

## Oplæg til FU arbejde vedr. klubforhold og PR

Poul Søndergaard, FU, udarbejdet juni-juli 2004

Som nyvalgt FU medlem har jeg naturligt nok gjort mig en del overvejelser om mine opgaver og ansvarsområder i FU. Ansvarsområderne er iflg. nyeste opdatering af skakhåndbogen, afsnit 7:

- Kontakt til klubber og hovedkredse
- PR
- Aktiviteter fra vækstkonto
- Lederuddannelse
- Materialefond
- Udlån af DSU's materialer
- Pokalturnering
- Breddeaktiviteter – senior, junior

Jeg har ligeledes i sommerferien kigget en masse materiale igennem, som er overtaget fra Erik Mouridsen, bl.a. HB referater og -bilag, FU materiale, arbejdsgruppe papirer etc. Materialet dækker noget af 80-erne, det meste af 90-erne og op til dato. I det følgende koncentrerer jeg mig om klubforhold, PR, lederudvikling og breddeaktiviteter, idet de fire øvrige områder er af mere administrativ karakter. Dette indlæg er en personlig afklaring og må også opfattes som en slags kommissorium for mit arbejde i FU. På selve HB mødet fremlægges dog kun et resume.

### Skakkens situation / krise.

Det er en imponerende mængde af tanker, energi og arbejde, der er blevet præsteret af skakfolk i nævnte periode. Desværre har det ikke kunnet forhindre fortsat nedgang i medlemstallet, selvom det er tænkeligt at det ville have set værre ud, hvis indsatsen havde været svagere. Der har været mange gode ideer og også en del vildskud. Når et nyt hold kommer til i ledelsen, må man revurdere ideerne og genanvende det, der er muligt, evt. på en ny måde. Selvom en ide ikke har virket tidligere, kan den måske fungere med nye folk på banen. Vi skal tænke nyt, men vi har ikke råd til at smide alt tankegods og erfaring overbord.

Skal man søge forklaringer på den utilstrækkelige effekt af tidligere tiltag, kan det være:

- politisk uenighed, man kunne ikke enes om at gennemføre ideerne eller det blev kun gjort halvt
- fokus blev ikke sat på de tiltag, som kunne have størst effekt
- manglende lederressourcer på unions-, hovedkreds- og klubniveau til at gennemføre ellers gode tiltag
- de "konjunktur" bestemte ændrede vilkår for skakken var værre end forventet, således at vore tiltag var utilstrækkelige
- måske er der trods alt nye ideer, som ikke er blevet fundet og afprøvet endnu

I 1998 gennemførte nogle HA studerende en analyse af DSU, som er interessant læsning om end den er for ensidig (interview grundlaget var for snævert). De konkluderer at DSU som organisation befinder

sig i den fjerde af fem tilstande for "Decline of organisations", nemlig en krise tilstand, hvor lukning af butikken dog ikke er umiddelbart forestående. Rapportens analyse af DSU kan inspirere til et kritisk syn på, hvor vi står, men dens løsningsforslag er efter min vurdering urealistiske eller for teoretiske. Vores strategier og handleplaner må tage hensyn til den demokratiske struktur og de skaklige rødder ude i klubberne, den økonomiske virkelighed og de ledelsesmæssige ressourcer DSU har. Jeg tror på, at en evolutionær strategi trods alt kan vende situationen, hvis vi er i stand til at overbevise hinanden om de rigtige tiltag, at fastholde mål og fokus på dem og at følge tiltag helt til dørs. Det afgørende vil uden tvivl være vore menneskelige ressourcer og den tid vi kan investere.

### En målsætning for områderne: Klubforhold og breddeaktiviteter.

Hvis vi tager medlemstallet som indikator for graden af succes med begge, kunne målsætningen være:

- at standse eller reducere medlemstilbagegangen i de mest truede klubber
- at øge antallet af klubber, som kan notere status quo eller fremgang

Jeg er klar over, at det kan kritiseres som værende for uambitiøst, men det er ikke nogen nytte til at sætte urealistiske mål om radikale forandringer til det bedre. Den nævnte målsætning kan såmænd være svær nok at leve op til. Man kan også sige at denne målsætning kan ingen være uenig i, det interessante er, hvordan vi opfylder den? Det vil jeg i det følgende uddybe nærmere.

### Hvor skal fremgangen komme fra?

Et simpelt, men afgørende spørgsmål, som man hele tiden må have for øje, når man vurderer de tiltag, der skal gøres og den målgruppe, det retter sig imod. Er det egnet til at skaffe nye medlemmer?

Der er mest perspektiv i at øge tilgangen af juniorer, dvs. helt nye og samtidig unge medlemmer for skakken. Der kan også skaffes nye seniorer ved hvervning af voksne udenfor DSU, som kender spillet, men dette er sværere, og det vil være mere tilfældigt, hvor mange man får fat i. Hvervning af pensionister kan også give medlemmer, men har nøgternt betragtet mindre perspektiv. Indenfor de tre hovedgrupper er der mange kategorier (f.eks. studerende på læreanstalter, medarbejdere i virksomheder, flygtninge, ældrecentre, ungdomsskoler osv.), som kan være mere eller mindre egnede målgrupper. I de følgende afsnit vil jeg hovedsaglig beskæftige mig med børn og unge.

Elitearrangementer i form af stormesterturneringer, OL o.l. kan nok bidrage til at opretholde skakkens image og bevidstheden om skak i befolkningen, og det er en stimulans til bestående medlemmer, men det er minimalt, hvad det direkte medfører af nye medlemmer. Hvis Danmark klarer sig godt, måske endda opsigtsvækkende godt ved skak-OL, så vil det ikke direkte give nye medlemmer, men højest større velvilje hos potentielle sponsorer og en (kortvarig) interesse i offentligheden. Sponsorvelvilje kan imidlertid danne baggrund for nye tiltag. Kun ved en langvarig succes og eksponering i offentligheden, som håndboldkvindernes i 90-erne, kan man få en direkte afledt medlemstilgang. En sådan situation indenfor skak ligger ikke lige for. En anden måde er at blive associeret med et virkelig stort spon-sornavn og udnytte dennes gennemslagskraft. Dette kan kun realiseres med top-skak.

Jeg er absolut tilhænger af elitesport og eliteskak. I den nuværende situation har skakken behov for nøgterne og solide tiltag, der er meget målrettede mod medlemshvervning, og det vil sige breddearbejde. Men eliten kan og skal ikke forsømmes. I den gamle diskussion om elite kontra bredde gælder det mere end nogensinde før, at skakledere må finde den rette balance.

