



Das Internet, unendliche Weiten... Beim Blick auf die Seiten der Bottroper Vereine fällt ein starkes Qualitätsgefälle auf. Einige Klubs haben ihre Seiten längst generalüberholt. FOTO: WINFRIED LABUS

Das virtuelle Vereinsheim

Ein Blick auf die Bottroper Sportklubs und ihre Auftritte im Internet. Wie ein Haus muss auch die Vereinshomepage stets gepflegt werden. Einige Klubs setzen komplett auf Facebook

Von Björn Goldmann.

Es war im Januar, als Michael Tobinski eine ganz besondere Ehrung erhielt. Nicht für das Schießen vieler Tore, nicht für das Trainieren eines Meisterteams wurde der Bottroper mit Medaille und Urkunde vom Fußballkreis Kreis Oberhausen/Bottrop beschenkt und sogar für ein Jahr in den „Club 100 des Deutschen Fußballbundes“ aufgenommen. Nein, Tobinski wurde für seine Arbeit als Medienbeauftragter geehrt, weil er die Internetdarstellung des FC Polonia sowie das Auftreten in den sozialen Medien stark verbessert habe.

Eine Ehrung abseits von roter Asche oder grünem (Kunst-)Rasen ist im regionalen Sportgeschehen keine Selbstverständlichkeit. Was allerhand Fragen aufwirft: Wie wichtig ist eine eigene Homepage heutzutage überhaupt für die Bottroper Vereine? Welche Rolle spielen die sozialen Medien? Ist Facebook gar ein kompletter Ersatz für eine Homepage? Oder nur eine zusätzliche Verbreitungsquelle? Eine Spurensuche im Netz.

Die derzeitige Lage

Mit Vereinseiten ist das so eine Sache: Fast jeder Klub hat eine, zu Anfang des Jahrtausends gehörte eine eigene Homepage zum guten Ton. Und heute? Der Großteil der Bottroper Seiten ist solide. Optisch sind sie okay, neue Inhalte gibt es auch immer wieder. Doch sind manche Seiten technisch und optisch veraltet, einige wurden schon ewig nicht mehr bearbeitet und würden wohl etwas faulig riechen, wenn so etwas in der virtuellen Welt möglich wäre. In den jüngsten Monaten ist allerdings ein Ruck durch die Bottroper Sportlandschaft gegangen, einige Vereine haben ihre Seiten generalüberholt und erheben sich damit über den Standard.

Die Generalüberholten

„Die Vereinshomepage hat noch lange nicht an Bedeutung verloren“, ist sich der Polonia-Medienbeauftragte Michael Tobinski sicher. Der Trend scheint ihm recht zu geben. Nicht nur Polonias Internetseite zeigt sich im neuen Design, auch die Fußballer des SV Fortuna, die Volleyballer des VC 90, die Tennisspieler des TV Blau-Weiß oder die Judoka des JC 66 haben ihre virtuelle Adresse in den jüngsten Monaten neu aufgestellt. Mit neuem Design, frischem Inhalt und verbesserter Seitennavigation. „Unsere alte Seite war optisch und technisch überholt. Da mussten wir etwas machen“, sagt Volker Tapper vom JC 66. Denn eigentlich ist eine Homepage nichts anderes als ein virtuelles Vereinsheim. Auch hier muss „geputzt“ und ständig „modernisiert“ werden. Wie das eigene Haus ist auch eine Internetseite eine Dauerbaustelle. Nur ersetzen hier Infos über das aktuelle Geschehen auf dem Spiel- und aus dem Vereinsumfeld und das ständige Aktualisieren der Sport- und Vorstandsmannschaften in Wort und Bild die Gartenarbeit und die Fassadenpflege. „Die Betreuung und entsprechende Aktualisierung ist das A und O

einer Vereinshomepage“, sagt Michael Tobinski. „Die Frage muss sich jeder Verein im Vorfeld stellen: Was will ich? Will ich mich nur präsentieren oder will ich auch aktuell sein? Mehr Inhalt bedeutet mehr Klicks, aber auch mehr Arbeit.“

