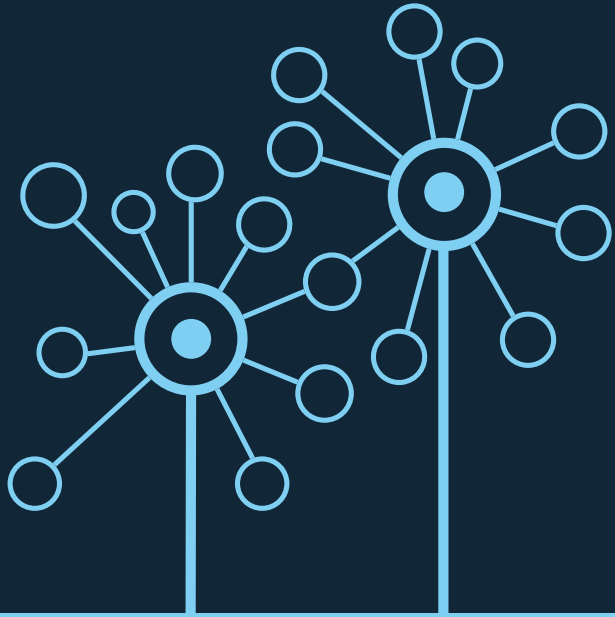


# Mitglieder aktiv (ein-)binden



GKV-Gemeinschaftsförderung Selbsthilfe auf Bundesebene



# Inhalt

Einleitung .....	2
Neue Mitglieder empfangen .....	4
Identifikation stärkt Bindung.....	9
Partizipation als Schlüssel zur Mitgliederbindung.....	13
Besondere Zielgruppen .....	15
Einsatz von Testimonials .....	26
Mitglieder als Expert*innen .....	29
Veranstaltungen und Jahrestage .....	37
Offene Dialog-Formate .....	42
Regelmäßige Informationsschreiben – Verbandszeitschrift/Newsletter/Blog.....	47
Netzwerk-Apps für Vereinsmitglieder.....	55
Impressum .....	60

# Einleitung

---

## **Mitglieder aktiv (ein-)binden**

### **Zielgerichtete Kommunikationsprozesse in der Selbsthilfe**

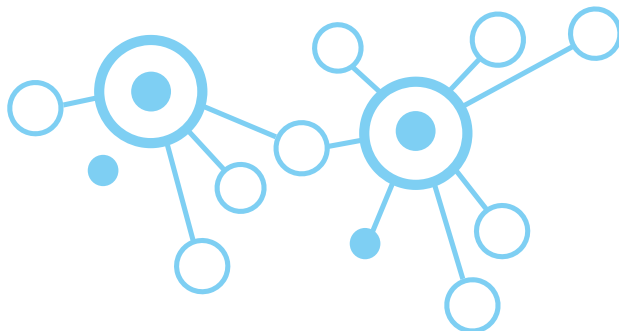
Für eine erfolgreiche Vereinsbasis ist es entscheidend, dass nicht nur Interessierte zu Mitgliedern gemacht werden, sondern auch eine Beziehung und Bindung zu den Mitgliedern aufgebaut und das Potential der Aktiven genutzt wird. Wird in dem Verband sowohl eine Willkommenskultur gelebt als auch Anerkennung für Engagement gezeigt, können aus Mitgliedern Mitwirkende werden, die sich aktiv für die Selbsthilfe einsetzen und ihre wertvollen Impulse in die Vereinsarbeit einbringen.

Die Kommunikationsprozesse des Verbandes müssen hierfür so ausgerichtet werden, dass Strukturen, Ziele und Angebote transparent sind, und auf der Basis von Empathie ein Vertrauensverhältnis zwischen Neumitgliedern und Verband aufgebaut wird. Auch in Hinblick auf die Willensbildungsprozesse im Selbsthilfeverband sind eine offene Diskussionskultur und Möglichkeiten zum Diskurs unabdingbar.

Miteinander sprechen, gemeinsam Entscheidungen treffen, planen, analysieren und optimieren – dies alles sind fortlaufende Prozesse innerhalb einer Selbsthilfeorganisation, die vor allem über Kommunikation gesteuert werden. Nicht nur Neueinsteiger, sondern alle Mitglieder sollten gezielt in diesen Dialog einbezogen werden.

Die Kommunikation sollte also umsichtig und nachhaltig mit einer klaren Ausrichtung auf die Mitglieder gestaltet werden. Eine konsequente Orientierung hieran ist auf allen Ebenen der Verbandsarbeit notwendig.

In dieser Arbeitshilfe stellen wir Ihnen Methoden zur Mitglieder(ein)bindung vor. Beginnend mit einer wertschätzenden Willkommenskultur über klassische Kommunikationsinstrumente bis hin zur aktiven Einbindung von Mitgliedern in die eigenen Prozesse und Formate.



## Neue Mitglieder empfangen

---

Möchte ein Selbsthilfeverband das Thema Mitgliedergewinnung strategisch angehen und langfristig erfolgreich bearbeiten, dann geht es nicht nur darum neue Mitglieder für den Verband zu gewinnen, sondern diese willkommen zu heißen und in die bestehenden Strukturen einzuführen. Viele Menschen, die sich für einen Selbsthilfeverband entscheiden, sind zunächst hoch motiviert und bringen ihre Zeit, ihre Erfahrungen und ihre Bereitschaft sich einzubringen mit. Fühlen sie sich jedoch nicht eingebunden und sehen keine Möglichkeit ihr Engagement aktiv einzubringen, sinkt ihre Motivation bis hin zum Austritt aus dem Verband. Eine bewusst gestaltete Willkommenskultur kann diesen Verlust verhindern und den Grundstein für eine langfristige Bindung legen.

Willkommenskultur bedeutet hierbei weit mehr als eine nette Begrüßung. Sie vermittelt Zugehörigkeit, macht Strukturen verständlich und eröffnet Perspektiven, wie Mitglieder ihre eigenen Motive und Ideen einbringen können. Sie ist damit nicht nur ein Instrument zur Mitgliederbindung, sondern auch ein Signal: Wir freuen uns über dich. Deine Erfahrungen sind hier wichtig. Dein Engagement zählt.

## **Orientierung und Zugehörigkeit schaffen**

Ein individuelles Anschreiben, ein erstes Gespräch oder die direkte Einladung zu einer Veranstaltung geben neuen Mitgliedern das Gefühl, gesehen und ernst genommen zu werden. Wichtig ist es dabei, auf erste mögliche Kontaktpunkte oder Aktivitäten hinzuweisen: Wann findet das nächste Treffen in der Region des Mitgliedes statt? Gibt es Onlineangebote des Verbandes? Wie kann sich das Mitglied aktiv einbringen? Hilfreich sind auch verständliche Informationsmaterialien, die verbandliche Strukturen und Abläufe erklären, Fachbegriffe übersetzen und konkrete Mitwirkungsmöglichkeiten aufzeigen. So werden der Einstieg erleichtert und Unsicherheiten abgebaut. Geben Sie im besten Fall eine Ansprechperson an, die Rückfragen beantwortet und für ein Einstiegsgespräch zur Verfügung steht.

## **Soziale Anknüpfungspunkte bieten**

Menschen engagieren sich langfristig, wenn sie Anschluss finden und persönliche Beziehungen aufbauen können. Patenschaften oder Mentoring-Programme sind dafür ein gutes Mittel: Erfahrene Aktive begleiten die neuen Mitglieder, beantworten Fragen und erleichtern die ersten Schritte.

Diese persönliche Begleitung senkt Hürden, schafft Vertrauen und fördert den Zusammenhalt zwischen langjährig Aktiven und neuen Engagierten.

Verbände können hierfür online oder vor Ort regelmäßige Neumitgliedertreffen organisieren, bei denen sich wichtige Ansprechpersonen im Verband vorstellen und Fragen beantworten. Auf größeren Veranstaltungen, wie zum Beispiel Bundeskongressen, kann ein Treffpunkt für neue Teilnehmende eingerichtet werden, der zur Vernetzung dient und an dem erfahrene Mitglieder über die Abläufe der Veranstaltung informieren. Feste Neumitglieder-Beauftragte können als Ansprechpersonen im Verband informieren und aktiv auf Neulinge zugehen.

### **Selbstwirksamkeit ermöglichen**

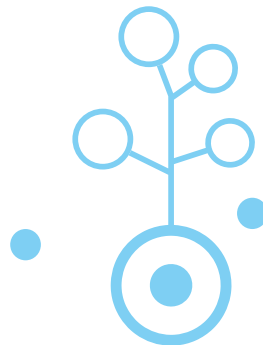
Wer spürt, dass der eigene Beitrag Wirkung entfaltet, bleibt motiviert. Deshalb ist es wichtig, Aufgaben nach den Interessen und Fähigkeiten der Mitglieder zu vergeben. Manche möchten organisatorische Verantwortung übernehmen, andere punktuell bei Aktionen helfen oder ihr Fachwissen einbringen. Flexible Engagementformen – kleine zeitlich begrenzte Aufgaben ebenso wie dauerhafte Ämter – eröffnen Spielräume, die zu unterschiedlichen Lebenssituationen passen. Anerkennung und Wertschätzung, auch kleiner Beiträge, sind dabei entscheidend.

## Feedback und Weiterentwicklung

Eine Willkommenskultur ist nie abgeschlossen, sondern entwickelt sich mit den Bedürfnissen der Mitglieder weiter. Regelmäßige Rückmeldungen von Neumitgliedern helfen zu verstehen, wo Strukturen noch zu kompliziert sind oder welche Angebote fehlen. Gleichzeitig sollten die Impulse neuer Mitglieder ernst genommen werden: Sie bringen frische Perspektiven mit, die helfen können, den Verband weiterzuentwickeln und zukunftsfähig zu machen.

## Willkommenspakete als Zeichen der Wertschätzung

Viele Verbände nutzen Willkommenspakete, um Neumitgliedern den Start zu erleichtern. Sie enthalten zentrale Informationen über den Verband, Kontaktdaten von Ansprechpersonen und Hinweise auf erste Mitmachmöglichkeiten. Ein persönliches Anschreiben oder ein kleines Präsent können zusätzlich signalisieren: Schön, dass du da bist. Wichtig ist, dass die Informationen übersichtlich bleiben – weitere Details können Schritt für Schritt folgen.



