

Mitglieder- gewinnung: Einige praktische Tipps

Mitgliedergewinnung als Teil der Öffentlichkeitsarbeit ist ein Aspekt, der Solidarische Landwirtschaft von anderen landwirtschaftlichen Unternehmungen unterscheidet.

In diesem Handout sind einige Ideen und Erfahrungen von verschiedenen Solawis zusammengetragen, um anderen diese Betätigung leichter zu machen.

Grundlegend gilt, dass Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliedergewinnung Themen sind, die dauerhaft verfolgt werden sollten, um erfolgreich zu sein. Von daher empfiehlt es sich, die dafür notwendige Zeit und Kosten im Betriebsbudget einzukalkulieren und das Jahr über aktiv zu sein. Wenn es nicht möglich ist eine Person dafür anzustellen, braucht es eine aktive und verantwortungsvolle Arbeitsgruppe, denn nebenher läuft es nicht gut. Wichtig ist ebenfalls, das ganze Jahr über dran zu bleiben, denn ein Feldrundgang zur Mitgliedergewinnung ist in der Fülle der Erntezeit im Spätsommer stets eindrucksvoller als ein leerer Winter-Acker zum Saisonwechsel.

Allgemein

Was bietet ihr?

Frische ist wesentlich, viele Leute beziehen deswegen Lebensmittel aus Solawi, da sie eine lokale Frische garantiert bekommen, die es so aus anderer Hand nicht gibt. Doch nicht nur der wöchentliche Ernteanteil ist entscheidend, sondern auch das drumherum:

Wie ist der **Kontakt und die Kommunikation** mit der Solawi? Bekomme ich neben den Lebensmitteln noch weitere Infos - zum Lieferung, zum Anbau, zur Agrarwende? **Welche Eindrücke kommen vom Betrieb:** Beschwerden über geringe Mithilfe oder Bilder von erfolgreichen Arbeitseinsätzen und reichen Ernten? Weiß ich als Mitglied wirklich, wer mein Gemüse anbaut?

Macht deutlich: **Warum macht ihr Solawi?** Was ist eure Vision, der Traum, den ihr mit Solidarischer Landwirtschaft erreichen wollt?

Nähe zu den Ernte-Teilenden aufzubauen ist wertvoll, denn so bleiben sie länger dabei und reden gut über die Solawi - was sehr wichtig ist, denn **Mundpropaganda bleibt ein wichtiger Faktor in der Öffentlichkeitsarbeit.**

Wo ist die Solawi? Wo sind die Verteilstationen?

Wieviele Leute von eurem Zielpublikum leben in der Nähe der Verteilstationen? Stellt euch vor ein Prozent davon würde einen Ernteanteil beziehen. Wie viele Menschen wären das? Wie viele andere Betriebe mit ähnlichem Angebot wie ihr, haben an dem Standort auch Verteilstationen. Wie könnt ihr die Interessierten erreichen?

Mitglieder als Botschafter:innen

Die beste Werbung ist stets ein begeistertes Mitglied, das davon schwärmt, **zum Erhalt kleinräumiger Landwirtschaft und dem Schutz von Boden, Umwelt und Klima beizutragen und noch wöchentlich frische, schmackhafte, lokale Lebensmittel dafür zu bekommen**, weil es in einer Solawi ist.

Doch wie können Solawi-Betriebe ihre Mitglieder dabei unterstützen?

- Den Mitgliedern kurze Infotexte über die Solawi mitgeben/zuschicken, damit sie die wesentlichen Punkte korrekt parat haben.
- Flyer in den Verteilstationen auslegen.
- Wöchentlicher Gartenbrief (Newsletter), damit die Solawi unverfänglich im Gedächtnis bleibt. Öffentlich abonnierbar und direkt vom Anbauteam geschrieben. Neben dem Erwähnen, was es die Woche gibt, auch Einblicke in den Betrieb gewähren und gelegentlich "etwas philosophisch" werden und über die Hintergründe berichten.
- Chat-Gruppen im Messenger: Neben der allgemeinen Kommunikation nützlich zur Organisation der Mithilfe und zum Verschicken von Share-Pics, die im Status gepostet werden können.
- "Bring-a-friend": Mitglied wirbt Mitglied und wird dafür mit einer Prämie belohnt.
- Mitglieder (positiv) zur Mithilfe motivieren, vor allem bei Ernte und anderen "erfolgreichen" Aufgaben. So entsteht eine Bindung mit der Solawi, erlebt mit verschiedenen Sinnen.
- Was wollen die Mitglieder zusammen erleben? Einmackaktion, Kochen, Yoga im Garten, Ackerkino? Solawis können den Raum für vieles bieten. Aus mancher Aktion lässt sich einfach eine erfolgreiche → Kooperation flechten.
- Bewegt die Abholstationen zu eigenen Aktionen, um in ihrem "Einzugsbereich" Solawi bekannter zu machen und Menschen anzusprechen



Anpassung der Kommunikation

Warum macht ihr Solidarische Landwirtschaft? Was ist eure Motivation? Welchen Traum verfolgt ihr damit?

