

Liebe Sportvereine und interessierte Sportsfreunde,

Schon im letzten Jahr haben wir Euch in unseren LeaderNews über das Projekt „Zukunftsfähiger Sportverein“ auf dem Laufenden gehalten. In diesem Jahr steht die Vernetzung von Vereinen, Kommunen und Schulen sowie Kindergärten im Fokus.

Hier setzt das Leaderprojekt **„Netzwerk SPORT“** an!

Wir freuen uns, Euch das erarbeitete Wissen auf diesem Weg weiterzugeben.

Euer Sport-Team

Henning, Johanna, Teresa, Ute, Veronika



Bevor wir Euch ausführliche Informationen zu der Arbeit in den Sportvereinen / Kommunen geben, möchten wir den heutigen Infobrief mit einem wichtigen Termin beginnen.



Kreissportbund
Ludwigslust-Parchim e.V.



LANDESSPORTBUND
MECKLENBURG-VORPOMMERN E.V.



LEADER
SüdWestMecklenburg

Kreissportbund-KONFERENZ

Marketing im Sportverein – wie wir mit unserem Verein richtig nach außen kommunizieren!

Samstag, den 27. Oktober 2018

09.00 – 15.00 Uhr

im Schützenhaus 19300 Grabow, Goethestraße 1

- Wie das 1x1 der Außenkommunikation funktioniert,
✓ was der Verein in welchen Kontexten verwenden sollte,
✓ wie sich die Instrumente zeiteffizient für den Verein nutzen lassen und
✓ wie sich die damit einhergehende Arbeit leichter in die Vereinsarbeit strukturieren und organisieren lässt,
darum soll es auf der diesjährigen Konferenz des Kreissportbundes gehen.

Auf der Konferenz werden Vereine der Region zusammengebracht. Hier kann sich ein jeder zu ausgewählten Themen informieren und Lösungsansätze erarbeiten.

Vorab formulierte Fragestellungen werden mit Hilfe von Fachexpert*innen analysiert.

Teilt uns schon bei der Anmeldung die Themen mit, die Euren Verein beschäftigen, so dass bei der Konferenz ganz individuelle auf Eure Herausforderungen und Bedürfnisse zugeschnittene Lösungsansätze bearbeitet werden können.

Unsere Konferenz-Themen für Euch

Vier Themen wurden in den vergangenen zwei Jahren herausgearbeitet, bei denen die Vereine Handlungsbedarf haben und zu denen wir Expert*innen auf die Konferenz bringen möchten:

1. Webseite – Eine Serviceplattform für derzeitige und künftige Mitglieder
2. Social Media – Die richtigen Aktivitäten um “am Ball” zu bleiben
3. Sponsoringakquise – Eine Win-Win Situation richtig kommunizieren
4. Pressearbeit – Man hat’s nicht leicht, aber leicht hat’s ein.

Konferenz-Ablauf

- | | |
|-------|---|
| 09.00 | Ankommen & Anmeldung |
| 09.30 | Auftakt & Begrüßung
durch den Vorsitzenden des Kreissportbundes Wolfgang Schmülling |
| 09.45 | Kennenlernen der Teilnehmenden |
| 10.00 | Impulsvorträge der vier Themenexperten (mit 7 Bildern wird in 7 Min ein Thema vermittelt) |
| 10.30 | Workshoprunde I |
| 12.00 | Mittagspause |
| 12.45 | Warm-Up |
| 13.00 | Workshoprunde II |
| 14.30 | Ergebnisauswertung & Fazit |
| 15.00 | Ende der Veranstaltung |

Was Du über das Leaderprojekt ‚Netzwerk SPORT‘ wissen solltest

Mit dem Projekt sollen regionale Potentiale der Netzwerke ermittelt und umgesetzt werden, um Sport und Gesundheit in der Region zu fördern.

Sportvereine sollen als wichtiges Zukunftsthema bestärkt und ihre gesellschaftliche Bedeutung erkannt werden.

