

Das „Wochenende der Schützenvereine“ – Trimmy-Medaillen und Trimm-dich-Parcours

Das Wochenende der Schützenvereine gibt uns die Gelegenheit, uns auf eine Zeitreise in das Frühjahr 1972 zu begeben. In ganz Deutschland ist das Olympia-Fieber ausgebrochen, und an den Schulen im Land nutzen die Sportlehrer die Gunst der Stunde, auch die Schülerinnen und Schüler in „Bewegung zu bekommen“, die sonst um Ball, Turngeräte und Aschenbahn tunlichst einen großen Bogen gemacht haben. Diesen neuen Sportsgeist verdanken wir einer massiven Werbekampagne für die Olympischen Spiele in München, die alle Schichten der Bevölkerung erreicht hat. Da gibt es die „Olympia-Lotterie“, die heutige „Glücksspirale“, und Deutschlands Sportler wurden zu Helden hoch stilisiert, von denen ein wahrer Medaillenregen erwartet wurde. Eine olympische Medaille wurde zum höchsten Gut.

In diesem Umfeld betrat „Trimmy“ die Bühne. Das lustige Maskottchen soll spielerisch für mehr Bewegung in allen Bevölkerungsgruppen werben. Trimm-dich-Pfade entstehen, aber das reicht den Verantwortlichen nicht. Und weil Sport in der Gemeinschaft doppelt Spaß macht, wird kurz entschlossen die „Trimmy-Medaille“ entwickelt. Trimmy lacht nun in Kupferblech geprägt von einer Plakette, die sich ein jeder umhängen kann, sofern er sich diese redlich „verdient“ hat. Das Revolutionäre ist, dass für den Erwerb dieser sportlichen Auszeichnung die Mitgliedschaft in einem Sportverein nicht mehr zwingend erforderlich ist. Weil aber die Sportvereine die Veranstaltungen ausrichten, bei denen es „Trimmy-Medaillen“ zu gewinnen gibt, bleibt mancher Hobby-Sportler dann doch bei den Sportvereinen hängen. Die „Trimmy-Medaillen“ werden zu einem Riesenerfolg, zumal Sport-Ikonen wie *Eberhard Gienger, Heide Rosendahl, Klaus Wolfermann, Uwe Beyer, Annegret Richter, Liesel Westermann, Werner Lampe, Rudolf Mang, Willi Kuhweide, Josef Neckermann* und viele mehr für diese Aktion werben. Jung und Alt erkämpfen sich rund eine halbe Million dieser Medaillen und machen die „Trimm-Olympiade“, wie diese Aktion volkstümlich genannt wird, zur größten Freizeitsportbewegung aller Zeiten.

Sport soll Spaß machen – das ist die Grundmaxime der Trimm-dich-Aktion. Und deshalb werden die Anforderungen, die ein Freizeitsportler zur Erlangung seiner „Trimm-Medaille“ zu erbringen hat, nicht reglementiert. Die großen Sportvereine, die ähnlich wie der Deutsche Schützenbund am „Wochenende der Schützenvereine“ gegen das angestaubte Image des Vereinssports ankämpfen, setzen auf unterschiedliche Veranstaltungen wie Volkswandertage, Mehrkämpfe und vor allem auf den Schulsport. Am beliebtesten sind jedoch die Präsentationsstände der Sportverbände auf den Regionalmessen und -ausstellungen. Dort entsteht das, was wir später als „Trimm-Olympiade“ bezeichnen werden...

Die Idee ist einfach: Jeder Verband bietet an seinem Stand einfache sportliche Übungen, für deren Erfüllung ein Stempel in einen speziellen „Trimm-Pass“ gedrückt wird.

Für eine vorher festgelegte Anzahl von Stempeln und Punkten gibt's dann die begehrte „Trimmy-Medaille“ und selbstverständlich auch einen Packen Informationsmaterial. Die sportlichen Ansprüche sind – um auch Erwachsene zur Teilnahme zu bewegen – nicht allzu hoch gesteckt.

Zurück in die Gegenwart: Als einziger Sportverband hat der DSB als Werbemittel wieder eine „Trimmy-Medaille“. Sie ermöglicht eine Neuauflage der einst so erfolgreichen „Trimm-Olympiade“ (Eigentlich wird das Wort „Olympiade“ in diesem Zusammenhang falsch verwendet, bezeichnet es doch korrekt den Zeitraum von vier Jahren, also die Zeit zwischen Olympischen Spielen und nicht die Spiele selbst, aber im Volksmund hat sich diese Bezeichnung nun einmal eingeschlichen). Und die kann mit einfachen Mitteln auch jeder Schützenverein am „Wochenende der Schützenvereine“ durchführen. Die ersten 50 Trimmy-Medaillen finden sich im kostenlosen Aktionspaket, das jeder Schützenverein noch bis zum 15. Juli 2012 beim Deutschen Schützenbund anfordern kann. Weitere Medaillen können zum Selbstkostenpreis ebenfalls über den DSB bezogen werden, der genaue Preis und das Prozedere der Nachbestellung kann im Internet unter: www.ziel-im-visier.de oder www.dsb-shop.net nachgelesen werden. Wichtig ist nur, dass nun alle Schützenvereine, die am „Wochenende der Schützenvereine“ teilnehmen wollen, rechtzeitig das kostenlose Aktionspaket bestellen, denn damit ist eine erste Grundlage für diese erfolgsversprechende Veranstaltung gegeben.

Für eine „Trimm-Olympiade“ werden zwischen acht und zwölf Stationen benötigt. Die ersten zwei Stationen belegen in den meisten Fällen das Luftgewehr und die Luftpistole. Kinder unter zwölf Jahren schießen mit dem Lichtgewehr bzw. der Hobby-Armbrust. Für die weiteren Stationen sind Ideen Vorschläge in der Tabelle (Seite 20) ausgeführt. Die in dieser angesprochenen zu erbringenden Leistungen sind nicht bindend; die Festlegung ist ausdrücklich dem Veranstalter überlassen. Bitte achten Sie aber darauf, dass Sport Spaß machen soll, wenn wir Mitglieder werben wollen. Deshalb sollten die Ansprüche nicht zu hoch geschraubt werden. Denn in erster Linie richtet sich die Aktion an Nichtmitglieder und Nichtsportler.

