

Herzlich
Willkommen

zur Regionalkonferenz
Projekt "Mitgliederentwicklung im
Deutschen Schützenbund"

Frankfurt / Ode, 9. Oktober 2010

Ablauf

Zeiträumen:

10⁰⁰ - max 16.⁰⁰ Uhr

- Begrüßung u. Einführung
- "Aufstauen" für die Mitgliederentwicklung
 - Veränderungsbedarf, Perspektiven
- Vorstellung des Projekts
 - Ziele u. Vorgehen im Projekt
 - Analyseergebnisse
 - Ziele u. Strategien für die Mitgliederentwicklung
- Sammlung von Maßnahmen
- Priorisierung Maßnahmenkatalog
- Auswertung

Ziele Regionalkonferenz

- Sensibilisierung für das Thema Mitgliederentwicklung auf den unterschiedlichen Ebenen
- Rückmeldungen zum Konzept aus den Regionen
- Ideen, Anregungen, Vorschläge für weitere Maßnahmen zur Mitgliederentwicklung

Veränderungsbedarf

Wie wichtig wäre es, dass sich in Ihrem Schützenverein / Schützenverband im Hinblick auf die Mitgliedergewinnung und -bindung etwas verändert?

unwichtig

sehr wichtig

Veränderungsbereitschaft

Wie hoch schätzen Sie die Bereitschaft in Ihrem Schützenverein / Schützenverband ein, dass sich in Bezug auf die Mitgliedergewinnung und -bindung tatsächlich etwas verändert?

sehr niedrig

sehr hoch

gleichbleibend

- Mitgliederzahl stabil, sieht positiv aus (dies, AIPK 4)
- 2. stabiler Taktverlauf im L&B MV

- Mitgliederzahlen stabil geblieben
- Anzahl der jungen steigt

Mitgliederzahl 1/2
Neuerwerbungen über 50+

Mitgliederzahl wird bis
2020 stark ansteigen
Durch Produktivität wird höher

Mitglieder-Zunahme bis
2020
Binnenmarkt bis 2020
ab 50 Jahre stabil

Im ländlichen Raum wird
der Zusammenschluß von
mehreren Vereinen stattfinden
Mitgliederzahlen Monoton
bis leicht steigend

Harter Kern

- 1970-80 Jahre
- 20-40 Jahre
- 45-60 Jahre

Aufgrund der gesetzl.
Entwicklung wurde
die Waffengerichtsbarkeit
noch strenger und
das Interesse am Schieß-
sport fällt noch
die Mitgliederzahl
sinkt.
Schießsport wird
Lust US

Stabile Entwicklung
Jetzt noch junge
Mitglieder da, die Waffengerichtsbarkeit

- 2000
- weniger Mitglieder
- höherer Prozentsatz
aus noch aktivem

...

Teilziel: Stärkung der Vereinsarbeit

Strategie 1) Qualifizierung der ehren- u. hauptamtlichen Mitarbeiter/innen auf allen Ebenen

Strategie 2) Aufgabendefinition der Verbandsebene zur Unterstützung der Vereine

Konkrete Maßnahmen / Vorschläge dazu:

- Regionalisierung der Ausbildung
- Rahmenbedingungen der Qualifizierung prüfen (Zeit, Umfang, Kosten...)
- Ausbilderpool schaffen (auch länderübergreifend) (oder - wo möglich, z.B. Kampfrichter - DSFB zentral)
- Vereinsvorsitzendenkonferenzen / Schatzmeisterkonferenzen (pro Jahr, pro Kreis / LV) Sportlerkonferenzen
- Fordern u. Fördern (z.B. in Verbindung mit Fördermitteln)
- Teamorientierung im Vereinsvorstand fördern
- Gute Vereine als "Leuchttürme" sichtbar werden lassen im Kreis / LV

Teilziel: klare interne u. externe Profilierung des DSB bis 2015

Strategie 1): Profilschärfung im DSB

Strategie 2) Stärkung des positiven Bildes der Schützenvereine im DSB in der Öffentlichkeit

Konkrete Maßnahmen / Vorschläge dazu:

Öffentlichkeitsarbeit - Presse

- Modellkundeausstellung
Nadel / Anerkennung

Nutzung - Internet

TV - Spot

Schützenfest - offen!

