

	<u>Vorlagen-Nr.: 2014 /i</u>	3	0	8
Vorlage für die Sitzung des Parteivorstandes am:	29./30.11.2014 24./25. Januar 2015			
Art der Vorlage:	Beschlussvorlage			
	Informationsvorlage		x	
Zum Tagesordnungspunkt:				
Einbringer_in:	Projektteam „Mitgliedergewinnung, -pflege und Mitgliederdatenverwaltung“			
Die Vorlage wurde eingereicht am:	21. November 2014			
Die Vorlage wurde verteilt am:	19. Januar 2015			
Thema:	Parteientwicklung: Mitgliedergewinnung, -pflege, Mitgliederdatenverwaltung			
Beschlussvorschlag:	-			
Ressourcenbedarf (personell, organisatorisch, finanziell); ggf. Beteiligung Dritter	-			
Erwartete öffentliche Wirkung	-			
Zusammenarbeit mit dem Jugendverband und ggf. Bündnispartner_innen	-			
Barrierefreiheit/Teilhabemöglichkeit für Menschen mit Behinderung	-			
Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit:	-			
Finanzielle Mittel / Kostenstelle:	-			
Die Vorlage wurde abgestimmt mit (falls entsprechend GO 4.4 und 4.5 erforderlich)	Bundesgeschäftsführer	X		
	Bundesschatzmeister			
Zur Behandlung der Vorlage sind einzuladen:	-			
Den Beschluss sollen erhalten:				
<u>Beschlussvermerk:</u>				

Bericht des Projektteams »Mitgliedergewinnung, -pflege und Mitgliederdatenverwaltung«

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung
2. Bestandsaufnahme
3. Laufende Maßnahmen zur Verbesserung der Mitgliederarbeit
4. Ausblick
5. Anlage

1. Vorbemerkung

Das Projektteam »Mitgliedergewinnung, -pflege und Mitgliederdatenverwaltung«, das im Rahmen der Debatte zur weiteren Parteientwicklung eingesetzt wurde, besteht aus Katharina Dahme, Michael Entrich, Ates Gürpınar, Martin Harnack, Frank Megelat, Pascal Meiser, Yvonne Sotorrios, Torsten Weil, Martin Wittmaack.

Ausgangspunkt der Projektgruppe ist das Papier »Verbreiten, verbinden, verankern« von Katja Kipping und Bernd Riexinger sowie der Abschlussbericht »LINKE 2020«. Dabei knüpfen wir an den Ergebnissen des Projektberichtes »LINKE 2020« an und beleuchten vor allem den Zeitraum 2011 bis 2014.

2. Bestandsaufnahme

Mitgliederentwicklung

Die Mitgliederentwicklung war seit 2011 lange Zeit durchgängig rückläufig. Dieser Rückwärtstrend konnte erst im September 2013 erstmalig im Vergleich zum Vormonat gestoppt werden, auch wenn sich insgesamt im Jahr 2013 noch ein minimaler Verlust im Vergleich zum Vorjahr ergab.

Die Entwicklung in 2014 war bisher uneinheitlich. Nach einem starken 1. Quartal 2014 mit einer positiven Mitgliederentwicklung geht diese schon im 2. Quartal (trotz Europawahl) zurück und fällt im 3. Quartal weiter auf einen neuen Tiefstand:

31.12.2011:	69.458
31.12.2012:	63.761
31.12.2013:	63.756
31.03.2014:	64.055
30.06.2014:	63.869
30.09.2014:	63.155

Die Entwicklung in den einzelnen Landesverbänden ist dabei zum Teil sehr unterschiedlich, auch jeweils innerhalb der Ost- und der Westlandesverbände. Insgesamt gesehen gilt: Die Ursache für den Mitgliederrückgang der letzten Jahre wird oft mit der hohen Anzahl an Verstorbenen in der Mitgliedschaft begründet. Betrachten wir allerdings die Zahlen genauer,

ist die Anzahl der Verstorbenen zwar sehr hoch (2011= 1.711; 2012=1.595; 2013=1.359, 30.09.2014=1.062), das größere Problem sind jedoch die beeinflussbaren Verluste (Austritte plus Feststellung des Austrittes nach §3 (3) Bundessatzung):

