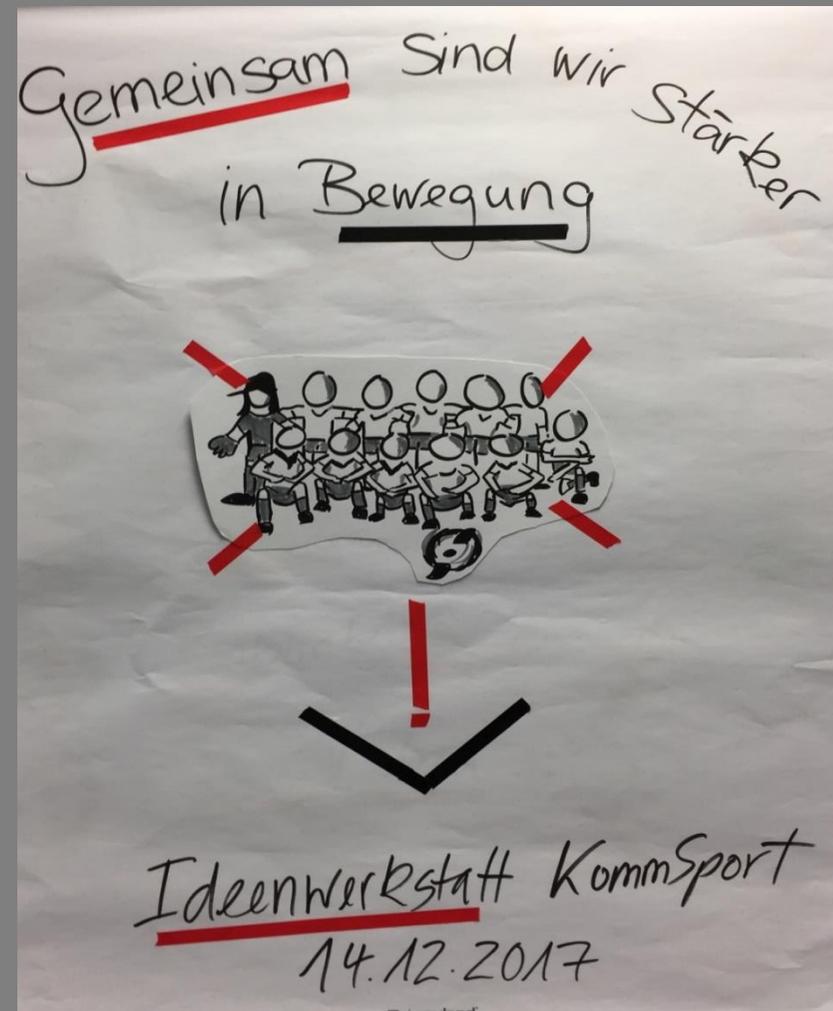


*dokumentation
workshop
„ideenwerkstatt
KommSport“,*

*lernende region,
am 14.12.2016 in köln*





*agenda +
best practice*

*muster-
kommune +
personas*

*ideen-
findung*

ergebnisse

wünsche

agenda + teilnehmer



Agendapunkt 1:

- ① Vorstellung der Referentin, Dipl.-Psych. Kathrin Fervers, Kommunikationsexpertin, Unternehmens-Beraterin + Bildungsberaterin
- ③ Klärung der Ziele des Workshops
- ④ Vorstellung des „Best Practice“ Beispiels Witten

Agendapunkt 2:

- ① Vorstellung der Musterkommune „Faulhausen“ für die spätere Ideenfindungsphase
- ② Vorstellung der „Personas“ - Protagonisten, die im Kontext von KommSport eine wichtige Rolle spielen und als Zielpersonen für die Öffentlichkeitsarbeit anzusprechen sind

Agendapunkt 3:

- ① Kreative Ideenfindung in Kleingruppen

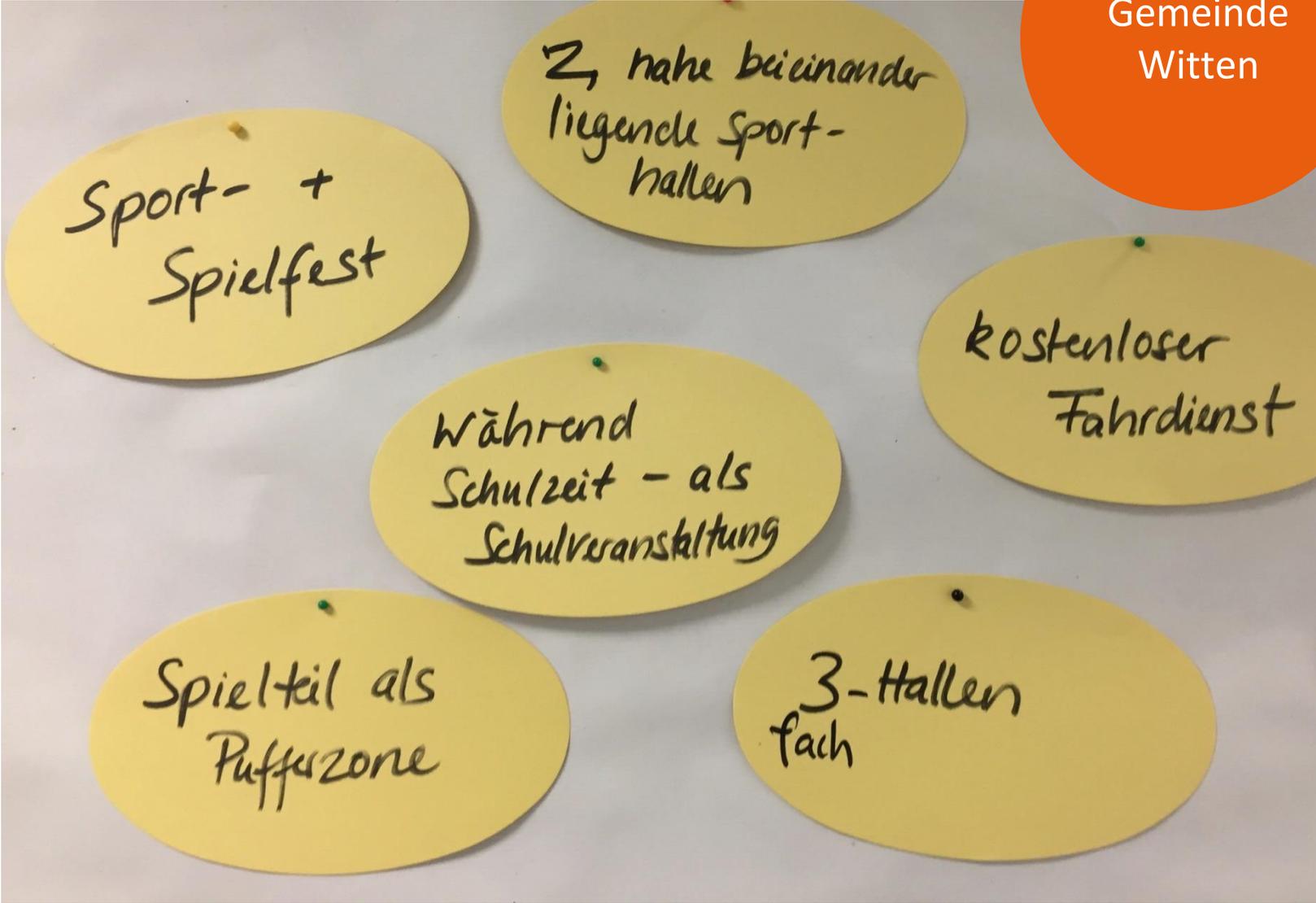
Agendapunkt 4:

- ① Vorstellung der Ergebnisse
- ② Jeder Teilnehmer sucht sich Inspirationen aus



best practice

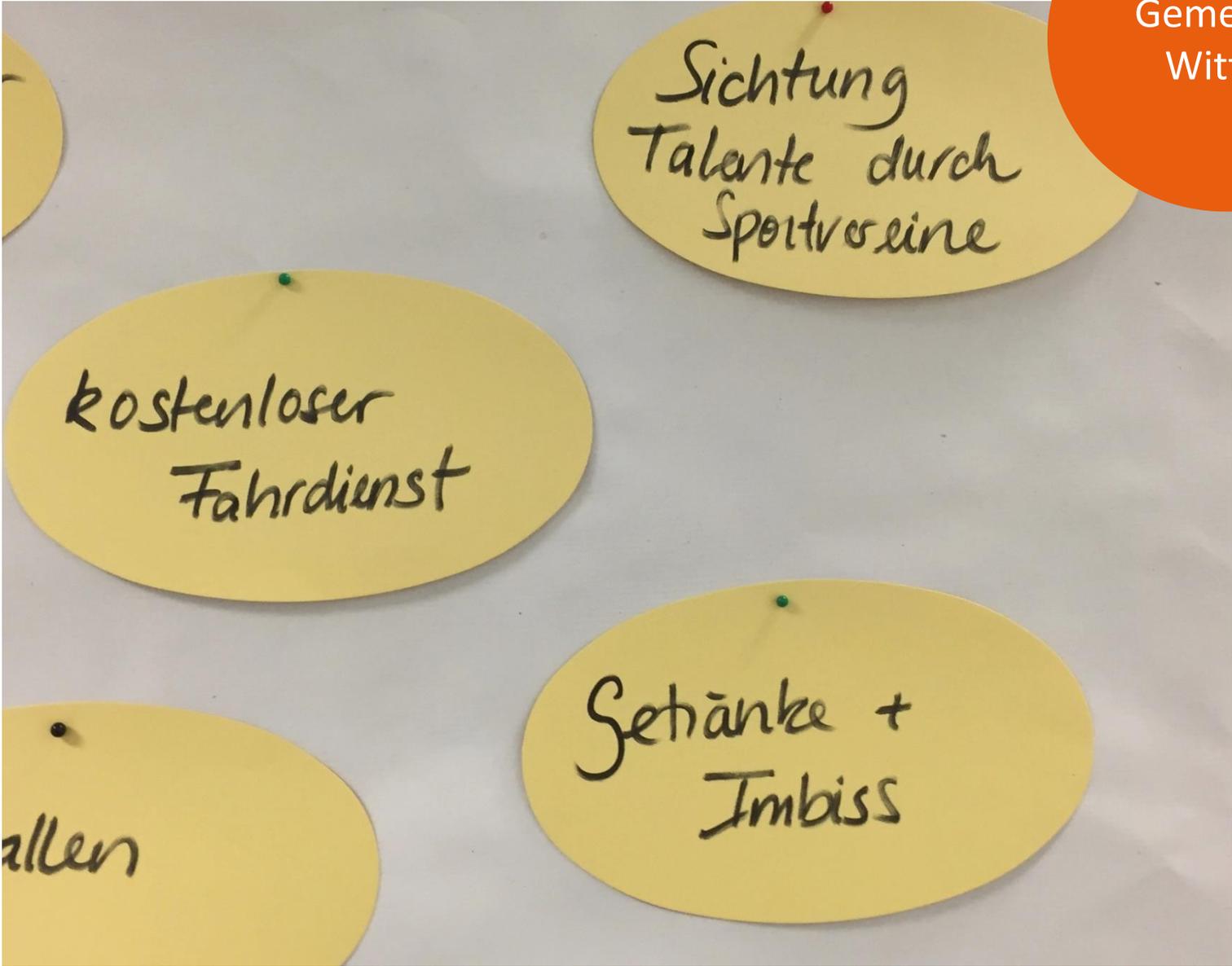
Gemeinde
Witten





best practice

Gemeinde
Witten



Sichtung
Talente durch
Sportvereine

kostenloser
Fahrdienst

Getränke +
Imbiss

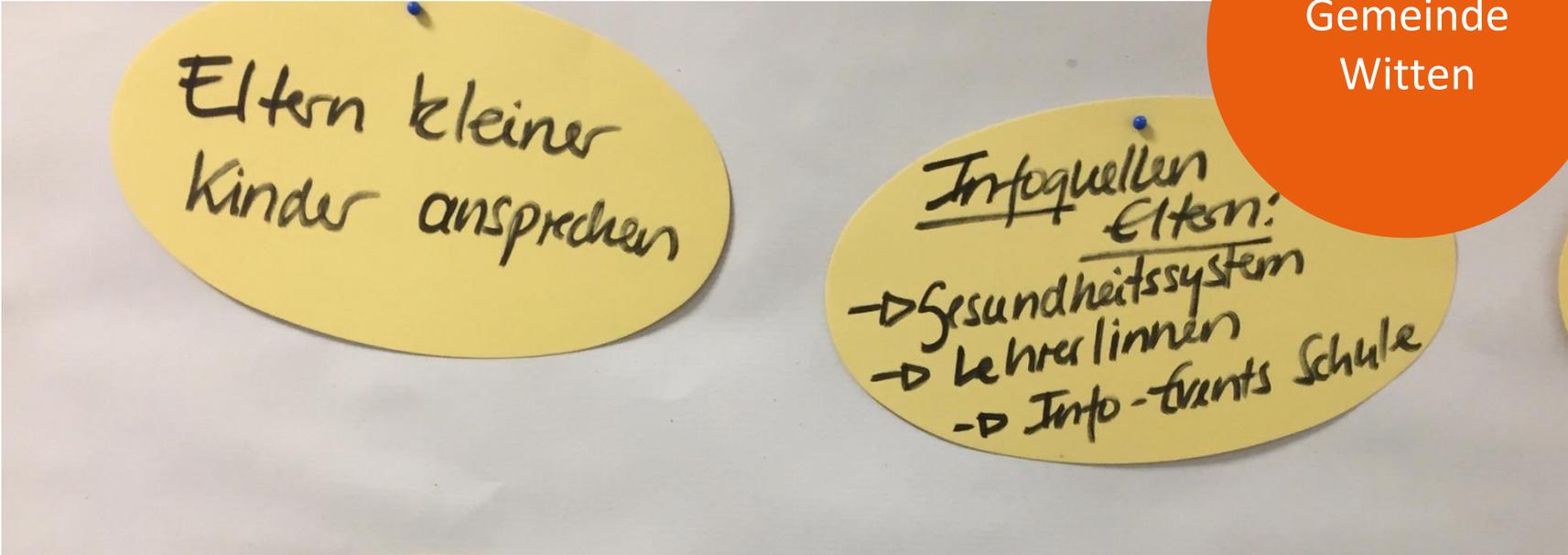
allen



best practice

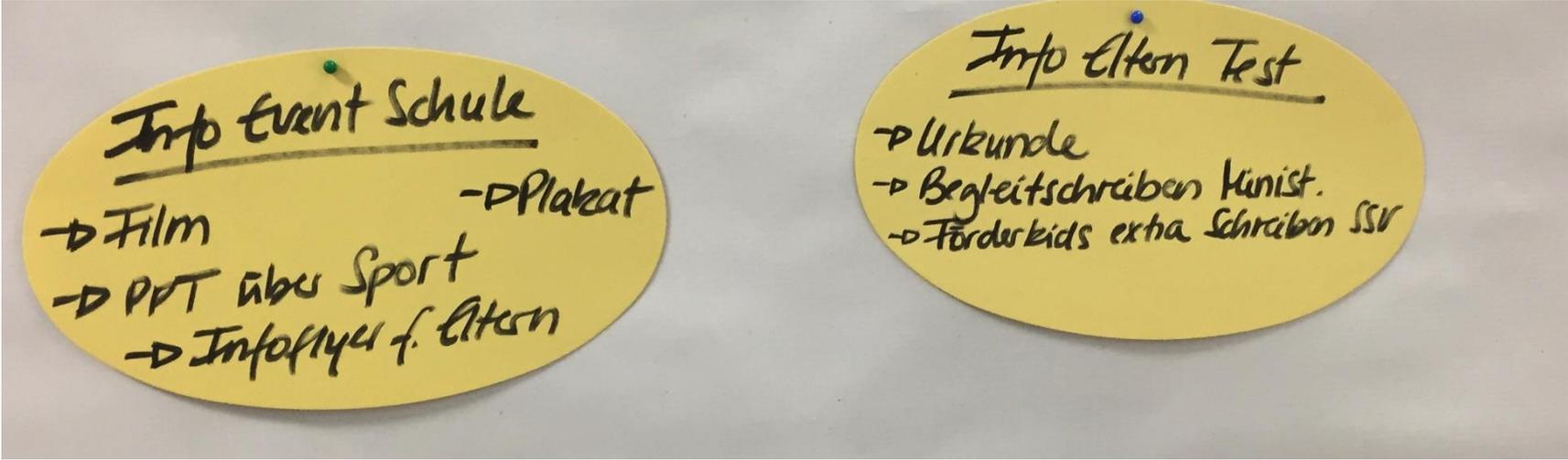


Gemeinde
Witten



Eltern kleiner
Kinder ansprechen

Infoquellen Eltern:
-▷ Gesundheitssystem
-▷ LehrerInnen
-▷ Info-Events Schule



Info event Schule
-▷ Film
-▷ PPT über Sport
-▷ Infoflyer f. Eltern
-▷ Plakat

Info Eltern Test
-▷ Urkunde
-▷ Begleitschreiben Kunst.
-▷ Förderkids extra Schreiben SSV



best practice

Multiplikatoren
→ Kitas
→ Ärzte
→ Jugendeinrichtungen
⇒ Broschüre
Flyer

Frühensibilisierung
→ Geburtsklinik
→ Infobroschüre
zu Geburt

→ Kitas: Minisport-
Abzeichen
→ Familiensportfest

→ Schwimmunterricht
mit zus. Fachkraft
→ Intensiv-Schwimmen
i.d. Ferien

Gemeinde
Witten

-▷ Sport vor der
Schule 4 Tage/
Woche
Koop mit 2 SV

-▷ Sport Karussell
in OGS Zeit v. SV
-▷ Sportgutscheine v.
SV

Gemeinde
Witten

Zusätzliche
Angebote
-▷ 1x/Woche zusätzl. Sport
für Förderkids

best practice



Märkisches Berufskolleg
des Kreises Unna
Berufliches Gymnasium / Schulen für Sozial- und
Gesundheitswesen & Ernährung und Hauswirtschaft

Die Fachschule für Motopädie des MBK ist aktiver Partner des
KommSport-Projekts
des Landesministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur
und Sport NRW und des Landessportbundes NRW

Eine Initiative zur kommunalen Förderung von Bewegung, Sport und Spiel

ZIELSETZUNG:

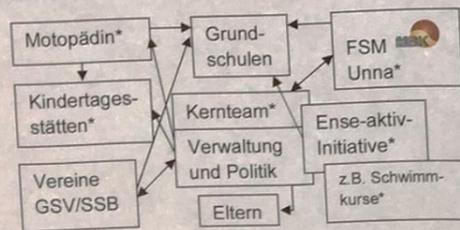
Förderung von Bewegung, Sport und Spiel als
kommunale Aufgabe in den 33 teilnehmenden
Städten und Gemeinden.

Ziel ist es, allen Kindern und Jugendlichen der
Kommunen ein passgenaues, auf die individu-
ellen Bedürfnisse zugeschnittenes Sport- und
Bewegungsangebot zu bieten.

Im Mittelpunkt steht die individuelle und ganz-
heitliche Förderung, so dass sowohl talentierte
als auch Kinder mit Förderbedarf erreicht werden.

In den Jahren 2014 – 2017 werden die beteiligten
Kommunen darin unterstützt, gemeinsam mit
Schulen, Vereinen und Fachkräften Vorausset-
zungen und Strukturen zu schaffen, die die bewege-
te Förderung als kommunale Interventionsaufgabe
nachhaltig verankern.

Netzwerk der Beteiligten (in Ense*)



Teilnehmende Kommunen:

- Aachen
- Bielefeld
- Bottrop
- Detmold
- Dormagen
- Dortmund
- Düsseldorf
- Ense 
- Gescher
- Gladbeck
- Hamm
- Herten
- Hilden
- Iserlohn
- Jülich
- Kamp-Lintfort
- Köln
- Krefeld
- Lage
- Leverkusen
- Minden
- Mülheim a. d. Ruhr
- Münster
- Oberhausen
- Paderborn
- Ratingen
- Recklinghausen
- Selm
- Solingen
- Unna 
- Viersen
- Winterberg
- Witten

Plakat über
das Projekt
mit Liste der
Kommunen



best practice

Plakat für
Messe,
Veran-
staltung

Mülheimer Sport

Grundschulen machen Sport

GRUNDSCHULEN

MACHEN

SPORT

- **KommSport:** Karoline Kügler, karoline.kuogler@msb-mh.de, 0208 / 308 50 37
- **Schwimmcamps und Flotte Flosse:** Annette Michels, annette.michels@msb-mh.de, 0208 / 308 50 21
- **QGS-Sportangebote und Schulschach:** Nicole Ritter, nicole.ritter@msb-mh.de, 0208 / 308 20 48
- **Koordination der Sportforen:** Johannes Michels, johannes.michels@muehlheim-ruhr.de, 0208 / 455 5203
- **TrendSport:** Jonas Höhmann, jonas.hoehmann@muehlheim-ruhr.de, 0208 / 455 5216
- **Sportgutscheine und Sport vor Ort:** Nicole Nussbicker, nicole.nussbicker@msb-mh.de, 0208 / 308 50 44

• **Beratung der Schulen:** Karoline Kügler, Johannes Michels und Nicole Nussbicker

MULHEIMER SPORTFUND

Sport vor Ort

TrendSport

MULHEIMER SPORTSERVICE

Sportmotorischer Test für Mülheimer Schulkinder

KommSport

KommSport

Die Testungen finden jährlich in den zweiten Schulklassen statt. Im vierten Schuljahr findet ein Re-Check statt, der die motorische Entwicklung anreizen soll. Der Test überprüft mittels acht altersgerechter Übungen die fünf sportmotorischen Grundfähigkeiten Schnelligkeit, Koordination, Kraft, Ausdauer und Beweglichkeit.

Schule

DGS Sport

Zur Zeit betreut der Mülheimer Sportbund 56 Sportangebote 70 Grundschulen. Im Vordergrund steht allgemeine Bewegung.

Sport und Spiel, aber auch spezielle Sportangebote, wie u. a. Fußball, Badminton, Hockey oder Kampfsport.

Sport vor Ort

Findet an Mülheimer Grundschulen zusätzlich zum Schulsport statt. Die Angebote finden unter der Woche nach 16 Uhr oder samstags statt.

Flotte Flosse

alle Grundschulen in Mülheim werden durch qualifizierte Übungsleiter im Schwimmunterricht tatkräftig unterstützt. Diese kümmern sich speziell um die Nichtschwimmer.

Schulschwachprojekt

Seit einigen Jahren wird den Mülheimer Schül/lerinnen durch das Projekt „Schulschwach“ schon in der Grundschule das Schwachsportarten systematisch beigebracht.

Stadtweit

Sportaktionstage

Die Tage werden zentral für mehrere Schulen durchgeführt, dadurch können möglichst viele Kinder von den Angeboten profitieren.

Tag der Talente

Damit auch die sportlichen Schüler von der Testung profitieren, wird einmal im Jahr ein Tag der Talente durchgeführt.

Aktionswochen

An unterschiedlichsten Stationen dürfen die Kinder in Styrum und Heiden vielfältige Sportangebote ausprobieren.

Sportforum

Bei den Treffen sind Vertreter aller Institutionen des Stadtteils anwesend die mit Sport zu tun haben (Schulen, Vereine, Kitas, Jugendzentren).

TrendSport

Das Programm zielt darauf ab, Sport- und Freizeitmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche in Mülheim zu verbessern und dadurch das Sporttreiben junger Menschen zu fördern.

