



Bundesvereinskonferenz 2018

29.04.18 - 01.05.18

Maritim Hotel Berlin

Ergebnisbroschüre

Programm Bundesvereinskonferenz

29.04.2018 Tag 1 Bundesvereinskonferenz

Thema: Herausforderungen an die Vereine und wie gehen Vereine damit um

Impulsreferat: **Thema: Vereinssterben – ein Problem für den Verband? Oder wird das Thema überbewertet? Welche Größe sollte ein funktionierender Verein haben?**
Referent: Jörg Schulz, Geschäftsführer DSJ

Workshop 1 **Wie macht ihr das? Mädchen- und Frauenarbeit**

Erwartungen an Vereine – Konzepte von Vereinen
Referent: Eberhard Schabel, Vorsitzender TuRa Harksheide

Workshop 2 **„Von der Schule in den Verein – Wie geht das?“**
Referent: Walter Rädler, Vizepräsident DSB

Workshop 3 **Schach im Internet – Wie müssen sich Vereine aufstellen, um attraktiver zu sein als das Internetschach?**
Referent: Boris Bruhn, Präsident Hamburger Schachverband

30.04.2018 Tag 2 Bundesvereinskonferenz

Thema: Öffentlichkeitsarbeit

Impulsreferat: **Dirk Schröter – Öffentlichkeitsarbeit – Lebensgrundlage der Vereine**

Workshop 1 **Pressearbeit – aber richtig**
Referent: Carsten Karthaus, Vorsitzender SC Murrhardt

Workshop 2 **Schach geht raus an die Öffentlichkeit**
Referent: Boris Bruhn, Präsident Hamburger Schachverband

Workshop 3 **Die Vereinshomepage – Wie bringt sie den Verein nach vorne?**
Referent: Ullrich Krause, Präsident Deutscher Schachbund

01.05.2018 Tag 3 Bundesvereinskonferenz

Thema: Fairplay

09.00 – 11.00 Uhr Impulsreferat mit Diskussion Malte Ibs – Vorsitzender Deutsche Schachjugend,
Fairplay → Mehr als nur das Beachten von Regeln

IMPRESSIONEN

Fotos: Frank Hoppe



Tag 1, Impulsreferat: Thema: Vereinssterben – ein Problem für den Verband? Oder wird das Thema überbewertet? Welche Größe sollte ein funktionierender Verein haben?

Referent: Jörg Schulz / Protokoll: Walter Rädler, Jörg Schulz

Anhand der Zahlen über die Entwicklung der Vereine im Deutschen Schachbund wird bestätigt, die Anzahl der Vereine geht zurück, ein Vereinssterben kann festgestellt werden. Gleichzeitig steigt in den Vereinen die Mitgliederzahl, es gibt von Jahr zu Jahr mehr Vereine, die mehr als 100 Mitglieder zählen, und unterdessen auch immer mehr Vereine, die 200 und mehr Mitglieder haben.

Für die Referenten heißen daher die Fragen:

- Ist das Vereinssterben wirklich ein Problem?
- Ist es nicht eine gesunde Schrumpfung?
- Sind stärkere, größere Vereine besser für das Schach?

Er nähert sich den Antworten, in dem er folgenden Fragen nachgeht:

- Vor welchen Problemen stehen die Vereine und wer kann sie besser lösen?
Klein oder groß?
- Wie muss das Angebot der Vereine sein, um auf die Bedürfnisse der Menschen eingehen zu können?
Und wer kann es besser leisten? Klein oder groß?

Die Probleme, vor denen die Vereine stehen sind

- weniger Bindung an Vereine
- verändertes Berufsleben – Schichten, Wochenende, länger in den Abend
- veränderte Medienwelt
- weniger Normen, Ordnungen, Zwänge – mehr Freiheiten (Freizeitlichen, Spaß)
- Internetangebote
- unterschiedliche Wünsche, Ziele bei den Mitgliedern
- inhomogene Gruppen im Verein
jung, alt
leistungsstark, schwächer
kommunikativ, verschlossen etc.

Was bietet der Verein an Mehrwert gegenüber dem freien Spiel, gegenüber anderen Schachanbietern wie Schule, freie Gruppen, Betriebe, Internet?

Anhand von dem Verein „Schachbrett-Tulpen“, ein rein weiblicher Verein, wird gezeigt, dass es neben dem organisierten Schachsport andere Formen von Schachzusammenkünften gibt, die von Personen gebildet werden, die sich in den Schachvereine nicht wohlfühlen: feste Zeiten, kein persönlicher, angenehmer Rahmen, nicht die gewünschten Spielpartner etc..

Der BL Verein Mülheim Nord zeigt auf, wie man Mitglieder mit einem speziellen zusätzlichen Angebot im Verein halten kann, die zwar Lust am Schach haben, aber keinerlei Interesse am Wettkampfschach.

Wie müssen die Angebote beschaffen sein, damit die Vereine zukunftsfähig bleiben, werden?

- Sie müssen zielgruppenspezifisch sein (Kinder, Jugend, Ältere, weibliche Mitglieder) aber auch zusammenführend.
- Sie müssen unterschiedliche Wünsche, Ziele bei den Mitgliedern abdecken.
- Sie müssen ein umfangreiches Turnierangebot enthalten.
- Sie müssen Raum für Geselligkeit bieten.
- Sie müssen jeden Tag und von morgens bis abends abrufbar sein.
- Die Angebote müssen so aufgebaut sein, dass der Verein jeden abholen kann, wenn er nicht nur ein Nischenangebot bieten will.