Probleme scharfen (Waffen)
Abgr. v. KKW

Heimatpflege / Museum

Presse - zuverlässig
- Termin

Netzwerke aufbauen
Vereine, Kommunen, Parteien

Stärkung Kinder u. Jugend

↳ Zus. Vereine

Stärken ausbauen (Bgm)

- Politik einbeziehen

Aufklärung - Sportverb.

Bogenschießen etc

Teilziel: Klare interne und externe Profilierung des DSB bis 2015

Maßnahmen:

Ihre Priorisierung:

<p>Schaffung einer Markenwelt im DSB</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Marke „Schützenvereine im DSB“ ⇒ Zertifizierung Vereinsprofile 	
<p>Integration des Behindertensports</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Veränderung Regelwerk zur Inklusion von Behinderten ⇒ Kooperation mit dem DBS 	
<p>Strukturreform im DSB <small>(bereits 2010 angelaufen)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Herausgearbeitete, spezifische Organisationsstruktur für den DSB ⇒ Eigenes Leistungssportprofil mit Organisationsstruktur ⇒ „Durchforstung“ des Disziplinenkataloges im Sportschießen 	
<p>Initiative „Schützenhilfe“ <small>(bereits 2010 angelaufen)</small></p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Imagekampagne zur Darstellung des sozialen Engagement von Schützenvereinen ⇒ Aufbau eines Schützenhilfe-Fonds aus dem entsprechende Projekte finanziert werden ⇒ Wettbewerb in der Deutschen Schützenzeitung 	
<p>Nutzung neuer Medien (z. B. Facebook, Twitter...) zur Erreichung neuer Zielgruppen <small>(bereits 2009 angelaufen)</small></p>	
<p>Durchgängigen Informationsfluss vom DSB über die Landesverbände in die Vereine und bis zum Einzelmitglied gewährleisten</p>	
<p>Bundesweite Imagekampagne</p>	
<p>Informationsfilm DSB zu den verschiedenen Disziplinen im Schießsport</p>	
<p>Nutzung von Großveranstaltungen zur Darstellung der Angebote im DSB und in den Schützenvereinen</p>	
<p>DSB-Großveranstaltung mit Außenwirkung in der Öffentlichkeit</p>	

Teilziel: Stärkung der Mitglieder-
bindung im Schützenverein

Strategie: Nutzung der bereits vorhandenen
hohen Bindungswirkung u. stärker
Verknüpfung von sportlichen und
sozialen Angeboten

Konkrete Maßnahmen / Vorschläge dazu:

- Gemeinschaftliches Sport / gemeinschaftliche arbeiten
- andere Sportangebote (Billiard)
- Geselligkeit (Schützenveranstaltungen) / Dia- / Filmabend
Ausflüge / Trinken
- DOSB-Sportabzeichen als Gruppe machen und so Schieß-
sport kennen lernen
- engere Betreuung im Sportbetrieb
- Angebote für Mehrsportlervereine im Schützenhaus
- gemeinschaftliche Stadtfeste mit anderen Sportvereinen
(Weihnachtsfest für Kinder, Oktoberfest...)
- Vereinstradition entwickeln
- Teamgeist-Aktionen

Teilziel: Mitgliederneugewinnung

Maßnahmen:

Ihre Priorisierung:

Stärkung des Bogensports als eigenständige Marke

- ⇒ Ausbildungsoffensive Bogensport
- ⇒ Arbeitshilfen „Aufbau einer Bogensparte“ / „Gründung eines Bogensportvereins“
- ⇒ Startpaket zur Einführung von Bogensport
- ⇒ Gewinnung weiterer Kooperationspartner für Bogensport (z.B. Ausrüster, Reiseveranstalter etc.)
- ⇒ Road-Show zur Demonstration der Sportart
- ⇒ Demonstration der Sportart bei Vereinen (z.B. bei Mitgliederversammlungen)

Sommerbiathlon (evt. mit Laser)

