

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Liebe Mitglieder der KAB,

vieles ist in unserem Verband in den letzten Monaten ins Rollen gekommen. Und zwar quer durch alle Ebenen. Ein Jahr lang haben wir in einer zentralen Steuerungsgruppe, in einer Multiplikator\*innen-Gruppe mit Vertreter\*innen aller Diözesanverbände, aber auch in vielen weiteren Gremien unsere große Mitgliederwerbekampagne geplant und vorbereitet. Denn – das zeigen die Entwicklungen der letzten Jahre ganz deutlich – wenn wir weiterhin eine starke Stimme für die Anliegen katholischer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in ganz Deutschland sein wollen, **dann ist es allerhöchste Zeit, all unsere Energie in die Mitgliederwerbung zu investieren!**



Mitgliedschaften in Vereinen und Verbänden gehören heutzutage einfach nicht mehr so selbstverständlich zum Alltag wie früher. Das spüren nicht nur wir, sondern auch viele andere Traditionsverbände an ihren sinkenden Mitgliederzahlen. Umso wichtiger ist es da, die Mitgliederwerbung zu einem festen, zentralen Bestandteil unseres Verbandsalltags zu machen. **Mit dieser Kampagne wollen wir dafür den Einstieg schaffen: mit der richtigen Strategie, den richtigen Botschaften und viel Elan – denn nur so können wir unsere KAB für die Zukunft erhalten!**

Künftig heißt die Devise also: **Wenn wir neue Mitglieder wollen, dann müssen wir werben, werben, werben!** Denn dass unsere Arbeit und unsere Themen nach wie vor große Relevanz für Arbeitnehmer\*innen besitzen, das wissen wir nicht zuletzt aus einer Onlinebefragung, die wir vor Beginn der Kampagne mit mehr als 300 Katholik\*innen aus ganz Deutschland durchgeführt haben. Es kommt darauf an, wie wir uns den potenziellen Neuen präsentieren. Wie wir auf sie zugehen und welche Argumente wir für eine Mitgliedschaft parat haben.

Auf den kommenden Seiten erfahrt ihr deshalb alles, was ihr braucht, um ab sofort **mit neuem Tatendrang und neuer Begeisterung für unsere KAB** zu werben: von den Botschaften über die Werbemittel bis hin zu konkreten Ideen für Werbeaktionen. Zusätzlich erhaltet ihr im Kampagnen-Info-Brief regelmäßig Updates und weitere Informationen (bestellbar unter [mitgliederwerbung@kab.de](mailto:mitgliederwerbung@kab.de)). Und natürlich ist wie immer auch eure Kreativität gefragt, um die Kampagne zu einem echten Erfolg zu machen. Macht mit und fragt, fragt, fragt!

Wir freuen uns auf das gemeinsame Engagement.

Maria Etl & Andreas Luttmer-Bensmann  
KAB Bundesvorsitzende

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Für ein christliches Miteinander in der Arbeitswelt

#### Starke Botschaften und klare Positionierung

Je klarer und einheitlicher wir die KAB in allen Diözesen, in jeder Ortsgruppe künftig positionieren, um so leichter wird es für Neue, zu erkennen, was wir ihnen da Tolles anbieten. Wir sind uns sicher, ihr wisst genau, warum ihr überzeugte Mitglieder der KAB seid. Aber was würdet ihr jemandem sagen, den oder die Ihr als neues Mitglied gewinnen wollt? Welche Argumente würdet ihr als erstes nennen? Welche Vorzüge hervorheben? Mit unserem Kampagnenmotto **KAB! Tritt ein für dich.** bringen wir das Wesen unseres Verbandes auf den Punkt. Es sagt zwei Dinge zugleich: Zum einen ist die KAB ein starker Verband, auf den jedes einzelne Mitglied zählen kann – die KAB tritt immer für dich ein. Zum anderen sind die Mitglieder der KAB aber auch ein ganz bestimmter Typ Mensch, nämlich solche, die für ihre Rechte, Überzeugungen und Werte einstehen. Deshalb enthält das Motto auch die Aufforderung: **KAB! Tritt ein für dich (selbst).**

Ergänzt wird das Motto, dass ihr auf allen Materialien und Medien der Kampagne findet, von unserer zentralen Werbebotschaft: **Jetzt Mitglied werden, für ein christliches Miteinander in der Arbeitswelt!** Denn obwohl Kirche und Religiosität im gesellschaftlichen Mainstream augenblicklich eher sinkenden Zuspruch finden, gibt es nach wie vor ein großes Bedürfnis nach den Grundüberzeugungen unserer christlichen Prägung. Es geht um christliche Grundwerte wie Solidarität und Gerechtigkeit, die uns alle verbinden und die wir als Verband in der Arbeitswelt und in der Gesellschaft schützen und erhalten. **Wer dieses Anliegen teilt, kann mit seiner Mitgliedschaft dafür sorgen, dass wir mit einer lauterer Stimme sprechen und diesen Werten in der öffentlichen Debatte mehr Gehör verschaffen können.**

