



Monat des Kegel- und Bowlingsports

Informationen für Disziplinverbände

Wir im DKB gehen vom 9.9. bis 10.10. gemeinsam „in die Vollen“

(Autor: Uwe Veltrup – August 2017)

Inhalt

1. Kurz und knapp: Idee des Monats des Kegel- und Bowlingsports
2. Ziele und Strategien für den diesjährigen Aktionsmonat
3. Informationen hinsichtlich möglicher Aktivitäten der Disziplinverbände
 - 3.1. Hinweis auf der Internetseite
 - 3.2. Hinweis in Sozialen Netzwerken
4. Mobilisierung und Motivierung möglichst vieler Mitmacher
5. Zu guter Letzt: Wenn nicht jetzt, wann dann...

1. Kurz und knapp: Idee des Monats des Kegel- und Bowlingsports

Der Monat des Kegel- und Bowlingsports ist ein wesentliches Element der DKB-Kampagne „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“.

Die ursprüngliche Idee war, dass der DKB und seine Untergliederungen in einer konzertierten Aktion jedes Jahr am 9.9., am Tag des Kegelsports und am 10.10., am Tag des Bowlingsports, auf unsere umwerfenden Sportarten Kegeln und Bowling aufmerksam machen, ebenso auf den Unterschied zwischen Kegeln und Sportkegeln beziehungsweise Bowling und Sportbowling.

Damit vor allem die Vereine und Klubs unter dem Dach des DKB flexibler agieren können und zum Beispiel bei ohnehin stattfindenden Heimspielen Öffentlichkeitsarbeit betreiben können, wurde mit dem Monat des Kegel- und Bowlingsports der Aktionszeitraum ausgeweitet.

Neun Kegel – zehn Pins: Der 9.9. und der 10.10. wurden als Daten für die Aktionstage, die den Beginn und das Ende des Monats des Kegel- und Bowlingsports fixieren, nicht zufällig ausgewählt...

Weiterer Grund für diese Terminierung war und ist, dass in diesem Zeitraum die neue Saison beginnt. Ein Aspekt in diesem Zusammenhang: Die Mitglieder in den Vereinen sind nach der Sommerpause auf den Bowling- und Kegelbahnen aktiv und lassen sich für Aktionen neben den Bahnen leichter erreichen und in Aktionen einbinden.

2. Ziele und Strategien für den diesjährigen Aktionsmonat

Die Idee des Monats des Kegel- und Bowlingsports wurde bereits beschrieben. Dieser Aktionsmonat soll dazu beitragen, die nach wie vor relevanten Ziele der Kampagne „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“ zu erreichen:

- Verbandsexterne Ziele
 - Bowling- und Kegelsport bekannter machen
 - Image der umwerfenden Sportarten Kegeln und Bowling verbessern
 - Unterschiede zwischen Kegeln und Sportkegeln sowie zwischen Bowling und Sportbowling aufzeigen
- Verbandsinterne Ziele
 - Den DKB und seine Aufgaben bei allen Bowling- und Kegelsportler(innen) bekannter machen
 - Ebenso die Mitglieder an der Basis über die vier Bahnarten und die Disziplinverbände informieren
 - Wir-Gefühl im DKB sowie die Identifikation mit unseren umwerfenden Sportarten stärken
 - Vereine und Klubs bei der Gewinnung und Bindung der Mitglieder unterstützen

Welche Ziele werden in diesem Jahr darüber hinaus angestrebt?

- Sportliche Erfolge der DKB-Nationalmannschaften in diesem Jahr bei World Games, Weltmeisterschaften und anderen internationalen Wettbewerben herausstellen.
- Mindestens 50 % der Bowling- und Kegelsportler(innen) unter dem Dach des DKB sollen über die diversen Kommunikationskanäle erreicht werden.

Wie wollen wir diese Ziele erreichen?