Kann jeder Verein eine Vielfalt von Angeboten schaffen?

- Der Verein muss Räumlichkeiten haben, um gleichzeitig mehrere Gruppen bedienen zu können.
- Die Räumlichkeiten müssen über mehrere Tage zur Verfügung stehen.
- Sie sollten selbst zu gestalten sein (Möblierung).
- Der Verein muss über einen größeren Stamm von Trainern und „Animateure“ verfügen.
- Der Verein muss eine Größe von 200 plus haben, denn er bedarf einer gewissen Finanzkraft, um sein Angebot aufstellen zu können.

Hat ein großer Verein Vorteile?

- Der Verein verfügt über einen vernünftig großen Etat.
- Der Verein kann ein spezifiziertes Angebot für viele Zielgruppen aufbauen.
- Der Verein kann mit Hauptamtlichkeit arbeiten (400 Euro Jobs, BFD, FSJ).
- Der Verein hat die Möglichkeit über einen größeren Stamm von Trainern zu verfügen.
- Der Verein hat gute Chancen Räumlichkeiten zu mieten oder selbst was zu bauen.

Der Referent ruft auf, keine Angst vor dem Vereinssterben zu haben:

- Es sterben die schwachen Vereine.
- Besser starke, große Vereine als viele Vereine.
- Benötigt werden starke, große Vereine, die ein umfangreiches Angebot für alle Schachfans anbieten.
- Dies ist im Interesse des organisierten Schachs.
- Die Verbände sollten das unterstützen.
- Das heißt nicht, dass es kleinere und mittlere Vereine nicht mehr geben soll.
- Die Zukunft des Schachs liegt aber in großen, starken Vereinen.

Natürlich gab es in der Diskussion Widerspruch von den Vertretern kleinerer Vereine aus dem ländlichen Bereich. Dies seien Szenarien für Großstädte, war der Einwand. Jedoch gab es auch Beispiele für Vereine im ländlichen Raum, die über 100 Mitglieder haben, zu denen man aufgrund der Angebote bis zu 40 km fährt.

Und natürlich hat jeder Verein seine Berechtigung und die Vielfalt ist auch ein wichtiges Gut. Aus Sicht der Überlebensfähigkeit von Schach als Freizeitangebot im Verein, als Sport im Verein muss über ein vielfältiges Vereinsangebot nachgedacht und daran gearbeitet werden. Die Schachkonkurrenz zum Verein ist groß!

Tag 1, Workshop 1 – Wie macht ihr das? Mädchen- und Frauenarbeit, Erwartungen an Vereine – Konzepte von Vereinen

Referent: Eberhard Schabel / Protokoll: Astrid Hohl

Eberhard Schabel, 1. Vorsitzender und Turnierleiter vom TuRa Harksheide von 1945 Norderstedt e.V. (Schachabteilung) berichtet aus seinem Verein.

TuRa Harksheide in Zahlen:

Gründung	1996
Mitglieder:	100
Davon U25	86
Davon weiblich	45
Durchschnittsalter	19 Jahre

Der Frauenanteil liegt bei 45 %, im Vergleich zu allen beim DSB gelisteten Vereinen bei 8,4 %.

Kooperation Schule/ Verein:

In Kooperation mit der Schachschule WABFIS lernen die Kinder in den AGs ihrer Grundschulen Schach kennen. Um die Kinder für den Verein zu gewinnen, wurde das Projekt "Schule trifft Verein" geschaffen. Dort werden die Kinder aus den Schulschachgruppen der WABFIS mit Kindern des TuRa SCHACH zusammengebracht, um im Rahmen kleiner Turniere Schach zu spielen und so neue Talente in die Trainingsgruppen einzubinden. Zusätzlich gibt es auch Mädchenaktionstage, zu denen gezielt die Mädchen aus den AGs in den Verein eingeladen werden.

Umgang mit Mädchen im Verein:

Eberhard Schabel berichtet davon, dass sich die Arbeit mit Mädchen in verschiedenen Aspekten von der Arbeit mit Jungen unterscheidet. „Wohlfühlen“ ist ein wichtiges Stichwort, Mädchen möchten sich gut aufgenommen und willkommen fühlen. Ebenso benötigen Mädchen Anlaufzeiten, um sich an die Umgebung zu gewöhnen und sich in dieser Wohl zu fühlen. Es wurden alternative Angebote parallel zum Schach entwickelt. Spiel und Spaß sollte statt Leistungsdruck und Wettkampfgedanke im Vordergrund stehen. Den meisten Mädchen geht es darum, Wissen auszutauschen und weiterzugeben und nicht nur, am Ende als Sieger vom Brett zu gehen.

Veranstaltungen mit und für Mädchen:

Die grundsätzliche Idee sollte sein, die Schachveranstaltung mit einer weiteren Aktivität zu verbinden, die Mädchen gut gefallen. Bei TuRa Harksheide entstanden dadurch Mädchenveranstaltungen, z.B. auf dem Bauernhof oder im Schloss, sowie die Wochenenden auf dem Reiterhof, die als innovatives Projekt von der DSJ ausgezeichnet wurden. Bei allen Veranstaltungen wird darauf Wert gelegt, die Gruppengemeinschaft zu stärken. So gibt es z. B. beim Wochenende auf dem Reiterhof neben dem Schach spielen und Reitunterricht auch

Bastelangebote und eine Nachtwanderung. Die Kinder werden aktiv in die Planung des Wochenendes eingebunden und dürfen mitbestimmen.

Generell kann man die Aktivitäten auch mit anderen Sportarten koppeln. Bestenfalls hat man ein Mädchen in seiner Trainingsgruppe, die bereits eine Sportart erfolgreich betreibt. Diese kann dann schnell zur Mitorganisatorin gewonnen werden.

Bei allen Veranstaltungen des Vereins bietet es sich an, Jugendliche in die Arbeit einzubinden, das Training zu begleiten und die Kinder bei anderen Angeboten zu unterstützen. So fühlen sich die Jugendlichen ernst genommen und anerkannt und die Bindung an den Verein wächst. In Bezug auf die Mädchenarbeit können die Betreuerinnen gleichzeitig auch Vorbilder für die Teilnehmerinnen sein. So werden immer wieder leistungstärkere Mädchen in die Betreuung eingebunden, die dann auch mal Simultan spielen oder Trainingseinheiten leiten.

Kooperationen mit dem Landesverband und anderen Vereinen

Nicht jeder Verein hat einen Mädchenanteil wie TuRa Harksheide, sondern fängt erstmal klein an. Für viele Vereine ist die Umsetzung von Veranstaltungsideen daher sehr schwierig. Hier ist es eine ausgezeichnete Möglichkeit, die Kooperation mit dem Landesverband oder auch benachbarten Vereinen zu suchen. Wichtig ist das Agreement, dass es bei solchen Veranstaltungen keine Anwerbeversuche gibt. Dies würde auch die Mädchenarbeit auf Dauer schwächen, da auch Mädchen Gegnerinnen haben möchten. In Schleswig-Holstein boomt es dadurch an Vereinen mit einer aktiven Mädchenarbeit.

Die Landesverbände können auch länderübergreifend aktiv werden. So haben die Schachjugenden Schleswig-Holstein und Berlin vor einigen Jahren zwei Auflagen des Nordcups durchgeführt, zu dem Mädchen aus ganz Norddeutschland zusammen kamen.

Aktionen der DSJ

Malte Ibs berichtet, dass die DSJ eigene Mädchenbetreuerinnenausbildungen eingeführt hat und jährlich mehrere Mädchen GrandPrix Turniere veranstaltet, um die Mädchenarbeit in den Ländern und Vereinen zu unterstützen.

Ebenso findet einmal jährlich der Mädchen- und Frauenschachkongress statt. Der immer am ersten Septemberwochenende auf dem Terminkalender steht.

Tag 1, Workshop 2 – „Von der Schule in den Verein – Wie geht das?“

Referent: Walter Rädler / Protokoll: Walter Rädler

Übergang Schulschach – Vereinsschach

Schulschach boomt und das Vereinsschach profitiert nicht davon.

Wie kann man den Übergang erleichtert, welche Möglichkeiten gibt es?

Klar ist, wenn man nichts macht, bilden sich keine Synergien und man kann nicht von der Vorarbeit der Schulen profitieren

01) BILDET LEHRER AUS!

Die Schulschachstiftung hat das Schulschachpatent, der Verein Kinderschach Deutschland hat ebenfalls eine Ausbildung für Pädagogen.

Diese sind beide fundiert und es ist für Lehrerinnen und Lehrer ratsam, Pädagogen dort hinzuschicken.

02) GLEICH EINTRITT IN DEN VEREIN

Was man hat, das hat man!

Viele Vereine, die Schulschachbetreiben, haben eine Art Zwangsmitgliedschaft. Wer in der Schulschach-Arbeitsgemeinschaft ist, muss in den Verein eintreten.

In Hamburg zahlt die Stadt das erste Jahr im Verein!

03) KEIN ZWANG: INTERESSIERTE KOMMEN - ANDEREN REICHT ES AUS UND HABEN ANDERE INTERESSEN

Dies ist keine Taktik, aber man muss einfach feststellen, dass einigen Kindern und Jugendlichen die Schulschach-AG genügt und sie ihren Bedarf nach Schach stillt.

04) ELTERN ELTERN ELTERN

Die Elternarbeit ist extrem wichtig.

Diese können mit Flyern, Elternabenden, Elternschachkurs beim Schulschach-Turnier für unser Spiel gewonnen werden.

05) Schule - Sommerschachtrainingslager – VEREIN

Einige Vereine organisieren Sommerschachtrainingslager und nach den Ferien werden die Leute gleich in den Schachclub reingezogen.

06) Das Tegernseer Modell: Sonderkurse für besonders gute Kinder, die dann im Schachclub sind

Die besten Spieler der Kurse erhalten in kleinen Gruppen Zusatzunterricht, für den die Eltern auch bezahlen. Die Zusatzkurse sind eine Auszeichnung für die Kinder, nicht jeder kommt dahin. Kurse finden in der Nähe der Schule statt, Eltern sind nicht Taxi

07) Arbeitet im Tandem

Lehrerinnen sind teilweise nicht die besten Schachspieler, aber didaktisch topfit, Schachspieler können Schach spielen, sind aber didaktisch oft unbedarft. Zwei Leute zusammen können so viel tragen wie drei Leute einzeln => Tandem ist eine schöne Lösung. Es gibt viele positive Beispiele für diese ergänzende Schachsymbiose

08) Grundkurse von Lehrern, Fortgeschrittene von Vereinsspielern

Die Lehrerin macht das Grundlagentraining, der Vereinsmensch das Fortgeschrittenentraining.

9) Professionelle Flyer für die Werbung im Verein

Spart nicht am falschen Fleck. Farbdruck und gute Grafik sonst wird das nichts!

10) Schachelternabend für die neuen Interessierten

Die Eltern sind genauso wichtig wie die Kinder. Bei einem Schachelternabend kann man die Eltern informieren, wer die Trainer sind, was man macht, warum man das macht...

11) Macht Turniere für Schulschachspieler und Vereinsspieler

Viele Vereine bieten Turniere für Schulschach- und Vereinskinder an. Diese sind gerade im unteren Bereich sehr erfolgreich.

12) Veranstaltet Turniere, Turniere, Turniere

Es sollte ein möglichst regelmäßiges Turnierangebot speziell für Kinder aus Schulschach-AGs geben. Am besten eins pro Schulhalbjahr immer kurz vor Halbjahresende/Beginn der Sommerferien.

13) Veranstaltet Schulschachmeisterschaften der Gemeinde, der Stadt, des Landkreises und holt euch die besten Spieler in die Vereine.

Oberste Regel: Derjenige oder diejenige, die alles verloren hat, muss ein schönes Turnier haben, dass er oder sie das nächste Mal wieder kommt!
Hier kann man evtl. auch ohne Vereinsspieler spielen!

14) Gestaltet einen attraktiven Verein für Kinder und Jugendliche, sonst kommen keine Kinder!

Ein schlechter Verein ist nicht attraktiv, macht eure Hausaufgaben und möbelt ihn auf. Schachprogramm, Freizeitprogramm, gute Betreuung..., wenn ihr das gemacht, werden Kinder auch bleiben, wenn sie vorbeischauen.

15) Nehmt Jugendliche aus dem Verein und lasst sie Simultan spielen

(Mein Hinweis: Schachunterricht besteht laut Cor van Wijgerden (Stappen-Methoden): Spielen (ist am wichtigsten), Lernen, Analyse, Simultan

16) Holt externe hervorragende Schachtrainer von Vereinen an die Schule und entlohnt sie auch!

Lieber Herr Rädler,
unser Tipp ist: externe Schachlehrer anheuern, Schüler zahlen Jahresbeitrag von 40 Euro. Diese Trainer weisen die Kinder immer wieder auf Vereinsturniere hin und die Möglichkeit, dort anzufangen.
Viele Grüße Michael Schminke Deutsche Schachschule Dürer Gymnasium Nürnberg

17) Schulen sollen Schulschach-Vereine gründen

Dies wird in Zukunft immer öfters passieren, dass Schulschachgruppen eigene Vereine bilden. Die Schachelschweine, Johanneum Eppendorf, ein Verein in Trier sind Beispiele für diese Entwicklung

18) Willkommen in der Schacharena

Kinder lieben Computerspiele wo man sich von einem Level auf das nächste hocharbeiten muss, dieses Prinzip wird hier verwendet, um die Kinder in den Verein zu lotsen und zu halten.

Hierzu gibt es ein eigenes Skript von Christian Goldschmidt von den SF Dortmund-Brackel.

19) AG-Leiter betreut Kinder beim Vereinsschachturnier

Bei den ersten Turnieren soll der AG-Leiter unbedingt dabei sein und die Kinder beim Vereinsschachturnier betreuen. Wenn dies gemacht wird, melden sich viel mehr Kinder beim Verein an.

Tag 1, Workshop 3: Schach im Internet – Wie müssen sich Vereine aufstellen, um attraktiver zu sein als das Internetschach?

Referent: Boris Bruhn / Protokoll: Boris Bruhn

Ablauf des Workshops

1. 4 Bauern gegen Turm
2. Aufgaben/ Einteilung Gruppenarbeit
3. Streitgespräch Pro Internetschach- Pro Vereinsschach
4. Sammlung der Ergebnisse

Ergebnis:

Internet ist kein Widerspruch zum Vereinsschach. In einigen Fällen ermöglicht das eine erst das andere oder verstärkt es. Oder das eine (Internet-Schach) ist eine Ergänzung zum „Vereinsschach“.

Wie man sich aufstellen kann: Es geht vor allem darum, die Vorteile des Vereins herauszustellen: - Schach ist ein analoges Bildungsangebot und Schach kann man spielen beim Stadtfest, Volksfest, Straßenfest, daher ist es bestens geeignet, eine Gemeinschaft herzustellen.

Hinweise aus der Workshop-Arbeit: - Veranstellen Sie ein Grillfest oder ein Familienfest, Machen Sie Schach zur Veranstaltung für mehrere (Vater, Mutter, Kind, Onkel, Tante, Oma, Opa).

- Stellen Sie bei diesen Festen die Vorteile heraus: Freundschaften, Geselligkeit, sorgen Sie für Atmosphäre (so gut es geht!); Zeigen Sie, dass „Neue“ willkommen sind!

- Sprechen Sie über die „gute Sache“ Schach; Folgen Sie dem im Workshop dargestellten „Fankonzept“: Hausmeister der Schule, die Schulsekretärin, Lehrerinnen /Lehrer, Eltern, Ehemalige Spieler, Lokalzeitung, Politik.

- Fragen Sie nach bei Ihnen im Verein: gibt es Interesse an Ausbildungsangeboten? Nutzen Sie die Angebote zum Schulschachpatent, Kinderschachpatent; oder zum Regionalen Schiedsrichter; oder zum C-Lizenz-Trainer.

- Idee: Ein Schachverein kann Reisen organisieren: eine Jugendreise (z.B. Herbstferien), eine Turnierreise z.B. Karlsruhe; ein Besuch beim Kandidatenturnier oder der Bundesliga-Endrunde in Berlin. Das sind Höhepunkte des Jahres.

- Idee: Ein Schachverein kann Turniere für alle anbieten, Beispiel AsS, Alzenau spielt Schach. Ein Jedermann-Open in verschiedenen Gruppen mit verschiedenen Preisen. Stellen Sie den geselligen Charakter dabei neben das Spielen selbst. Benutzen Sie als Werbung für Schach eher die Begriffe Spiel und Spielpartner als die Begriffe Sport und Gegner.

- Probieren Sie bei Jugendturnieren die 3,2,1 Regel aus: Für einen Sieg gibt es 3 Punkte, für ein Unentschieden 2 Punkte und für eine Niederlage 1 Punkt. Probieren Sie ferner ein Elternquiz für wartende Eltern an.

- Idee: Ehemalige ansprechen: Angebot eines Treffens kurz vor Weihnachten im Verein für Ehemalige und Neue ansprechen (mit einem regelmäßigen Erwachsenentraining: gibt es sowas, möchte der Verein sowas, kann er das leisten?). oder ein Einsteiger-Kurs für Erwachsene.

So kann das Internet dem Verein ein Nutzen sein:

- ein digitaler Vereinsraum (online) kann eine sinnvolle Ergänzung sein, insbesondere um Kontakte zu halten, wenn die Entfernungen groß sind. Alle 14 Tage analoger Vereinsabend, alle 14 Tage digitaler Vereinsabend.

- Guck nach Holland: dort sind alle „Denkspiele“ auf einer Plattform abrufbar im Internet, die Informationen sind vernetzt, das hat viele Vorteile, auch für das Vereinsschach.

- Werbung immer verbinden mit dem Hinweis auf die Vereinsdatenbank
<http://schach.in/deutschland> , dort sind die allermeisten Vereins-Angebote verfügbar.

- internationale Partnerschaften lassen sich im Internet erst einmal aufbauen, bevor man ein reales Treffen vereinbart. Hier bietet das Internet sehr gute Möglichkeiten für das Vereinsschach.

- Werben Sie für Ihren Verein auf einem Internet-Portal. Wenn sie es können (überfordern Sie sich nicht!) seien Sie präsent im Netz: Homepage, Soziale Medien, Nutzen Sie das Internet als Werbeplattform.

Tag 2, Impulsreferat: Öffentlichkeitsarbeit – Lebensgrundlage der Vereine

Referent: Dirk Schröter / Protokoll: Sascha Morawe

Was ist Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet Kommunikation

Verein kommuniziert auch, wenn er nicht kommuniziert

Definition

Öffentlichkeitsarbeit bezeichnen

-bewusst geplante und gestaltete öffentliche Kommunikation

Alle Maßnahmen zur Pflege der Beziehungen zur Öffentlichkeitsarbeit (Menschen und Institutionen)

Alle Maßnahmen zur Imagepflege eines Vereins in der Öffentlichkeit

Öffentlichkeitsarbeit im weiteren Sinne

Strategische Führungsaufgabe

Vereinskommunikation (alle Facetten)

Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinne:

- bezeichnet die operative Ebene

Presse-/Medienarbeit als Kerndisziplin

Voraussetzungen erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit

Warum gibt es den Verein (Zweck- Mission des Vereins)

Hat der Verein eine möglichst unverwechselbare Identität?

Wo will der Verein langfristig hin

Welche Zielgruppe hat der Verein

Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit:

Interne Zielgruppen

Vereinsmitglieder

Vereinsmitarbeiter

Sponsoren, Spender, Zuschauer

Lokales Umfeld

Mitglieder

Mitarbeiter

Presse

Politik und Verwaltung

Sponsoren

Verbände / Bünde

Schulen/ Kindergarten

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

Verein und seine Angebote bekannt machen

Mitgliedergewinnung und –bindung

Imageaufbau und Pflege

Mitarbeitergewinnung und –bindung

Verständnis schaffen und Vertrauen aufbauen

Mittelbeschaffung erleichtern

Internen und externen Informationsfluss

sichern und aktiv gestalten

Homepages: Es fehlt Emotionen

Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit

Vereinszeitung

Homepage

Schaukästen der Gemeinde

Twitter

Facebook

Rundbriefe (Per Post) oder im Internet

Tag 2, Workshop 1: Pressearbeit – aber richtig

Referent: Carsten Karthaus / Protokoll: Walter Rädler und Carsten Karthaus

Protokollierung der Workshopinhalte:

Tipp 1: Beachten sie die 5Ws in Pressemitteilungen

- Mit den ersten Sätzen klar machen, worum es geht
- Die fünf „W“ berücksichtigen: WER? WAS? WANN? WO? WARUM? Die fünf Ws näher erläutern AUSSCHMÜCKUNG!
- Unwesentliches nennen!
- Kontaktdaten nicht vergessen
- Aktualität und Zuverlässigkeit ist wichtig!
- Nur mit Redakteuren Absprachen treffen
- NICHT BELEIDIGT REAGIEREN!
- Keine Ich-Form
- Zeichensetzung, Rechtschreibung, Grammatik beachten
- Fotos, Abbildungen
- Redaktion
- Medien der Fachverbände und Sportbünde nicht vergessen

Checkliste für Schach-Presseberichte

Grundregeln

- ♦ **Neugierig machen!**
 - Titelzeile und erster Satz entscheiden, ob ein Bericht weitergelesen wird
- ♦ **Verständlich formulieren!**
 - Kein „Fach-Chinesisch“ verwenden,
 - Berichte auch für Nicht-Schachspieler verständlich machen
- ♦ **Regelmäßige Berichterstattung anstreben!**
 - Regelmäßigkeit ist Voraussetzung für einen erheblichen Effekt der Öffentlichkeitsarbeit
- ♦ **Negative Wertungen vermeiden!**
 - Negatives kann in Bezug auf Personen sehr problematisch werden

Wie schreibe ich einen guten Pressebericht? 12 Tipps

1. Titelzeile und 1. Satz entscheiden. Zu jedem Namen gehört der Vorname
2. Vorschläge für Überschriften erstellen. Da in der Regel die Redakteure Schach-Laien sind. Ist die Schlagzeile kurz, prägnant und informativ hat Sie Chance genommen zu werden.
3. Eine zweite Überschrift soll zum Weiterlesen anregen und erkläre
4. Viele Leser wählen nach dem Ort oder einer Kategorie des Geschehens aus
5. Ein „Aufreißer“ im ersten Satz animiert zum Weiterlesen.
6. Das Wichtigste an den Anfang stellen - konzentriert, informativ, dabei lesbar
7. Auch über nicht schachliche Daten und die Person berichten
8. Nach dem Vorspann in die Details gehen. Schach stets als Sport herausstellen.
9. Berücksichtigen Sie alle Spieler ihres Vereins auch Schwächere. Bekanntenkreis

10. Besondere Zielgruppen berücksichtigen und stets positiv erwähnen.

11. Ein Foto ist stets Blickfang

12. Versuchen Sie bei Schachberichten eine Geschichte zu erzählen. Damit ist gemeint, dass der Artikel leben soll.

„Fettnäpfchen“ vermeiden:

- Unverständliches vermeiden:
 - Lange Rochade brachte Sieg...
 - A. gewann überraschend die Qualität ... (Qualität ist nur Schachspielern geläufig)
- Negatives (sachlich oder persönlich gesehen)
 - Alte Garde hielt nicht durch ... (zur „alten Garde“ will mit Sicherheit niemand gehören)
 - Spitzenspieler versagte
- Nichtssagendes, Unattraktives:
 - Begegnung zwischen K.. und N.. endete remis
 - Niederlage des SK.. in N ..
- Übertriebenes, Unglaubwürdiges:
 - In WM-Form gespielt (und das in der Kreisklasse B!)
 - Göttliche Einfälle ... (übertrieben, damit nicht nur bei Insidern lächerlich wirkend)

Tag 2, Workshop 2: Schach geht raus an die Öffentlichkeit

Referent: Boris Bruhn / Protokoll: Boris Bruhn

Der Workshop dient dem: Ideen sammeln und austauschen!

Schritt 1: Prüfung von Voraussetzungen und Zielen.

Begriffsklärungen: Umstände der Öffentlichkeit, eigene Ziele, eigene Möglichkeiten. 0%-100%

Fragen zum Anfang: Sparte oder eigenständig? 0% Eigenständig= Sparte 100% =eigener Schachverein

Mitglieder von 10 bis 100 Wie viele Ehrenamtliche sind im Verein aktiv? 1 bei 10 % 10 bei 100 %

Einwohner im Umkreis 1000 bei 10 % 10.000 bei 40 % 100.000 bei 80 % mehr als 100.000 bei 100% Anzahl Mannschaften im Verein 1 bei 10% mehr als 8: 100% Anzahl Vereinsfeste 1 bei 10% mehr als 5 bei 100% Vereinsabend mit 0 bis 5 Personen= 10% Vereinsabend mit mehr als 5 und weniger als 10 Personen=40% Vereinsabend mit 20 Personen oder mehr bei 100% Spielort mit eigenen Räumen bei 100% Spielort Schule, Kirche bei 10% Anzahl Jugendliche im Verein: 1 bis 4 bei 10% 5-10 bei 30% 10 bis 20 bei 60% Mehr als 20 bei 80%

Schritt 2: Austausch in Gruppen ähnlicher Einzugsgebiete und Austausch zwischen den Gruppen.

Schritt 3: 1.Schach geht raus an die Öffentlichkeit und holt sich die Öffentlichkeit rein. 2. Groß denken:

Faszination Schach, Schach im EKZ 3. mittelgroß denken: Stadtfeste, Dorffeste, Schulfeste, Orts-Feste, u.ä, 4.oder etwas kleiner: eine feste Einrichtung an einem öffentlichen Ort (Beispiel das Schach-Café in Volksdorf) 5.Die Öffentlichkeit rein holen bei einem Spartenfest, Tag der offenen Tür, 6.Immer von Vorteil: Berichte über die gute Sache. 7. Sie suchen sich Ihren Maßnahmen-Mix!

Beispiele aus Hamburg – der SK Marmstorf: Der SK Marmstorf im Grün Weiß Harburg - Maßnahmen

Anschluss als Sparte eines größeren Sportvereins.

Zukunft: Neue Ideen entwickelt:

- Ansprache an den Schulen wie bisher, ein Jugendtrainer und fünf weitere in Ausbildung, - ein Expertentraining für die 1. Mannschaft. - Eine digitale Vereinszeitung (zum Beispiel „Rundschreiben 230“) für alle. - Offene Angebote wie Liveübertragung des Kandidatenturniers. - Schachturniere wie die Harburger Meisterschaft - Als Sparte mit dabei sein beim Vereinsfest - Ehemaligentreffen für die früheren Mitspieler (am 22.12. jeden Jahres) - Trainerausbildung in den Räumlichkeiten des Hauptvereins (machen Sie es ihren Ehrenamtlichen bequem!)