#### Wer sind unsere Neuen?

Auch wenn sich prinzipiell ein Großteil der Einwohner\*innen Deutschlands mit den christlichen Grundwerten identifizieren kann, am leichtesten haben wir es als katholischer Verband selbstverständlich **nach wie vor bei den Katholik\*innen.** Außerdem sollten wir unsere Anstrengungen **vor allem auf die Berufstätigen** richten. Und selbstverständlich: Auch für Rentner\*innen ist eine Mitgliedschaft wertvoll, ebenso können sich Hausfrauen und Hausmänner für unsere Werte engagieren usw.

Daher ist es unbedingt erwünscht, dass ihr alle, wirklich alle potenziell Interessierten in eurem privaten und beruflichen Umfeld anspricht, mit einem Flyer, einer Postkarte oder einem Aufkleber versorgt und sie für die Vorzüge der KAB begeistert.

Für die größeren geplanten Aktionen zur Gewinnung von neuen Mitgliedern ist es aber auf jeden Fall sinnvoll, dass ihr euch auf die Zielgruppe konzentriert, die am vielversprechendsten ist – weil sie uns am nächsten steht, sich den Mitgliedsbeitrag ohne Probleme leisten kann und noch eine ganze Weile Mitglied bleiben wird: **katholische Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwischen 35 und 60 Jahren.**

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Wo treffen wir die potenziellen Neuen?

Mit dem Wissen, wen wir vorrangig werben wollen, lautet die nächste logische Frage: Wo finden wir diese Menschen? Denn besonders effektiv sind Werbeaktionen dort, wo wir besonders viele Katholik\*innen und/oder besonders viele (katholische) Arbeitnehmer\*innen finden. Solche Orte und Anlässe sind z.B.:

- Einrichtungen katholischer Arbeitgeber (Bistümer, Krankenhäuser, Kitas, Pflegeheime etc.)
- Pfarrfeste oder andere Veranstaltungen der Kirchgemeinden
- Veranstaltungen anderer katholischer Organisationen und Verbände (von kfd bis CDU)
- KAB-eigene Veranstaltungen z.B. zum 1. Mai oder dem Equal-Pay-Day
- Aber auch der örtliche Bahnhof oder die Straßenbahn zu Pendlerzeiten
- ...

### Was macht eine Mitgliedschaft attraktiv?

Das Angebot der KAB lässt sich einfach in drei Bereiche untergliedern, die wir nach Attraktivität für die potenziellen Neuen sortiert haben:

1. **Das politische Lobbying:** Die KAB vertritt die Interessen (katholischer) Arbeitnehmer\*innen in Politik und Gesellschaft. Und je mehr Mitglieder es gibt, desto lauter und wirksamer werden unsere Forderungen.
2. **Rat und Information in allen Fragen:** Die KAB bietet ihren Mitgliedern Orientierung, Auskunft und Unterstützung. Vom IMPULS über die Veranstaltungen und die Arbeits- und Lesebücher bis zur persönlichen Rechtsberatung gibt es für unsere Mitglieder je nach Region viele ganz konkrete Vorteile und Angebote. Zusätzlich erscheinen ab März auf Bundesebene in lockerer Folge neue kostenlose Ratgeberhefte zu Themen wie Arbeitsrecht, Mindestlohn oder Rente.
3. **Gemeinschaft und Engagement:** Ob bei einzelnen Aktionen oder dauerhaft in einer Ortsgruppe – in der KAB finden die Neuen Gleichgesinnte, mit denen sie sich austauschen und etwas unternehmen können.

**Ganz wichtig:** Wir gehen davon aus, dass die Beteiligung in einer Ortsgruppe für einen großen Teil der potenziellen Neuen nicht mehr das attraktivste Argument ist. Wir suchen neue (passive) Mitglieder, die Lust haben, die Anliegen der KAB mit ihrem Jahresbeitrag zu unterstützen – die Beteiligung in einer Ortsgruppe ist keine Verpflichtung und sollte eher als eine zusätzliche Option angeboten werden, nicht als das Hauptargument.

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Die Themen der Kampagne Unsere Kampagnen-Materialien

Aus der Umfrage wissen wir, welche unserer Themen bei potenziellen Neuen besonders ziehen. Diese Arbeitsfelder stellen wir in der Kampagne in den Mittelpunkt.

