

VOLLTREFFER

Informationen des DKB für
Freundinnen und Freunde
des Kegel- und Bowlingsports



Ausgabe 1
Oktober 2013



**DKB-Präsidium setzt
Arbeit am Zukunfts-
konzept 2020 fort**

**Interview mit
DKB-Vizepräsident
Uwe Oldenburg**

**Jugendferientage 2014
in Wernigerode/Harz**

**Ideen und Impulse
für die
Mitgliederwerbung**

**Bis zum 30. November
zu Direct Line wechseln
und bis zu 250 € sparen!**

**Nationaltrikot des
DKB zu gewinnen**

**Bewegte Bilder vom
Bowling- und Kegelsport
bei Slink.TV**



Neues DKB-Präsidium setzt Arbeit am Zukunftskonzept 2020 fort

Dieter Prenzel als DKB-Präsident, Peter Lüpke und Uwe Oldenburg als seine Stellvertreter sowie Ernst Lange als DKB-Schatzmeister, von diesem bei der Bundesversammlung in Frankfurt am Main gewählten Geschäftsführenden Präsidium wird der Deutsche Kegler- und Bowlingbund bis 2016 geführt.



von links: DKB-Sportdirektorin Simone Eggebrecht, DKB-Vizepräsident Peter Lüpke, DKBC-Präsident Jürgen Franke, DSKB-Präsident Erich Schröder, DKB-Vizepräsident Uwe Oldenburg, DBU-Präsident Dieter Rechenberg, DKB-Präsident Dieter Prenzel, DKB-Schatzmeister Ernst Lange, DKB-Lehrwart Michael Hänsel, DKB-Jugendwart Bernd Vieweg, DKB-Marketingreferent Uwe Veltrup, DBKV-Präsident Peter Enz und DKB-Medienreferent Rolf Großkopf.

Impressum

Herausgeber

VOLLTREFFER ist eine offizielle Publikation des Deutschen Kegler- und Bowlingbundes e.V.
DKB-Bundesgeschäftsstelle
Hämmerlingstraße 80-88
12555 Berlin
eMail dkb@kegelnundbowling.de
Telefon 030.8731299 – Telefax 030.8737314

Redaktion

DKB-Marketingreferent Uwe Veltrup
eMail marketingreferent@kegelnundbowling.de
Telefon 02554.1260

Gestaltung

DKB-Medienreferent Rolf Großkopf
eMail medienreferent@kegelnundbowling.de
Telefon 0441.76274

Nachgefragt: DKB-Vizepräsident Uwe Oldenburg

Uwe Oldenburg ist „der Neue“: Bei der diesjährigen DKB-Bundesversammlung in Frankfurt wurde der aktive Bundesliga-Kegler erstmals in das DKB-Präsidium gewählt. Als „Vize“ ist er für das Sport-Ressort verantwortlich und hat einen vielfältigen Aufgabenbereich: So vertritt er den DKB bei den Konferenzen internationaler Verbände wie der WNBA. Insbesondere ist er für den nationalen Spitzensport verantwortlich. Gemeinsam mit den Verantwortlichen im Bundesausschuss Leistungssport legt er unter anderem die DKB-Kaderkriterien fest. Auf seiner Agenda stehen darüber hinaus weitere Stichworte wie etwa „Konzepte für die Trainerausbildung“, „Anti-Doping-Richtlinien“, „Technische Vorschriften“ und „Breitensport“.

Der 64-jährige will seinen Sport nach vorne bringen und duckt sich nicht weg, wenn es darum geht, Aufgaben und Verantwortung zu übernehmen. Uwe Oldenburg führt den SKV Kiel als Vorsitzender und ist ebenso erster Mann im Landesverband der Schleswig-Holsteinischen Sportkegler.

