

Youth Team**Winning new dancers****One seminar – many possibilities**

On 11.03.2023 at the Spring Jamboree the EAASDC Youth Team carried out a seminar on the subject of **“How to win new dancers”**. As not everybody was able to take part or perhaps was not aware of it taking place, here is a short summary.

However, first of all a few details about us. The Youth Team attends to various tasks that deal with youth development and youth protection, the prevention of sexual harassment, advertising and dancers' training. To this purpose there are amongst us not only dancers but also callers.

In order to familiarize you better with our topics and to progress them with you together, we will again be offering seminars and rounds of discussion at the next jamborees. So you can start to get curious.

But now back to the Spring Jamboree. We have summarized the content of the seminars in the following 3 categories. The numbers are purely to keep

Neue Tänzerinnen und Tänzer gewinnen**Ein Seminar – viele Möglichkeiten**

Am 11.03.2023 wurde vom Youth Team der EAASDC auf der Spring Jamboree ein Seminar zum Thema **„Wie man neue Tänzer gewinnen könnte“** durchgeführt. Da nicht jeder teilnehmen konnte bzw. nicht wusste, dass das Seminar angeboten wurde, gibt es für euch nachfolgend eine kleine Zusammenfassung.

Doch zuerst einmal kurz zu uns. Das Youth Team widmet sich verschiedenen Aufgaben, die sich unter anderem mit Jugendförderung und -schutz, Prävention sexueller Belästigung, Werbung und Tänzer*innenbildung beschäftigt. Dafür finden sich in unseren Reihen nicht nur Tänzer*innen, sondern auch Caller*innen.

Um euch unsere Themen näher zu bringen und um diese mit euch weiter zu erarbeiten, werden wir auf den nächsten Jamborees wieder Seminare und Diskussionsrunden anbieten. Ihr dürft also gespannt sein.

Aber erstmal zurück zur Spring Jamboree. Die Inhalte des Seminars haben wir euch

the subjects together and are by no means a valuation.

Category 1 – Generate interest / be present:

Advertising aims to attract the interest of potential dancers and to improve the public awareness of our own club and of our hobby as a whole. For this purpose it has long since not been enough to advertise a class just once – after all we have to compete for potentially interested people with other types of sport, and “Square Dance” doesn’t say much to most people at first. It is better to have a constant advertising campaign in order for people to remember us better.

But how should we advertise? Certainly every club has had occasion to design and distribute a flyer. But what should these flyers contain? What should the interested people remember? The name of the club and the hobby are a good start. And it is certainly no mistake to put the internet site on it e.g. in the form of a QR code. Beyond that it should be kept brief. The more text that is printed on the flyer, the less likely it is that the interested people will read it all. Important details and further information can be placed on the internet site.

Paid adverts are a further possibility to advertise. The local newspapers and also the social media are good platforms for that. And particularly the social media make it possible to reach the target group of dancers.

Which brings us to the next important point – our target group. Who exactly

nachfolgend in drei Kategorien zusammengefasst. Die Nummerierung stellt lediglich eine thematische Zusammenfassung und keine Wertung dar.

Punkt 1 – Interesse wecken/ präsent sein:

Werbung verfolgt das Ziel, die Aufmerksamkeit von potenziellen Tänzern zu erlangen und die Bekanntheit des eigenen Vereins und unseres Hobbys als Ganzes zu steigern. Dabei reicht eine einmalige Werbung vor einer Class schon lange nicht mehr aus – schließlich müssen wir mit anderen Sportarten um Interessenten konkurrieren, und den meisten „Normalos“ sagt „Square Dance“ erstmal nichts. Besser ist eine kontinuierliche Werbung, damit sich Interessierte besser an uns erinnern.

Aber wie werben? Sicherlich hat jeder Verein für sich schon Flyer entworfen und verteilt. Aber was sollten diese Flyer enthalten? Woran sollten sich die Interessenten erinnern? Der Name des Vereins und der des Hobbys sind schon mal ein guter Anfang. Sicherlich ist es nicht verkehrt, die Internetseite z.B. in Form eines QR-Codes mit drauf zunehmen. Darüber hinaus sollte man sich kurzhalten. Je mehr Text auf dem Flyer abgedruckt ist, desto weniger Lust haben die Interessierten, sich alles durchzulesen. Wichtige und weiterführende Infos können auch auf der Internetseite abgebildet werden.