### Rekruttering af juniorer

Nye juniorspillere øger kravet til klubberne om tilbud, hvilket er ensbetydende med øget eller i hvert fald prioriteret arbejde fra lederne. Dette må vi acceptere og tage som et positivt problem. Det vil også øge forbruget af penge til aktiviteter, om end noget af dette dækkes ind ved øgede kontingenter og evt. offentlige tilskud.

Selvom nye juniorspillere ikke giver nye ledere her og nu, så øger det muligheden for på langt sigt også at rekruttere nye ledere og elitespillere, altså en positiv cirkel.

Det vigtigste rekrutterings arbejde er : skoleskak og klubbernes egne rekrutterings arrangementer. Med det sidste mener jeg f.eks. vinter- og sommerferieskak for børn, skak på offentlige steder, til byfester o.l., altså ikke de normale interne klubaktiviteter.

Et dilemma: Skal man bruge kræfterne på indadrettede aktiviteter, som f.eks. undervisning af eksisterende medlemmer, eller på hvervning af nye medlemmer. Svaret er: Både og. De indadrettede aktiviteter er nødvendige aht. et godt klubliv, som kan bevare medlemmer, men man må aldrig glemme den udadrettede medlemshvervning. Lederne må jævntlig spørge sig selv: Hvad har vi gjort i år for at skaffe nye medlemmer?

### Skoleskak

Skoleskakkens har sin egen organisation og sit eget liv i forhold til DSU, og det er rigtigt sådan. Skoleskakkens miljø og vilkår er et helt andet end klubskak. Bemærk at jeg her taler om det egentlige DSS, ikke om DSU klubber, som kalder deres juniorafdeling for skoleskak.

I løbet af en årrække kommer mange børn i kontakt med skoleskak, men kun et fåtal af dem ender som klubspillere. Vi har ingen statistik over det, men et forsigtigt gæt er at 10% - maksimalt 20% - bliver hængende ved skak og bliver klubspillere. Hvis vi var bedre til at udnytte det "tidsvindue", hvor vi har kontakt med en masse børn i den modtagelige alder, kunne rekrutteringen måske øges til det to eller tredobbelte, hvilket ville have en meget synlig effekt på medlemstallet.

Gennem mit arbejde med skoleskak har jeg set mange børn, som havde talent for spillet, men som aldrig kom videre med klubskak. Hvorfor er vi ikke gode nok til at "indfange" disse børn? Har skoleskakkens ledere nogle bud på det og på, hvordan vi kan forbedre det?

Jeg tror, at skoleskaklederne har nok i at holde deres eget kørende. De gør ikke noget særligt for at "skubbe" gode spillere over i klubskak, og det er ikke negativt ment. Ret beset er det skakklubbens problem at få fat i disse nye medlemmer. De særligt interesserede elever og deres forældre er formentlig også uvidende om eller ikke opsøgende overfor klubskak. Ved et øget samarbejde mellem klub og skoleskak kunne vi måske få flere af disse potentielle medlemmer i tale. Vi taler meget om PR, med-

lemshvervning o.s.v., men forsømmer måske den mest oplagte mulighed: At gå ned på den nærmest skole med skoleskak og reklamere for skakklubben.

Det må understreges, at vi ikke vil dræne skoleskakken for gode spillere, og det vil heller ikke ske. De fleste børn, som begynder i klubben fortsætter i mange år sideløbende med skoleskak.

Udfordringen ved et øget samarbejde er, at det kræver klubledere, som kan afse tid typisk omkring kl. 13-16 på de dage, hvor der er skoleskak. Men det vil kun være enkeltstående seancer, f.eks. en gang pr. halvår pr. skole, og burde derfor være gennemførligt. For at lette opgaven kan flere skoler deltage i samme arrangement. Der burde for hver sæsonplan være to til tre aftalte arrangementer i det lokale skoleskak miljø, hvor klubben præsenterede sig selv ved hjælp af information, foldere og nye spændende sider af skak, såsom simultan, blindskak og let teori.

En anden form for samarbejde kan være at tilbyde TL assistance, så der kan afholdes skoleskakstævner lokalt. Mangel på TL erfaring og ressourcer i det hele taget kan måske afholde skoleskaklederen fra at starte turneringer med mange deltagere udefra. Effekten af at holde skoleskak stævner på den lokale skole kan være at interessen for skak stimuleres på netop denne skole. Man kunne også vælge at lægge et skoleskakstævne på en skole uden skoleskak, og så reklamere for det, så dens egne elever dukkede op som tilskuere.

Skoleskaklederne har gjort en stor indsats gennem mange år. Men antallet af skoler med skoleskakhold falder. Jeg har ikke viden om, hvilken indsats dansk skoleskak gør for at starte hold op på nye skoler, men skakklubberne må bidrage i så henseende, hvis det på nogen måde er muligt. Hvis den lokale skole er uden skoleskak, og man har en kandidat i klubben, kan man give skolen et tilbud, som sikkert vil blive modtaget. Ellers kan skolen kontaktes mhp. at undersøge, om der kan findes en lærer, som vil påtage sig det under vejledning og støtte fra klubben. Motivationen skal være dels skakkens gode kvaliteter, og dels at skolen bliver mere attraktiv, jo flere fritidstilbud, der er.

Det er et faktum, at der er mange skoler uden skoleskak, og formentlig også et sørgeligt faktum, at der findes børn på disse skoler, som gerne ville spille skak, hvis tilbuddet eksisterede. Det er ikke noget problem, at arrangere at disse børn kunne benytte naboskolens skoleskakhold. Problemet er transport, idet barnet jo skal fra hjemmeskolen / fritidsordningen til den anden skole på et for forældre ubekvemt tidspunkt. Ikke desto mindre skulle man måske informere forældrene om denne mulighed, og så lade det være op til dem at løse det. Hvis barnets ønske er stort nok, plejer vor tids forældre jo at finde en løsning.

### Skolefritidsordninger.

Klubben kan overveje tilbud til skolefritidsordningen. Disse børn går i 0. – 3. klasse, og derfor vil nogle af dem være lidt yngre end dem, der typisk kommer til skoleskak. Det er vigtigt at være klar over, at skak i en fritidsordning skal tilpasses disse vilkår. Der må ikke indgå nævneværdig teori, da man ikke kan forvente ro og koncentration nok til dette. Det primære må være, at disse børn prøver at spille skak, og bliver klar over spillets eksistens. Så er der en chance for at de senere vil fatte interesse for det derhjemme og i skoleskakregi. Materialer kan klubben medbringe ved sådanne lejligheder. Man kunne slet og ret donere et antal materialer og lette skakbøger (f.eks. opgaver) til fritidsordningen.

### Fritidsklubber.

Fritidsklubberne omfatter børn fra 4. klasse til 6. eller 7. klasse. Det er min opfattelse at fritidsklubberne konstant er på udkig efter nye aktiviteter, og at mange har aktivitetsråd sammensat af pædagoger og børn. De vil sandsynligvis gerne tage imod tilbud fra skakklubben om enkeltstående arrangementer.