Das Ziel der alten und neuen Trimm-Aktion ist, „Menschen zu bewegen“, und damit zeigen wir Schützen auch eindrucksvoll, dass Schießsport auch wirklich Sport ist. Leider ist es nämlich ein weit verbreitetes Vorurteil, dass Schützenvereine in erster Linie Traditions- oder Gesellschaftsvereine sind.

Selbstverständlich können auch andere Übungen angeboten werden; wenn Ihr



Schützenhaus über eine Kegelbahn verfügt, so könnten drei Kugeln in die Vollen eine interessante Station bieten.

Nicht alle Übungen müssen erfüllt werden, auch darin liegt das Geheimnis, warum eine solche Aktion trotz einer gewissen körperlichen Anstrengung Spaß macht. Wer zwölf Stationen bietet, kann die Ableistung von sieben „Disziplinen“ verlangen, bei acht Stationen vielleicht deren fünf. Zu empfehlen ist eine Punktwertung, so können „schwache“ Disziplinen mit „starken“ ausgeglichen werden. Wer sich das erste Mal allzu unsportlich anstellt, darf ein zweites Mal in den Parcours, und mit etwas Gnade kann bei der ersten oder zweiten Wiederholung die begehrte Medaille dann doch noch verliehen werden.

Pressemitteilungen, die auf die Wiederentdeckung der guten alten „Trimm-Olympiade“ hinweisen, werden über den BSSB und die Gau-Medienreferenten rechtzeitig vor der Veranstaltung verschickt. Denn sicher ist: Eine „Trimm-Olympiade“ ist medienwirksam und publikumsträchtig.

Der passende „Trimm-Pass“ wird der BSSB sowohl als Download zur weiteren Bearbeitung durch den Verein als auch als Sonderdruck zur Verfügung stellen. Die hochwertigen Sonderdrucke können 50 Stück-weise kostenlos bei der Geschäftsstelle angefordert oder abgeholt werden, und sind bis spätestens zum „olympischen Wochenende“ der Bayerischen Meisterschaften in Hochbrück verfügbar. Weitere Hilfsmittel wie Stationsbeschreibungen usw. werden wir ebenfalls als Download zur Verfügung stellen.

Bei den Bayerischen Meisterschaften werden die Landesdamenleitung und die Schützenjugend einen solchen

„Trimmy-Parcours“ zur Demonstration aufbauen. Weil aber die nackte Theorie wenig interessant ist, können am „olympischen Wochenende“ und am „Jugendwochenende“ die ersten „Trimmy-Medaillen“ erworben werden, und zwar mit sportlicher Leistung. Die Ansprüche sind – wie bereits empfohlen – nicht allzu hoch angesetzt, und der „BSSB-Trimmy-Parcours“ ist damit auch ein idealer Ort, eine „Schützenvereins-Stammtisch-Meisterschaft“ durchzuführen. Und bei dieser Gelegenheit können gleich die Finals der „olympischen Wettbewerbe“ selbstverständlich kostenlos besucht werden. Besuchen Sie also die „Bayerischen“ und erleben Sie hautnah eine „Trimmy-Olympiade“, die so gestaltet sein wird, dass auch Ihr Schützenverein sie nachbauen kann.

Übrigens hat das Landesschützenmeisteramt dieser Tage als Preis für den erfolgreichsten Schützenverein (die meisten Mitglieder-Neumeldungen in Verbindung mit der Mitgliederzahl) einen Geldpreis von 2 500,- Euro in bar ausgelobt. Auch die „nächstplatzierten“ Vereine werden in den Genuss von Geldpreisen kommen. Dazu gibt's weitere Preise, u. a. wertvolle Sachpreise, die unter allen teilnehmenden und zu der Aktion angemeldeten BSSB-Vereinen ausgelost werden. Deshalb unbedingt bis 15. Juli 2012 beim DSB unter der Internetadresse: www.ziel-im-visier.de anmelden und kostenlos das Aktionspaket bestellen.

Diese Aktion ist hervorragend dazu geeignet, das Image der Schützenvereine als moderne Sportvereine aufzupolieren. Aber auch neue Mitglieder sind so schnell geworben (siehe auch unten). cps

Das „Wochenende der Schützenvereine“ – Ideen für erfolgreiche Tage

Das „Wochenende der Schützenvereine“ gibt uns die große Chance, zum einen aktiv zu einem positiven Image des Schützenwesens beizutragen, zum anderen aber auch Mitglieder zu werben. Weil die Meldefrist beim Deutschen Schützenbund bereits am 15. Juli 2012 abläuft (nur angemeldete Vereine können das kostenlose Aktionspaket mit den Trimmy-Medaillen bestellen), seien hier bereits vorab ein paar Anregungen für die Ausgestaltung der/des Aktionstage(s) gegeben. In der nächsten Ausgabe der Bayerischen Schützenzeitung werden diese ausführlicher dargestellt und die Voraussetzungen und der erforderliche Personalaufwand beschrieben. Denn nur das Schützenhaus aufzuschließen und auf die Besucher zu warten, wird nicht genügen.