Es geht darum, Menschen zu finden, die eurem Traum, euer Vision folgen, kleinräumige, klimaschonende Landwirtschaft zu ermöglichen. Formuliert dieses **Warum?** klar, bevor ihr darauf eingeht was ihr macht (Solawi) und wie ihr es macht (ökologisch Gemüse anbauen).

Ein Alleinstellungsmerkmal von Solawi ist die **Systemkritik**. Und es bleibt nicht beim kritisieren, **es wird praktisch eine Alternative erprobt**. Anstatt den Vergleich mit Supermarktpreisen zu ziehen wird das Greenwashing insgesamt in Frage gestellt und Solawi als konkreten Systemwandel positioniert, der auf Gemeinschaft und Zukunftsorientierung beruht.

Unsere Vision

“ist eine gemeinschaftsgetragene, vielfältige, bedarfsgerecht entlohnte, ökologische, und regionale Landwirtschaft, in der die Menschen unmittelbare Verantwortung für ihre lokale Grundversorgung übernehmen.”

[Vision des Netzwerks Solidarische Landwirtschaft](#)



Persönlicher Kontakt

Wir vertrauen stets der Empfehlung einer bekannten Person mehr, als einer anonymen Information. Von daher ist persönlicher Kontakt mit direkter Kommunikation weiterhin sehr wichtig. Dies kann einerseits über die Mitglieder erfolgen, doch auch durch die Mitarbeitenden: Bei offenen Betriebsführungen, Infoständen auf Festen oder in Form von Videos in Sozialen Medien, die die Gesichter des Betriebs vorstellen. Auch Testimonials von Mitgliedern oder Mitarbeiter:innen auf der Website sind ein guter Weg, die persönliche Note in den digitalen Raum zu befördern. Bestenfalls mit Foto.

Stellt neben der Vision vor allem die Vorteile der Mitgliedschaft heraus und geht offen und verständnisvoll mit Unklarheiten und Einwänden um. Kommuniziert die gelebte Praxis, weist auf Probezeiten hin (falls es sie gibt), auf außerordentliche Kündigung bei Umzug o.ä.. Haltet die Schwelle niedrig, betont gleichzeitig, warum Bindung notwendig und sinnvoll für den Betrieb ist.

“Für mich sind #gemeinschaftsgetragene Ansätze ein Weg dorthin. Kein rundum perfekter Weg, aber ein möglicher. Nicht irgendwann, sondern jetzt. Und nicht mit der Frage anfangen: „Was kostet das und wer soll das bezahlen?“ Denn wir bezahlen ohnehin: mit Lebensqualität, mit Zukunft. Vor allem die, die ohnehin schon marginalisiert sind. Warum also nicht gemeinsam?”

Jochen Dindorf, Netzwerk Solidarische Landwirtschaft



Werbung machen

Auftritt in klassischen Medien

Neben dem direkten Kontakt mit Menschen ist es außerdem wichtig indirekt in Erscheinung zu treten, sodass auch Leute außerhalb des Bekanntenkreises auf euch aufmerksam werden. Hier ein paar Inspirationen:

- Zeitungsartikel in verschiedenen Blättern
- Radiobeitrag bei Regionalsender
- Flyer und Plakate an gezielten Orten
- Eintrag bei GoogleMaps, mit besten Bewertungen durch die Mitglieder
- Transporter mit Logo und Telefonnummer bekleben
- Infostand mit Verkostung auf Märkten & Festen
- Verteilstationen in (Bio-/Unverpackt!) Läden
- Social Media
- Öffentlich zugänglicher Newsletter



Veranstaltungen

Veranstaltungen sind eine schöne Art von Öffentlichkeitsarbeit, da alle Sinne angesprochen werden können. Beim Hoffest zum Beispiel kann neben Führungen und Musik zusammen gegessen, die "Frische Landluft" geschnuppert, sowie beim Mithelfen körperlich erlebt werden, wie sich Landwirtschaft anfühlt. Durch diese Aktivierung entsteht Bezug und Verständnis, die Nähe und Kontakt zu der Solawi und den Anbauenden herstellen. Auf unserer Website ist eine [Sammlung mit fünfzig Veranstaltungsideen](#) zu finden.

