

Offener Brief an alle Ortsvorsitzenden und Vorstandsfrauen

Juni, 2014

Interessenvertretung konkret gestalten – für Ortsvereine eine Riesenchance

Liebe LandFrauen,

dieses Schreiben richtet sich an alle Vorstandsfrauen in den Ortsvereinen, Kreisvereinen und Bezirksvereinen und an alle, die künftig gern Verantwortung übernehmen wollen.

LandFrauen – eine Schicksals- und Interessengemeinschaft!

Dem vorausgegangen sind viele besorgte Diskussionen in den Gremien des Deutschen LandFrauenverbandes. Es geht um den Erhalt des ehrenamtlichen Engagements und um die Zukunft unseres Verbandes schlechthin.

Als LandFrauen verbindet uns eine Menge: Das Zuhause in ländlichen Regionen, die Nähe zur Landwirtschaft sowie klare Vorstellungen und Forderungen, was Frauen in der Gesellschaft bewirken können und was verändert werden muss. Letzteres ist Interessenvertretung pur. Ein Bezug dazu findet sich in den Satzungen aller Ebenen. Das ist vergleichbar mit dem Bildungsauftrag. Mit guten Bildungsprogrammen punkten die LandFrauenvereine bei ihren Mitgliedern und auch in der Öffentlichkeit. Aber reicht das heute noch?

Ein Blick in die Satzungen: Interessenvertretung steht ganz oben

Auf Bundesebene sind die Interessen von Frauen in ländlichen Räumen inzwischen Arbeitsschwerpunkt. Es geht beispielsweise um soziale Gerechtigkeit, darum, dass Frauen in Gremien Sitz und Stimme bekommen, dass Frauen wie Männer gut entlohnt werden und es geht um Familienpolitik sowie um die ländliche Entwicklung. Hier versuchen wir unsere Standpunkte den Bundespolitikern nahe zu bringen, indem wir mit weiblichem Blick auf die Dinge unsere Interessen benennen und durchsetzen. Unser Problem dabei: So wichtig wie es auch ist, ganz oben die Interessen von Frauen zu vertreten, ist es doch für LandFrauen vor Ort oft zu abstrakt. Denn nicht immer sind die Konsequenzen für das Alltagsleben oder für den Einzelfall nachvollziehbar.

Was machen „die da oben“ und was haben wir in den Ortsvereinen davon?

Viel näher am wirklichen Leben sind dagegen die Ortsvereine. Hier wird greifbar und konkret, was Frauen bewegt, wenn im Dorf etwas passiert, was Auswirkungen auf die Lebensqualität hat. Das können Probleme im Zusammenhang mit der Verkehrsanbindung, den Kitaöffnungszeiten oder auch das zu langsame Internet sein. Wer sich hier für die Interessen der Betroffenen stark macht, erregt Aufmerksamkeit, Mitstreiter und im Idealfall neue Mitglieder. Leicht gesagt, aber auch nicht einfach gemacht. Denn wer die Interessen vertreten will, der muss sie erst einmal kennen, ergründen, wo es hakt, sich damit auseinandersetzen und klar Stellung beziehen. Hier gewinnt man nicht nur Freunde, aber unter den Betroffenen Achtung und vielleicht irgendwann neue Mitglieder.

Vor Ort spielt die Musik! Mitspielen und den Ton angeben – eine Strategie, um Mitglieder zu werben.

Es gibt nur diesen Weg. Wer heute zu den LandFrauen stößt, fragt nach dem Nutzen und will sich vertreten fühlen und oftmals selbst aktiv werden. Bürgerinitiativen machen uns vor, wie es geht.

Von Bürgerinitiativen lernen, wie es funktioniert!

Gute Bildungsangebote sind unser Aushängeschild. Vorträge, Seminare oder interessante Infofahrten sind Kern des Vereinslebens und haben früher viele neue Mitglieder in die Vereine gelockt. Für jüngere Frauen ist Bildung allein leider nicht mehr das Zugpferd. Sie haben andere Möglichkeiten, um an Bildung und Informationen zu kommen. Damit die Bildung den zentralen Status im Verband behält, müssen wir uns fragen, ob unsere Angebote bei den Mitgliedern tatsächlich ankommen, zeitgemäß sind und was wir tun müssen, damit sich die Interessen von LandFrauen in den Bildungsprogrammen widerspiegeln.

