

Die Festschrift zum Thema Öffentlichkeitsarbeit

von Ernst Bedau

*Der langjährige Referent für Öffentlichkeitsarbeit **Ernst Bedau** führte in der Festschrift zum 125-jährigem Jubiläum des Deutschen Schachbundes im Jahre 2002 aus:*

Bei großen Sportarten ist es so: Sportveranstaltungen werden veranstaltet, die Medienvertreter kommen automatisch und berichten. Dies ist zugleich die beste Werbung für die Sportart. Eigene Anstrengungen der Sportorganisationen sind kaum nötig. Dies gilt heute nicht einmal mehr für die großen Massensportarten. Für eine Randsportart wie Schach hat dies nie gegolten. Trotzdem hat sich im Deutschen Schach erst sehr spät die Erkenntnis durchgesetzt, eigene Aktivitäten zur Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu entfalten. Die zwei Werbewochen im Dritten Reich waren vergessen oder verhöhnt und so zehrte man auch nach dem Krieg wieder von der "Einzigartigkeit" des Schachs und glaubte, schachliche Erfolge seien die beste Werbung. Die im Schach errungenen Erfolge konnten jedoch auf einem Sportmarkt nicht konkurrieren, in dem nur eine Goldmedaille zählt und schon ein zweiter oder dritter Platz in den Hintergrund rückt. Pressewart **Alfred Diel** (1971 - 1986) verstand Öffentlichkeitsarbeit noch überwiegend als Rundbrief-Weitergabe von periodisch gesammelten Informationen aus dem Bereich des Deutschen Schachbundes. Seine Schachinformationen gingen an einen interessierten Kreis von Funktionsträgern, Schachjournalisten und Tageszeitungen. Darüber hinaus erkannte Diel die Notwendigkeit einer Information nach innen und propagierte ein DSB-internes Mitteilungsblatt, das sich jedoch nicht etablieren konnte. Sein kurzzeitiger Nachfolger **Wolfram Inngauer** (1986 - 1989) startete Schach-Intern, ein vierteljährlich erscheinendes Mitteilungsblatt des DSB, das allen Vereinen zugesandt wurde. Auch dieses Blatt konnte sich nur knapp 3 Jahre halten. Wegen der vierteljährlichen Erscheinungsweise waren die Nachrichten nie aktuell, die Vereinsvorsitzenden gaben das Blatt in ihrem Verein nicht weiter, sondern behielten die Informationen für sich, und es stellte sich nach kurzer Zeit heraus, dass ehrenamtlich ein solches Blatt nicht professionell und attraktiv mit Inhalt gefüllt werden konnte. Unter **Ernst Bedau** (1989 - 1997) wurde die Öffentlichkeitsarbeit umgestellt. Alle deutschen Tageszeitungen wurden angeschrieben und interessierte Redaktionen in einen Faxverteiler aufgenommen. Dies garantierte die aktuelle Weitergabe von Nachrichten an sämtliche Presseagenturen sowie über 150 deutsche Tageszeitungen. Darüber hinaus erreichte Bedau einen Vertrag mit dem Sportinformationsdienst (SID), der zuvor Schachergebnisse nicht brachte, weil Schach kein Sport sei. Jetzt transportierte SID Spitzenschachnachrichten, insbesondere die Ergebnisse der 1. Bundesliga, in die Redaktionsstuben, ein großer Durchbruch, der dazu führte, dass sich Schach in den Sportseiten zahlreicher führender deutscher Tageszeitungen (z.B. FAZ, Die Welt, Frankfurter Rundschau u.v.m.) etablieren konnte. Daneben wurden die Schachzeitungen und Schachjournalisten aktuell mit Nachrichten beliefert, Schachpresseausweise herausgegeben und die Öffentlichkeitsreferenten der Landesverbände geschult und mit ihnen der Aufbau eigener Nachrichtenwege auf Landesebene erarbeitet. Mit dem Aufkommen des Internets wurde auch dieser Informationsweg erschlossen, eine Arbeit, die Nachfolger **Andreas Weiß** (1997 - 2001) fortsetzte. Darüber hinaus veranstaltete Weiß gut besuchte Seminare für Pressereferenten der Vereine. Im Hinblick darauf, dass die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im DSB ehrenamtlich geleistet wird, können sich die Erfolge sehen lassen. Ein Vergleich mit einer professionellen, nicht bezahlbaren hauptamtlichen Öffentlichkeitsarbeit ist nicht statthaft.