Die vier Themen der Kampagne sind:

- Gute Arbeit in Zeiten der **Digitalisierung**
- Der Kampf gegen Altersarmut mit der Forderung nach **fairen Renten** für alle
- Die **Stärkung von Arbeitnehmer\*innen** durch Bildung, Aufklärung und Information
- Der Einsatz für **faire Löhne**, und zwar sowohl bezüglich des Mindestlohns und Entwicklungen wie der Zeitarbeit als auch beim Equal-Pay

Rund um diese Themen drehen sich alle Materialien und Medien der Kampagne, und natürlich auch unsere vier zentralen Kampagnenmotive:

**KEINE ANGST!**  
Wir kämpfen für deine Rente.

**FÜR EIN CHRISTLICHES MITEINANDER IN DER ARBEITSWELT.**  
Jetzt Mitglied werden in der KAB!  
Ausgeschlossen von der Altersrente für besonders Frühergeborene, Selbstständige, Minijobber\*innen\*innen und viele andere sind die meisten Beschäftigten. Setz dich ein gegen starke Ungerechtigkeiten und für eine faire Altersvorsorge für alle. Mit deiner KAB! [www.kab.de](http://www.kab.de)

**KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG**  
KAB! TRITTEIN FÜR DICH.

**SEI SCHLAU!**  
Wir bilden dich weiter.

**FÜR EIN CHRISTLICHES MITEINANDER IN DER ARBEITSWELT.**  
Jetzt Mitglied werden in der KAB!  
Digitalität, Vernetzung, Skills, Hacks, Social Fit, Transparenz – das alles macht nicht leicht, die Wege zu neuen Chancen. Verschaff dir auf bildungswirtschaftlichen in deiner Nähe Unterstützung und Tipps zu den Themen, die dich im Alltag bewegen. Oder hol dir Individuelles bei uns Unterstützung von anderen Fachleuten in deiner KAB! [www.kab.de](http://www.kab.de)

**KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG**  
KAB! TRITTEIN FÜR DICH.

**BLEIB MENSCH!**  
Wir vertreten deine Interessen.

**FÜR EIN CHRISTLICHES MITEINANDER IN DER ARBEITSWELT.**  
Jetzt Mitglied werden in der KAB!  
Digitalisierung, Onlineshop, Automatisierung – die Digitalisierung verändert ganz Branchen und den Arbeitsalltag von uns allen. Wir sind jedoch Nutzer\*innen und Bewusst über neue Technologien. Aber wir sind auch die Beschäftigten\*innen über die Arbeitswelt der Zukunft. Setz dich ein für menschenwürdige Arbeitsbedingungen und den Erhalt zentraler Elemente. Mit deiner KAB! [www.kab.de](http://www.kab.de)

**KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG**  
KAB! TRITTEIN FÜR DICH.

**KENN DEINEN WERT!**  
Wir kämpfen für fairen Lohn.

**FÜR EIN CHRISTLICHES MITEINANDER IN DER ARBEITSWELT.**  
Jetzt Mitglied werden in der KAB!  
Haben wir alle die gleichen Chancen? Die gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit? Die gleiche Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Stelle? Die gleiche Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Stelle? Die gleiche Unterstützung bei der Suche nach einer neuen Stelle? [www.kab.de](http://www.kab.de)

**KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG**  
KAB! TRITTEIN FÜR DICH.

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Welche Materialien gibt es und wie können sie eingesetzt werden?

Für die verschiedenen Einsatzzwecke steht euch eine Reihe von Materialien für die Mitgliederwerbung zur Verfügung. Folgende Materialien sind im Aktionspaket enthalten und stehen außerdem als Druckvorlagen unter [www.kab.de/login](http://www.kab.de/login) (Benutzername: mitgliederwerbung, Passwort: kab10tausend) zum Download bereit:

**Plakate im Hoch- und Querformat** für den Aushang im Gemeindefreischaukasten, bei örtlichen Einzelhändlern, an schwarzen Brettern und für die Gestaltung von Ständen und Aktionen.

**Flyer mit einer Antwortkarte**, der als Basis-Medium alle Interessierten über die KAB informiert und zur Mitgliedschaft aufruft. Die Antwortkarte bietet Interessent\*innen, die sich nicht direkt für eine Mitgliedschaft entscheiden können, die Möglichkeit, zunächst mehr über die KAB zu erfahren. Die Flyer können z.B. im Gemeindefreischaukasten oder auch (Genehmigung des Trägers vorausgesetzt) z.B. in der Kantine eines katholischen Krankenhauses ausgelegt werden. Außerdem sind sie dafür gedacht, sie bei Werbegesprächen persönlich zu verteilen. Nicht vergessen: den Kontakt der Ortsgruppe eintragen oder einstempeln!

**Postkarten zu den vier Themen**, die als einfacheres Streumedium vor allem die erste Neugier wecken sollen. Sie können bei Straßenaktionen an Passanten verteilt, auf Veranstaltungen und an öffentlichen Orten ausgelegt oder auch der Briefpost beigelegt werden.

