

Protokoll Gruppe Medien

(Moderation: Volker Leuchsner)

Grundsätzlich muss zwischen den einzelnen vereinsinternen Medien und der lokalen Presse am Standort der jeweiligen Sektionen unterschieden werden.

Lokale Presse

Hier reicht die derzeitige Situation von Präsenz Null bis hin zu regelmäßigen Bergsteigerseiten, abhängig vom Standort und von den Sektionen. Dabei ist folgendes zu beobachten und zu beachten:

- Der Zugang ist schwierig.
- Gute Kontakte sind nötig.
- Der DAV ist als großer Verein oft unterproportional vertreten.
- Oft ist unklar was der DAV eigentlich ist. Artikel erscheinen unter den Vereinsnachrichten, beim Sport oder im Reiseteil.
- Die Chance, dass ein Artikel gedruckt wird steigt, wenn er „mundgerecht“ abgeliefert wird. Inkl. Fotos, so dass der Lokalredakteur möglichst keine Arbeit mehr damit hat.
- Der Inhalt der Veröffentlichung wird dadurch in gewissem Maße steuerbar.
- Themen, die im Olzowy-Kreis diskutiert werden, wie Sicherheit, Werte etc. interessieren in der Lokalpresse aber niemand.
- Zudem muss Rücksicht auf die lokale Politik genommen werden.

Ziel muss sein, in der lokalen Presse kontinuierlich vertreten zu sein. Zum einen mit den ganz normalen Vereinsnachrichten, Terminen etc., aber möglichst auch mit Reportagen von Unternehmungen aus der Sektion (Bergbesteigungen, Trekking im Ausland bis hin zur Expedition). Und das möglichst mehrmals im Jahr.

DAV Medien

Alle direkt zugänglichen vereinsinternen Medien sind äußerst wichtig für den Ideentransfer hin zu den Mitgliedern. Hier können Trends innerhalb des Vereins gesetzt werden, die Mitglieder informiert und gesteuert werden. Hier werden Meinungen gebildet. Hier sind die Themen und Anregungen des Olzowykreises richtig aufgehoben. Dabei stellen sich aber folgende Probleme bzw. ist anzustreben:

- Die Frequenz der Sektionsblätter reicht von einer bis sechs Ausgaben pro Jahr.
- Artikel in den Sektionsblättern müssen attraktiv geschrieben und gestaltet sein.
- Wenn Themen zielgerecht an die Mitglieder herangebracht werden sollen, bedarf es einer Redaktionsplanung. Wann welches Thema erscheint und in welchem Umfang, muss geplant und eingehalten werden.
- Bei niedriger Frequenz sollte vermehrt das Internet genutzt werden. Auch hier ist die attraktive Gestaltung ein Muss. Außerdem ist es das Infomedium der Jüngeren.
- Da es an professionellen Schreibern meist mangelt, schlägt Roland Stierle einen Themenpool vor, der vom Hauptverein erstellt wird und der nach Bedarf von den Sektionen genutzt werden kann.

- Die Kletterhallen sind ein ganz wichtiges Kommunikationsmedium, das bisher meist vernachlässigt wird. Man erreicht in den Kletterhallen viele junge Sektionsmitglieder und auch Kletterer und Bergsteiger, die gar nicht Mitglieder im DAV sind. In allen Hallen sollte ein attraktiv und abwechslungsreich gestalteter Schaukasten/Wandzeitung alle wichtigen Themen präsentieren. Dieser Schaukasten muss aber intensiv gepflegt werden und sollte eigentlich wöchentlich mit neuen Themen, News, Fotos gefüttert werden.
- Zudem sollte auch die Zusammenarbeit mit den Fachzeitschriften (Klettern, Alpin, Bergsteiger) intensiviert werden. Hier werden auch viele Leser erreicht, die nicht im DAV organisiert sind.
- Die Hauptrolle als Medium innerhalb des DAV muss das „Panorama“ übernehmen. Alles was zur Förderung des Bergsteigens beiträgt (Artikel, Fotos etc.) sollte in größerem Umfang und mit attraktiven Layouts in die Redaktionsplanung mit aufgenommen werden. Negativbeispiel: die sehr dürftige Berichterstattung über die Aktivitäten des Expedkaders und des Freewall Teams.