



USCHI RONNENBERG

# ACTIVITY ALLER AACHENER LIONS CLUBS

*Mit dem Motto: Kräfte bündeln - gemeinsam wirken*

**A**ls sich im Januar ungefähr ein Dutzend Lions und Zontians im Raum Aachen zur „Weihnachtsmarkt-Nachlese“ trafen, ging eine erfolgreiche, club-übergreifende Activity in ihr neuntes Jahr: Fast alle Aachener Lions-Clubs und der Zonta-Club betreiben seit 2009 gemeinsam einen Verkaufsstand auf dem Aachener Weihnachtsmarkt.

Hinter diesem schlichten Satz verbirgt sich eine vielschichtige Mammutaufgabe, die ihre Zeit gebraucht hat, bis alles rund lief. Bei jedem einzelnen Punkt geht es schließlich immer auch darum, die Interessen von derzeit acht Service-Clubs unter einen Hut zu bringen.

## Das Spendenziel

Eine der ersten Maßnahmen ist, das Spendenziel des Jahres zu finden. Hierzu setzen sich die Activity-Beauftragten der beteiligten Clubs zusammen und diskutieren die Vorschläge, die zuvor in den Clubs gesammelt wurden. Ergo: Alle Beteiligten sind einbezogen. Erzielt werden mit der

Activity mindestens 10.000 Euro Reingewinn, die möglichst als komplette Summe für ein großes Projekt in der Region Aachen gespendet werden. Sobald der Spendenzweck festgelegt ist, wird die Info als Motivationsmotor in die Clubs kommuniziert und fließt natürlich auch in die PR-Arbeit ein.

## Das Angebot

Inzwischen „beschränkt“ sich das Warenangebot am Stand auf Adventskränze und weihnachtliche Gestecke, die sich bis zum 1. Advent bestens verkaufen, sowie auf ungefähr 30 Sorten Marmeladen, Konfitüren, Chutneys und Pestos, die über die gesamte Laufzeit des Weihnachtsmarktes im Verkauf sind. Im Vorbereitungsteam legt die Sortiments-Chefin nach Abklärung mit allen Produzenten detailliert fest, wer wovon wieviel herstellt. Die Rohmaterialien werden von den Clubs gespendet, die einzelnen Sorten werden ab etwa September in den beteiligten Clubs hergestellt - „hausge-



macht nach bewährten Privatrezepten“ ist eines der zugkräftigsten Verkaufsargumente. Die Gläschen für die Lebensmittel sponsert ein großer Aachener Lebensmittelproduzent, für jede Sorte gibt es professionell gedruckte Etiketten mit allen amtlicherseits vorgeschriebenen Deklarierungen.

Wir stellen mit einigem Stolz fest, dass wir zu einer Marke geworden sind, das beweisen uns wiederkehrende Käufer, Vorbestellungen, Kinder mit den Einkaufslisten ihrer Mütter... Für diese Markenbildung ist es wichtig, ein klares Angebotsprofil zu haben und zu halten.

### Die Standgestaltung

Um alle Beteiligten gebührend in den Fokus der Aufmerksamkeit zu stellen, gibt es ein eigenes Logo nur für die Activity, aus dem sich ein ganzes Erscheinungsbild ableitet. So ist der Stand stets an dem vielen Rot und an den Clublogos samt Claim „Kräfte bündeln – gemeinsam wirken“ erkennbar.

### Die Öffentlichkeitsarbeit

Die offizielle Übergabe der Spendensumme und die Bekanntgabe des neuen Spendenziels fassen wir dann im Sommer zu einem Pressetermin zusammen. Dadurch erhalten wir meist relativ ausführliche Berichterstattung in der lokalen Presse.

Ständig präsent sind wir außerdem durch eine eigene Website ([www.lions.design-text-aachen.de](http://www.lions.design-text-aachen.de)), eine Facebook-Seite und einen Twitter-Account; diese erfahren umso größere Aufmerksamkeit, je mehr es auf den Beginn des Weihnachtsmarktes zugeht. Zur Auslage in den Unternehmen unserer Mitglieder sowie als Beigabe zu jeder am Stand ausgehändigten Tüte - ab 2017 übrigens nur noch Papiertüten - lassen wir bereits im Herbst einen Folder drucken, in dem alle Informationen gebündelt sind. Diesen Folder können außerdem alle Clubmitglieder bekommen, die Ideen zu einer weiteren sinnvollen Verwendung haben.

### Die Organisation

Direkt nach den Sommerferien beginnen wir damit, die Standdienste für die rund 30 Tage des Weihnachtsmarktes zu organisieren. Aus allen Clubs tragen sich die ehrenamtlichen Helfer ein für eine der täglich vier Fünf-Stunden-Schichten. Die Festlegung und Koordination der ungefähr 120 Standdienste - also 120 Ehrenamtler mit individuellen Terminvorlieben - realisieren wir online mit Hilfe von Doodle, denn mit dessen Funktionen ist diese „Monster“-Aufgabe perfekt durchzuführen.

Das Praktische ist, dass es in dem relativ großen Pool von beteiligten Mitgliedern für alles die richtigen Fachleute gibt. So sind wir beispielsweise auch sehr glücklich über unseren Strom-Experten, der schon mehrmals mitten am Tag aus einem Vorort zum Aachener Markt kommen musste, um uns aus dringenden Elektrizitätsproblemen zu retten.

### Das Fazit

Auch wenn es - rein finanziell - deutlich „lohnendere“ Activitys gibt, so sind für das vorgestellte Projekt diverse „soft skills“ von großer Bedeutung: das persönliche Kennenlernen der Clubs untereinander. Das gewachsene Gefühl von Gemeinsamkeit. Die große öffentliche Wirkung, die ein einzelner Club so nicht hinbekommen könnte. Wer Ähnliches vorhat, kann sich gerne Rat bei uns in Aachen holen! 

**Spendenübergabe** nach auf dem Aachener Weihnachtsmarkt bei gemütlicher Kaffeerunde.