**Aufkleber als Eyecatcher**. Sie können als kleine Give-Aways verteilt werden und helfen an Ständen und bei Aktionen, den Gesprächseinstieg zu finden.

**Mitgliedsanträge**, die natürlich der wichtigste Bestandteil des Pakets sind. Denn jede Aktion und jedes Gespräch haben ein klares Ziel: die Menschen im Gespräch direkt für eine Mitgliedschaft zu begeistern und sofort zum Ausfüllen des Antrags einzuladen. Auch bei regulären Veranstaltungen, Ausflügen etc. solltet ihr künftig immer ein paar dieser Anträge dabei haben und Nichtmitglieder direkt auf eine Mitgliedschaft ansprechen.

**Armbänder und Willkommenskarte**. Sie sind zur Bedankung und Bindung gedacht, nachdem ein neues Mitglied gewonnen wurde. Auf der Postkarte muss die Adresse bzw. der Kontakt der Ortsgruppe eingestempelt oder eingetragen werden, damit der/die Neue weiß, an wen er/sie sich künftig wenden kann.

## **KAB – Tritt ein für dich!**

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### **Druckvorlagen für weitere Kampagnenmaterialien**

Zusätzlich stellen wir euch unter [www.kab.de/login](http://www.kab.de/login) zahlreiche weitere Druckvorlagen zur Verfügung, die ihr in einer Druckerei bei euch vor Ort oder über Onlinedruckereien in individueller Stückzahl produzieren lassen könnt. Zum Download stehen dort bereit:

#### **Roll-Up, Beachflag und Meshbanner**

für die aufmerksamkeitsstarke Gestaltung von Ständen, Veranstaltungen und Straßenaktionen.

#### **Printanzeigen**

in verschiedenen Formaten sowohl für die KAB-eigenen Medien als auch für die Schaltung von (Frei-)Anzeigen in der Lokalzeitung, dem Stadtmagazin, den Kirchenzeitungen usw. Es lohnt sich, die Anzeigenabteilungen regionaler Medien anzusprechen und/oder anzuschreiben und um die kostenlose Veröffentlichung einer Anzeige zu bitten. Häufig gibt es im Layout kurz vor Drucklegung noch ungefüllte Plätze und die Redaktionen setzen dann gerne Inhalte von gemeinnützigen Organisationen ein.

#### **Webbanner und Webheader**

Sowohl Header für die KAB-eigenen Webseiten als auch Werbebanner für Webseiten befreundeter Organisationen und anderer Multiplikator\*innen stehen in verschiedenen Formaten mit allen vier Motiven zum Download bereit und können sofort eingesetzt werden. Denkt immer daran, sie auf die Kampagnen-Landingpage [www.kab.de/mitgliedwerden](http://www.kab.de/mitgliedwerden) zu verlinken.

#### **Handzettel und Veranstaltungsplakate**

Auf diesen Druckdateien haben wir Platz gelassen, damit ihr euren eigenen Text einsetzen könnt. Nutzt diese Medien zur Ankündigung eurer Veranstaltungen und Aktivitäten zu passenden Themen und gebt so der Mitgliederwerbung ohne großen Zusatzaufwand zusätzlichen Anschlag. Ihr plant einen Infoabend zum Thema Digitalisierung? Kündigt ihn statt mit den üblichen Flyern mit Plakaten und Handzetteln mit dem Motiv „Bleib Mensch!“ an. Ihr macht eine Aktion am Equal-Pay-Day? Nutzt für die Einladung und Bewerbung das Motiv „Kenn deinen Wert!“ auf dem ihr Ort und Zeit selbst eindrückt.

#### **Social-Media-Posts**

Für alle gängigen Plattformen (Twitter, Facebook, Instagram) stellen wir euch Werbeanzeigen zur Verfügung. Postet sie über eure Kanäle und verlinkt die Posts auf die Landingpage [www.kab.de/mitgliedwerden](http://www.kab.de/mitgliedwerden). Auf Social Media lassen sich auch mit ganz kleinem Budget Werbeanzeigen schalten, die sehr genau die Zielgruppen treffen!

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Viel hilft viel!

Was wir vorhaben und wie ihr euch einbringen könnt

Der offizielle Start der Kampagne findet am 29.2.2020 statt. Bundesweit beginnen wir an diesem Tag die Mitgliederwerbung **mit einem gemeinsamen Auftakt**. Der inhaltliche Aufhänger dafür wird das Thema Mindestlohn: Am Tag des „heiligen Prekarius“ werden wir in zahlreichen Städten mit Straßenaktionen auf die Situation von Mindestlohnverdiener\*innen aufmerksam machen und unserer zentralen Forderung nach einer Erhöhung des Mindestlohns Nachdruck verleihen. Die Botschaft lautet: Wer sich mit uns stark machen will, die Situation zu verbessern, kann dies mit einer Mitgliedschaft in der KAB!