Die „Internetleichen“

Die Aktualität der Seiten steht und fällt mit der Motivation des Betreuerenteams. Fällt diese weg, wird die Seite zur „Internetleiche“. Die letzte Aktualisierung des Fußballvereins Hobbyliga: Dezember 2012. Der Fußballklub Dostluskspor bestückte seine Seite zuletzt im Oktober 2013. Beispiele die zeigen, wie mühsam und zeitaufwendig es ist, eine Internetseite am Leben zu halten. Noch komplizierter ist es bei Großvereinen mit vielen Abteilungen. Ist jede Sparte für sich zuständig, gibt es ein starkes Gefälle in Sachen Qualität, gibt es aktuelle und klinisch tote Unterseiten. Beispiel Adler 07: Die Handballer berichten vom Jugendturnier Anfang Juni, die Basketballer waren zuletzt 2013 an der Tatstatur.

Facebook & Co.

Facebook ist wohl die gängigste Plattform, auf die die Vereine in den sozialen

Medien zurückgreifen. Fast jeder Klub ist in dem Netzwerk vertreten, manche nutzen es gar ausschließlich. „Eine eigene Internetseite kostet Geld und ist sehr pflegeintensiv. Deshalb setzen wir ausschließlich auf Facebook. Auch hier muss aktualisiert werden, aber der Aufwand ist geringer“, sagt Christopher Riedel vom Tischtennisverein TTC 47. Nachvollziehbare Gründe, gerade für kleine Vereine, weshalb auch die Fußballer der Hobbyliga das Verbreiten der Neuigkeiten komplett auf Facebook verlagert haben. Der Nachteil dieser Strategie: Die Reichweite ist auf die „Gefällt mir“-Klicker und deren Bereitschaft zum Teilen des Inhalts begrenzt. Viele Ältere tun sich ja schon mit dem Internet schwer – Facebook ist für sie erst recht eine fremde Welt. Vom Kurznachrichtendienst Twitter ganz zu schweigen. Auch die Gruppe der Facebook-Verweigerer und der Gelegenheitsnutzer ist nicht zu unterschätzen.

„Wir gehen bei Facebook ambitionierter zu Werke, aber gerade weil man dort nicht jeden aus dem Verein erreicht, ist die eigene Homepage noch immer die Basis“, sagt Willi Beckfeld vom SV Fortuna. „Wir bedienen mit Facebook ein ganz anderes Publikum. Hier soll es eher schnell und flott zugehen, es ist mehr eine Panopäe. Die Vereinshomepage ist statischer und einseitiger, aber sie ist für vereinsinterne Dinge relevanter“, so Volker Tapper vom JC 66. Auch Dirk Lewald vom LC Adler sieht in Facebook eher ein Zweitmedium: „Um Infos jedoch schnell und spontan ans Publikum zu bringen, ist Facebook von Vorteil.“

Mit 1299 „Fans“ sind die Fußballer des FC Polonia Spitzenreiter in Bottrop. Dahinter liegen die Volleyballer des VC 90 (836), der SV Fortuna (782), der SV Rhenania (701) und der JC 66 mit 621 „Gefällt mir“-Klicks.

Wissenswertes für Vereine beim Erstellen einer Homepage

■ **Worauf kommt es** bei einer Vereinshomepage an? Auf Inhalt, Aktualität, Benutzerfreundlichkeit und Optik.

■ **Eine eigene Internetseite** macht schon im Vorfeld viel Arbeit: Seitenstruktur und Design festlegen, Inhalte erstellen und nicht zuletzt die Programmierarbeiten.

■ **Vorlagenseiten** sind eine billigere

Alternative. Allerdings sind sie optisch nicht individuell.

