



## **Monat des Kegel- und Bowlingsports**

Informationen für jede(n) einzelne(n) Bowling- und Kegelsportfreund(in)

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

(Autor: Uwe Veltrup – September 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 individueller Aktivitäten der Bowling- und Kegelsportfans
  - 3.1. Bekannte kontaktieren und einladen
  - 3.2. Flagge zeigen in den Sozialen Netzwerken
  - 3.3. Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung einer Aktion des eigenen Vereins oder Klubs
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 individueller Aktivitäten der Bowling- und Kegelsportfans**

„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 individuellen Möglichkeiten sind vielfältig und werden in diesem Abschnitt beschrieben.

#### **3.1. Bekannte kontaktieren und einladen**

„Wie kamst Du zum Kegel- oder Bowlingsport?“ Die meisten Frauen, Männer und Jugendlichen wurden Mitglied in einem Bowling- oder Kegelsportverein, nachdem sie von einem Bekannten angesprochen wurden. Die persönliche Einladung ist nach wie vor die erfolgversprechendste Methode für die Mitgliederwerbung: „Wir haben am Sonntag ein Heimspiel. Hast Du Lust, dabei zu sein?“ Mit dieser einfachen Frage eines Freundes, einer Arbeitskollegin oder eines Familienangehörigen begannen bereits viele Bowling- oder Kegelsportkarrieren.

In der Mittagspause, bei einer Party oder einer anderen Gelegenheit: In vielen Gesprächen mit Bekannten dreht es sich um Hobbies, um die Freizeitgestaltung. Wenn nicht, kann das Gespräch in diese Richtung gelenkt werden... Oder auf andere Themen wie etwa „Stress abbauen durch Sport“ oder „Sport für die ganze Familie“, die ebenfalls Steilvorlagen für eine Einladung zum nächsten Trainingsabend, bieten.

„Pack Deine Sporttasche am nächsten Donnerstag. Ich hole Dich gegen 17 Uhr ab“ – so können nicht nur persönliche Gespräche, sondern auch Telefonate enden. Nicht nur, wenn man zufällig angerufen wird. Eine „Telefonmarketing-Aktion“ kann auch systematisch „geplant“ werden: Mit einem Blick in das Verzeichnis mit den Telefon-Nummern können mögliche Bowling- oder Kegelsportinteressenten ausgewählt und angerufen werden.

Noch einfacher und schneller geht es schriftlich: Instant-Messaging-Dienste machen es möglich, viele Bekannte unterschiedlicher Gruppen ohne großen Aufwand zu erreichen. Allerdings ist die Erfolgsquote bei dieser Form der schriftlichen Einladung über WhatsApp & Co. nicht so hoch wie bei Telefonaten oder persönlichen Gesprächen. Aber auch hier gilt: Versuch macht klug...

#### **3.2. Flagge zeigen in den Sozialen Netzwerken**

Keine Frage: In den klassischen Medien sind Bowling- und Kegelsport leider unterrepräsentiert. Gut, dass es „Neue Medien“ – sie werden immer noch als „neu“ bezeichnet... – gibt. Das Internet bietet Chancen, die von immer mehr Bowling- und Kegelsportvereinen genutzt werden. Immer mehr Vereine und Klubs sind in den Sozialen

Netzwerken präsent. Bei Facebook, Instagram, Twitter & Co. sorgen vor allem die einzelnen Bowling- und Kegelsportler(innen) für Reichweite, wenn Berichte über Bowling- und Kegelsport-Wettbewerbe geteilt und geliked werden, wenn eigene Kommentare gepostet und getwittert werden. Das sollte im Monat des Kegel- und Bowlingsports intensiviert werden: Vor einer Aktion des eigenen Vereins im Monat des Kegel- und Bowlingsports kann jede und jeder die entsprechende Ankündigung des Vereins auf der Facebook-Seite teilen oder einen Link zur Internetseite setzen, während der Aktion oder eines Heimspiels können Fotos oder kurze Videos veröffentlicht werden. Falls die lokalen Medien nach der Veranstaltung berichten und/oder auf der Vereins-Homepage Fotos und Texte veröffentlicht werden, können diese ebenfalls verlinkt werden.