Men her er det igen vigtigt at tilpasse indsatsen til situationen. Hvis aktiviteterne i fritidsklubben er meget præget af action og zapperi fra den ene underholdende aktivitet til den næste, kan der næppe etableres noget permanent skak, og teori må også i første omgang være bandlyst. I stedet bør der laves en showpræget seance bestående af opvisning i lynskak (af stærke spillere fra klubben), blindskak og evt. simultanskak. Det kan krydres med demonstration / udfordring af skakcomputere, evt. forevisning af internetskak (internet findes i de fleste fritidsklubber). Uddeling af informationsfoldere om klubben eller skoleskak hører med. Hele ”pakken” (roadshow / skakshow) skal sælges til fritidsklubbens ledelse og erfaringerne kan man tage med i næste fritidsklub, der kontaktes. Her er en mulighed for klubbens stærkeste spillere til at give et bidrag ved at stille op. Den af klublederne, som leder showet, skal have evner til at tale til børn i den nævnte aldersgruppe, så de synes det er spændende at høre på.

Hvis det viser sig, at der er basis for mere permanent skak i form af turneringer, så må klubben være parat til at støtte op om det.

Skakklubben kan overveje at donere en skakcomputer eller en cd med et skakprogram. Det vil være en lille udgift, hvis det får nogle af børnene til at prøve denne form for skak. Man kan sammenligne det med at store computer firmaer donerer deres produkter til universiteter for at de studerende senere som beslutningstagere skal have en præference for disse produkter.

### Vinterferie- og sommerferieaktiviteter.

Hvis dette findes i kommunen er det bydende nødvendigt, at skakklubben finder ressourcer til at deltage. Hvis det ikke findes, bør klubformanden kontakte kommunen og foreslå det (informationsmateriale fra andre byer kan nemt skaffes). Evt. kan klubben lave det på eget initiativ, blot med skak som eneste programpunkt, og formidle det gennem uddeling af sedler i skolerne og afgrænsning til udvalgte klassetrin.

Med Viborg og Herning som eksempel kan det nævnes, at der fra kommunen hvert år i december og maj udsendes et katalog til alle børn i skolealderen. I kataloget tilbyder diverse foreninger aktiviteter i ferieperioden. Hvor ellers finder man en mulighed for at få direkte kontakt med alle børnefamilier i en by på 30000 indbyggere, og hvor disse er motiveret for at prøve en masse nye ting? Hvert år kommer en ny årgang til. I Viborg har der gennem 5-6 år været fra 20-40 børn til skak hvert år i vinterferien. I Herning har man i sommerferien haft 80-100 børn over to dage. Bemærk at 95% af disse børn aldrig har haft berøring med skoleskak eller klubskak.

Man kan arbejde meget med indhold og kvalitet i det der serveres, og her er det en god ide at lytte til erfaring fra de klubber, som har praktiseret dette, men jeg vil næsten sige, at man skal stille op uanset hvad, fordi det er en kæmpechance for rekruttering.

Nogle af disse børn kommer igen, forudsat at der er et veltilrettelagt tilbud som opfølgning. Det fører os tilbage til klubben, hvor det er nødvendigt at have en juniorafdeling.

### Skakklubbens juniorafdeling.

Det er en udfordring at have et tilbud til juniorspillere hele sæsonen igennem. Jeg kalder det en juniorafdeling for ikke at forveksle det med skoleskak. For det første skal det tidspunkt, de spiller evt. være et andet end for seniorspillerne. For det andet skal der være indhold, variation og pædagogik i det, man præsenterer. For det tredje skal juniorlederen sørge for turneringsmuligheder, kontakt til forældre etc. Sammenlign det med en fodboldforening, hvor der arrangeres kampe, turneringer, udflugter, forældremøder osv. I princippet skal vi kunne det samme, selvom det er en stor mundfuld.

Der kan siges meget mere om juniorafdelingen, men her vil jeg blot slå fast, at den er et uomgængeligt krav for at skakklubben skal kunne lokke børn til at spille der. Bestyrelse og øvrige ansvarlige i klubben må kreativt vende alle muligheder for at etablere og opretholde en juniorskak afdeling. Når der dukker børn op i skakklubben, må klubledelsen ikke lade sig nøje med, at de blot kan spille med på de voksnes betingelser. Bestyrelsen og juniorledelsen har et stort ansvar og en stor opgave, men det kan evt. hjælpe at trække på forældrene som ressource for at kunne gennemføre skakarrangementer for klubbens juniorspillere.

Det er min erfaring, at forældre gerne stiller op, når det drejer sig om praktisk hjælp ved sådanne lejligheder. Det kan være kantinehjælp, transport, opstilling, lederhjælp under rejser eller endog bestyrelsesarbejde. Selvom disse forældre ikke er egentlige klubmedlemmer vil de som regel gerne støtte klubben så længe deres børn går der. Et støttemedlemskab kunne komme på tale, og måske falder der et rigtig medlem af i ny og næ.

### Teenagere/unge der forlader skakken.

Alle klubber i provinsen kender problemet med juniorspillere, som i 15-17 års alderen forlader skakken for at dyrke andre interesser og uddannelse. Evt. flytter de et par år senere til storbyerne. Det nytter ikke at begræde dette, da det er et naturligt fænomen. Hvis den unge begynder at spille i en anden klub, har skakken som helhed ikke tabt noget. Ved at spørge til den unges planer kan man få en ide om, hvorvidt han vil bevare et forhold til skakken. Man kan give ham en kontakt, adresse og informationsmateriale på en ny klub i den anden by. Hvis han forbliver i byen, kan man måske finde anledning til at starte løs skak / "cafeskak" på det uddannelsessted, hvor han går. Måske et fordelagtigt passivt medlemskab med fortsat tilsending af Skakblad og klubblad i en årrække kan være vejen. Det gælder om at bevare kontakten med den unge, f.eks. på mail.

### Skakpakke til højskoler, efterskoler og uddannelsesinstitutioner.

Der kan sammensættes en "skakpakke" med en varighed på 2 timer eller mere, bestående af :

- kort skakhistorisk orientering med vægt på spændende personligheder, dramaer o.l.
- kort instruktion i regler
- prøveturnering
- evt. skakopgaver

Kort sagt: En appetitvækker. Det konkrete udbytte vil være begrænset, da f.eks. højskole- og efterskolelever kun er der på træk. Men måske plantes der et frø, som vokser op, når vedkommende kommer hjem.