Zwei Themenkomplexe geben dabei Anlass zur Netzwerkarbeit:

1. Sportvereine als soziale Gemeinschaft in der Kommune!

- Welchen Stellenwert hat der Sport in der Kommune?
- Sportverein als unverzichtbarer Ort der Begegnung, der Integration und der Gemeinschaft.
- Förderung und Wertschätzung des bürgerlichen Engagements in den Sportvereinen!
- Interessenkonflikt Kommunalpolitik und Sportverein?
- Sport als freiwillige Aufgabe in der Kommune!

2. Stärkung der Gesundheitsförderung durch Zusammenarbeit

- Zusammenarbeit mit Kindertagesstätten
- Zusammenarbeit mit Schulen
- Zusammenarbeit mit Trägern der Jugend- und Seniorenarbeit
- Übungsleitergewinnung durch Kooperationen (Lehrer, Erzieher), Partner Krankenkasse und deren Programme zur Gesundheitsförderung

.....

Ran an die Vereine...

In diesem Jahr sind wir in zwei Kommunen unterwegs – in Bresegard und in Neu Kaliß. An beiden Orten haben sich mehrere Vereine zusammengefunden und bisher in jeweils drei Terminen konkrete Bedarfe für ihre Kommune formuliert. Heute möchten wir Euch die Arbeit in den Kommunen vorstellen.

Bresegard



Der SV Borussia Bresegard-Moraas ist mit 73 Mitgliedern gut aufgestellt und dank der Kooperation mit Moraas fit für den Spielbetrieb. Der Sportplatz ist in einem guten Zustand, es gibt eine Bewässerungsanlage und durch Mitgliedsbeiträge, die Unterstützung der Gemeinde und Sponsorengelder - natürlich könnte es immer mehr sein - ist der Verein finanziell gut ausgestattet. Was ist also das Problem?

Mit Hilfe einer kleinen Umfrage wurde der Verein im 1. Treffen in Bezug auf verschiedene Aspekte eingeschätzt. In der darauffolgenden Diskussion zeigte sich, dass es vor allem Defizite bei der Nachwuchsförderung, im Kinder- und Jugendbereich, gibt. Denn zum einen sind die Städte und größere Vereine ein harter Konkurrent, zum anderen fehlt es zurzeit noch an gemeinsamer Ausstattung und zum Teil auch an Anziehungskraft durch eine verbindende Identität. Auch könnte das Angebot vielfältiger sein, um mehr Mädchen und Frauen sowie Freizeitsportler anzusprechen.

Am Ende wurden, aus einer Vielzahl von Themen, drei Schwerpunkte herausgestellt:

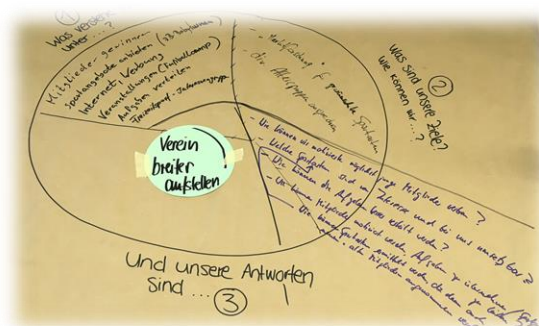
- Den Verein breiter aufstellen
- Die Außenkommunikation verbessern
- Das Mitgliederengagement stärken



Ziel war die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Herausforderungen, vor denen der Verein steht. Anhand einer stufenweisen Erarbeitung sind die beiden Moderatorinnen Teresa und Ute im **nächsten Treffen** zum „Pudels Kern“ vorgestoßen.

Mit einer ersten Rückfrage an den Arbeitskreis ging es vorab in die Bestätigung der Themen: „Bei der Entwicklung des Vereins denke ich an...“ Und die Aussagen bestätigten, wir arbeiten genau an diesen Themen weiter.