## **Best Practice zur Willkommenskultur**

### **Willkommensveranstaltungen bei der Landesvereinigung Legasthenie und Dyskalkulie Niedersachsen**

Der Landesverband Legasthenie und Dyskalkulie Niedersachsen e.V. begrüßt regelmäßig neue Mitglieder in einer Online-Willkommensveranstaltung. Hier stellt der Verband seine Arbeit, die Struktur des Verbandes sowie die wichtigsten Ansprechpersonen vor. Neue Mitglieder erhalten einen ersten Überblick über die Ziele, laufende Projekte und Unterstützungsangebote.

### **Musterpaket für Willkommenskultur der BAG SELBSTHILFE**

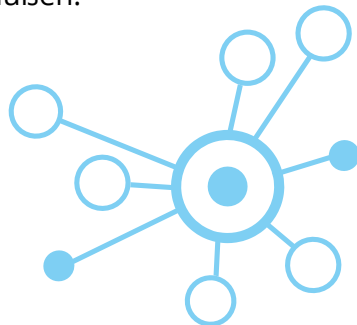
Ein konkretes Beispiel für eine gelungene Willkommenskultur liefert die BAG SELBSTHILFE auf der Seite [www.selbsthilfe-der-zukunft.de](http://www.selbsthilfe-der-zukunft.de): Dort stellen wir ein „Musterpaket“ vor, das Vorlagen für Willkommenspakete enthält – inklusive Anschreiben, informativen Materialien und einem „Willkommenskoffer“.

# Identifikation stärkt Bindung

---

Selbsthilfeverbände konkurrieren, gerade in einer digital geprägten Welt, mit einer Vielzahl von Unterstützungs- und Informationsangeboten, sodass es zunehmend wichtiger wird sich deutlich von anderen Angeboten abzuheben und die Alleinstellungsmerkmale eines Verbandes hervorzuheben. Schafft es ein Verband seine Identität und seine Werte sichtbar zu vertreten, so hilft es dabei Vertrauen aufzubauen und eine tiefere Verbindung zu den eigenen Mitgliedern herzustellen.

Es geht darum das Selbstverständnis des Verbandes zu schärfen und dieses sowohl intern als auch extern konsistent und konsequent zu kommunizieren. Eine Strategie, die nicht nur das visuelle Erscheinungsbild, sondern auch die Kommunikationsstrategien und das Verhalten der Organisation betrifft, nennt man Corporate Identity. Ein starkes Selbstbild fördert das Vertrauen der Mitglieder und schafft eine Atmosphäre, in der sich diese verstanden und unterstützt fühlen. Die Mitglieder fühlen sich zugehörig zu einer gelebten Gemeinschaft und vertreten ihre Werte nach innen und nach außen.



## Elemente einer erfolgreichen Corporate Identity

### 1. Visuelle Wiedererkennbarkeit – das Corporate Design

Das visuelle Erscheinungsbild eines Verbands ist oft der erste Berührungspunkt für potenzielle Mitglieder. Ein einheitliches Design, das sich durch alle Kommunikationskanäle zieht – von Flyern über Webseiten bis hin zu Social-Media-Auftritten – sorgt für Wiedererkennbarkeit und Professionalität. Es sollte jedoch nicht nur ästhetisch ansprechend sein, sondern auch die Werte und die Mission des Verbandes widerspiegeln.

### 2. Konsistente Kommunikation – die Corporate Communication

Die Art und Weise, wie ein Verband mit seinen Mitgliedern kommuniziert, spielt eine zentrale Rolle in der Mitgliederbindung. Eine klare, transparente und wertschätzende Kommunikation fördert das Vertrauen und das Gefühl der Zugehörigkeit. Dabei ist es wichtig, regelmäßig und auf verschiedenen Kanälen in Kontakt zu bleiben, sei es durch Newsletter, Social-Media oder persönliche Gespräche.

### 3. Gelebte Werte – die Corporate Behavior

Die Werte eines Verbands sollten nicht nur in Leitbildern formuliert, sondern auch im täglichen Verhalten aller Mitglieder und Mitarbeitenden sichtbar werden. Dies umfasst den respektvollen Umgang miteinander, die Förderung von Partizipation und die Anerkennung von Engagement. Wenn Mitglieder erleben, dass die Werte authentisch gelebt werden, stärkt dies ihre Bindung und Identifikation mit dem Verband.

## Optische Repräsentation durch Vereinsmaterialien - Merchandising

Durch Vereinsmaterialien, wie zum Beispiel Schals, Taschen oder Buttons in den Vereinsfarben, können Mitglieder ihre Verbundenheit auch nach außen kommunizieren. Bei gemeinsamen Veranstaltungen kann durch Accessoires Verbundenheit hergestellt werden und die Gemeinschaft auch nach außen als solche auftreten.



## **Best Practice zur Identifikation:**

### **Vereinsshops der Deutschen Rheuma-Liga**

Die Deutsche Rheuma-Liga zeigt, wie Vereinsmaterialien zur Stärkung der Mitgliederbindung eingesetzt werden können. Landesverbände bieten beispielsweise Shirts, Taschen oder andere Accessoires in den Vereinsfarben an, die Mitglieder bei Veranstaltungen tragen oder im Alltag nutzen können. Diese Materialien fördern die Identifikation mit dem Verband, machen die Gemeinschaft nach außen sichtbar und vermitteln ein Gefühl der Zugehörigkeit. Gleichzeitig transportieren sie die Werte und die Mission der Rheuma-Liga.

### **Grüne Schals der Frauenselbsthilfe Krebs**

Ein grüner Schal ist zu einem bekannten Erkennungszeichen der Frauenselbsthilfe nach Krebs geworden. Die Frauen tragen den grünen Schal bei Veranstaltungen wie dem jährlichen Bundeskongress (BuKo) oder bei lokalen Gruppenaktivitäten, um ihr Motto „mutig, bunt, aktiv“ sichtbar und auf ihre Arbeit aufmerksam zu machen. Durch das gemeinsame Accessoire sind die Frauen als Gruppe zu erkennen und zeigen ihre Gemeinschaft. Sie stechen damit hervor und regen dazu an, Fragen zur Gruppe zu stellen.

# Partizipation als Schlüssel zur Mitgliederbindung

---

Zentrale Elemente der Selbsthilfe sind der gemeinschaftliche Austausch und die Unterstützung der Betroffenen untereinander. In den vergangenen Jahren hat die gesundheitliche Selbsthilfe, einen deutlichen Wandel erlebt. Die organisierte Selbsthilfe ist fester Bestandteil gesundheitspolitischer Strukturen. Vertretende der Verbände wirken in Gremien, Ausschüssen und Facharbeitskreisen mit und stehen dort vor komplexen Fragestellungen in den Bereichen der Versorgung, Forschung und Patientenbeteiligung. Diese Entwicklung betrifft auch die innere Struktur der Verbände, sodass Entscheidungen auch unter fachlich anspruchsvollen Bedingungen getroffen werden müssen.

Die Möglichkeit, an solchen Entscheidungs- und Willensbildungsprozessen mitzuwirken, ist ein zentrales Element für die Motivation und Bindung der Mitglieder eines Selbsthilfeverbandes. Partizipation schafft das Gefühl, dass der eigene Beitrag Bedeutung hat und trägt dazu bei, dass Mitglieder sich als Teil einer gemeinsamen Verantwortung erleben und mit den Zielen des Verbandes identifizieren.

## Beteiligungsprozesse strukturell verankern

Damit Partizipation gelingt, braucht es funktionierende Kommunikationswege innerhalb des Verbandes. Mitglieder müssen erfahren, wo und wie sie sich einbringen können. Ebenso wichtig ist, dass Informationen und Entscheidungsgrundlagen verständlich aufbereitet werden. Damit Mitglieder sich hier einbringen können, braucht es Transparenz, Qualifizierung und klare Strukturen, bei denen Entscheidungen gut nachvollziehbar sind. Nur so gelingen echte Mitgestaltungsprozesse, bei denen Partizipation mehr als das formale Stimmrecht bei der Mitgliederversammlung bedeutet.

Gleichzeitig müssen es Verbände schaffen, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen fachlicher Kompetenz und demokratischer Teilhabe zu wahren. Komplexe Fragestellungen und fachliche Diskurse erfordern, dass Mitglieder geschult und unterstützt werden, um mitentscheiden zu können. Verbände können durch Schulungen und Austauschformate Wissen teilen und Lernprozesse fördern. So tragen sie dazu bei, dass Mitglieder sich sicher fühlen, wenn sie fachlich anspruchsvolle Themen mitverfolgen oder mitgestalten.

Gezielte Beteiligungsstrukturen fördern ein solches Partizipationsverständnis. Arbeitsgruppen, Beteiligungswerkstätten und Online-Austauschformate sind Maßnahmen, die dabei helfen Mitglieder zu Mitwirkenden zu machen. So entsteht eine Verbandskultur, in der Engagement sichtbar wird und die Bindung an den Verband wächst.

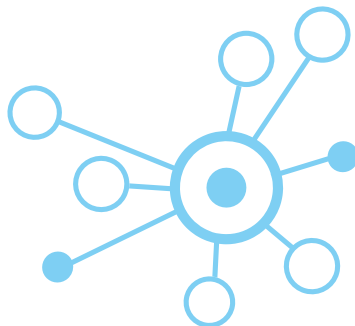
# Besondere Zielgruppen

---

Die Mitglieder einer Selbsthilfeorganisation sind vielfältig und ebenso ihre Bedürfnisse und die Themen, die sie interessieren. Während sie die gemeinsame chronische Erkrankung oder Behinderung verbindet, sind Alter, Familienstand, Lebensfragen, Wohnort und vieles andere meist sehr heterogen in der Vereinsstruktur verteilt.

Eine erfolgreiche Mitgliederbindung beachtet die unterschiedlichen Aspekte der verschiedenen Zielgruppen, um hier jeweils spezifische Angebote und Ansprachen zu entwickeln.

Die Selbsthilfe bietet ein breites Spektrum an Unterstützungsmöglichkeiten welches für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen eingesetzt werden kann. So können innerhalb des allgemeinen Verbandsangebots spezielle bzw. ergänzende Angebote beispielsweise für junge Menschen, Senioren, Angehörige von Betroffenen und Menschen mit Migrationshintergrund geschaffen werden.