Außerdem können alle Bowling- und Kegelsportfreund(innen), die auf den bekannten Plattformen vernetzt sind, Seiten mit Bowling- und Kegelsport-Inhalten „aufschlagen“ und Inhalte – vom Text mit Argumenten für eine Mitgliedschaft im Verein bis zum Video – teilen.

Jedes „Gefällt mir“, jeder Kommentar – im Idealfall bebildert – führt dazu, dass mehr Menschen auf unsere umwerfenden Sportarten aufmerksam werden. Wie wäre es zum Beispiel mit verbalen Bekenntnissen in Anlehnung an den Slogan der DKB-Kampagne? So oder so ähnlich könnten Sätze ergänzt werden, die mit „Kegeln/Bowling ist ein umwerfender Sport“ beginnen, vollendet werden:

- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil er mir umwerfend viel Spaß macht.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil es sowohl ein umwerfender Einzel- als auch Mannschaftssport ist.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich gerne mit meinen Kegelsportfreundinnen und -freunden gemeinsam „in die Vollen“ gehe.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil keine Jury, sondern die unbestechliche Ergebnisanzeige meine Leistung bewertet.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich beim Training und bei Wettbewerben meine körperliche und geistige Fitness verbessere.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil mich die Technik begeistert.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich beim Kegeln gleichzeitig Koordination, Ausdauer und Konzentration trainiere.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil es mich motiviert, wenn die Leistungsfortschritte durch qualifiziertes und regelmäßiges Training pingenu angezeigt werden.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich auf der Kegelbahn am besten vom Alltag abschalten kann.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich auf der Bowlingbahn mit meinem Sohn ein eingespieltes Doppel bilde.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil wir gerne mit der ganzen Familie zum großen Wurf ausholen.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich mit dem Bowlingball erfolgreich auf Pins und Stressabbau ziele.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich gerne mit Kind und Kegel Kugeln ins Rollen bringe.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich „perfekte Spiele“ liebe.

- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil dieser Volkssport schon immer Menschen aus verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen verbunden hat. Jeder und jede kann sich mit jedem und jeder messen.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil bei jedem Spiel Spaß und Spannung garantiert ist.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich es gerne nach ´ner Neun „blinken“ lasse.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil es bei uns im Verein auch neben den Bahnen stimmt und wir eine starke Gemeinschaft bilden.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich es gerne präzise mag.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich gerne zum großen Wurf aushole.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich gerne etwas ins Rollen bringe.
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil ich meinen Gegner gerne ins Schwitzen bringe.
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich gerne „in die Vollen gehe“, um Titel „abzuräumen“...
- Kegeln ist ein umwerfender Sport, weil viele, die in der U14 mit kleinen Kugeln angefangen haben, wenige Jahre später ganz groß rausgekommen sind...
- Bowling ist ein umwerfender Sport, weil ich Serien mag – im Fernsehen und beim Striken...

Ganz gleich, ob Du einen dieser Sätze übernimmst oder Du beim Formulieren auf „Do it yourself“ setzt: Je mehr Kegel- und Bowlingsportler(innen) vom 9.9. bis zum 10.10. als Botschafter in den Sozialen Netzwerken auftreten, desto größer ist die Chance, auf die vielfältigen Facetten unserer umwerfenden Sportarten aufmerksam zu machen.

### **3.3. Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung einer Aktion des eigenen Vereins oder Klubs**

Dein Verein organisiert im Monat des Kegel- und Bowlingsports eine Aktion? Sehr gut! Falls Du Mitglied im Vorstand bist, wirst Du sicher einige Aufgaben übernehmen. Und falls nicht? Dann frage, ob Du Dich als „einfaches“ Vereinsmitglied engagieren kannst. Es gibt immer ´was zu tun...

Viele Bowling- und Kegelsportler(innen) können und wollen sich – etwa aus familiären oder beruflichen Gründen – nicht dauerhaft ehrenamtlich engagieren. Eine Aktion im Rahmen des Monats des Kegel- und Bowlingsports bietet hingegen die Chance, Verantwortung für ein Projekt zu übernehmen und sich auf diese Weise für seinen Verein zu engagieren. Die oftmals langjährigen Vereinsmitglieder sind sicherlich dankbar, wenn sie entlastet werden. Und außerdem: Anders als bei Fitness-Centern und anderen kommerziellen Sportangeboten basiert die Idee eines Sportvereins auf freiwilligen Einsatz für die gemeinsame Sache.

## **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.