Kegeln ist für den Multi-Funktionär – bei der Versammlung der World Ninepin Bowling Association wurde Uwe Oldenburg auch noch in den Rechtsausschuss der WNBA gewählt – ein idealer Familiensport. Er selbst zählt immer noch zum Team des Bohle-Zweitligisten SG Fidelio/Fortuna Kiel. Partnerin Katja Sommer und der zwölfjährige Sohn Michel gehen ebenfalls für den Kieler Kegelsportverein erfolgreich „in die Vollen“. Und die beiden älteren Söhne Thomas (43) und Jörg André (40) – ein ehemaliger Junioren-Nationalspieler – verstärken den RTSV Rendsburg.

Für die erste VOLLTREFFER-Ausgabe hat sich der leidenschaftliche Kegelsportler Zeit genommen, um die folgenden Fragen zu beantworten:

Seit wann kegelst Du? Und wie bist Du zum Kegelsport gekommen?

In jungen Jahren war Leichtathletik mein Sport. 1972 hat mich ein Freund – damals wohnte ich in Schleswig – zum Sportkegeln mitgenommen. Mir war schnell klar: Das ist mein Sport.

Warum sind Kegeln und Bowling für Dich umwerfende Sportarten?

Kegeln macht mir einfach Spaß. Mir gefällt vor allem die Verbindung von Sport und Geselligkeit. Außerdem bringt unser Sport mehrere Generationen zusammen. Von 8 bis 80: Beim Kegeln und Bowling können Jung und Alt miteinander „in die Vollen“ gehen, voneinander lernen.



Was waren Deine größten kegelsportlichen Erfolge?

Die Vizemeisterschaft mit der Rendsburger Bundesligamannschaft war sicherlich ein Höhepunkt in meiner kegelsportlichen Laufbahn. Vizemeister in der Seniorenklasse war ich bei den „Deutschen“ auf Drei-bahnen 2008 in Berlin. Und ganz oben stand ich mit der Mannschaft der Altersklasse Herren A bei den Deutschen Meisterschaften auf Bohle-Kegelbahnen im vergangenen Jahr.

Und wie sieht es mit Deinen Stärken neben der Kegelbahn, im wirklichen Leben, aus?

Ich denke, dass ich handwerklich recht geschickt bin.

Was kannst Du nicht so gut?

Ich kann nicht nichts tun. Ich brauche eine Beschäftigung, eine Aufgabe. Im Idealfall eine, die Spaß macht, die Sinn macht. Deshalb kegel ich und engagiere mich für den Kegel- und Bowlingsport.

Hast Du ein Vorbild? Falls ja: Wer ist es?

Ein Vorbild habe ich nicht.

Wie lautet Dein Lebensmotto?

Lieber engagieren statt lamentieren.

Mit wem würdest Du gerne einmal für einen Tag die Rollen tauschen?

Mit Joachim Gauck. Mich interessiert, wie der Tagesablauf unseres Bundespräsidenten aussieht.

Welches Projekt steht für Dich als DKB-Vizepräsident auf Deiner Agenda ganz oben?

Als Norddeutscher, als Bohle-Kegelsportler habe ich in den vergangenen Jahren immer wieder den Kopf geschüttelt, wenn ich vom Dauerstreit im Lager der Classic-Sportkegler gehört habe. Ich bedauere, dass es nunmehr zur Gründung eines weiteren Verbandes für den Classic-Kegelsport gekommen ist und hoffe, dass letztendlich die Vernunft siegt. Und vernünftig wäre es, wenn wir die Probleme, die der organisierte Kegel- und Bowlingsport hat, zusammen anpacken, gemeinsam lösen. Jedenfalls möchte ich gerne meinen Beitrag leisten, um den Streit wegen der Wurfdistanz und des Wertungssystems zu schlichten. Denn: Wenn es keine einvernehmliche Lösung gibt, gäbe es wohl nur Verlierer.

Welche Frage, die in diesem Fragebogen nicht aufgeführt ist, würdest Du gerne beantworten?

Warum ist es so schwierig Probleme im DKB zu lösen?

Und: Wie lautet die Antwort auf diese Frage?

