

Wofür steht der Deutsche Marinebund?

1. Sitzung der Arbeitsgruppe DMB 2020

Am 2. und 3. Dezember 2011 trafen sich im Scheerhaus in Laboe Vertreter des Deutschen Marinebundes und des Instituts für Systemische Organisationsentwicklung (ISO). Ziel der ersten drei Tagungen ist es, ein tragfähiges Entwicklungskonzept zu erarbeiten, welches die Zukunft des DMB sichert. Die nächsten Sitzungen sind im Februar und März dieses Jahres anberaumt. Erste Ergebnisse werden beim Abgeordneten-Tag am 9. Juni 2012 in Lahnstein präsentiert und zur Diskussion gestellt. Die Projektgruppe (s. Tabelle), ein buntes Spektrum des Vereinslebens im DMB, hat die Aufgabe, interner Motor des Modernisierungsprozesses zu sein, denn, Weiterentwicklung kann nur von „innen heraus“ gelingen. Außerdem sollen von diesen Repräsentanten des DMB Anstöße und Impulse kommen, die sie dann als Kommunikatoren und Multiplikatoren in den Dachverband und die Kameradschaften hineinbringen.

Bei der ersten Tagung Laboe kam es also erst einmal darauf an, die jetzige Situation des Vereins zu analysieren. Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe haben die – nach ihrer Meinung – größten **Herausforderungen** herausgearbeitet denen sich der DMB stellen muss:

- Corporate Identity (Welche Identität hat der DMB? Worin unterscheidet er sich von anderen Vereinen?)
- Image (Welchen Gesamteindruck erweckt der DMB bei anderen?)
- Mitgliedergewinnung und –pflege (Was brauchen potentielle Mitglieder und Mitglieder, damit der DMB für attraktiv wird bzw. bleibt?)
- Kontakt/Vernetzung (Welche Kontakte sind für den DMB wichtig? Mit wem kooperiert der DMB?)
- Angemessene Strukturen (Welche Prozesse und Verantwortlichkeiten sichern die Auftragserfüllung des Vereins?)
- Finanzen (Welche Einnahmen hat der Verein bzw. kann er sich erschließen? Wofür wird zukünftig Geld ausgegeben?)
- Bewegung im DMB (Wie entsteht eine Aufbruchsbewegung, die den ganzen Verein erfasst?)

Innerhalb dieser Herausforderungen sollen, so erste Ideen in der Arbeitsgruppe, z.B. das Niveau des DMB durch Aus- und Weiterbildung seiner Repräsentanten erhöht

werden, Familien stärker gefördert und in das Vereinsleben eingebunden werden, aber auch die Sinngebung überdacht werden. Es heißt, darüber nachzudenken, wie man, ohne Geselligkeit und maritime Brauchtumpflege zu vernachlässigen, den „Maritimen Gedanken“ in den Mittelpunkt des Denkens stellen kann? Welche Botschaft wollen wir an welche Empfänger senden – oder anders ausgedrückt: Welche Zielgruppen erreicht der DMB mit welchen zentralen Botschaften? Welche Angebote wollen wir sind dementsprechend aus die Sicht unserer Kameraden und in den Augen potenzieller Mitglieder interessant und anschlussfähig? Welche Außenwirkung möchten der Verein und seine Mitglieder in der Öffentlichkeit erzielen?

Der DMB sollte im ständigen Kontakt zur aktiven Marine stehen, aber auch neue Gesellschaftsgruppen an sich binden. Was ist mit Modellbauer, Wassersportlern, Seesportlern? Wie werden wir interessant für diese Menschen? Was können wir tun gegen Vereinsmüdigkeit und wie begegnen wir dem demographischen Wandel in unserer Gesellschaft? Wie gelingt es uns Alt und Neu zu vernetzen und unter einen Hut zu bringen? Wie schaffen wir es, alte Strukturen – ohne große Reibungsverluste – an die heutige Situation anzupassen? Wie gelingt es uns, die Beiträge zu halten oder sogar drastisch zu senken? Was muss getan werden, um innerhalb der örtlichen Kameradschaften Bereitschaft zur Veränderung zu erzeugen?

Es wurden also zu Beginn der Tagung viele Fragezeichen gesetzt, zahlreiche Herausforderungen identifiziert.

Aber, natürlich hat der DMB auch Trümpfe in der Hand:

- die „Maritime Idee“,
- Laboe als Ort, der Identität stiftet,
- eine engagierte zukunftsorientierte Vereinsführung,
- die überregionale Präsenz des DMB in ganz Deutschland,
- ein Netz(-werk) an Kontakten, Beziehungen und Kooperationen,
- und die breit gefächerten Angebote des Vereins.

Der DMB blickt auf eine 120-jährige Tradition zurück, in der er für den „Maritimen Gedanken“ in unserer Gesellschaft kämpft. Es gibt eine vereinende Grundidee, die Kameradschaft, es kann Erfahrung weitergegeben werden, der DMB ist kein elitärer Verband, jeder maritim Interessierter kann Mitglied werden. Ein echtes Faustpfand sind das Gelände an der Ostseeküste in Laboe und die darauf errichteten Anlagen wie MEM, die Gedenkhalle, die Historische Halle, aber auch das Hotel Restaurant Scheerhaus. Deutlich wurde auch von den Sitzungsteilnehmern herausgearbeitet, dass die

Geschlossenheit der Vereinsführung, der Wille zur Modernisierung und Stärkung des DMB ein Pluspunkt ist, mit dem der DMB die Zukunft meistern kann. Ein deutlicher Trumpf ist, dass der DMB mit einer großen Anzahl von Örtlichen Gliederungen in der Fläche präsent ist. Die Kameradschaften/Vereine/Vereinigen müssen gestärkt und in die Lage versetzt werden, den Maritimen Gedanken zwischen Flensburg und Freilassing, zwischen Aachen und Görlitz zu verbreiten. Der DMB kooperiert seit Jahren mit dem Deutschen Bundeswehrverband, dem Bundeswehr-Sozialwerk, der Marine-Offizier-Vereinigung, dem Deutschen Maritimen Institut, dem Verband Deutscher Reeder, etc. Dieses Netzwerk soll dringend ausgebaut und weiter entwickelt werden. Das Potenzial dieser Kooperationspartner muss besser genutzt, Synergieeffekte müssen erkannt und mitgenommen werden. Der DMB bietet im Binnenland eine exotisch breite Angebotspalette wie Seemannschaft, Seesport, Shanty-Chöre, Kuttersegeln, um nur einige zu nennen.

Wie sieht der DMB in zehn Jahren aus?

Nachgedacht wurde intensiv darüber, wer in zehn Jahren im DMB eine Heimat finden soll. Hier war man sich einig, dass der DMB sich breiter aufstellen muss.

- Ein Ziel ist die Gründung einer „Maritime Vereinigung“ für diejenigen, die sich mit den ideellen Werten des DMB identifizieren können. Die Satzung gibt das schon jetzt her. Vielleicht gelingt es, alle zurzeit existierenden maritimen Vereinigungen in einem gemeinsamen Spitzenverband zu sammeln! Hier könnte ein gut aufgestellter DMB zum Motor dieser Initiative werden.
- Der DMB darf die heutige Marine nicht aus den Augen verlieren. Wenn auch das Potenzial dort weniger wird, gibt es dennoch im Bundesgebiet unzählige ehemalige Mariner aus den deutschen Marinen, die für eine Mitgliedschaft begeistert werden könnten. Was muss man diesen bieten, um sie zu gewinnen? Es sollte für DMB-Mitglieder Mitfahrmöglichkeiten auf Einheiten der Flotte geben, sie sollten in allen Medien Informationen über die Marine erhalten.
- Der DMB bietet die Möglichkeit, Urlaub am Meer im vereinseigenen Hotel Scheerhaus zu verbringen. Die Kapazität muss erweitert, die Werbung verstärkt werden. Ein großes Potenzial sah die Gruppe in der verstärkten Werbung von Familien, Jugendlichen und Kindern: z.B. könnten Kurse für Kinder mit Verhaltensauffälligkeiten angeboten werden (Deutsche Maritime Akademie),

denn Seesport hat therapeutischen Charakter. Familien, die im Scheerhaus ihren Urlaub verbringen, könnten mit einem bunten Programm unterhalten, die Kinder in einem „Jugendclub“ betreut werden. Evtl. kann man in Laboe auch Kurse für Wassersportler aller Couleur anbieten.

- Die „Maritime Wirtschaft“ muss auf den DMB aufmerksam gemacht und als Sponsor und Förderer gewonnen werden.

Neben den bestehenden Gruppierungen wie MKen, Shanty-Chören, Jugend im DMB könnten neue, maritim interessierte Gruppierungen entstehen und Einzelmitglieder gefördert werden.

Was könnten zukünftig die Merkmale sein, die den DMB einzigartig in Deutschland sein lassen?

