

Mitglieder gewinnen

...und willkommen heißen

SPD OnSeminar 13.10.2025

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Grundlagen der Beteiligung

Das Civic Voluntarism Model

Menschen partizipieren nicht, weil

- ▶ sie nicht können
- ▶ sie nicht wollen
- ▶ sie niemand gefragt hat

Das Civic Voluntarism Model

Menschen partizipieren nicht, weil

- ▶ sie nicht können
- ▶ sie nicht wollen
- ▶ sie niemand gefragt hat

Aber, PAMIS 2017: 13,2 Prozent der Parteimitglieder haben sehr oder eher häufig im persönlichen Gespräch neue Mitglieder geworben, 24,1 Prozent machen das nur manchmal. Ca. zwei Drittel der Mitglieder machen das also selten oder nie.

01 Grundlagen der Beteiligung

- Freiwilligenreport 2019: Die größten Hürden:
 - Geschlecht (im politischen Bereich insb. bei Parteien)
 - Bildung
 - Nicht-Engagierte

Quelle: Arriagada und Tesch-Römer (2022); Simonson et al. (2022)

01 Parteien: Alle doof?

ALLBUS 2018:

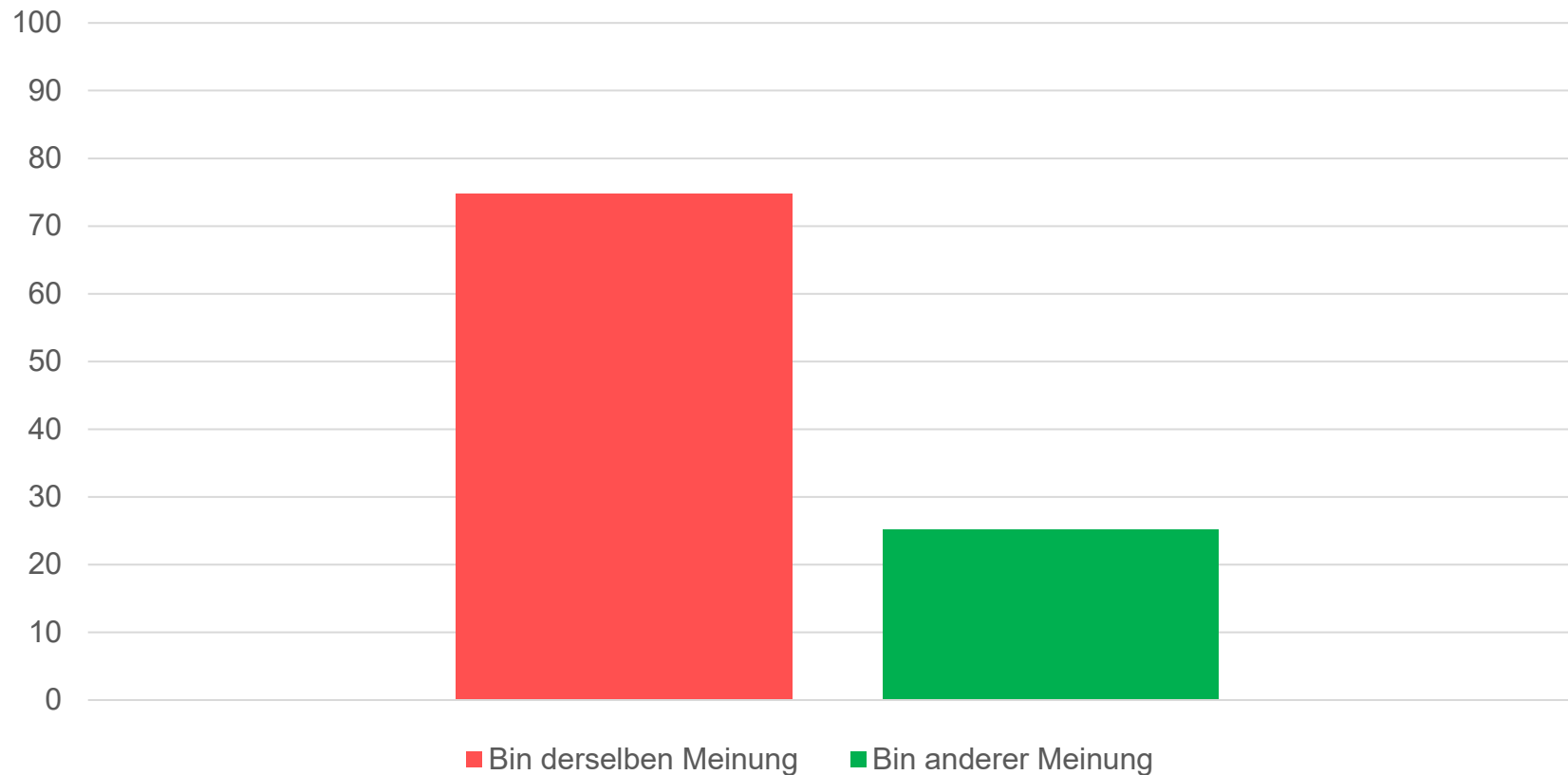
19,2 Prozent der Befragten (gewichtet 21,2 Prozent) würden gegebenenfalls in einer Partei mitarbeiten wollen, um eigene politische Anliegen durchzusetzen (bestehende Mitglieder eingerechnet; ohne: 19,5 Prozent gewichtet)