Ich habe den Eindruck, dass in den vergangenen Jahren zu oft über- statt miteinander geredet wurde. Unsere zentralen Probleme können wir nur gemeinsam lösen. Ich möchte dazu beitragen, das Wir-Gefühl im DKB zu stärken, die Basis stärker einbinden, informieren und auch motivieren, vor Ort in Sachen Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederwerbung aktiv zu werden. Denn: WIR haben mit Kegeln und Bowling umwerfende Sportarten.

Ihre günstige Autoversicherung

Achtung!

Jetzt Angebot berechnen! >

direct line

The advertisement features a red speech bubble containing a traffic light with the red light illuminated. Below the speech bubble is a yellow button with the text 'Jetzt Angebot berechnen! >'. At the bottom, there is a red toy car and the 'direct line' logo.



DKB-Jugendferientage im nächsten Sommer in Wernigerode

2014 wird es wieder eine DKB-Jugendfreizeit geben: Vom 4. bis zum 8. August können maximal 40 Jugendliche im Alter von 11 bis 18 Jahren in Wernigerode dabei sein. Die Kosten für die Übernachtungen und die Mahlzeiten in der dortigen Jugendherberge werden vom DKB übernommen.

DKB-Bundesjugendwart Bernd Vieweg gibt einen Einblick: „Auf dem Programm stehen unter anderem ein Besuch des Wernigeroder Miniaturenpark, eine Fahrt zum Brocken, zum höchsten Berg im Harz in unmittelbarer Nähe der früheren innerdeutschen Grenze, sowie ein Besuch des Wildparkes „Christianental“ mit seiner harztypischen Tierwelt.“



Das GRÜNE BAND für vorbildliche Talentförderung: Kegel- und Bowlingsportvereine können sich bewerben

Erste gute Nachricht: 2014 unterstützt die Commerzbank erneut mit dem Wettbewerb „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“ erstklassige Jugendarbeit.

Zweite gute Nachricht: Nachdem im vergangenen Jahr die Zulassungskriterien geändert wurden und nur Bowlingsportvereine an diesem Wettbewerb teilnehmen durften, können sich nun auch wieder Kegelsportvereine bewerben.

In der Vergangenheit wurden bereits einige der im DKB organisierten Vereine mit dem „Grünen Band“ ausgezeichnet, worüber sich nicht nur die jeweiligen Jugendlichen, deren Trainer und Betreuer freuten. Auch die Schatzmeister der jeweiligen Siegerevereine konnten bis zu 5000 Euro auf der Einnahmenseite verbuchen.

Simone Eggebrecht, Leiterin der DKB-Geschäftsstelle, kündigt an, dass die Bewerbungsunterlagen für 2014 in Kürze an die Vereine versendet werden: „Ich hoffe auf positive Rückmeldungen. Gerne bringen wir unsere Erfahrungen ein und geben Tipps für die Gestaltung der Bewerbungen. Die drei aussichtreichsten Bewerbungen werden wir dann bis Ende März an den DOSB weiterleiten.“

Weitere Informationen:

www.dasgrueneband.com



Wenn die Außentemperaturen sinken, steigen die Chancen für die Werbung neuer Mitglieder

Nass, kalt, mitunter auch stürmisch: Bei solchen Wetterbedingungen bleiben die Laufschuhe schon mal im Schuhschrank, nicht jedoch die Bowling- oder Kegelschuhe.



Bowling und Kegeln sind Allwetter-Sportarten. Deshalb ist jetzt der ideale Zeitpunkt, um neue Mitglieder zu werben. Texte für entsprechende Medienmitteilungen und die Rückseite des Kampagneblattes stehen auf der Marketing-Seite des DKB. In wenigen Minuten können die Vorlagen für den eigenen Verein angepasst werden, mit minimalem Aufwand steht die Werbeaktion für eine Herbstoffensive, um Frauen, Männer und Jugendliche für den Kegel- oder Bowling-sport zu interessieren und zu gewinnen.

