

# Wohin geht die Reise des WYC?

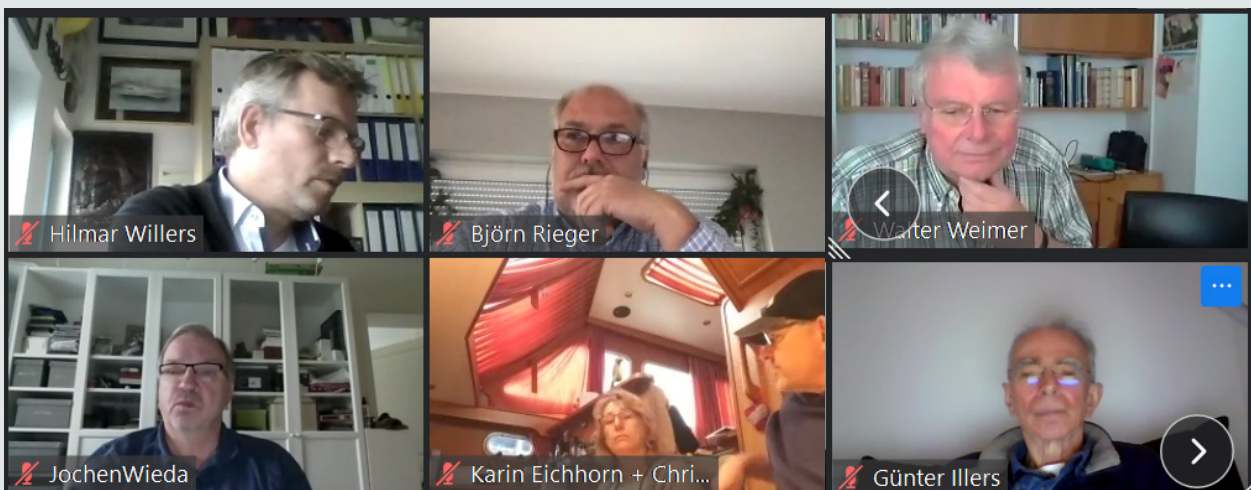
Dieser Frage gingen am Samstag, dem 2. Mai, rund 50 Mitglieder in einer Videokonferenz nach, wodurch eine erste Antwort auf die Eingangsfrage bereits gegeben werden kann: Die Zukunft des Wiesbadener Yacht-Club e.V. wird sicherlich moderner und digitaler werden (müssen). Doch der Reihe nach!

Zu dem digitalen Meeting eingeladen hatte unser Mitglied Tanja Lenz, die als Markenstrategin mit langjähriger Berufserfahrung bei verschiedenen internationalen Marken im In- und Ausland eine professionell aufbereitete Präsentation via Internet hielt.

Nachdem sich die Konferenzteilnehmer erfolgreich zugeschaltet hatten, begann Tanja Lenz mit einer gründlichen Analyse der Ausgangslage. Welche Stärken hat der WYC? Was bieten andere Vereine in der Nachbarschaft und was können wir von ihnen lernen? Kurz gesagt: Betrachtet man einen Verein wie eine Marke, muss man sich die Frage stellen, was seine Markenpersönlichkeit und damit sein Geheimnis ausmacht.

Die bekannten Stärken des WYC liegen in seinem Renommee und seiner Exklusivität, wodurch er sich bei Mitgliedern und Gastliegern hoher Beliebtheit erfreut.

In dem vollständig renovierten und modernen Vereinsheim in bester Lage finden bereits jetzt vielzählige Events statt, die zahlreiche Gäste anlocken. Bereits jetzt engagiert sich der Verein mit seiner Jugendarbeit für den wassersportliebenden Nachwuchs, er zeichnet sich bereits jetzt durch sein hohes Umweltbewusstsein aus. Gleichzeitig gibt es aber auch Schwächen, an denen es zu arbeiten gilt: Sowohl das Sportangebot als auch die Gastronomie, um nur zwei Beispiele zu nennen, ließen sich deutlich erweitern.



Tanja Lenz referierte in der rund zwei Stunden dauernden Sitzung über moderne gesellschaftliche Trends, die man betrachten müsse, um einen Club (oder eine Marke) zukunftsfähig zu machen. Auf der einen Seite strebten Menschen nach mehr Individualität und Selbstverwirklichung, dem stehe aber gleichzeitig eine neue Sehnsucht nach Gemeinschaft gegenüber. Übertragen auf die Welt des Sports bedeute dies, dass sich die Menschen einen Verein eher als Gemeinschaft, als Heimat wünschten, in dem sie gleichzeitig maximalen Freiraum und Flexibilität bei hoher Qualität erwarteten.

Die Ambivalenz zeige sich auch in der Zieldefinition: Exklusivität des Vereins dürfe eine gelebte Willkommenskultur nicht ausschließen, alte Werte und Clubtradition müssten erhalten werden, sollten aber modern interpretiert werden. Der Club als aktive Gemeinschaft habe Mitglieder, die den Wassersport liebten, die Verantwortung für die Gemeinschaft übernehmen wollten und sich aktiv einbrächten. Dazu brauche es neben den gemeinsamen Werten eine transparente Kommunikation und eine digitale Plattform, die für jeden zugänglich ist. Moderne Sharing-Konzepte, die über die bloße Mitgestaltung am Vereinsleben hinausgehen sollten (Sportgeräte für alle Mitglieder zum Ausleihen) und mehr Raum für die Jugend könnten die Attraktivität des Vereins weiter erhöhen.

Dazu brauche es deutlich mehr Eigeninitiative der Mitglieder. Das alles mag sich zunächst wie die Quadratur des Kreises anhören, aber die Arbeitsgruppe rund um die Preisträgerin des Gründerpreises der Region Wiesbaden – bestehend aus Björn Rieger, Hilmar Willers, Patrick Horn, Nadja Dahmann und Tanja Lenz – hatte auch vielfältige erste Ideen gesammelt, die vielversprechende Ansätze auf die folgenden Fragen liefern können.

Wie lassen sich mehr Mitglieder für eine aktive Teilnahme am Clubleben aktivieren? Wie können Sharing-Konzepte weiterentwickelt werden? Welche Kooperationen (zum Beispiel mit Bootshändlern oder Betriebssportgruppen der Industrie, der Stadt und den Schulen) können den Verein voranbringen? Wie lassen sich Jugendliche für den Wassersport begeistern, wie können mehr Aus- und Weiterbildung das Clubleben bereichern? Wie kann man das Event- und Veranstaltungsprogramm sowie das Gastronomieangebot ausweiten, um für jedes Mitglied das passende Event zu bieten? Auf all diese Fragen gab es erste Antworten, die wir in der nächsten Zeit vertiefen und weiter miteinander diskutieren wollen.

Engagierte Mitglieder sind dafür die Voraussetzung, aber die hat der WYC, was die lebhafteste Diskussion nach der Präsentation zeigte.

Man vereinbarte, sich wieder im virtuellen Raum zu treffen, um diese Ideen gemeinsam anzugehen und zu verwirklichen. Mit der regen Teilnahme an der Videokonferenz war der erste Schritt getan und es gab eine weitere Videokonferenz mit ähnlich reger Teilnahme.

Das Einloggen in Konferenzen funktioniert inzwischen auch von der Clubanlage aus, denn wir haben neues WLAN! Das Passwort lautet: Schierstein2020. Vielen Dank an Andreas Kummer und Patrick Horn, die kostengünstig eine gute Lösung hingezaubert haben.

Einloggen kann man sich im Clubhaus und auf der Pritsche unter Angabe des Passwortes in die WYCFritzbox, auf der Steganlage in: WYCSteg.

Zum Schluss noch der Hinweis, dass inzwischen auch Stand-Up-Paddling-Boards mit Ausrüstung für Mitglieder zur Verfügung gestellt werden. Es stehen zwei Allround- und ein Touren-SUP-Board für den Verleih bereit, ebenso eine komplette Ausrüstung inkl. SUP-Board, SUP-Paddel und SUP-Leash (Fußleine). Die Ausleihe läuft über den Bootsmann Alexander Litzius. Vielen Dank an Uwe Kaiser, der sich der Sache angenommen und auch eine schriftliche Einweisung verfasst hat.