.
3. Unterlagen bereit halten
4. Transparenz bzgl. Mitgliederbeitrag / PAB
5. Adressen generieren / pflegen



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.

Fragen?

