



Digitales Sportangebot - ein dauerhafter Begleiter

Der jungen Generation Verantwortung übertragen

Welches Ziel hatten Sie bei Ihrem Projekt?

Kontakt zu den Mitgliedern halten, Mitgliederbindung, auch in Zeiten sozialer Distanzierung Zugang zu Sport und gesunder Bewegung ermöglichen, neue Erfahrungen im Feld "Digitalisierung" sammeln

Bitte schildern Sie den Verlauf Ihres Projektes? / Wie haben Sie ihr Projekt umgesetzt?

Anfangen mit einfachen Mitteln (Videos auf YouTube, aufgenommen mit dem Smartphone) hat sich ein dynamischer Prozess entwickelt der mittlerweile in eine Kombination aus höherwertig produzierten "On-Demand-Sportstunden" auf unseren YouTube-Kanal und einem wöchentlichen Livesport-Programm über Zoom mündete. Dieser Prozess scheint nach wie vor nicht abgeschlossen. Durch Rückkopplung mit den Mitgliedern entstehen immer neue Ideen und Optimierungen. Die Projektumsetzung erfolgte in Zusammenarbeit zwischen Ehren- und Hauptamtlichen aller Altersgruppen.

Welche Probleme haben sich in der Umsetzung ergeben und wie konnten Sie diese lösen?

Erreichbarkeit der Generation 60+: Nicht final gelöst, jedoch durch Ansprache über traditionelle Medien, wie die Zeitung und persönliche Anrufe zumindest teilweise Zugang zum digitalen Angebot geschaffen. Darüber hinaus wird von Freiwilligendienstleistenden der Generation Z ein Technik-Service für zu Hause angeboten (Einrichtung Zoom-Zugang, Anmeldung zu unseren Kursen etc.)

Qualität der Videos: Wie oben bereits genannt zunächst mit sehr einfachen Mitteln begonnen. Dann dank des Förderantrages hochwertigere Technik angeschafft und die Zufriedenheit der Mitglieder erhöht bzw. gesichert. Die Feinfühligkeit der Menschen für Qualität im Digitalen ist in den vergangenen Jahren enorm gestiegen! Es werden - auch von gemeinnützigen, vorwiegend ehrenamtlich verwalteten Vereinen - gewisse Standards erwartet.

Welche Auswirkungen hat ihr Projekt für die zukünftige Vereinsarbeit?

Das digitale Sportangebot wird mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit ein dauerhafter Begleiter unseres Gesamtangebots werden. Sicherlich / hoffentlich irgendwann nicht mehr in dem Umfang wie momentan, aber punktuell macht es auch unabhängig von einer Pandemie und Kontaktbeschränkungen durchaus Sinn.

Wer war Ihre Zielgruppe und wie hat diese das Projekt aufgenommen?

Wir haben versucht alle Zielgruppen zu erschließen. Vom Kleinkind bis zum Rentner. Die Zielgruppe der jungen Erwachsenen bis Erwachsene bis ca. 60 Jahre nimmt das Projekt sehr gut an. Bei den Kindern wird es stetig mehr, jedoch bedingt durch das Homeschooling und möglicherweise nicht ausreichender Betreuungsmöglichkeit durch die Eltern, ist es hier schwierig das gesamte Potenzial auszuschöpfen. Teenager sind sehr gut zu erreichen und nehmen je nach Sportart das Angebot dankend an. Eine Herausforderung ist die Zielgruppe 60+, die zwar mittlerweile auch vertreten ist, insgesamt aber - auch mit Unterstützungsangeboten seitens des Vereins - immer noch skeptisch der Technik gegenüber ist.

Wir haben daher auch unsere gesamte Kommunikation des Vorstands und der Mitarbeiter (perspektivisch folgen noch die Abteilungsleiter und weitere ehrenamtlich engagierte Personen) auf die Plattform Microsoft Teams umgestellt und führen darüber nun auch sämtliche Sitzungen durch. Somit gibt es automatisch immer die Möglichkeit sich aus der Ferne an einer Sitzung teilzunehmen.

Welche Empfehlungen, Tipps und Tricks haben Sie für andere Engagierte?

Einen gewissen Standard in der Aufnahme und/oder Übertragung digitaler Sportangebote erfüllen. Bild- und Tonqualität entscheiden heutzutage maßgeblich über die Nutzung eines Angebots.

Kommunikation über alle Kanäle: Die Verbreitung der Informationen über die Neuen Medien (Homepage, Facebook, Instagram) ist nicht für alle Zielgruppen ausreichend. Insbesondere die Generation 60+ muss über den klassischen Weg (Presse, Telefon, Post) informiert werden.

Nutzung des in vielen Vereinen vorhandenen Fachwissens: evtl. gibt es IT-Spezialisten, Kommunikationsexperten o. ä. unter den Mitgliedern

Der jungen Generation Verantwortung übertragen: FSJ'/BFD'lern ein digitales Projekt übertragen.
Beispiel VfL Stade: Unser Freiwilligendienstleistender produziert 14-tägig virtuelle Sportstunden für die Grundschulen der Hansestadt Stade.

[zur Lotto-Sport-Stiftung](#)