Nach diesem offiziellen Kick-Off wird es sowohl zentrale als auch verschiedene dezentral gesteuerte Werbemaßnahmen der Bundesgeschäftsstelle und der Diözesanbüros geben. Geplant sind vor allem Online- und Offline-Anzeigenschaltungen und PR-Aktionen.

**Die wichtigsten Werbebotschafter\*innen unserer Kampagne sind aber natürlich die vielen engagierten KABler\*innen vor Ort – also ihr und eure Ortsgruppen!** Wir können zentral mit öffentlicher Aufmerksamkeit und guter Presse dafür sorgen, dass ihr „Wind unter die Flügel“ bekommt, aber neue Mitglieder werden natürlich vor allem im persönlichen Kontakt gewonnen.

Damit ihr einen guten Überblick habt, auf welche Weise ihr euch in die Kampagne einbringen könnt, haben wir alle Maßnahmen einmal aufgelistet.

### Das könnt ihr mit eurer Ortsgruppe tun:

**Sichtbar machen:** Bringt die KAB in die Öffentlichkeit und sorgt dafür, dass jede\*r in eurem Umfeld unsere Mitgliederwerbung sieht. Mit Anzeigen, Webbannern, Plakaten und der Auslage von Flyern und Postkarten.

**Alle ansprechen:** Oft liegt das Gold im eigenen Garten. Sicher gibt es auch in eurem Umfeld Menschen, die eigentlich genau in unsere Zielgruppe passen und die sich für eine Mitgliedschaft interessieren könnten – zum Beispiel, um sich mit ihrem Mitgliedsbeitrag ebenfalls für den Erhalt christlicher Werte in der Arbeitswelt stark zu machen. Aber ihr habt sie einfach nur noch nie konkret gefragt. Dafür ist jetzt die Zeit gekommen. Ob Freund\*innen, Bekannte, Kolleg\*innen oder Nachbar\*innen – erzählt ihnen von der KAB und unseren Themen und fragt sie ganz offen, ob sie Mitglied werden.

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

**Die Mitgliederwerbung immer mitdenken:** Nutzt Synergie-Effekte und verknüpft alle Aktivitäten eurer Gruppe, bei denen Nichtmitglieder beteiligt sind, mit dem Thema Werbung. Legt die Materialien aus und schiebt am Anfang oder Ende einen kleinen „Werbeblock“ ein, bei dem ihr erzählt, warum die KAB neue Mitglieder braucht und welche Wirkung eine Mitgliedschaft hat. Benutzt die Handzettel und Veranstaltungsplakate aus unserem Downloadbereich für Vorankündigungen und überlegt, ob ihr angedachte Aktivitäten noch auf die vier Kampagnenthemen zuspitzen und so für die Werbung nutzbar machen könnt.

**Gute Gelegenheiten für Werbeaktionen erkennen und nutzen:** Kein Pfarrfest, kein Adventsbasar und keine 1. Mai-Demo sollte in Zukunft ohne Werbeaktion stattfinden. Ein kleiner Stand, eine kleine Aktion – es gibt immer einen Weg, mit relativ geringem Aufwand das Thema Mitgliedschaft in der KAB sichtbar zu machen und mit Menschen ins Gespräch zu kommen. Die neuen Materialien werden euch die Sache leichter machen!

**Zusätzliche Gelegenheiten für Werbeaktionen schaffen:** Auch unabhängig von Terminen wie dem Equal-Pay-Day oder dem Kirchenkalender könnt ihr effiziente Werbeaktionen eigenständig planen. Z.B. an einem Wochentag zu Berufspendlerzeiten am Bahnhof oder nach Rücksprache mit der Einrichtungsleitung in der Kantine eines katholischen Krankenhauses lohnen sich Werbeaktionen, bei denen ihr die Menschen direkt ansprechen könnt. Ein Team von zwei bis drei Leuten, die sich dafür drei Stunden Zeit nehmen, reicht oft schon aus.

Wir haben für euch einige einfach umzusetzende Aktionsideen entwickelt, die euch Aufmerksamkeit garantieren und das Werben erleichtern.

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Die Umsetzung

Ideen für erfolgreiche Werbeaktionen und Werbegespräche

#### Aktionsidee: „Sieh’s mal pink“

##### **Worum geht’s?**

Ob auf dem Pfarrfest, in der Fußgängerzone oder auf dem Wochenmarkt – ein Werbestand ist natürlich das klassische Mittel der Wahl, wenn wir Menschen erreichen und als Mitglied für unseren Verband werben wollen. Dabei helfen die farbenfrohen und ausdrucksstarken Materialien natürlich sehr, um nicht übersehen zu werden. Zusätzlich sorgen ein paar ganz einfache Tricks für die nötigen Hingucker und einen leichten Gesprächseinstieg. Denn eines ist ganz wichtig: Ihr dürft nicht hinter eurem Stand stehen und abwarten, ob jemand kommt – ihr müsst fröhlich auf die Leute zugehen und sie für unsere KAB interessieren!