■ **Die Verknüpfung** der Homepage mit sozialen Netzwerken ist kein Problem mehr. Man bedient eine Quelle und hat auf beiden Ergebnisse.

■ **Die Kosten** für eine durchschnittliche Internetseite beziffert Michael Tobinski auf 100 bis 200 Euro im Jahr.

Derzeit das Maß der Dinge

SV Fortuna. Individuelles Design und viele Funktionen

Der erste Eindruck

Da weiß man gleich, woran man ist: „Fortune kannze nich lern, Fortune bisse“ heißt es beim Erscheinen der Homepage. Die Startseite erinnert bewusst an ein „Graffiti“, als wäre das Motto auf eine weiß gestrichene Backsteinwand gesprüht worden. Die Navigationsleiste thront darüber und lässt auch keine Fragen auf. Bezirksliga, Reserve, Altherren und Reha – die gewünschten Mannschaften/Abteilungen sind nur einen Klick entfernt. Sehr gut: Vereinsadresse und Telefonnummer fallen direkt ins Blickfeld.

Die Seitenführung

Wie gesagt, die Navigationsleiste führt direkt zum Ziel. Sie teilt sich in weitere Unterkategorien auf, beim Bewegen über den „Bezirksligare-

ter“ kann so gezielt ein Blick auf den Kader der Mannschaft geworfen oder direkt auf die Tabelle geschaut werden. Beim Punkt „Reserve“ geht es dann wahlweise zur Zweit- oder zur Drittvertretung. Die angesteuerten Seiten selbst sind dann nicht weiter verästelt.

Die Spielberichte

Auf der Startseite lohnt es sich, nach unten zu scrollen. Unter dem Vereinsmotto finden sich die jüngsten Presseartikel und selbstverfassten Berichte über den Verein und darunter sogar noch die anstehenden Termine der Mannschaften. Zusätzlich finden sie sich in der Navigationsleiste, der Unterpunkt „News“ erscheint zum Beispiel bei der Bezirksliga.

Fazit

Die Homepage der Fortunen ist derzeit das Maß der Dinge in Bottrop. Nicht nur wegen des individuellen Designs, sondern auch wegen der generellen Ästhetik der Seite und wegen der hochwertigen Bilder.

Adresse:
www.fortuna-bottrop.de



Frischer Wind weht auch im Internet

VC 90. Nun liegt der Schwerpunkt wieder auf den Amateuren

Der erste Eindruck

Ein frischer Wind weht seit einigen Monaten beim VC 90 mit seinem jungen Vorstandsteam. Das merkt man auch am Internetauftritt. Die Seite ist in den Vereinsfarben Rot und Weiß gehalten. Links finden sich aktuelle Neuigkeiten, rechts Spielberichte und in der Mitte werden besondere Aktionen wie die Fotos vom jüngsten Jubiläumstfest in

Szene gesetzt. Auffällig sind auch die kleinen runden Fotos an den Seiten. Ein grafischer Kniff, der sich auf weiteren Seiten fortsetzt.

Die Seitenführung

Die Navigationsleiste am Seitenkopf besteht lediglich aus vier Punkten, es wurde also viel Wert auf Übersicht gelegt. Klickt man auf diese mit der Maus, öffnen sich weitere Unterpunkte wie beispielsweise der Weg zu den einzelnen Mannschaften beim Punkt „Hallenvolleyball“. Die Seite selbst ist etwas verästelt, was aber auch der hohen Zahl an Mannschaften geschuldet ist, den jede hat ihre

eigenen Unterseiten mit generellen Infos, Spielerprofilen und Ergebnissen.

Die Spielberichte

Die jüngsten Spielberichte finden sich kurz angerissen schon auf der Startseite und führen beim Klick zur Langfassung. Zusätzlich finden sie sich gesammelt noch einmal auf den Seiten der jeweiligen Teams.