Gute Bildungsangebote sind wichtig, haben aber als „Zugpferd“ für neue Mitglieder ausgedient.

Vielleicht ist es klug, bei den Angeboten zwischen gestandenen und neuen Mitgliedern zu unterscheiden. Einige Verbände fahren heute schon zweigleisig und treffen so besser die Interessen der Mitglieder.

Zur Bildung gehört auch die Säule „Fit sein fürs Ehrenamt“. Diese Qualifizierung fürs Ehrenamt ist unverzichtbar, auch weil die Anforderungen an die Vorstände enorm gewachsen sind. Vereine, die in den Kommunen geschätzt und gehört werden und sich zu Fürsprechern für die Interessen von Betroffenen machen, haben es deutlich leichter und weniger Sorgen um die Mitgliederzahlen. Hier schließt sich also der Kreis von Bildung und Qualifizierung hin zur Interessenvertretung. Aber das hat auch seinen Preis. Dafür brauchen Vorstandsfrauen Qualifizierungen, Anleitungen und viel Unterstützung von den darüber liegenden Vereinsebenen.

Wer Interessen anderer vertritt, braucht Wissen und Kompetenz.

Einen Anfang an Unterstützung finden Sie in den beiliegenden Empfehlungen. Schreiben Sie uns, wie Sie damit klar kommen und welche Erfahrungen Sie vor Ort gemacht haben.

Erste Empfehlungen

Die Frage, wie wir die Interessenvertretung in den Ortsvereinen konkret umsetzen können, ist damit aber nicht vom Tisch.

Die Mitgliederversammlung im Juli wird darüber beraten, ob und wie der dlv insbesondere die ehrenamtlich engagierten Frauen in den Vorständen der Ortsvereine unterstützen kann, mit Qualifizierungsprogrammen, Handlungsleitfäden oder Best-Practice-Sammlungen.

Wie geht es weiter? Was kann der dlv tun?

Besonders ans Herz legen möchten wir Ihnen auch die Botschaften des dlv, die schon 2012 verabschiedet wurden. Alle sollen wissen, wofür LandFrauen stehen. Bringen Sie sich damit als Ortsverein ins Gespräch. Werben Sie damit für die LandFrauen.

Mit unseren Botschaften werben!

Mit herzlichen Grüßen



Brigitte Scherb
Präsidentin



Dr. Monika Michael
Hauptgeschäftsführerin

Anlagen

1. Lernen im Verein - kein Selbstzweck, sondern eine Form der Interessenvertretung
2. Interessenvertretung für Frauen im ländlichen Raum – den satzungsgemäßen Auftrag vor Ort wahrnehmen

Lernen im Verein - kein Selbstzweck, sondern eine Form der Interessenvertretung

Empfehlungen für Ortsvereine

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
1. Gedanken machen über die Bildungskonzepte - bevor es an die Feinplanung geht	<ul style="list-style-type: none"> - Haben sich die Mitgliederstrukturen geändert - z. B. Alter, Berufsgruppen? - Gibt es verschiedene Zielgruppen mit jeweils eigenen Interessen? - Haben die Mitglieder Zeit zum Besuch von Bildungsveranstaltungen? - Welche Rolle spielen Anfahrtswege, Orte und Uhrzeiten? - Welche Rolle spielt informelle Bildung in Netzwerken und im Internet? - Was kann/darf Bildung für die Teilnehmerinnen kosten? 	<ul style="list-style-type: none"> - Auf die Tagesordnung von Vorstandssitzungen setzen - Verantwortungen im Vorstand klären, evtl. Gremium dafür einsetzen - Jährliche Erarbeitung bzw. Anpassung des Bildungskonzeptes zur Routineaufgabe werden lassen 	<ul style="list-style-type: none"> - Bildungskonzept für einen bestimmten Zeitraum als Grundlage für die Erarbeitung der Programme 	Zielgenaue Ausrichtung auf die Bedarfe der gesamten Ortsgruppe (Nicht nur für die, die immer da sind, auch für die, die abseits stehen)