Selbstverständlich soll das Sportschießen im Vordergrund stehen, am besten soll jeder Besucher selbst seine ersten Erfahrungen in unserem Sport machen. Deshalb passen immer:

- Bürgerschießen mit Luft- und Lichtgewehrschießen (für Jugendliche unter zwölf Jahren bieten sich

- das Lichtgewehr und/oder einfache mit Gummipfeilen bestückte Kindergewehre an (Spielwarenfachhandel))
- Bürger-Königschießen auf den Holzadler (ein Schuss, kann auch mit LG oder LP durchgeführt werden)
- Schießsportdemonstrationen (z. B. ein Finales, Sommerbiathlon)
- Prominentenwettkampf (Sommerbiathlon, Schießsportdisziplinen am Stand) mit Gemeinderäten, Abgeordneten, Pfarrer, Kirchengemeinderäten. Es kann auch ein Wettkampf verschiedener Organisationen am Ort (Feuerwehr, Kirchengemeinde, Gemeindeverwaltung, Schule usw.) ausgeschrieben werden.
- Bogenschießen (Demonstration und Bürgerschießen), sofern diese Disziplin im Vereinsangebot ist.
- Jugendbiathlon mit Lichtgewehren
- Trimmy-Parcours (siehe Seite 18)
- Waffenausstellung

Dazu gehört auch ein „Drumherum“, denn das Schützenwesen genießt auch das Image, dass gern gefeiert wird.

- einfache Bewirtung
 - Wein- Bier- oder Grillfest am Abend
 - Kinderbetreuung (Hupfburg)
 - Diskoabend Für die Jugend oder Ü 30
- Mehr in der nächsten Ausgabe.

„Disziplin“	Voraussetzungen	Material	Übung (Vorschlag)	Wertung (Vorschlag)
Luftgewehr	10-Meter-Stand (abgenommen)	Scheiben oder Elektronik	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	30 Ringe = 5 Punkte 35 Ringe = 10 Punkte usw.
Luftpistole	10-Meter-Stand (abgenommen)	Scheiben oder Elektronik	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	25 Ringe = 5 Punkte 30 Ringe = 10 Punkte usw.
Lichtgewehr (nur für Jugendliche unter zwölf Jahren)	Lichtgewehr und Stand	Lichtgewehr	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	20 Ringe = 5 Punkte 25 Ringe = 10 Punkte usw.
Hobby-Armbrust	Stand mit mind. 5 Meter Tiefe	Hobby-Armbrust (Sportfachhandel)	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	3 Zentrumstreffer = 5 Punkte 4 Zentrumstreffer = 10 Punkte
Bogen	Freigelände	Schüler-Bogen, Pfeile, Scheibe, Auflagen (Fachhandel)	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	3 Zentrumstreffer = 5 Punkte 4 Zentrumstreffer = 10 Punkte
Dart	Ecke mit mindestens 3,5 Metern Platz (2,37 Meter Wurfentfernung)	Dartscheibe, Pfeile, Brett oder elektronische Dartscheibe	2 Schuss Probe 5 Schuss Wertung	50 Scores = 5 Punkte 60 Scores = 10 Punkte usw.
Seilspringen	keine	Sprungseil, Stoppuhr	1 Minute Zeit, möglichst viele Sprünge	15 Mal = 5 Punkte 20 Mal = 10 Punkte
Dosenwerfen	Ecke mit ca. 3,5 Meter Platz	jeweils 6 leere Dosen, Tisch, jeweils 3 Tennisbälle	3 Wurf	abgeräumt = 5 Punkte je zusätzliche Dose 2 Punkte
Sackhüpfen	Freigelände mit ca. 20 Metern, möglichst Wiese	jeweils ein Sack, Stoppuhr, ein Markierung für Wendepunkt	1 Durchgang	40 Sekunden = 5 Punkte 30 Sekunden = 10 Punkte
Slackline	Freigelände mit zwei Bäumen im Abstand von ca. 8 Metern	jeweils ein Slackline, Stoppuhr	Balancieren ohne abzusteigen	30 Sekunden = 5 Punkte 40 Sekunden = 10 Punkte
Boccia (Boule)	ebenes Freigelände von ca. 8 Metern	jeweils ein Satz Boccia- oder Boulekugeln, Lineal oder Schnur	Zielkugel in ca. 5 Meter Wurfentfernung	3 Kugeln in Halbmeterkreis = 5 Pt. 4 Kugeln in Halbmeterkreis = 10 Pt.
Autorennen	Tisch	elektrische Autorennbahn	Rennen auf fünf oder zehn Runden	Sieger erhält 10 Punkte
Torwandschießen	Freifläche ca. 10 Meter	Torwand (gibt's für 30,- Euro beispielsweise bei Amazon)	6 Schuss Wertung, drei oben, drei unten	2 Treffer = 5 Punkte 3 Treffer = 10 Punkte usw.
Basketball	Freifläche und Hauswand, an der der Korb angebracht werden kann	Basketball-Korb, Basketball (mit Ständer ab 60 Euro, sonst 30 Euro)	5 Wurf	3 Treffer = 5 Punkte 4 Treffer = 10 Punkte usw.
Geschicklichkeits-Radfahren	Parkplatz	Fahrrad (event. Einrad) 10 bis 12 Pylonen, Stoppuhr	Parcours muss in einer Minute bewältigt werden	Grundwert 15 Punkte, je umgefahrenes Hütchen 3 Punkte Abzug
Eierlaufen	Freifläche ca. 50 Meter	Löffel, Holzzeit, Stoppuhr, Hindernisse	Parcours mit Hindernissen in einer festgelegter Zeit	Grundwert 15 Punkte, je Abwurf 3 Punkte Abzug
Bierkrughalten	keine	mit Wasser (!) gefüllter Maßkrug oder 2-Kilo-Hantel	Krug oder Hantel bei ausgestrecktem Arm halten	10 Sekunden = 5 Punkte 20 Sekunden = 10 Punkte
Kartenhausbauen	Tisch	Spielkarten oder Bierfilze	Zeit: 1 Minute, nur Karten ab der dritten Reihe werden gewertet	5 Karten = 5 Punkte, jede weitere Karte 1 Punkt
Moorhuhn-Partie	nicht zu heller Raum	Beamer, Computer, Moorhuhn-Spiel (kostenloser Download)	Laut programmiertem Spiel	1000 Punkte = 5 Punkte je weitere 500 Punkte = 5 Punkte