PAMIS 2017 (Telefonbefragung):

18,0 Prozent der Befragten können sich unter Umständen vorstellen, in eine Partei einzutreten (22,7 Prozent inkl. der Ausgetretenen)

01 Parteien: Alle doof?

„Die meisten Politiker interessieren sich in Wirklichkeit gar nicht für die Probleme der einfachen Leute“ (ALLBUS 2023)



Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht).
Variable: Ip05.

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Parteien: Alle doof?

„Die meisten Politiker interessieren sich in Wirklichkeit gar nicht für die Probleme der einfachen Leute“ (ALLBUS 2023)



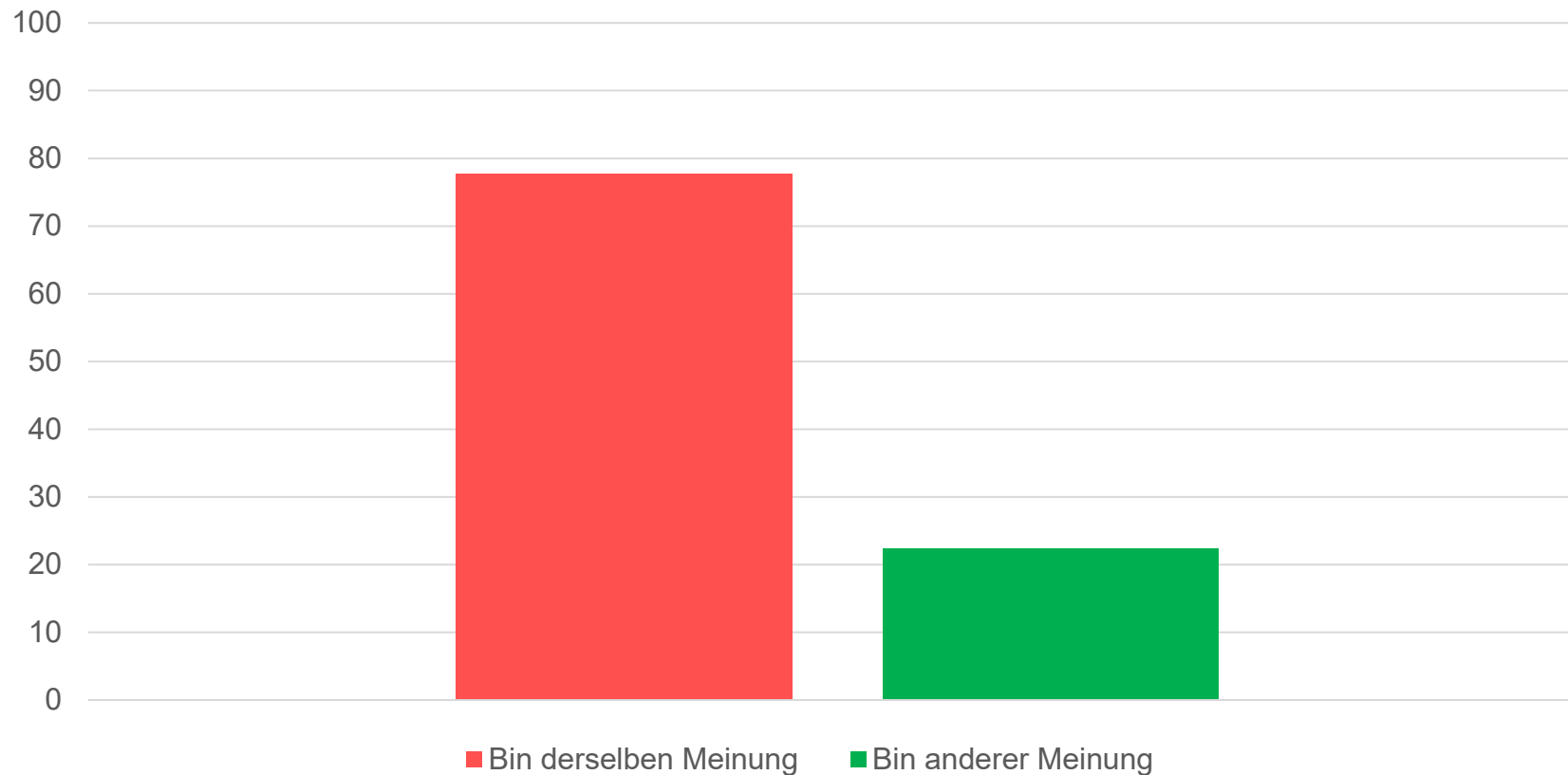
Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht). Variable zur Parteineigung: pv01, Wahlabsicht zur Bundestagswahl.