Weitere Informationen und Vorlagen:
http://www.kegelnundbowling.de/herbstoffensive_kegeln.pdf

http://www.kegelnundbowling.de/herbstoffensive_bowling.pdf

Bowling- und Kegelsportclubs erhalten die Werbemittel der DKB-Kampagne bis zum 30. November günstiger

Bowling- und Kegelsportvereine, die im Herbst für sich und die umwerfenden Allwittersportarten werben wollen und sich für Werbeaktionen im kommenden Jahr günstig mit Werbemitteln der DKB-Kampagne „Kegeln und Bowling – umwerfende Sportarten“ eindecken wollen, sollten jetzt den Bestellschein ausfüllen und an die DKB-Bundesgeschäftsstelle abschicken. Denn: Bis zum 30. November wird nur der halbe Versandkostenanteil berechnet. Vereine, die beispielsweise Werbung auslegen oder an Haushalte verteilen wollen, können für 20 € und zuzüglich nur noch 3,75 € Versandkostenanteil 1.000 Kampagneblätter im DIN A4-Format bestellen. Auf der Blanko-Rückseite können am eigenen Drucker oder im Copy-Shop problemlos die vereinspezifischen Daten wie Trainingsort, Trainingszeiten, Ansprechpartner, Kontaktdaten und Internet-Adresse aufgedruckt werden.

Bestellschein, Textvorschläge und weitere Informationen zur DKB-Kampagne gibt es hier: www.kegelnundbowling.de/dkb_marketing.htm

Gute Gründe für eine gute Öffentlichkeitsarbeit

„Tue Gutes und rede darüber“ – so lautet der Titel eines Buches über Öffentlichkeitsarbeit. Gutes wird in vielen Bowling- und Kegelsportvereinen getan: Ganz oben auf der „Positivliste“ steht dabei die Jugendarbeit auf und neben den Bahnen, wenn nicht nur der richtige Bewegungsablauf, sondern auch Werte wie Respekt, Teamgeist und Leistungsbereitschaft vermittelt werden.

Problem dabei: Je erfolgreicher die Jugendarbeit, desto höher steigt der Finanzbedarf. Mannschaften steigen auf, die Entfernungen zu den Spielorten werden größer. Darüber hinaus ist der Kassenwart im Verein gefragt, wenn Fahrtkosten zu den Deutschen Meisterschaften, Übernachtungen etc. bezahlt werden müssen.

Einer von diesen erfolgreichen Vereinen ist der SK Münstermaifeld. Die Rheinland-Pfälzer sind in jedem Jahr mit einer großen Delegation bei den Deutschen Meisterschaften in den verschiedenen Altersklassen von den Jugendlichen bis zu den Senioren dabei. Die erste Männer-Mannschaft kegelt in der Bundesliga. „Nur mit Mitgliedsbeiträgen lässt sich das nicht finanzieren“, verrät Hans Willi Port keine Geheimnisse. Der langjährige Vereinsvorsitzende setzte und setzt daher unter anderem auf ein Saisonheft. „Das aktuelle Heft umfasst 48 Seiten. Neben Berichten über die Höhepunkte des vergangenen Spieljahrs und einem Ausblick auf die anstehende Saison mit den Spielplänen haben wir viel Platz für Anzeigen gelassen. Ungefähr ein Viertel der Seiten dient als Werbefläche für Anzeigen von Unternehmen aus unserem Ort.“

Das Heft wird ausgelegt und von den Mitgliedern des SK Münstermaifeld verteilt. Und neben den Werbeeinnahmen gibt es einen weiteren Effekt, der für Hans Willi Port und das Münstermaifelder Vorstands-

team noch wichtiger ist: „Allein in den beiden letzten Jahren hat diese Darstellung unseres Kegelsportvereins dafür gesorgt, dass vier Erwachsene und acht Jugendliche den Weg zum SK Münstermaifeld gefunden haben.“