Hierfür bieten sich z.B. folgende Möglichkeiten an, aus denen jeder Selbsthilfeverband das Passende für die eigenen Bedarfe herausziehen kann:

## **Feste Ansprechpersonen für besondere Themen/ Zielgruppen**

Feste Ansprechpersonen in Selbsthilfeverbänden schaffen Klarheit und Vertrauen und steigern die Qualität in der Beratung. Wenn Betroffene wissen, wer für ihr Anliegen zuständig ist, sinkt die Hemmschwelle, Kontakt aufzunehmen. Eine konstante Ansprechperson begleitet häufig über längere Zeit die Anliegen der Betroffenen, kennt Hintergründe und baut eine verlässliche Beziehung auf. So werden Gespräche offener, Rückmeldungen gezielter und Hilfe wirksamer.

Gleichzeitig bündelt eine feste Zuständigkeit Wissen: Personen die sich kontinuierlich um ein Themenfeld kümmern, bilden sich in diesen fort, sammeln Erfahrungen und entwickelt passgenaue Angebote.

Besonders deutlich wird der Nutzen bei besonderen Zielgruppen wie jungen Betroffenen, Angehörigen oder Menschen mit Migrationshintergrund.

Junge Betroffene profitieren von jemandem, der die Lebenswelt Schule, Ausbildung, Social-Media oder Peer-Support kennt und Informationen alters- und bedarfsgerecht aufbereitet.

Angehörige finden eine verlässliche Person, die typische familiäre Belastungen einordnen kann, über Entlastungsangebote und rechtliche Fragen (etwa Pflege, Arbeit, Leistungen) Bescheid weiß und bei Bedarf an externe Hilfen vermittelt. Für Menschen mit Migrationshintergrund ist wichtig, dass Sprache und Materialien verständlich sind und kulturelle Aspekte berücksichtigt werden. Eine zuständige Ansprechperson achtet auf einfache Sprache, kennt Dolmetsch- und Integrationsangebote, pflegt Kontakte zu Communities und baut vertrauensvolle Brücken. Ältere Betroffene profitieren von einem telefonischen Kontakt, den sie ansprechen können, wenn diese ggf. keine digitalen Angebote nutzen.

Auch organisatorisch bringt die Festlegung auf klare Zuständigkeiten Vorteile. Wege innerhalb des Verbandes werden kürzer, Doppelarbeit wird vermieden und Anfragen landen seltener „im Nirgendwo“. Rückmeldungen aus den Gesprächen sollten dabei strukturiert zurückfließen, sodass die Angebote des Verbandes laufend verbessert werden können. Aus regelmäßigen Rückmeldeschleifen entstehen verlässliche Erkenntnisse darüber, welche Gruppen, Informationen oder Materialien tatsächlich gebraucht werden. So wächst im Verband nicht nur Erfahrungswissen, sondern es entsteht auch eine nachvollziehbare Qualitätssicherung.

Damit das gut funktioniert, sollten Rollen und Grenzen sauber beschrieben, ggf. eine Vertretung geregelt und der Datenschutz verbindlich beachtet werden.

Eine verlässliche Erreichbarkeit mit bekannten Zeiten und Kanälen (Telefon, E-Mail, Messenger, Sprechstunde) schafft Orientierung, klare Antwortfristen erhöhen die Zuverlässigkeit. Fortbildungen zu Zielgruppenthemen, Gesprächsführung und Krisenmanagement halten die Kompetenz aktuell. Gleichzeitig lohnt sich eine aktive Vernetzung mit Schulen, Kliniken, Beratungsstellen, Migrantenorganisationen oder Jugendhilfe – denn feste Ansprechpartner können diese Kontakte pflegen und für schnelle, unkomplizierte Kooperationen nutzen.

**ÜBRIGENS:** Ergänzend kann es sinnvoll sein, die Betroffenen, die sich an die Ansprechpersonen mit ihren spezifischen Anliegen wenden, nach ausdrücklicher Zustimmung miteinander zu vernetzen. Die zuständigen Personen können Anfragen bündeln, ähnliche Bedürfnisse erkennen und Kontakte transparent, freiwillig und datenschutzkonform vermitteln. Aus ersten Kontakten entstehen oft kurze Austauschformate, digitale Treffen oder thematische Stammtische; zeichnet sich ein dauerhafter Bedarf ab, lassen sich daraus neue Selbsthilfegruppen aufbauen.

## Spezifische Themenverteiler/Newsletter

Themen- oder zielgruppenspezifische E-Mailverteiler oder Newsletter sind für Selbsthilfeverbände ein wirksames Instrument, um Relevanz und Nähe herzustellen. Wer die einzelnen Zielgruppen mit ihren speziellen Bedürfnissen nicht mit allgemeinen Rundmails abspeist, sondern ihnen passgenaue Informationen schickt, signalisiert: „Wir sehen euch und kümmern uns um eure Themen.“ Das stärkt das Vertrauen und fördert die Bindung an den Verband – denn die Empfänger erleben regelmäßig, dass Inhalte, Hinweise und Termine genau zu ihrer Lebenslage passen.

Für junge Betroffene können z.B. kurze, klar strukturierte Mails mit Hinweisen auf digitale Treffen, Peer-Angebote, Ausbildungs- und Studienthemen oder mentale Gesundheit im Alltag besonders hilfreich sein; ergänzt um niedrigschwellige Kontaktmöglichkeiten und Verweise auf die eigenen Social-Media-Formate.

Angehörige profitieren z.B. von Informationen zu Entlastungsangeboten, rechtlichen Fragen, Pflege, Arbeit, finanziellen Hilfen und bewährten Strategien im Familienalltag. Durch diese Differenzierung vermeiden Verbände Informationsüberflutung, erhöhen Rückmelderaten und gewinnen gleichzeitig ein besseres Bild davon, was tatsächlich von den Mitgliedern gebraucht wird.

Für ältere Betroffene bietet sich zudem die Möglichkeit eine regelmäßige Print-Version mit den wichtigsten Informationen rund um den Verband, dessen Angebote, Veranstaltungen und

Selbsthilfe-Aktivitäten zu versenden. So wird dieser Zielgruppe nicht das Gefühl vermittelt, dass sie außervor sind, nur weil sie ggf. keine digitalen Angebote nutzen.

Mit kleinen Umfragen, kurzen Rückmeldefragen oder Einladungen zu Fokusgesprächen können die E-Mails oder der Newsletter auch zum Dialog genutzt werden. Die Rückmeldungen können in passgenaue Angebote, Veranstaltungen und Materialien einfließen. So entsteht eine spürbare Beteiligungskultur – in der die Mitglieder erleben, dass ihre Themen ankommen und eine Wirkung entfalten.

Damit das gut funktioniert, braucht es einfache An- und Abmeldeprozesse, eine sorgfältige Adressverwaltung und klare Regeln zum Datenschutz. Sinnvoll ist außerdem, bereits beim Beitritt neuer Mitglieder, deren Themeninteressen abzufragen, um den Verteiler weiter zu verfeinern.

## **Besondere Freizeitangebote/Veranstaltungen für einzelne Zielgruppen**

Spezielle Events oder Freizeitangebote für einzelne Zielgruppen können in Selbsthilfeverbänden viel bewirken, weil sie Nähe schaffen, den Austausch erleichtern und den Verband als zuverlässigen Begleiter erlebbar machen.

Sie ermöglichen eine präzise Ansprache spezieller Gruppen und Personen und berücksichtigen besondere Bedürfnisse.

Auf solchen Events/Treffen entsteht ein geschützter Rahmen, in dem sensible Fragen ohne Rechtfertigungsdruck besprochen werden können und Zugehörigkeit sowie Selbstwirksamkeit wachsen. Inhalte, Methoden und ggf. eingeladene Referent\*innen oder Künstler\*innen lassen sich passgenau wählen – von moderierten Peer-Gesprächen bis zu praktischen Alltagstipps, was Wirksamkeit und Zufriedenheit erhöht.

Zudem kann es für viele Betroffene eine spürbare Erleichterung darstellen, Zeit mit Menschen zu verbringen, die in der gleichen oder einer ähnlichen Situation sind. Das gemeinsame Erleben nimmt das Gefühl, allein zu sein, normalisiert Sorgen und reduziert Scham und Unsicherheit. Im persönlichen Austausch entstehen Verständnis, Trost und alltagstaugliche Anregungen, die Mut machen. Zugleich bieten solche Treffen eine kleine Flucht aus dem oft belastenden Alltag: ein geschützter Rahmen, in dem man durchatmen, Kraft sammeln und neue Zuversicht gewinnen kann.

Dabei ist es oftmals nicht notwendig eine große und besonders aufwändige Veranstaltung zu organisieren. Für junge Betroffene eignen sich zum Beispiel lockere Treffpunkte wie ein Jugendcafé, ein Spiele- oder Sporttermin, ein Kreativworkshop oder ein kurzer Online-Austausch nach Feierabend. Angehörige profitieren von Formaten, die ihre Lebensrealität aufgreifen – etwa ein Geschwister-Workshop, ein Väterfrühstück mit moderiertem Gespräch oder ein Themenabend zu Entlastungsmöglichkeiten. Für Menschen mit Migrationshintergrund sind niedrigschwellige Angebote in einfacher Sprache sinnvoll, zum

Beispiel ein Infoabend im Stadtteilzentrum, ein gemeinsamer Spaziergang mit Gelegenheit zu Fragen oder ein Treffen mit Dolmetscherunterstützung. Für ältere Betroffene bieten sich z.B. regelmäßige „Senior\*innen“-Gruppen zum Austausch (online/offline) an, damit diese sich zu altersspezifischen Themen und Bedürfnissen austauschen können. Auf größeren Veranstaltungen wie z.B. der jährlichen Mitgliederversammlung lassen sich spezielle „Treffpunkte“ einrichten, an denen sich die Personengruppen (zusammen-)finden und austauschen können.

Entscheidend ist nicht die Größe, sondern die Passung: Auch kleine, regelmäßige Begegnungen bieten einen großen Mehrwert, weil Menschen sich persönlich kennenlernen, Vertrauen aufbauen und sich vernetzen können. Aus solchen Kontakten entstehen oft neue Initiativen – bis hin zu eigenständigen Selbsthilfegruppen.