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Parteien: Alle doof?

„Egal, was manche Leute sagen: Die Situation der einfachen Leute wird nicht besser, sondern schlechter“ (ALLBUS 2023)



Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht).
Variable: Ip03

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Parteien: Alle doof?

„Egal, was manche Leute sagen: Die Situation der einfachen Leute wird nicht besser, sondern schlechter“ (ALLBUS 2023)



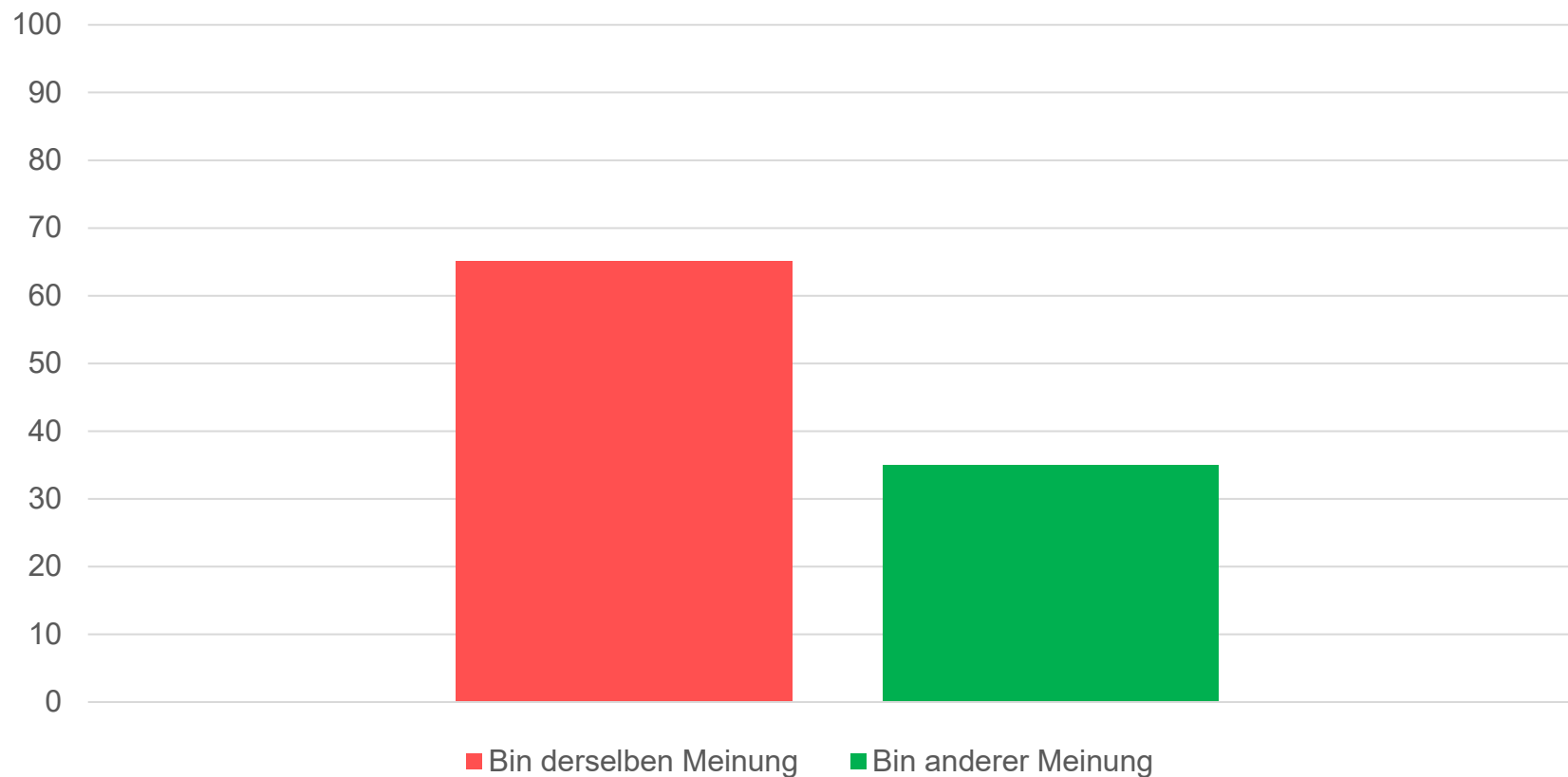
Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht).
Variable zur Parteineigung: pv01, Wahlabsicht zur Bundestagswahl.

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Parteien: Alle doof?