- ⇒ Ausrichtung eines "Wettkampfprogramms" durch den DSB

Lichtschießen

Jedermann-Wettkämpfe

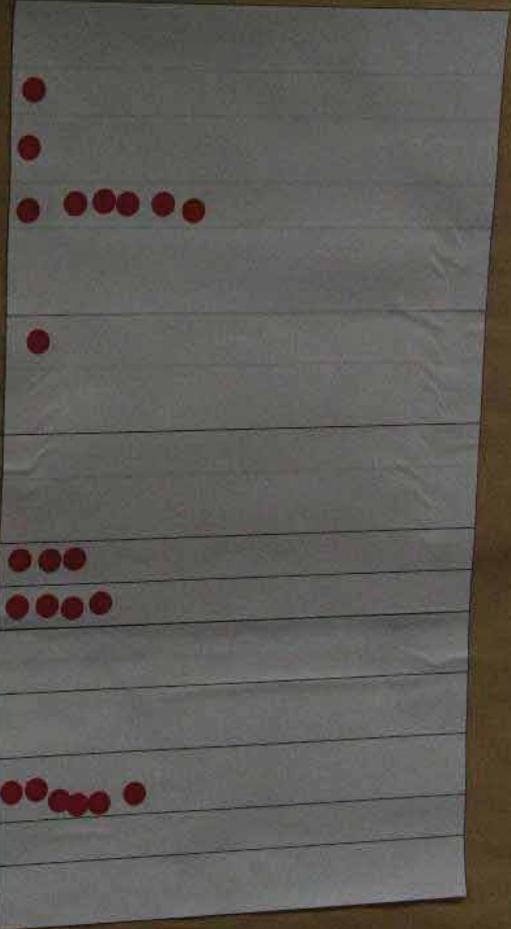
Wettbewerb / Preis für das beste Konzept im Bereich Mitgliederentwicklung

Kooperationen mit anderen Sportverbänden zur gemeinsamen Angebotserweiterung

Stärkere Verknüpfung von Angeboten im Schützenverein mit sportlichen Angeboten

Mehrkampf-Wettbewerbe

Einrichtung einer Arbeitsgruppe im DSB „Neue Techniken im Schießsport“



Teilziel: Mitgliedergewinnung

Strategie 1) Schwerpunktsetzung bei ausgewählten Zielgruppen (Jugend, Wiedereinsteiger/innen, Senioren / Seniorinnen) *Familienangehörige*

Strategie 2) Nutzung des Bogensports und von Trendsportarten

Konkrete Maßnahmen / Vorschläge dazu:

- regelmäßiges „Jedermannschießen“ 4x jährlich
- „Sponsorenschießen“ / „Nachbarnvereinschießen“ (andere SportV)
- *„Thereschießen“*
- zielgruppenorientierte Betreuung (für Jugendliche • bei 1. Anlauf mit Gleichgesinnten); Materialien / Bildungs-Infomaterial)
- Vereinsverantwortliche für Mitgliedergewinnung / Koordinator für 1. Anlauf *digitales Schießen*
- Bogensport / Lichtpunktschießentag „Werbeaktionen“ auf dem Marktplatz / in der Schule / Messen → Öffentlichkeit •
- Aspekt „Spott“ / Beim Schießen herausstellen • • •
- *„Gesundheit“*
- Imagekampagne vom Verein / Verband; Einberückung der Kommune in die Vereinsarbeit (Diskussionsabende mit Politikern) • • •
- Einsteiger über „einfachere Disziplinen“ •
- Öffnung des Vereins nach außen •
- Brain-Mit-Aktionen • •





Ergebnisse der Situationsanalyse Chancen in Bezug auf die Mitgliederentwicklung

- Alters- und generationsübergreifende Sportart
- Kooperations- und Kombinationsmöglichkeit mit anderen Sportarten
- Soziale Funktion der Schützenvereine



Ergebnisse der Studie

Schwächen in Bezug auf die Mitgliederentwicklung

- Geringes Problembewusstsein bei den Verbänden hinsichtlich der eigenen Rolle / Aufgabe
- Trägheit der Vereine
- Geschlossener Kreis in den Vereinen
- Keine klare Darstellung der Facetten der Außenwirkung
- Selbstenschätzung der Schutzfunktion gegenüber Interessengruppen
- Traditionspflege zur Gewinnmaximierung
- Geringe strategische Ausrichtung



