2011:	7.169
2012:	7.155
2013:	3.522
2014 bis 31.03.:	1.063
2014 bis 30.06.:	2.121
2014 bis 30.09.:	3.265

Ein großes Problem ist dabei, dass wir bei den meisten Austritten nicht wissen, warum wir das Mitglied verloren haben und es, bis auf Ausnahmen, keinerlei systematische »Nachbearbeitung« (Nachfragen, Rückholgespräche) bei Austritten gibt.

Sofern die Austrittsgründe angegeben und erfasst (ca. 10 Prozent im MGL4web) sind, wird in erster Linie die Unzufriedenheit mit der örtlichen Partei angegeben. Hierunter fallen nicht nur interne und persönliche Streitigkeiten, sondern auch, dass keinerlei Kontakt mit dem Mitglied aufgenommen wurde. Lediglich 4,3 Prozent aller Ausgetretenen gaben im Zeitraum von 2011 bis 2013 an, mit der politischen Ausrichtung der LINKEN nicht einverstanden zu sein.

In den Jahren 2011 und 2012 konnten selbst die beeinflussbaren Verluste (siehe oben) in keiner Weise durch die Eintritte aufgefangen werden. Erst im Jahr 2013, welches durch Landtagswahlen (Bayern, Hessen, Niedersachsen) und die Bundestagswahl geprägt war, und bisher auch in 2014 konnten die Eintritte erheblich gesteigert und damit die beeinflussbaren Verluste aufgefangen werden:

2011:	3.383
2012:	3.062
2013:	4.901
2014 bis 31.03.:	1.737
2014 bis 30.06.:	2.944
2014 bis 30.09.:	3.670

Positiv anzumerken ist in diesem Zusammenhang, dass 47 Prozent der Neueintritte zwischen 16 und 35 Jahre alt ist.

Allgemein betrachtet sind unsere Hauptprobleme zum einen, Mitglieder außerhalb von Wahlkämpfen zu gewinnen, zum anderen, Menschen in der Partei zu halten.

Gewinnung neuer Mitglieder

Eines der Ergebnisse des Projektberichtes »LINKE 2020« war, dass Mitgliedergewinnung ein Querschnittsthema ist und nicht losgelöst von konkreten Projekten/Kampagnen begriffen werden muss. Damit wurde auch Abstand genommen von einem Ansatz, wie ihn die vorangegangene Mitgliederinitiative zur Gewinnung neuer Mitglieder, insbesondere von Frauen, verfolgt hatte – nämlich durch die einmalige Bereitstellung von zentralen Mitgliederwerbematerialien, verbunden mit einem reinem Mitgliederwerbewettbewerb, aber

losgelöst von anderen Aktivitäten die Mitgliedergewinnung insgesamt zu forcieren. Insbesondere dem Aspekt der Einbindung und Beteiligung neuer Mitglieder war dabei deutlich zu wenig Beachtung geschenkt worden. Die Materialien der Mitgliederinitiative (Video, Postkarten) wurden und werden jedoch nach wie vor gerne genutzt.

Die Gewinnung neuer Mitglieder wird in den Landes- und Kreisverbänden inzwischen sehr unterschiedlich angegangen. Das Bewusstsein, Interessentinnen und Interessenten aktiv anzusprechen, ist zwar mittlerweile auf allen Ebenen und vor allem in den Vorständen vorhanden, jedoch gibt es nach wie vor eine große Scheu vor der direkten Frage „Willst du bei uns eintreten?“. Selbst in Wahlkampfzeiten, in denen eine erhöhte Politisierung der Wählerinnen und Wähler erfolgt und das Interesse an Parteien steigt, gibt es Kreisverbände, in denen kein einziges neues Mitglied für die Partei gewonnen werden konnte. Potentiale wie Wahlkampfunterstützerinnen/Wahlkampfunterstützer, Bündnispartnerinnen/Bündnispartner und Interessierte, die wir immer wieder zu bestimmten Aktionen im Parteiumfeld treffen, werden nach wie vor nicht systematisch angesprochen.

Eine systematische Herangehensweise an die Mitgliedergewinnung und die Verknüpfung von Aktivitäten mit der Mitgliedergewinnung findet weiterhin nur unzureichend statt. Oft wird die Mitgliedergewinnung einer Verantwortlichen/einem Verantwortlichen und/oder der Kreisschatzmeisterin/dem Kreisschatzmeister als Aufgabe zugeordnet; diese werden damit dann allerdings alleingelassen beziehungsweise haben sie oft das Gefühl, alleingelassen zu werden. Eine offensive Mitgliederwerbung bei Veranstaltungen („Bei uns kann man auch mitmachen“ oder »Wir freuen uns über neue Mitglieder«) findet in den wenigsten Kreisverbänden statt.

Vor Ort sichtbar und attraktiv zu sein ist besonders wichtig, denn alle Kreisverbände mit einer besonders guten Mitgliederentwicklung haben zwei Dinge gemeinsam: Sie sind mit kreativen Aktionen regelmäßig auf der Straße zu sehen und sprechen dabei Interessierte an und sie haben unterschiedliche Beteiligungsangebote, die sie neuen Mitgliedern, Sympathisantinnen und Sympathisanten zum Mitmachen anbieten können.

Mitglieder halten

Die Willkommenskultur der LINKEN muss weiterhin positiv verändert werden. So finden zum Beispiel noch nicht flächendeckend Willkommensveranstaltungen wie Neumitgliedertreffen/-seminare statt oder es wird nicht aktiv auf neue Mitglieder zugegangen. Oft fühlen sich Kreisvorstände hiermit auch aufgrund einer Vielzahl von anderen wichtigen Aufgaben überfordert.

Die Mitgliederentwicklung zeigt aber, dass eines unserer Probleme ist, Mitglieder in die Parteiarbeit zu integrieren/sie zu beteiligen beziehungsweise ihnen das Gefühl zugeben, bei der LINKEN bin ich richtig – bin ich zu Hause.

Es beginnt bereits mit dem Erstkontakt, der in den meisten Fällen bloß schriftlich mit einem Willkommensbrief erfolgt. Eine persönliche Abfrage, welche Interessen die neuen Mitglieder haben, um ihnen entsprechende Angebote zu unterbreiten, wird gescheut. Auch wird beobachtet, dass bei bemühten Kreisverbänden oft keine Ideen zu möglichen

Beteiligungsfeldern vorhanden sind, die sie neuen Mitgliedern anbieten könnten. Ein kontinuierlicher Kontakt findet in der Breite meist nur über den Newsletter, die Kreiszeitungen und/oder das Abbuchen des Beitrages statt.

Das Projekt »Linksaktiv« hat zur Aktivierung von vielen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern in den Bundestagswahlkämpfen 2009 und 2013 geführt. Doch obwohl der erste Schritt schon getan ist – also das sich Nicht-Mitglieder oder auch Mitglieder erstmalig gemeldet haben, werden die neuen Aktiven nicht überall aktiv in die Parteiarbeit einbezogen. Und dort, wo dies im Wahlkampf gelingt, wird eine weitere Zusammenarbeit mit den Aktiven, gerade mit Nicht-Mitgliedern, meist nach den Wahlkämpfen nicht mehr gesucht. So entsteht oft der Eindruck, nur für Wahlkämpfe gebraucht zu werden.