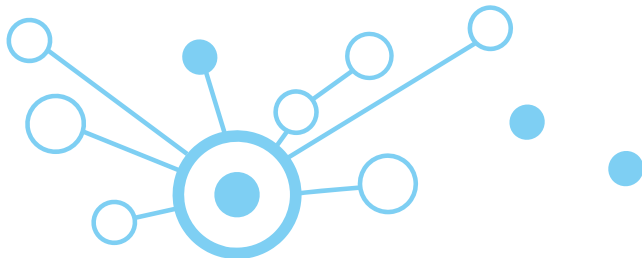
Natürlich wird die Umsetzung solcher „kleinen“ ggf. regelmäßigen Formate umso schwieriger, je breiter z.B. eine sehr kleine spezielle Zielgruppe auf Deutschland verteilt ist. Dies ist häufig bei den seltenen Erkrankungen der Fall. Hier eignen sich eher umfangreichere, ggf. jährlich oder halbjährlich durchgeführte, Formate, die lange im Vorhinein kommuniziert werden und für die Mitglieder gut plan- und erreichbar vorbereitet werden.

Größere Vorhaben können dabei etwa ein ganzes Wochenende für eine Zielgruppe wie Jugendliche, Geschwister oder Väter, ein Familiencamp oder eine thematisch fokussierte Tagung mit verschiedenen Workshops sein. Solche Formate geben Zeit für

das Vertiefen von Inhalten, stärken Zusammenhalt und ermöglichen intensive Peer-Erfahrungen.

Wer ein größeres Event plant, kann prüfen, ob eine Förderung in Frage kommt – zum Beispiel über die kassenindividuelle Projektförderung. Hilfreich sind ein klares Konzept mit Zielen und Zielgruppe, ein realistischer und angemessener Kosten- und Zeitplan, Hinweise zur Qualitätssicherung und zur Auswertung sowie die frühzeitige Kontaktaufnahme mit der zuständigen Kasse oder dem Dachverband, um Anforderungen zu klären. So lassen sich auch umfangreichere Veranstaltungen gut finanzieren und umsetzen.

Unabhängig vom Umfang sollten eine gute Erreichbarkeit, einfache Anmelde-Modalitäten, familienfreundliche Zeiten und barrierearme Orte immer als entscheidende Faktoren mitgedacht werden. Kurze Feedbackrunden oder -fragebögen nach dem Termin zeigen, was ankam und was verbessert werden kann. Auf diese Weise werden Events zu lebendigen Anlässen, die Betroffene miteinander verbinden, den Verband sichtbar machen und die Bindung seiner Mitglieder nachhaltig stärkt.



## Best Practices

### zur zielgruppengerechten Ansprache

Diese Verbände bieten ihren Mitgliedern einige spezielle Formate an, die als gute Praxisbeispiele dienen können:

- ▶ **Bundesverband Herzkrankte Kinder e. V. (BVHK)**  
Väter-Auszeit in der Natur für Väter von Kindern mit angeborenem Herzfehler: Das Wochenende dient dem Austausch mit anderen Vätern, der Entdeckung eigener Ressourcen und dem Erlernen von Bewältigungsstrategien für den Alltag mit einem herzkranken Kind. Die Veranstaltung findet in der Natur statt und wird von einem erfahrenen Coach begleitet.
  
- ▶ **Bundesverband Kleinwüchsige Menschen und ihre Familien e. V. (BKMF)**  
Das Jugendseminar "Freizeit Aktiv gestalten" ist speziell für kleinwüchsige Jugendliche, deren Geschwister und Freund\*innen im Alter von 14 bis 26 (mehrtägig, 2025 z. B. in Stralsund).

---

► **Bundesverband für Menschen mit Arm- oder Beinamputation e. V. (BMAB)**

Das BMAB-Jugendcamp für Kinder und Jugendliche mit Gliedmaßenamputationen oder -fehlbildungen (mehrtägige Veranstaltung in Blossin/Heidesee in der Nähe von Berlin).

► **Bundesverband für körper- und mehrfach-behinderte Menschen e.V. (bvkm)**

Die Fachtagungen zum Muttertag bringt alle zwei Jahre zu einem bestimmten Thema Mütter von Kindern mit Behinderung aus dem gesamten Bundesgebiet zusammen. Mit Vorträgen, Workshops und vielfältigen Austauschformaten erhalten sie wertvolle Informationen und Anregungen für den Alltag. Zum Abschluss werden wesentliche Forderungen direkt mit Vertretenden aus Politik und Verbänden diskutiert.

► **Deutsche Morbus Crohn / Colitis ulcerosa Vereinigung (DCCV)**

Der DCCV bietet einen regelmäßigen „Arbeitskreis Senioren“ an. Ziel des AK Senioren ist es in der DCCV Ansprechpartner für die Probleme und Bedürfnisse von älteren CED-Betroffenen zu sein und entsprechende Angebote zu machen.

# Einsatz von Testimonials

---

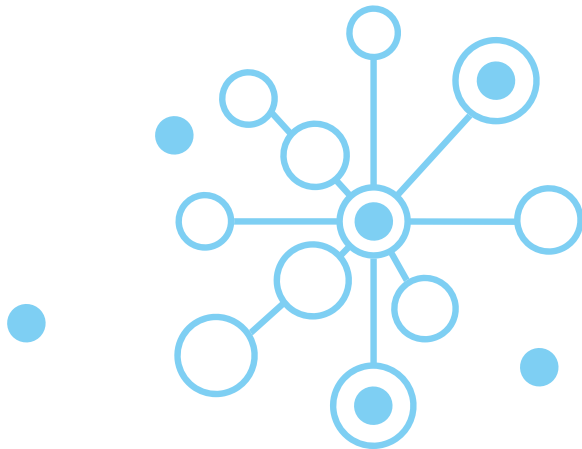
Testimonials sind kurze Erfahrungsberichte von echten Personen. Sie erzählen in einfachen Worten, was ihnen geholfen hat, warum sie ein Angebot gut finden oder wofür sie sich einsetzen. Oft wird dabei der Name genannt (ggf. auch nur der Vorname), ein Foto und ein kurzes Zitat angegeben oder ein kleines Interview geführt.

Wenn Mitglieder, Vorstandsmitglieder oder Mitarbeitende zu Wort kommen, wirkt die Kommunikation eines Verbandes glaubwürdig und nah. Das schafft Vertrauen und Identifikation – zwei zentrale Bausteine der Mitgliederbindung. Statt abstrakter Aussagen zeigen persönliche Stimmen, wie der Verband konkret unterstützt: beim Umgang mit der eigenen Erkrankung oder Behinderung, bei Fragen im Alltag oder bei der Suche nach passenden Angeboten.

Über Testimonials können unterschiedliche Themen transportiert werden: persönliche Wege, Tipps aus der Praxis (z. B. zu Reha, Beratung, Arbeit, Familie), Erfahrungen mit Gruppen, Veranstaltungen oder digitalen Angeboten, Mutmacher-Geschichten, Hinweise auf neue Projekte und Aufrufe zum Mitmachen. Zitate („Das hat mir geholfen, weil...“) oder Kurzinterviews (z.B. nach einem festen Konzept wie „5 Fragen an...“) funktionieren besonders gut im Newsletter oder in der Verbandszeitschrift.

Der regelmäßige Einsatz von Testimonials zeigt den Mitgliedern, dass der Verband zuhört, lernt und wirkt. Mitglieder fühlen sich gesehen, entdecken passende Angebote schneller und kommen in den Austausch. So entsteht ein lebendiges Wir-Gefühl. Die Mitglieder erhalten nicht nur Informationen „von oben“, sondern Stimmen aus der Mitte des Verbandes.

Beim Einsatz von Testimonials ist eine grundsätzliche Voraussetzung, dass zunächst das Einverständnis eingeholt, Bild- und Datenschutz beachtet und klar formuliert wird, was die Botschaft des Testimonials ist. Damit können persönliche Geschichten zu starken Brücken zwischen dem Verband und den Mitgliedern werden.



## Best Practices Testimonials:

### ► **Deutsche Rheuma-Liga:**

Die Deutsche Rheuma-Liga setzt für ihre gesamte Webpräsenz auf authentische Fotos ihrer Mitglieder, die im Rahmen eines Fotoshootings entstanden sind. Damit verzichtet der Verband bewusst auf Stockbilder und unterstreicht die Nähe zur Lebensrealität der Betroffenen. Die Mitglieder werden in Alltagssituationen gezeigt – beim Sport, im Austausch, in der Freizeit. In Kombination mit Testimonials erhalten persönliche Stimmen ein Gesicht und eine Geschichte.

### ► **Bundesvereinigung Stottern und Selbsthilfe:**

Wie Testimonials in den sozialen Medien Authentizität und Gemeinschaft vermitteln kann zeigt die Reihe „Eine\*r von uns“ der Bundesvereinigung Stottern und Selbsthilfe. In der Posting-Reihe berichten Vereinsmitglieder, wie sie einen Einstieg in die Selbsthilfe gefunden haben und was sie in der Gemeinschaft erleben. Die positiven Geschichten wirken einladend für Interessierte und motivieren sich selbst im Verband einzubringen.

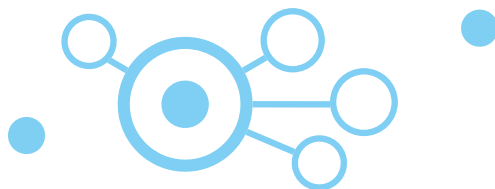
## Mitglieder als Expert\*innen: Wissen teilen, Gemeinschaft stärken

---

Selbsthilfeverbände leben von Gemeinschaft und Austausch. Wenn sie Mitglieder gezielt als Expert\*innen einbinden, profitieren alle: die Organisation, die Gemeinschaft und das individuelle Engagement.

Durch aktive Rollen fühlen sich Mitglieder gebraucht, wertgeschätzt und eingebunden, während der Verband von ihrem Wissen und Engagement profitiert. Besonders wichtig ist dabei die langfristige Perspektive: Nur durch nachhaltige Beteiligungsstrukturen kann eine dauerhafte Bindung erzielt werden.

Hierfür braucht es kontinuierliche und strukturierte Beteiligungsmöglichkeiten. Wenn Mitglieder regelmäßig in Entscheidungsprozesse eingebunden werden, Verantwortung übernehmen und ihre Expertise einbringen können, steigt ihre Identifikation mit dem Verband. Sie fühlen sich als Teil des Ganzen und sind eher bereit, sich langfristig zu engagieren.