##### **Worauf kommt es an?**

Wählt sorgfältig aus, welche Materialien ihr einsetzt. Wichtig ist, dass ihr euch auf das Thema Mitgliederwerbung konzentriert und keine „Nebenbaustellen“ eröffnet. Sorgt dafür, dass euer Stand weithin erkennbar ist – ganz gleich, ob z.B. mit großen Plakaten oder mit einem Roll-Up. Gibt es weitere pinke Tools in eurem Fundus, die keine zusätzliche Botschaft tragen (z.B. ein einfacher KAB-Sonnenschirm) könnt ihr die natürlich gut kombinieren. Stellt aber sicher, dass nicht noch andere Slogans oder Themen aus euren anderen Arbeitsbereichen in die Botschaften der Mitgliederwerbung „reingemischt“ werden. Im Aktionspaket findet ihr neben den Plakaten die zentralen Infomedien: die Postkarten und einen Basis-Flyer. Und das Give-Away (Aufkleber) mit dem ihr ebenfalls auf Menschen zugehen könnt.

##### **Wie geht’s noch kreativer?**

Mit den pinken Keyvisuals unserer Kampagne – also z.B. den Boxhandschuhen, der rosa Brille oder rosa Geldscheinen habt ihr die passenden „Requisiten“ für die spielerische Ansprache. Geht ihr z.B. mit pinken Boxhandschuhen mit der „Deckung oben“ und von einem Fuß auf den anderen tänzelnd auf jemanden zu und fragt: „Haben Sie nicht auch Lust für bessere Renten zu kämpfen?“, wird man euch bestimmt mehr Beachtung schenken, als wenn ihr – übertrieben gesagt – einfach wortlos Flyer verteilt. Selbstverständlich müsst ihr euch auch nicht auf die vier Requisiten aus unseren Plakatmotiven beschränken. Wenn ihr lieber mit einem großen pinken Wecker werben wollt, weil es „höchste Zeit ist, für seine Rechte einzustehen“ oder mit pinken Hanteln, um sich „für christliche Werte stark zu machen“ – eurer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt ...

**Wenn ihr die Kosten gering halten wollt, könnt ihr auch für mehrere Werbeteams in einem Diözesenverband zusammen die Requisiten anschaffen und euch absprechen, wer sie wann benötigt.**

Verschiedene Requisiten könnt ihr ab Januar über die KAB erwerben, mehr erfahrt ihr im regelmäßig erscheinenden Kampagnen-Newsletter. Falls ihr den noch nicht bezieht, einfach anmelden unter [mitgliederwerbung@kab.de](mailto:mitgliederwerbung@kab.de) !

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Aktionsidee: „Die Pendler\*innen abpassen“

#### **Worum geht's?**

Wo trifft man tagtäglich Hunderte von Arbeitnehmer\*innen? Richtig, beim Pendeln mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Am Bahnhof oder der Tramstation machen wir uns die Wartezeiten zunutze und überraschen die Wartenden mit einem netten Angebot: Mit selbstgekochtem Kaffee oder auch mit selbstgeschmierten Stullen haben wir den perfekten Gesprächseinstieg. Mit einem schönen warmen Kaffee in der Hand plaudert es sich umso angenehmer über die vielen Vorzüge einer KAB-Mitgliedschaft.

#### **Wie geht die Umsetzung?**

Ob mit einem Stand oder mobil als kleines Grüppchen, im Prinzip stehen euch alle Möglichkeiten offen – aber auch hier gilt: Macht das Anliegen und die Themen sichtbar! Wenn ihr keinen Stand aufbauen wollt, könnt ihr euch ganz einfach selbst zur Werbefläche machen: Zwei Plakatmotive im Hochformat auf starke Pappen geklebt und an den beiden oberen Ecken mit einer Schnur verbunden, lassen sich ganz einfach umhängen, sodass ihr von vorne und von hinten klar erkennbar seid. Geht auf die Menschen zu und sprecht sie an. Fragt z.B., wie sie über christliche Werte in der Arbeitswelt denken, ob ihnen Gerechtigkeit beim Lohn auch ein Anliegen ist, und bietet ihnen einen Kaffee oder ein Brötchen an. Wer sich nicht sofort begeistern lässt, bekommt wenigstens einen Flyer mit!