Erstklassig ist darüber hinaus in Münstermaifeld auch die klassische Pressearbeit. Die Sportredaktionen erhalten Fotos und – ganz wichtig – verlässlich spätestens am Tag nach den Spielen die Berichte. Noch einmal Hans Willi Port: „Selbstverständlich wollen wir in erster Linie die Kegelsportfans in Münstermaifeld und Umgebung auf dem Laufenden halten. Aber auch bei der Pressearbeit geht es um Einnahmen, denn unser Hauptsponsor erwartet, dass sein Logo auf den Trikots unserer Spieler im Sportteil unserer Zeitung zu sehen ist. Wir haben das Glück, mit Mike Killadt einen hervorragenden Fotografen in unseren Reihen zu haben. Er schafft es mit seinen Fotos immer wieder, die faszinierenden Facetten des Kegelsports zu transportieren.“

Internetseiten werden von den Sportkeglern Münstermaifeld nicht nur für die Veröffentlichung aktueller Ergebnisse, sondern auch für die Präsentation der Sponsoren genutzt. Abschließend noch einmal Hans Willi Port: „Ich kann nur jedem Verein, egal ob Bundes- oder Bezirksliga, empfehlen, kontinuierlich Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Wir haben Mitglieder gewonnen und gebunden. Und wenn es um das Gewinnen und Binden von Sponsoren geht, haben wir mit guter Öffentlichkeitsarbeit gute Argumente.“ Eine abschließende Empfehlung: Öffentlichkeitsarbeit ist fast kostenlos, aber keinesfalls mühe-los. Die vielfältigen Aufgaben – vom Formulieren der Medienmitteilungen über das Fotografieren bis zum Aktualisieren der Internetseiten – lassen sich jedoch gut auf mehrere Vereinsmitglieder verteilen. Außerdem: Teamarbeit macht mehr Spaß.

Weitere Infos: www.sk-muenstermaifeld.de

DKB-Maskottchen Kewolino nur noch als Schlüsselanhänger erhältlich

Kewolino in der plüschigen Version ist ausverkauft. Daher sind beim DKB-Partner SPORT PIEHL nur noch die PVC-Schlüsselanhänger des DKB-Maskottchens zu kaufen. Der Einzelpreis beträgt 1,95 €, zwei Schlüsselanhänger werden zum Preis von 3,00 € angeboten.

Vor allem als kleine Geschenke – zum Beispiel für Teilnehmer eines Bowling- oder Kegelsportwettbewerbs – waren und sind die niedlichen Figuren gefragt.

Wer wenige Wochen vor Weihnachten etwas größere Präsente für Bowling- und Kegelsportfans sucht, findet zum Beispiel die Nationaltrikots des DKB auf den PIEHL-Internetseiten www.kegelshop.de oder www.mein-bowlingshop.de für 44,95 €. Oder T-Shirts mit der Aufschrift www.kegel-ein-umwerfender-sport.de für 12,95 €.



Autoversicherung: Bis zum 30. November zu Direct Line wechseln und bis zu 250 € sparen!

„Über eine Stunde haben wir bei der letzten Mitgliederversammlung wegen einer Erhöhung des Jahresbeitrages um einen Euro gestritten...“. Viele Mitglieder vieler Vereine kennen diese Diskussionen. Die Prüfung einer Möglichkeit, bis zu 250 € bei der Versicherung des eigenen Autos oder Motorrads zu sparen, dauert hingegen nur wenige Minuten. Mit einem Klick auf das Direct Line-Banner auf der Internetstartseite des DKB kann mit dem Angebotsrechner der Direct Line-Tarif ermittelt werden.

Wer sich am Telefon ein unverbindliches Angebot vom Direct Line-Team erstellen lassen will, kann die kostenlose Rufnummer 0800 2 60 60 90 75 wählen. Damit Verträge, die nach einer telefonischen Beratung abgeschlossen werden, dem DKB zugeordnet werden können, fragen die Direct Line-Mitarbeiter während des Telefonats nach der Vereinszugehörigkeit, genauer gesagt nach einem Kennwort. Dann muss dem Direct Line-Gesprächspartner am anderen Ende der Telefonleitung der Verbandscode „Volltreffer“ genannt werden. Abschließende Bemerkung: Je mehr Verträge beim DKB-Partner abgeschlossen, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Beiträge für den DKB nicht erhöht werden müssen...