## **Betroffenenwissen wertschätzen und sichtbar machen**

Wenn Betroffene ihr gelebtes Wissen gezielt einbringen, werden sie zu wertvollen Expert\*innen bei Fachveranstaltungen, Selbsthilfe-Kongressen oder in Entscheidungsgremien. So berichteten beispielsweise ehrenamtlich engagierte Betroffene bei der Jahrestagung der Endometriose Vereinigung über den Umgang mit Begleitbeschwerden im Alltag und die Rolle der Selbsthilfe bei der Krankheitsbewältigung. Ihre Perspektive ermöglichte es dem Fachpublikum, medizinische Inhalte mit den realen Lebensumständen zu verknüpfen. Sie machen Lücken im Versorgungssystem sichtbar und setzen Impulse für bedarfsgerechte Lösungen. Als Expert\*innen für ihre Erkrankung können sie die Betroffenenperspektive sowohl in Fachveranstaltung, als auch in politischen Gremien, wie dem Gemeinsamen Bundesausschuss, einbringen. Wie sich Betroffene in der Interessensvertretung einbringen können, wird auf dem YouTube Kanal der BAG SELBSTHILFE in dem Video „Die BAG SELBSTHILFE als politische Stimme der Patient\*innen im Gesundheitswesen“ dargestellt.

## **Peer-Beratung: Erfahrung teilen und Vertrauen stärken**

Peer-Beratung ist eine Form der Unterstützung, bei der Menschen mit ähnlichen Lebenserfahrungen sich gegenseitig beraten und begleiten. Im Kontext der Selbsthilfe bedeutet dies, dass Betroffene ihr Wissen und ihre Erfahrungen direkt an andere Betroffene weitergeben. Sie unterstützen dabei, den

Alltag mit einer Erkrankung besser zu bewältigen. Durch diese direkte, auf Augenhöhe stattfindende Beratung entsteht ein besonderes Vertrauensverhältnis, das für viele Ratsuchende oft wertvoller ist als rein fachliche Informationen.

Peer-Beratung wirkt nicht nur emotional unterstützend, sondern kann durch spezielle Fortbildungen der Peers auch beim alltäglichen Umgang mit der Erkrankung und dem Management dieser helfen. Durch die Integration von Peer-Beratung in Selbsthilfeorganisationen können Betroffene nicht nur ihre eigenen Erfahrungen einbringen, sondern auch aktiv zur Verbesserung der Versorgung und Unterstützung innerhalb der Gemeinschaft beitragen.

### **Expertise aus anderen Lebensbereichen einbringen**

Mitglieder bringen Fähigkeiten und Erfahrungen aus anderen Lebensbereichen mit, die sie gezielt in das Ehrenamt einbringen können. Berufliche Kompetenzen, andere ehrenamtliche Tätigkeiten oder Hobbys eröffnen vielfältige Möglichkeiten, den Selbsthilfeverband zu unterstützen. So können beispielsweise Mitglieder mit Erfahrung in Kommunikationsdesign oder Grafikgestaltung bei der Erstellung von Flyern, Social-Media-Beiträgen oder Informationsmaterialien helfen. Personen mit sportlicher Expertise können Bewegungs- oder Trainingsangebote für Betroffene entwickeln, während Mitglieder mit organisatorischem oder finanziellem Know-how Projekte planen, Veranstaltungen koordinieren oder bei Förderanträgen unterstützen können.

Diese Einbindung von Mitgliedern auf Basis ihrer Stärken fördert nicht nur die Qualität der Angebote, sondern steigert auch die Identifikation mit dem Verband. Wer seine Talente und Erfahrungen einbringen kann, erlebt den eigenen Beitrag als wertvoll und sichtbar – das stärkt die persönliche Bindung an die Gemeinschaft. Langfristig entsteht so ein Netzwerk engagierter Mitglieder, die aktiv Verantwortung übernehmen und bereit sind, sich dauerhaft einzubringen.

## **Themenbezogene Arbeitskreise**

In Arbeitskreisen können Mitglieder ihre Interessen, Erfahrungen und ihr Fachwissen zu einem bestimmten Schwerpunkt bündeln. Solche Strukturen ermöglichen nicht nur einen intensiven Austausch, sondern bilden ein wichtiges Fundament für Willensbildungsprozesse innerhalb der Selbsthilfe. Im Dialog können unterschiedliche Sichtweisen in eine Position des Verbandes überführt werden. Arbeitskreise gibt es sowohl zu politischen Fragen, wie der Digitalisierung im Gesundheitswesen oder zum Thema Versorgungslücken, als auch zielgruppenspezifisch, wie zum Thema junge Selbsthilfe oder Senior\*innen.

## **Einbindung junger Betroffener**

Junge Betroffene bringen oft besondere Interessen, Fragestellungen und Herausforderungen mit, die sich von denen älterer Mitglieder unterscheiden. Wenn sie aktiv in die Vereinsarbeit

eingebunden werden, erleben sie, dass ihre Perspektiven und ihr Wissen ernst genommen werden. Sie können eigene Projekte oder Angebote für ihre Altersgruppe gestalten, beispielsweise digitale Formate, Workshops oder Netzwerktreffen. Dabei unterstützen sie den Verband nicht nur inhaltlich, sondern auch kommunikativ: Sie wissen, welche Tonalität, Kanäle und Botschaften junge Menschen ansprechen und können helfen, die Vereinskommunikation zielgruppengerecht zu gestalten.

Diese aktive Einbindung hat zugleich einen starken Effekt auf die Bindung an den Verband. Wer die Möglichkeit bekommt, sich mit eigenen Ideen einzubringen, Verantwortung zu übernehmen und sichtbar zu wirken, entwickelt ein stärkeres Zugehörigkeitsgefühl. Gleichzeitig profitieren alle Mitglieder und der Verband von frischen Impulsen und einer modernen, authentischen Kommunikation, die die Gemeinschaft stärkt und langfristig die aktive Teilnahme junger Menschen fördert.

## **Interkulturelle Expertise**

Mitglieder mit Migrationsgeschichte bringen wertvolle Perspektiven und Erfahrungen in die Verbandsarbeit ein. Sie kennen kulturelle Besonderheiten und Barrieren, die den Zugang zur Selbsthilfe erschweren können, und helfen dabei, Angebote, Materialien und Kommunikation an unterschiedliche Hintergründe anzupassen. Auf diese Weise tragen sie maßgeblich zur interkulturellen Öffnung des Verbands bei und ermöglichen es, bisher unterrepräsentierte Gruppen zu erreichen. Gleichzeitig

fungieren sie als Türöffner\*innen zu externen Netzwerken und schaffen Vertrauen – ein zentraler Faktor, damit neue Mitglieder sich angesprochen fühlen und engagieren.

Die Einbindung interkultureller Expertise stärkt nicht nur die Repräsentation, sondern wirkt auch direkt auf die Bindung der Mitglieder: Wer seine Erfahrungen und Fähigkeiten aktiv einbringen kann, fühlt sich wertgeschätzt, ernst genommen und motiviert, sich langfristig zu engagieren. Es ist entscheidend, Selbsthilfeorganisationen kultursensibel zu gestalten, um allen Menschen gleichberechtigten Zugang zu ermöglichen und nachhaltige Beteiligung zu fördern.

**ÜBRIGENS:** Wichtig ist, dass von Beginn an die betroffenen Zielgruppen (z. B. junge Aktive, Menschen mit Migrationsgeschichte, queere Community) in die Entwicklung besonderer Angebote eingebunden werden und so eine Bottom-Up-Kultur etabliert wird. Das „Überstülpen“ von Konzepten, die am Ende ggf. die Bedürfnisse der Zielgruppe gar nicht berücksichtigen, führt auf Dauer zu Frust, und dazu, dass die Angebote ins Leere laufen. Hierfür können z. B. regelmäßige Online-Treffen für Aktive aus den entsprechenden Zielgruppen, die sich einbringen möchten, etabliert werden, die von erfahrenen Vereinsangehörigen begleitet werden, die u.a. auch Einschätzungen zur Realisierbarkeit von Ideen geben können.

## **Best Practice zur Mitgliederexpertise:**

### **Jahrestagung der Endometriosevereinigung**

Die Endometriose-Vereinigung Deutschland richtet jährlich eine Tagung aus, bei der medizinische Fachvorträge und gelebtes Betroffenenwissen gleichwertig nebeneinanderstehen. Neben Expert\*innen aus Forschung und Klinik kommen Patientinnen selbst als Referent\*innen zu Wort, um Erfahrungen, Selbstmanagement-Strategien und Perspektiven einzubringen. Das stärkt die Sichtbarkeit von Betroffenenkompetenz, fördert den Dialog auf Augenhöhe und schafft nachhaltige Bindung zwischen Mitgliedern und Verband.

### **Peer-Beratung im Buddy-Projekt der Deutschen Aidshilfe**

Das Buddy-Projekt der Deutschen Aidshilfe bietet Menschen, die kürzlich mit einer HIV-Diagnose konfrontiert wurden, Unterstützung durch erfahrene Peer-Berater\*innen – sogenannte „Buddies“. Diese ehrenamtlich engagierten Personen haben selbst Erfahrung im Leben mit HIV und stehen Ratsuchenden als vertrauliche Ansprechpartner\*innen zur Seite. Das Angebot umfasst ein strukturiertes Peer-to-Peer-Modell, das durch ein zweistufiges Schulungsprogramm vorbereitet wird.

Das Projekt fördert den Austausch auf Augenhöhe, stärkt das Selbstbewusstsein der Teilnehmenden und trägt zur Entstigmatisierung bei. Es ergänzt die medizinische Versorgung um eine psychosoziale Komponente und bietet eine niedrigschwellige Möglichkeit zur Unterstützung nach der Diagnose.

### **Junge Betroffene einbinden - Flow-Gruppen der BVSS**

Die Flow-Gruppen der Bundesvereinigung Stottern & Selbsthilfe (BVSS) richten sich an Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 15 bis 29 Jahren, die stottern. Sie treffen sich regelmäßig, um sich über ihre Erfahrungen auszutauschen, gemeinsam zu üben und Alltagsherausforderungen zu besprechen – stets ohne therapeutische Begleitung. Ein zentrales Merkmal der Flow-Gruppen ist ihre Selbstorganisation. Die jungen Teilnehmenden übernehmen Verantwortung für die Gestaltung der Treffen, entwickeln eigene Ideen und setzen diese um. Diese Form der Partizipation fördert nicht nur das Selbstbewusstsein, sondern stärkt auch die Identifikation mit der Selbsthilfeorganisation. Durch die Möglichkeit, eigene Projekte zu initiieren und umzusetzen, erfahren die Mitglieder Wertschätzung und Anerkennung für ihr Engagement.