„Die meisten Leute kümmern sich in Wirklichkeit gar nicht darum, was mit ihren Mitmenschen geschieht“ (ALLBUS 2023)



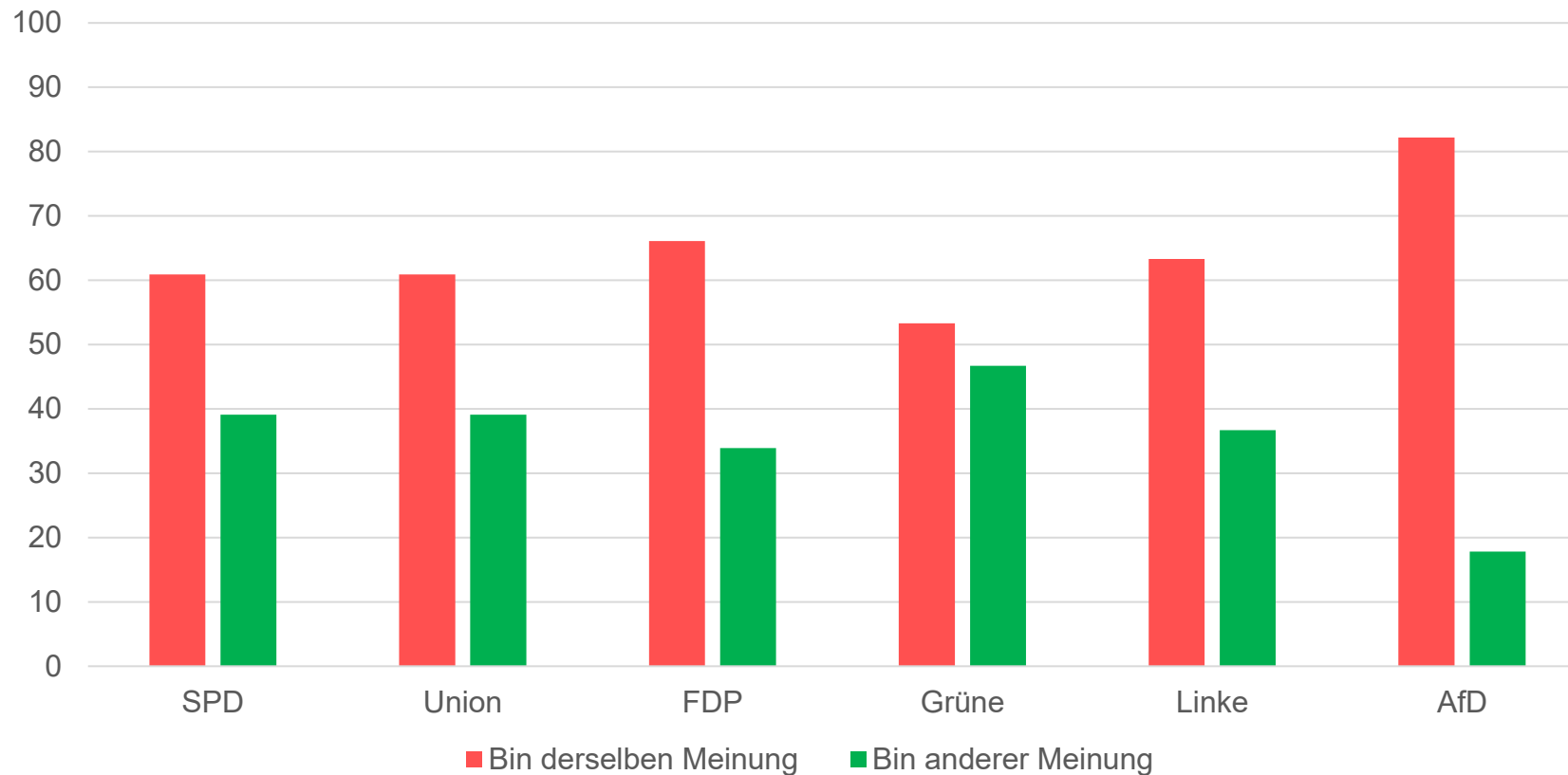
Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht).
Variable: Ip06.

Dr. Simon **Jakobs**

Politik- & Kommunikationsberatung

01 Parteien: Alle doof?

„Die meisten Leute kümmern sich in Wirklichkeit gar nicht darum, was mit ihren Mitmenschen geschieht“ (ALLBUS 2023)