### Aftenskoleundervisning

Erik Mouridsen arbejdede med et projekt om aftenskoleundervisning i skak, men det blev vist ikke til noget. Ideen er god nok fordi katalogerne over aftenskolekurser jo er et glimrende udstillingsvindue (mange voksne ser det) og jeg kunne forestille mig, at det ville friste nogle voksne, som ellers ikke kigger efter skak. Alt afhænger dog af tilslutningen og af, at der er en skakunderviser til rådighed i den lokale klub. Selve indholdet kan tages fra det eksisterende instruktørkursus. Man må ikke opfatte dette som konkurrence for den lokale skakklub, snarere som et PR tiltag.

### Lederudvikling

Enhver klubledelse bør fokusere på lederudvikling, dvs. finde, motivere og træne de kommende ledere. Det må indrømmes, at det nogle gange kan være svært overhovedet at få øje på lederemner udover dem, der allerede er indrulleret. Alligevel må den bestående klubledelse ikke glemme den vigtige opgave.

Indslusning i lederarbejdet er typisk: Holdleder, TL kursus, kampleder, skrive til klubblad, hjælpe til ved juniorskak, materielforvaltning, kantinehjælp eller praktisk hjælp. En mere ambitiøs fremgangsmåde er at danne en lille gruppe (taskforce – gerne unge medlemmer), som ikke behøver at være bestyrelsesmedlemmer, men som skal være engageret i at hjælpe skakken eller klubben. Gruppen kan få til opgave (med bestyrelsens godkendelse) at foreslå og gennemføre medlemsfremmende aktiviteter eller aktiviteter for klubben. Midlerne kan komme fra klubben og vækstkontoen. Dette kan formentlig anspore lederemner til at engagere sig, og de vil opnå en udvikling gennem dette arbejde.

Blandt de eksisterende seniormedlemmer er der givetvis en gruppe potentielle ledere, som ikke p.t. er involveret i lederarbejdet. En indsats for at aktivere disse er også påkrævet. Jeg mener, at man her må appellere til alles ansvar for at hjælpe skakken.

Der er tidligere udarbejdet en del forslag til lederkurser (Mouridsen, Stuhr, Abildlund, Noer, Elkjær). Der er ingen tvivl om at det er behjertede forsøg på at skabe gode, skaktilpassede lederkurser. Men det virker som om der nogle gange skydes over målet. Hvor skal instruktørerne til de meget ambitiøse skaklederkurser komme fra for slet ikke at snakke om finansieringen? Jeg har set et meget flot materiale fra 3. hovedkreds udarbejdet af Peder Elkjær fra Søhus skakklub og efter hvad jeg forstår anvendt i deres egen klub. Denne klub har p.t. 21 medlemmer i DSU's kluboversigt. Det har altså ikke virket specielt godt for dem selv. Det er ikke for at hænge Søhus ud, men det viser blot at, hvis vi ikke passer på, bruger vi måske en masse ressourcer på noget, der er uden nævneværdig effekt.

Når det drejer sig om grundlæggende kurser for klubledere, så bør vi ikke opfinde den dybe tallerken engang til. Sådanne kurser udbydes i rigt mål og god kvalitet af f.eks. DIF. Det er almene lederkurser, som også skakfolk kan have udbytte af. Prisen ser ud til at være nogle få hundrede kroner pr. deltager, hvilket er yderst rimeligt. Jeg er overbevist om, at DIF har en ekspertise, som vi ikke kan konkurrere

med. Hvorfor ikke afsætte en del vækstkontomidler til at sende skakledere på DIF's kurser efter nærmere definerede regler?

Derudover kan vi naturligvis have brug for påvirkning og inspiration skakledere imellem. Men dette kan gøres sideløbende med seminarer og workshops, hvor grundlaget er det førnævnte idekatalog og udvalgte skakledere, som er villige til at dele ud af deres erfaringer. Det behøver ikke kræve store forberedelser og et fornemt materiale. Det essentielle er, at vi er villige til at lytte og lære af hinanden. Og så kræver det ikke en masse tid og penge for udvikling af kursus indhold.

### Seminarieskak

Endnu et glimrende initiativ og projekt, som Erik Mouridsen arbejdede med. Jeg er ikke klar over om arbejdsgruppen er nedlagt, eller hvad der kom ud af det. Det undersøges nærmere.

### Tænk tanken vedr. klubliv og klubudvikling

Denne er nævnt i HB referatet januar 2004 som værende startet. Jeg kender p.t. ikke status, men vil snarest muligt tage kontakt til gruppen. Gruppens forslag og ideer må integreres i de øvrige tiltag, jeg har beskrevet her.



## Mulige FU tiltag for klubområdet / breddeskakken.

Med udgangspunkt i det foregående vil jeg nu konkretisere, hvad vi kan gøre i FU. Nogle områder såsom aftenskoleundervisning og seminarieskak er udeladt, da jeg er nødt til at have mere information om resultatet af de tidligere projekter.

### Best-practise.

I erhvervslivet har man et begreb, der hedder best business practise, som dækker over at virksomheder lærer af de bedst fungerende virksomheder, m.a.o. man kopierer metoder og holdninger ofte på tværs af brancher. Der dannes ”erfa-grupper” på specifikke områder, hvor en gruppe virksomheder ved jævnlige besøg hos hinanden søger inspiration og erfaringsudveksling. Dette må vi overføre til skakklubberne. Det foregår givetvis allerede i et vist omfang, men jeg forestiller mig det gjort mere systematisk.

Nogle klubber kører godt. Hvad er det, de gør, og hvordan gør de det i konkrete detaljer? Man kan direkte opfordre andre klubber til at gøre det samme. Det er ikke nødvendigvis kun i større byer, man finder succesrige klubber. Man skal selvfølgelig tage hensyn til klubbernes forskellige situation.

FU opgaven må være at indsamle dokumentation over de bedste tiltag og stille det til rådighed for andre klubber. Idekataloger har tidligere været forsøgt lavet, men det kommer let til at samle støv på en hylde, fordi man ikke aktivt bruger det eller klubberne ikke kender til dets eksistens. Måske har materialet været for spinkelt eller uopdateret.

Idekataloget skal være synligt og let tilgængeligt for klubberne, gerne i form af en sektion på DSU's hjemmeside. En løbende ajourføring og evaluering er nødvendig. Kun ved at inddrage hele landet kan man få et tilstrækkeligt materiale. Idekataloget kunne have karakter af et nyhedsbrev over de seneste gode tiltag. Kvalitetsbedømmelse af tiltag ligger hos FU. Fremfor alt mener jeg, at FU og hovedkredsene skal aktivt opfordre klubber med særligt behov til at afprøve ideerne. Dette kommer jeg tilbage til.

Måske kan der lokalt dannes venskabsklubber eller samarbejde, hvor en stærk klub støtter en eller flere svagere klubber og puster nyt liv i dem. Jeg er klar over de meget store krav, det stiller til ledernes tidsforbrug. Men det kunne måske tilrettelægges som delopgaver/udfordringer til nye lederemner.