- Mit dem Kerngedanken einer Kampagne: Ein maßgeblich in der „Zentrale“ einer Organisation entwickeltes Konzept wird dezentral, möglichst flächendeckend, umgesetzt, um Kosten zu sparen und Wirkungen zu erhöhen.
- Die Landesverbände werden intensiver als bisher eingebunden.
 - Zum einen, um selbst in landesspezifischen Medien Öffentlichkeitsarbeit für unsere umwerfenden Sportarten zu betreiben.
 - Zum anderen, um die Vereine und Klubs über den Monat des Kegel- und Bowlingsports zu informieren und mobilisieren.
- Landesverbände und insbesondere die Vereine und Klubs, die im Monat des Kegel- und Bowlingsports aktiv werden wollen, werden mit kostenlosen Werbemitteln der DKB-Kampagne unterstützt.
- Als Multiplikatoren sollen möglichst viele der aktiven Bowling- und Kegelsportler(innen) einen Folder erhalten und auf die Kampagneseiten im Internet hingewiesen werden, um sie mit den entsprechenden Informationen und Argumenten auf die Mitgliederwerbung im Bekanntenkreis vorzubereiten.

3. Informationen hinsichtlich möglicher Aktivitäten der Disziplinverbände

„Stell Dir vor, es ist der Monat des Kegel- und Bowlingsports – und alle machen mit...“ Mit „alle“ sind hier vor allem „alle“ Ebenen gemeint – vom DKB über Disziplin- und Landesverbände sowie Vereine und Klubs bis hin zum einzelnen Bowling- und Kegelsportfan. Die Aufgaben der Disziplinverbände sind relativ überschaubar. Sie beschränken sich auf Hinweise im Internet und auf Ankündigungen in den Sozialen Netzwerken, soweit die Disziplinverbände auf Facebook & Co. präsent sind.

3.1. Hinweis auf der Internetseite

Ende August sollten die Bowling- und Kegelsportler(innen) auf der jeweiligen Internet-Startseite auf den Monat des Kegel- und Bowlingsport aufmerksam gemacht werden. Dieser Textvorschlag mit dieser Überschrift könnte übernommen werden.

Im dritten Absatz „attraktive Preise“ bitte mit dieser Seite verlinken:

<http://www.kegelnundbowling.de/42-nachrichten/2016-18/dkb/194-gewinnspiel-f%C3%BCr-%E2%80%9Eaktivisten%E2%80%9C-im-monat-des-kegel-und-bowlingsports.html>

Und hier noch der Link für „Internetseite des DKB“ im letzten Satz:

<http://www.kegelnundbowling.de/42-nachrichten/2016-18/dkb/195-gemeinsam-werben-f%C3%BCr-unsere-umwerfenden-sportarten-im-monat-des-kegel-und-bowlingsports.html>

9.9. bis 10.10.: Im Monat des Kegel- und Bowlingsports für unseren umwerfenden Sport werben

Neun Kegel – zehn Pins: Der 9.9. und der 10.10. für den Tag des Kegelsports beziehungsweise für den Tag des Bowlingsports wurden nicht zufällig ausgewählt... An und zwischen diesen beiden Tagen bietet der Monat des Kegel- und Bowlingsport ausreichend Zeit und Flexibilität, um mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen für unsere umwerfenden Sportarten „in die Vollen“ zu gehen.

Der Deutsche Kegler- und Bowlingbund unterstützt insbesondere die Vereine und Klubs mit kostenlosen und kostengünstigen Werbemitteln, mit Textvorlagen für Medienmitteilungen und anderen Serviceleistungen die Vereine und Klubs, die im Monat des Kegel- und Bowlingsports aktiv werden wollen.

Aufmerksamkeit gewinnen, Sympathien gewinnen, Mitglieder gewinnen: Darüber hinaus können Vereine und Klubs auch noch attraktive Preise gewinnen.

Detaillierte Informationen zum Monat des Kegel- und Bowlingsport gibt es auf der Internetseite des DKB.