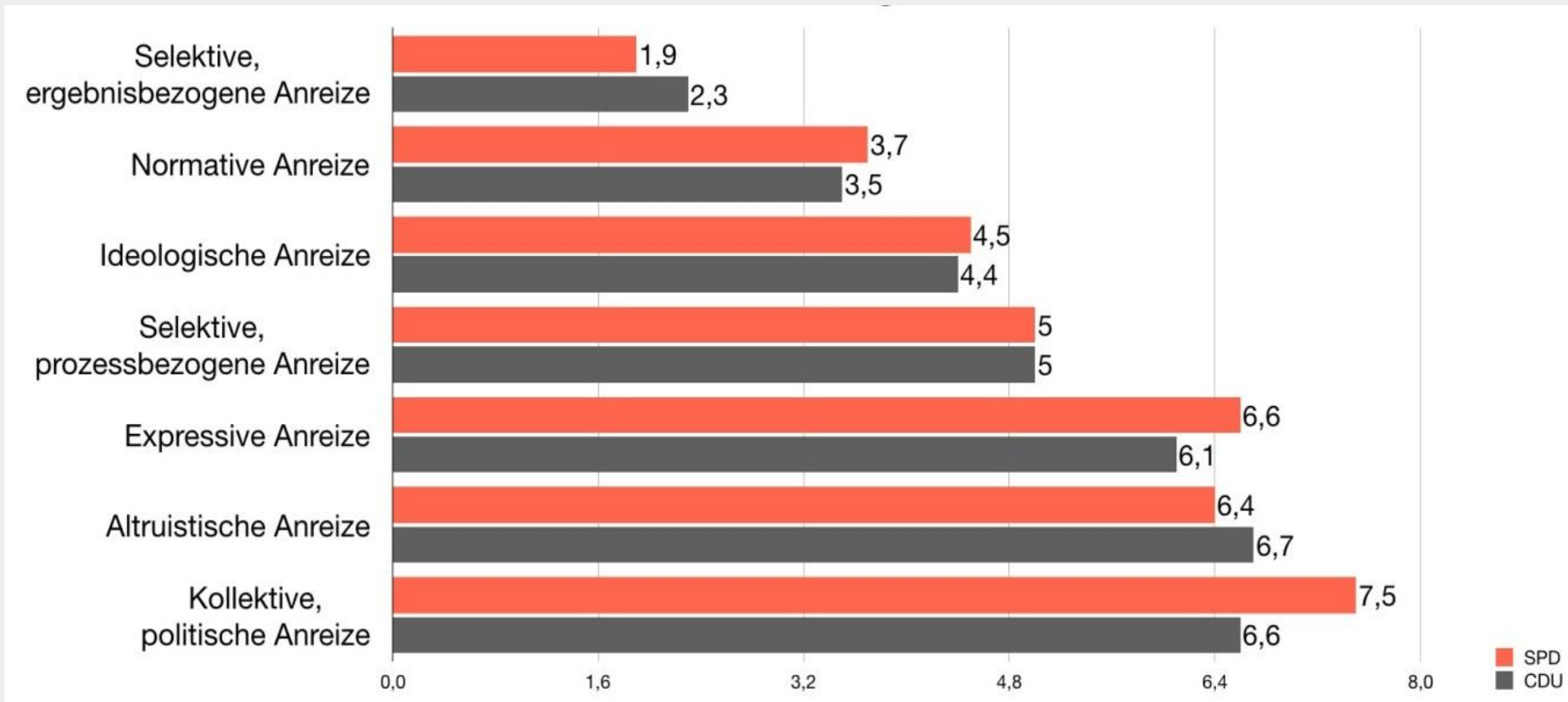


Quelle: ALLBUScompact 2023, Eigene Berechnungen, Daten gewichtet (personenbezogenes Ost-West-Gewicht).
Variable zur Parteineigung: pv01, Wahlabsicht zur Bundestagswahl.

Dr. Simon **Jakobs**

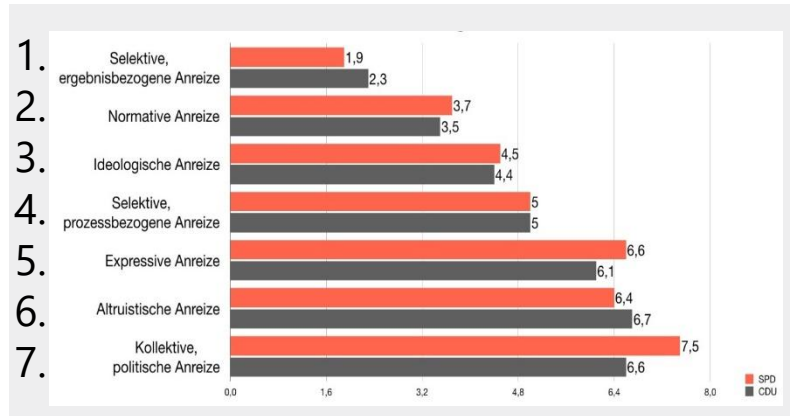
Politik- & Kommunikationsberatung

02 Warum werden Menschen Mitglied einer Partei?



Quelle: Laux (2011a: 65), eigene Darstellung. 0 bedeutet *überhaupt nicht wichtig*, 10 bedeutet *sehr wichtig*.