### Bedre statistik og prioritering

Hvor ubehagelig det end er, bør vi have en tydelig og ret detaljeret statistik over medlemsudviklingen ikke bare i DSU som helhed, men fordelt på hovedkreds og principielt ned til den enkelte klub. Det skal øge bevidstheden hos alle (inklusive FU) om, hvor krisen kradser mest, og hvor der skal sættes ind. Det kan måske motivere til øget ansvarlighed og samarbejde på tværs af klubber mhp. på at vende udviklingen, og det kan også give kampgejst til at kæmpe mod den negative udvikling.

Statistikken må kunne trækkes fra hovedkredsens kartoteker, og bør være til rådighed løbende og til hvert HB møde. Tidligere var der til HB mødet en opdateret medlemsstatistik pr. hovedkreds, men det ses ikke i de seneste mødereferater. Det skal undersøges, hvor godt de nuværende IT systemer lever op til dette krav. Hvis de ikke gør, bør udvikling af medlemskartotek-IT, samt funktioner til konsolidering af dette på unions niveau tages med i det kommende IT arbejde.

Baseret på statistikken kunne man lave følgende prioritering for FU's indsats indenfor klubforhold (det er selvfølgelig i et tæt samarbejde med hovedkredsen, idet jeg går ud fra samme prioritering for dem):

- Prioritet 1: De 10 klubber med størst tilbagegang / mest lukningstruet  
Her må FU lægge den største indsats, evt. med besøg, inspirationsmøder o.l.
- Prioritet 2: Midterfeltet.  
FU indsats består primært i støtte og formidling af gode ideer.
- Prioritet 3. De 10 klubber der kører relativt bedst.  
FU indsats består i at dokumentere og videreformidle, hvad disse klubber gør.

### Initiativer overfor klubberne

I kontakten til klubberne skal vi inspirere til, at de sætter ind på de før nævnte områder (skoleskak, junioraktiviteter etc.) og andre jf. idekataloget. Idekataloget skal ikke blot være til rådighed, hvis nogen får lyst til at bruge det. FU skal bruge det til at vurdere aktivitetsniveauet i de enkelte hovedkredse og klubber mhp. at kunne tage nogle initiativer især overfor de svagere områder.

Initiativer kan være i form af seminarer o.l., men kan også være deciderede besøg i form af:

- observatør ved udvalgte hovedkredsmøder, evt. med indlæg
- observatør / "konsulent" ved medlemsfremmende arrangementer.
- besøg på klubaftner eller spillermøde, evt. med indlæg
- indlæg på et bestyrelsesmøde i udvalgte klubber

Det er klart, at dette medfører et stort tidsforbrug, og det skal derfor prioriteres godt, og der må hele tiden evalueres, om der kommer udbytte af det. Realistisk set kan man overkomme at besøge 5-8 klubber om året. Hvis det sker på en klubaften, som er en hverdag, vanskeliggør det rejsen.

Et andet forhold er at der måske "...ikke er tradition for det". Vi må dog forsøge at bryde en evt. modstand ved at starte med klubber, der er åbne overfor direkte samarbejde med FU. En sådan udfarende arbejdsform bør ske i tæt samarbejde med HK formanden, idet vi jo ikke skal gå ham i bedene.

Dette tangerer forslaget om en konsulent, som blev foreslået i "DSU mod nye tider". Forskellen er, at her er der tale om ulønnet arbejde (af FU medlemmer eller andre) og langt fra fuldtid. Der må nødvendigvis sættes ind selektivt. Går man videre, kunne der måske dannes et rejsehold af særligt engagerede ledere (FU og andre), som tog ud med visse mellemrum eller når det brændte på et sted.

I disse tiltag er der et stærkt element af lederudvikling, idet det jo vil være møder og erfaringsudveksling mellem FU, hovedkredsformanden og den lokale ledelse. Til forskel fra lederkurser, koster dette "kun" vores tid.

## Indsamling af viden og dokumentation

Arbejdet med at indsamle viden og dokumentation fra klubberne, specielt de gode og de dårligt kørende kan fokusere på følgende forhold:

- sæsonplan – hvordan er den bygget op og mangler der noget?
- er der en juniorafdeling og hvordan køres den? Hvis ikke, hvad kan der så gøres for at starte én?
- hvor mange ledere er der i forhold til medlemmer. Hvor mange passive medlemmer?
- hvilke medlemsfremmende aktiviteter laves der, og hvordan?
- hvor mange har turneringsleder licens?
- hvilke lokaler har klubben og hvad koster de?
- hvad gør klubben for at skabe nye ledere?

Jeg vil lægge vægt på at de initiativer, der tages, bliver dokumenteret, således at vi kan justere indsatsen efterhånden som resultaterne eller det modsatte viser sig.

## Vækstkontoen.

Det synes at være et problem overhovedet at bruge de penge, der er afsat til medlemsfremmende aktiviteter. Det bunder formentlig i to forhold: Manglende lederressourcer i klubberne til at gennemføre aktiviteter og/eller manglende kendskab til muligheden for støtte. Det må der gøres noget ved. Når FU har revideret betingelserne for anvendelse af vækstkonto midler bør vi kontakte de områder, hvor forbruget har været mindst og direkte foreslå passende arrangementer, som ikke har været afprøvet der og som vil kunne få støtte fra FU. Vi behøver ikke sidde og vente på, at nogen henvender sig, hvis vi kan se områder, der ligger underdrejet.

## Lederudvikling

Jeg foreslår at FU laver et oplæg til rammer for at hovedkredsene kan sende udvalgte ledere på DIF kurser. HB skal derpå beslutte det nødvendige budget for det.

Endvidere foreslåes at FU i samarbejde med hovedkredsene udarbejder en plan for supplerende lederseminarer. Målet med disse skal slet og ret være erfaringsudveksling og inspiration mellem skakledere på tværs af hovedkredse. Jeg er klar over, at det måske kniber med tilslutningen, men et lille forum har også ret, og jeg vil forvente, at hovedkredsformændene vil kunne sælge sagen i baglandet, og derved sikre et minimum af tilslutning. Hvis vi får et godt udbytte af det, kan der med tiden komme bedre tilslutning.

## Samarbejde med skoleskak

I 1996 blev der afholdt et seminar om udvidet samarbejde mellem DSU og DSS. Der var lavet et glimrende materiale og flere arbejdsgrupper bidrog under seminaret med yderligere ideer. Efterfølgende blev der etableret et samarbejdsudvalg mellem DSU og DSS. Jeg er ikke klar over om det stadig findes, eller om man blot orienterer hinanden efter behov. Jeg foreslår et møde mellem relevante personer for at stimulere til øget samarbejde mellem skakklubber og det lokale skoleskakmiljø, jf. mine tidligere kommentarer. Det er væsentligt at slå fast, at det skal ske på laveste niveau i de to organisationer, men en procedure på ledelsesniveau for igangsætning og opfølgning på dette er også nødvendig.