Der DMB dient umfassend und bündelnd den maritimen Interessen Deutschlands. Dazu gehören:

Eine effektive Lobbyarbeit:

Der DMB ist u.a.

- Ansprechpartner in maritimen Angelegenheiten bei wichtigen Entscheidungsträgern.
- Wichtigster Partner aller maritimen Interessenverbände
- Sprachorgan der Marine im Binnenland
- Anwalt des Maritimen
- ist federführendes Mitglied eines maritimen Spitzenverbandes

Eine professionelle Kompetenz in allen maritimen Fragen:

Der DMB

- übermittelt die Bedeutung der See für Deutschland in breiten Bevölkerungskreisen (Gründung der Deutschen Maritimen Akademie/DMA)
- informiert umfassend über alle maritimen Themen
- ist kompetenter Ansprechpartner in maritimen Fragen

Eine qualifizierte Nachwuchs-/Erziehungsarbeit:

Der DMB steht für

- maritime Nachwuchsgewinnung und Jugendarbeit (Wasser und Seesport)
- die Vermittlung maritimer Werte (DMA)

Eine emotionale Heimat für alle Seefahrtbegeisterten:

Der DMB ist

- Heimat für alle maritim Denkende und maritim Interessierte
- Heimat für alle, die sich auf dem maritimen Sektor engagieren möchten
- Heimat für alle ehemaligen Marinesoldaten
- Austauschportal für maritime Themen und nutzt die neuen Medien

Zum Abschluss ihrer ersten Sitzung setzten sich die Mitglieder der Arbeitsgruppe 2020 mit Erfahrungen auseinander, die – unabhängig von der Mitgliedschaft in einem bestimmten Verein – ganz grundsätzlich als „Mitgliedschaftsmotive“ gelten.

(Potenzielle) Mitglieder eines Vereins können Erwartungen im Blick auf vier Bereiche haben:

Sachkompetenz (Was liefert mir der Verein an Informationen und Wissen, das ich sonst nicht so kompakt erhalte?)

Serviceleistungen (Welche Dienstleistungen, Angebote und Vergünstigungen kann ich als Mitglied nutzen?)

Zugehörigkeit (In welcher „Welt“ finde ich eine Heimat? Treffe ich Menschen, denen dieselben Anliegen und Werte am Herzen liegen, die mir wichtig sind?)

Möglichkeit zum Engagement (Wie kann ich mich einsetzen? Welche Spielräume sind vorhanden, mich mit meinen Fähigkeiten einzubringen? Wie wird mein Einsatz gewürdigt und wertgeschätzt?)

Aus Sicht des (potenziellen) Mitglieds können Motive und Bedürfnisse hinsichtlich seiner Mitgliedschaft durchaus sehr unterschiedlich ausgeprägt sein. Deshalb soll bei den nächsten Arbeitstagen herausgearbeitet werden, wie stark diese Felder im DMB ausgeprägt sind bzw. wohin der DMB steuern muss.

Wo wir heute stehen, aber auch wohin wir wollen, wurde in intensiver Gruppen- und Einzelarbeit in Laboe herausgearbeitet. Wie das Ziel, den DMB von Grund auf zu erneuern erreicht werden kann, wird der Schwerpunkt der nächsten beiden Sitzungen der Arbeitsgruppe DMB 2020 sein. Burkard Severin/Werner Schiebert

Sie können mitmachen und die Arbeit der Arbeitsgruppe DMB 2020 unterstützen:

(1) Diskutieren Sie bitte in Ihrer MK, in Ihrer örtlichen Vereinigung, aber auch mit Menschen, die keine Mitglieder des DMB sind, folgende Fragen:

a) Was macht den DMB interessant bzw. was könnte ihn interessanter machen?

- b) Was sollen Menschen, die den DMB noch nicht kennen, mit dem Verein zukünftig verbinden (maximal fünf Stichworte)?
- c) Welche Ideen haben Sie, um den DMB bei Ihnen „vor Ort“ bekannt und interessant zu machen?
- d) Welche Unterstützung brauchen Sie zur Umsetzung Ihrer Ideen vom Landesverband oder vom Bundesverband?

(2) Notieren Sie bitte Ihre Antworten.

(3) Senden Sie bitte Ihre Antworten an die Bundesgeschäftsstelle, Stichwort

„Arbeitsgruppe DMB 2020“ (Strandstraße 92, 24235 Laboe; Fax: (0 43 43) 49 48 49 -67; E-Mail: vz@deutscher-marinebund.de).

Wir freuen uns auf Ihr Mitdenken und Ihre Anregungen!