



# Sondernewsletter 01/26

## Tag des Sportschießens am 01. Mai 2026

Liebe Schützenschwestern und Schützenbrüder,

der Tag des Sportschießens 2025 hat gezeigt, welches Potenzial in einem gemeinsamen öffentlichen Aktionstag für unsere Vereine steckt. Einige Vereine konnten mit mehreren hundert Besucherinnen und Besuchern beeindruckende Resonanz erzielen, neue Mitglieder gewinnen und durch attraktive Vorführungen das Sportschießen positiv und zugänglich präsentieren.

### Rückblick

Die Organisation und Vorbereitung verliefen in allen teilnehmenden Vereinen reibungslos. Die vom Verband bereitgestellten Kommunikationsmaterialien wurden durchweg positiv bewertet, zusätzliche Unterstützung wurde nicht benötigt. Insbesondere routinierte Vereine wie der PSV Olympia, der seinen Tag der offenen Tür bereits zum 21. Mal durchführte und über 120 Helfende aktivieren konnte, profitierten von ihrer Erfahrung. Aber auch kleinere Vereine meisterten ihre Veranstaltungen eigenständig, wenngleich sie stärker durch externe Faktoren wie Wetter oder parallele Events beeinflusst wurden.

### Reichweite

Erfolgreich waren vor allem gezielte und frühzeitige Werbemaßnahmen: Der PSV Olympia erreichte rund 400 Gäste – maßgeblich durch die klassische Briefkastenverteilung von über 1.000 Flyern. Dagegen erzielten Social Media-Aktivitäten oder Vereinsplakate allein kaum nennenswerte Besucherzahlen. Auch zeigte sich, dass Mundpropaganda und persönliche Einladung deutlich wirksamer waren als digitale Formate.

### Angebote

Besonders gut kamen abwechslungsreiche Angebote und Show-Elemente an. Klassisches Luftgewehr- oder Luftpistolenschießen wurde vielerorts ergänzt durch Bogensport, Blasrohr- und Lichtschießen sowie Nachwuchswettkämpfe oder Vorführungen mit Kleinkaliberlang- und -kurzwaffen. Diese sorgten für echtes Staunen und einen nachhaltigen Eindruck bei den Besucherinnen und Besuchern. Auch kleinere Herausforderungen wie Warteschlangen oder große Hitze konnten gelöst werden.

### Wirkung

Die Zahlen sprechen für sich: Vereine wie der PSV Olympia und die Nord-Berliner Schützen-Gemeinschaft konnten direkt am Veranstaltungstag zahlreiche Neumitglieder gewinnen oder Probetrainings vereinbaren. Die SGi Tegel-Süd dagegen verzeichnete leider keinerlei direkte Wirkung – was deutlich macht, dass der Erfolg stark vom Konzept, der Außenwirkung und dem Rahmenprogramm abhängt.

### Ausblick

Die Auswertung zeigt klar, dass der Tag des Sportschießens ein leistungsstarkes Instrument zur Mitgliederwerbung sein kann, wenn er gut vorbereitet und lokal richtig vermarktet wird. Für das Jahr 2026 ergeben sich daraus klare Empfehlungen:



- **Best-Practice weitergeben** Erfolgsmodelle wie Briefkastenflyer, attraktive Shows oder spannende Mitmachaktionen sollen übertragbar gemacht werden. Hierzu kann und sollte der diesbezügliche Kontakt zu Vereinen, die bereits routinierte Verfahren erfolgreich zur Anwendung bringen, aufgenommen werden.
- **Gezielte, vielfältige Werbung nutzen** Besonders wirksam war die klassische Verteilung von Flyern im direkten Wohnumfeld (z. B. per Briefkasten), ergänzt durch regelmäßige Beiträge auf Social Media. Wir empfehlen daher, frühzeitig ein Werbekonzept zu erstellen und lokale Gegebenheiten einzubeziehen.
- **Engagierte Helferinnen und Helfer einbinden** Eine große Zahl von Volunteers trägt wesentlich zum Erfolg der Veranstaltung bei. Vereine, die über viele helfende Hände verfügen, können eine einladende, entspannte Atmosphäre schaffen und gleichzeitig ihre Teams entlasten. Wir empfehlen, frühzeitig intern wie extern für Mithilfe zu werben.
- **Vielfalt im Programm sichtbar machen** Angebote wie Bogensport, Blasrohr- und Lichtschießen oder sogar Kanonenschießen bieten einen abwechslungsreichen Einstieg in die Welt des Sportschießens. Die Besucherinnen und Besucher schätzen es, verschiedene Disziplinen selbst auszuprobieren oder in Aktion zu erleben. Je größer die Vielfalt, desto höher die Begeisterung!
- **Inklusion aktiv zeigen und leben** Das Miteinander von Menschen mit und ohne Unterstützungsbedarf wurde von Besucherinnen und Besuchern besonders positiv wahrgenommen. Ob beim Schießen, bei der Organisation oder an Infoständen: Inklusion ist nicht nur ein soziales Signal, sondern auch ein echtes Plus in der öffentlichen Wahrnehmung.
- **Mehr Vereine pro Bezirk** Um eine flächendeckende Präsenz zu erreichen, streben wir an, mindestens einen teilnehmenden Verein pro Berliner Bezirk und Brandenburger Region zu gewinnen. Die Sichtbarkeit steigt mit der Zahl aktiver Standorte.
- **Marke gemeinsam stärken** Ein einheitliches Auftreten aller Vereine unter dem Titel „Tag des Sportschießens“ – mit Logo, Hashtag und klarer Botschaft – kann die öffentliche Wahrnehmung enorm verbessern. Dabei kann der Aktionstag langfristig als Marke etabliert werden, woraus Wiedererkennungswerte generiert werden können.

## Der 1. Mai 2026

Auch im kommenden Jahr wollen wir den Tag des Sportschießens am 1. Mai als unseren gemeinsamen Aktionstag durchführen. Jeder Verein, der teilnimmt, leistet einen wichtigen Beitrag für die Sichtbarkeit unseres Sports. Meldet euch und euren Verein jetzt bei uns an und legt damit den Grundstein für einen ereignisreichen Tag sowohl für eure Mitglieder als auch eure Gäste sowie die damit verbundene Mitgliederbindung und -gewinnung. Also, seid dabei! Bei Interesse an der Teilnahme oder Rückfragen schreibt uns gern an [info@svbb.org](mailto:info@svbb.org). Lasst uns den 1. Mai 2026 gemeinsam zu einem Tag für unsere Vereine und unsere Gäste machen.