Einige Anmerkungen und Tipps zum Trimmy-Parcours

Die Anzahl der zu meisternden „Disziplinen“ und die zu erreichende Mindestpunktzahl hängen von der Anzahl der angebotenen Stationen ab. Beispiel: Es werden zwölf Stationen aufgebaut, dann könnten sieben verschiedene „Disziplinen“ verlangt werden; sind es nur acht Stationen, könnten höchstens deren fünf gefordert werden. Je verlangte Disziplin sind zehn Punkte empfohlen, also 50 Punkte bei fünf Stationen. Bei der Auswahl der „Disziplinen“ sollten mindestens zwei schießsportliche Anforderungen angeboten werden, des weiteren sollte mindestens die Hälfte der Stationen „Bewegung“ verlangen (Rest dann „Geschicklichkeit“ und „Kraft“).

Lassen Sie die einzelnen Stationen von den einzelnen Gruppierungen in Ihrem Verein gestalten; so könnte sich die Jugend um Sackhüpfen, Basketball usw., die Senioren könnten sich – so vorhanden – um die Kegelbahn oder die Sommer-Eisstockbahn kümmern.

Dem Teilnehmer ist freigestellt, ob er die geforderte Mindestpunktzahl nur über die Mindestanzahl der verlangten Disziplinen oder über zusätzliche „Disziplinen“ erreicht; das Minimum der verlangten „Disziplinen“ muss aber erreicht werden. Selbstverständlich darf in einem „Trimmy-Pass“ jede Disziplin nur einmal abgeleistet wer-

den. Eine „Disziplin“ gilt nur dann als bestanden, wenn die Mindestleistung erreicht worden ist. Die entsprechenden Ergebnisse werden in den „Trimmy-Pass“ eingetragen. Wer es beim ersten Mal nicht schafft, Punkte- und „Disziplinen“-anforderung zu erfüllen, darf sich selbstverständlich einen neuen „Trimmy-Pass“ ausstellen lassen und erneut beginnen. Eine Übertragung bereits erbrachter Leistungen ist nicht zu empfehlen.

Ein kleiner Tipp am Rande: In den Trimmy-Pass können Adresse und Geburtsdatum eingetragen werden. Wer am Ende des „Wettkampfs“ den „Trimmy-Pass“ gegen die Medaille „tauscht“, gibt nicht nur dem Teilnehmer die Chance, an der vom BSSB ausgelobten zentralen Verlosung teilzunehmen, bei der es um eine der 50 Besichtigungsreisen mit Wurfscheiben-Schnupperschießen geht, sondern bekommt auch wertvolles Adressenmaterial in die Hand, um gezielt neue Mitglieder mit direkter Werbung gewinnen zu können. Denn schließlich soll auch Ihr Schützenverein Nutzen aus dem „Wochenende der Schützenvereine“ ziehen!

All diese „Spielregeln“ sind nur Empfehlungen oder Hilfen für das eigene Regelwerk, eigenen Ideen und Ergänzungen sind keine Grenzen gesetzt. Ziel des „Trimmy-Parcours“ ist, Sport als Spaß in einer Gemeinschaft, sprich im Verein, zu Erleben. Seien Sie also nicht päpstlicher als der Papst. Und nun viel Spaß beim Zusammenstellen Ihres eigenen „Trimmy-Parcours“.

cps

Das „Wochenende der Schützenvereine“ – Trimm-dich-Parcours und Herbstfest

Das „Wochenende der Schützenvereine“ wird zum Aushängeschild des Schützenwesens. Aktuell nehmen weit über 1 000 im Bayerischen Sportschützenbund organisierte Vereine an der wohl größten Aktion in der Geschichte des Deutschen Schützenbunds teil. Das Ziel ist nach wie vor, dass es keine Gemeinde in Bayern geben darf, in der am 6. und/oder 7. Oktober 2012 nicht ein Schützenhaus der Allgemeinheit offen steht. Doch allein das Aufsperrn der Tür des Schießstands reicht nicht, auch wenn an diesem Wochenende der Schießstand eine besondere Rolle spielen muss. Von einem Verein, und damit selbstverständlich auch von einer Schützengesellschaft, wird erwartet, dass eine interessante und abwechslungsreiche Freizeitbeschäftigung geboten wird. Das macht den Erfolg der kommerziellen Sportanbieter aus, die den Nerv unserer Mitbürgerinnen und -bürger mit zielgruppengerechten und maßgeschneiderten Fitness-Paketen treffen. Deshalb müssen Schützenvereine an diesem Wochenende zeigen, dass sie weit mehr d'rauf haben als nur Wettkampfprogramme zu schießen. Wichtig ist zu wissen, dass die Mehrzahl der interessierten Besucher, die aufgrund unserer Werbemaßnahmen den Weg in unser Schützenhaus gefunden haben, keine leistungssportliche Herausforderung, sondern einen angeneh-

men Freizeitsport in einem ihm passenden Ambiente suchen. Deshalb muss unser „Auftritt“ durchaus sportliche, aber auch gesellschaftliche Züge zeigen. Und es kommt viel auf den ersten Eindruck an, den das potenzielle Neumitglied von seiner (hoffentlich) neuen Heimat bekommt.

Deshalb sollte eine kritische „Bestandsaufnahme“ klären, ob bis zum ersten Oktober-Wochenende größere Vorbereitungen getroffen werden müssen. Die wichtigsten Aufgaben sind hier zusammengefasst.

