



## **BERICHT 2014/2015 RESSORT MARKETING**

Bevor die wichtigen Momente des vergangenen Verbandsjahres betrachtet werden, scheint es mir angebracht, von neuem die Ziele hervorzuheben, die der Zentralverband (ZV) mit dem Ressort Marketing erreichen will:

- Verbesserung der Grundlagen zur Förderung des Schachspiels in der Schweiz.
- Unterstützung von Vereinen, Schulen, Altersheimen, Behörden, Einzelpersonen usw... damit die Gründung von Spielgemeinschaften, Jugendgruppen, Lagern, Kursen, Events, Turnieren durch Beratung und zur Verfügung stellen von Mietmaterial und Lehrmitteln gefördert wird.
- Unterstützung von Vorhaben aus der Kunstwelt, dem Sport, dem Sozialen, sofern diese dem Schachspiel förderlich sind.
- Suche und Entwicklung nach und von Synergien in der Schachförderung im politischen Milieu, bei Gönnern, Stiftungen, Wirtschaft, Schachshops usw.
- Finanzielle Unterstützung von Vereinsvorhaben nach Kosten- / Nutzenkriterien.
- Vergabe von Anerkennungspreisen für besonders gelungene Breitenschachaktivitäten.

Auch dieses Jahr habe ich, als Verantwortlicher des Ressorts Marketing, mir die Frage gestellt, welche Maßnahmen man treffen müsste, um die Mitglieder zu motivieren, weiterhin Mitglied zu bleiben, die Klubs dazu zu bringen, dass sie alle Mitglieder beim Schweizerischen Schachbundes (SSB) einschreiben und wie der SSB die verschiedenen Aktivitäten und Turniere attraktiver gestalten könnte.

An dieser Stelle möchte ich das Interview von Vladimir Kramnik in der Zeitung *Le Temps* von 14. März 2015 über die wichtige Rolle des Schachspiels als pädagogischer Hilfsmittel erwähnen: „*Das Schachspiel hilft, ein logisches und kohärentes Denken zu entwickeln, die Fähigkeit zu fördern sich in die Zukunft zu projizieren, den Raum zu sehen und Strategien und Taktiken zu konzipieren. Das Gehirn ist ein Muskel und das Schachspiel eine Art Fitness für den Kopf. Kinder die regelmäßig Schach spielen, erzielen bessere Resultate in allen Fächern.*“

An die Frage, ob das Schachspiel eher das logische Denken oder die Kreativität bevorzugt, hat er eine überraschende Antwort gegeben: „*Mein Vater und mein Bruder sind Maler und meine Mutter ist Pianistin. Ich liebe die Musik und auch die Kunst. Die Kreativität spielt eine herausragende Rolle im Schach, da die Phantasie immer bei der Antizipation der Züge zur Anwendung kommt.*“

Er hat sich dann auch über die Ereignisse in Ukraine geäußert: „*Alle Protagonisten diese Dramas, europäische Präsidenten, russische, amerikanisch und ukrainische hätten sicher besser getan, mehr Zeit für das Schachtraining zu investieren.*“



So muss man alle Mittel einsetzen, um die wichtigsten, soliden, prägnanten und spezifischen Eigenarten des Schachspiels im Sinne des Interviews von Vladimir Kramnik hervorzuheben:

sportliche, gesunde Begegnungen zwischen Personen und Mannschaften, langanhaltende Beziehungen entwickeln, intellektuelle, strategische und antizipative Fähigkeiten der Jugendlichen zu fördern, Lebensqualitäten der Senioren behalten und soziale Komponenten der Gesellschaft bekräftigen, denn das Spiel ist offen für Spieler aller Schichten, jeden Alters und Abstammung.

Wir haben vom 125 jährigen Jubiläum profitiert, um die Klubs zu motivieren, Aktionen und Projekte zur Entwicklung des Spiels zu realisieren. Mehr als 20 Projekte lagen auf dem Tisch des ZV und fast alle wurden mit Erfolg durchgeführt. So werden anlässlich der nächsten DV Anerkennungspreise für die 2 besten Projekte verteilt.

Die Ziele des Verbandsjahres 13-14:

1. Website [www.schach.ch](http://www.schach.ch) auf Französisch übersetzen.
2. Das 125 jährigen Jubiläum nutzen, um Projekte zur Entwicklung des Spiels zu realisieren.
3. Das Flyer „*Super fit mit Schach*“ erneuert und 5'000 gedruckt und verteilt.
4. Die Aktivitäten der Schachklubs mit diesen Flyern unterstützen, so dass unser Spiel sich weiterhin in der Schweiz entwickeln kann

wurden erreicht. Nur die Realisierung des Ausbaus der Kommission « Marketing » wurde verzögert, sie wird parallel zur Entwicklung der Regionalverbände zustande kommen.

Für das nächste Schachjahr wurden folgende Ziele gesetzt:

1. [www.schach.ch](http://www.schach.ch) auf Italienisch übersetzen.
2. Die interessantesten, wichtigen und prägnantesten Vorschläge von Monika Seps realisieren.
3. Die Beziehungen mit den Regionalverbänden bekräftigen und eine Kommission „Breitenschach“ auf die Beine stellen.
4. Den Flyer „*Super fit mit Schach*“ weiter verbreiten.
5. Die Klubs befragen, sodass sie Aktionen oder Projekte dem Ressortverantwortlichen vorschlagen, die im Sinne des obenerwähnten Berichtes von Vladimir Kramnik in *Le Temps* gehen.

Eddy Beney  
Verantwortlicher des Ressorts Marketing der  
SSB