**Wenn ihr Becher oder Butterbrottüten in pink auftreiben könnt oder sie mit den Kampagnenaufklebern verziert, macht die Aktion gleich doppelt Eindruck. Natürlich könnt ihr auch diese Aktion mit den pinken Keyvisuals aus der Kampagne aufpeppen, wenn ihr Lust habt!**

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Aktionsidee: „Auf die Werte kommt es an“

#### **Worum geht's?**

Je tiefer wir mit den Menschen an einem Werbestand ins Gespräch kommen, umso mehr Möglichkeiten haben wir, sie für die Arbeit unserer KAB zu begeistern. Mit einer etwas aufwendigeren, dafür aber umso wirksameren Aktionsidee könnt ihr das Thema unserer Kampagne – die christlichen Werte in der Arbeitswelt – direkt und spielerisch zum Thema machen. An eurem Stand können Passant\*innen nämlich selber abstimmen, welche Werte in unserer heutigen Arbeitswelt tatsächlich gelebt werden und welche ihnen in unserem Alltag zu kurz kommen. Nach diesem Einstieg ist doch eigentlich klar: Wer sich mehr gelebte christliche Werte in der Arbeitswelt wünscht, für den ist die Mitgliedschaft doch genau das Richtige!

#### **Wie geht die Umsetzung?**

Ihr baut einen Stand mit den üblichen Werbematerialien auf. Zusätzlich gibt es aber noch eine große Magnet- oder Pinnwand. Darauf spannt ihr Papier, das ihr unter der Überschrift „Worauf legen wir Wert?“ mit allen christlichen Werten versehen, die euch in der Arbeitswelt wichtig sind. Z.B. „Mitgefühl“, „Rücksichtnahme“, „Schutz der Familie“, „Solidarität“, „Gemeinschaftlichkeit“, „Gerechtigkeit“ etc. Mit kleinen Magneten, Pins oder Klebepunkten in verschiedenen Farben (zum Beispiel pink und schwarz) können Passant\*innen nun abstimmen: Welche Werte werden in meiner Arbeitsstelle tatsächlich geachtet, welche würde ich mir viel mehr wünschen. Jeder der mitgemacht hat, ist natürlich danach quasi schon mitten im Werbegespräch. Entscheidet jemand mit seinem Klebepunkt z.B., Solidarität sei heutzutage in der Arbeitswelt kaum noch zu finden, könnt ihr daran wunderbar anknüpfen und von unserem Einsatz für einen höheren Mindestlohn oder auch von unserem Kampf gegen die Altersarmut berichten.

Schon nach wenigen Durchgängen gibt es bei euch am Stand außerdem richtig was zu sehen, denn man kann sich anschauen, wie der Durchschnitt der bisherigen Besucher\*innen die Situation einschätzt. Auch das ist ein spannender Aufhänger, um über die Themen der KAB ins Gespräch zu kommen.

**Variante:** Natürlich könnt ihr das Abstimm-Prinzip mit den Klebepunkten auch auf einzelne Themen und konkrete Fragen anwenden. Ihr könntet zum Beispiel eine Werbeaktion mit dem Thema Mindestlohn aufmachen und alle Passant\*innen abstimmen lassen, ob sie den gegenwärtigen Mindestlohn für gerecht halten. Oder ihr lasst sie z.B. schätzen, wie hoch wohl die Rente von einem Menschen ist, der ein Leben lang für den Mindestlohn gearbeitet hat. So einfach lässt sich diese Aktion zu jedem der vier Themen flexibel und aufmerksamkeitsstark einsetzen.

**Ein Muster für eine solche Plakatwand findet ihr als Vorlage im Downloadbereich auf [kab.de](http://kab.de).**

## KAB – Tritt ein für dich!

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### Das Werbegespräch

Für alle unter euch, die sich bei der Vorstellung, auf der Straße Neue für die KAB zu werben vielleicht etwas unsicher fühlen, gibt es gute Nachrichten: Wie man ein erfolgreiches Werbegespräch führt, kann man planen und lernen! Mit einer einfachen Formel könnt ihr euch eine innere Struktur schaffen und euch ohne großen Aufwand gut auf das Gespräch vorbereiten.

#### Die Vorbereitung

Verinnerlicht die in diesem Leitfaden aufgeführten Gründe und guten Argumente für eine Mitgliedschaft. Greift euch zwei, drei Punkte heraus, die besonders für eure Werbeaktion (Location, Thema und Zielgruppe – Pflegekräfte in einem Krankenhaus interessieren sich wahrscheinlich aus anderen Gründen für die Mitgliedschaft als CDU-Ortsbeiräte) geeignet sind, lest die Materialien (Flyer, Postkarte) gründlich durch und stellt sicher, dass ihr die Konditionen der Mitgliedschaft (Preis, Zahlweise, Kündigungsfrist etc.) genau kennt. Und schon seid ihr gewappnet.