- Ist unser Schützenhaus in einem vorzeigefähigen Zustand? Bröckelnder und angegrauter Putz, vergilbte Gardinen oder kaputte Lampen lassen sich mit wenig Aufwand optisch kaschieren; ein Eimer Farbe hat manchen Schießstand schon in neuem Glanz erstrahlen lassen, ohne dass eine aufwändige Gesamtsanierung erforderlich gewesen wäre. Auch helfen neue Vorhänge aus dem billigsten Deko-Stoff, eine Renovierung noch einige Zeit herauszuschieben.
- Ist unser Schützenhaus sauber? Volle Aschenbecher vor dem Haus, überquellende Abfalleimer, vollkommen verdreckte Toiletten oder Fenster, die das Tageslicht nur noch sehr gedämpft einfallen lassen, sind nicht unbedingt eine gute Visitenkarte.

Deshalb vor dem „Wochenende der Schützenvereine“ einen großen Herbstputz durchführen. Aber bitte beim anschließenden Feiern darauf achten, dass das Haus auch halbwegs sauber bleibt.

- Sind die Zugangswege gut ausgeschildert oder ist zum Finden des Schützenhauses eine Pfadfinderausbildung vonnöten? Also bitte Schilder malen und anbringen. Es müssen keine sündteuren Designerschilder aus der Schilderwerkstatt sein; gut lackierte Holzplatten mit ordentlich aufgebrachter Beschriftung reichen aus.
- Wenn Sie selbst bewirtschaften: Ist die Schankanlage funktionsfähig, gesäubert und gewartet, sind die Küchengeräte und der Herd einsatzbereit? Lieber rechtzeitig vorher ausprobieren als in aller Eile einen Handwerker suchen!
- Zeigen Sie den Besuchern, dass die Sportwaffen (auch Luftdruckwaffen!) und Munition vorschriftsgemäß und damit sicher gelagert sind. Denken Sie auch daran, dass, wie es für eine Sportstätte vorgeschrieben ist, ein nicht abgelaufener Verbandskasten vorgehalten wird. Wir müssen der breiten Öffentlichkeit, die unsere Schützenhäuser besucht, beweisen, dass wir mit unserem Sportgerät verantwortungsbewusst umzugehen verstehen! Sicher gibt es noch vieles, was es zu beachten gilt. Aber die angeführten Punkte sollten bereits jetzt überprüft werden, damit es kurz vor dem „Wochenende der Schützenvereine“ zu keinen bösen Überraschungen kommt.

Was tun, sprach Zeus...

Für alle diejenigen, die noch nie eine solche Veranstaltung organisiert haben oder noch nicht die große Erfahrung in der Durchführung von auf Mitgliederwerbung abgestellte „Events“ haben, seien hier einige Vorschläge angeführt, wobei alle Vorschläge miteinander kombiniert werden können, sofern genügend Mitarbeiter zur Verfügung stehen:

- „Trimmy-“ oder Fitness-Parcours (siehe dazu Beitrag in der letzten Ausgabe der Bayerischen Schützenzeitung oder im Internet unter: www.bssb.de).

Der Vorteil dieser milden Form eines „Zirkel-Trainings“ ist, Schießsport als Sport darzustellen. Nach dem Grundsatz „vom Bekannten zum Unbekannten“ kann sich der Besucher (Ein solcher Parcours richtet sich nicht nur an Kinder und Jugendliche, soll vielmehr von Eltern mit Kindern gemeinsam angegangen werden!) an das Sportschießen „herantasten“, indem er sich über die vermeintlich bekannten Übungen (Ballweitwurf, Dosenwerfen, Seilspringen, Eierlaufen) über nur vom Hörensagen bekannte „Disziplinen“ (Boccia, Darts) hin zum Lichtgewehr-, Luftgewehr- oder -pistolenschießen und Bogensport vorarbeitet.

Der Nachteil ist eine unbedingt erforderliche umfangreiche Vorbereitung und der Einsatz von mehreren Mitarbeitern, wobei (außer dem Schießstand) ein Betreuer die Aufsicht und

die „Stempelhoheit“ über mehrere Stationen übernehmen kann (eventuelle kann auch ein Betreuer eine kleine Gruppe durch den Parcours führen). Auch wird Platz benötigt; Stadtvereine tun sich unter Umständen sehr schwer, genügend Stationen anbieten zu können. Und es müssen „abgespeckte“ Indoor-Stationen her, wenn die Witterung eine Durchführung im Freien verhindert.

- Bürgerschießen – mit oder ohne Preise. Das ist der Klassiker, der den „Tag der offenen Tür“ der 70er-Jahre begleitet hat. Als besagter „Tag der offenen Tür“ vollkommen außer Mode ist ein Bürgerschießen als „Aktion“ oder „Event“ durchaus angesagt.

Vorteil: Das Sportangebot wird sehr authentisch wiedergegeben. Mit einem solchen Schießen kann auch die beste und kompetenteste Aufklärungsarbeit geleistet werden, weil in der Regel genügend Zeit bleibt, mit jedem Interessenten ausführlich zu reden.

Nachteil: Weil in der Regel nur das Luftgewehrschießen angeboten werden kann, wird das Freizeitangebot nach außen etwas mager erscheinen. Ein weiterer Nachteil – sollte dies das einzige Unterhaltungsangebot sein – ist, dass trotz intensiver Werbung nur diejenigen Mitbürgerinnen und -bürger kommen werden, die sich gezielt informieren wollen. Wir dürfen also nicht mit Besuchern rechnen, die einmal „einen schönen Tag“ bei den Schützen verleben möchten. Wichtig: Werden Preise (außer kleinen Werbegeschenke, die fast jeder Teilnehmer bekommen soll und sofort mitgenommen werden können) ausgegeben, so wird eine „Anschlussveranstaltung“

Die Trimmy-Ausweise können Sie entweder selbst gestalten oder aber auch 50-Stück-weise beim BSSB bestellen (bis 200 Stück kostenlos, ebenfalls über die Homepage des BSSB). Dort finden Sie auch wertvolle Arbeitshilfen und Tipps. Besuchen Sie auch: www.ziel-im-visier.de.