# Veranstaltungen und Jahrestage

---

Gemeinsame Veranstaltungen und jährlich wiederkehrende Aktionstage sind Teil einer stabilen Basis eines Selbsthilfevereins. Die feste Integration solcher Aktionen in den Vereinsalltag schafft Struktur und Kontinuität für die Mitglieder. Sie bieten die Gelegenheit, sowohl das Miteinander zu stärken als auch die Anliegen des Vereins nach außen zu tragen. Aktionstage, Feste und jährliche Treffen stärken die Gemeinschaft und das Wir-Gefühl, insbesondere dann, wenn sie partizipativ gestaltet sind.

Finden solche Veranstaltungen regelmäßig statt, bieten sie den Mitgliedern einen emotionalen Höhepunkt, der mit Vorfreude und gemeinsamen Vorbereitungen verbunden ist. Darüber hinaus geben solche Anlässe Raum, um Dankbarkeit auszudrücken, Wissen zu teilen oder neue Impulse zu setzen. Sie sind ein zentrales Instrument der Mitgliederbindung und können auf unterschiedliche Weise umgesetzt werden.

## Vereinsfeste und Jubiläen

Jährliche Vereinsfeste gehören zu den beliebtesten Möglichkeiten, Mitglieder regelmäßig zusammenzubringen. Gemeinsames Feiern, ob als Sommerfest, Jahresauftakt oder Weihnachtsfeier, verbindet die inhaltliche Arbeit mit einem Stück Leichtigkeit

und Freude. Hier kommen Menschen zusammen und freuen sich auf ein Treffen mit alten Bekannten oder neuen Gesichtern. Vom Bundesverband bis zur lokalen Gruppe lassen sich gemeinsame Feiern organisieren, die den Aktiven im Verband Dankbarkeit für ihren Einsatz vermitteln und neue Mitglieder dazu ermutigen, sich in das Vereinsleben einzubringen.

Besondere Anlässe, wie Vereinsjubiläen, sind eine Gelegenheit den Verband und die Aktiven in den Mittelpunkt zu stellen. Wenn ein Verband ein rundes Bestehen feiert, wird sichtbar, was über Jahre gewachsen ist – getragen von Mitgliedern, die ihr Wissen und Engagement eingebracht haben. Durch Redebeiträge, Ehrungen oder Dankeschön-Aktionen wird deutlich, dass jede und jeder Einzelne zum Erfolg beigetragen hat.

## **Thematische Aktionstage**

Thematische Aktionstage wie der Tag der Seltenen Erkrankungen, der Europäische Protesttag zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderung oder der Welt-Aids-Tag bieten Selbsthilfverbänden einen starken Ankerpunkt. Ob als nationale oder internationale Aktionstage geben sie den Mitgliedern die Möglichkeit, sich als Teil einer größeren Bewegung zu fühlen. Durch Informationsveranstaltungen, kreative Aktionen oder Online-Kampagnen können Mitglieder aktiv einbezogen werden.

Aktionstage werden in der Öffentlichkeit häufig verstärkt wahrgenommen und sensibilisieren die Gesellschaft für die Themen, die den Verband und seine Mitglieder bewegen.

## **Fortbildungen und jährliche Treffen**

Fortbildungen für Aktive, etwa Gruppenleitungen, sind weit mehr als reine Wissensvermittlung. Sie bieten einen Raum für Austausch, Ermutigung und Weiterentwicklung. Sie bringen neue Motivation und eine Anerkennung für die bereits geleistete Arbeit im Ehrenamt.

Ein regelmäßiger Termin für Engagement und Austausch verbindet Kompetenzförderung mit einem Gefühl von Zugehörigkeit. Damit werden nicht nur Kenntnisse vermittelt, sondern auch Netzwerke gestärkt. Wer erlebt, dass sein Engagement ernst genommen wird und durch Unterstützung wächst, bleibt motiviert und dem Verband langfristig verbunden.



## **Best Practice zu Veranstaltungen:**

### **Welt-MS-Tag**

Der Welt-MS-Tag im Mai wird von vielen Mitgliedsorganisationen genutzt, um über Multiple Sklerose zu informieren und die Betroffenenperspektive sichtbar zu machen. Neben Fachveranstaltungen organisieren Vereine auch kreative Aktionen im öffentlichen Raum oder in den sozialen Medien. Für Mitglieder ist der Tag ein Anlass, gemeinsam einzutreten, Erfahrungen zu teilen und Solidarität zu erleben. Die Verbindung mit einem internationalen Datum verstärkt das Gefühl, Teil einer größeren Bewegung zu sein.

### **Gruppenleitertreffen des Psoriasisbundes**

Der Psoriasisbund lädt einmal jährlich seine Gruppenleitungen zu einem Fortbildungstreffen ein. Workshops, Fachvorträge und Erfahrungsaustausch bilden hier eine wirksame Mischung aus Wissensvermittlung und Gemeinschaftspflege. Die Treffen machen deutlich, dass die Arbeit der Gruppenleitungen geschätzt wird, und vermitteln gleichzeitig neue Impulse für die Selbsthilfearbeit vor Ort. Diese Form der Anerkennung trägt entscheidend dazu bei, dass sich Gruppenleitungen langfristig mit dem Verband verbunden fühlen.

---

## **Mut-Tour der Deutschen DepressionsLiga**

Die Mut-Tour ist ein bundesweites Aktionsprojekt der Deutschen DepressionsLiga, das seit Jahren Aufmerksamkeit für das Thema Depression schafft. Betroffene und Unterstützer\*innen fahren dabei in Etappen mit dem Fahrrad durch Deutschland, um das Thema in die Öffentlichkeit zu tragen. An den Haltepunkten entstehen Begegnungen, Gespräche und Aktionen, die auch Mitglieder des Vereins aktiv einbeziehen. Für die Teilnehmenden ist die Tour ein starkes Erlebnis von Gemeinschaft, Sichtbarkeit und Selbstwirksamkeit. Gleichzeitig stärkt sie das Profil des Vereins und vermittelt Mitgliedern, dass ihre Beteiligung gesellschaftlich spürbar etwas bewegt.

## Offene Dialog-Formate

---

Offene Dialog-Formate wie z.B. Online-Barcamps, in denen die Mitglieder eigene Themen und Meinungen einbringen können, stärken die Bindung an den Verband, weil sie einen schnellen und unkomplizierten Austausch auf Augenhöhe ermöglichen. Mitglieder aus dem ganzen Bundesgebiet können sich ohne größeren zeitlichen Aufwand oder Reisekosten zuschalten, aktuelle Themen einbringen und direkt miteinander diskutieren. So entsteht ein unmittelbarer Raum für innerverbandliche Willensbildung: Ideen werden sichtbar, Argumente abgewogen, Positionen diskutiert – und das deutlich direkter als z.B. in einer klassischen Rückmelde-E-Mail. Der Verband erhält in Echtzeit Feedback zu Positionen, Projekten oder Materialien und kann Inhalte, Forderungen, Umsetzungen entsprechend auf die Bedürfnisse und Wünsche der Mitglieder anpassen. Das zeigt: „Unsere Meinung zählt im Verband“, und dieses Erleben fördert Loyalität.

Wenn die Mitglieder eigene Themen vorschlagen, Sessions mitgestalten und die Wirkung der eigenen Ideen wiederfinden können, fühlen sich diese gesehen, ernst genommen und dem Verband stärker verbunden. So werden offene Dialog-Formate zu einem sichtbaren Zeichen gelebter Beteiligungskultur – nah dran an den Bedürfnissen der Mitglieder und zugleich als effizientes Rückmelde-Tool für den Verband nutzbar.

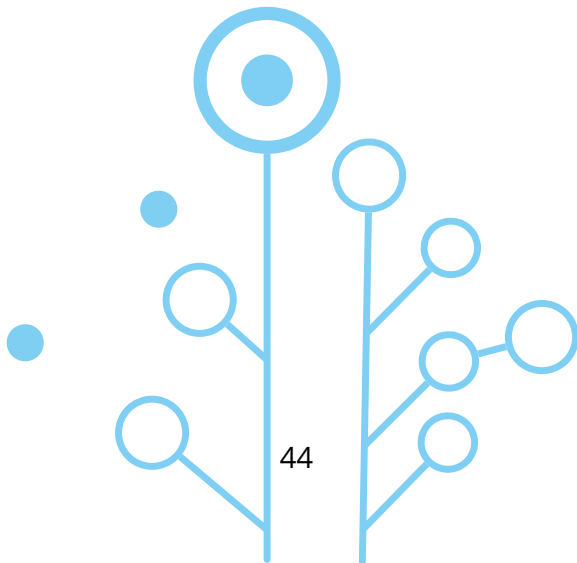
Außerdem eignet sich das Format, um externe Referent\*innen einzuladen – zum Beispiel zu aktuellen Forschungsprojekten und -ergebnissen oder zu praktischen Angeboten wie der Suche nach einer passenden Reha. So bekommen Mitglieder schnell, unkompliziert und ohne große Hürden Zugang zu wichtigen Themen rund um ihre Erkrankung oder Behinderung und den Umgang damit. Genau dieser Wissenstransfer ist ein zentraler Kern der Arbeit von Selbsthilfeverbänden.

Als ergänzendes Dialogformat zwischen den regulären Mitgliederversammlungen oder Delegiertentreffen sind offene Online-Dialogformate schnell plan- und durchführbar. Sie bieten einen geschützten Rahmen abseits öffentlicher sozialer Medien und sind moderiert durch Verbands- oder Geschäftsführung oder entsprechend geschulte Mitarbeitende. Eine klare Moderation, einfache und barrierefreie Technik und eine transparente Dokumentation der Ergebnisse sorgen dafür, dass Beiträge nachhaltig weiter genutzt werden können und in weitere Arbeitsschritte einfließen.

Offene Dialogformate eignen sich auch für Veranstaltungen die in Präsenz stattfinden und können als Erweiterung bestehender Veranstaltungen, wie zum Beispiel Jahrestreffen, den Austausch zwischen den Mitgliedern intensivieren.

**ÜBRIGENS:** das Erklärvideo „Innovative Veranstaltungsformate“ der BAG SELBSTHILFE gibt einen Überblick über moderne Austauschmöglichkeiten in der Selbsthilfe, zeigt die Vorteile des Einsatzes neuer und innovativer Ansätze bei der Planung von Veranstaltungen auf und stellt einige Formate und deren Einsatzmöglichkeiten vor.