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
2. Mitglieder befragen, was sie interessiert und wo sie praktischen Nutzen für sich erwarten	Unterscheiden nach: <ul style="list-style-type: none"> – Sachthemen aus Alltag und Beruf – Politische Themen (z. B. Kommunalpolitik, Soziales, Gleiche Chancen) – Wo sind Bildungslücken aufgrund aktueller (politischer, technischer) Entwicklungen? – Themen im Zusammenhang mit der berufsständischen Vertretung der Bäuerinnen (Soziales, Gremienbesetzung, Mitsprache) 	<ul style="list-style-type: none"> – Per Vereinsumfrage – zum Ankreuzen und mit offenen Fragen – Als Tagesordnungspunkt bei Gremiensitzungen – Nach Veranstaltungen als Feedbackbogen – Auftrag an eine Arbeitsgruppe – Evtl. professionelle Agentur einbeziehen, wenn Mittel vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> – Wissen über die tatsächlichen Bedarfe der Mitglieder – Neue Themen, neue Nutzenpotenziale entdecken – Besserer Zuspruch zu den Angeboten (Wirtschaftlicher Nutzen durch hohe Teilnahme) 	Mitglieder fühlen sich einbezogen und ernst genommen.
3. durchgeführte Veranstaltungen analysieren	<ul style="list-style-type: none"> – Feedbackbogen, Meinungen einholen – Teilnehmerzahlen vergleichen – Probleme sofort hinterfragen – Auswertung in den Vorständen – Niveau der Dozenten (fachliche und soziale Kompetenz) bewerten – Erfahrungsberichte (auch kritische) in den Vereinsmedien oder in den Vereinszusammenkünften einholen und auswerten 	<ul style="list-style-type: none"> – Analyse und Bewertung als Teil der Veranstaltungsorganisation begreifen – Routineabläufe und Hilfsmittel entwickeln – Konkurrenzangebote ebenfalls vergleichen – Eigene Beiträge und Fremdleistungen unterscheiden – Veranstaltungsumfeld bei der Bewertung nicht vergessen (Ort, Anreise, Betreuung) 	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlage für künftige Konzepte und Programme – Hintergrundwissen für schnelle Reaktionen – Quelle für neue Ideen und Erkenntnisse 	<ul style="list-style-type: none"> – Es kann überprüft werden, ob das Interesse getroffen wurden. – Es kann reagiert werden.

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
4. Mit Bildung für Abwechslung sorgen und dem Verein ein „Gesicht“ geben	<p>Fragen stellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Was passt zu uns? – Was muss bleiben (Tradition)? – Was langweilt und ist überflüssig? – Mit welchen Themen erregen wir Aufsehen, weil es niemand von den LandFrauen erwartet? 	<ul style="list-style-type: none"> – Erfolg und Misserfolg stets hinterfragen – Themen wechseln, Neues testen – Verschiedene Formate testen und anbieten (Vorträge, Exkursionen, Kurse, Infoblätter, Schriftenreihen) 	<ul style="list-style-type: none"> – Der Verein wird mit verschiedensten Angeboten identifiziert (nicht nur auf eine Schiene festgelegt) – Mit neuen Bildern und Ideen Lebendigkeit und Vielfalt erzeugen – Nutzenpotenziale auf neuen Gebieten finden 	<ul style="list-style-type: none"> – Identifizierung mit Vereinszielen verbessern – Nach außen ist die Interessenvertretung erkennbar
5. Vorstände und Nachfolgerinnen qualifizieren und informieren	<ul style="list-style-type: none"> – Zielgruppe der jetzigen und kommenden „Funktionärinnen“ definieren – Bildungsbedarfe, Defizite, aber auch vorhandene Qualifikationen ermitteln – Learning by Doing: Teilnahme an Tagungen und Veranstaltungen, Reden und Diskussionsbeiträge – machen, darüber reden, Feedback geben – Aufgabenaufteilung in den Vorständen, verbunden mit thematischer Spezialisierung 	<ul style="list-style-type: none"> – Permanente Weiterbildung (z. B. in Gremiensitzungen, Klausurtagung), evtl. Mentoren einsetzen – Schnelle „Einarbeitung“ von neuen Vorstandsfrauen – Austausch zwischen erfahrenen und neuen Vorstandsfrauen – Blick über den Tellerrand: Erfahrungsaustausch innerhalb der LandFrauenorganisation sowie mit anderen Vereinen – Jahresplanung im Vorstand: Wer ist für welche Themen bzw. Organisationen zuständig? Wie und wo erfolgt die Auswertung und Umsetzung? 	<ul style="list-style-type: none"> – Den Verein effizient und effektiv führen – Befähigungen, um Zukunftsstrategien zu entwickeln und Entwicklungsprozesse zu moderieren – Verbands-Know-how erhalten und pflegen – Fachwissen generieren, um zu sensibilisieren und um mitzureden 	<ul style="list-style-type: none"> – Anerkennung der LandFrauen als qualifizierte Akteure in der Kommune – Von der Politik ernst genommen – Verhandeln auf Augenhöhe (Lobbyarbeit) möglich