(Weinfest, Herbst-Party, eigenes „Oktoberfest“ etc.) benötigt. Achten Sie bitte darauf, keine

Preisverteilungsfeier oder Siegerehrung wie bei einer Meisterschaft oder einem üblichen Preisschießen durchzuführen. Das kann für Nichtschützen schnell langweilig werden.

Tipp: Versuchen Sie (als zusätzliche Attraktion) doch ein Bürger-Königsschießen! Lassen Sie von jedem Teilnehmer mit dem Luftgewehr einen einzigen Schuss auf eine Holzscheibe (oder mit Zimmerstutzen auf einen speziellen Holzadler, gibt's im Schießsportfachhandel) abgeben und markieren diesen mit der Teilnehmernummer.



- Prominentenschießen – mit oder ohne Preise. Auch diese Veranstaltungsform ist ein Klassiker. Und die Prominenten müssen gar nicht zwingend so prominent sein; oft ist auch ein Mannschaftswettbewerb in Turnierform (Schießprogramm nach eigener Idee und auch nicht zwingend der Sportordnung entsprechend) durchaus publikumswirksam (z. B. Lehrer gegen Schüler, Pfarrer gegen (Kirchen)gemeinderat, Feuerwehr gegen Burschenverein etc.)

Vorteil: Politiker, Würdenträger, Geistliche, Adlige, „Stars“ aus der Region, Industrielle usw. haben Vorbildwirkung. Sie legitimieren sozusagen den Schießsport. Für's Zuschauen muss keine Hemmschwelle überschritten werden (wer möchte sich zur „Schau stellen“). Als Zuschauer ist man oder „frau“ bekanntlich in der komfortablen Lage, kommentieren zu dürfen, ohne es selbst besser machen zu müssen. Ein weiterer Vorteil ist ein verhältnismäßig geringer Personalaufwand.

Nachteil: Die persönliche Verbindung zum Sportschießen kann nicht beim ersten Besuch des Schützenhauses aufgebaut werden; der Besucher wird also nicht vereinnahmt. Auch kann diese Veranstaltung nicht fortlaufend gestartet werden, wir sind also auf einen nicht oder nur geringfügig veränderbaren Beginn und ein Ende festgelegt. Ein fester Programmablauf könnte zudem „zufällig“ vorbeikommende Interessenten vergrämen, wenn der „Markt schon verlaufen“ ist.

- Sommerbiathlon – dieser kann als Prominenten-Special oder in der Form eines beim Fußball so verbreiteten „Gerümpelturniers“ durchgeführt werden. Allerdings sollte diese Präsentation nur dann in Erwägung gezogen werden, wenn Ihr Verein Sommerbiathlon anbietet oder in absehbarer Zeit anbieten will.

Vorteil: (Sommer-)Biathlon ist Trendsportart. Und die Sommervariante kann jedermann oder „jederfrau“ ausüben. Sommerbiathlon ist damit ein idealer Türöffner zum gesamten Spektrum des Schießsports.

Nachteil: Der allgemeine Mitmachfaktor tendiert gegen Null; in Straßenkleidung und Straßenschuhen macht Sommerbiathlon nur wenig Spaß. Außerdem ist eine Sommerbiathlonpräsentation sehr wetterabhängig, ein Plan B fast unmöglich. Außerdem ist ein entsprechendes Außenareal erforderlich; sicher kann die Schießeinlage im Schützenhaus durchgeführt werden, wenn der Stand nicht nur über abenteuerliche Kellertreppen erreichbar ist, dennoch sollte der Schießstand als der zentrale Punkt im Publikumsinteresse stehen.

- Ausstellungen und Präsentationen – auf Schautafeln lässt sich Schießsport ganz gut darstellen.

Vorteil: Eine Ausstellung benötigt am eigentlichen Aktionstag so gut wie keinen Personaleinsatz.

Nachteil: Die von der Allgemeinheit an eine solche Ausstellung gestellten Ansprüche sind mittlerweile sehr hoch.

Schautafeln – und sind sie noch so gut gestaltet – werden nicht beachtet. Die moderne Museumspädagogik plädiert für

„Museen zum Anfassen“; gerade jüngere Besucher fangen daher mit Schaubildern und einer einfachen Präsentation von Exponaten nichts an. Wer also keine Erfahrung in der Gestaltung von (erfolgreichen) Ausstellungen hat, sollte die Finger von solchen Ausstellungen lassen.

Aber: Als zusätzliche „Attraktion“ zu anderen Aktionen kann eine Ausstellung wertvolle Zusatzinformationen geben. Nur als einziger Programmpunkt einer Veranstaltung sind Ausstellungen nicht geeignet.

- Schießsportdemonstrationen – beispielsweise ein Finalschießen mit Spitzensportlern:

Vorteil: Schießsport wird als Hochleistungssport „olympianah“ demonstriert, und gleichzeitig kann für eigene große Sportveranstaltungen (Bundesliga- und Regionalligawettkämpfe) geworben werden. Passen die Finalisten und es entwickelt sich ein spannender Wettkampf, kann eine Identifikationsklammer aufgebaut werden, zumal wenn lokale Sportler antreten.

Nachteil: Fehlender Mitmachfaktor, recht großer Organisationsaufwand und das Erfordernis eines publikumstauglichen Schießstands. Als eigenständige Veranstaltung ohne zusätzliche Attraktionen ist die Mitgliederwerbung schwierig.

- „Schießbude“ – vom Bekannten zum Unbekannten. Eine Schießbude lässt sich hervorragend in einen ausgemusterten Bauwagen einbauen (Schießstandabnahme nicht vergessen!). Und sie ist der „Türöffner“ zum Schießsport, baut die Hemmschwelle ab, an den „richtigen“ Schießstand zu treten. Wer Glück hat und zu einem alten Schausteller-Anhänger kommt (werden bisweilen sehr günstig angeboten), der braucht nur noch ein bisschen Farbe.