Der Test

- 20-Meter Sprint
- rückwärts balancieren
- seitliches Hin- und Herspringen
- Rumpfliefbewe
- Liegestütz
- Sit-up
- Standweitsprung
- 8-Minuten-Lauf

- Zusätzlich werden Körpergewicht, Körperlänge und Body-Mass-Index (BMI) der Kinder ermittelt.
- Zwecks optimaler individueller Förderung der Kinder werden zusätzlich folgende Informationen erhoben:
 - Schwimmfähigkeit/Schwimmabzeichenabfrage
 - Migrationshintergrund
 - Mitgliedschaft in einem Sportverein
 - Körperliche Beeinträchtigungen im Sinne der Inklusion

Zielsetzungen

Das KommSport Team hat es sich zum Ziel gesetzt, alle Kinder in Mülheim zu testen und keine Kinder außen vor zu lassen!

Die Mülheimer Kinder individuell zu fördern:

- Bewegungsförderung
- Sportförderung
- Talentförderung

Kinder und Eltern

Sportgutscheine

Ein Jahr kostenlose Mitgliedschaft im Verein: Alle Grundschul Kinder haben die Möglichkeit, einen Gutschein für eine kostenlose Mitgliedschaft in einem Sportverein zu bekommen.

Schwimmcamps in den Oster- und Herbstferien

Im Rahmen von Schwimmcamps können Mülheimer Grundschul Kinder an einem zusätzlichen Schwimmkurs teilnehmen.

Sportangebote und Freizeitsportorte finden

- <https://geo.muelheim-ruhr.de/sportorte>
- <https://geo.muelheim-ruhr.de/vereine/angebote/sport>

Kontakt

- KommSport:** Karoline Kügler, karoline.kuegler@msb-mh.de, 0208 / 308 50 37
- Schwimmcamps und Flotte Flosse:** Annette Michels, annette.michels@msb-mh.de, 0208 / 308 50 21
- DGS-Sportangebote und Schulschwach:** Nicole Ritter, nicole.ritter@msb-mh.de, 0208 / 308 20 48
- Koordination der Sportforen:** Johannes Michels, johannes.michels@muelheim-ruhr.de, 0208 / 455 5203
- TrendSport:** Jonas Wöhmann, jonas.hoehmann@muelheim-ruhr.de, 0208 / 455 5216
- Sportgutscheine und Sport vor Ort:** Nicole Nussbicker, nicole.nussbicker@msb-mh.de, 0208 / 308 50 44

Beratung der Schulen: Karoline Kügler, Johannes Mich und Nicole Nussbicker

Plakat zum Test

best practice



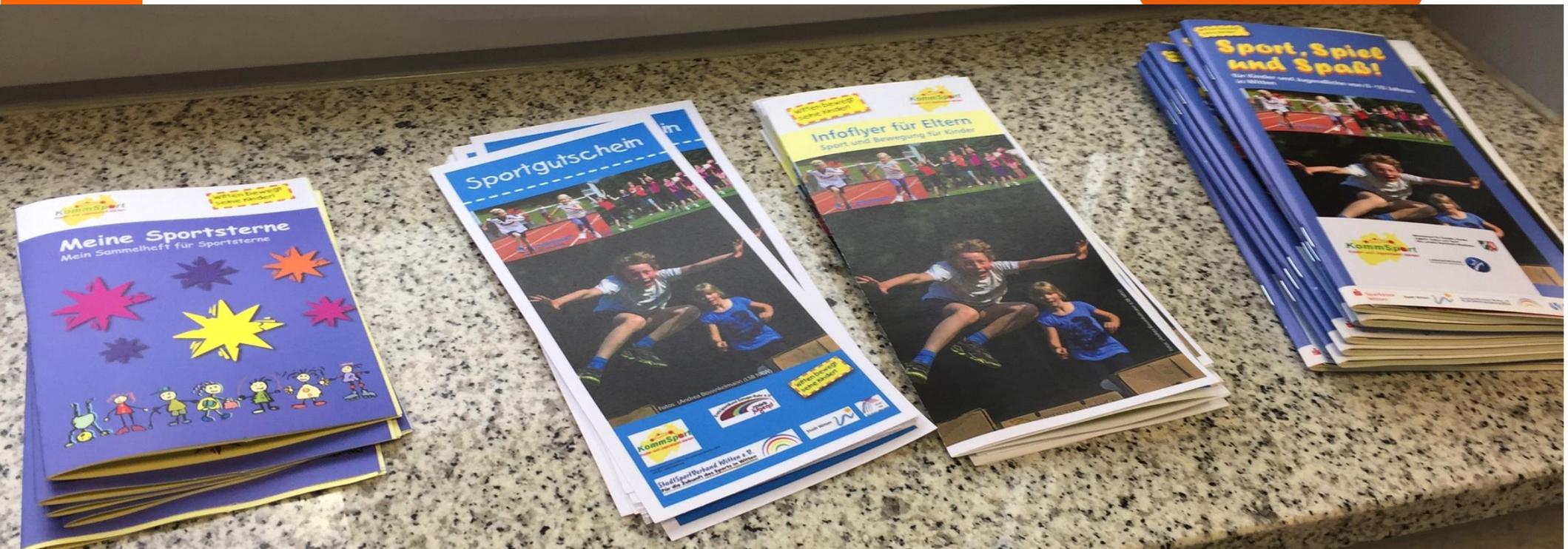
best practice

Broschüre
und Flyer
Ministerium



Kommen praktisch nicht zum Einsatz > zu allgemein/abstrakt, zu komplex für die Zielgruppe aufbereitet

Material Witten



Neue Besonderheit: Heft für Kinder, wo sie „Sportsterne“ sammeln können durch Teilnahme an KommSport



best practice

Material
Mülheim
a.d. Ruhr



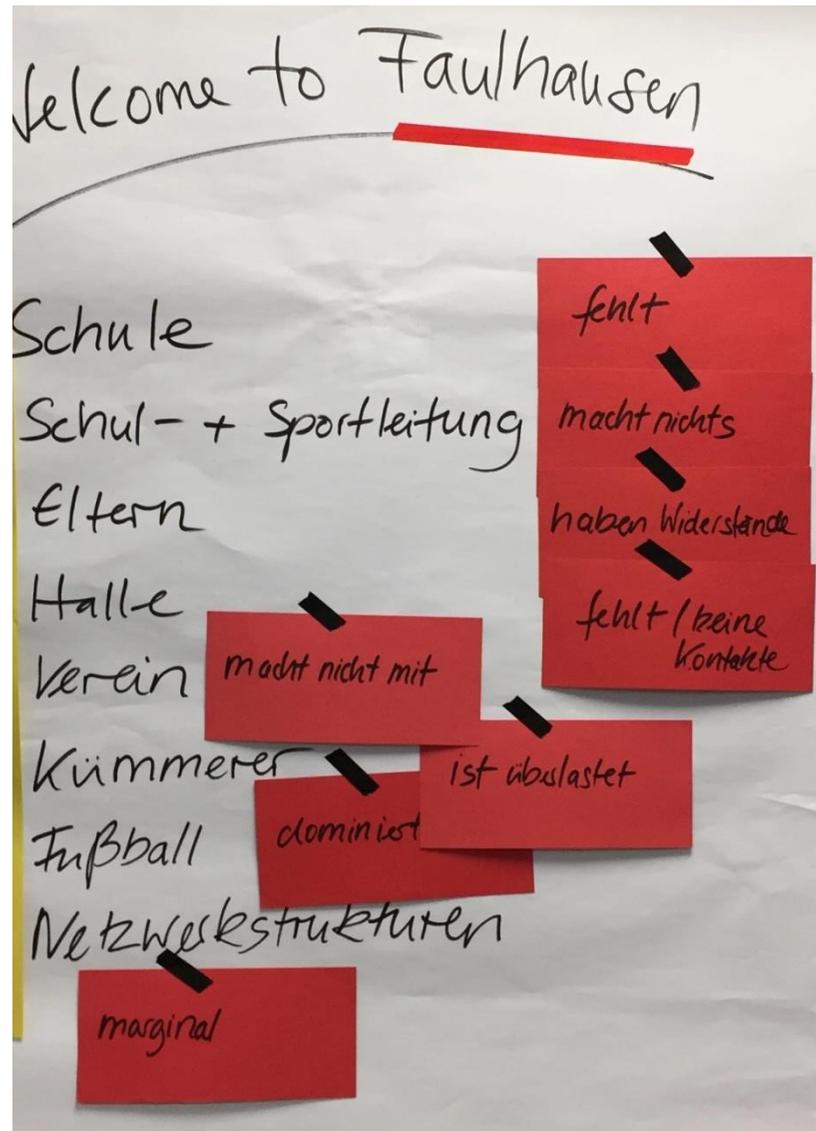
Besonderheit Mülheim: Postkarten mit verschiedenen Motiven und Service-Inhalten zum Verteilen, Auslegen etc.

best practice

Material
Mülheim
a.d. Ruhr



*musterkommune +
personas*

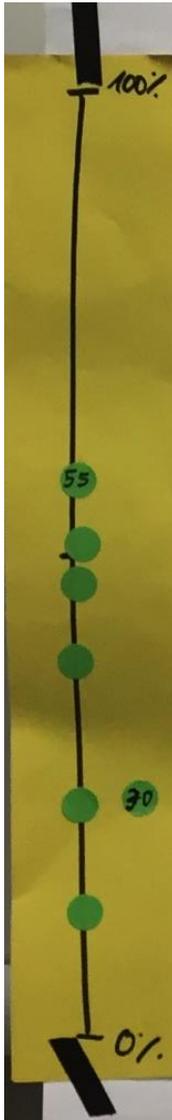


Charakteristika von „Faulhausen“:

- ① Eine kooperierende Schule fehlt
- ② Die Schul- und Sportleitung engagiert sich nicht für KommSport
- ③ Die Eltern haben Widerstände gegen den Test
- ④ Es fehlt eine Halle bzw. Kontakte zu Hallenbetreibern/-möglichkeiten
- ⑤ Der Sportverein macht nicht mit
- ⑥ Der/die Kümmer*in ist überlastet
- ⑦ Der örtliche Fußballverein dominiert das Sportgeschehen
- ⑧ Die Netzwerkstrukturen von Ämtern, Schule und Sport ist marginal