02 Warum werden Menschen Mitglied einer Partei?

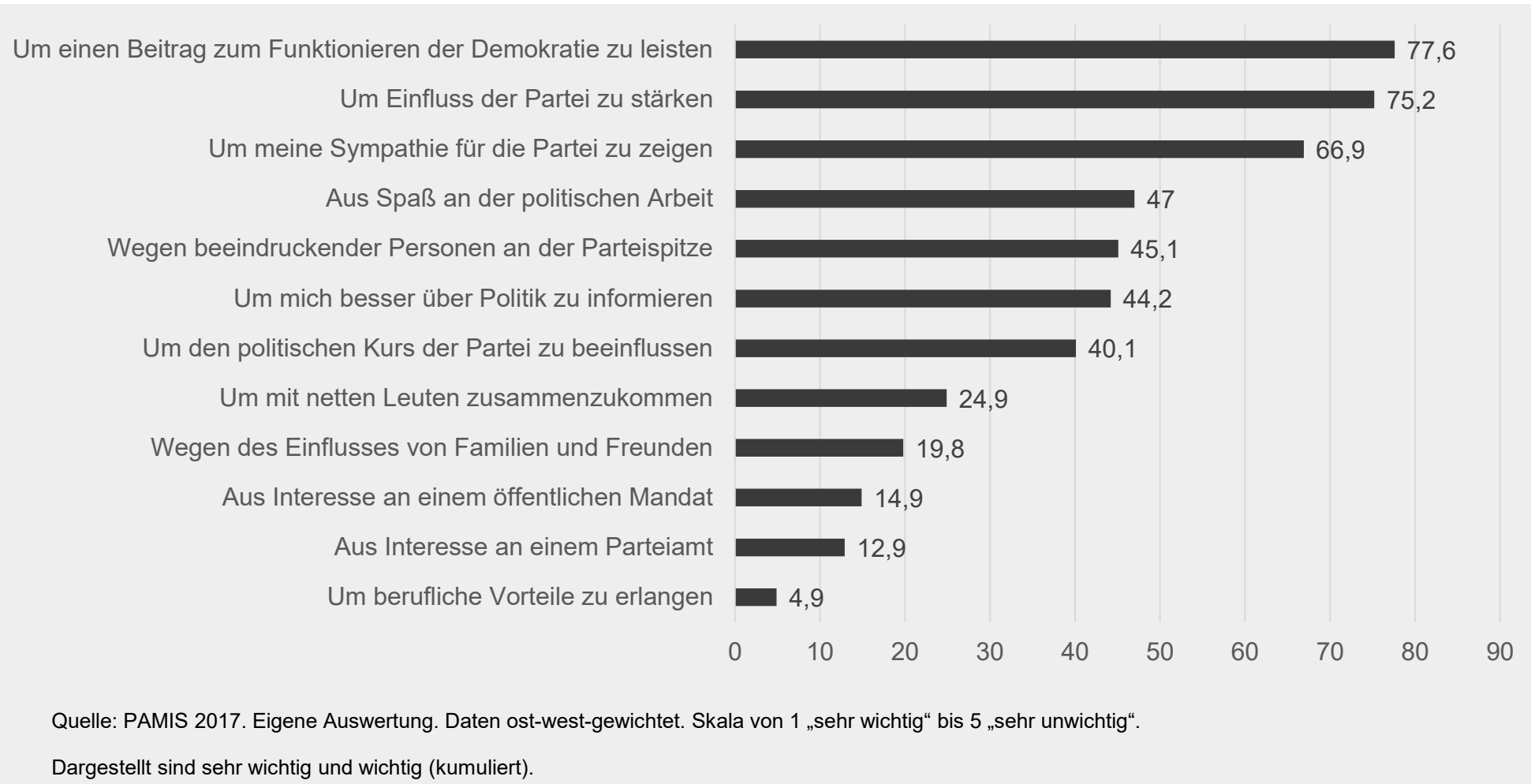


Quelle: Laux (2011a: 65), eigene Darstellung. 0 bedeutet *überhaupt nicht wichtig*, 10 bedeutet *sehr wichtig*.