Vorteil: Eine Schießbude ist von jedem Kirmesbesuch bekannt und wird nicht negativ gesehen. Sie kann bei anderen Veranstaltungen zudem als willkommene Einnahmequelle dienen. Allerdings müssen auch bei der Schießbude Betreuer bereit stehen, die dann Sportschießen am „richtigen“ Stand zeigen können und Interessenten einweisen können.

Nachteil: Mancher Sportschütze hat Berührungsängste mit einer Schießbude. Und eine Schießbude setzt gut ausgebildete Aufsichten voraus. Dazu sollten spezielle Schießbudengewehre (arbeiten mit einem deutlich niedrigeren Druck) angeschafft werden.

Zu diesen mehr oder weniger sportlichen Angeboten sollten sich auch gesellschaftliche dazugesellen. Denn Schützenvereine stehen auch für das Feiern. Und gerade bei Festen können Mitglieder geworben werden, wenn Interessierte angesprochen und in ein Gespräch eingebunden werden. Es ist also wichtig, dass nicht die Vereinsmitglieder in einer Ecke des Schützenhauses zusammensitzen und die Besucher in einer anderen. Insbesondere kommen in Frage:

- Herbstfest – passt sehr gut zum ersten Oktoberwochenende und ist verhältnismäßig einfach zu organisieren. Die Dekoration beispielsweise mit Blättern und bunten Tischdecken muss nicht aufwändig sein. Gastronomisch wird nicht viel mehr als Zwiebelkuchen, Flammkuchen,



neuer Wein und Federweißer erwartet. Tipp: Sollte bedient werden, wählen Sie einen roten neuen Wein und einen weißen Federweißen, dann drohen keine Verwechslungen.

Musik kann, muss aber nicht sein (Denken Sie in der Kalkulation bitte auch an die GEMA und melden Sie die Veranstaltung auch an!). Wenn Musik geboten wird, achten Sie bitte darauf, dass diese nicht zu laut gespielt wird, damit die Gespräche nicht abgewürgt werden.

- Oktober- oder Bierfest – eine etwas volkstümlichere Variante des obigen Herbstfestes. Anstelle des Weins gibt es Bier, und dazu werden Bratwürste und vielleicht gegrillte Hendl angeboten. Dekorieren Sie klischeemäßig bayerisch. Diese Veranstaltungsform spricht insbesondere von außerhalb Bayerns Zugezogene an. Wenn Life-Musik sollten Sie mit dem örtlichen Musikverein reden: Blasmusik kommt immer gut an.
- Disco – auch Ü 30: Musik von der „Konserve“ ist preiswerter und bisweilen beweglicher als die Life-Kapelle. Insbesondere dann, wenn Sie eine kleine (!) Siegerehrungsfeier einbauen wollen, ist der Schallplattenunterhalter flexibler als Musikanten. Zudem kann er besser auf eine nicht vorher festlegbare Zielgruppe eingehen (z. B. wenn nun keine Jugendlichen, dafür aber viele Er-

wachsene mittleren Alters gekommen sind) Auch bei dieser Veranstaltungsform bitte an die GEMA denken!

Bei dieser Veranstaltungsform kann auch eine Bar bewirtschaftet werden, die einfache Cocktails bereithält. Ansonsten wird das übliche Repertoire alkoholischer und alkoholfreier Getränke erwartet.

- Kinderbetreuung – ein Muss während der Nachmittagsveranstaltung und noch ein bisschen in die Abendstunden hinein. Damit kann jungen Familien eine Teilnahme ermöglicht werden. Ohnehin ist eine funktionierende Kinderbetreuung ein Garant für neue Mitglieder der Altersgruppe 25 bis 39 Jahre. Denn nicht nur junge Ehepaare können so (wieder) gemeinsam Sport treiben, sondern auch alleinerziehende Mütter bzw. Väter. Deshalb sollte bei Werbeveranstaltungen auf eine betreute Spielecke nicht verzichtet werden.

Einige Vereine können bereits mit einem solchen Angebot aufwarten und haben Erfolg. Dort werden die Betreuer aus dem Lager der Senioren („Omas und Opas“) rekrutiert.

Wie es am besten gelingt, die eigene Veranstaltung publik zu machen, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe.

cps

Das „Wochenende der Schützenvereine“ – Wie mache ich meine Aktionen bekannt?

Das „Wochenende der Schützenvereine“ soll wesentlich zu einem besseren Image des Schützenwesens im Land beitragen. Die einzelnen Veranstaltungen im Rahmen dieser Aktion könnten zudem dazu beitragen, neue Mitglieder zu werben. Insbesondere der „Trimmy-Parcours“ ist dazu geeignet, Jugendliche für den Schießsport zu interessieren und Erwachsene davon zu überzeugen, dass Sportschießen ein moderner und gesunder Freizeit- und Leistungssport ist.

Aber erst müssen unsere Mitbürgerinnen und Mitbürger überhaupt erfahren, dass dieses „Wochenende der Schützenvereine“ stattfindet und welche Schützenhäuser in der Umgebung geöffnet haben. Dazu dient zum einen eine groß angelegte Medienkampagne des Deutschen Schützenbundes, zum anderen die koordinierte Weitergabe der Einzelveranstaltungen unserer Schützenvereine an die Tageszeitungen und den lokalen Hörfunk durch die Gaumediensreferenten. Im Falle dieser Aktion muss es also genügen, die Gaumediensreferenten bzw. die zuständigen Gauschützenmeister über die Öffnungszeiten und die angebotenen Veranstaltungen zu informieren. Hier sollen die Daten koordiniert und ganz gezielt in die Lokalredaktionen gegeben werden, um die zuständigen Redakteure nicht in einer Flut von Informationen ertrinken zu lassen.