muster
kommune



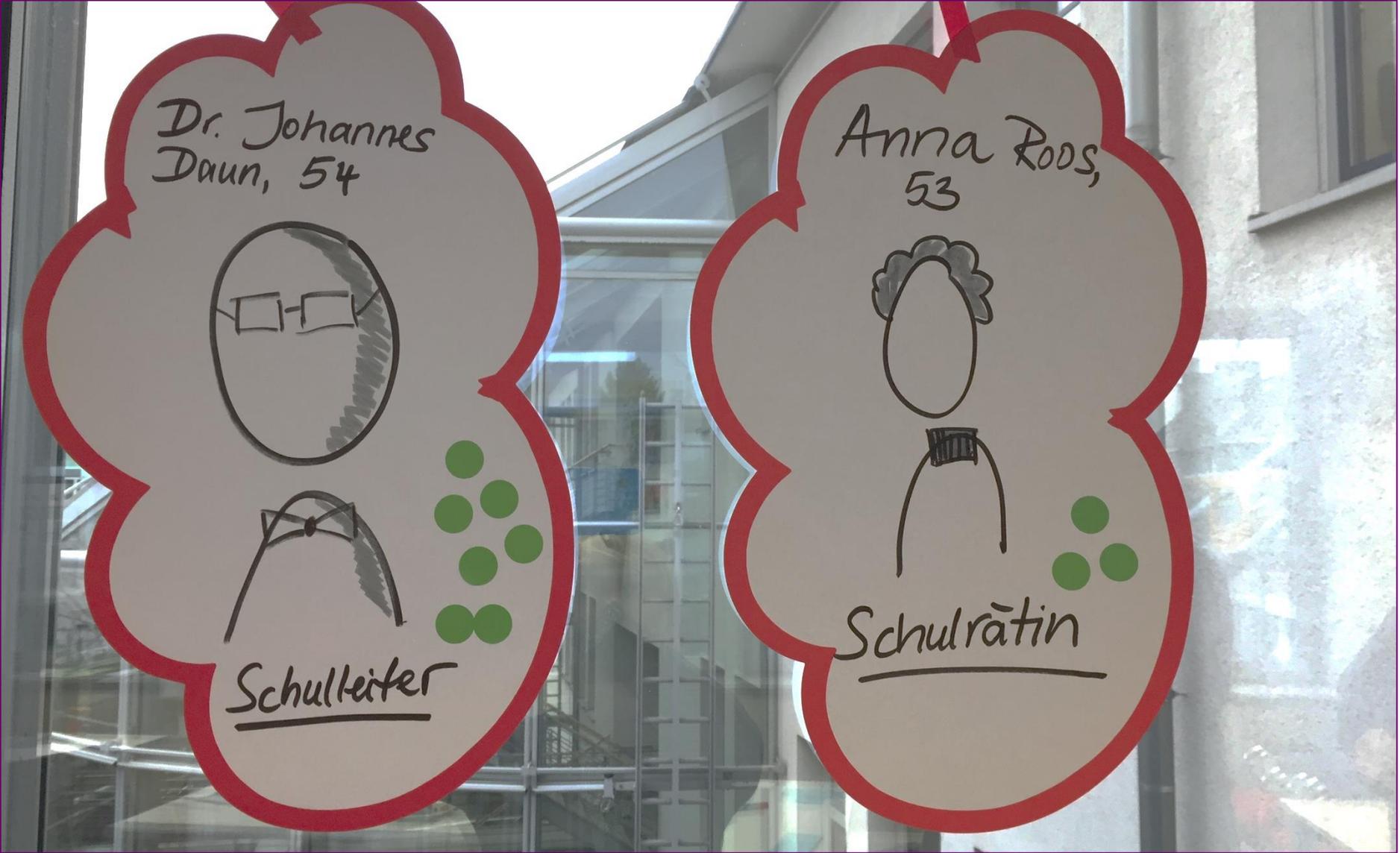
Skalenfrage an die Teilnehmer*innen der Ideenwerkstatt:

- ① Wie sehr ähnelt Ihre Kommune „Faulhausen“?
- ② Einordnung der Antwort per Klebepunkt: 0 = gar nicht, 100 = absolut

Nun haben die Teilnehmer*innen eine Vorstellung von dem Arbeitsfeld, in dem sie sich mit der Ideenfindung bewegen - wer Witten ähnelt, ist schon weit und hat schon viele Ideen auf fruchtbarem Boden umgesetzt, kann sich gleichzeitig Inspirationen aus diesem Best Practice Beispiel heranziehen. Wer Faulhausen gleicht, weiß, warum Ideen aus Witten ggf. in seiner/ihrer Kommune nicht funktionieren, kennt dann aber auch die Punkte, an denen als erstes angesetzt werden und wer als erstes überzeugt werden muss.



personas



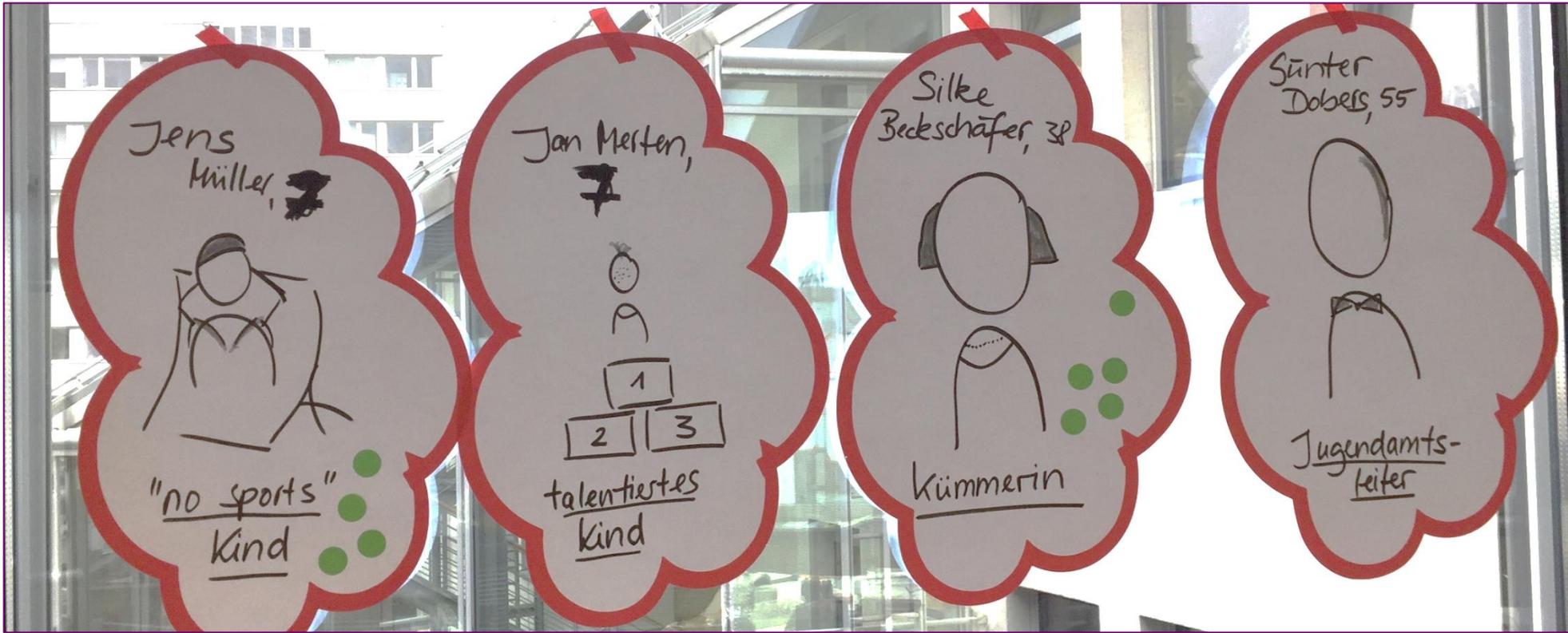


personas



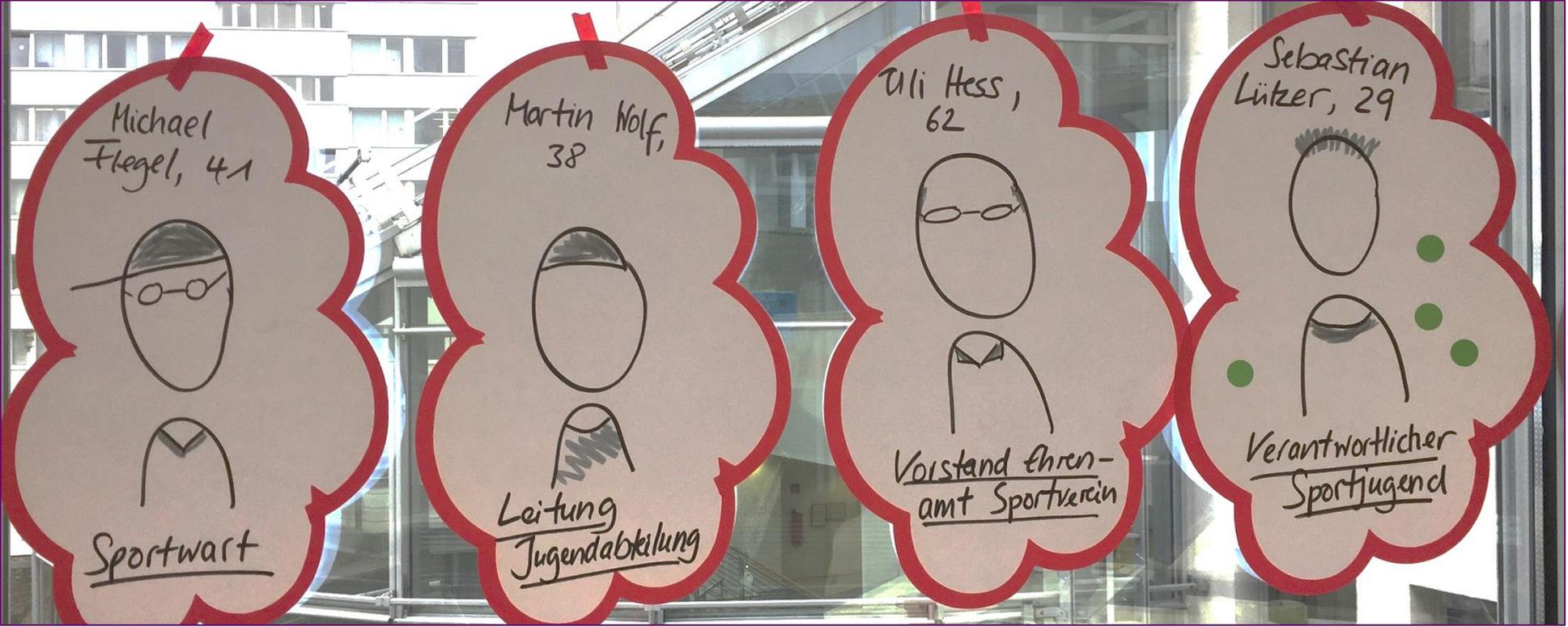


personas





personas





personas



Teilnehmerfrage:

- ① Wer aus allen Personas muss auf jeden Fall überzeugt werden/mit im Boot sein?
- ② Antwort per Klebepunkt

Die ausgewählten Personas sind die Zielgruppe für die Kommunikation, Überzeugungsarbeit, Öffentlichkeitsarbeit

ideenfindung



gruppe 1

Gruppe „Orange“:
Wer kann wie überzeugt
werden?





gruppe 2

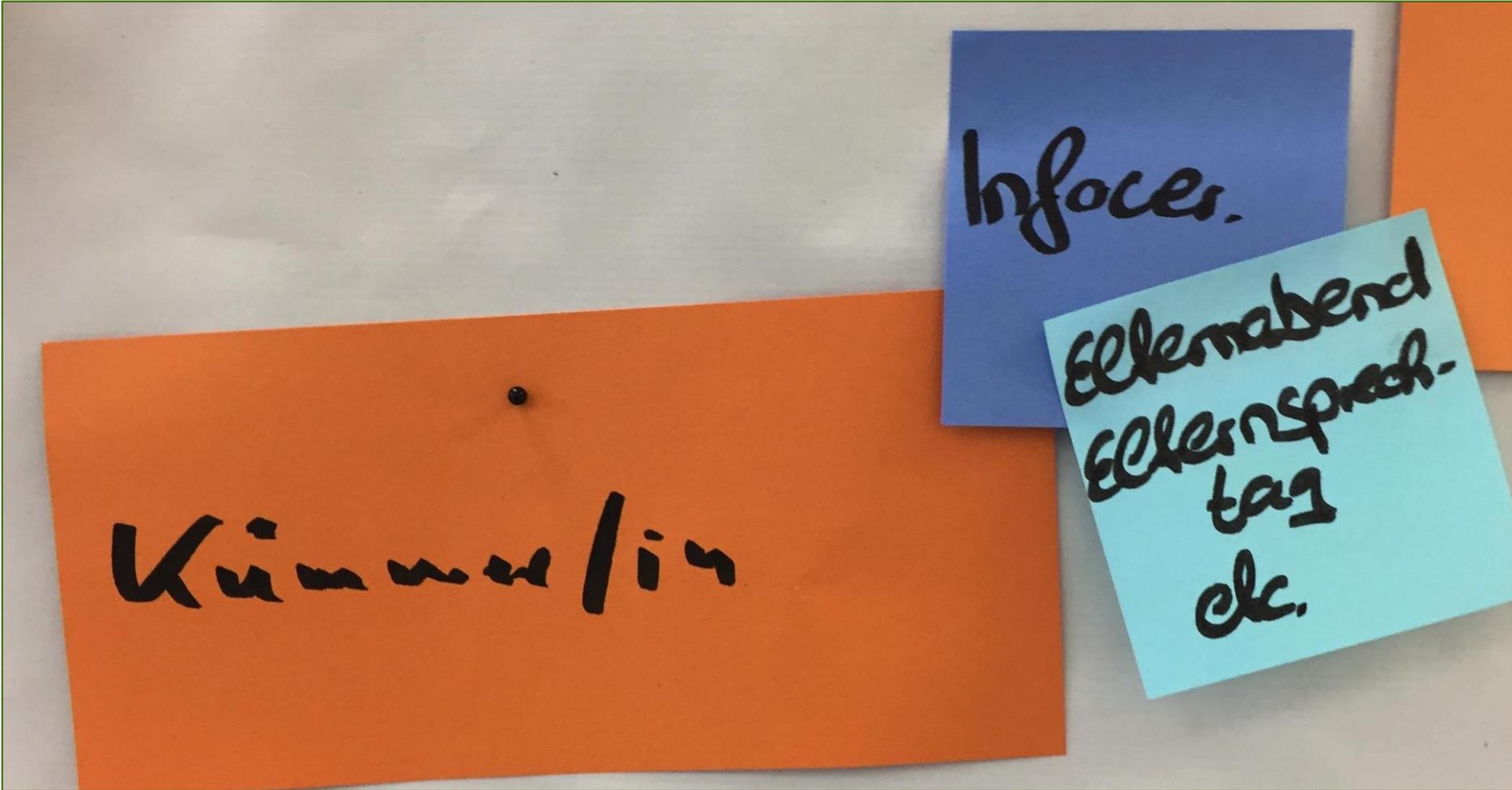
Gruppe „Blau“:
Nutzenargumentation + Ideen
für die Umsetzung/Medien