Im zweiten Schritt ging es in die Definition der Forderungen, sprich in eine Verständnisklärung. Was verstehen wir unter ‚Den Verein breiter aufstellen‘?



Im dritten Schritt wurden diese **Erwartungen in Fragen** übersetzt, quasi als Aufgabenstellung. Und das sind die Ergebnisse:

Fragestellungen zum Thema: **Den Verein breiter aufstellen**

- Wie können wir möglichst junge Mitglieder werben?
- Welche Sportarten sind von Interesse und bei uns umsetzbar?
- Wie können Sportarten ermittelt werden, die dann auch von den neuen und alten Mitgliedern angenommen werden?
- Wie können die Aufgaben besser verteilt werden?
- Wie können Mitglieder motiviert werden, Aufgaben zu übernehmen/Sportgruppen zu leiten?

Fragestellungen zum Thema: **Kommunikation nach außen**

- Wie können wir unsere Website informativ, Merchandise-funktional, Historie "... " gestalten?
- Wie können wir für die Sponsoren spannend werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es, um unser Auftreten in der Öffentlichkeit zu verbessern?
- Wie können wir Menschen / Interessierte erreichen, die nicht auf Social Media unterwegs sind?

Fragestellungen zum Thema: **Mitgliederentwicklung**

- Wie können wir unser Vereinsleben bereichern, um mehr Mitglieder zu gewinnen, zu halten und zu motivieren?
- Wie kann die Qualität unserer Vereinsarbeit erhöht werden?
- Wie motivieren wir mehr Kinder, Jugendliche und Frauen am Vereinsleben teilzunehmen?

Nun heißt es, Antworten auf die Fragen zu finden. Am Beispiel einer Fragestellung sind wir dann auf Suche gegangen...

Im **dritten Treffen** galt es, mögliche Lösungsstrategien zu finden und diese nicht nur theoretisch zu diskutieren.

In drei Arbeitsgruppen fragten wir:

Was wollen wir machen?

Wie wollen wir es angehen?

Wer macht mit?

Unsere Ergebnisse hielten wir auf Plakaten fest, die wir nach einer kleinen Grillpause in großer Runde präsentierten. Anschließend hatten alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Möglichkeit, ihre Prioritäten mit einem Klebepunkt zu kennzeichnen.



Ergebnisplakat: Verein breiter aufstellen

Besonders herausgehoben wurde der Wunsch nach

- neuen, bedürfnisorientierten Angeboten für Erwachsene. Als Beispiel wurden Rücken- oder anderer Gesundheitssport genannt.
- mehr Werbung durch Aushänge an den Schulen der Umgebung.
- einem allgemeinen Hinweisschild in der Dorfmitte.
- mehr Erfahrungsaustausch.

Ergebnisplakat: Mitgliederentwicklung

Betont wurde der Wunsch nach:

- einem Fragebogen, welcher die Bedürfnisse, Interessen und Potentiale der Mitglieder abfragt.
- einer Qualitätserhöhung durch mehr geschulte Übungsleitende/ Trainierende (z.B. im Bereich Gesundheitssport) und Funktionäre (z.B. im Bereich Finanzen)
- mehr Veranstaltungen wie Sportcamps, -Feste und -Ausflüge.

Ergebnisplakat: Außenkommunikation verbessern

Hervorgehoben wurde:

- eine Online-Präsenz, eine eigene Website und Facebookaccount
- die Notwendigkeit Zuständigkeiten zu klären

Neu Kaliß

Fast 50 Menschen trafen sich zum **1. Treffen** im Informations- und Begegnungszentrum (IBZ) in Neu Kaliß, um sich gemeinsam mit Henning und Teresa mit der Frage zu beschäftigen, wie die Motoren des Gemeinwesens Neu Kaliß weiter betrieben werden können.