### Opstart af nye skakklubber.

Det bør undersøges, om der er "hvide områder" i Danmark, dvs. byer af nogen størrelse, hvor der ikke findes en skakklub. Man kunne forestille sig at der tidligere har været en klub, som er stoppet, men hvis der er gået nogle år, er der måske basis for at starte en klub på ny. Måske sidder der stadig folk, som savner muligheden for at spille skak. Alle væsentlige byer (>10000 indbyggere) i Danmark synes umiddelbart at have en skakklub, hvorimod der i området 5-10000 indbyggere måske er et potentiale. Oversigt over byområder større end 1000 indbyggere kan fås fra Danmarks Statistik.

Måske kan der fra DSU's arkiver fremskaffes en liste over klubber, som er stoppet i de sidste 10-20 år, som kunne være et udgangspunkt. Trods alt har der tidligere været nok skakfolk i disse områder til en skakklub.

Næste opgave er så at finde ud af, hvordan man tager initiativet i en sådan by. Det kunne evt. være et arrangement på lokale skoler, hoteller eller lignende, hvor der husstandsomdeles en indbydelse. Medlemmer fra nærmeste skakklub kan være med i initiativet. En sådan skakaften kunne indeholde orientering, skakopvisning, hyggeskak, uddeling af informationsmateriale og afsluttende med aftale om evt. stiftende møde blandt de fremmødte.

Denne ide går ganske vist imod tendensen med at skakklubber forsvinder, ikke mindst i de tyndt befolkede områder. Hvorfor skulle vi nu kunne starte nye klubber op? Klubbernes uddøen kan hænge sammen med midlertidige ugunstige omstændigheder. Nye folk kan være kommet til siden, og omstændighederne kan i det hele taget have ændret sig.

### Aktivering af passive medlemmer.

Vi savner et billede af, hvor mange af DSU's 6500 medlemmer der er aktive, og hvor mange der er passive. Klubberne kunne evt. levere en omtrentlig opgørelse. Tager man Viborg som målestok, så er ca. 20% passive. Det svarer til 1300 medlemmer på landsplan. Det kan overvejes om en "direct-mail" kampagne kunne reaktivere nogle af disse. Måske skal der blot en impuls til at få dem op af sofaen.

### IT og Internet.

Det har før været påpeget, at DSU bør være tilstede på internet og at IT må indgå på forskellig måde i "driften" af skaklivet (kommunikation, effektiv administration, nyhedsformidling). Dette er ikke mindre aktuelt i dag. Det nye FU vil gennemføre en længe savnet modernisering af DSU's hjemmeside med tilhørende funktioner.

Der er stadig klubber, som er fremmedgjorte overfor IT / internet, og som "er udenfor". HB og hovedkredsene må lægge sig i selen for at etablere IT kontakt i alle klubber. Hjælp til hjemmeside, evt. fælleshjemmeside blandt naboklubber bør undersøges.

Hvis der i Danmark findes en større gruppe mennesker, som ikke er medlem af en klub, men som er mindet for at spille internet skak, så taler det for, at DSU etablerer en egentlig landsdækkende internet skakklub. Den skal have rigtig medlemskab med registrering af medlemmets data, kontingent og med diverse fordele (f.eks. Skakbladet og alle normale DSU rettigheder, eller graduering af dette via for-

skellige kontingenter). Normale DSU medlemmer kunne være fødte medlemmer. Fordelen ved dette er, at det åbner mulighed for at knytte den formodede gruppe tættere til organiseret skak, evt. at lave sammenlignende opgørelser over medlemmer i traditionelle skakklubber og internetklubben. Det vil dog kræve et velegnet sted på internet, hvor der kan spilles skak, og jeg er ikke nok orienteret om mulighederne. Det er et stort emne, som kræver nøje overvejelser om økonomi, arbejdskraft, kritisk masse osv., og det hænger sammen med den igangværende IT renovering. Men vi bør give det en seriøs overvejelse, så jeg regner med, at det vil blive diskuteret videre på de kommende FU møder. En evt. implementering vil involvere flere FU medlemmer og har lavere prioritet end den påbegyndte IT renovering.

### Resume og prioritering af de foreslåede FU tiltag:

#### Prioritet 1:

- etablering af idekatalog (hjemmeside+papir) med procedurer for ajourføring
- forsøg med inspirationsmøder med nødlidende klubber med basis i bl.a. idekatalog
- andre møder med klubber / hovedkredse vedr. idekatalog
- møde om udvidet samarbejde mellem DSU og DSS på skole/klubniveau + gennemførelse af dette
- etablering af klubstatistik med tre prioriteringer
- revision af vækstkonto betingelser og promovning af denne overfor klubber
- kontakt til tænketank vedr. klubliv og klubudvikling

#### Prioritet 2:

- regler for brug af DIF lederkurser, godkendelse af budget
- igangsætning af anvendelse af DIF lederkurser, evaluering
- lederseminar

#### Prioritet 3:

- undersøgelse af om venskabs/støtte forhold mellem klubber kan hjælpe
- undersøgelse af lukkede skakklubber og mulighed for genoprettelse af disse
- undersøgelse af antal passive medlemmer og mulighed for reaktivering af disse
- internet skakklub med DSU medlemskab

## PR aktiviteter / Mulige FU tiltag

Det er i øjeblikket vanskeligt for mig at definere og afgrænse opgaverne mht. PR. Derfor kommer jeg måske i det følgende til at brede mig en del ud over de øvrige FU områder, og det kan virke lidt vel højtflyvende, men overvejelserne er seriøst ment, og skulle gerne give baggrund for at HB og FU kan diskutere og vedtage en PR strategi. Mine forudsætninger for at arbejde med PR og medier er begrænsede, men jeg vil gerne forsøge at skabe nogle ideer og initiativer, samt mobilisere andre med bedre forudsætninger indenfor PR området.

PR begrebet (public relations) dækker i en snæver betragtning informationsmaterialer, hjælpemidler (f.eks. messestandere) og andre marketing genstande (T-shirts, kuglepenne). I en bredere definition dækker det også mediekontakt og medieomtale, sponsorarbejde og –aftaler, aktiviteter som præsenterer skak og skakklubber (f.eks. skak på torvet), samt andre skakevents (skakfestival). Det overlapper her ved begrebet ”medlemsfremmende aktiviteter”, som vi også bruger. Kort kan PR i skaksammenhæng vel defineres som enhver markedsføring af skak overfor befolkning, medier og sponsorer med information, materialer eller aktiviteter.

