

Kommunikation und Information im Betriebssport – was kann man tun ?

Beobachtet man Veranstaltungen wie Europameisterschaften, Deutsche Betriebssport Meisterschaften, aber auch regionale Veranstaltungen wie das FVB - Mixedturnier, die Einzel- und Doppelmeisterschaft usw., so stellt man fest, dass dort ein reger Informationsaustausch durch persönliche Gespräche stattfindet, Nachrichten werden empfangen und weitergegeben, persönliche und sportfachliche Infos rege ausgetauscht. Also der klassische Informationsaustausch durch das persönliche Gespräch, den es zum Glück immer geben wird. Aber ist damit der Informationsbedarf wirklich gedeckt ?

Natürlich nicht, denn bei einer DBM spricht man vielleicht mit 100 Personen, weitere 600 erreicht man nicht, weil keine Zeit da ist, sie auf einer anderen Halle spielen o.ä. Hier nun kommt die eigentliche Fragestellung ins Spiel, denn irgendwie will man ja möglichst alle 3.100 FVB - Mitglieder in Berlin bzw. die rund 18.000 Betriebssport - Bowlerinnen und Bowler in Deutschland erreichen. Was ist zu tun ?

Schauen wir uns zunächst einmal die traditionellen Kommunikationswege an. Vergangene Woche wurde in Wien bei einem Kongress ein interessantes Zahlenpaar präsentiert. 2,3 Milliarden Menschen lesen weltweit täglich Zeitung, Internetnutzer gibt es 1,9 Milliarden und ob die auch alle im Netz Nachrichten lesen, ist mehr als fraglich. Auch bei uns ist das Kräfteverhältnis ähnlich. Gut 40 Millionen Deutsche nutzen den Angaben des Statistischen Bundesamts zufolge täglich das Internet. Etwa 75 Prozent derjenigen, die älter als 10 Jahre sind, bewegen sich also grundsätzlich im Netz. Aber auch hierzulande gibt es offenbar mehr Menschen, die täglich eine Zeitung lesen als solche, die jeden Tag das Internet nutzen. Außerdem gibt es eine beachtliche Zahl von Menschen, die kein Internet haben oder nutzen.

Ich passe diese grundsätzliche Erkenntnis einmal an die Situation in der FVB an. Zur Information der Berliner Bowlingszene dient nun schon seit über 30 Jahren unsere Intern. Nun hört man hier und da die Auffassung „brauchen wir nicht mehr, steht doch alles im Internet“. Richtig, aber im Internet steht auch nur das, was von fleißigen, ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern dort eingestellt wird (vielen Dank übrigens an Euch für die Mitarbeit). Hat denn nun jeder in der FVB Internet ? Wohl nicht, wenn man die einleitenden Sätze liest. Was machen denn die, die kein Internet haben ? Und noch eins, auch Internet ist ja „von gestern“ – heute braucht man unbedingt „Soziale Netzwerke“ wie z.B. Twitter, Facebook usw. „Ey Alter, Internet ist doch von gestern – chatten usw. ist in“. So oder so ähnlich lauten hin und wieder Meinungsäußerungen, die uns erreichen. Dabei vergisst man aber ganz schnell, dass wir es als unsere Aufgabe ansehen, allen Interessierten Informationen anzubieten. Die Redaktion der Intern ist jedenfalls der Auffassung, dass wir alle Möglichkeiten der Information und Kommunikation nutzen sollten, d.h. einerseits Bewährtes zu behalten und andererseits aber auch an Neues als Ergänzung zu denken.

Die FVB wird daher auch in Zukunft die bewährte FVB - Intern je nach Thematik 4 – 6 x im Jahr auflegen. Vielen dient sie nach wie vor als beliebte Informationsquelle, aber auch als Sammelobjekt und vor allem als Archiv – dies wird so bleiben ! Das Internet und damit vor allem die allseits bekannte Homepage www.bowlen-in-berlin.de bzw. www.betriebssport.net sind für eine umfängliche Information der Mitglieder unerlässlich. 1.162.641 Klicks allein auf der Bowling-Homepage sprechen eine deutliche Sprache. Seit Beginn des Jahres haben wir das Angebot noch erweitert und bisher 21 FVB – Newsletter mit aktuellsten Nachrichten veröffentlicht – kostenlos per Mail bzw. auf der Homepage und im Facebook. Einige werden noch folgen und können direkt bestellt werden (UweTronnier@aol.com).

Apropos Facebook: auch in einem sozialen Netzwerk muss der Betriebssport/Bowlingsport vertreten sein. Es dient der schnellen Information und ist durchaus nicht nur für die junge Generation gedacht, wie der Altersdurchschnitt unserer Nutzer deutlich zeigt. Wir haben uns für Facebook entschieden. Die Zahl der Interessenten und der Klicks (rund 9.500 pro Monat) zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind – wie übrigens auch die Mehrzahl der anderen großen Sportverbände (z.B. DOSB, DTB, DBU), Firmen (z.B. Bayer AG, BASF) und Organisationen (z.B. ADAC, Greenpeace) mit ihrer Präsenz im Facebook !

Ach ja – Information ist übrigens keine Einbahnstraße. Jeder ist aufgefordert, sich zu informieren und gegebenenfalls auch mal in der FVB - Geschäftsstelle nachzufragen und nicht darauf zu warten, alles fristgerecht vorgesetzt zu bekommen. Denn eines ist doch auch klar – wir reden hier auch bei der nahezu täglichen Bereitstellung von Informationen wieder von freiwilliger, ehrenamtlicher Tätigkeit im Verband, in der BSG / Verein oder wo auch immer.

Wir freuen uns, Euch beim Lesen der Intern, auf unserer Homepage, im FVB - Newsletter und im Facebook weiterhin interessante Infos zukommen lassen zu können. Für Eure Mithilfe und Infos (gerne auch per Mail) sind wir immer dankbar.

U. Tronnier