



MITGLIEDER FINDEN UND BINDEN (2) PILOTEN FÜR EINEN TAG

Luftsportvereine können warten, bis neue Mitglieder von alleine den Weg zu ihnen finden. Andere helfen nach. Eine etablierte Möglichkeit, potenzielle Flugschüler anzusprechen, sind Aktionen wie „Pilot für einen Tag“. Eine Reihe von Klubs haben das Konzept selbst ausprobiert. Die meisten waren regelrecht überwältigt vom Interesse.

Der LSV Degerfeld in Albstadt hat beispielsweise sehr gute Erfahrungen mit dem Konzept gemacht. Bei der Premiere war die Zahl der Anmeldungen so gewaltig, dass sie im Jahr darauf auf zwei Tage ausgedehnt wurde. Erneut waren beide Aktionstage ausgebucht, mit insgesamt rund 60 Schnupper-Piloten. Eine Reihe von ihnen trat auf Anhieb als Mitglied dem Verein bei. Der **Ansatz** ist simpel: ein Schnuppertag für potenzielle Interessenten ohne weitere Verpflichtungen, als niedrigschwelliges und günstiges Angebot. Zur Krönung des Tages gab es für jeden zwei Windenstarts im Segelflugzeug. Zu den

rechtlichen Details lesen Sie bitte die Hinweise auf Seite 5.

Die **Bewerbung des Angebots** erfolgte auf klassischem Wege: eine Pressemitteilung an die örtlichen Tageszeitungen, Plakate an Schulen und eine Ankündigung auf der Internetseite des Vereins. Die Unsicherheit, ob das Angebot ankommt, verflog rasch. Schon vor der ersten richtigen Ankündigung war die Hälfte der Plätze ausgebucht. Am Ende überstieg das Interesse die Kapazitäten bei Weitem. Wer zu spät kam, erhielt eine freundliche Antwort mit dem Hinweis, unabhängig vom Aktionstag jederzeit zu einem Passagierflug vorbeikommen zu können.

Die Mischung der Teilnehmer war breit: Sie reichte vom 16-jährigen Schüler über die Studentin bis hin zum 50-jährigen Werkmeister im Industriebetrieb. Einige, die schon länger mit einer Pilotenausbildung geliebäugelt hatten, hatten regelrecht auf ein solches Angebot gewartet. Ansonsten

hätten sie sich nach eigenem Bekunden wohl nicht aufgerafft oder sich schlichtweg nicht getraut.

Die **Anmeldung** erfolgte komplett über die Homepage des Vereins, per Rundmails wurden Bestätigungen, Informationen zum Tagesablauf sowie Servicelisten mit Kontaktadressen und Ansprechpartnern versandt – schnell, praktisch und ohne Kosten.

Der Tagesablauf: Eintreffen um acht Uhr morgens, kurze Begrüßung in der Halle mit Vorstellung des Vereins und seiner Ausbildungsmöglichkeiten. Danach kleine Einweisung in Kleingruppen an vier Stationen in Wetterkunde (Wolken, wie funktioniert Thermik?), Verhalten auf dem Flugplatz und Technik (Warum fliegt ein Flugzeug, wie wird es gesteuert?) und Luftrecht (In welchen Lufträumen fliegen wir, was dürfen wir?), je Station rund zehn bis 15 Minuten.

Etwa 30 Mitglieder kümmerten sich um die Gäste, vom Schüler bis zum Fluglehrer, allesamt mit Namensschildchen ausgestattet. Danach erlebten die Besucher einen Flugtag mit, einschließlich Aushallen und Aufbau. Die Aktion war schließlich nicht als „Animationsprogramm“ gedacht, sondern sollte realistische Einblicke in den Ablauf eines Schul-Flugbetriebstags im Verein geben. Richtigerweise müsste die Aktion dann eigentlich „Flugschüler für einen Tag“ heißen. Nach dem Einhalten gab es zum Abschluss ein Grillfest, als runden Tagesausklang und Möglichkeit für die Gäste, mit Vereinsmitgliedern ins Gespräch zu kommen und Fragen zu stellen.

Etwas **Arbeit im Vorfeld** und am Tag selbst macht die Aktion schon. Der finanzielle Aufwand hielt sich für den Verein hingegen denkbar im Rahmen. Mit rund 25 Euro Teilnahmegebühr inklusive Grillwürstchen und Getränken waren die Kosten gedeckt – ein Preis, den jeder Teilnehmer bereitwillig in ein Abenteuer investierte, auch wenn er am Ende des Tages zur Erkenntnis kam, dass die Fliegerei nichts für ihn ist. Was an Mitgliedern



Macht Spaß und ist effizient: Erfahrungsgemäß kann man bei Schnuppertagen mit einer Quote von bis zu zehn Prozent an Neumitgliedern rechnen

generiert werden kann, lässt sich nicht genau taxieren. Erfahrungsgemäß ist eine Quote von zehn Prozent der Teilnehmerzahl am Aktionstag ein realistischer Wert.