Der kan skelnes imellem PR på lokalt niveau (klub/hovedkreds) og på unionsniveau. I første tilfælde indskrænker FU's rolle sig til at tilbyde materialer, hjælpemidler og rådgivning f.eks. baseret på indsamlede erfaringer. I det andet tilfælde må FU's rolle være at gennemføre en overordnet markedsføring af skak, men da enkelte lokale arrangementer kan have så stærk reklameværdi, at det dækker hele unionen, jf. Politiken Cup, så kan FU's overordnede rolle også bestå i at støtte sådanne arrangementer på den ene eller anden vis.

### Tænketaank vedr. fundraising og skak i medierne

Kun fundraising er startet. Det er ikke aftalt endnu, hvilke FU medlemmer disse to tænketanke relaterer sig til. Hvis det er PR, så er det undertegnede. Dette afklares evt. på det kommende FU møde samtidig med, at der bør fremskaffes en status på gruppens arbejde.

### Erfaringer med sponsorsøgning

I 1997 udarbejdede Michael Bjertrup et fint dokument over erfaringer med sponsorsøgning. Det var vist planen hos det daværende FU, at dette skulle udvides med flere nøglepersoners erfaringer og derefter indarbejdes i støtteforeningens vejledning for turneringsarrangører. Det ser ikke ud til at være sket.

Det er et oplagt emne at tage op. Det vil være nyttigt at se de lokale sponsoraftaler, der er lavet forskellige steder. Hvordan er ”kontrakten”, og hvad er ydelse og modydelse, hvilken PR værdi er der i det? Jeg er dog usikker overfor fortrolighedskrav i den forbindelse.

Sponsoraftaler er ofte baseret på at nogen kender nogen i forretningsverdenen. Men det er jo langt fra tilfældet alle steder. Hvad kan man så gøre for at få foden indenfor? Her må vi netop søge råd hos de klubber, der har haft succes med at skaffe sponsorer. Jeg vil tage tråden op fra Michael Bjertrup.

Jeg mener, at erfaringerne skal bruges mere aktivt end blot at indgå i støtteforeningens manual. Sponsorsøgning bør ikke kun foregå, når man forbereder en turnering, men være en løbende aktivitet. Det vil derfor være et godt emne for inspirations- og ledermøder mellem klubberne.

### PR på klubniveau

Der ligger PR i meget af det, der er beskrevet under klubforhold. Decideret PR derudover kan være:

- optræden i indkøbscenter, byfest, bibliotek
- temaartikel eller fast skakrubrik i lokale aviser
- løbesedler
- skakevents i sponsoreres forretningslokaler
- lokal radio og –TV. Traditionelt meget vanskeligt at motivere medier for dette.
- fast omdeling af klubblade, foldere og særnumre af skakbladet på biblioteker, institutioner og offentlige steder
- sponsoraftaler
- kontakt til handelsstandsforening

Til lokalt brug har DSU lavet nogle udmærkede hjælpemidler: Brochurestativ, messestandere med plakater, særtryk af Skakbladet o.l. Jeg har ikke umiddelbart noget nyt at tilføje. Det skulle da lige være en skakbus!

### PR på unionsniveau / sponsoraftaler

Stormesterturneringer er i sig selv PR, da det som regel ledsages af medieomtale. Disse events er oftest gennemført lokalt og involverer en eller flere sponsoraftaler. FU kan være involveret på flere måder, men er ikke direkte udførende (Kasparov simultan var en undtagelse).

Politiken cup, som løber af stabelen lige nu, er arrangeret af lokale kræfter i KSU, men har PR værdi for hele landet. Jeg kender ikke økonomien bagved og hvorledes sponsoraftalen med Politiken er skruet sammen, men det er et eksempel på et langvarigt sponsorsamarbejde, som efterhånden er blevet en institution, og som tiltrækker store navne med betydelig PR værdi for hele arrangementet. Også andre lokale arrangementer i de senere år har været med til at flytte grænserne for, hvad skakken kan generere af PR og sponsoraftaler.

Tager man de store briller på, så er CSC's sponsorering af et cykelhold en succeshistorie uden lige. Bjarne Riis's legendariske præstationer og hans høje status som sportsnavn i Danmark, samt den årlige spænding i Tour de France holder liv i dette samarbejde (vel og mærke selvom der ikke mere er danske navne med helt i toppen). Hvis man skal forestille sig noget lignende i skakverdenen, skal det være på Kasparov niveau eller lige under og med et af de store firmaer som sponsor. Det kræver muligvis også et dansk skaknavn af en størrelse, som vi ikke har endnu. Bent Larsens status og berømmelse i Danmark i 50-erne og 60-erne er det niveau, som er påkrævet. Ligeledes tænker jeg på Linares, der har en unik status i skakverdenen og som følge deraf et godt PR potentiale for store sponsorer. Linares er dog ikke holdt oppe af et "normalt" sponsorforhold, men af et filantropisk baseret samarbejde med den spanske millionær, Luiz Rentero.

En stor sponsor bag skak og skakevents!? Kan vi overhovedet tænke i disse baner? Et muligt svar er: Nej. Skakken står for tiden så svagt, at vi må koncentrere kræfterne om mere jordnære arrangementer, medlemshvervning etc. Når vi engang har fået hovedet oven vande igen, når vi engang er blevet stærke nok, kan vi gå ind i det. Det er et fair synspunkt.

Et andet muligt svar er: Ja. Skakken har brug for et PR-gennembrud i offentligheden og medierne. Den prestige og anerkendelse, der ligger i et muligt samarbejde med en stor sponsor, kan være med til at skabe ny fremgang for skakken. Et forsøg bør gøres og koster i den indledende fase hovedsagelig tid og arbejde, kun få udgifter som sådan.

Jeg har i juni taget initiativ til at afprøve et evt. sponsorsamarbejde med mit eget firma, Grundfos, idet der er en oplagt sammenhæng mellem Grundfos's værdigrundlag og skakkens verden. Det har resulteret i, at der skal afholdes et møde i slutningen af august om et evt. samarbejde. Jeg vil understrege overfor alle, der læser dette, at der ikke er garanti for, at der kommer noget som helst ud af det. Men på grund af den nævnte sammenhæng og min (tilfældige) position som medarbejder og FU medlem skal muligheden afprøves.

Hvis der er opbakning til det, kunne jeg godt tænke mig, at vi forsøgte kontakt til sådanne virkelig store sponsorer på en mere systematisk og professionel måde og med store ideer. Men det kræver grundig forberedelse, og her mangler vi en del for at kunne få et godt udgangspunkt. F.eks. ville det være en stor fordel, hvis man havde prospekter klar over de danske topspillere og udenlandske for den sags skyld. Dette har jeg set nævnt som en del af en elitepolitik, men det er aldrig blevet fremskaffet. Her må topspillerne eller spillerforeningen hjælpe til, for de gode sponsoraftaler kommer ikke af sig selv. Jeg taler ikke om et hurtigt sammendrag af forhånden værende materiale, men om et professionelt udarbejdet prospekt med CV og billede, skaklige planer og ambitioner, prof.status osv.