Aufgrund der großen Teilnehmerzahl wurde keine Vorstellungsrunde gemacht, sondern viel mehr eine Abfrage, aus welchen Bereichen die Anwesenden kommen: so waren Vertreter und Vertreterinnen aus Kita, Schule, Kommune, Vereinen und Verbänden mit dabei. In dieser Vorstellung wurde deutlich, dass in Neu Kaliß ein positives Wachstum zu verzeichnen ist – ob durch die geplante Zweizügigkeit der Schulklassen, die neuen Eigenheime oder die so aktive Vereinsarbeit.

Im nächsten Schritt wollten wir ein Gefühl kriegen, in welchem Ausmaß die anwesenden Strukturen bereits miteinander kooperieren oder im Bezug zueinanderstehen. Hier wurde deutlich, wie vernetzt Neu Kaliß bereits ist und wie stark die gegenseitige Unterstützung innerhalb des Ortes ist. So wird z. B. die Woche des Sports erwähnt, für die der Ort stark zusammenrückt. Oder auch der Weihnachtsmarkt, bei dem alle Ortsaktiven - ob aus der Kommune, der Kita, der Schule, der Verein oder dem Verband – zusammenkommen. Unterstützungs- und Kooperationsfelder sind u.a.: Logistik/Transporte, Infrastruktur, Öffentlichkeitsarbeit, Personal oder finanzielle Unterstützungen.

Nach einer kurzen Brötchenpause durften die Anwesenden loswerden, was sie sich für Neu Kaliß wünschen und was sie angehen möchten.

Herausgekommen ist eine bunte Post-It-Landschaft, welche sich in vier Hauptfelder einteilen ließ:

1. Wie schaffen wir eine gelungene Willkommenskultur, ein Informationsangebot zum Einstieg in der Gemeinde?
(Starterpakete, Informationsplattform, Flyer, Zusammenkunft aller Vereine und Verbände, Terminabsprachen, gemeinsamer Veranstaltungskalender, Infotag über Vereinskultur,...)
2. Wie schaffen wir miteinander neue und offene (vereinsunabhängige) Angebote?
(Zwergensport, Lesepatzen in der Kita, Sport im Kindergarten, Ferienkompass, Kulturverein, Schnupperkurse, Kreativstammtisch,...)
3. Wie gelingt es uns, Mut zur Verantwortung zu schaffen und damit auch einen Generationenwechsel zu befördern?
(Nachwuchs im Verein, Mitstreiter für Seniortrainer, Gemeindepädagogik)
4. Wie können wir infrastrukturelle Mängel beheben und neue Infrastrukturen schaffen? (Eichenhof zur Begegnungsstätte entwickeln, Kegelbahn öffnen)

Anschließend setzten alle Teilnehmenden unter das Themenfeld einen Punkt, welches ihnen am wichtigsten für die weitere Arbeit ist. Mit 18 Punkten wurde das 1. Themenfeld mit Abstand am häufigsten benannt. Diesem soll sich daher im weiteren Prozess angenommen werden.



Unser **zweites Treffen** in Neu Kaliß nahm die Hinweise und Ideen der Auftaktveranstaltung zum Anlass, die Vereine und Initiativen der Gemeinde einmal völlig aus der eigenen Perspektive auszuberechnen und neue Blickwinkel einzunehmen. Diese Kreativtechnik, die im Folgenden als sogenannte „Persona Methode“ genauer beschrieben wird, erlaubt das „sich Lösen“ von eingefahrenen Betrachtungsweisen und hilft bei der Findung innovativer Ideen, die bei der Lösung einer Herausforderung auf ihre „Zielgruppe“ zugeschnitten sind. Ausgangspunkt dieses vergnügten Rollenspiels waren die im Vorangegangenen fixierten Projektideen:

- zum Zusammentragen und Aufarbeiten von Informationen für einen erfolgreichen „Start in der Gemeinde“
- zur Stärkung des Engagements und Mut machen bei der Übernahme von mehr Verantwortung
- zum Schaffen neuer und auch offener Angebote in der Gemeinde.

