



Holger Vetter

Prozess- & Innovationsberatung
www.consultino.de

Gemeinsam bewegt älter werden

Kernergebnisse des landesweiten Auftaktdialoges
am 11.12.2013 in Duisburg

Freie Wohlfahrtspflege NRW



**LANDESPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN**



Welche Empfehlungen für unsere weitere Zusammenarbeit geben wir?

- mutig sein und sich für weitere Akteure vor Ort öffnen
- vom Konkurrenzdenken lösen und proaktiv netzwerken
- Akteure vor Ort zusammenbringen und handeln
- Mitarbeiter gewinnen und qualifizieren
- Ressourcen analysieren und aktivieren (Menschen, Finanzen, Räume)
- Zielgruppen vor Ort differenziert und konkret definieren, neue Zielgruppen gewinnen
- das Image vom „Sport im Alter“ verbessern, Prominente vor Ort gewinnen
- Qualität entwickeln und sicher stellen
- Bewegungscafés kreieren
- Moderatoren bzw. Prozessbegleiter vor Ort installieren

Welches sind unsere größten Hemmschuhe?

bei den Anbietern:

- Akteure kennen sich nicht, Unwissenheit über Personen und Strukturen
- Konkurrenzdenken
- Ressourcenmangel (Mitarbeiter, Finanzen, Räume)
- Kompetenzgerangel
- niedrighschwellige Qualifizierungs- und Angebotsformen fehlen

bei der Zielgruppe:

- mangelnder Zugang zum Sport, schlechte Erfahrungen, das Sportverständnis
- fehlende Regelmäßigkeit
- Unkenntnis der eigenen Potentiale

Was könnte uns helfen? Was wäre dann unser nächster Schritt?

- Aufeinander zugehen, aktiv werden, uns treffen und handeln, vorhandene Kontakte nutzen, alle Beteiligten an einen Tisch holen, Vernetzungs-Veranstaltungen organisieren, einen regelmäßigen Austausch organisieren
- auf Augenhöhe (win-win) zusammenarbeiten, gemeinsam Projekte angehen, anfangen
- Den Stand der Dinge analysieren
- gemeinsam die Qualifizierung abstimmen (z.B. „Demenz für Pflegeberufe“)
- niederschwellige und nach verschiedenen Zielgruppen ausdifferenzierte Angebote kreieren und durchführen

Empfehlungen für die weitere Prozessgestaltung

- einen Workshop zur Auswertung der Tagung durchführen
- Gespräche mit den regionalen Gruppen der Tagung vor Ort führen
- Zielgruppen exakt definieren (Welche Menschen, in welchen Lebenssituationen genau? Wie muss man diese aufsuchen? Welche Menschen haben die Akteure vor Ort vor Augen? Konkrete Beispiele definieren (z.B. eine berufstätige Frau im Alter von 54 Jahren, die...)
- Prototypen für verschiedene Zielgruppen entwickeln und vor Ort verwirklichen, Videopodcasts zur Weiterverbreitung erstellen
- eine Imagekampagne mit konkreten Beispielen der Zielgruppen gestalten (s. DFB Kampagne)
- einen Rat der Weisen einberufen und anschl. eine weitere landesweite Vernetzungsveranstaltung durchführen (s. Anlage)
- mit Unterstützung durch Herrn Müntefering prominente Unterstützer vor Ort gewinnen
- das Netzwerk um die Kirchen erweitern