Sagen skal sælges godt, og man skal kunne tilbyde noget, hvilket berører et andet svagt punkt: Det er efter min mening nødvendigt at have færdige skitser til storarrangementer med i tasken. Det kræver bl.a. forarbejde med de hovedkredse, som vil være villige til at bære arrangementerne og lægge ressourcer til. Jeg kunne også forestille mig, at der på tværs af hovedkredse skulle mobiliseres folk, som kunne bidrage og hjælpe projektet til succes, m.a.o. en projektgruppe med de folk fra unionen, som har de bedste forudsætninger og evner. Igen er ideen, at hvis den potentielle sponsor præsenteres for et projekt, der vækker interesse, så har vi slagplanen klar med ressourcer, detaljer om tid og sted osv.

En tredje svaghed er selvfølgelig at skakkens 6000 organiserede spillere ikke syner af meget, også selvom man runder op til 10-15000 ved at tage de uorganiserede med. Jeg vil dog mene, at hvis man tænker internationalt, så er der en større målgruppe end det danske marked, forstået på den måde at en international koncern, der f.eks. handler i Rusland, må tage det russiske marked med i betragtning, når en sponsorering af skak med stærke russiske spillere skal overvejes. En ide kunne derfor være at samarbejde med et eller flere af de andre landes skakunioner om en markedsføring. Sigeman turneringen er et foregangs-eksempel på dette. Hvorfor ikke også med Tyskland, Rusland og andre lande?

En fjerde svaghed er ukendskab til de krævede honorarer og i det hele taget den ubekendte faktor som udgøres af topspillernes egen dagsorden og kalender. Hvad koster en eller flere verdensklasse spillere, og hvad skal der til for at engagere dem i et givet projekt? Jeg har fået lidt information fra SJM, men



føler mig langt fra klædt på mht. dette. Jeg har dog en tro på, at hvis niveauet i projektet er tilstrækkelig stort, så må det også være muligt at forhandle aftaler på plads med topspillerne.

Hvis vi møder op hos en potentiel stor sponsor uden at have tingene i orden, er det ikke professionelt og risikoen for afslag er stor. Jo bedre forberedt man er, des bedre er indtrykket. Dette er også min erfaring ved mindre sponsoraftaler. Det er soleklart, at der skal være en solid PR værdi i projektet for at vi kan stå inde for det og tro på det. Derfor må vi sætte os ind i sponsorens tankegang, hans værdigrundlag og marked og fremvise gode bud på PR værdien for ham.

Alt dette har dog kun en mening, hvis vi som skakorganisation ønsker det, m.a.o. hvad er vores PR strategi og vores strategi i øvrigt? Det er den første forudsætning, der skal på plads. Hvis det skulle lykkes at skabe en aftale med en stor sponsor, så forpligter det jo vores ressourcer og planer i en bestemt retning.

Projekter med verdensklasse skak vil rent praktisk kræve internationale kontakter til topspillere og evt. managers. Hvordan får man det? Jeg går ud fra, at vi har folk i unionen med den nødvendige viden.

Under forudsætning af at FU og HB kan definere og beslutte en PR strategi, som bl.a. involverer forsøget på at finde en storsponsor, vil det være nødvendigt at samle en lille gruppe af skakfolk, som har specielle forudsætninger for det nævnte arbejde:

- de skal være forhandlingsvante og kunne begå sig på de bonede gulve, dvs. have et godt kendskab til erhvervsforhold og erhvervslivet
- kende til elitens forhold og krav
- være godt orienteret om de skitserede skakarrangementer
- skal kunne sælge sagen og samtidig virke seriøse (altså ikke noget med at oversælge)
- skal være med til at føre FU og HB's PR strategi ud i livet

FU skal selvfølgelig være repræsenteret og jeg deltager gerne selv, men mener at området er for stort til at et enkelt FU medlem kan magte det ved siden af de øvrige FU opgaver.

Det ville være en hjælp, hvis vi via hovedkredsene kunne få en oversigt over de skakfolk, der sidder i stillinger i det private erhvervsliv. Disse folk har som regel en god fornemmelse af, hvad der skal til og kan måske pege på yderligere kontakter og muligheder.

Hvis vi derimod beslutter en mindre ambitiøs PR strategi, hvor målet er at lave sponsor aftaler i stil med dem vi har set de senere år (Samba, Hvide Hus, Saitek), så må vi danne en PR arbejdsgruppe (måske den nuværende tænketank), som systematisk kan indsamle erfaringer og viderebringe dem og rådgive klubberne. Også her vil det være nyttigt at vi med prospekter og skitser præsenterer vores vare så godt som muligt.

### PR på unionsniveau / Skak i medierne

Man møder ofte hos den ”menige” skakspiller, såvel som hos eliten, store forventninger og ønsker til at skakken skal komme stærkt frem i medierne. Hvor naivt og usandsynligt det kan synes, så kan man

med rette forvente, at FU som led i den overordnede markedsføring gør en seriøs indsats for at trænge igennem til landsdækkende medier, især TV, og at FU ikke lader noget uprøvet.

Det er nødvendigt at trække på folk med kendskab til medierne. Hvad skal der til for at komme i betragtning ved journalisternes udvælgelsesproces? Hvordan bevarer man en kontakt, når den først er etableret? Der har før været skakindslag på landsdækkende TV. Hvem skabte kontakten og hvordan var forløbet? Vi må have fat i de personer, som var involveret, og bygge på deres erfaringer.

### PR på unionsniveau / andet

Der kan være tale om bogudgivelser, reklamekampagner og brug af Skakbladet eller andre tryksager som reklame. Det må diskuteres videre i FU og HB, hvad der kan gennemføres.

### Resume af de foreslåede FU tiltag

- indsamling af opdateret erfaringsmateriale om sponsorsøgning og sponsoraftaler
- møde med interesserede hovedkredse om skitse til storarrangementer
- møde med Grundfos om evt. samarbejde
- kontakt til eliteudvalg om udarbejdelse af prospekter over topspillere
- diskussion i FU og HB om den overordnede PR strategi og udarbejdelse af samme
- kontakt med tænketanken for fundraising
- brug af sponsor erfarings materiale i møder med klubber
- dannelse af forhandlingsteam og videre tiltag med dette (forudsat det er med i strategien)
- liste over erhvervsfolk i DSU der kan bidrage mht. sponsorarbejde
- fremskaffelse af oplysninger og kontakter på internationale topspillere i en kategori, der svarer til PR strategien