Gerade in Kreisverbänden mit wenigen Aktiven ergibt sich häufig ein Teufelskreis. Die Aktiven klagen über geringe personelle Ressourcen, sind aber dann, wenn neue Mitglieder eintreten oder sich neue Unterstützer/-innen auf Grund ihrer eigenen Schwäche kaum in der Lage, dies in die Parteiarbeit einzubeziehen. Die Scheu, Mitglieder einfach zu fragen, ob sie und wenn ja wie sie mitmachen möchten, gepaart mit der Schwierigkeit, Dinge auch abzugeben und nicht alles selbst zu erledigen, führt zu einem kleinen Aktivenkreis auf der einen Seite. Auf der anderen Seite – also bei den Mitgliedern, Unterstützerinnen und Unterstützern – führt es zur Resignation und dem Gefühl, gar nicht gebraucht oder, noch schlimmer, nicht gewollt zu sein. Die Bindung an die Partei bleibt so gering, der Schritt dahin, schnell wieder auszutreten oder auch seinen Mitgliedsbeitrag nicht zu zahlen, ist nicht allzu groß.

Auf der anderen Seite steht das Problem, dass dann, wenn es zu Austritten kommt, diese oft nur sehr formal behandelt werden. Das heißt, dass bei Eingang des Austrittes dieser meist nur in der Mitgliederdatenbank verzeichnet und die Austrittsbestätigung versandt wird. Eine Nachbearbeitung im Sinne einer persönlichen Kontaktaufnahme per Telefon, bei der nachgefragt wird, was getan oder verändert werden muss, um das Mitglied in der LINKEN zu halten oder zumindest die Beweggründe zu erfahren, findet in den allermeisten Fällen nicht statt. Andererseits gibt es vereinzelt, dort wo das persönliche Gespräch per Telefon oder einem Treffen aktiv gesucht wird, sehr positive Erfahrungen mit Rückholgesprächen.

Ähnlich verhält es sich mit den sogenannten Bereinigungen aufgrund fehlender Beitragszahlung (Feststellung des Austrittes nach §3 (3) Bundessatzung). Auch findet vielerorts eine Kontaktaufnahme weiterhin überwiegend nur formal über einen oder mehrere Briefe statt. Dies ist zwar satzungsgemäß, das Ziel, die betreffende Person als Mitglied in der Partei zu halten, wird damit aber in vielen Fällen nicht erreicht.

Es hat sich gezeigt, dass dort, wo der persönliche Kontakt zu säumigen Mitgliedern aktiv gesucht wird, das heißt, diese persönlich angerufen oder aufgesucht werden, häufig eine gute Chance besteht, diese Mitglieder in der Partei zu halten, sofern dabei auf das Mitglied eingegangen wird und nach den Gründen der Nichtzahlung gefragt wird.

Mitgliederdatenverwaltung

Das zentrale Mitgliederprogramm (MGL4web) dient der Mitgliederdatenverwaltung wie der Buchführung. Mittlerweile ist die Wichtigkeit eines zentralen Mitgliederprogramms

flächendeckend erkannt, auch wenn es noch Kreisverbände gibt, die auf ihre gewohnten Excel- oder vergleichbare Verteiler zurückgreifen.

Die Vielzahl an Möglichkeiten, die das MGL4web bereits jetzt bietet, scheint noch nicht flächendeckend bekannt zu sein. Die regelmäßige Pflege der Mitgliederdaten als Instrument der Mitgliederbetreuung – also schnell Kontakt aufnehmen zu können, Eintragung der Mitarbeiter in AGs/LAGs, Berufsabschluss, Tätigkeit und Ähnliches – findet noch immer nicht flächendeckend in den Landes- und Kreisverbänden statt. Die Sorgfalt, die im Finanzbereich des MGL4web gepflegt wird, hat sich dabei offenkundig noch nicht auf die Mitgliederdatenverwaltung übertragen.

3. Laufende Maßnahmen zur Verbesserung der Mitgliederarbeit

Im Anschluss an den Projektbericht »LINKE 2020« wurde durch den Bereich Kampagnen und Parteientwicklung (KP) systematisch ein Netzwerk für Mitgliederverantwortliche aufgebaut, das mittlerweile die Verantwortlichen alle Kreisverbände umfasst, auch wenn die Aktualisierung ein ständiger Prozess bleibt.