3.2. Hinweis in Sozialen Netzwerken

DBU und DKBC kommunizieren auch über Facebook. Mit einem kurzen Text, einem Foto und vor allem mit dem Link auf die entsprechende DKB-Internetseite sollen Bowling- und Kegelsportler(innen) auf den Monat des Kegel- und Bowlingsports hingewiesen werden:

Es gibt 365 gute Gründe und Anlässe täglich für unseren umwerfenden Sport zu werben. Vor allem aber im Monat des Kegel- und Bowlingsports, der am 9.9. (Tag des Kegelsports) beginnt und am 10.10. (Tag des Bowlingsports) endet. Wenn Du wissen willst, wer was im Aktionszeitraum machen kann und wie der Deutsche Kegler- und Bowlingbund (DKB) Aktivitäten unterstützt, dann schlage jetzt diese Internetseite auf:

<http://www.kegelnundbowling.de/42-nachrichten/2016-18/dkb/195-gemeinsam-werben-f%C3%BCr-unsere-umwerfenden-sportarten-im-monat-des-kegel-und-bowlingsports.html>

4. Mobilisierung und Motivierung möglichst vieler Mitmacher

Auch, wenn die Kampagne „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“ vom DKB initiiert wurde: Wenn die Ziele dieser Kampagne und der Aktionen im Monat des Kegel- und Bowlingsports erreicht werden, profitiert nicht nur der DKB. Es profitieren alle Ebenen, alle Bowling- und Kegelsportler(innen).

Trotzdem hat sich in den vergangenen Jahren nur ein kleiner Teil an Aktionen beteiligt. Daher lautet eine Mobilisierungs-Botschaft: „Je mehr mitmachen, desto größer ist die Chance, die gemeinsamen Ziele zu erreichen.“

Im Idealfall hieße es: „Alle gewinnen, wenn alle mitmachen“. Eine andere, ergänzende Botschaft lautet: „Einige gewinnen sogar noch etwas mehr...“ Vereine und Klubs, die vom 9.9.17 bis zum 10.10.17 aktiv sind, können attraktive Preise gewinnen. Zum Beispiel eine komplette Kempa-Teamsport-Ausstattung für eine Sechser-Mannschaft, ein Wochenende für vier Personen in einem erstklassigen Hotel in Verbindung mit der Einladung zur Gala des Bowling- und Kegelsports sowie KEGELHOP.de-Gutscheine.

<http://www.kegelnundbowling.de/42-nachrichten/2016-18/dkb/194-gewinnspiel-f%C3%BCr-%E2%80%9Eaktivisten%E2%80%9C-im-monat-des-kegel-und-bowlingsports.html>

5. Zu guter Letzt: Wenn nicht jetzt, wann dann...

Wir haben zwar noch einige Monate im laufenden Jahr vor uns: Jedoch jetzt können wir bereits sagen, dass 2017 eines der erfolgreichsten Jahre in der 132-jährigen Geschichte des DKB ist: WM-Erfolge auf Classic-Kegelbahnen in Dettenheim und Schere-Kegelbahnen in Oberthal sowie Medaillengewinne bei den Bowling-Wettbewerben der World Games in Breslau. Leider hat es kaum jemand außerhalb der Bowling- und Kegelsport-Gemeinschaft mitbekommen...

Die Konsequenz: Wir müssen eigene Strukturen und Kommunikationskanäle nutzen, damit wir unsere oft zitierte „Basis“ erreichen und mobilisieren und möglichst viele Bowling- und Kegelsportler(innen) im jeweiligen Bekanntenkreis über die Erfolge unserer Nationalspielerinnen und -spieler sprechen, über die vielen positiven Facetten unserer umwerfenden Sportarten und letztendlich auch über die Vorteile einer Mitgliedschaft im Bowling- oder Kegelsportverein.

Wenn es gelingt, neue Mitglieder zu gewinnen, dann würden übrigens die ohnehin überschaubaren Kosten einer Aktion im Monat des Kegel- und Bowlingsports durch Mitgliedsbeiträge wieder zurück fließen: Nicht nur in die Kasse des jeweiligen Vereins, sondern auch in die der übergeordneten Verbandsebenen. Letzter Satz: Bei der Öffentlichkeitsarbeit eines Verbandes geht es ohnehin in erster Linie um nicht-monetäre Ziele – siehe oben.