Eine weitere Möglichkeit Werbung zu betreiben, sind bezahlte Anzeigen. Die lokalen Zeitungen, aber auch Social Media sind gute Plattformen dafür. Und gerade über Social Media ist eine zielgruppengenaue Werbung der Tänzer möglich.

do we want to reach? It is certainly sensible to address adults in the age group 30 to 50. But which club can nowadays afford to turn away interested people? Not one or at least very few. However, our hobby is a type of sport that requires a certain amount of physical and mental fitness. That should not be overlooked if everyone is to have fun doing it.

This fun should be communicated to potential dancers. For example at appearances at a village fair or at a birthday party. Whoever has already seen or experienced such fun passes it on to their friends. And it doesn't matter whether the person was a spectator or already a dancer. Advertising by word of mouth is also an important part of it.

A further method to get us known is through cooperation with establishments that already offer a sports program. These can include courses in college sports or at an adult education center, or even project weeks at schools or health courses at companies. And if you can schedule the date for the day and location of your own club night then the jump for the interested people to become a dancer is no longer quite so big.

Category 2 – The jump from an interested person to a dancer:

Now it is time not just to generate interest in our hobby but also the desire to start dancing. But how do we do that best? Of course by trying it out and collecting good experiences.

In order to make it possible to collect a good experience it is important that

Was uns zum nächsten wichtigen Punkt bringt – unserer Zielgruppe. Um wen wollen wir eigentlich werben? Sicherlich ist es sinnvoll, Erwachsene im Alter von etwa 30 - 50 Jahren anzusprechen zu wollen. Aber welcher Verein kann es sich heutzutage schon leisten, Interessierte wegzuschicken? Keiner oder zu mindestens Wenige. Dennoch handelt es sich bei unserem Hobby um eine Sportart, die eine gewisse körperliche und geistige Konstitution voraussetzt. Das sollte bedacht werden, wenn es jedem Spaß machen soll.

Dieser Spaß sollte auch an potenzielle Tänzer vermittelt werden. Beispielsweise bei Auftritten zu Stadtfesten oder Geburtstagsfeiern. Jemand, der diesen Spaß schon einmal gesehen oder erlebt hat, gibt ihn auch an seinen Bekanntenkreis weiter. Dabei ist es egal, ob diese Person nur Zuschauer oder bereits Tänzer ist. Auch Mundpropaganda ist ein wichtiger Bestandteil der Werbung.

Eine weitere Art, uns bekannt zu machen, ist über die Zusammenarbeit mit Einrichtungen, die bereits ein Sportprogramm anbieten. Kurse im Hochschulsport oder an der Volkshochschule, aber auch Projektwochen an Schulen oder Gesundheitskurse in Firmen sind solche Anlaufpunkte. Plant man dann auch noch die Termine am Tag und Ort des eigenen Clubabends, ist der Sprung vom Interessenten zum Tänzer schon nicht mehr ganz so groß.

Punkt 2 – Sprung vom Interessenten zur Tänzerin / zum Tänzer:

Jetzt geht es darum, nicht nur das Interesse an unserem Hobby zu wecken, son-

both the club and the caller are pulling together, or in other words to have the same goal. It is therefore important that both parties regularly agree on a strategy and practice this within the club. This is because this harmonious atmosphere in the club will transfer to the guests. When you enter somewhere new for the first time, are greeted friendly and are accepted then that leaves behind a lasting positive impression.

Your own club nights are well suited as a platform for the Open Houses. And if these are advertised as a free taster course then the inhibition threshold is even lower. After all, where do you find something nowadays that doesn't cost anything?

In addition you can offer Square Dance Parties. For example as an **After Work Party**, where you can offer a few figures and easy mixers on a monthly basis. Working on the basis of "switching off and having fun, and perhaps you meet again in a month's time". The one who has fun doing it and wants more will come again and, if you're lucky, every week.

This concept of Open Houses and Square Dance Parties can also be applied to the classes. It is better to have smaller courses with a following advanced training course than to have a big class running for 9 to 12 months. Most of the interested persons nowadays are used to sport courses that run for 8 to 12 weeks, and we should get used to this time period in order to compete with other types of sport and to lower the inhibition threshold to sign up.

den auch den Willen, mit dem Tanzen anfangen zu wollen. Aber wie schafft man das am besten? Natürlich durch Ausprobieren und gute Erfahrungen sammeln.

Um einem Interessierten die gute Erfahrung zu ermöglichen, ist es wichtig, dass Club und Caller an einem Strang ziehen, also das gleiche Ziel verfolgen. Es ist daher wichtig, dass sich beide Parteien regelmäßig abstimmen und das im Club leben. Denn diese harmonische Beziehung im Club überträgt sich auch auf Gäste. Wenn man das erste Mal in ein neues Umfeld kommt und herzlich aufgenommen und vor allem mitgenommen wird, hinterlässt das einen bleibenden positiven Eindruck.