Unschlagbar!

Unschlagbar günstig sind die Werbemittel, die der DKB den Vereinen und Clubs im Rahmen der Kampagne „Kegeln und Bowling - umwerfende Sportarten“ anbietet. Fix und fertig und trotzdem deutlich preiswerter als Farbausdrucke oder farbige Kopien im Copy-Shop. Infos zur Kampagne und Bestellscheine gibt es im Internet unter www.kegelnundbowling.de/dkb_marketing.htm

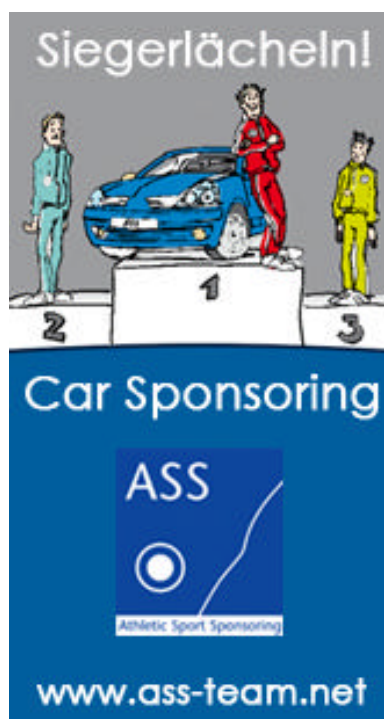
ASS macht's möglich: Autos zu Top-Konditionen – nicht nur für Top-Athleten

ASS – diese drei Buchstaben stehen für Athletic Sport Sponsoring – und für preiswerte Auto-Angebote. Der DKB-Partner bietet einem ausgewählten Personenkreis jährlich ein Neufahrzeug mit umfassenden Leistungspaketen zu festen Monatsraten. Weiterer Vorteil: Eine Anzahlung muss nicht geleistet werden.

Mit den neuen Autos des DKB-Partner ASS fahren nicht nur die Mitglieder der DKB-Nationalkader gut – und günstig. Auch Bowling- und Kegelsportler(innen), die in der Bundesliga spielen, deren Trainer(innen) sowie Betreuer(innen) können von den Preisvorteilen profitieren. Ebenso

- alle Übungsleiter(innen) sowie Trainer(innen) ab C-Lizenz
- Mitarbeiter(innen) sowie Funktionär(innen) auf Bundes-, Landes-, Kreis- und Vereinsebene
- Schiedsrichter(innen) ab Landeslizenz

Wer wissen möchte, welche Modelle für welche Personengruppen zur Verfügung stehen - hier gibt es weitere Informationen:



Interessenten müssen nach der Entscheidung für ein Auto zunächst den ausgefüllten Antrag an die DKB-Geschäftsstelle senden, um die Kader- oder Bundesliga-zugehörigkeit oder die Funktion im Verein oder Verband bestätigen zu lassen. Danach wird der Antrag von dort an ASS weitergeleitet, um das Wunsch-Auto bestellen zu können.

Neu im DKB-Sponsoren-Ring: SALUC

Verstärkung im DKB-Sponsoren-Ring: SALUC, Hersteller von Kegelkugeln der Marke ARAMITH, zählt nun auch zum Kreis der Unternehmen aus der Bowling- und Kegelnbahnbranche, die die umwerfenden Sportarten fördern.



Danke an die Partner des DKB

Die Sponsoren des DKB machen vieles möglich: Von der Ausstattung der Nationalmannschaft mit aktueller Teamsportbekleidung über die Bezuschussung der DKB-Jugendfreizeit bis hin zu günstigen Preisen der DKB-Werbemittel für Bowling- und Kegelsportvereine.

Kegeln und Bowling sind umwerfende Sportarten mit denen Präzision, Technik und Ausdauer vermittelt werden.