Mit dieser Rückbesinnung auf die großen Herausforderungen für das gesellschaftliche Miteinander in Neu Kaliß wechselten wir in unserem zweiten Treffen die Seiten und beantworteten Fragen aus Sicht potentieller Neumitglieder, in Verantwortung stehender Lokalpolitiker oder alt Eingesessener: Wer bin ich, was kann ich und was suche/erwarte ich?

Die Arbeitsweise des Perspektivwechsels, auch „Persona Methode“ genannt, stammt aus dem Design-Thinking, einem sehr modernen Weg zur kreativen Bearbeitung von Problemen im Bereich der Produktentwicklung. Sie dient dazu, sich das zu entwickelnde Produkt vom Bedürfnis des Nutzers her zu denken. Diese Methode wird beispielsweise von Unternehmen, so den großen IT-Firmen wie Google, Amazon etc. eingesetzt.

Die Persona-Methode

Die Persona-Methode gliederte sich mehrere Schritte. Als Erstes sollten sich die Anwesenden

- eine Person in ihrer Lebenssituation vorstellen, ihren persönlichen wie beruflichen Hintergrund, ihre Hobbys, Werte, Wünsche,... : in unserem Fall in Neu Kaliß waren dieses zwei „Nachfrager“ und ein, in politischer Verantwortung stehender, Lokalpolitiker. Unsere Nachfrager wohnen mehr oder minder lange in der Gemeinde und wollen sich hier im Miteinander beteiligen oder sogar engagieren.
- dann galt es sich in diese Person hinein zu fühlen
- aus ihrer Perspektive die Vereine und Aktivitäten in der Gemeinde Neu Kaliß zu sehen und auf dieser Basis im weiteren Prozess Lösungsansätze denken zu können
- dieses erfolgte in 3 Arbeitsgruppen zwischen denen alle 30 Minuten rotiert wurde
- danach wurden alle Ergebnisse vorgestellt und im Plenum ergänzt

Das Wichtigste an dieser Methode:

- Versetzt Euch in die neue Rolle hinein!
- Seht Eure Gemeinde/ Euren Verein durch die Brille von X!
- Je mehr Euch dies gelingt, desto innovativer werden Eure Erkenntnisse!

Was passiert mit uns, wenn wir uns auf einen solchen Perspektivwechsel einlassen? Unsere Aufmerksamkeit und Bereitschaft, die jeweilige Rolle anzunehmen ist unser Schlüssel zur Empathie.

Daher:

1. Den Perspektivwechsel wagen: Die Welt von der anderen Seite betrachten!
2. Einem Thema volle Aufmerksamkeit geben: Sei achtsam, präsent und präzise
3. Die eigene Empathiebereitschaft hinterfragen: Ist meine Meinung vorurteilsfrei?
4. Das eigene Verhalten reflektieren: Wie wirke ich selbst auf andere?
5. Offene Fragen stellen: Wie können wir die Situation verbessern?



Wichtig beim Perspektivwechsel ist auch: Haben Sie die Lage als Ganze im Blick, selbst wenn die Situation in Ihrem Wirkungskreis oder Verein in dem besprochenen Fall anders aussieht als bei anderen.

Die auf die von den Teams erdachten Personen (Persona) aufgeteilten **Arbeitsgruppen beginnen im ersten Arbeitsschritt** folgende Festlegungen für ihre Person zu treffen:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| - Name | - Wünsche, Hoffnungen, Träume |
| - Alter | - Möglichkeiten, das eigenen Hobby mit anderen gestalten zu können |
| - Zeit | - mit anderen Neues entdecken und ausprobieren können |
| - Beruf | - Emotionales Abgeholtwerden |
| - Familie, Kinder | |
| - Belastungen und Verpflichtungen | |

So sahen unsere Personas in ihrer Beschreibung aus:

<p>Michael der Kommunalpolitiker möchte das gesellschaftliche Miteinander stärken</p>	<p>Annika, die zugezogene junge Mutter teil- oder vollzeitberufstätig, pendelt</p>	<p>Heidi, seit Jahren nach Neu Kaliß zurück gezogen</p>
<ul style="list-style-type: none"> - 35 Jahre alt - Verheiratet, 2 Kinder - Kontaktfreudig, bodenständig - Engagiert sich in einem guten Miteinander im Dorf - Ist offen und vertrauenswürdig - bringt sich unbürokratisch in die Dorfgemeinschaft ein und will sein Lebensumfeld mitgestalten - ist hilfsbereit und familiär 	<ul style="list-style-type: none"> - 33 Jahre alt - ist mit ihrer Familie raus aufs Land gezogen - 1 Kind, das zweite ist unterwegs - will sich ein schönes, ruhiges, geordnetes Leben mit der Familie machen - sucht Anschluss und auch soziale Kontakte - will auch Zeit für ihr Hobby haben - will ihre Kompetenzen einbringen - ist Menschenfreund, verlässlich und offen 	<ul style="list-style-type: none"> - 57 Jahre alt - zurzeit arbeitssuchend - ist geschickte Handarbeiterin, liebt Radfahren sowie Kochen und Backen - lässt sich auf die Menschen im Ort ein und betrachtet sich als heimatverbunden - lebt gern auf dem Land und mag alles, was dazu gehört - möchte sich wieder mehr engagieren, seitdem die Kinder aus dem Haus sind und mehr Zeit da ist - hat viele Ideen und sucht einen Ort, wo sie diese auch umsetzen kann

Annika (33) fühlt sich durch Internetbekanntmachungen oder auch durch Nachbarn angesprochen. Besonders durch die Kontakte, die durch ihre Kinder zustande kommen, so in Krabbelgruppe oder Kindergarten, ist sie gut informiert. Eine persönliche Begrüßung und ihre Offenheit erleichtert ihr in die Dorfgemeinschaft hinein zu kommen. Die Gemeinschaft steht helfend bereit, die Vereine bieten wunderbare Gelegenheit sich zu integrieren. Hier will sie eigene Ideen entwickeln und eigene Formate einbringen.

Heidi (57) kommt ohne Kinder in die Gemeinde, wo sie sich ebenfalls umfassend nach dem bestehenden Angebot in den Vereinen informiert. Ein Neubürgerfrühstück, sogenannte Dorfpaten und die vielfältigen Treffpunkte im Dorf erlauben ihr die Kontaktaufnahme. Da ihre Kinder bereits lange aus dem Haus sind, sucht sie Kontakt zu Schule und Kindergarten und will sich hier ehrenamtlich engagieren. Zuerst möchte sie an offenen Angeboten teilnehmen, später dann sich aktiv einbringen – nicht nur, um sich gebraucht zu fühlen.



Michael (35) setzt alle seine Kräfte darein, das Gemeindeleben zu stärken und stetig weiter zu entwickeln. In den Vereinen ist er präsent, Angebote entwickelt er tatkräftig mit, Leute spricht er direkt an und animiert sie zur Teilnahme. Dieses Engagement zeigt er insbesondere auch bei Neubürgern, die er mit Veranstaltungskalender, Gemeindebrief und Bekanntmachungen im Internet stets gut über das Gemeindeleben informiert. Im Kreis der Vereine und sonstigen gesellschaftlichen Kräfte, so der Schule und dem Kindergarten, organisiert er regelmäßige Treffen, Abstimmungsgespräche und gemeinsame Formate. Hierzu gehört ein gemeinsam angebotener Ferienkompass, eine Woche des Sports und viele andere Dinge mehr.



Am Ende der angeregten 90 Minuten „Perspektivwechsel“ standen vielfältige Wahrnehmungen und insbesondere Ideen, die zur weiteren Bearbeitung im nächsten Treffen auf einem „Ideenparkplatz“ abgelegt wurden.