- ▶ Das Video ist hier mit Untertitel abrufbar:  
<https://www.youtube.com/watch?v=HExGjx0DnaU>
- ▶ Hier mit Audiodeskription:  
<https://www.youtube.com/watch?v=VES1eiE9Cdg>



## Best Practices zu offenen Dialogformaten:

### ► **Haus der Krebs-Selbsthilfe – Bundesverband e. V.:**

Das HKSH-BV führte im April 2025 erstmalig ein Online-Barcamp durch. Es stand unter dem Motto „Gemeinsam.stark – von den Erfahrungen der Mitgliedsverbände im HKSH lernen“. Interessierte aus den Mitgliedsverbänden kamen für zweieinhalb Stunden in einem Zoom-Meeting zusammen. Ziel des Barcamps war der offene Austausch zu Themen, die von den Teilnehmenden selbst gewählt wurden. Es gab fünf Themengruppen: 1. Digitale Selbsthilfe – Junge Selbsthilfe – Begriff Selbsthilfe, 2. Themen- und Projektentwicklung, 3. Neue Verbandsstrukturen, 4. Wie kann der Nutzen des HKSH-BV für die Mitgliedsverbände erhöht werden und 5. Wissensmanagement. Die Diskussionsergebnisse und Vorschläge gehen in den weiteren Entwicklungsprozess des HKSH-BV ein. Alle Informationen wurden zudem auch in einem Padlet festgehalten.

► **BAG SELBSTHILFE:**

Die BAG SELBSTHILFE führt seit 2021 die Online-Info-Veranstaltung „BARCAMP SELBSTHILFE“ durch. Diese regelmäßige Informations- und Netzwerk-Plattform wird genutzt, um aktuelle Entwicklungstendenzen in der Selbsthilfearbeit zu diskutieren und innovative Lösungsansätze für die Zukunftsprobleme der Selbsthilfe zu erarbeiten. In den Veranstaltungen, informiert die BAG SELBSTHILFE die Mitgliedsverbände zu Entwicklungen in der Selbsthilfelandchaft, den Projekten sowie den Bereichen der Förderung und Gesundheits- und Behinderten- und Engagementpolitik. Zudem bietet das Konzept die Möglichkeit zur eigenständigen Platzierung von Themen und den freien Austausch der Verbände untereinander sowie mit den anwesenden Vertretenden der BAG SELBSTHILFE. Ziel der (überwiegend monatlich stattfindenden) Veranstaltungen ist, den Verbänden regelmäßig die Möglichkeit zu bieten, sich über aktuelle wichtige Themen und Sachverhalte auszutauschen und diese als mögliche Themenschwerpunkte für die Arbeit der BAG SELBSTHILFE zu platzieren, sowie zu Verbänden Kontakt herzustellen, die möglicherweise mit ähnlichen Themen oder Problemen beschäftigt sind.

# Regelmäßige Informationsschreiben – Verbandszeitschrift/Newsletter/Blog

---

Regelmäßige (schriftliche) Informationen in Form einer Verbandszeitschrift, eines Newsletters oder eines Blogs erfüllen im Selbsthilfverband mehrere Funktionen zugleich: sie halten die Mitglieder auf demselben Wissensstand zu verbandlichen Geschehnissen, berichten über aktuelle Projekte, Termine, Erfahrungsberichte und neue Unterstützungsangebote, zudem können sie auch für Berichte über aktuelle gesundheits- oder behindertenpolitische Entwicklungen genutzt werden.

Ein verlässlicher Veröffentlichungsrhythmus schafft Struktur und zeigt, dass der Verband aktiv und erreichbar ist. Zugleich liefert jedes Heft und jede Ausgabe die Möglichkeit, Erfolgsgeschichten sichtbar zu machen, ehrenamtliches Engagement zu würdigen und fachliche Hintergründe verständlich für die Mitglieder aufzubereiten.

Die Publikation kann dabei auch als Dialogformat genutzt werden: Sie regt an, Rückmeldungen zu schicken, sich bei Projekten einzubringen oder an Veranstaltungen teilzunehmen. So entsteht ein Kreislauf von Information, Reaktion und Beteiligung, in dem sich Mitglieder aktiv gesehen fühlen, statt nur passive Empfänger zu sein.

Diese beständige Informationsversorgung stärkt die Bindung an den Verband, indem sie Zugehörigkeit erlebbar macht. Über die Einbindung der Mitglieder in die Informationsangebote z.B. über Leserfragen, die Vorstellung besonderer Persönlichkeiten oder Verdienste, oder auch z.B. über die Einladung zu passgenauen Workshops, empfinden die Mitglieder sich und ihre Anliegen als wahr- und ernstgenommen.

Es bieten sich verschiedene Kanäle und Formate an, um mit den Mitgliedern oder ggf. auch anderen Interessierten in Kontakt zu bleiben. Diese sollten bestenfalls, wenn möglich und die Ressourcen dies zulassen, parallel bespielt werden, um bestmöglich alle Mitglieder, on- und offline, zu erreichen:

### **Die Verbandszeitschrift**

Eine in regelmäßigen Abständen erscheinende Verbandszeitschrift als hochwertig gestaltete Printausgabe kann ein starker Pfeiler der Mitgliederbindung sein, weil sie den Verband buchstäblich „greifbar“ macht.

Viele Menschen schätzen nach wie vor das haptische Erlebnis von Papier: das Umblättern der Seiten, den Geruch frischer Druckfarbe, das angenehme Gefühl, sich mit einer Tasse Kaffee und der Zeitschrift in der Hand für einen Moment vom Bildschirm zu lösen. Gedruckte Hefte wandern nicht so schnell wie die ein oder andere E-Mail in den digitalen Mülleimer; sie liegen auf dem Wohnzimmertisch, im Wartezimmer oder neben dem

Bett, werden weitergereicht, gesammelt und teilweise über Jahre aufbewahrt. Diese dauerhafte und regelmäßige Präsenz erinnert die Mitglieder und Leser\*innen immer wieder an die wichtige Gemeinschaft der Selbsthilfe, deren Teil sie sind, und signalisiert: „Der Verband investiert Zeit und Sorgfalt, um uns etwas Wertiges an die Hand zu geben.“

Damit dieser Effekt entsteht, braucht eine Verbandszeitschrift ein ansprechendes, modernes Layout, klare Rubriken und sorgfältig recherchierte Texte. Ein durchdachter Seitenaufbau mit wiederkehrenden Elementen – zum Beispiel Editorial, Meldungen aus der Geschäftsstelle/aus dem Vorstand, Porträts von Mitgliedern, Fachartikel, Termine und Service-Tipps – vermittelt Verlässlichkeit, während abwechslungsreiche Fotos und Infografiken für Lesefreude sorgen.

Gelingt es, fachliche Tiefe mit verständlicher Sprache zu verbinden, fühlen sich sowohl langjährige Mitglieder als auch neue Leser\*innen angesprochen. Gleichzeitig dient das Heft als Plattform für Erfolgsgeschichten, Ehrenamtliche, Projektberichte oder politische Positionen – Inhalte, die Identifikation schaffen und Stolz auf das gemeinsame Engagement wecken.

Um dauerhaft relevant zu bleiben, sollte die Redaktion regelmäßig überprüfen, ob Gestaltung, Tonalität und Themenauswahl noch zum Zeitgeist und zu den Bedürfnissen der Mitglieder bzw. Leserschaft passen. Eine einfache Mitgliederbefragung – sei es per beigelegter Postkarte, QR-Code oder Link zu einem Online-Formular – liefert wertvolle Hinweise: Welche Rubriken

werden am liebsten gelesen? Fehlen Interviews, praktische Tipps oder mehr Raum für persönliche Erfahrungsberichte? Vielleicht wünschen sich jüngere Mitglieder mehr Infografiken, während langjährige Leser ausführlichere Hintergrundartikel schätzen. Wer solche Rückmeldungen ernst nimmt und sichtbar umsetzt, zeigt, dass die Zeitschrift keine Einbahnstraße, sondern Teil eines Dialogs ist. Das stärkt nicht nur die Qualität des Hefts, sondern vor allem das Gefühl der Mitglieder, gehört und wertgeschätzt zu werden.

## Der Newsletter

Die Verbandsarbeit ist geprägt von intensiver Arbeit, in einer Vielzahl an Projekten, mithilfe von interessanten Veranstaltungen und mit Blick auf die bestmögliche Unterstützung der Mitglieder. Dabei ist es oftmals gar nicht so einfach die Mitglieder oder weitere Interessierte, über alle aktuellen Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten.

Ein regelmäßig erscheinender Newsletter ist für einen Selbsthilfeverband ein wirkungsvolles Instrument zur Mitgliederbindung, weil er Verlässlichkeit und Nahbarkeit gleichzeitig herstellt. Jede Ausgabe zeigt den Mitgliedern bzw. Empfängern auf, dass der Verband aktiv ist, kontinuierlich an ihren Anliegen arbeitet und ihnen konkrete Unterstützung bietet. Dies fördert zugleich auch das Vertrauen: Wer alle paar Wochen praxisnahe Tipps, Einladungen oder Erfolgsgeschichten im Postfach findet, erlebt den Verband als kompetente Anlaufstelle und bleibt eher engagiert, als wenn nur sporadisch Informationen „reinflattern“.

Hinzu kommt der Dialogeffekt: Im Newsletter können Rückmeldefragen, Mini-Umfragen oder Links zu Online-Formularen integriert werden. So findet ein regelmäßiger Willensbildungsprozess statt. Die Mitglieder spüren, dass sie die Arbeit des Verbandes mitgestalten können und ihre Meinung zählt – ein zentraler Faktor für langfristige Loyalität.

Inhaltlich eignen sich eine Vielzahl an Themen, die verbandliche Informationen, Alltagsnutzen, Gemeinschaftserleben und fachliche Orientierung verbinden. Dazu gehören etwa:

► **Aktuelles aus dem Verband:**

kurze Projektberichte, politische Forderungen oder neue Kooperationen.

► **Erfahrungsberichte und Erfolgsgeschichten:**

persönliche Geschichten zeigen, dass Bewältigung möglich ist, und motivieren zur Teilnahme an Angeboten.

