

## **Member-Pathways: Entwicklungsverläufe einer Mitgliedschaft in der Selbsthilfe**

Menschen kommen mit unterschiedlichen Fragen, Erwartungen und Bedürfnissen in den Kontakt mit der Selbsthilfe. Im Laufe der Zeit ändert sich ihre Rolle und aus Interessierten können Mitglieder oder Mitgestaltende werden.

Im Folgenden wird ein typischer Entwicklungsverlauf eines Mitglieds in einem Selbsthilfeverband skizziert. Jede Phase dieses „Member-Pathways“ bietet unterschiedliche Möglichkeiten in Kontakt mit dem Mitglied zu treten und erfordert verschiedene Kommunikationsmaßnahmen. Eine gelungene Kommunikation trägt dazu bei, dass die einzelnen Phasen positiv besetzt werden und eine langfristige Bindung entsteht. Zu jeder Phase finden Sie passende Kommunikationsmaßnahmen in der [Broschüre „Mitglieder aktiv \(ein-\)binden“](#). Einzelne Beispiele aus der Arbeitshilfe sind u.s. angeführt.

Die Verbände der Selbsthilfe sind sehr heterogen und so sind es auch die unterschiedlichen Erfahrungswelten ihrer Mitglieder. Je nach Erkrankung und Zielgruppe kann es unterschiedliche Haltepunkte geben, in denen es sich besonders lohnt auf die Mitglieder zuzugehen. Diese Checkliste bietet eine Orientierung, die insbesondere durch die Beispiele guter Praxis ergänzt werden, sodass jeder Verband die Vorschläge an die eigenen Mitglieder anpassen kann.

### **1. Auslöser und Erstkontakt**

Eine Diagnose, eine Krise oder anhaltende Unsicherheit, aufgrund einer chronischen Erkrankung oder Behinderung, führt zur Suche nach Orientierung. Die Person stößt über Ärzt\*innen, eine Online-Recherche oder soziale Medien auf Selbsthilfeangebote.

➔ *Mögliche Kommunikationsmaßnahmen: Mit einem starken Selbstbild, also einer konsequenten Corporate Identity, werden Interessierte angesprochen und auf das Selbsthilfeangebot aufmerksam. Wenn die Aufmachung und die Inhalte vertrauenserweckend wirken, führt das im besten Fall zur ersten Kontaktaufnahme (S. 9)*

### **2. Informieren und Abwägen**

Die Person liest Erfahrungsberichte, besucht Webseiten oder nimmt anonym Kontakt auf. Sie prüft, ob Themen, Ton und Haltung zur eigenen Situation passen.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Ein individuelles Anschreiben, ein erstes Gespräch oder die direkte Einladung zu einer Veranstaltung führen dazu, dass Berührungspunkte abgebaut werden. (S. 5) Auch hier ist eine gute Corporate Identity von entscheidender Bedeutung, da für die interessierte Person deutlich wird, ob die Ausrichtung und Ziele des Verbandes zur eigenen Situation und Haltung passen.

### 3. Erste Teilnahme

Der Einstieg erfolgt oft vorsichtig. Ein Treffen, ein Online-Angebot oder eine Veranstaltung schafft erste Nähe und senkt Hemmschwellen.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Jetzt ist eine gute Willkommenskultur von entscheidender Bedeutung. Hier kann ein Willkommenspaket als Zeichen der Wertschätzung eingesetzt werden und Orientierung im Verband schaffen. (S. 7)

### 4. Ankommen und Vertrauen aufbauen

Eine regelmäßige Teilnahme stärkt das Zugehörigkeitsgefühl. Der Austausch auf Augenhöhe mit anderen Teilnehmenden vermittelt Sicherheit und entlastet emotional.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Patenschaften oder Mentoring-Programme sind ein gutes Mittel, damit neue und motivierte Mitglieder Anschluss finden und persönliche Beziehungen aufbauen können: Erfahrene Aktive begleiten die neuen Mitglieder, beantworten Fragen und erleichtern die ersten Schritte. (S. 5)

### 5. Aktive Beteiligung

Die Mitglieder bringen eigene Erfahrungen ein, stellen Fragen und unterstützen andere. Selbstwirksamkeit wird spürbar.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Die motivierten Neumitglieder können in Entscheidungsprozesse eingebunden werden, Verantwortung übernehmen und ihre Expertise einbringen. Damit steigt die Identifikation mit dem Verband. Sie fühlen sich als Teil des Ganzen und sind eher bereit, sich langfristig zu engagieren. (S. 29)

### 6. Vertiefung und Qualifizierung

Einige Mitglieder nutzen Schulungen, Workshops oder Materialien. Sie haben das Bedürfnis das eigene Wissen zu erweitern und Kompetenzen aufzubauen.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Fortbildungen für Aktive, etwa Gruppenleitungen bieten einen Raum für Austausch, Ermutigung und Weiterentwicklung. (S. 39)

## 7. Übernahme von Verantwortung

Engagierte Personen fühlen sich sicher mit ihren Kompetenzen, übernehmen Aufgaben in der Gruppe, moderieren Treffen oder unterstützen die Organisation.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Die Einbindung einer engagierten Person als feste Ansprechperson für besondere Themen/Zielgruppen schafft Bindung und Verantwortungsgefühl. 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. (S. 16)

## 8. Multiplikation und Sichtbarkeit

Die engagierten Mitglieder vertreten die Selbsthilfe nach außen, informieren andere Betroffene oder wirken in Projekten mit. Sie fühlen sich als Teil der Gemeinschaft.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Durch Vereinsmaterialien, wie zum Beispiel Schals, Taschen oder Buttons in den Vereinsfarben (Merchandising), können Mitglieder ihre Verbundenheit auch nach außen kommunizieren. (S. 11)

## 9. Neuorientierung oder Abschied

Mit einer veränderten Lebenssituation (private, persönliche oder berufliche Entwicklungen) nimmt das Engagement ab. Der Abschied erfolgt bewusst, oft mit dem Gefühl, etwas mitgenommen zu haben.

→ **Mögliche Kommunikationsmaßnahmen:** Mit einer Befragung, kurzen Rückmeldefragen oder einer Einladung zu einem Fokusgespräch können Personen, die die Mitgliedschaft gekündigt haben, gebeten werden Feedback zu erteilen, warum sie ausscheiden wollen und was der Verband ggf. hätte anders/besser machen können. (S. 19)