



Schachverband Württemberg e.V.

Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Bericht zum Verbandstag 28. Juni 2025

Ohne dem IT-Bericht vorgreifen zu wollen, hat sich auf der Webseite viel verändert, obwohl sie nahezu unverändert aussieht: ein Neuer Terminkalender ist eingeführt, und die Mitgliederverwaltung sowie der Spielbetrieb sind zu „nu“ ausgelagert. Das bedeutet für die Öffentlichkeitsarbeit, dass zukünftig niemand an einem Bericht hängen bleibt, ihn also nur deswegen liest, weil er auf der SVW-Seite vorbei schaut, um nach den Spielergebnissen zu sehen.

Wer zweifelt, dass das ein substanzieller Beitrag zu den Klickzahlen ist, möge überlegen, wie oft sie bzw. er Resultate oder Auswertungen nachgeschlagen bzw. DWZ-Berechnungen vorgenommen hat. Dass diese Klicks größtenteils weg fallen und wir uns neuen Traffic verdienen müssen, zeigen die Zugriffszahlen auf unseren Newsletter:

Zugriffszahlen am Beispiel des Newsletters

Kategorie	Autor	Jahr / Monat	Klicks
Top-Werte	Claus Seyfried	2020 / 05-09	> 7.000
Normale Werte	Claus / Robin Lutz	2022, 2024 / 04-05	3.000 +-
Niedrige Werte	Claus / Robin	2016-02, 2024-07/08	950 - 1100
Beginn JOOMLA 4	Robin	2024-10/11	750
Länger JOOMLA 4	Robin	2024-12, 2025-01	400
Januar	Robin	2025 / 01	588
Februar	Robin	2025 / 02	967
März	Robin	2025 / 03	495
April	Robin	2025 / 04	288

Was bedeutet das für uns?

In jüngster Zeit sehen wir einen derart dramatischen Rückgang, dass sich die Frage stellt, ob dieser Aufwand noch gerechtfertigt ist. Und falls ja, wie wir dann die Klickzahlen wieder auf ein akzeptables Niveau bekommen.

Wo können wir ansetzen, um unsere Werte zu steigern?

Wen oder was können / sollten wir mit ins Boot holen?

Dabei ist der Wandel beim Zugriff ebenfalls zu berücksichtigen: etwa 1/3 der Zugriffe erfolgt via PC bzw. Laptop von zuhause aus, zu vernachlässigende 2% schauen via Tablet und 2/3 greifen übers Handy auf das Netz zu. Das bedeutet wenn eine Webseite nicht für mobile Zugriffe optimiert wird, entwertet das deren Inhalt schon dadurch massiv. Eine Rückstufung bei Suchmaschinen ist eine weitere Folge.

Wie können wir gegen steuern?

Um Gegenzusteuern brauchen wir soziale Medien, die zusätzlichen Traffic auf unsere Webseite lenken. Ja der Verband hat(te) einen Twitter / X – Kanal. Seit Elon Musk daraus eine brennende Müllhalde gemacht hat, ist X keine Option mehr. Nicht nur der Schachbund, auch der SVW hat sich von dieser Plattform zurück gezogen. Der DSB hat zu BlueSky gewechselt und bsky ist auch beim SVW in der engeren Wahl. Ein Vorteil ist, dass man auch dann einzelne Beiträge sehen kann, wenn man kein Mitglied, bzw. nicht angemeldet ist.

Eine weitere Option ist Instagram. Robin Lutz hat ein Verbandskonto angelegt, auch das Team vom Netzwerktreffen Frauenschach – übrigens, das ist offen für alle, mit Interesse an Mädchen- und Frauenschach – beteiligt sich als eines der ersten. Wenn dann Klicks oder gar ein Bericht für die Webseite herausspringen, dann ist das auch deren Verdienst, aber es hilft allen.

Verbandstag 2025 in Scheidegg

Sollten Sie mir erneut Ihr Vertrauen schenken und mich wiederwählen wollen, so werde ich gerne weitere zwei Jahre dabeibleiben. Aber gerne mit jemand, der mit Insta und bsky vertraut ist und mitarbeiten möchte. Perspektivisch wäre dann eine Übergabe mit stärkerer Beteiligung der Sozialen Medien in zwei Jahren möglich.

Ihr Karlheinz Vogel