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
6. Bildung im Verein professional managen	<ul style="list-style-type: none"> – Mitglieder, Fachgremien und Vorstände einbeziehen – Kooperationen eingehen (thematisch, regional) – Alleinstellung bei ausgewählten Themen sichern und vermarkten (Das gibt es nur bei den LandFrauen) – Finanzierung sichern, dabei den Wert von Bildung herausheben 	<ul style="list-style-type: none"> – Bei ausgewählten Themen: <ul style="list-style-type: none"> • Geschützter Raum für Frauen • Öffnung für Nichtmitglieder – Zuständigkeiten für Bildung klären – Mit der Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederwerbung verknüpfen – Teilnehmer an der Finanzierung beteiligen 	<ul style="list-style-type: none"> – Planung und Organisation von Bildung auf hohem Niveau – Gute und stabile Finanzierung – auch um Qualität zu sichern 	<ul style="list-style-type: none"> – Veränderte Interessenlage durch Bildung auffangen – Gezielt Bildung platzieren, um Interessen durchzusetzen

Vom Präsidium des dlv bestätigt am: 06.05.2014

Interessenvertretung für Frauen im ländlichen Raum – den satzungsgemäßen Auftrag vor Ort wahrnehmen

Empfehlungen für Ortsvereine

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
1. Mittels „Umfeldanalyse“ das Geschehen im dörflichen Umfeld beobachten und erfassen	<ul style="list-style-type: none"> – Herausfinden, worüber die Menschen zufrieden sind und worüber nicht – Herausfinden, wo sich Ungemach abzeichnet – Offenheit für dörfliche Themen, keine Abschottung – Vorstände müssen das als ihre permanente Aufgabe begreifen – Andersartigkeit zulassen und Interesse entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> – Kommunale „Baustellen“ in den Blick nehmen – Öffentliche Regionalpläne, Dorfentwicklungskonzepte u.Ä. begutachten, Stellung beziehen – Das Ohr nah am Geschehen haben, Beziehungen zu Politikern und „Wissensträgern“ aufbauen – Akteure und Wissensträger einladen – Kommunikationswege im Verein so organisieren, dass wichtige Infos schnell beim Vorstand landen – Als Standardthema in den Vorstandssitzungen bearbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> – Der Verein erkennt und beschließt: „Umfeldanalysen“ sind eine ständige Aufgabe des Vereins – Umfeldanalysen werden kontinuierlich durchgeführt 	<ul style="list-style-type: none"> – Die Interessenlage für eine Sache im Einzugsbereich des Vereins wird deutlich – Es ergeben sich Ansatzpunkte für Aktionen, Stellungnahmen u.Ä. mit denen der Verein punkten kann

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
2. Unsere Botschaften (vom dlv 2012 formuliert und verabschiedet) vor Ort bekannt machen	Die Botschaften sagen, wofür LandFrauen stehen. Ortsvereine sollen sich damit identifizieren und darüber sprechen.	<ul style="list-style-type: none"> – Im Verein bekannt machen und jedem Mitglied ein Exemplar geben – Auf der Homepage des Vereins (falls vorhanden) kommunizieren – In der Öffentlichkeitsarbeit des Vereins werbewirksam einsetzen 	<ul style="list-style-type: none"> – Die Öffentlichkeit darüber informieren, wofür LandFrauen stehen – Klischees entgegenwirken 	<ul style="list-style-type: none"> – Positive Imagebildung für LandFrauen in der Öffentlichkeit
3. Stellung beziehen	<ul style="list-style-type: none"> – Der Ortsverein outet sich als Befürworter/Gegner oder Betroffener – Die Vereinsführung greift das auf und macht das zum Thema – Verein handelt wie eine Bürgerinitiative 	<ul style="list-style-type: none"> – Position erarbeiten (Für und Wider auflisten und bewerten) – Interessenlage von Frauen im Ländlichen Raum herausarbeiten (Was haben Frauen davon?) – Position öffentlich verkünden und Akteuren zugänglich machen 	<ul style="list-style-type: none"> – Ortsverein hat eine begründete eigene Meinung – Die Interessen von Frauen im ländlichen Raum werden klar und offen geäußert. – Verein wird gegenüber Kommunen, Öffentlichkeit oder Verantwortlichen zum Akteur 	<ul style="list-style-type: none"> – Betroffene werden aufmerksam auf den Verein/auf Landfrauen – Verein hat die Möglichkeit, Betroffene anzusprechen und so potenzielle Verbündete und Mitglieder zu finden