ergebnisse



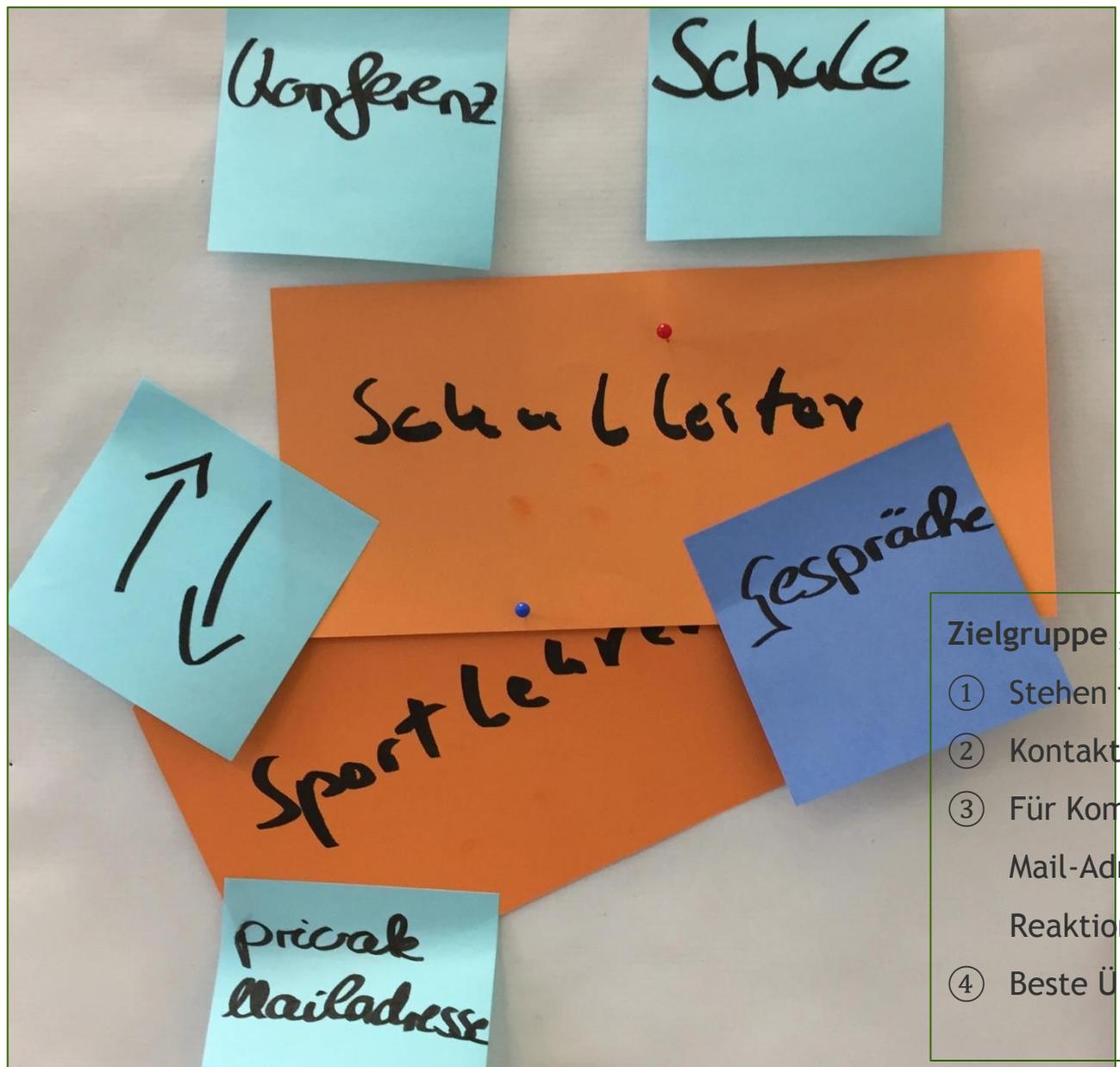
gruppe 1



Der/die Kümmerer*in steht im Zentrum der Kommunikation aller Bezugsgruppen und kommuniziert auch mit allen über unterschiedliche Kanäle.



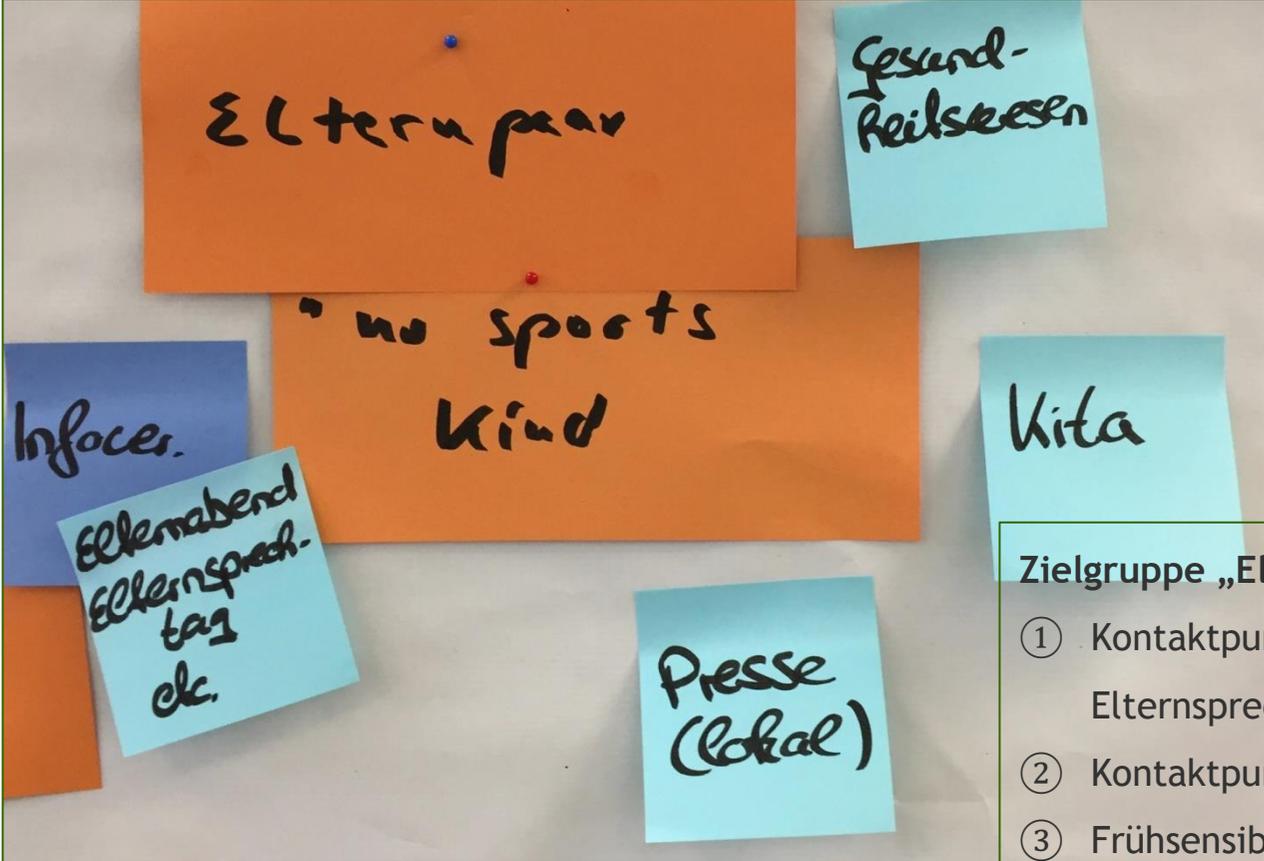
gruppe 1



- Zielgruppe „Schulleiter/Sportlehrer“:
- ① Stehen im Austausch, Wechselwirkung
 - ② Kontaktpunkte: Konferenz, Schule
 - ③ Für Kommunikation hilfreich: private E-Mail-Adresse besorgen > schnellere Reaktionszeit
 - ④ Beste Überzeugungssituation: Gespräche