Die Wirkung in der **Öffentlichkeitsarbeit** ist sicher ohnehin größer: Mit Vor- und Nachbericht in den Tageszeitungen sowie auf der Homepage hat der Verein auf sich und seine Angebote aufmerksam gemacht, Interessenten dazu ermutigt, die eigene Scheu zu überwinden. Der eine oder andere kommt vielleicht später mal vorbei. Und eins ist auch sicher: Wer als Gast mit dem Gefühl vom Flugplatz geht, einen schönen Tag erlebt zu haben, ist künftig potenziell guter Botschafter für den Verein. Über die Vernetzung in sozialen Netzwerken wie „Facebook“ verbreiten sich besondere Erlebnisse praktisch exponentiell.

Tipps:

Der **Termin** für einen solchen Aktionstag sollte möglichst frühzeitig in der Saison sein, nicht erst im Herbst. Potenzielles Interesse kühlt ansonsten über die Winterpause erfahrungsgemäß ab.

Ankündigungen in verschiedenen Kanälen zeitlich abstimmen: Ausschreibung des Angebots auf Homepage, in der Presse und ggfs. in sozialen Netzwerken sollte **zeitgleich** erfolgen, um allen Nutzern die gleiche Chance zu bieten und unnötige Enttäuschungen zu vermeiden.

Pressearbeit: Ankündigung in den örtlichen Tageszeitungen ist Pflicht. Für eine Berichterstattung über den Aktionstag kann einer Redaktion durchaus ein Platz für „Selbsterfahrung“ angeboten werden, möglichst kostenlos. Ansonsten ist auch ein Nachbericht über eine selbst verfasste Pressemitteilung möglich. Eine Nachberichterstattung ist in jedem Fall sinnvoll!

Theoretische Einweisung: kurz und kompakt halten, auf Fachtermini verzichten. Ein Teil der Besucher dürfte ohnehin nervös sein. Zu viel Information wirkt dann eher abschreckend. Auch eine „überredende“ Ansprache, wonach Luftsport das tollste Hobby überhaupt ist, empfiehlt sich nicht, das Interesse der Teilnehmer ist ohnehin schon geweckt. Ebenso zu vermeiden sind abenteuerliche Erzählungen über (angebliche) spektakuläre Erlebnisse und sonstige Plappereien, auch keine Erzählungen, dass manchem Passagier schon schlecht geworden ist. Sowas verbietet sich komplett!

HINWEISE ZUR MITNAHME VON INTERESSENTEN IM FLUGZEUG

Bei Informations- und Werbeveranstaltungen zur Gewinnung neuer Mitglieder im Verein kommt der Vermittlung des Flugerlebnisses eine wichtige Bedeutung zu.

Die Faszination des Fliegens kann auf zweierlei Weise vermittelt werden:

1. Mitnahme des Interessenten als Fluggast

Der Interessent wird als Fluggast (Passagier) im Flugzeug mitgenommen. **Er darf hierbei nicht steuern** und der Flug erfolgt nach den gesetzlichen Bestimmungen, die für die Mitnahme von Fluggästen gelten. Es handelt sich bei entgeltlicher Mitnahme des Fluggastes um die Fallvariante der „Durchführung eines Passagierfluges zum Zwecke der Werbung für den Luftsport“. Der Fluggast bzw. dessen Haftungsrisiko ist in diesem Falle abgedeckt über die Passagier-Haftpflichtversicherung, die für das zum Einsatz gelangende Luftfahrzeug kraft Gesetzes abgeschlossen sein muss.

2. Durchführung eines Schulungsfluges

Alternativ kann mit dem Interessenten auch ein „Schulungsflug“ durchgeführt werden, **bei dem er selbst am Doppelsteuer mit dem Fluglehrer das Fliegen miterleben kann**. Ein solcher Flug darf ausschließlich im Rahmen einer zuvor vom Interessenten beim Verein begonnenen Flugausbildung erfolgen. Der Interessent muss also vor der Durchführung des Fluges als Flugschüler im Vereinsausbildungsbetrieb „aktiviert“ werden. Das hierfür geltende Reglement (u. a. Regelungen des Ausbildungshandbuchs etc.) ist vollumfänglich einzuhalten und die entsprechenden formalen Erfordernisse sind zu erfüllen bzw. nachzuweisen, u. a.:

- Mitgliedschaft im Verein und im BWLV (Ausbildungsbetrieb: BWLV-ATO)
Die Mitgliedschaft im BWLV ist – bei erstmaliger Anmeldung – im ersten Jahr beitragsfrei, sodass hierdurch bei kurzzeitigen Mitgliedschaften keine Kosten entstehen.
- Formelle Voraussetzungen für den Beginn der Flugausbildung im Verein (gemäß Ausbildungshandbuch etc.)
- Information und Einweisung des Interessenten in die Flugausbildung bzw. in dessen Status (wenn auch nur vorübergehend) als Flugschüler

Die Durchführung eines Schulungsfluges mit dem Interessenten ist also mit einem nicht unerheblichen Aufwand auf beiden Seiten (Verein/Interessent) verbunden. Ferner ist zu beachten, dass der Flugschüler zur „Besatzung“ des Luftfahrzeuges zählt und daher nicht den Deckungsschutz aus der Passagierhaftpflichtversicherung genießt.