Fazit

Mit der erneuerten Homepage liegt der Schwerpunkt wieder auf dem Verein VC 90, der zuvor auch internettechnisch jahrelang im Schatten der Volleys weilt. Optisch und inhaltlich ist sie richtig gut gelungen.

Adresse:
www.vcbottrop90.de



Kleiner Verein mit großem Auftritt

FC Polonia. Alles Wesentliche auf einen Blick

Der erste Eindruck

„Witamy! Herzlich willkommen“, heißt es direkt beim Erreichen der Polonia-Seite. Optisch unterscheidet sie sich schon durch die Anordnung der Neuigkeiten von anderen Bottroper Vereinseiten. Groß wird abwechselnd immer wieder einer der rechts am Seitenrand angeordneten fünf Berichte als zentrales Element in der Seitenmitte angezeigt. Darunter finden sich während der Saison die aktuellen Ergebnisse der Kreisliga-B-Fußballer und rechts unten die Tabelle. Alles Wesentliche auf einen Blick!

Die Seitenführung

Mit lediglich zwei Mannschaften ist der Verein überschaubar, doch an Inhalten mangelt es trotzdem nicht. Beim Klicken auf die Navigations-

leiste öffnen sich jeweils Untermenüs mit einer Auswahl an Zielen. Alles gut durchdacht und verständlich gekennzeichnet.

Die Spielberichte

Links zu den aktuellen und ausführlichen Berichten finden sich auf der Startseite. Klickt man auf „News“ in der Navigationsleiste, reichen die Vereinsneuigkeiten auch über einen weiteren Zeitraum zurück.

Fazit

Für einen recht kleinen Verein hat Polonia eine gute Seite auf die Beine gestellt. Logisch, dass sie in rot und weiß gehalten ist. Auch so bietet sie optisch eine Alternative zu vielen anderen

Seiten. Sie ist recht aktuell, durchdacht und übersichtlich. Ein guter Ankerpunkt für die angeschlossene Facebook-Seite. Dort ist Polonia mit 1299 „Fans“ nämlich die Nummer eins unter den Bottroper Vereinen.

Adresse:
www.poloniabottrop.com



Ippon für die Judoka

JC 66. Nun hat auch die Internetpräsenz Bundesligaformat

Der erste Eindruck

Da hat sich aber einiges verändert in den jüngsten Monaten. Während die alte JC-Seite eher an eine Pinnwand erinnerte, macht die neue gleich einen viel aufgeräumteren und moderneren Eindruck. Das große Schwarz-Weiß-Foto ist ein Blickfang, von dem sich die darauf liegende Navigationsleiste optisch gut abhebt. Darunter gibt es einen „Newsblock“ mit den sechs jüngsten Berichten zum Vereinsgeschehen.

Die Seitenführung

Teams, Termine, Kontakt – in der roten Navigationsleiste am Seitenkopf ist alles Wesentliche ersichtlich. Gut auch: Die Homepage ist nicht verschachtelt, es gehen von den Unterseiten nicht noch viele weitere Unterseiten ab. Stattdessen werden

die Infos kurz und knackig präsentiert. Der Kader der Bundesligateams, die Kontaktdaten der Vorstandsmitglieder bei Fragen oder der Terminplan der Jugend- und Seniorenteams sind schnell gefunden.

Die Kampfberichte

Die Berichte der JC-Kämpfer finden sich auf der Startseite. Sechs aktuelle im Newsblock, darunter führt die Archivleiste immer zu sechs weiteren Berichten. Einziger kleiner Wermutstropfen: Auf den jeweiligen „Teamseiten“ finden sich diese Berichte wiederum nicht.

Fazit

Ein gelungener Relaunch. Als langjähriger Bundesligist hat nun auch der Internetauftritt

der 66er endlich gehobene Qualität. Klar gibt es noch kleinere Baustellen, aber insgesamt haben die Judoka einen großen Schritt nach vorne gemacht. Um in der Judosprache zu bleiben: Sie haben einen Ippon gesetzt.