#### Der Gesprächsablauf

Die vier Schritte der zielorientierten Gesprächsführung – die Formel dafür heißt **A-I-D-A**

**Attention** | Ihr beginnt damit, Aufmerksamkeit zu generieren, für die Kontaktaufnahme könnt ihr euch Einstiegssätze oder Einstiegsfragen je nach Thema und Zielgruppe zurechtlegen. Zum Beispiel: Finden Sie die Höhe des Mindestlohns angemessen?

**Interest** | Ist die Aufmerksamkeit gewonnen und jemand stehen geblieben, geht es darum, sein/ihr Interesse zu gewinnen. Ein paar Fakten dazu, wie wichtig es z.B. ist, den Mindestlohn zu erhöhen („Wissen Sie, wie wenig Rente jemand bekommt, der ein Leben lang für den Mindestlohn gearbeitet hat? Nicht mal 800 Euro.“) vertiefen das Thema und das Interesse eures Gegenübers.

**Desire** | Im nächsten Schritt geht es darum, den Wunsch auszulösen, an dem Problem etwas zu ändern, und hier kommt natürlich die Mitgliedschaft ins Spiel. Denn: Mit der Mitgliedschaft in der KAB kann jede und jeder helfen, z.B. der Forderung nach einem höheren Mindestlohn mehr Nachdruck zu verleihen. Untermauert diese Argumente jetzt mit den weiteren Vorteilen einer Mitgliedschaft, denn ihr wollt ja im Gespräch beim Gegenüber die „Kaufentscheidung“ auslösen.

**Action** | Jetzt kommt der entscheidende Moment, denn es braucht für den erfolgreichen Gesprächsabschluss die konkrete Frage: den Aufruf mitzumachen und jetzt KAB-Mitglied zu werden. Und lasst euch nicht direkt von einem „Ich denk drüber nach“ entmutigen. Mit nur 5 Euro im Monat so viel Gutes zu bewirken – das muss man sich doch nicht zweimal überlegen!

## **KAB – Tritt ein für dich!**

Leitfaden zur Mitgliederwerbekampagne der KAB Deutschlands

### **Gute Argumente auf einen Blick**

Was wir den Neuen sagen wollen:

- Wertvolle christliche Grundwerte wie Solidarität, Fairness und Mitgefühl haben in unserer Arbeitswelt immer weniger Raum. Als Mitglied der KAB verschafft man diesen Grundwerten eine starke Stimme in Politik und Gesellschaft. In Zeiten wie diesen, die von Globalisierung, Großkonzernen und großen Umbrüchen geprägt sind, ist das wichtiger denn je!
- Die KAB engagiert sich für die Rechte und Bedürfnisse von Arbeitnehmer\*innen über alle Branchen hinweg: von der Pflege über den Maschinenbau bis hin zum Einzelhandel. Ob bei der Erhöhung des Mindestlohns, beim Schutz des arbeitsfreien Sonntags oder in puncto Vereinbarkeit von Familie und Beruf – die KAB kämpft für konkrete Verbesserungen im Arbeitsalltag ihrer Mitglieder.
- Ohne sich selbst ehrenamtlich engagieren zu müssen, trägt man tagtäglich dazu bei, dass die Rechte der Schwächsten, wie Kinder, Rentner\*innen oder prekär Beschäftigte gestärkt und vertreten werden. So kann jede\*r Problemen wie der wachsenden sozialen Ungerechtigkeit, der zunehmenden Altersarmut oder prekären Arbeitsverhältnissen etwas entgegensetzen und sich für eine Gesellschaft stark machen, die christliche Werte hochhält und lebt.
- Auch wer sich gerne mehr engagieren möchte, findet in der KAB, was er bzw. sie sucht. Die KAB organisiert regelmäßig Kundgebungen und Veranstaltungen, um wichtigen Anliegen Gehör zu verschaffen und ihren Forderungen politischen Nachdruck zu verleihen.
- Ob mit dem 4x im Jahr erscheinenden Mitglieder magazin IMPULS, mit den Arbeits- und Lesebüchern, der neuen Kurzatgeberreihe oder den zahlreichen Bildungsveranstaltungen: In der KAB bekommen Arbeitnehmer\*innen wichtige, aktuelle Informationen, die ihnen helfen, sich in der immer komplexeren Arbeitswelt zu orientieren und zu behaupten.
- Wenn konkreter und individueller Rat gebraucht wird, ist die KAB auch persönlich für ihre Mitglieder da. Von der Beratung durch erfahrene Arbeitsrechtler bis hin zum Rechtsschutz in konkreten Fällen können die Mitglieder immer auf ihren Verband zählen.
- Die KAB ist eine besondere Gemeinschaft. Wer Anschluss an Gleichgesinnte sucht – ob zum lockeren Austausch, für gemeinsame Aktionen und Ausflüge oder für politisches Engagement – in der KAB wird er oder sie fündig.