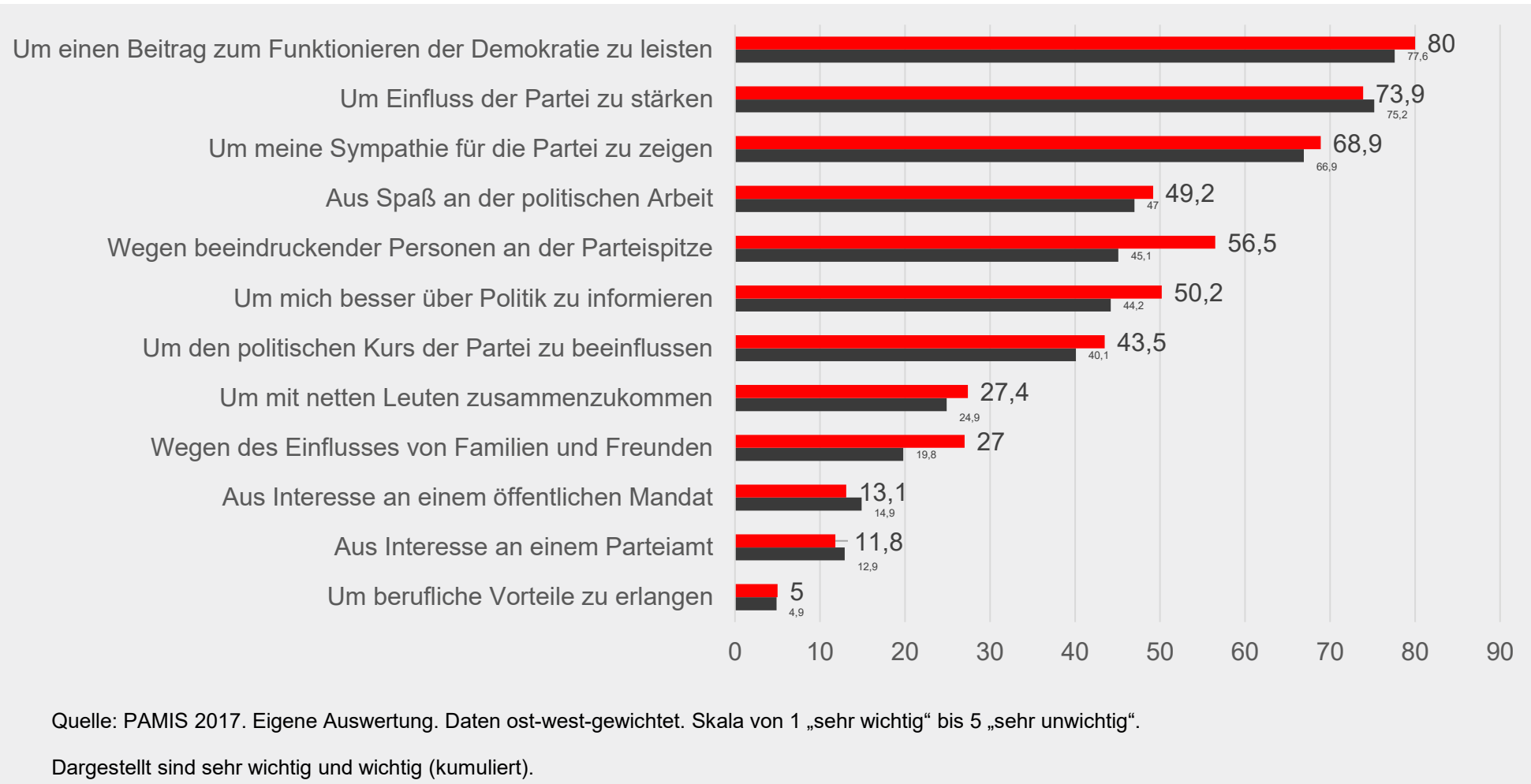
Erklärung:

1. Berufliche Vorteile erlangen, Parteiamt/öff. Mandat erlangen
2. Beitritt aus sozialem Druck heraus
3. Stärkung eines bestimmten Flügels/eines bestimmten Kurses der Partei
4. Spaß an der politischen Arbeit haben, nette Leute treffen
5. Sympathie zur Partei zeigen, wegen beeindruckender Persönlichkeiten eintreten
6. Beitritt, um der Bürger*innenverantwortung nachzukommen/die Demokratie zu stärken
7. Beitritt, um sich für die Ziele der Partei einzusetzen/den Einfluss der Partei zu stärken/bestimmte Werte zu verfolgen

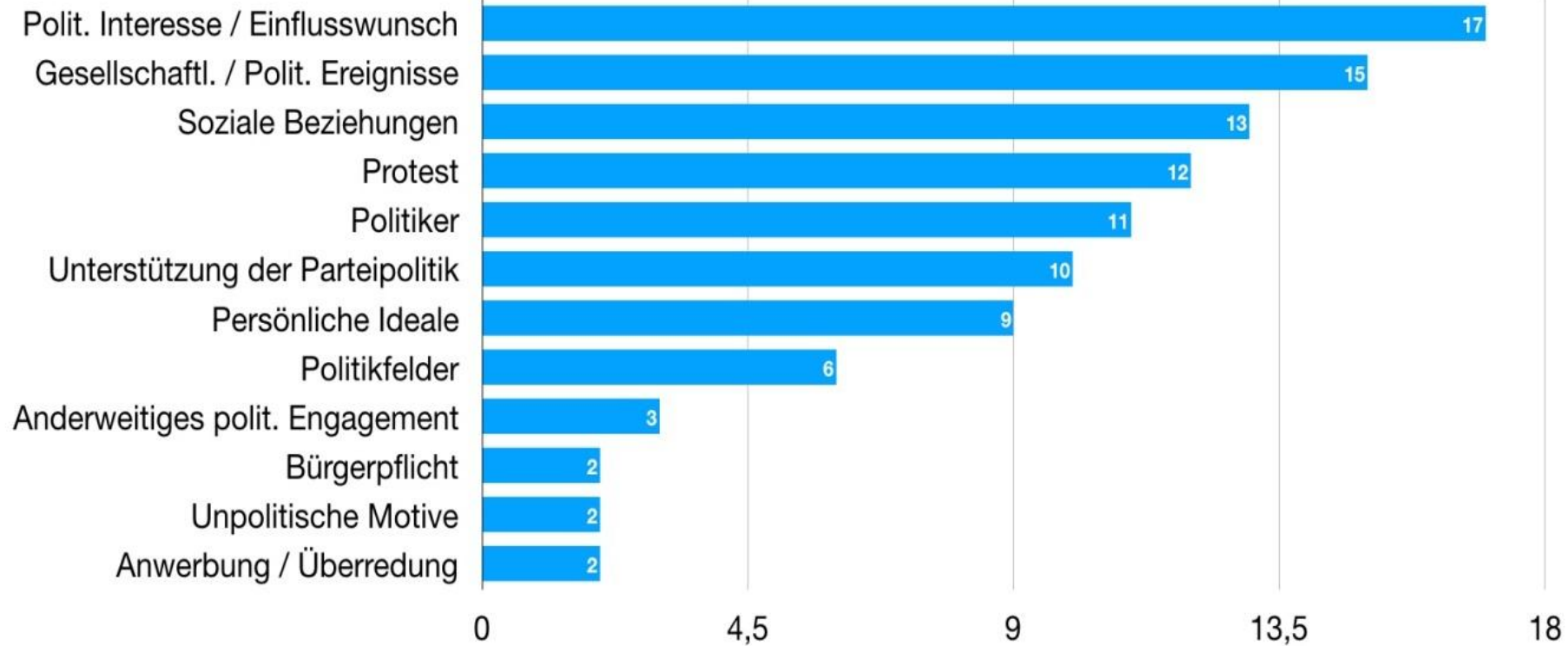
02 Warum werden Menschen Mitglied einer Partei?