Als Plattform eignen sich die eigenen Clubabende – die Open Houses. Wenn diese noch als kostenlose Schnupperkurse beworben werden, ist die Hemmschwelle für Interessenten noch geringer. Denn wo gibt es heutzutage noch etwas kostenlos?

Zusätzlich dazu kann man Square Dance Parties anbieten. Zum Beispiel als **After Work Party**, wo man monatlich wenige Figuren und leichte Mixer anbietet. Nach dem Motto „Abschalten, Spaß haben und vielleicht sieht man sich nächsten Monat wieder“. Wem das Spaß macht und wer möchte, der kommt wieder und im besten Fall jede Woche.

Dieses Prinzip der Open Houses und Square Dance Parties kann man auch auf die Classes übertragen. Lieber kleinere Kurse mit anschließenden Aufbaukursen als eine große Class über 9-12 Monate. Unsere Interessierten sind es gewohnt, dass Sportkurse 8-12 Wochen gehen und

Category 3 – Training the dancers:

Training the dancers classically takes place in a class over a period of 9 to 12 months. Most of us have experienced this type of class ourselves. In the meantime, other types of classes have also proved themselves. These are briefly presented in the following text. Before we start, however, it is important to mention that the type of class should not be decided upon based just on your own goals but also based on that which the club, the caller and the class can cope with.

A classical class can be divided into several course sections. For example, splitting it up into Basic 1, Basic 2 and Mainstream allows a division into 3 sections. You can start with Basic 1 as a taster or beginners' course. This can take place over a period of 10 to 12 weeks. After completing this course, the participants can decide whether they want to stop or whether they want to continue with the next course (Basic 2 & Mainstream, each lasting 10 to 12 weeks). In total the class would still take more than 9 months but splitting it up allows the participants and the club more flexibility.

Currently a new dancing level is coming over to us from the USA: **SSD or Social Square Dancing**. This concept is based on a selection of Basic and Mainstream figures which new dancers learn split up into 12 sections. The aim of this program is to make a quick introduction into Square Dance possible. The SSD program has not yet made it to a self-contained program in Europe

wir sollten uns dieser Zeitspanne anpassen, um mit anderen Sportarten konkurrieren zu können und die Hemmschwelle für eine Anmeldung zu senken.

Punkt 3 – Ausbildung der Tänzerinnen und Tänzer:

Die Ausbildung der Tänzerinnen und Tänzer erfolgt klassischerweise in einer Class über 9-12 Monate. Die meisten haben diese Art der Class selbst erfahren. Mittlerweile haben sich aber auch andere Formen der Classes bewährt. Diese werden nachfolgend kurz vorgestellt. Vornweg ist aber noch wichtig zu erwähnen, dass der Class-Typ nicht nur anhand der eigenen Ziele festgelegt werden sollte, sondern auch von dem, was Club, Caller und Class leisten können.

Aufteilung der klassischen Class in mehrere Kurseinheiten. Zum Beispiel erlaubt die Einteilung Basic 1, Basic 2 und Mainstream eine Einteilung in drei Kurseinheiten. Man kann mit Basic 1 als Schnupper- oder Einsteigerkurs beginnen. Als Zeitraum bieten sich 10-12 Wochen an. Nach Abschluss des Kurses entscheiden die Teilnehmenden, ob sie aufhören oder mit dem Aufbaukurs weitermachen möchten (Basic 2 & Mainstream, jeweils 10-12 Wochen). Insgesamt würde die Class trotzdem über 9 Monate gehen. Aber eine Stückelung ermöglicht den Teilnehmenden und dem Club eine höhere Flexibilität.

Aus den USA schwappt gerade ein neues Tanzlevel zu uns herüber: **SSD oder Social Square Dancing**. Bei diesem Konzept handelt es sich um eine Auswahl von Basic und Mainstream Figuren, die über 12 Einheiten an neue Tänzer unterrichtet werden. Ziel dieses Programmes ist es,

– there are no or hardly any clubs that dance this level. But some classes have already taken place which have offered this program as a quick introduction. Following these 12 weeks it could be possible to continue with an advanced course.

A further possibility for a class is to carry out **crash courses or kick starts**. These courses take place on 1 or 2 weekends. Here it is not intended for the dancers to learn all the figures and to dance them confidently but to allow them a quick introduction into the Square Dance world. This type of class cannot be carried out with every dancer, as you need to be fit and able to understand what's going on very quickly. However, if the kick start is a success then it is not so difficult to finish the training and to graduate the dancers in the following club evenings. It is also ideal to offer such a crash course for example just before a Student Party. That way interested persons can gain a good insight into our hobby and hopefully want to continue with the class afterwards.