Der jährlich stattfindende zentrale Tag der Mitgliederverantwortlichen hat sich inzwischen etabliert und wird von vielen Verantwortlichen aus den Kreisverbänden wahrgenommen. Das Veranstaltungskonzept umfasst dabei immer einen zentralen fachlichen Input sowie anschließend Workshops zur Vermittlung von Handwerkszeug für die praktische Arbeit vor Ort (zum Beispiel zu Rückholgesprächen, Gesprächsführung zur Beitragserhöhung und mit Beitragssäumigen, Durchführung eines Neumitgliedertreffens).

Die Koordinierungsrunde der Mitgliederverantwortlichen der Landesverbände trifft sich regelmäßig zwei bis dreimal im Jahr gemeinsam mit dem Bereich KP, um sich auszutauschen, praktische Hilfestellungen für die Kreisverbände anzustoßen und Ideen zur Mitgliederentwicklung zu entwickeln und anschließend in ihren Landesverbänden umzusetzen.

In Folge des Projektberichts »LINKE 2020« werden nach einigen Anlaufschwierigkeiten inzwischen detaillierte Quartalsberichte über die Mitgliederentwicklung der Gesamtpartei und der einzelnen Landesverbände erstellt und den Mitgliederverantwortlichen zur Verfügung gestellt. Die systematische Arbeit mit den Zahlen zur Mitgliederentwicklung der Landesverbände hat sich zumindest bei den Mitgliederverantwortlichen der Landesverbände (Koordinierungsrunde Mitgliederentwicklung) inzwischen etabliert. Auf Kreisverbandsebene gestaltet sich das weiterhin sehr uneinheitlich. Die Zahlen zur Mitgliederentwicklung der Kreisverbände im Vergleich stoßen dabei immer auf besonders großes Interesse, konnten aufgrund des hohen Arbeitsaufwandes (bisher keine automatisierte Erstellung aus dem MGL4Web möglich) bisher nicht für jedes Quartal, sondern nur für das Jahr 2013 und das erste Halbjahr 2014 vom Bereich KP zur Verfügung gestellt werden.

Der Newsletter »Mitglieder gewinnen, Mitglieder beteiligen« für die Mitgliederverantwortlichen der Kreis- und Landesverbände sowie weitere Interessierte erscheint inzwischen regelmäßig (in der Regel einmal im Quartal). Dieser umfasst die regelmäßige, detaillierte Berichterstattung über die Mitgliederentwicklung der Gesamtpartei und der einzelnen

Landesverbände in Form von Quartalsberichten. Darüber hinaus werden hierüber Handreichungen verbreitet und gute Beispiele aus Landes- und Kreisverbänden veröffentlicht und zu deren Nachahmung angeregt.

Es existiert inzwischen eine Vielzahl an Handreichungen (siehe Übersicht am Ende dieses Berichtes) für die praktische Mitgliederarbeit in den Kreisverbänden entwickelt. Zudem werden immer wieder bedarfsorientiert Workshops in den Landesverbänden durchgeführt, die der Weiterentwicklung der Mitgliederarbeit vor Ort dienen.

Auf Bundesebene ist es mittlerweile fester Anspruch, auf alle Verteilmaterialien Eintrittsformulare oder Mitmach-Coupons zu drucken, auch wenn es auch hier nicht gelungen ist, dies bei allen Massenverteilmaterialien durchzuhalten. Thematische Arbeitspakete für die Kreisverbände enthalten zudem in der Regel Aktionsideen, um eine höhere Präsenz auf den Straßen zu erreichen und damit DIE LINKE sichtbar und attraktiver zu machen.

Auf Landesebene gibt es inzwischen zunehmend aktiv Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung und -beteiligung. Positiv ist hier zum Beispiel Hessen anzuführen, wo in den letzten Jahren systematisch ein Netzwerk der Kreismitgliederverantwortlichen aufgebaut wurde und inzwischen regelmäßig die Mitgliederentwicklung im Landesvorstand, Landesfinanzrat und jetzt auch mit den Kreismitgliederverantwortlichen diskutiert und Maßnahmen für ein attraktiveres Parteileben entwickelt werden. Ein anderes positives Beispiel ist der Landesverband Thüringen, der eine »Kreativ-AG« gegründet hat, die sich mit dem Thema Mitgliederarbeit beschäftigt. Diese plant Aktionen und bietet neuen Mitgliedern die Möglichkeit, sich an Aktionen zu beteiligen. Darüber hinaus erarbeitet sie auch Hilfestellungen wie die »Willkommensbroschüre« zur Orientierung neuer Mitglieder oder die geplanten »Gelben Seiten der Thüringer LINKEN«.