02 Warum werden Menschen Mitglied einer Partei?



02 Warum werden Menschen Mitglied einer Partei?



Quelle: Laux (2011a: 73), eigene Darstellung.

03 Aktuelle Ergebnisse der Recruitingforschung

- Ein Blick in die Gewerkschaften zeigt: Organizing hilft!
 - Verhaltensweisen der Recruiter*innen bedingen den Recruitingerfolg; insbesondere Motivation sowie verstärkend Vertrauenswürdigkeit, Sachkundigkeit und Informiertheit
 - Männer sind erfolgreicher in der Mitgliederwerbung als Frauen – möglicher Grund: ‚wahrgenommene Ähnlichkeiten‘
 - ‚Vertiefende Mitgliederwerbung‘ führt zu größeren Erfolgen
 - Persönliche Ansprache führt zu größeren Erfolgen
- (Oerder 2015; Jakobs 2021; Jakobs und Schwab 2023)

Was wirkt in der Mitgliederwerbung?

1. **Direkte Ansprache**
2. Marketing und Image
3. Netzwerke nutzen

sowie Motivation und Politische Fertigkeiten

Direkte Ansprache:

- Wertschätzung, Wertschätzung, Wertschätzung (auch aus der Forschung erwiesen!)
- Themenorientierung an Lokalpolitik, Beteiligungsoptionen aufzeigen
- Auf Veranstaltungen Menschen ansprechen, nach Adressdaten fragen (Email, Handynummer)
- Zuhören! Nicht selbst reden! Maximal 80:20!
- Linkages zu Vereinen und Verbänden (wieder) stärken

06 Literatur

Arriagada, Céline; Tesch-Römer, Clemens (2022): Politische Partizipation. In: Julia Simonson, Nadiya Kelle, Corinna Kausmann und Clemens Tesch-Römer (Hg.): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Wiesbaden: Springer VS, S. 263–289.

Jakobs, Simon (2021): Die Neumitgliederwerbung von SPD und CDU im Vergleich. Strategielose Mitgliederpartei oder überfordertes Ehrenamt? Opladen, Berlin.

Jakobs, Simon; Schwab, Vincenz (2023): Mitgliederwerbung in und für Parteien. Ein Einblick in Theorie und Praxis. Wiesbaden: Springer VS.

Laux, Annika (2011): Was motiviert Parteimitglieder zum Beitritt? In: Tim Spier, Markus Klein, Ulrich von Alemann, Hanna Hoffmann, Annika Laux, Alexandra Nonnenmacher und Katharina Rohrbach (Hg.): Parteimitglieder in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 61–78.

Oerder, Katharina (2015): Die Bedeutung von Motivation und Politischen Fertigkeiten von ehrenamtlichen RecruiterInnen in Mitgliederorganisationen. Eine prädiktive Studie an Mitgliedern einer Industriegewerkschaft. Bonn: Universität Bonn.

Simonson, Julia; Kelle, Nadiya; Kausmann, Corinna; Tesch-Römer, Clemens (2022): Unterschiede und Ungleichheiten im freiwilligen Engagement. In: Julia Simonson, Nadiya Kelle, Corinna Kausmann und Clemens Tesch-Römer (Hg.): Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019. Wiesbaden: Springer VS, S. 67–94.

Verba, Sidney; Scholzman, Kay Lehman; Brady, Henry E. (1995): Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics. Chicago: University of Chicago Press

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit