

## Mitschrift Vereinskonzferenz Allersberg / Bayern – 21.07.2018

Anbei erhaltet ihr ein kleines skizziertes Protokoll, in dem ich versucht habe und größten Themen des Tages noch einmal zusammenzufassen. Sicherlich wird es nicht vollständig sein, soll euch aber eine Hilfe geben, die Ideen und Gedanken der einzelnen Punkte nochmal zu verarbeiten.

### Impulsvortrag Hermann Rogge, SC Wolfratshausen

- **Training:** Vorteil eines Beamers: Den Jugendlichen muss nie der Rücken zugekehrt werden  
Samstagstraining – Die Eltern sind direkt fürs einkaufen entlastet
- **Werbung:** Werbung des Vereins ist sehr sehr wichtig:  
Bsp.: Erstellung eigener Flyer – ist über Internetanbieter in großen Mengen günstig möglich  
Bsp.: Fotos – gehören auf jede Homepage, macht diese interessanter und lebendiger  
Bsp.: Homepage – Eine Homepage ist die Visitenkarte jedes Vereins, unbedingt nötig und einfach anzulegen  
Bsp.: Eigener Banner – sehr günstig im Internet, sehr gut für z.B. Mannschaftsfotos  
Bsp.: Schach in die Öffentlichkeit bringen: Stadtfeste, Ferienkurse
- **Schach vs. Fußball:** Auch der Schachverein benötigt Maskottchen, eigene Vereinsshirts, Tassen, Stifte etc. -> Sehr gute Werbung, sehr gute Identifikation mit dem Verein
- **Eltern:** Möchtest du die Kinder gewinnen, musst du die Eltern gewinnen ->  
Elterninformationstage, um Terminpläne abzustimmen  
Viele Trainer aus den Eltern der Kinder gewonnen
- Veranstaltungen:**
  - Besuch von Stadtfesten, spannend für Jugendliche
  - Handicapturniere, um schwächeren bessere Chancen zu geben, auch mal zu gewinnen
  - Einladung VIP Gäste: z.B. Bayerische Meister zum Simultanspielen
  - Wer malt das schönste Schachbild – nicht nur Turniere sind wichtig
- Ehrungen:**
  - Preise sind wichtig für Jugendliche
  - Je größer/wichtiger das Turnier, desto größer sollte der Pokal sein
  - Sieger auch im Verein präsentieren
- Mitgliedsbeiträge:** Wir müssen uns nicht zu billig verkaufen. Eltern zahlen für gute Angebote.

### Thema: Vorstellung DSJ Angebote

- Patentlehrgänge, DSJ Akademie, Kongresse sind nicht nur gut für die Aus- und Weiterbildung, sondern auch für die Vernetzung
- Gemeinsame Anreise und Teilnahme ist ein Event das motiviert
- Helfer aktiv ansprechen, ob sie für den Verein teilnehmen wollen ist eine Motivation da Wertschätzung
- Wichtig ist, die Teilnehmer danach auch neue Ideen im Verein umsetzen zu lassen
- Auch Landesverband und Sportjugend bieten gute Angebote

## **Thema: Gewinnung/Bindung von Ehrenamtlichen**

- Motivationen von Jugendlichen/Helfern erkennen und sie dementsprechend einsetzen
- Jeder Mensch hat Stärken, man muss ihn nur richtig einsetzen
- Kontakt mit den Personen aufbauen
- Ehrenamtsmanager haben, der die aktive Ansprache übernimmt (i.d.R. der 1.Vorsitzende)
  
- *Nach der Gewinnung:*
- Helfer müssen Aufgaben/Projekte haben
- Helfer müssen merken, dass sie tatsächlich Verantwortung übernehmen dürfen
- Selber nicht reinreden, höchstens beobachten und im Hintergrund unterstützen/ Als Ansprechpartner bereit stehen
- Neue Helfer/Jugendliche dürfen auch Fehler machen, keiner beginnt perfekt.
- Leistungen anerkennen (Beginnt beim Danke sagen, geht über ein Fest für ehrenamtlich Aktive hin zu Ehrungen) -> auch schon während der aktiven Phase und nicht nur zum Abschied
  
- Ehrenamtliche gehen lassen, wenn sie aufhören wollen/eine Pause brauchen
- Überreden hilft selten
- Ein vakantes Amt ist besser als ein inaktiv besetztes Amt
- Kontakt zu denen halten, die aufgehört haben -> Potential wiederzukommen ist hoch

## **Thema Öffentlichkeitsarbeit**

Den Schachverein in die Öffentlichkeit bringen ist nicht nur für die Gewinnung neuer Mitglieder wichtig.

- > Werbung für den Schachsport / den Verein im allgemein
- > Motivationsfaktor für Helfer

- Möglichkeiten finden, Schach ins Rampenlicht zu stellen: Möbelhäuser, Musikfestivals, Einkaufszentren, Marktplatz, Messen, Stadtfeste, Weinfeste ...
- Ruhig auch mal öffentliche Meisterschaften in der Öffentlichkeit ausspielen
- Verbindung mit gemeinnützigen Organisationen suchen -> Erhöht das Interesse für die Öffentlichkeit und insbesondere für die Presse
- Man benötigt eine ungerade Zahl an Helfern. Die gerade Anzahl spielt Schach, die „ungerade“ Person spricht an
- Aktionen sind wichtig: Bullet, Tandem, Gartenschach -> Es muss Bewegung da sein
- Gewinnspiele ermöglichen späteren Kontakt zu den Besuchern -> z.B. Matt in 1 Aufgaben
- Merchandising ist wichtig -> mindestens Flyer

- > Hilfestellung der Deutschen Schachjugend:
  - Mädchenaktionswochen
  - Schachtour
  - Qualitätssiegel
  - Broschüre „Schach im Rampenlicht“

Weitere Informationen sind auf der Homepage der Deutschen Schachjugend zu finden

- > Thema Fotos:
- rechtlich gesehen muss der Sport im Vordergrund stehen
  - wenn Personen zu sehen sind, muss ein öffentliches Interesse nachgewiesen werden
  - möglichst Fotos mit mehreren Spielern
  - Wenn jemand zu einer Veröffentlichung nein sagt, dieses akzeptieren.

### **Thema „Schachtraining“**

- Kinder spielen lassen, statt ausschließlich Frontalunterricht mit Beamer und/oder Alle um ein Brett setzen
- Bei nicht heterogenen Gruppen können gleiche Themen auf unterschiedlichen Schwierigkeitsleveln ausgespielt werden.
- Ältere Jugendliche können als Trainer jüngerer/schwächerer Jugendliche eingesetzt werden
- Erwachsene und erfolgreiche Jugendliche als Vorbilder einbinden (Jugendliche gegen Spieler aus der 1.Mannschaft spielen lassen)
- Erwachsene und Jugendliche verbinden -> großer Motivationsfaktor für beide Seiten
- Es gibt nicht das richtige Trainingsheft. Man muss als Trainer gut damit umgehen können. Gut sind z.B. Stappenmethode, Brackeler Schachlehrgänge, Rochade Kids etc.
- Chessbase ist eine sehr gute Möglichkeit für das Training. Viele Trainingsoptionen (Felder färben, Pfeile nutzen) -> Am Ende bekommt jeder Jugendliche einen Stick mit nach Hause

### **Thema Erschließung neuer Zielgruppen“**

- Man muss zu den Zielgruppen gehen und nicht auf die Zielgruppen warten. (Kinder in der Schule, Senioren in Seniorenheimen oder Cafes, Mädchen auf Ponyhöfen)
- Kooperationen mit Einrichtungen (Ponyhöfen etc.) nutzen
- Bei schwierigen Zielgruppen auch über Kooperationen mit anderen Vereinen nachdenken (Bsp. Mädchenschachangebote)
- Jede Zielgruppe hat andere Motivationen. Z.b. stehen bei Senioren nicht die leistungsbezogenen Mannschaftspunktspiele im Vordergrund. Das muss beachtet werden, wenn die Zielgruppe angeboten wird.
- Spezielle Zielgruppen Aktionen im Vereinsheim sind möglich, müssen aber sehr gut beworben werden.