Kooperationen

Die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen bzw. Organisationen, die euch zugeneigt sind, ist stets zu empfehlen, da beide Seiten davon profitieren. Bildungsangebote mit Schulen bieten den Kindern eine tolle Erfahrung mit der Herkunft von Lebensmitteln und bringt gleichzeitig die Lehrkräfte und Eltern mit Solawi in Kontakt. Doch auch eine Kooperation mit dem lokalen Sportverein (Logo auf Trikot) oder Yogastudios (gesunder Körper - gesundes Essen, Yoga auf dem Acker) können vielversprechend sein.

Gewinnt (Tagungs)hotels, Restaurants oder Unverpacktläden als Ernte-Teiler:innen. Wenn sie sich von der Saisonalität überzeugen lassen, nehmen sie oft mehrere Anteile ab. Es ist möglich sich auf deren Bedürfnisse einzulassen, doch sollten die Ernteteiler:innen Priorität behalten.

Wenn es mehrere Solawis in eurer Gegend gibt, bietet sich möglicherweise gemeinsame Werbung an, in der ihr allgemein die Vision hinter Solawi herausstellt und eure Unterschiede in der Lieferregion betont.

Testphase

Im **erntereichen Sommer** eine **Solawi-Kennenlernphase** anbieten. So gewinnen Interessierte im Juni/Juli einen Eindruck des Betriebs und können sich für den Einstieg entscheiden. So ist eure Mitgliedergewinnung über das Jahr verteilt und findet nicht nur geballt zu Saisonwechsel statt. Testphasen senken die Hürde zum Einstieg, da "erstmal geschaut" wird, um sich zu überzeugen.



Anpassung an die Bedürfnisse der Mitglieder

Bittet eure Mitglieder um Feedback: Was gefällt ihnen an der Solawi? Was könnte besser sein? Was hält sie in der Solawi?

Folgendes wurden in einigen Solawis erprobt:

- Flexible Abholzeiten schaffen, wenn möglich 24h Abholung mit Zahlenschloss einrichten
- Tausch- und Geschenkekiste: Überschüssiges, 3.Wahl etc. zur freien Entnahme anbieten, sowie Tausch möglich machen
- Produktpalettenerweiterung (z.B. Obst, Brot, Molkerei-Produkte)
- Probeanteil, um Solawi kennen zu lernen. Am besten in einer erntereichen Zeit.
- Anrufen, um direkt nachzufragen, ob sie weiter dabei bleiben möchten

Halber Anteil

Wenn ab und zu das Gefühl aufkommt "zu viel Gemüse zu bekommen" ist das OK - wöchentlich überfordert zu sein die gelieferten Menge zu nutzen erzeugt Stress und führt eher zum Austritt. Es können halbe Kistengröße angeboten oder, wenn dies operativ zu aufwendig ist, alle zwei Wochen geliefert werden. Dadurch kann die wöchentliche Kistenanzahl zurückgehen. Wenn der halbe Anteil etwas teurer ist, gleicht sich das bestenfalls aus.

Verschiedene Anteilsgrößen (S,M,L) sind ebenfalls eine Möglichkeit, neben der gänzlich freien Entnahme nach den Bedürfnissen der Ernte-Teiler:innen.

Links und Ressourcen

Umfrageergebnisse aus einer Kleinstadt in NRW

➤ [Hier](#) siehst du die Dokumente dazu und [hier](#) kannst du dir den Workshop anschauen.

Unterstützung vom Solawi-Netzwerk

➤ [Fünzig Veranstaltungsideen](#)
➤ [Fortbildungen zu Mitgliedergewinnung](#)

Beratungshinweis

Die obigen Erläuterungen geben Wissensstand, Erfahrungen und Rechtsauffassungen im Netzwerk im Januar 2025 wieder, erheben dabei aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie können eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

Anmerkungen und Ergänzungsvorschläge zur Verbesserung nimmt der [arbeitskreis beratung im netzwerk solidarische landwirtschaft](#) gern entgegen.

Autor: Baldur Kapusta
beratung@solidarische-landwirtschaft.org

Kontakt Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e.V.

☎ 030 2000 50 21 – 1
@ info@solidarische-landwirtschaft.org
🏠 www.solidarische-landwirtschaft.org

Spendenkonto

Du kannst die Arbeit des Netzwerks durch Engagement, eine Mitgliedschaft oder Spende unterstützen!

Solidarische Landwirtschaft e.V.

GLS Bank // IBAN: DE07 4306 0967 4052 5311 00

 **Solidarische
Landwirtschaft**
sich die Ernte teilen