Anderes Beispiel Volksdorfer SK- Maßnahmen-Mix aus: 1. Stadtteilstadt besuchen, 1x jährlich mit einem Stand und Flyern über den Verein. 2. Einem Schaukasten direkt an der Hauptstraße mit Hunderten Passanten und Radfahrern, die daran vorbeikommen. 3. Schach-Café im Stadtteil mit einem Angebot alle 14 Tage mit einem sehr niedrigschwelligen Angebot (Beispiele im Workshop) für Anfänger und Interessierte.

Zwischenzeitliche deutliche Steigerung der Mitgliederzahl mit nachfolgendem Rückgang. Merke: Wenn sie nichts gemacht hätten, wäre der Verein heute wesentlich kleiner.

Einige Leitfragen für Sie (und ihre Mitstreiter):

Was ist (m)eine Öffentlichkeit? Was erwarte ich für meinen Verein davon? Welchen Aufwand muss ich betreiben? welche Ausstattung brauche ich? Welche Helfer brauche ich? Welcher Zeitaufwand entsteht? Entstehen Standkosten usw.

Habe ich Mitstreiter und was möchte ich ihnen zumuten?

Was für einen Verein haben wir? Wo wollen wir hin?

Habe ich einen Auftritt im www? (verlinkt mit QR-Code)? Gibt es Kugelschreiber mit der Adresse o.ä. Gibt es einen Vereinsflyer? Viel Erfolg!

Tag 2, Workshop 3: Die Vereinshomepage – Wie bringt sie den Verein nach vorne?

Referent: Ullrich Krause / Protokoll: Ullrich Krause

1. Vorstellungsrunde

Wer ist Webmaster? Wer ist zufrieden mit seiner Webseite?

Stichwörter aus der Vorstellungsrunde

- Fotos sind hilfreich / Fehlende Aktualität ist ein Problem / „One-Man-Show“ führt auf Dauer zu Schwierigkeiten / Artikel kommen per Mail, kein Online-Redaktionssystem vorhanden / Häufige Kontaktaufnahme von Interessente über bzw. aufgrund der Webseite / Die Webseite ist das wichtigste Aushängeschild des Vereins / Eine schlechte Webseite schreckt viele potentielle Interessenten ab / Vereinsdatenbank der DSJ: www.schach.in als Unterstützung für die Vereine

2. Typische Fehler

Wichtige Informationen fehlen (Ansprechpartner – Spiellokal- Spielabend) / Veraltete Informationen / Seite wird auf mobilen Geräten nicht korrekt angezeigt (Stichwort Responsiveness) / Bunte Schrift auf buntem Hintergrund – Weniger ist mehr! / nur ein Webmaster / Veraltete Technik (kein Content Management System)

3. Besuchergruppen

Vereinsmitglieder / Vereinsfremde Schachspieler / Eltern/ Zufallsbesucher / Potentielle Sponsoren

Die letzten beiden Gruppen werden häufig vergessen, d.h. die Kontaktdaten fehlen und der „Marktwert“ des Vereins wird nicht ausreichend hervorgehoben.

4. Content Management System (CMS)

Vorteile:

Trennung von Daten und Design / Templates ermöglichen Design-Wechsel ohne Datenverlust / Datenbank ermöglicht problemlose Datensicherung / Redakteure können online arbeiten / Eine Webseite ohne CMS ist heutzutage nicht mehr zeitgemäß.

5. Zwingend notwendige Inhalte

Aktuelle Berichte (die Seite muss „leben“) / Hochwertige Bilder (wichtig ist das Adjektiv „hochwertig“: keine Bilder sind besser als verwackelte Handy-Bilder) / Aktuelle Termine (keine Termine aus der Vergangenheit!) / Schachdiagramme / -partien (ChessBase 13/14) / Informationen über den Verein (für die externen Besucher, s.o.) / Kontaktdaten (für die externen Besucher, s.o.) / Wer sind wir? / Wo findet man uns? / Wie erreicht man uns? / Wie ist unsere Jugendabteilung aufgestellt? / Warum spielen wir Schach?

6. Menüstruktur

Grundsatz: Weniger ist mehr! / Beispiel für Menüstruktur: Home - Aktuelles (Termine, Mannschaften, Turniere, Bildergalerie, DWZ) - Unser Verein (Kontakt, DWZ, Vorstand, Satzung, Bankkonto) - Jugendabteilung (Trainingszeiten) - Downloads (Eintrittsformular) - Archiv - Impressum - Links - Interner Bereich

Menüstruktur aufschreiben und konzipieren (Papier oder Excel) und dann erst umsetzen!

7. Suchfunktion

Eine Webseite ohne leistungsfähige Suchfunktion ist wertlos!

Google-Suche auf der Webseite einbauen oder integrierte Suchfunktion des CMS verwenden

8. Nachrichtenliste vs. Blog-Layout

Nachrichtenliste ist einfacher, Blog-Layout ist attraktiver / Blog-Layout mit Bildern ist am besten, erfordert aber sehr viel Arbeit / Bloglayout mit „Symbolbildern“ ist schlechter als eine flache Nachrichtenliste

9. Nachrichten-Kategorien

Weniger ist mehr: Eine Kategorie plus Suchfunktion ist ausreichend! / Monatsweises Archiv plus Suchfunktion ist ebenfalls ausreichend. / Verschachtelte Kategorien (Ligen – 1.Mannschaft – 2017/18 etc.) bringen keinen Mehrwert, sondern wirken abschreckend.