Adresse:
www.jc66-bottrop.de



Übersichtlichkeit zählt

LC Adler. Bei den Leichtathleten sprechen die Bilder

Der erste Eindruck

Der Leichtathletik-Club Adler Bottrop weiß sich in Szene zu setzen. Mit seinen diversen Großveranstaltungen, den Leistungen der Nachwuchssportler und auch mit seiner Präsenz in den Medien. Die Internetseite sagt auch alles auf den ersten Blick: Eine Navigationsleiste mit

den wichtigsten Punkten gibt es oben, darunter die aktuellsten Berichte und am rechten Seitenrand die Verweise auf die Großveranstaltungen wie die NRW-Gala und den Tetraeder-Treppenlauf. Treffend: Im Hintergrund ist eine Skizze des Jahnstadions zu erkennen.

Die Seitenführung

Die Navigationsleiste zieht sich über die gesamte Seitenbreite. Wird auf einen Reiter geklickt, erscheint eine Unterseite. Das Besondere: Hier sprechen Bilder als Verweis auf weitere Unterseiten. Auf lange Erklärungen wird bewusst verzichtet. Was völlig okay ist, denn die Bilder samt Schlagworten sind meist aussagekräftig genug.

Die Wettkampfbereiche

Die jüngsten Wettkampfbereiche, verfasst vom LC-Trainersteam, finden sich direkt auf der Startseite. Da die Seite nach unten hin keine Grenzen hat, werden die Berichte des gesamten Jahres 2015 aufgelistet. Eingescannte Presseberichte sind noch einmal extra in der Navigationsleiste unter „Presse“ hinterlegt.

Fazit

Die Adler-Seite verzichtet auf grafische Extravaganzen und legt dafür Wert auf Übersichtlichkeit. Das gelingt, die Navigation ist problemlos und alles Wissenswerte ist nur wenige Klicks entfernt. Eine gelungene und durchdachte Seite.

Adresse:
www.adler-bottrop.de



Aufregend unaufgeregt

Bottroper Sportbund. Serviceaspekt steht im Vordergrund

Der erste Eindruck

Auf den ersten Blick wird diese Seite niemanden vom Hocker reißen. Sie ist nicht grafisch verspielt, sondern schlicht. Sie überschüttet einen nicht mit Neuigkeiten, sondern glänzt durch aufgeräumte Nüchternheit. Ist das schlecht? Nein, denn die erneuerte Seite des Sportbundes soll vor allem eines: informieren. Der Sportbund ist eine der ersten Adressen, um sich über das Sportangebot der Stadt zu informieren. Für viele Bottroper Sportler und für Außenstehende sowieso. Telefonnummer, Öffnungszeiten der Geschäftsstelle – alles auf den ersten Blick ersichtlich.

Die Seitenführung

Beim Klick auf die Navigationsleiste öffnet sich eine Unterseite mit einer Extra-Navigation am linken Seitenrand. Hier geht es dann weiter. Kompliziert ist das nicht, die ge-

wünschten Informationen sind schnell gefunden.

Der Serviceaspekt

Kontakte zu den Bottroper Sportvereinen herzustellen und das eigene Angebot hervorzuheben sind die Hauptziele der Homepage. Informationen zum umfangreichen Kursprogramm, zur Sportjugend, zum Kletterangebot im Malakoffturm und in der Arena 79 und auch Neues zum MS-Projekt „Abenteuer Aufwind“ sind schnell gefunden.

Fazit

Die Seite will informieren und das tut sie. Das Layout ist unaufgeregt, die Seite aber übersichtlich und auch die Navigation ist durchdacht. Vielleicht gibt es zwischenzeitlich die eine oder andere

Baustelle in Sachen Aktualität, aber ihren Zweck erfüllt die Sportbund-Seite im Internet allemal.

Adresse:
www.bottroper-sportbund.de