Auch wenn die Koordination der Medien weitgehend zur Aufgabe des Schützengaus oder dessen Beauftragten wird,

ist auch Eigeninitiative erforderlich. So muss auf der Homepage, und zwar auf der Eröffnungsseite, eines jeden teilnehmenden Vereins ein Hinweis über die eigenen Veranstaltungen mit einem detaillierten Programm zu finden sein. Auch Werbung mittels Flugblättern, sinnvollerweise in die Briefkästen der Bürgerinnen und Bürger der Heimatgemeinde eingeworfen, ist sehr effektiv. Selbstverständlich sollten auch die örtlichen Medien wie das Gemeinde- oder Amtsblatt genutzt werden. Kurze Preetexte, die vom Vereins-Medienwart um die eigenen Aktionen ergänzt werden



müssen, finden sich auf dem Trimmy-Stick, der den Aktionspaketen beigelegt ist. Auf diesem sind auch Bilddateien des Trimmy beigegeben, die für die Dekoration hilfreich sind.

Die Wurfzettel (oder neudeutsch: Flyer) können zum einen selbst gestaltet werden und müssen nicht aufwändig sein. Zum anderen gibt es eine druckfähige Vorlage zum Download auf der BSSB-Homepage (www.bssb.de, dann zum „Wochenende der Schützenvereine“ klicken). Die Rückseite dient der eigenen Gestaltung: Hier bitte die Vereinswerbung und Hinweise auf die eigenen Veranstaltungen ergänzen. Selbstverständlich sollten Sie die Adresse ihres Schützenhauses, die Telefonnummer und die E-Mail-Adresse eines Ansprechpartners und einen kurzen Programmabriss der Aktivitäten nicht vergessen.

Auch die Trimmy-Ausweise, die über die BSSB-Geschäftsstelle bezogen werden können (siehe Kasten oben), sollten unbedingt mit einem Vereinsstempel versehen werden, der auch mit einer Kontaktadresse aufwarten kann.

Es handelt sich bei diesem Download um eine Word-Datei mit eingearbeiteter .pdf-Grafik, die jedermann oder „jederfrau“, der einen Computer mit MS Word oder einem MS Office-Paket verfügt, bearbeiten kann. Mit diesen Programmen ist auch das Einbinden des Vereinswappens bzw.

Logos möglich. Anschließend speichern Sie am besten das neue Dokument im .pdf-Format in hoher Auflösung. Dann können Sie diese Datei auch zur Vervielfältigung an eine Druckerei geben. Übrigens lässt sich diese Vorlage auch für alle anderen Vereinsveranstaltungen verwenden, die auf Mitgliederwerbung abgestellt sind.

Die Verteilung über die Hausbriefkästen ist eine persönliche Form der Einladung und wird nicht als aufdringliche Werbung gesehen. Wichtig ist, verstärkt in den Neubaugebieten zu werben, denn gerade hier sind Menschen zu Hause, die Anschluss suchen. Eine weitere (möglichst zusätzliche) Möglichkeit, Flugblätter an den Mann bzw. an die Frau zu bekommen, ist die klassische Verteilung auf Wochenmärkten, in Fußgängerzonen, auf der Straße nach dem Gottesdienst usw. Und wer über Adressmaterial verfügt, kann mit diesen Flugblättern auch persönlich einladen.

Plakate haben nach wie vor einen hohen Werbewert. Aber damit eine Plakataktion auch tatsächlich wirkt, müssen es weit mehr als nur 20 oder 30 sein. Bitte Plakate nur anbringen (Kleben oder mit Reißzwecken befestigen), wenn der Grundstückseigentümer nichts dagegen hat. Und dürfen Fernmeldekästen, Hydranten, (aktuelle) Wahlplakate usw. dürfen nie be- oder überklebt werden. Plakattafeln zur Werbung am Straßenrand können gegebenenfalls von den politischen Parteien am Ort ausgeliehen werden.

Tipp: Vergessen Sie nicht das zuständige Einwohner-Meldeamt. Bisweilen dürfen hier Vereine einen Daueraushang anbringen, einfach nachfragen.

Tipp: In manchen Gemeinden dürfen am Ortsanfang bzw. -ende Transparente angebracht werden. Diese kosten zwar ein paar Euro (die großen Fahnenstickereien bieten auch diese einfach gedruckten Transparentbänder an), die Werbewirksamkeit ist aber eine hohe.

Die Tabelle oben zeigt die ungefähren Vorlaufzeiten (vor der zu bewerbenden Veranstaltung) für die verschiedenen Werbeformen. Selbstverständlich sollten bei einer Briefkastenaktion möglichst viele Mitarbeiter gefunden werden, in der Regel hilft hier die Schützenjugend gerne mit. cps

Werbeform	Wer?*	Vorlaufzeit
Pressemitteilung	VMW	ca. 3 Wochen
Tageszeitung (Erstinfo)	VMW	ca. 2 Wochen
Tageszeitung (Nachinfo)	VMW	ca. 3 bis 4 Tage
Flugblatt (Erstverteilung)	Verein	ca. 3 Wochen
Flugblatt (Nachverteilung)	Verein	ca. 2 bis 3 Tage
Plakatwerbung	Verein	ca. 4 Wochen
Internet	Verein	ca. 4 Wochen
Lokalfunk (Erstinfo)	VMW	ca. 2 Wochen
Lokalfunk (Nachinfo)	VMW	laut Vorgabe
Werbeblätter	VMW	ca. 3 Wochen
Szenemagazine	VMW	ca. 1 bis 2 Monate
E-Mail, pers. Einladung	VMW	ca. 4 Wochen
Pers. Einladung VIPs	1. SM	ca. 1 bis 2 Monate

Anmerkungen: *) Beim Wochenende der Schützenvereine übernehmen die Gaumedienreferenten bzw. die zuständigen Gauschützenmeister die Information der Tageszeitungen und der lokalen Rundfunkanstalten.

Haben die Redakteure einzelner Medien für ihren Verbreitungsraum andere Vorlaufzeiten empfohlen oder bestimmt, gelten selbstverständlich diese.