Es ist also im Vorfeld von „Schnupperflugveranstaltungen“ im Blick auf den zu treffenden Aufwand wie auch unter Berücksichtigung der Haftungslage bzw. der versicherungsrechtlichen Absicherung sehr genau zu prüfen und zu entscheiden, welche der oben genannten (exklusiven) Varianten zum Einsatz kommen soll: Passagierflug oder Schulungsflug im Rahmen einer Flugausbildung. Andere Möglichkeiten zur Mitnahme von Interessenten im Flugzeug gibt es nicht!

Wichtig zum Schluss:

Sofern Minderjährige als Interessenten im Flugzeug mitgenommen werden, ist es sinnvoll, dass der Verein sich hierfür eine schriftliche Einverständniserklärung der Erziehungsberechtigten vor Durchführung des Fluges geben lässt. Es versteht sich von selbst, bei der Durchführung von Gastflügen mit Interessenten nur qualifizierte Piloten/Fluglehrer mit ausreichender Flugerfahrung einzusetzen.

Text: red.



Bei einem Schnuppertag ist Zeit genug, den Besuchern alles genau zu erklären

Kapazitäten: Erfahrungsgemäß lässt sich sagen, dass je doppelsitzigem Schulflugzeug im Segelflug, die im Verein für die Aktion zur Verfügung stehen, acht bis zehn Teilnehmer gebucht werden können, je nachdem, wie effizient der Flugbetrieb läuft. Erfahrungsgemäß kann man die Platzzahl um rund fünf Prozent überbuchen, ein Teil wird ohnehin ausfallen, wegen Krankheit und Terminproblemen.

Was gut ankommt: Namensschilder für Gäste und Betreuer, persönliche Anspra-

che wird immer geschätzt. Wenn der Verein noch Segelflieger-Mützen mit Vereinseblem anbieten kann: prima. Im Fall des LSV Degerfeld war das gleichzeitig eine Kontrolle: Wer die Mütze trug, hatte den Teilnehmerbetrag bereits entrichtet und die Formalitäten wie Tagesmitgliedschaft erledigt.

Informationen: Die Teilnehmer der Aktion sollten in einer Rundmail vorab Infos zum Tagesablauf, zum Versicherungsschutz, zu den genauen Kosten und Zahlungsabwicklung und sonstigen Aspekten erhalten, etwa bei Minderjährigen die schriftliche Erlaubnis beider Elternteile. Auch den Mitgliedschaftsantrag können sie schon ausgefüllt mitbringen, was am Aktionstag selbst Zeit und unnötige Hektik erspart. Außerdem müssen sie wissen, was mitzubringen ist: Sonnenbrille, Sonnenschutz, geeignete Kleidung etc. Der Verein muss auch erreichbar sein und rasch antworten können, wenn sich Interessenten melden, nicht erst nach fünf Tagen. Das muss klar geregelt sein und zuverlässig klappen! Eine funktionierende Kontaktaufnahme ist immer die erste „Visitenkarte“ des Vereins!

Nachbetreuung der Teilnehmer: Nicht jeder Teilnehmer kann sich gleich am Ende des Tages für einen Beitritt entscheiden, es ergibt auch keinen Sinn, jemanden überreden zu wollen. Besser ist es, sich eine Woche später nochmals in einer Mail für den Besuch zu bedanken, mit dem Hinweis, dass der Verein für neue Mitglieder offen ist und bei weiteren Fragen gerne zur Verfügung steht. Nett ist es, jedem zur Erinnerung auch ein Foto zuzumailen,

beispielsweise im Cockpit. Überhaupt haben die Teilnehmer beim Verlassen des Platzes erfahrungsgemäß noch gerne etwas in der Hand, etwa einen Flyer des Vereins.

Erfolgsquote: Zehn Prozent der Teilnehmer am Aktionstag als neue Mitglieder zu gewinnen, ist erfahrungsgemäß ein guter und realistischer Wert.

Weitere Informationen: Eine Muster-Pressemitteilung zur Ankündigung und ein Beispiel für einen Presse-Nachbericht sind auf der BWLV-Homepage hinterlegt. Tipps gibt es auch im Handbuch „Pressearbeit für Vereine“, das jedem Verein vorliegen sollte.



In unserer Serie zum Thema „Mitglieder finden und binden“ gibt es regelmäßig Tipps und Vorschläge dazu, wie Vereine es schaffen, mehr Mitglieder anzuwerben und diese auch dauerhaft zu halten. Falls Sie selbst Vorschläge zu unseren Beiträgen haben oder berichten möchten, welche Maßnahmen zum Beispiel in Ihrem Verein besonders gut ankommen, melden Sie sich gerne per E-Mail bei der adler-redaktion unter buerkle@bwlv.de.



Viele Besucher sind begeistert, wenn sie die Abläufe am Flugplatz kennenlernen und auch mal mitfliegen dürfen

Text und Fotos: Volker Rath