10. Problematische Themen

Urheberrecht an Bildern sicherstellen! / Namen des Fotografen angeben (Wikipedia macht exakte Vorgaben) / Bilder von Minderjährigen nur mit expliziter Erklärung der Eltern! / Datenschutz – Änderung auf EU-Ebene / Aktivitäten bei DSB in vollem Gange / <https://www.schachbund.de/news/hauptausschuss-in-nuernberg-am-28-oktober-2017.html> / Datenschutzbeauftragten im Verein ernennen / Landessportbünde bieten entsprechende Schulungen an

11. Außerhalb der Webseite

Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp-Gruppen, Google+) / Wikipedia-Artikel sind schnell erstellt und erhöhen die Sichtbarkeit des Vereins im Internet / Achtung: Dies gilt nur für große Vereine, die in der Bundesliga spielen o.ä., kleinere Vereine sollten hier einen Artikel anlegen: <http://vereins.wikia.com/wiki/Vereins-Wiki> / Google My Business ist ebenfalls eine einfache Möglichkeit: <http://ukhl.de/SEO/google-my-business-anlegen/> / Darstellung des Vereins auf der Google SERP prüfen / Für diese Tests Inkognito-Suche verwenden! / Google Analytics hilft bei der Auswertung der Besucherzahlen: <http://ukhl.de/SEO/google-analytics/>

12. SEO = Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung

<http://ukhl.de/SEO/seo-kurzanleitung/> Wesentliche Ziele: Geeignete Keywords (= Suchbegriffe) identifizieren - Möglichst hohe Platzierung auf der Google SERP bei der Eingabe dieser Suchbegriffe sicherstellen / Darstellung der Suchergebnisse auf der Google SERP optimieren

13. Ausblick

Idee: Beratung für Vereine bzgl. der Webseite auf Honorarbasis durch die DSB-Geschäftsstelle (Skype-Session)

Idee: Online-Workshop (YouTube-Videos) für Webseitenerstellung

Idee: bei der nächsten BVK Workshop für Datenschutz anbieten

Tag 3 Impulsreferat: Fair Play im Schach

Referent: Malte Ibs / Protokoll: Malte Ibs

Aussage 1:

Kinder beginnen mit dem Schachspiel, da sie Spaß am ziehen der Figuren haben. Sie suchen Spielpartner und freuen sich über diese. Kinder möchten mit ihren Spielpartnern fair umgehen. Sie haben beim Spiel einen hohen Gerechtigkeitssinn.

Aussage 2:

Durch die Erfolgsmotivation mancher Eltern und Trainer wird den Kindern der Fairplay Gedanke oft genommen und die Erfolgsmaxime darüber gelegt. Es wird beigebracht, dass alles erlaubt ist, was nicht nach den Regeln verboten ist. Oft wird beigebracht, dass man keine Rücksicht nehmen braucht. Die Vorbildfunktion wird von diesen Eltern und Betreuern nicht gelebt.

Arten des Fairplay:

- a) Formelles Fairplay: Einhaltung der Regeln, z.B. richtige Remisreklamation anerkennen
- b) Informelles Fairplay: Geht über die Regeln hinaus, wird nach Gefühl angewandt und hat daher keine Normen, sondern nur subjektive Entscheidungen. Z.B. Uhren anstellen, wenn der Gegner noch nicht da ist, Gegner nach der Niederlage zum Sieg gratulieren

Internationale Fair-Play Charta:

"Fair Play bezeichnet nicht nur das Einhalten der Spielregeln, Fair Play beschreibt vielmehr eine Haltung des Sportlers: der Respekt vor dem sportlichen Gegner und die Wahrung seiner physischen und psychischen Unversehrtheit.

Fair verhält sich derjenige Sportler, der vom anderen her denkt."

Fairplay-Konflikt:

Solange man selbst von der Entscheidung nicht betroffen ist, hat man wenige Probleme damit fair zu entscheiden. Sobald es einen aber betrifft und man durch faires Verhalten auf den Vorteil verzichtet besteht ein Konflikt:

Maxime des subjektiven Nutzens <-> Rechtfertigung des eigenen Handels mit der Verantwortungsübernahme für die Folgen

Lösungsansätze Fair Play:

- Bei jedem sportlichen Wettkampf sollte das sportliche Ergebnis im Vordergrund stehen, daher sollte in jedem sportlichen Wettkampf auch alles dafür gegeben werden, das sportlich erfolgreichste Ergebnis zu erzielen und nicht schon vor der Partie zu taktieren.
- Die Achtung des Gegners und die Anerkennung seiner Leistung sind eine Selbstverständlichkeit
- Du bist dir stets deiner Vorbildfunktion bewusst
- Du verhältst dich am Schachbrett deinem Gegner und dem Publikum gegenüber so, wie

auch du möchtest, dass man sich dir gegenüber in anderer Rolle verhält

- Du lebst Fairplay unabhängig vom Ergebnis
- Die Deutsche Schachjugend vergibt gelbe, rote und auch grüne Karten auf ihren Deutschen Einzelmeisterschaften. Hiermit wird das ganze Turnier über das Thema Fairplay sensibilisiert.
- Die Deutsche Schachjugend hat einen Fairplay Preis eingeführt, der für besonders faire Aktionen vergeben werden kann, um so für Fairplay zu werben.

Die Botschaft heißt, dass man beim Schachsport hingucken statt Weggucken muss. Zu oft werden unfaire Aktionen, wie Spielabsprachen vertuscht und faire Aktion nicht beachtet. Beides muss angezeigt und veröffentlicht werden. Unfaire Aktion, um Zeichen zu setzen – faire Aktionen um ebenso Zeichen zu setzen.