Apart from how long the class lasts you should also think about the frequency in which a class should be offered. Should you carry one out every two years, every year or perhaps even more often? This is a point that should definitely be discussed with the entire club. You should also think about how much a class should cost. Here you can get a good idea by looking around at other types of sport in the surrounding area. And it can also be a good idea to consider spreading the cost of the training over the various course sections.

einen schnellen Einstieg in Square Dance zu ermöglichen. Das SSD-Programm hat es in Europa noch nicht zum eigenständigen Programm geschafft – es gibt keine bzw. kaum Clubs, die nur dieses Level tanzen. Aber es haben schon Classes stattgefunden, die dieses Programm als schnelleren Einstieg verwendet haben. Im Anschluss an diese 12 Wochen könnte dann optional mit einem Aufbaukurs weitergemacht werden.

Eine weitere Möglichkeit der Class-Gestaltung ist die Durchführung von **Crashkursen oder Kick-Starts**. Diese Kurse werden in einem Zeitraum von 1-2 Wochenenden durchgeführt. Dabei geht es nicht darum, dass alle Figuren gelernt werden und das Tanzen schon sicher erfolgt, sondern darum einen sehr schnellen Einstieg in die Square Dance Welt zu ermöglichen. Diese Art der Class kann nicht mit jedem Tänzer durchgeführt werden, da man hier eine sehr gute Kondition und schnelle Auffassungsgabe benötigt. Aber ist der Kick Start geglückt, kann man mit wenig Mühe die Tanzenden in den darauffolgenden Clubabenden fertig ausbilden und graduieren. Ideal ist es auch, eine solche Crash-Class zum Beispiel vor einer Student Party anzubieten. So können Interessierte gleich einen guten Einblick in unser Hobby erhalten und haben danach hoffentlich Lust, die Class fortzusetzen.

Neben der Dauer der eigentlichen Class sollte man sich auch Gedanken um die Frequenz machen, in der eine Class angeboten wird. Führt man alle zwei Jahre eine durch, jedes Jahr oder vielleicht noch öfter? Dies ist ein Punkt, der unbedingt mit dem gesamten Club besprochen werden sollte. Auch sollte sich überlegt werden, wie viel eine Class kosten soll. Dabei kann man sich gern an anderen Tanzsportarten

In the end it is important that the class lasts as long as necessary but is also as short as possible. And that you have thought about how to structure the class before it starts. Above all the aim of the class is to have fun with our hobby, and this is more important than winning new dancers. Even when a dancer moves away, or interrupts or breaks off the class, the positive impression which our hobby has conveyed will remain. And that is the basis for the future of our hobby and for winning new dancers.

If further ideas should occur to you whilst reading this article, or if you have further suggestions or feedback, then you are welcome to forward these to us or to contact us.

E-Mail: youth@eaasdc.eu

You can also find this article on our website under "Seminars". We will collect your replies and further items on this subject and store them all there (such as sample flyers, etc.).

See you in a Square!

Anja for the Youth Team

Translated by Clive Jones

in der Umgebung orientieren. Und auch bei den Kosten kann es sinnvoll sein, diese auf Kurseinheiten aufzuteilen.

Insgesamt ist es wichtig, die Class so lang wie nötig, aber auch so kurz wie möglich zu machen. Und dass man sich vor Start der Class Gedanken um deren Ausgestaltung gemacht hat. Denn das Ziel dieser Class ist vorrangig, neben der Gewinnung neuer Tänzerinnen und Tänzer den Spaß an unserem Hobby zu vermitteln. Auch wenn eine Tänzerin / ein Tänzer wegzieht, die Class ab- oder unterbricht, der positive Eindruck, den unser Hobby vermittelt hat, wird bleiben. Und das ist die Basis für die Zukunft unseres Hobbys und die Gewinnung neuer Tänzerinnen und Tänzer.

Falls ihr beim Lesen dieses Artikels noch weitere Ideen entwickelt, weitere Vorschläge oder Feedback habt, könnt ihr diese gerne an uns weiterleiten oder uns kontaktieren.

E-Mail: youth@eaasdc.eu

Außerdem findet ihr den Artikel auf unserer Website unter dem Punkt **Seminare**. Dort werden wir auch eure Rückmeldungen sammeln und weiter Punkte zu diesem Thema sammeln (Beispielflyer, u.a.).

See you in a Square!

Anja für das Youth Team