Unternehmer(innen), die sich für die Vermittlung dieser Imagedimensionen, für die Steigerung des Bekanntheitsgrades und letztendlich auch für Umsatzzuwächse interessieren, wählen Sie bitte die Telefonnummer des DKB-Marketingreferenten Uwe Veltrup (02554-1260). Unsere aktuellen Partner finden Sie unter:

http://www.kegelnundbowling.de/dkb_marketing.htm

Bewegte Bilder vom Bowling- und Kegelsport bei Splink.TV

Egal, ob in öffentlich-rechtlichen oder privaten Fernsehsendern: Fußball ist in Deutschland der Sport mit der größten Präsenz – und dann kommt lange nichts... Der DKB nutzt deshalb immer stärker das Internet als Plattform für Videos vom Bowling- und Kegelsport. Nunmehr können auch bei Splink.TV, einem Projekt der DOSB New Media GmbH, bewegte Bilder vom Bowling- und Kegelsport eingestellt und gesehen werden. So zum Beispiel auch ein Film, der im Rahmen des Vier-Bahnen-Turniers von DKB-Medienreferent Rolf Großkopf gedreht wurde:

<http://splink.tv>

Herzlichen Glückwunsch an 15 neue A-Trainer

Keine Frage: Talent ist wichtig, um bei Bowling- und Kegelsportwettbewerben vorne mitmischen zu können. Es muss aber auch kompetente Personen geben, die diese Talente entdecken und fördern. Ziel des DKB bleibt es, dass es in jedem Verein qualifizierte Trainer oder Übungsleiter gibt, die vor allem den richtigen Bewegungsablauf vermitteln. Ein weiterer Schritt auf diesem Weg zu diesem ehrgeizigen Ziel wurde im vergangenen Sommer mit der Prüfung von 15 A-Trainern abgeschlossen.



DKB-Inoffiziell ;-)



Wahr ist, dass die Fußballer von Hertha BSC vor dem Auswärtsspiel im selben Hotel untergebracht waren, wie die DKB-Delegation vor dem Vier-Bahnen-Turnier in Wolfsburg. Unwahr ist, dass DKB-Präsident Dieter Prenzel und seine Berliner Kegelsportfreunde die Mitfahrgelegenheit im komfortablen Hertha-Bus genutzt haben. Das Wochenendticket der Bahn war noch günstiger...



Im DKB-Dress mit Sakko und Krawatte oder im Trainingsanzug des Berliner Landesfachverbandes: Dieter Prenzel macht immer eine gute Figur

Frauen und Kegelsport? 1928 gab es wohl nicht nur sportärztliche Bedenken...

1919 durften Frauen in Deutschland erstmals wählen. Acht Jahre später war die Emanzipationsbewegung auch im DKB erfolgreich: Es wurde der Beschluss gefasst, dass auch Frauen an kegelsportlichen Wettbewerben teilnehmen dürfen. Bei den Deutschen Meisterschaften 1928 gaben Frauen bei Deutschen Meisterschaften ihr „Debüt“ und ermittelten die besten Keglerinnen.

Offensichtlich hatten einige Männer in dieser Zeit Probleme mit der neuen Rolle der Frau. So wurden – wohl um gegen den Frauenkegelsport argumentieren zu können – sogar sportärztliche Gutachten in Auftrag gegeben. Hans-Werner Wolf aus Nordenham hat einen Bericht gefunden, der im Februar 1928 veröffentlicht wurde. Der damalige Leipziger Stadtsporthausarzt Dr. med. R. Marloth kam damals – unter Mitwirkung von Dr. med. H. Garms – zu sonderbaren Erkenntnissen und Empfehlungen. Unter der Überschrift „Frauenkegelsport“ heißt es:

„Anschließend an diese Hauptfrage beim Frauenkegelsport, ob 100 oder 50 Kugeln für Wettspiele in Frage kommen, drängt sich der neuzeitlichen Keglerinnen noch eine Reihe wichtiger Fragen auf, die bei dem mehr und mehr zunehmenden Frauenkegelsport eine besondere Rolle spielen, einerseits zur Verhütung und rechtzeitigen Ausschaltung von Schäden aller Art, andererseits zur Erhöhung der Sportleistung. Zur Verhütung von Schäden kommt vor allem die Pflege des Unterleibs und der Brüste in Betracht, die infolge der Typenverschiedenheit ganz individuell zu gestalten ist, vor allem auch nach Operationen des Unterleibes. Dazu kommt noch die Bein- und Fußpflege bei Krampfadern, Senkfuß und Hühneraugen, die noch recht im Argen liegt. Das ist aber ein Kapitel für sich, mit dem sich die moderne Keglerin

künftig zu beschäftigen haben wird. Dies umso mehr, als man durch verschiedene Mittel die Leistungsfähigkeit der Kegelsportlerinnen steigern kann, ohne ihr Schaden zuzufügen.

Als Forderungen beim Überblick dieses sportärztlichen Gutachtens wären zu stellen:

- 1. Sportärztliche Untersuchung jeder Keglerin bei Eintritt in den Klub.*
- 2. Für Keglerinnen-Wettkampf vorläufig nicht 100, sondern 50 Kugeln zu wählen.*
- 3. Die Keglerinnen auf die richtige Pflege des Unterleibs, der Brüste und Füße aufmerksam zu machen, ferner auf Haltung, Methode und Technik beim Kegeln.*

Nur auf Grund dieser Forderungen ist eine völlige Klärung der Nützlichkeits- und Schädlichkeitsfragen beim Frauenkegeln zu vereinigen.“

Soweit die ärztliche Sicht auf den Frauenkegelsport im Jahr 1928. Heute sind mehr als 25 % der im DKB organisierten Mitglieder weiblich. Und nicht nur sie, sondern auch die Männer können 85 Jahre nach dem Erscheinen des „medizinischen Gutachtens“ über die damaligen Aussagen schmunzeln.

Längst ist bewiesen, dass beim Kegel- und Bowlingsport Ausdauer, Koordinationsvermögen und Konzentrationsfähigkeit trainiert werden. Auf die Gesundheit wirkt sich ebenfalls positiv aus, dass auf den Kegel- und Bowlingbahnen der Alltagsstress sehr gut abgebaut werden kann.

Und nicht nur das: Den Männern macht es mehr Spaß, gemeinsam mit den Frauen zu kegeln und zu bowlen – und umgekehrt gilt dieser Satz auch.



Gewinne, Gewinne, Gewinne...

So sehen Sieger aus! Deutsche Nationalspieler standen in den vergangenen Jahren oft auf dem Podium. Das Outfit der DKB-Nationalspieler, genauer gesagt das Nationaltrikot, kannst Du gewinnen, wenn Du die folgende Frage beantwortest und eine eMail mit der richtigen Antwort und Deiner Adresse bis zum 30. November 2013 an marketingreferent@kegelnundbowling.de sendest..

Wo findet die DKB-Jugendfreizeit 2014 statt?

Und für den Fall, dass nicht Du, sondern jemand anders als glücklicher Gewinner ausgelost wird: Aktuelle Fantrikots der DKB-Nationalteams gibt es bei unserem Ausrüstungspartner SPORT PIEHL (www.kegelnshop.de und www.mein-bowlingshop.de)

Weitere Preise: Ein T-Shirt mit dem Motiv und der Internet-Domain der DKB-Kampagne www.kegeln-ein-umwerfender-sport.de oder www.bowling-ein-umwerfender-sport.de sowie das DKB-Maskottchen Keballino.

Die Gewinner(innen) werden Anfang Dezember informiert. Eine Information gibt es bereits jetzt: Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Wolltest Du nicht jemanden zum nächsten Training mitnehmen?

Brigitte ihre Tochter, Peter seinen Nachbarn, Paul seine Kommilitonin, Claudia ihren Geliebten...: Über 80 % der Mitglieder in einem Bowling- oder Kegelsportclub wurden persönlich angesprochen und zum nächsten Training mitgenommen. Und welches potentielle Verstärkung für Deinen Verein rufst Du gleich an, um es zum Probetraining einzuladen?

kegeln-ein-umwerfender-sport.de



bowling-ein-umwerfender-sport.de