Erstaunt und vielleicht auch ein klein wenig amüsiert standen die Teilnehmer des **dritten Werkstatttreffens** in Neu Kalibz vor einem langen „Buffet“, auf dem vielfältigste Bastelutensilien angerichtet waren.

In diesem Treffen ging es daran, auf Grundlage der bisher entwickelten vielfältigen Ideen einen sogenannten „Prototypen“ zu entwickeln, ein wichtiger nächster Schritt, die eigene Produkt- oder Formatidee in eine frühe Version in die Tat umzusetzen und auszuprobieren. Erst das sogenannte „Prototyping“ ermutigt und ermöglicht uns Funktionen und Lösungen unserer ersten Entwurfsüberlegungen in der Realität zu testen. In dem wir unsere Idee Gestalt annehmen lassen, geben wir potentiellen Nutzern, hier den mit anderen Prototypen beschäftigten Arbeitsgruppenmitgliedern, die Gelegenheit, unser Produkt zu testen und Verbesserungsvorschläge zu machen. Einen Prototyp zu entwickeln bedeutet für alle am Prozess Beteiligten stets offen zu bleiben, d.h. die erste Idee verändern oder sogar verwerfen zu können. Diese Veränderung sind zentrales Motiv des Prototyping. Der Prototyp selbst sollte, entstanden aus den zur Verfügung gestellten Bastelmaterialien, gut genug sein, um grundlegende Merkmale des zukünftigen Produktes oder Angebotes für die Zielgruppe verständlich zu machen. Diese Methode der Veranschaulichung ist einfach und kostengünstig und hilft dabei, eine Reaktion bei „Kunden, Zielgruppe oder Nutzer“ zu erzeugen.

Unsere ersten Ideen, aus denen wir die drei Projekte auswählten, um sie zum Prototyp weiter zu entwickeln, waren Ergebnis den vergangenen zwei Sitzungen:

- Konferenz der Vereine
- ein Tag der offenen Tür und
- eine sogenannte Begrüßungstüte,

Für diese Projektideen waren in den vorherigen Gesprächen eine Vielzahl von Annahmen und Forderungen formuliert worden. Diese galt es jetzt beim Modellbau zu hinterfragen und zu ergänzen, zu bestätigen oder gar zu verwerfen.

Mit viel Freude und großem Enthusiasmus gingen die drei Arbeitsgruppen an die Herausforderung heran. Den ersten Prototyp mit einfachen Mitteln zu erstellen, zeichnet sich dadurch aus, dass er mit wenig Geschick in möglichst kurzer Zeit hergestellt werden kann. Je einfacher, schneller und günstiger wir einen Prototyp herstellen, desto weniger schmerzt es ihn auch zu verwerfen. Beim Bau eines Prototyps gibt es drei zentrale Fragen:

- Welches sind die grundlegenden Funktionen, Inhalte des Angebotes?
- Woran haben wir noch überhaupt nicht gedacht?
- Wie hat es noch niemand gemacht?

Am Ende der kreativen Stunde standen drei wunderbare, handgemachte Modelle, die allen Anwesenden vorgestellt wurden. Auf verschiedenen kleinen Zettelchen wurden Meinungen gesammelt, die helfen werden, den Prototypen im nächsten Arbeitsschritt weiter zu verbessern.

Ihr seht, es passiert viel in der Vereins-Arbeit. Wir freuen uns, Euch in unserem nächsten Newsletter Neues zum Stand in den Kommunen zu erzählen. Und vorher sehen wir uns vielleicht bei der Vereine-Konferenz?

Bis dahin wünschen wir Euch eine schöne Sommer-Ausklang-Zeit.

Sportliche Grüße
Euer Netzwerk SPORT-Team
Henning, Johanna, Teresa, Ute, Veronika