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
4. Aktionen planen	<ul style="list-style-type: none"> – Nach Mitteln und Möglichkeiten suchen (Machbarkeit, Finanzierbarkeit, Chancen und Risiken bewerten) – Die Ideen der Mitglieder einholen – Positive innere Haltung ist wichtig – Mitglieder sensibilisieren 	<ul style="list-style-type: none"> – Beteiligungen prüfen (bei anderen mitmachen) – Kooperationen prüfen (wer hat noch das gleiche Problem), Runde Tische einberufen – Was können wir gut? – Ressourcen des Vereins prüfen – Das Okay der Mitglieder einholen 	<ul style="list-style-type: none"> – LandFrauenverein wird zum Akteur – Konkrete Aktion beschließen 	<ul style="list-style-type: none"> – Betroffene erfahren, dass etwas passiert – Verbündete finden und Aktionsradius vergrößern – Ortsverein wird zum Problemlöser
5. Aktionen durchführen	<ul style="list-style-type: none"> – Vorstand setzt beschlossene Aktionen um – Alte und potenzielle neue Mitglieder an der Umsetzung beteiligen 	<ul style="list-style-type: none"> – Öffentlichkeit mit einbeziehen – Erfolge/Misserfolge kommunizieren – Moderieren, wenn LandFrauen neutraler Partner sind 	<ul style="list-style-type: none"> – Lösung des (ursprünglichen) Problems – Verein als Moderator – Verein kann Erfolge auf seine Fahnen schreiben 	<ul style="list-style-type: none"> – Verein steht als „Macher“ da – Interessenvertretung wird konkret sichtbar
6. Bildungsprogramme wie bisher gehabt fortsetzen	<ul style="list-style-type: none"> – Gewohnte Angebote besonders für langjährige Mitglieder fortsetzen 	<ul style="list-style-type: none"> – Nach und nach anpassen an Themen der Interessenvertretung – Geschlossene Gruppen vermeiden – Nichtmitgliedern Teilnahme ermöglichen 	<ul style="list-style-type: none"> – „Alte“ Mitglieder sollen sich auch weiterhin wohlfühlen – Aber auch Spaß an neuem haben 	<ul style="list-style-type: none"> – Mitgliederbindung durch „Wohlfühlprogramme“ besonders für die langjährigen treuen Mitglieder

Was ist zu tun?	Ganz konkret bedeutet das?	Wie soll das ablaufen?	Was soll herauskommen?	Was bedeutet das für die Interessenvertretung?
7. Qualifizierungsangebote für Vorstände zum Thema Interessenvertretung	<ul style="list-style-type: none"> – Für große Ortsvereine: Qualifizierungen für Vorstände planen und organisieren – Für kleinere Ortsvereine: Bedarf bei den Kreis- und Landesverbänden anmelden und einfordern 	<ul style="list-style-type: none"> – Qualifizierungsbedarf der Vorstände analysieren – Selbsthilfemöglichkeiten suchen (z. B. Mentoring) – Bedingungen festlegen (Zeitverfügbarkeit, Finanzen) 	<ul style="list-style-type: none"> – Vorstände erarbeiten sich das Know-how, um Interessenvertretung vor Ort umzusetzen 	<ul style="list-style-type: none"> – Wahrnehmung des satzungsgemäßen Auftrags der Interessenvertretung

Vom Präsidium des dlv bestätigt am: 06.05.2014