► **Veranstaltungs- und Terminübersicht:**

vom kurzen Online-Treffen über die Ankündigung der Mitgliederversammlung bis zum mehrtägigen Seminar; ergänzt durch Anmelde-Links und Ansprechpartner.

► **Fachliche Kurzbeiträge:**

kompakte Infos zu Therapie-, Rechts- oder Sozialfragen, die oft gestellt werden; verständlich aufbereitet und mit weiterführenden Links.

► **Service-Rubrik:**

Buch- und Podcast-Tipps, Hinweise auf interessante Artikel und Sendungen oder Adressen von Beratungsstellen.

► **Mitmach-Aufrufe:**

Suche nach Ehrenamtlichen, Teilnahme an Umfragen, Einreichung eigener Artikel oder Fragen für die nächste Ausgabe.

► **Spezielle Zielgruppen-Rubriken:**

Abschnitte für junge Betroffene, Angehörige, Geschwister oder Menschen mit Migrationshintergrund, um passgenaue Relevanz zu schaffen.

**ÜBRIGENS:** Der Leitfaden „Verbands-Newsletter“ der BAG SELBSTHILFE bietet einen Überblick über Möglichkeiten eines Verbands-Newsletters und soll bei dessen Implementierung helfen. Dabei werden auch mögliche Tools zur einfachen technischen Umsetzung sowie die Themen Datenschutz und Barrierefreiheit behandelt. Zudem finden Sie hier eine Checkliste für eine gelungene Realisierung Ihres Verbandsnewsletters.

Der Leitfaden ist hier abrufbar:

[www.bag-selbsthilfe.de/Leitfaden-Newsletter](http://www.bag-selbsthilfe.de/Leitfaden-Newsletter)

## Der Blog

Ein Verbands-Blog bietet als zusätzliches Element eine ideale Mischung aus Schnelligkeit und Tiefe: Beiträge lassen sich jederzeit veröffentlichen, ohne auf Redaktionsschlüsse einer Zeitschrift oder den Versandzyklus eines Newsletters zu warten. Aktuelle Projektveröffentlichungen, politische Stellungnahmen oder Veranstaltungsrückblicke stehen so innerhalb weniger Stunden online und können flankiert über soziale Medien oder den Newsletter verlinkt werden. Durch Such- und Schlagwortfunktionen finden Mitglieder gezielt die Themen, die sie interessieren, während Fotos, kurze Videos oder Podcasts das Lesen abwechslungsreich machen. Die Kommentar- oder Kontaktmöglichkeit unter jedem Beitrag schafft zudem einen unmittelbaren Dialogkanal – Leser können Fragen stellen, Erfahrungen teilen und Themenanregungen geben. Damit wird der Blog zum dynamischen Schaufenster des Verbandsalltags und stärkt das Gefühl, stets nah am Geschehen zu sein und aktiv mitgestalten zu können.



## **Best Practices Blog:**

### ▶ **Deutsche DepressionsLiga e.V.:**

Im „Depressionsliga Blog“ erscheinen regelmäßig Beiträge rund um das Thema Depression – z. B. Erfahrungsberichte von Betroffenen, Interviews und Berichte über Aktionen und Projekte der DDL. Der Blog ist ein Informations- und Mutmach-Angebot, das Aufklärung leistet und Einblicke in die Arbeit des Vereins gibt.

### ▶ **Mukoviszidose e.V.:**

Auf dem MUKOblog sind spannende Erfahrungsberichte, informative Fachinterviews und Wissenswertes zu Therapie und Forschung zu finden. Auch Mitglieder des Selbsthilfeverbandes kommen hier mit ihren Erfahrungen rund um Diagnose und Leben mit der Erkrankung zu Wort.

# Netzwerk-Apps für Vereinsmitglieder

---

Kern der Selbsthilfe ist die Suche nach Unterstützung und der Austausch mit anderen Betroffenen. Neben den klassischen Gruppentreffen vor Ort ermöglicht die fortschreitende Digitalisierung diesen Austausch heute auch online – schnell, ortsunabhängig und flexibel. Dadurch können sich Menschen bundesweit aus unterschiedlichen Regionen vernetzen, die sich sonst vermutlich nie begegnen würden.

Offene Gruppen in großen sozialen Netzwerken wirken zwar bequem, sind aber angreifbar: Daten können abfließen, Dritte ohne eigene Betroffenheit mischen sich in Diskussionen ein oder nutzen Informationen für andere Zwecke. Deshalb ist es sinnvoll, Vereinsmitglieder in eigene, sichere Räume zu leiten – zum Beispiel in eine verbandseigene Netzwerk-App.

Eine App ist ein Anwendungsprogramm, das auf dem Smartphone, Tablet oder Computer läuft und eine klar umrissene Aufgabe erfüllt. Im Verbandskontext kann sie ein geschütztes Netzwerk bereitstellen, in dem sich Mitglieder austauschen, informieren und organisieren.

Entscheidend sind guter Datenschutz und ein Hosting auf Servern innerhalb des DSGVO-konformen europäischen Raums, idealerweise in Deutschland. Der Zugang sollte klar geregelt

und verifiziert werden, etwa über die Mitgliedsnummer, damit wirklich nur Mitglieder hineinkommen und das Netzwerk nicht von außen unterwandert werden kann.

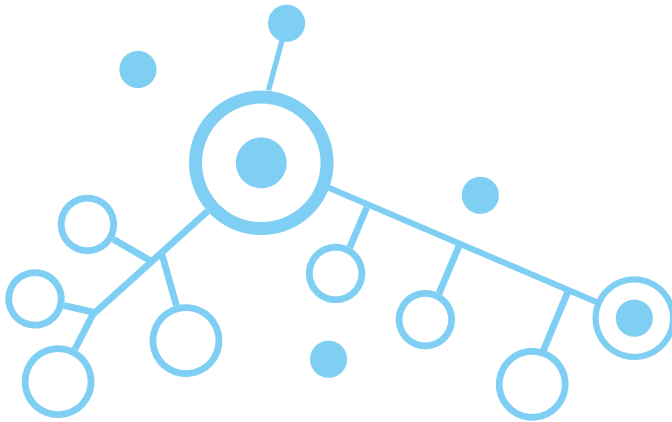
Ebenso wichtig: Das Angebot muss inhaltlich durchdacht sein und – wenigstens in offenen Bereichen wie integrierten Blogs oder News – aktiv durch den Verband moderiert werden, damit der Umgang respektvoll bleibt und Fragen zuverlässig beantwortet werden.

Mögliche Funktionen einer solchen Netzwerk-App reichen von themenspezifischen Foren und geschlossenen Gruppen über 1:1-Chats, Video-Treffen und einen gemeinsamen Termin- und Eventkalender bis hin zu Dokumenten- und Materialsammlungen oder Kurzbefragungs-Tools. Gut umgesetzt liefern diese Funktionen aktuelle Informationen ohne Umwege, senken Hürden, erleichtern die Vernetzung über Regionen hinweg und machen Hilfsangebote sichtbarer. Eine barrierearme Gestaltung, einfache Sprache und eine sinnvolle Rollen- und Rechtevergabe erhöhen den Nutzen zusätzlich.

Die Entwicklung einer App ist allerdings ein kosten- und ressourcenintensives Vorhaben. Es braucht ein gutes Konzept, technisches Know-how, Datenschutz- und Sicherheitskompetenz sowie Zeit für Redaktion, Moderation und laufende Pflege. Die Einbindung externer Fachleute ist dringend zu empfehlen. Wer keine komplette Individualentwicklung stemmen kann, findet inzwischen Anbieter mit Baukastenlösungen, aus denen sich eine passgenaue App zusammensetzen lässt.

Für die Finanzierung kommt ggf. eine Förderung in Betracht – etwa eine kassenindividuelle Projektförderung –, wenn Ziele, Nutzen und Qualitätssicherung überzeugend dargestellt sind.

Eine Netzwerk-App kann dadurch die Mitgliederbindung stärken, weil sie Nähe, Verlässlichkeit und Mitwirkungsmöglichkeiten bündelt. Mitglieder erhalten relevante Informationen direkt aufs Handy, finden schnell passende Ansprechpersonen und Gleichgesinnte, können eigene Themen einbringen und erleben, dass der Verband in einem geschützten Rahmen präsent ist. Aus regelmäßigem Kontakt, hilfreichen Inhalten und sichtbarer Beteiligung entsteht das Gefühl, gut aufgehoben zu sein – und trägt zur langfristigen Bindung an den Verband bei.



## **Best Practices Selbsthilfe-Apps:**

### **► Arbeitsgemeinschaft Spina Bifida und Hydrocephalus e.V.**

Die App soll Mitgliedern die Möglichkeit geben Inhalte zu erstellen und diese mit der Geschäftsstelle und/oder anderen Mitgliedern zu teilen. Mitglieder und Selbsthilfegruppen haben die Möglichkeit sich mit anderen Personen und Gruppen zu vernetzen und auszutauschen. Die App bietet den Nutzer\*innen Möglichkeiten Inhalte, Medien, Meinungen, Termine usw. zu teilen. Sie beinhaltet die Bereiche „Neuigkeiten“, „Gruppenchats“, „Veranstaltungen“ & „Dokumente“. Im persönlichen Bereich haben die Nutzer\*innen die Möglichkeiten Kontakte und Nachrichten zu verwalten, Kontaktanfragen zu stellen und das Profil zu verwalten.

### **► Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft, Bundesverband e.V.**

MS Connect 2.0: Die DMSG hat eine Austausch-Plattform für Menschen mit MS entwickelt. MS Connect ist ein soziales Netzwerk, das es Menschen mit MS ermöglicht, sich – wenn gewünscht anonym – regional und überregional miteinander zu vernetzen und

---

später, wenn gewünscht, auch privat und mit Klarnamen auszutauschen. Der Austausch wird damit noch schneller und direkter möglich, u.a. über einen Chat und eine App (aus den bekannten Stores zum Download).

# Impressum

## **BAG SELBSTHILFE**

Bundesarbeitsgemeinschaft  
Selbsthilfe von Menschen mit Behinderung,  
chronischer Erkrankung und ihren Angehörigen e.V.

Kirchfeldstraße 149  
40215 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 31006-0

Fax: +49 (0) 211 31006-48

E-Mail: [info@bag-selbsthilfe.de](mailto:info@bag-selbsthilfe.de)

[www.bag-selbsthilfe.de](http://www.bag-selbsthilfe.de)



1. Auflage Dezember 2025

**B.A.G**  
**SELBSTHILFE**