4. Ausblick

Neue Mitglieder zu gewinnen und sie als Mitglieder der LINKEN zu halten, ist – jenseits populärer inhaltlicher Positionen, wahrnehmbaren Erfolgen und der Absenz von offenen Streitigkeiten – nur dann erfolgreich, wenn DIE LINKE als Mitgliederpartei wahrgenommen und erlebt wird. Beteiligungsangebote, demokratische Entscheidungsprozesse und Transparenz laden zum Mitmachen ein.

Somit ist die Stärkung des Profils einer Mitgliederpartei grundlegend für das Gewinnen, Halten und Beteiligen von Mitgliedern. Dieser Orientierung am Leitbild einer Mitgliederpartei liegt nicht zuletzt die Überzeugung zugrunde, dass eine grundlegende politische Veränderung nur über eine starke parlamentarisch wie außerparlamentarisch verankerte und wirkende Partei zu erreichen ist.

Der Eintritt in DIE LINKE ist dabei auch gemäß den einschlägigen wissenschaftlichen Studien als Ausdruck des Wunsches nach politischer Veränderung, zu dem man selbst etwas beitragen möchte, zu verstehen – sei es über die aktive Mitgliedschaft oder die Unterstützung »nur« mit der Beitragszahlung. Beides muss DIE LINKE anerkennen und Räume genau hierfür schaffen.

Die Gewinnung und Beteiligung von (neuen) Mitgliedern ist Aufgabe aller Ebenen. Letztendlich entscheiden die öffentliche Wahrnehmung unserer Partei wie auch die persönlichen Erlebnisse und Erfahrungen vor Ort darüber, ob eine Mitgliedschaft eingegangen beziehungsweise beibehalten wird.

Vor diesem Hintergrund schlagen wir zur Weiterentwicklung im Bereich Mitgliedergewinnung und -pflege sowie Mitgliederdatenverwaltung konkret vor:

- Mitgliedergewinnung und -beteiligung muss auf allen Ebenen systematisch bei allen Aktivitäten bei der Konzipierung, Durchführung und Auswertung berücksichtigt werden. Das heißt natürlich auch im Kleinen, dass jeder Vertreter/jede Vertreterin der Partei und im besten Fall auch alle aktiven Mitglieder stets eine Eintrittserklärung im Geldbeutel (oder auch woanders) bei sich trägt.
- Anknüpfen an die Erfahrungen mit dem Projekt »Linksaktiv«, das heißt, es werden gerade Nicht-Mitglieder auch außerhalb von Wahlkämpfen möglichst niedrigschwellig dazu eingeladen, mit der LINKEN politisch aktiv zu werden, und gegebenenfalls aktiv in die Arbeit der Partei einbezogen. In einem ersten Schritt bedeutet das immer eine systematische Erfassung der Kontakte von Unterstützerinnen und Unterstützern (Nichtmitgliedern) und anschließend die regelmäßige Kommunikation mit diesen.
- Aktionen und Kampagnen beteiligungsorientiert ausgestalten und diese nach Möglichkeit immer mit Qualifizierungsangeboten für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Gewinnung und Beteiligung von Mitgliedern und neuen Unterstützerinnen/Unterstützern und der direkten und zielgruppenorientierten Kommunikation mit interessierten Mitgliedern, Unterstützerinnen und Unterstützern verbinden.
- Das bundesweite Netzwerk für Mitgliederverantwortliche wird gemeinsam mit der Koordinierungsrunde für Mitgliederentwicklung weiter ausgebaut, die Mitgliederverantwortliche in ihrer Rolle unterstützt und aufgewertet.
- Workshops/Trainings/Seminare für die praktische Arbeit vor Ort (zum Beispiel Gesprächsführung über eine Parteimitgliedschaft mit Interessenten/Interessentinnen) finden künftig im Idealfall regelmäßig in allen Landesverbänden statt. Dazu können auch Qualifizierungsangebote zum Thema »Konfliktmanagement« gehören.
- Erarbeitung einer Analyse zu Austrittsgründen und möglichen Gegenstrategien. Hierfür ist eine konsequente Nachbearbeitung der Austritte notwendig.
- Zusammenarbeit mit dem Jugend- und dem Studierendenverband auf allen Ebenen verstärken und Synergieeffekte bei der Gewinnung und Beteiligung von Mitgliedern nutzen.
- Auf allen Ebenen einen regelmäßigen eigenständigen Tagesordnungspunkt »Mitgliederentwicklung« in den Vorstandssitzungen (im ersten Schritt zumindest in den Landesvorstandssitzungen) etablieren.
- Den Online-Bereich besser nutzen:

- Klare Trennung zwischen Angeboten für an einer Mitgliedschaft Interessierte und Mitgliedern, die Ideen für Aktionen suchen oder selbst Mitglieder werben möchten
- Mit einem Klick zur Eintrittserklärung
- Facebook-Seite mit ständiger Präsenz eines Buttons »Mitglied werden« ausstatten, über den man direkt zum Eintrittsformular kommt
- Regelmäßige Facebook-Postings »Bei uns kannst du mitmachen« und »Bei uns kannst du Mitglied werden« (jeweils sinngemäß) verbunden mit aktuellen interessanten Themen/Aktionen.
- Das MGL4web als Chance begreifen und weiterentwickeln:
 - Ausbau der Qualifizierung für den Umgang mit dem MGL4web auch für Mitgliederverantwortliche
 - Automatisierte Erstellung von Quartalsberichten zur Mitgliederentwicklung
 - Erweiterung der erfassten Mitgliederdaten (zum Beispiel politische Interessen)
 - Nach Möglichkeit Verknüpfung mit dem Mapping-Tool zur vereinfachten räumlichen Analyse der Mitgliederentwicklung
 - Nach Möglichkeit Verknüpfung mit dem Projekt »Linksaktiv« (Erfassung von Nicht-Mitgliedern, verbunden mit dem Versand von Massen-Mails aus dem MGL4web, etc.)
 - Automatisiertes Handling der Onlineeintritte
 - Trennung zwischen Zugangsdatum und Eintrittsdatum bei neuen Eintritten (gemäß aktueller Satzungslage)
 - Möglichkeiten der Mitglieder, ihre Kontaktdaten selbst zu ändern

5. Anlage

Ausgewählte Materialien zur Mitgliedergewinnung beziehungsweise zum Halten und Beteiligen von Mitgliedern:

- Zehn Weisheiten der Mitgliedergewinnung ([ansehen](#))
- Erstkontakt mit neuen Mitgliedern ([ansehen](#))
- Organizing und Partearbeit ([ansehen](#))
- »Erfolgs-Geheimnisse« gewinnender Kommunikation ([ansehen](#))
- Leitfaden für Neumitgliedertreffen ([ansehen](#))
- »Werbebrief« an ehemalige Mitglieder unseres Jugendverbandes (nach Überschreiten der Altersgrenze) ([ansehen](#))
- Warum eigentlich sollte ich Mitglied werden? ([ansehen](#))
- Mitglieder gewinnen (Wie können Neue gewonnen werden? Wie können Neue integriert werden? Was sollten wir immer beachten?) ([ansehen](#))
- Die Partei DIE LINKE – Geschäftsstellen sind unsere Visitenkarte ([ansehen](#))
- Zur Arbeit mit neuen Mitgliedern/Mitgliederarbeit ([ansehen](#))
- »Zielgruppe« Frauen ([ansehen](#))
- Ummeldung von Genossinnen und Genossen ([ansehen](#))
- Wie kann ich Rückholgespräche führen? => in Arbeit
- Wie umgehen mit Fragen der Beitragssäumigkeit/Beitragsanpassung? => in Arbeit