

10 Praxis-Tipps

zum Wiedereinstieg in den Sportbetrieb im Freien

Bewegung und systematisches Training der Fitnessfaktoren sind relevant für die Gesundheit der Menschen. Um schnellstmöglich wieder in den Sportbetrieb einsteigen zu können und die Vereinsmitglieder wieder zu aktivieren, bietet sich zum Einstieg ein Outdoor-Training an (solange ein Indoor-Training noch nicht erlaubt ist). Folgende Praxis-Tipps helfen beim Wiedereinstieg in den Sportbetrieb im Freien:

1 Tipp



Foto: LSB NRW/Bowinkelmann

Sichtbarkeit des Vereins und der Sportangebote
Bewegung im Freien entspricht dem Zeitgeist. Der Verein präsentiert sich – seit langem – wieder in der Öffentlichkeit und bringt sich und die Sportangebote in Erinnerung. Dabei werden nicht nur der Spaß und die Freude der Teilnehmenden am gemeinsamen Bewegen deutlich, sondern auch die Inhalte des Angebotes und die Kompetenzen der Trainer*innen werden transparent und damit für den/die Beobachter*in einschätzbar. Mögliche Beobachter*innen können davon auch motiviert werden. Mit dem Gedanken „Das kann ich auch und ich hätte Lust mitzumachen!“ können neue Interessierte gewonnen werden.

Zusammenarbeit mit der Kommune

- Zugehen auf das Sportamt/oder Anlaufstelle für Sport, um das Anliegen „Nutzung öffentlicher Flächen für Sportangebote“ zu klären. Eventuell wird das Sportamt andere **kommunale Ämter/Ansprechpartner*innen** einbinden, wie z. B. das Grünflächenamt für Parks.
- **Gemeinsame Begehung und Erfassung von öffentlichen Flächen**, die sich für Bewegungsangebote eignen und/oder durch verschiedene Maßnahmen nutzbar gemacht werden können (fester Untergrund, Abgrenzungen, ...);
- **Klärung der Nutzungsbedingungen** von öffentlichen Flächen für Vereinsangebote und individuelles Training (durch Personen mit und ohne Vereinsmitgliedschaft) Ggf. gemeinnützige Vereine zahlen keine Nutzungsgebühr.
- **Evtl. Koordination der Vergabe** der Trainingsflächen (über ein Online-Buchungssystem)

2 Tipp

3 Tipp

Ausbau des Netzwerkes
Es können jedoch nicht nur öffentliche Flächen für Sportangebote genutzt werden, sondern auch Parkplätze und/oder freie Flächen von Betrieben und Firmen, Flächen von Kirchen, usw. Die Eigentümer der Flächen müssen kontaktiert und gefragt werden. Oft ergeben sich daraus auch weitere Punkte einer Zusammenarbeit, wie z. B. Bewerbung der Sportangebote in den Betrieben und Firmen oder Vorstellung von spezifischen Bewegungsangeboten beim Seniorennachmittag. Somit kann das Unterstützer-Netzwerk für den Verein erweitert werden.



Foto: LSB NRW/Bowinkelmann

4 Tipp

Der geeignete Ort
Die Auswahl des Ortes sollte durchdacht werden. Bodenbeschaffenheit, Bäume, Bänke und eventuell Sichtschutz sind bei der Angebotsplanung zu bedenken. Auch ist die jahreszeitliche Situation bei der Angebotsplanung und -durchführung einzubeziehen. Ideal wäre eine wetter-unabhängige Nutzung ausgewählter Aktivitätsflächen z. B. mit festem Untergrund, einem Dach oder Sonnensegel.

- Für Ausdauer-Angebote können Wege im Park, Wald, Felder genutzt werden,
- Diese können mit Rasenflächen und befestigte Flächen kombiniert und ebenfalls weitere örtliche Gegebenheiten wie Treppen, Geländer, Hügel einbezogen werden.
- Ausdauer-Angebote mit Musik, bei denen die Teilnehmenden sich eher auf einer Stelle bewegen, sollten auf Flächen durchgeführt werden, bei denen der Untergrund eben ist. Hier kommen Parkplätze, geteerte Flächen oder Steinböden in Frage.
- Für Yoga & Pilates ist die Atmosphäre draußen (unter Bäumen) entspannend und trägt zum Wohlbefinden bei.



Foto: Pixabay

5
Tipp



Foto: LSB NRW/Bowinkelmann

Training an Abstands- und Hygieneregeln anpassen

- Auf Partnerübungen und Körperkontakt möglichst verzichten.
- Die Teilnehmenden bringen ein großes Badetuch mit, welches sie über die Matte legen können oder wenn möglich sollten sie ihre eigene Matte mitbringen.
- Entsprechende Trainingsformen (z. B. Zirkeltraining) und -inhalte sind zu bevorzugen, um Abstand wahren zu können und Körperkontakte zu vermeiden.



Foto: LSB NRW/Bowinkelmann

7
Tipp

Chancen der Mitgliedergewinnung
Durch die Sichtbarmachung der Vereinsangebote, der kompetenten Trainingsleitung und den Spaß und die Freude, die die Teilnehmenden ausstrahlen, eröffnen sich zusätzliche Chancen zur Mitgliedergewinnung und -bindung. Fußgänger*innen die zufällig vorbeikommen, bleiben oft interessiert stehen, schauen zu, stellen fest, dass sie sich die Übungen auch zutrauen und werden, dadurch animiert es auch zu probieren.



Foto: Fotolia.com

8
Tipp

Ins Gespräch kommen mit Zuschauenden und Beobachtenden
Bleiben Zuschauende stehen und schauen interessiert zu, können diese direkt angesprochen und zum Mitmachen eingeladen werden. Auch wenn es beim ersten Mal nicht klappen sollte, dass die Person interessiert ist, kommt sie wieder und macht mit. Im Idealfall sollte daher, neben der/dem Übungsleiter*in, auch noch eine weitere Person aus dem Verein vor Ort sein, um für Fragen zur Verfügung zu stehen.



Foto: LSB NRW/Bowinkelmann

9
Tipp

Spezifisches Werbematerial bereithalten

Für Mitmachende und Zuschauende sollten zielgruppenspezifische Werbeflyer oder Postkarten bereitgehalten werden, die auf die niederschweligen Angebote sowie die weiteren Vereinsangebote hinweisen. Damit werden bedarfsorientierte Informationen für die spezifischen Zielgruppen der Kinder, Älteren und Fitnessinteressierten weitergegeben. Gegebenenfalls werden diese Informationen mit Hilfe von geeigneten Multiplikatoren besser an die entsprechenden Zielgruppen herangetragen. Die Erfahrungen zeigen, dass die Mund-zu-Mund-Propaganda eine effektive Art der Mitgliederwerbung ist. Wenn die eigenen Mitglieder in ihrem sozialen Umfeld von ihrem „Sport-/Bewegungsangebot“ erzählen, ist dies sehr überzeugend. Die Sportflächen sollten ebenfalls mit Bannern, Beachflags o. ä. des Vereins markiert werden, um einen Wiedererkennungswert zu erreichen.

10
Tipp

Vorteile einer Vereinsmitgliedschaft aufzählen
Es lohnt sich - kurz und knapp - die Vorteile einer Vereinsmitgliedschaft aufzulisten und damit zu werben!