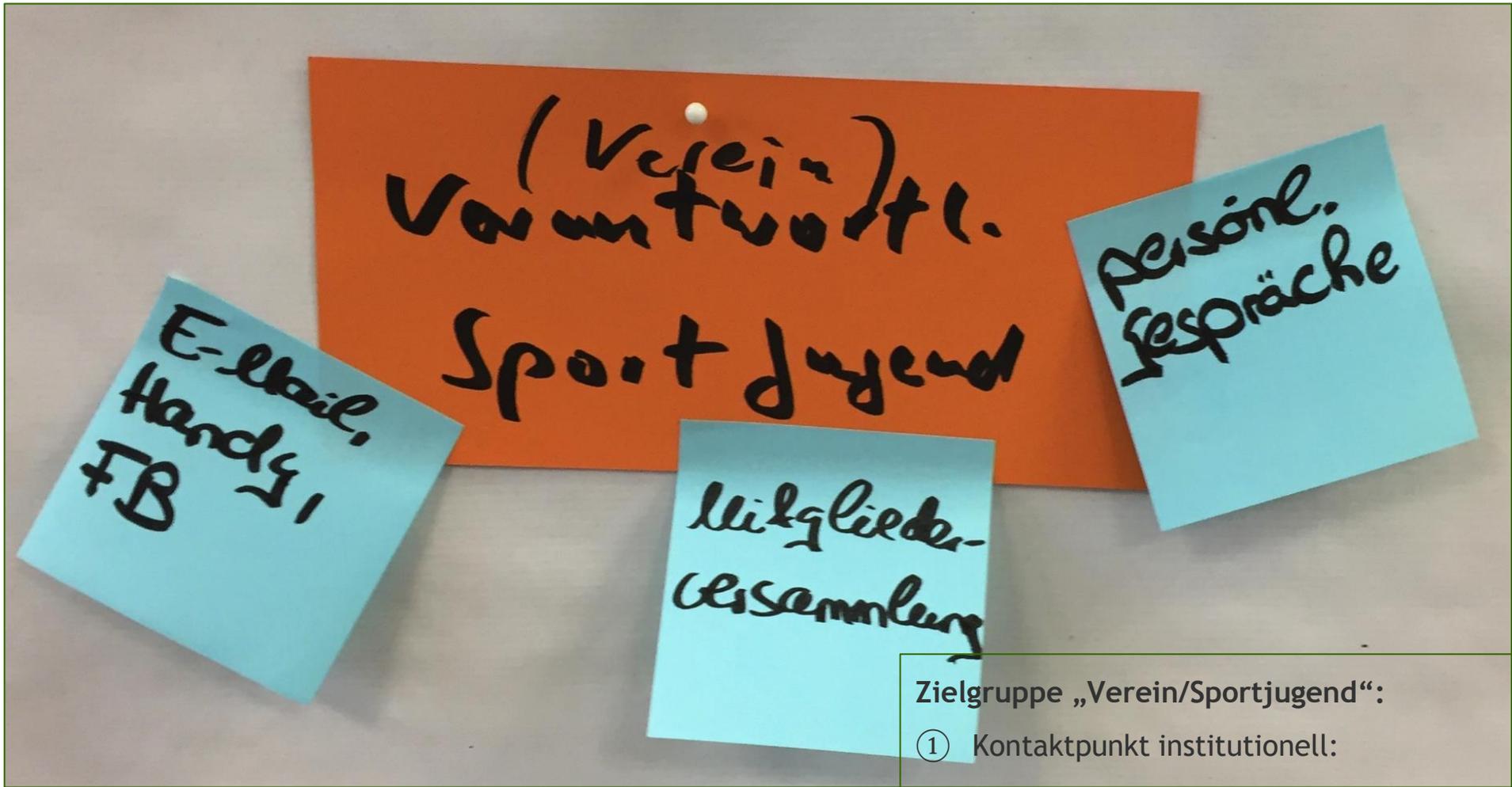
gruppe 1



- Zielgruppe „Eltern/No Sports Kind“:
- ① Kontaktpunkte persönlich: Elternabend, Elternsprechtag
 - ② Kontaktpunkt institutionell: Gesundheitswesen
 - ③ Frühsensibilisierung: Kita
 - ④ Veranstaltungen auch an die Presse geben und durch persönliche Erfolgsgeschichten für Veröffentlichungen sorgen



gruppe 1

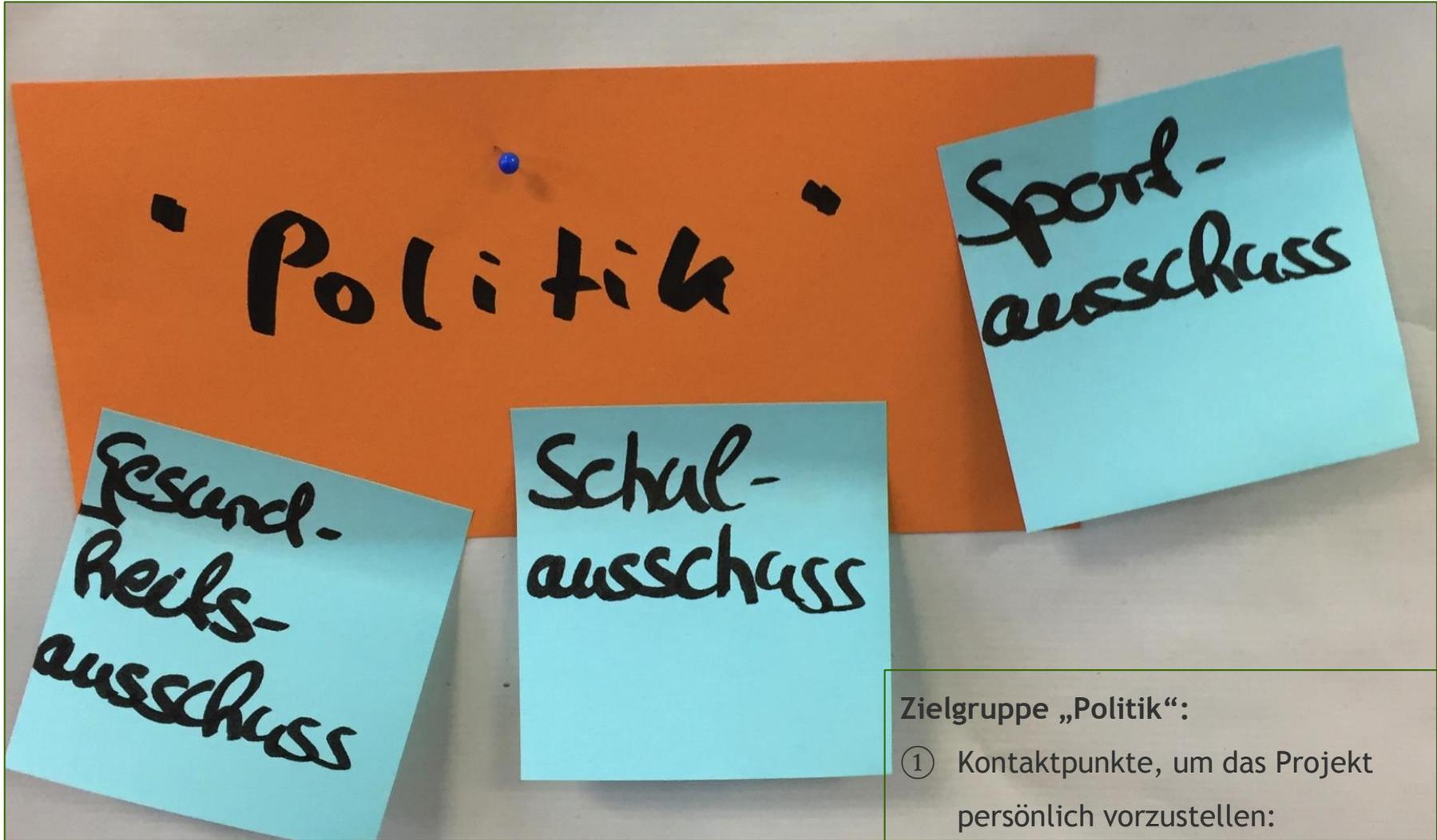


Zielgruppe „Verein/Sportjugend“:

- ① Kontaktpunkt institutionell:
Mitgliederversammlung
- ② Kontaktpunkte persönlich: E-Mail,
Handy, Facebook, Gespräche



gruppe 1



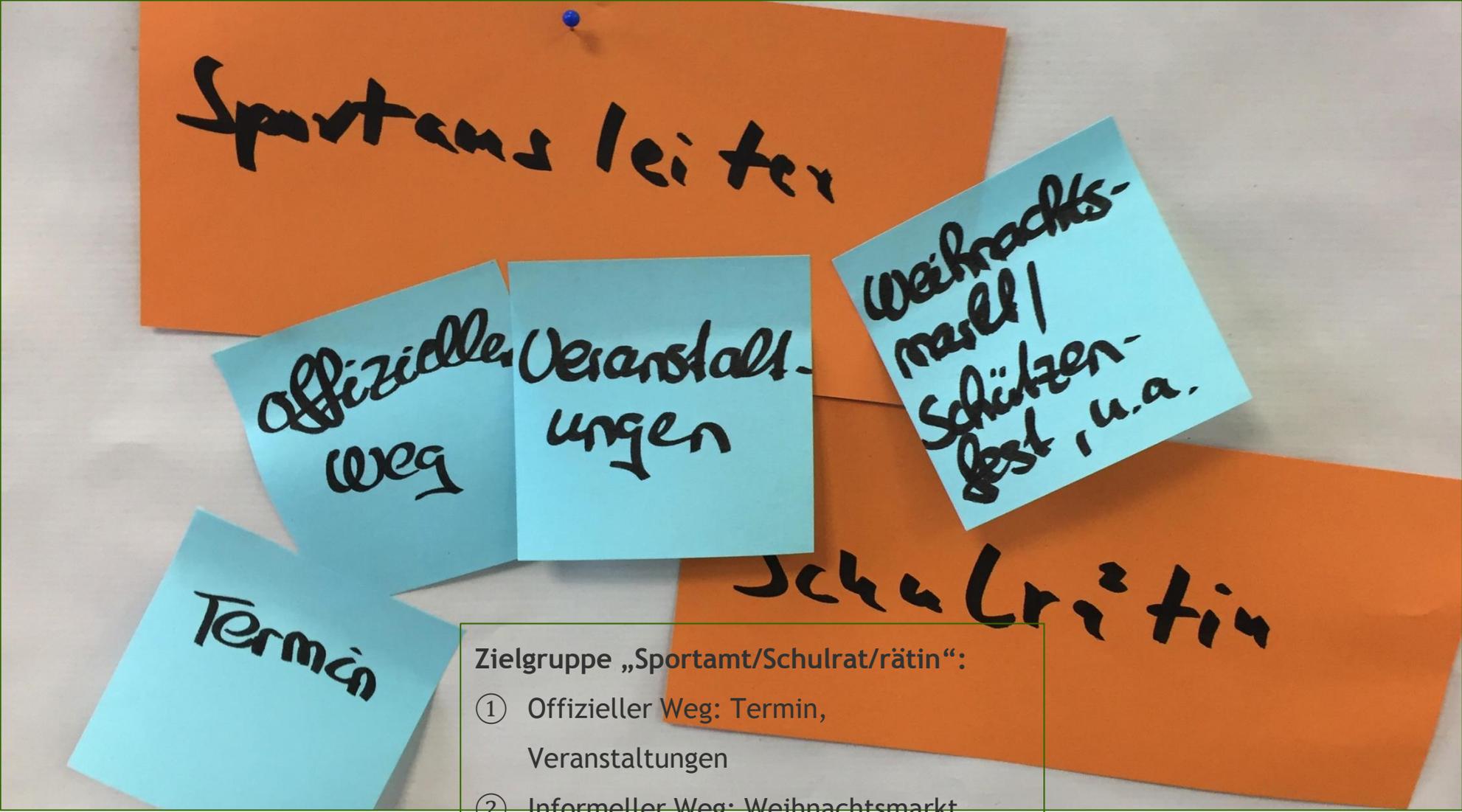
Zielgruppe „Politik“:

- ① Kontaktpunkte, um das Projekt persönlich vorzustellen:

Gesundheitsausschuss, Schulausschuss, Sportausschuss



gruppe 1



Zielgruppe „Sportamt/Schulrat/rätin“:

- ① Offizieller Weg: Termin, Veranstaltungen
- ② Informeller Weg: Weihnachtsmarkt, Schützenfest etc. (einfach ansprechen!)



gruppe 1

TOP in
Gemeinde / Stadtrat
Schirmherrschaft
Patent
- erfolgreiche Sportler
- Justin Bieber

Ideenfindung für neue Ansätze für mehr Öffentlichkeit:

- ① Agendapunkt im Stadtrat werden
- ② Schirmherrn finden
- ③ Paten finden: erfolgreiche Sportler, VIPs, Stars



gruppe 1

Amtsärzte
Kinderärzte

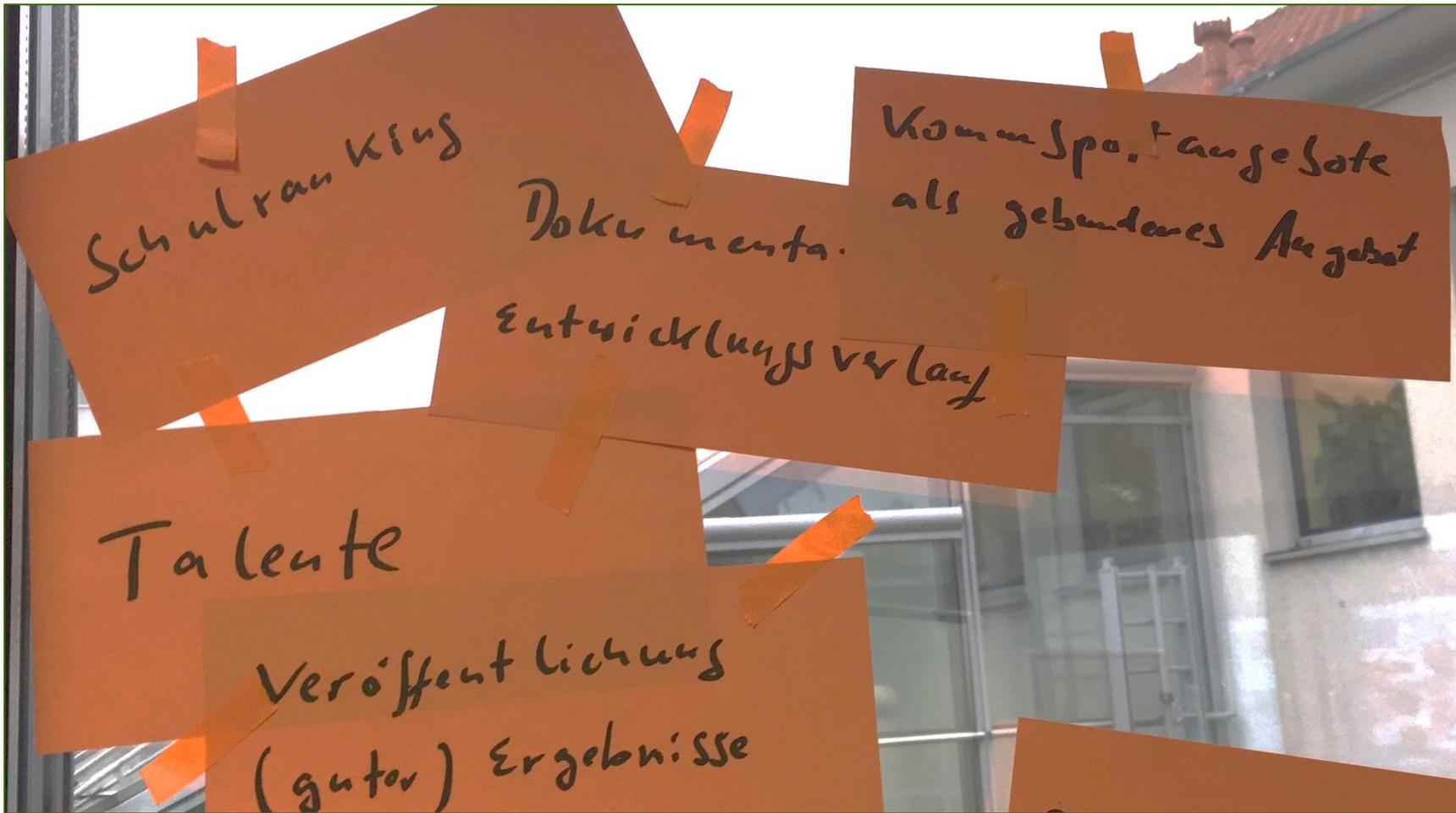
Ideenfindung für neue Ansätze für mehr
Öffentlichkeit:

- ① Ärzte > Mütter erreichen





gruppe 1

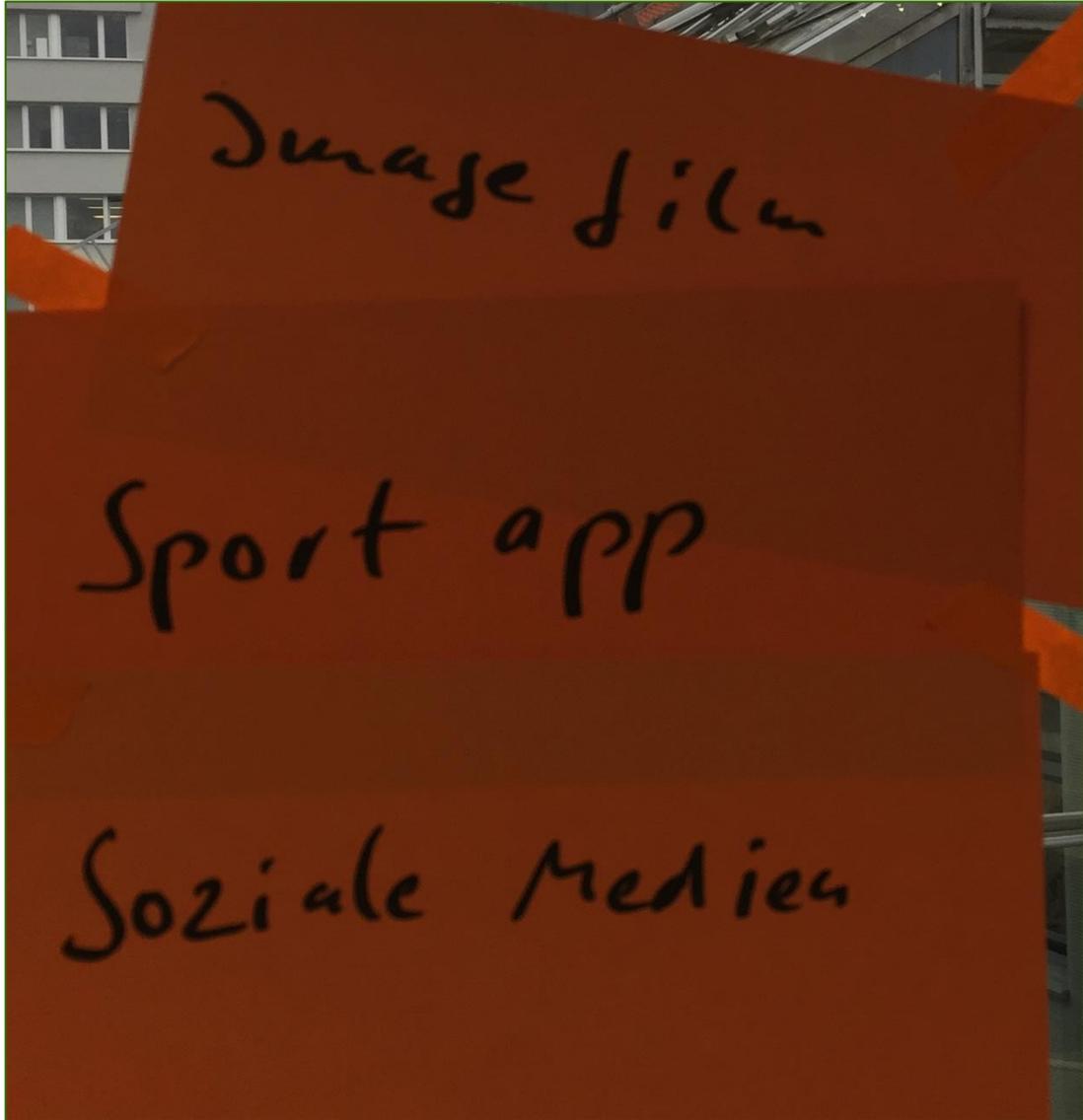


Ideenfindung für neue Ansätze für mehr Öffentlichkeit:

- ① Schulranking aufstellen
- ② Doku Entwicklungsverlauf einzelner Erfolgsgeschichten
- ③ KommSportangebote als gebundenes Angebot
- ④ Talente > Veröffentlichung guter Ergebnisse



gruppe 1



Ideenfindung für neue Ansätze für mehr

Öffentlichkeit:

- ① Imagefilm zu KommSport
- ② Sport App
- ③ Soziale Medien



Sponsor

Preise

T-shirts,
Caps

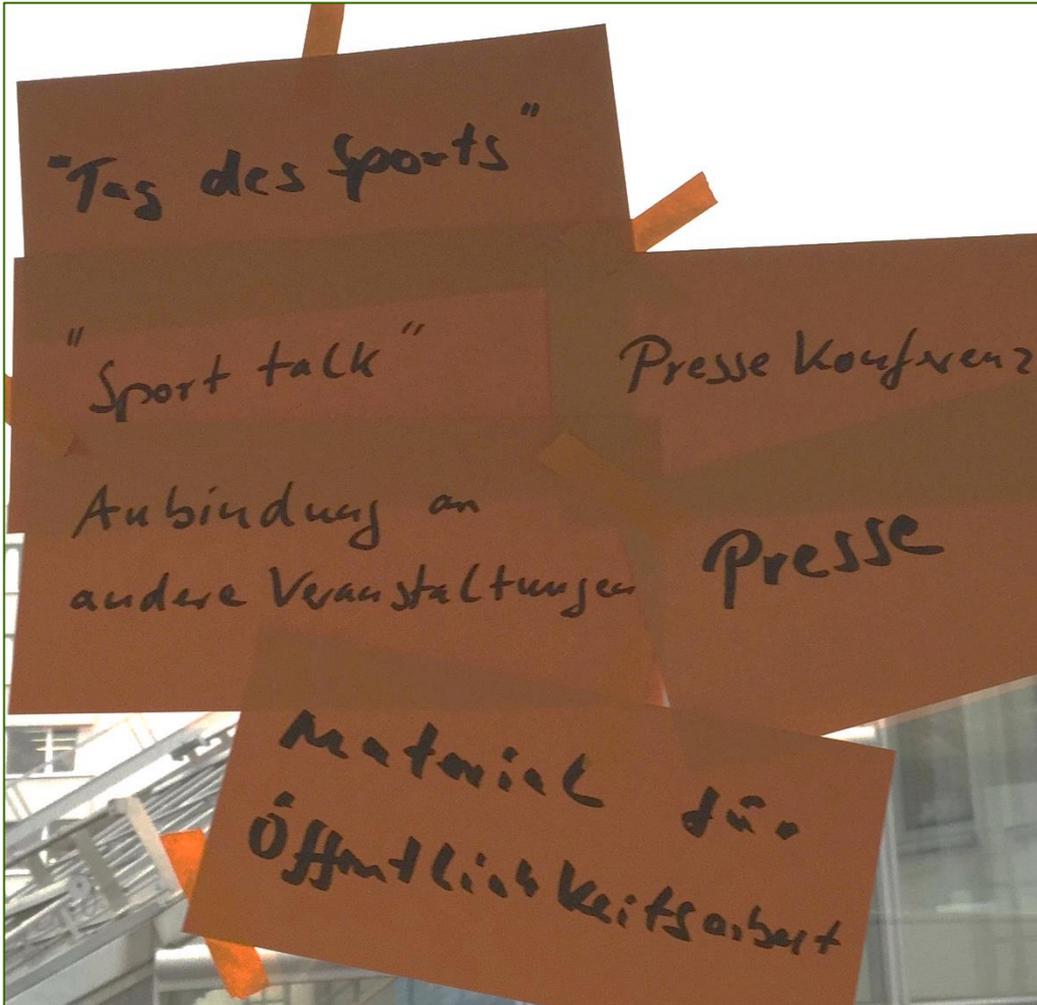
'Give aways'

Ideenfindung für neue Ansätze für mehr
Öffentlichkeit:

- ① Sponsor finden aus der Wirtschaft
- ② Preise ausloben
- ③ T-Shirts, Caps, Give aways als
Identifikation und Aufmerksamkeit



gruppe 1

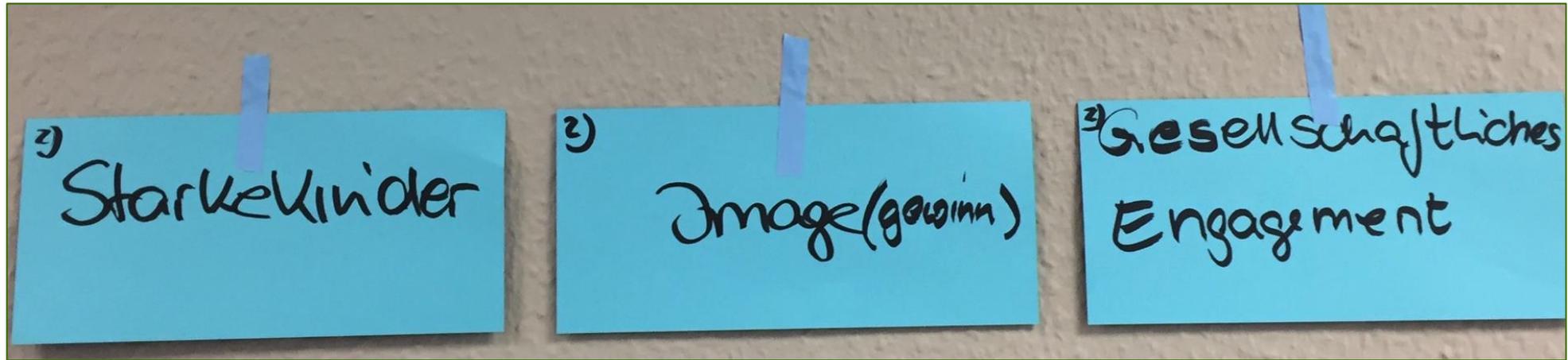


Ideenfindung für neue Ansätze für mehr Öffentlichkeit:

- ① Tag des Sports als Veranstaltung
- ② „Sport Talk“ > Talkrunde mit allen Protagonisten an einem Tisch
- ③ Anbindung an andere Veranstaltungen
- ④ Pressekonferenz veranstalten
- ⑤ Presse regelmäßig kontaktieren
- ⑥ Material für Öffentlichkeitsarbeit (wie eine Art „Tool-Kit“) erstellen und nutzen



gruppe 2



Die drei Kernargumente für KommSport:

- ① Starke Kinder
- ② Das eigene Image stärken
- ③ Sich stark machen für die Gesellschaft

- Gesundheitsprävention -
 - Klima verbesserung ^{Energiesparung}
 - Bessere Lernvoraussetzungen
 - Imagegewinn
 - Nutzwertgewinn (2)

- Profilierung d. Institution
 - individuelle Förderung d. Kinder
 - Weiterentwicklung d. Sportlandschaft d. Kommune

Gemeinsamer Erfolg 1
 - ~~Leistung~~ → Fläche
 - geteilte Arbeit

- Zugänge erleichtern
 - Unterstützung für Unternehmen
 - gemeinsame Ziele
 - Spaß
 - was neues (2)

- gesellschaftliche Verantwortung
 - Entwicklung auf Landesebene anstoßen → Sportfreudlichkeit

Akquisition von Mitteln 2

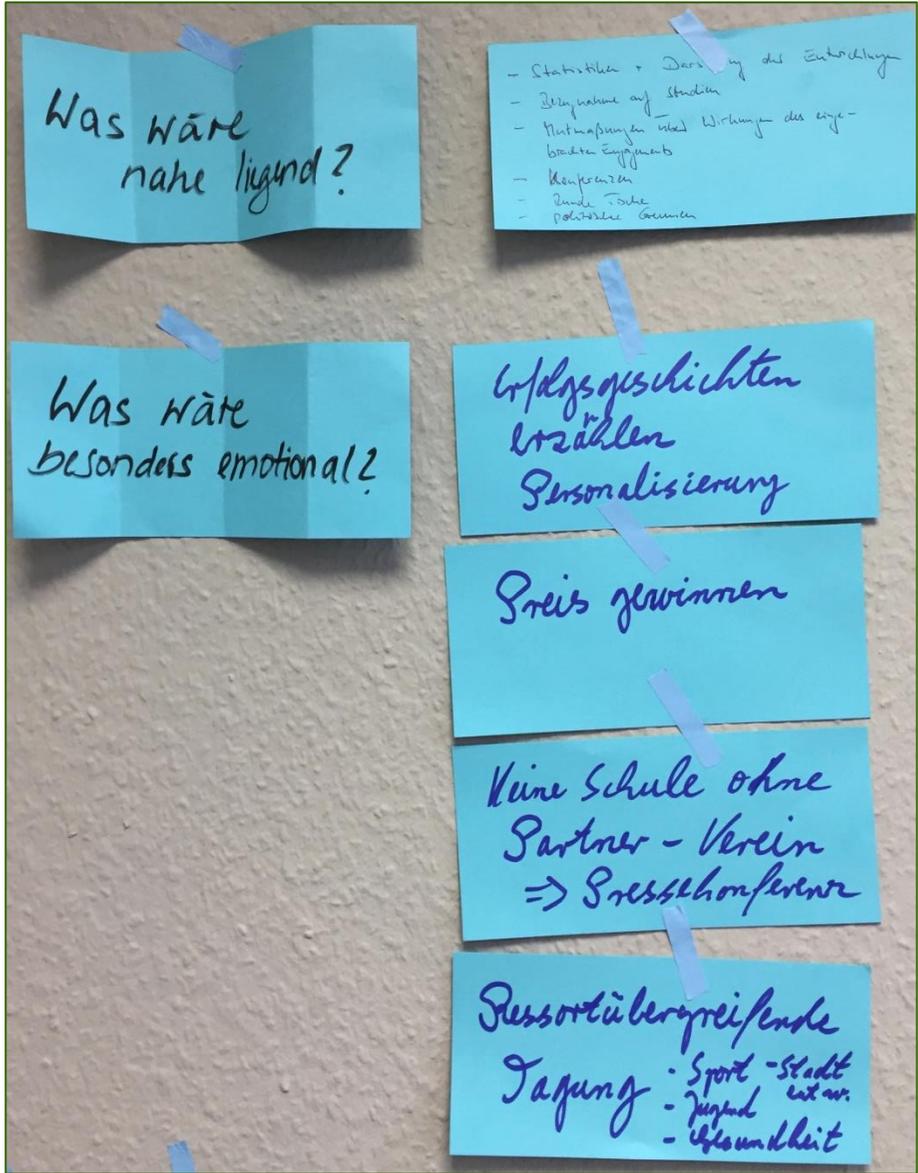
Überprüfen anderer Kommunen aufholen 3

Detailargumente:

- ① Gesundheitsprävention, individuelle Förderung der Kinder, Zugänge erleichtern
- ② Klimaverbesserung zwischen den Partnern, Weiterentwicklung der Sportlandschaft der Kommune
- ③ Bessere Lernvoraussetzungen schaffen
- ④ gesellschaftliche Verantwortung zeigen, Profilierung der eigenen Institution
- ⑤ Gemeinsame Ziele, Entwicklungen auf Landesebene anstoßen
- ⑥ Gemeinsame Erfolge schaffen, geteilte Arbeit, Akquisition von Mitteln, Eigenposition stärken



gruppe 2



Ideenfindung mit drei Leitfragen:

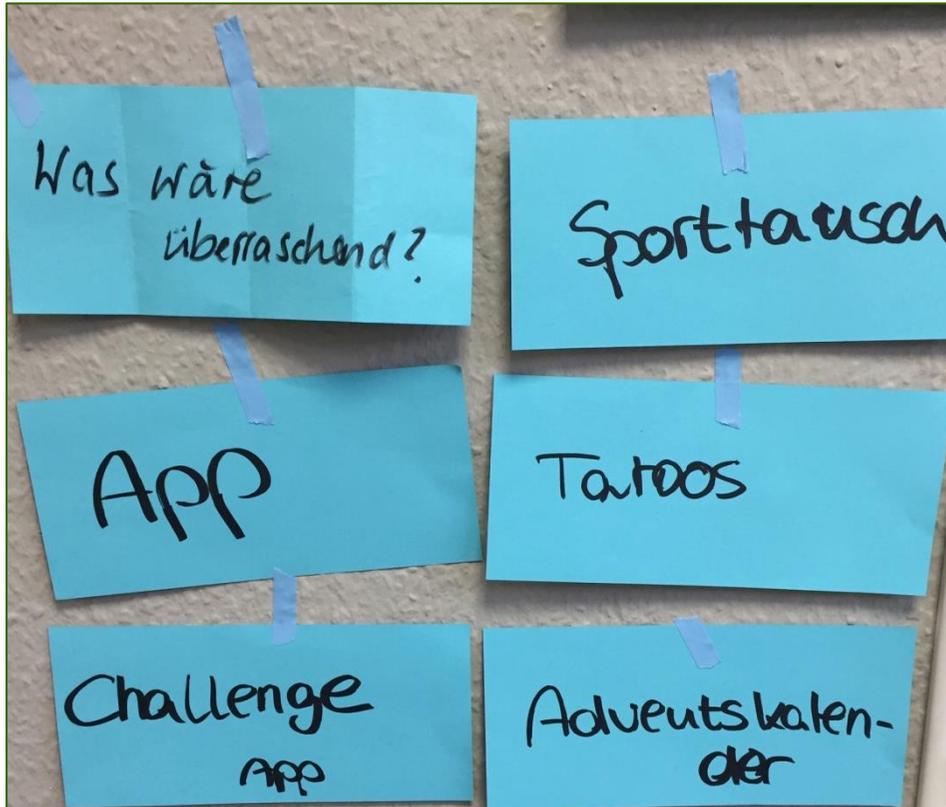
- ① Was wäre nahe liegend?
- ② Was wäre besonders emotional?
- ③ Was wäre überraschend?

Ergebnisse:

- Statistiken als Erfolgsbeweis
- Darstellung der Entwicklungen
- Bezugnahme auf Studien
- Mutmaßungen über Wirkungen des eingebrachten Engagements
- Konferenzen
- Runde Tische
- Politische Gremien
- Erfolgsgeschichten erzählen/Personalisierung
- Preis ausloben
- Keine Schule ohne Partner > Pressekonferenz der letzten Schule in der letzten Kommune, die auch mitmacht, inszenieren
- Ressortübergreifende Tagung organisieren > Sport, Stadt, Jugend, Gesundheit



gruppe 2



Ergebnisse:

Sporttausch > durch Tausch mit anderen Kindern andere Sportarten näher kennen lernen
App > Teilnahme an KommSport mit App begleiten und so im Alltag verankern
Tattoos > „Erkennungszeichen“, „Abzeichen“ als Symbol der Zugehörigkeit
Challenge App > Kinder miteinander in Wettbewerb bringen
Adventskalender > jeden Tag etwas bekommen dafür, dass man sich bewegt (Inspiration: Fitnessarmbänder)

wünsche



Im Workshop wurden verschiedene Verbesserungsideen und Wünsche diskutiert bzw. angesprochen.

Wünsche an das Ministerium, bezogen auf Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit:

- Challenge App Erstellung zentral übernehmen
- Test > Ergebnisse sollten auch Ideen/Empfehlungen enthalten (nicht in Brief des Ministeriums), z. B. passende Sportarten für die identifizierten Entwicklungsfelder nennen als Inspiration für die Eltern, aber vor allem als Handlungsorientierung für den nächsten Schritt
- Kommunikation muss eindeutig sein: Was ist KommSport? Was ist das Herzstück?
- Logo KommSport: sollte alle Kommunen in verschiedenen Abspeicherungsvarianten vorliegen (schwarz/weiß, Grautöne, negativ) und in bester Auflösung sowie professioneller Datei-Abspeicherung (.tif, .eps)
- Eine halbe Seite als Grundinformationsblatt erstellen, mit verständlichen Formulierungen und kurzen Sätzen, die KommSport erklären (komprimiert, klar) und auch für Vereine nützlich sind
- Datenschutzerklärung und Einverständniserklärung sollten in andere Sprachen übersetzt werden > das ist Sache des Ministeriums
- Begleitbrief des Ministeriums > muss vereinfacht werden, da für Eltern und Kinder nicht wirklich verständlich



Wünsche an das Projekt/Programm KommSport und seine Weiterführung:

- Änderung des Selbstverständnisses der Vereine
- KommSport sollte mehr Programm als Projekt sein
- Wunsch Ense: Bewegung als kompensatorische Initiative verstehen und Motopäden systematisch einbinden
- Das Land muss in die Verantwortung genommen werden, nicht nur die Gemeinde sollte hier aktiv sein/in der Pflicht sein
- Es wird Information zur Perspektive ab 2018 gewünscht (Sportjugendamt, Ministerium, Landessportbund)
- Auszahlung bzw. Planung der Gelder > wenn sicher ist, was ausgezahlt wird, sollte die Kommune eine Information hierzu bekommen, um planen zu können (März)
- Eine Zukunftschance könnte eine Kooperation mit Präventionsangeboten sein



*vielen
dank!*



DIE BOTSCHAFTERIN

Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung