

Tool Box *Junges Engagement*

Wanted: You!

Großveranstaltungen

Workshops

Zukunftswerkstätten



jahn
TURNVEREIN JAHN-RHEINE 1885 E.V.

www.tvjahnrhein.de

Inhalts- **verzeichnis**

| | |
|--|----|
| Vorwort von Vorstand Ralf Kamp | 3 |
| Förderung von jungem Engagement mit ZI:EL im Praxis-Check..... | 4 |
| Großveranstaltungen für junge Menschen..... | 6 |
| Interview mit Jugendvorstand Alexander Noack | 10 |
| Medien-Workshops | 12 |
| Interview mit Workshop-Teilnehmer Mario Helmich..... | 16 |
| Zukunftswerkstätten für junge Menschen..... | 18 |
| Interview mit Organisator Lars Steinigeweg..... | 22 |
| Unterstützende Rahmenbedingungen | 24 |
| Inklusion – ein guter Anfang..... | 27 |
| Interview mit ZI:EL-Betreuer Matthias Hansen | 28 |
| Wie hat ZI:EL den TV Jahn verändert? | 30 |
| Interview mit ZI:EL-Koordinator Martin Möhring..... | 32 |

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Vorwort

Ja, das lohnt!



Liebe Leser_innen,

welche Darstellung unserer Erfahrungen mit dem ZI:EL-Projekt nützt anderen Vereinen am meisten? Diese Frage haben wir uns gestellt, bevor dieses Heft entstanden ist.

Wir hoffen, Ihnen und euch mit diesem Werkzeugkasten einige Tipps mit auf den Weg zu geben, wie junge Menschen für das Engagement in einem Verein gewonnen werden können.

Für alle Erfahrungen gilt dabei: Es sind unsere Erfahrungen. Jeder Verein ist anders, hat andere Voraussetzungen, Strukturen und Möglichkeiten. Dennoch denke ich, dass einige Erkenntnisse, die der TV Jahn-Rheine gewinnen konnte, Ihnen und euch eine Ahnung davon geben können, was möglich ist, was eher funktionieren könnte und ob sich der Aufwand lohnt.

Denn Letzteres ist einer der größten Vorbehalte, denen ich im Gespräch mit anderen Vereinen begegne: Lohnt das? Die Frage beantworte ich für unseren Verein klar mit Ja. Warum, das zeigt die Entstehung von ZI:EL.

Bei einem Führungskräfte-Seminar saß einer unserer jungen Hauptamtlichen ausschließlich mit Teilnehmer_innen weit höherer Altersgruppen zusammen und fragte sich: Wo sind die Jungen? Daraufhin haben wir gezielt Förderungstreffen für Nachwuchsführungskräfte initiiert, die mittlerweile vom Freiburger Kreis übernommen und systematisiert wurden.

Die Gedanken hinter dieser Maßnahme haben letztlich auch zu ZI:EL geführt: Wer heute junge Menschen für das Engagement im Verein gewinnt, hat morgen einen Pool von fähigen Menschen, die die Vereinsstrukturen kennen, das

Wesen des Vereinslebens verinnerlicht haben und Führungsaufgaben übernehmen können und wollen.

Die in Zukunft dringend notwendigen Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren, ist wesentlich einfacher und effizienter, als sie extern anzuwerben. Ihre langjährige Verbundenheit mit dem Verein erleichtert außerdem die langfristige Bindung.

Unsere Vision sieht so aus: Wer als Kind Spaß hat am Training unserer Basketballabteilung, findet dort über die Jahre Freunde, bleibt deswegen auch als Jugendliche_r dabei, wird zunächst Übungsleiterhelfer_in, dann Trainer_in, interessiert sich zum Schulentende für Karrieremöglichkeiten, macht bei uns eine Ausbildung und verdient schließlich den Lebensunterhalt im Verein. Ebenso lieb sind uns die jungen Menschen, die sich zwar anderswo ausbilden und einstellen lassen, aber irgendwann Vorstandsposten ihrer Abteilung und damit ehrenamtlich Führungsaufgaben übernehmen.

ZI:EL hat uns geholfen, an der Verwirklichung dieser Vision zu arbeiten. Unsere Ausgangsfrage war immer: Was interessiert Jugendliche? Die Folge: Alle Maßnahmen waren außersportlicher Natur. Mit den Praxis-Checks haben wir viele kleine Sachen ausprobiert, protokolliert, dokumentiert und evaluiert und stellen unsere Ergebnisse Ihnen und euch hiermit vor.

Wir liefern damit kein Lösungsheft, sondern einen Erfahrungsbericht für die Gewinnung und Bindung von jungem Engagement. Und ich freue mich, wenn unsere Erfahrungen Sie und euch ermutigen, ähnliche Wege zu wagen!

Nun viel Freude beim Blättern und Lesen!

Praxis-Check

Förderung von jungem Engagement mit ZI:EL

2013 startete das Förderprogramm ZI:EL „Zukunftsinvestition: Entwicklung jungen Engagements im Sport!“ im Rahmen des Kinder- und Jugendplans des Bundes (KJP). Es wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

ZI:EL fördert

- die Erschließung innovativer Engagementbereiche für und mit jungen Menschen
- die Entwicklung neuer Engagementformate
- die Gewinnung neuer Zielgruppen mit erschwerten Zugangsbedingungen zu den Strukturen des Sports für ein Engagement.

ZI:EL richtet sich an alle interessierten Mitgliedsorganisationen der Deutschen Sportjugend (dsj). Konkret förderfähig sind innovative Qualifizierungsmaßnahmen und Einzelmaßnahmen mit Modellcharakter zur Stärkung bürgerschaftlichen Engagements junger Menschen.

Von der Gewinnung zur Bindung

Der TV Jahn-Rheine hat 2013 einen Antrag gestellt für die „Engagementförderung im Praxis-Check“. Sinn

und Ziel der Maßnahme war es, viele kleine Formate zu testen und ihre Anziehungskraft auf junge Menschen zu ermitteln. Nach erfolgreicher Durchführung haben wir 2014 die Folgemaßnahme beantragt: „Vernetzt erfolgreich – vom Praxis-Check zur Teamarbeit“.

Unsere Idee: Wir sprechen junge Menschen über Themen an, die sie typischerweise interessieren und die auf den ersten Blick nichts mit Sport zu tun haben müssen. Damit wollten wir Jugendliche gewinnen, die nicht bereits im Verein engagiert und organisiert sind. Dabei haben wir auch

das Ziel verfolgt, junge Menschen mit Migrationshintergrund oder aus bildungsfernen Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Die Formate sollten junge Menschen nicht nur zum Gegenstand der Frage machen, wie wir sie für ein Engagement gewinnen, sondern zu Akteuren: Deshalb haben wir sie dazu aufgefordert, selbst Antworten auf diese Frage zu finden.

Netzwerke aktivieren und intensivieren

Gleichzeitig Ziel und Mittel der Projekte war die Stärkung unserer bestehenden Netzwerke mit anderen Vereinen, Schulen und der Öffentlichkeit sowie



Teamwork ist uns wichtig – auf und neben dem Spielfeld.



die Aufnahme neuer Kontakte. Stark eingebunden waren diese Netzwerke und Kontakte in unser Kommunikationskonzept: Der vereinseigene Internet- und Facebook-Auftritt, das vereinseigene Mitglieder-Magazin „Überschlag“ und die örtlichen Medien dienten als Kommunikationsplattformen. Außerdem haben wir die Medien unserer Partner genutzt wie z. B. Aushänge in den Schulen. Zusätzlich haben wir auf die Direktansprache gesetzt durch E-Mails und Multiplikator_innen wie Trainer_innen und Abteilungsverbände.

Mit den Partnern aus unseren Netzwerken haben wir uns zu den Erfahrungen mit den Projekten ausgetauscht und unsere Ergebnisse so zu ihrem Nutzen weitergegeben. Stärken wollten wir auch die Vernetzung junger Engagierter untereinander über Vereinsgrenzen hinaus.

Ergebnispräsentation gegenüber Politik und Verbänden

Um die Wirkung der jeweiligen Projekte zu ermitteln, haben wir die Teilnehmer_innen vor und nach jedem Projekt befragt. Außerdem wurden

junge Menschen befragt, die trotz Zielgruppenzugehörigkeit nicht an den Projekten teilgenommen haben, sowie Entscheidungsträger_innen des Vereins. Bei der Protokollierung, Dokumentation und Auswertung hat uns ein Student der Statistik an der Universität Dortmund unterstützt.



Diese Ergebnisse werden auf einem Forum in der Stadthalle Rheine am

7. Dezember 2015 politischen Entscheidungsträger_innen und weiteren Multiplikator_innen präsentiert. Damit soll auch der bisher kaum existierende Kontakt zwischen jungen Engagierten und politischen Entscheidungsträger_innen intensiviert werden. Zusätzlich sind Informationsveranstaltungen beim Stadtsportverband, beim Kreissportbund und beim Sportausschuss der Stadt Rheine geplant.

Im Folgenden stellen wir Ihnen die einzelnen Projekte in drei Kategorien vor. Die Tipps darin richten sich direkt an andere Vereine – und da wir Sportvereine uns untereinander im persönlichen Kontakt sehr schnell duzen, erschien uns diese Anrede bei den Tipps am natürlichsten.



www.tvjahnrhein.de



Film und **Farbe**

Großveranstaltungen für junge Menschen

Die beiden Großveranstaltungen dienten der Aufnahme des Erstkontakts zur Zielgruppe. Der Anlass wurde daher so gewählt, dass sie eine möglichst breite Wirkung entfalten konnten. Das Thema Engagement wurde in die Veranstaltungen eingebettet.

Come2gether

1. Herausforderung

Der TV Jahn-Rheine hat rund 1.000 Mitglieder zwischen 14 und 24 Jahren, die die sogenannte Vereinsjugend bilden. Zur Vollversammlung kamen in den letzten fünf Jahren unter zehn Personen, die typischerweise bereits im Verein engagiert waren. Unser Ziel war es, die Reichweite der Vollversammlung zu erhöhen und dadurch eine breitere Plattform zu bekommen, auf der wir das Thema „Junges Engagement im Sportverein“ ins Gespräch bringen konnten.

2. Ausschlaggebendes Tool: Ort

Wir haben in ein Kino eingeladen. Aufhänger war die Vorab-Premiere eines beliebten Films. Dieses Angebot lockte 242 Mitglieder der Vereinsjugend zur Vollversammlung.

3. Kommunikation

Die Vereinsjugend haben wir eingeladen in einem persönlichen Brief an jede_n; zusätzlich machten Plakate, Vereins-Homepage und Facebook-Seite auf die Veranstaltung aufmerksam.

4. Einbindung des

Themas Engagement

Die ersten beiden Veranstaltungsphasen waren komplett dem Thema „Junges Engagement“ gewidmet: Zuerst stellte der Jugendvorstand Projekte der Vereinsjugend aus dem laufenden Jahr vor und gab einen Ausblick auf geplante. Dabei ging er deutlich auf die Mitwirkungsmöglichkeiten junger Vereinsmitglieder ein und warb für kommende Projekte und Veranstaltungen. Klar stellte er die Mitbestimmungsmöglichkeiten für junge Menschen heraus.

Anschließend haben wir die Jugendlichen eingeladen, sich zum Thema Engagement zu äußern, ihr Interesse an Tätigkeiten zu bekunden und ihre Meinung zu Frage- und Problemstellungen kundzutun. Dafür haben wir im Kinosaal und im Eingangsbereich Stationen mit verschiedenen Schwerpunkten errichtet: An Stellwänden und Flip-Charts waren die Ansichten der Teilnehmer_innen gefragt. Außer-



Fast 250 Jugendliche nahmen teil am Come2gether.

dem konnten sich die Jugendlichen auf Listen für anstehende Aufgaben und Projekte eintragen. Gefreut haben uns die aktive Mitarbeit der Teilnehmer_innen an diesem Abend sowie die Bereitschaft, sich darüber hinaus einzubringen. Erst anschließend wurde der Film präsentiert.

5. Wichtige Tipps

- Wahl der Veranstaltungsbezeichnung: „Vollversammlung“ klingt in

den Ohren vieler junger Menschen nach staubigem Vereinsdünkel. Deshalb haben wir uns für ein englisches Wort und eine interessante Schreibweise entschieden, da sie den Lese- und Sprachgewohnheiten der Zielgruppe entgegenkommt.

- Wahl des Films: Wir haben uns für den dritten Teil der Filmserie „Die Tribute von Panem“ entschieden, da er männliche und weibliche Jugendliche gleichermaßen anspricht.

- Da Jugendliche abends am ehesten Zeit haben, haben wir die Veranstaltung auf 18.30 Uhr gelegt, sodass das Veranstaltungsende mit 21.30 Uhr jugendgerecht war.

Was hat's gebracht?

- große Teilnehmerzahl
- Berührung mit Thema Engagement
- Ideen für Projekte und Workshops von der Zielgruppe selbst
- funktionierendes Veranstaltungskonzept



Die jugendlichen Teilnehmer waren zur Mitarbeit aufgefordert und die Idee kam gut an: „Es ist eine super Sache, die Jugendveranstaltung hier im Kino durchzuführen. Im nächsten Jahr bin ich wieder dabei“, freut sich Teilnehmerin Lena (17 Jahre).

Holivent

1. Herausforderung

Junge Vereinsmitglieder können wir über die hinterlegten Daten direkt ansprechen. Wie jedoch bekommen wir Kontakt zu Jugendlichen, die noch nicht im TV Jahn-Rheine sind? Ziel der Veranstaltung war es, möglichst viele externe junge Menschen auf das Sportpark-Gelände zu locken und den

Gedanken an ein Engagement dort anzustoßen.

2. Ausschlaggebendes Tool:

Aufhänger

Holi Festivals, angelehnt an das hinduistische Frühlingsfest, sind ein Trend, den wir aufgenommen haben: Fetziges Musik und bunte Farbbeutelchen haben rund 1.000 Besucher_innen mehrheitlich zwischen 16 und 24 Jahren in den Sportpark geholt.

3. Kommunikation

Um das finanzielle Risiko kleinzuhalten, haben wir mit einem externen Veranstalter zusammengearbeitet. Dieser ist auf Holi Festivals spezialisiert. Die Kommunikation hat er übernommen durch Plakate, Flyer und vor allem Facebook. Wir haben seine Maßnahmen mithilfe unserer Kanäle lediglich unterstützt.

4. Einbindung des Themas

Engagement

Im Eingangsbereich der Veranstaltung konnten sich die Teilnehmer_innen

mit Hilfe einer Punktbewertung zu ihren Motiven für ein Engagement äußern. Vorgegeben haben wir erfahrungsgemäß relevante Motive:

- Spaß / Freude an der Arbeit*
- Verantwortung übernehmen*
- Verdienstmöglichkeiten durch Engagement
- Anerkennung erlangen
- anderen Menschen helfen
- eigene Kenntnisse erweitern
- etwas mit anderen Menschen erleben*
- Erfahrungen und Kenntnisse einsetzen

Teilgenommen haben 200 junge Menschen und als Dankeschön für ihre Teilnahme einen Farbbeutel kostenfrei erhalten.

Auch die Vereinsmitarbeiter hatten sichtlich Spaß bei der Veranstaltung.



* Motive mit besonderer Zustimmung durch die Zielgruppe

5. Wichtige Tipps

- Voraussetzung: Um an dem Event teilzunehmen, brauchten die jungen Menschen keine besonderen Überzeugungen, Kenntnisse und Fähigkeiten, es war entsprechend niedrigschwellig.
- Motivation: Warum sich eine Teilnahme an der Befragung lohnt, war unmittelbar erkennbar, da das Dankeschön direkt auf der Veranstaltung einsetzbar war.
- Risiko: Da wir uns mit Party-Events in großem Stil bisher nicht auskannnten, haben wir einen kompetenten Veranstalter beauftragt.

Was hat's gebracht?

- große Teilnehmerzahl von externen Jugendlichen
- Berührung mit Thema Engagement
- Ergebnis-Schwerpunkt der Befragung als Anregung für weitere Aktionen (eigene Kenntnisse erweitern)
- funktionierendes Veranstaltungskonzept

„Klar kamen die wegen dem **Film, Popcorn und Cola**“

Interview mit Alexander Noack



Alexander Noack (24) ist Jugendvorsitzender im TV Jahn-Rheine sowie Trainer und Mannschaftsführer der 1. Mannschaft der Tennisabteilung. Er studiert mit dem Ziel Lehramt Sport und Ernährung im Master. Bei der kommenden Jugendvorstandswahl tritt er nicht erneut an – er ist dann zu alt für das Amt. Von ZI:EL hat er vor allem über die Jugendvollversammlung „Come2gether“ 2014 profitiert.

Alex, du warst es gewohnt, dass zu der Jugendvollversammlung nicht mal zehn Leute kommen – plötzlich stehst du beim „Come2gether“ vor über 200. Wie hat sich das angefühlt?

Alexander Noack: Das war schon eine komplett andere Situation als sonst, zum Glück war ich es von der Uni schon gewohnt, vor einem Vorlesungssaal zu sprechen! Und völlig unvorbereitet war ich nicht auf die Anzahl, wir hatten eine Anmelde-Liste.

Wie kam es denn überhaupt zu der Idee, die Vollversammlung ins Kino zu verlegen?

Wir wollten einen Anreiz schaffen, dass endlich mal alle zur Jugendvollversammlung kommen – aber wer letztlich auf diese Schnapsidee mit dem Kino gekommen ist, das weiß ich gar nicht mehr.

Zum Glück habt ihr die Idee ja nicht als „Schnapsidee“ abgetan, sondern begonnen, sie umzusetzen. Welche Schritte seid ihr gegangen?

Wir sind ziemlich bald mit dem Kinobetreiber in Kontakt getreten und der war superkooperativ! Er hat uns gleich den Spitzenfilm „Die Tribute von Panem“ als Vorpremiere angeboten und ist uns bei allem so entgegengekommen – damit hatten wir absolut nicht gerechnet.

Dann haben wir besprochen, was wir erreichen wollen: Wir wollten das Engagement besprechen, uns Ideen holen und die Interessen der Jugendlichen abfragen. Also haben wir einen Leitfaden für die Show erstellt und Larissa Bornhorst, unsere Verantwortliche fürs Ehrenamt, hatte dann noch eine tolle Idee, wie wir die Jugendlichen einbinden, ohne dass sie ihren Sitz verlassen müssen.





Alexander Noack beim Come2gether 2014.

Wie sah das aus?

Die Teilnehmer_innen bekamen je eine rote und eine grüne Karte und konnten die dann als Antwort hochhalten zu den Fragen, die wir gestellt haben. Das Ergebnis haben wir abfotografiert.

Einmal mussten die Jugendlichen dann doch aufstehen, um ihre Popcorntüte zu holen. Dabei sind sie an Stellwänden vorbeigegangen und konnten dort ihre Meinung abgeben.

Wie haben die Teilnehmer_innen denn reagiert darauf, dass sie im Kino noch „arbeiten“ müssen?

Wir hatten das im Vorfeld sehr Verhalten kommuniziert, um niemanden abzuschrecken, und viele waren doch überrascht, haben dann aber die halbe Stunde gut mitgemacht.

Uns war von Anfang an klar, dass die nicht wegen der Vollversammlung kommen, sondern wegen des kostenlosen Films plus Popcorn und Cola.

Was hast du, was habt ihr aus der Veranstaltung mitgenommen?

Für den Jugendvorstand war es natürlich erst mal ein Motivationsschub: Ich habe mit vielen Vereinsjugendli-

chen gesprochen, die ich vorher nicht kannte. Viele haben gesagt, sie würden wohl was machen, aber nur projektbezogen. Die Jugendlichen haben Angst, sich zu binden: Wenn sie in den Jugendvorstand eintreten, fürchten sie, müssen sie immer wieder etwas machen.

Ich habe bis dahin immer den Fehler gemacht und junge Leute gefragt, ob sie nicht Mitglied im Jugendvorstand sein wollen, statt sie zu fragen, ob sie nicht bei dem oder dem Projekt mitmachen wollen. Ich hoffe, dass der nächste Jugendvorstand neue Leute einbinden kann über eine veränderte Kommunikation.

Hättet ihr die Veranstaltung so auch ohne ZI:EL durchführen können?

Nein, die Mittel dafür hat der Jugendvorstand einfach nicht. Es war schon Luxus, so viel Geld zur Verfügung zu haben. Aber jetzt, da wir wissen, dass es funktioniert, werden wir dieses Jahr wieder mit der Vollversammlung ins Kino gehen.

10
11



GEBOT
DES MONATS

...re it!
...weißshaker für unterwegs
...Infs und Preise im Internet
...Fitnessclubs





Was mit **Medien**

Kenntnisse und Fähigkeiten über den Sport hinaus

Durch die Befragung beim Holivent wurden wir in unserer Erfahrung bestätigt, dass die Erweiterung der eigenen Kenntnisse ein wichtiger Antrieb für junge Menschen ist, sich zu engagieren. Entsprechend haben wir Workshops geplant – die Frage war nur: zu welchem Thema?

Sportbezogene Fortbildungen gibt es bereits regelmäßig im TV Jahn-Rheine; sie werden aber nur von den sowie so schon engagierten Jugendlichen wahrgenommen. Deshalb haben wir uns für ein Thema entschieden, das jungen Menschen im Alltag ständig begegnet, das sie aber oft weniger beherrschen, als sie es sich selbst wünschen: Medien.

Medienbezogene Workshops

1. Herausforderung

Natürlich wollten wir junge Menschen gewinnen, die noch nicht im TV Jahn-Rheine engagiert sind, gleichzeitig aber sollten die Workshops auch eine Relevanz für die Vereinsarbeit unserer bereits engagierten Jugendlichen haben.

2. Ausschlaggebendes Tool:

Aufhänger

Pressearbeit, Plakat- oder Flyergestaltung für die Veranstaltungswerbung oder Arbeiten an der Abteilungs-Homepage werden oftmals von

Jugendlichen oder jungen Erwachsenen durchgeführt. Gleichzeitig ist die Gestaltung von öffentlichkeitswirksamen Medien – gerade im Internet – auch interessant für noch nicht im Sport engagierte junge Menschen. Unsere Workshop-Themen:

a) Kreativ gestalten

In zwei aufeinander aufbauenden Workshops haben die Teilnehmer_innen gelernt, wie sie Ideen für Plakate entwickeln und mithilfe von Software umsetzen z. B. für die Bewerbung von Veranstaltungen oder Abteilungen.

c) Fotos schießen

Fotos nutzen wir bei jeglicher Kommunikationsform in Print- wie Online-Medien. Im Workshop lernten die Teilnehmer_innen, mit dem manuellen Kameramodus zu fotografieren, Bilder geschickt zu komponieren und anschließend zu bearbeiten für die unterschiedlichen Verbreitungswege.

b) Kurzfilme drehen

Videos (spontan) drehen und auf einer Homepage oder in sozialen Netzwerken verbreiten war Thema der Workshops und Arbeitstreffen. Die Jugendlichen setzten die erworbenen Fähigkeiten im Workshop direkt um, indem sie ihren Sport und ihr Engagement im TV Jahn-Rheine filmisch darstellten. Filmbearbeitung und -schnitt waren ebenfalls Thema in Theorie und Praxis.

c) Texte schreiben

In diesen zwei Veranstaltungen haben die Teilnehmer_innen gelernt, wie man typische Texte aus der Vereinswelt formuliert z. B. für Anschreiben, Presse-Informationen, soziale Netzwerke, Plakate, Flyer etc.





*Junge Engagierte
beim Workshop
„Kurzfilme drehen“.
Aufmerksam folgen
Sie den Erklärungen
des Referenten.*

d) CMS und Social Media

Die Inhaltspflege von Websites und sozialen Netzwerken stand hier im Mittelpunkt. Die Jugendlichen haben gelernt, wie Inhaltsseiten attraktiv gestaltet werden und wie die Benutzer an geeignete Inhalte gelangen. Auch rechtliche Aspekte haben bei dem Workshop eine Rolle gespielt. Für die neuen Medien gibt es bisher kaum Schulungen für junge Menschen; der TV Jahn-Rheine hat hier eine Marktlücke genutzt.

3. Kommunikation

Mithilfe von Veranstaltungsplakaten, Presse-Informationen, sozialen Netzwerken und direkter Ansprache wurde auf die Veranstaltungen aufmerksam gemacht.

4. Einbindung des Themas Engagement

Die Organisation der Workshops oblag bereits in Teilen dem Jugendvorstand und anderen (jungen) Vereinsmitgliedern, z. B. die Erstellung der Inhalte für

die verschiedenen Kanäle der Veranstaltungswerbung. In den Workshops haben wir außerdem darauf hingewiesen, wo und wie sich junge Menschen im TV Jahn-Rheine medienbezogen engagieren können (Veranstaltungsfotograf, Facebook-Pflege, Video-Erstellung, Abteilungs-Homepages ...). In den Workshops bestätigte sich, dass sich junge Menschen gerne in kreativen Bereichen engagieren, die einen Bezug zu elektronischen und/oder sozialen Medien haben.

5. Wichtige Tipps

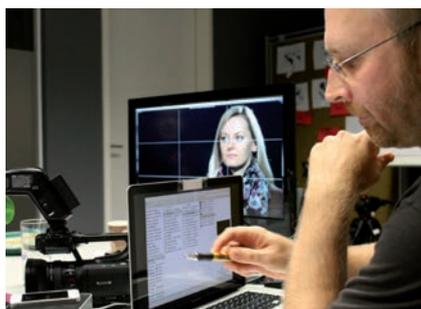
- Wahl der Referent_innen: Junge Menschen erkennen schnell, ob ein_e Referent_in wirklich sicher im Thema ist und fundiertes Wissen vermittelt. Daher haben wir externe Expert_innen mit der Durchführung der Workshops beauftragt.
- Nutzen: Wir haben die Workshops so gestaltet, dass immer direkt Ergebnisse produziert wurden und die Teilnehmer_innen aufgrund des hohen Praxisbezugs in der Lage

waren, das Gelernte selbstständig in ihrem Alltag anzuwenden.

- Verpflegung: Lernen macht hungrig. Deshalb gab es immer einen kleinen Imbiss oder Snack sowie Getränke kostenfrei.

Was hat's gebracht?

- Erreichung von bisher nicht engagierten jungen Menschen
- viele Ideen für zukünftiges Engagement mit projektartigem (= zeitlich begrenztem) Charakter (Engagement-Bindung)
- Entdeckung neuer Aufgaben für bereits Engagierte (Engagement-Bindung)
- Gewinnung neuer Engagierter
- Erwerb von Erfahrungen und Kenntnissen, die sich auch auf andere Lebensbereiche, z. B. das Berufsleben, übertragen lassen
- Wunsch nach Folgeveranstaltungen (Bindung)



- Erstellung von Medien, die junge Menschen wiederum für das Engagement/den Verein interessieren
- Gewinnung von Elementen für eine moderne Vereinspräsentation
- Qualifizierung von Engagierten

Engagement-Magazin

1. Herausforderung

Wir wollten die Engagement-Möglichkeiten und -Förderungen im TV Jahn-Rheine, den Weg dorthin und die Erfahrungen der Engagierten in einer Form publizieren, die junge Menschen anspricht. Gleichzeitig sollten Entscheidungsträger in Politik und Sport über die Maßnahmen des Vereins informiert werden. Schließlich sollten die jungen Menschen selbst durch diese Publikation erkennen, dass ihr Engagement wertgeschätzt wird.

2. Ausschlaggebendes Tool: Aufhänger

Sich an einer offiziellen, professionell gestalteten Publikation ihres Vereins zu beteiligen, war für die Jugendlichen ein Motivationsgrund, ihre (neu erworbenen) Fähigkeiten dabei einzubringen, ein zweiter.

3. Kommunikation

Die Jugendlichen wurden direkt angesprochen auf eine Mitarbeit an dem Magazin.

4. Einbindung des Themas Engagement

Die Idee, mithilfe eines Magazins die Engagementbereitschaft junger Menschen zu steigern, wurde von Jugendlichen entwickelt. In die Arbeiten wurden Teilnehmer_innen der Workshops und der Jugendvorstand einbezogen. Das Thema des Magazins war „Junges

Engagement“ und die jungen Engagierten kamen auch selbst zu Wort in Interviews.

5. Wichtige Tipps

- attraktiver Titel: „Engagement-Magazin“ war nur der Arbeitstitel, das Heft heißt „Wanted: You!“.
- Tonalität und Bildsprache: Junge Menschen wollen in einer attraktiven Sprache angesprochen werden und bevorzugen kurze Texte und viele Bilder – das entspricht ihrem Nutzungsverhalten von Informationen. Deshalb haben wir auf eine Seitengestaltung mit großen Bildern geachtet und auf neugierig machende Überschriften wie „Wir bilden euch fort – Angela Merkel zahlt!“.
- Gender: Für das Magazin haben wir gezielt auf das Gleichgewicht von Männlich und Weiblich in Interviews, Bildern und Schreibweise geachtet, um die männliche Dominanz in der Ansprache einzugrenzen

Was hat's gebracht?

- hochwertige Publikation, die an die gesamte Vereinsjugend verschickt wurde
- Info-Material zur Auslage bei Partnern, im Sportpark und zur Einbindung im Internet
- Darstellung des typischen Engagements Jugendlicher im TV Jahn-Rheine
- Aufmerksamkeit für unerschlossene Engagementbereiche
- Anerkennung der Gestaltung durch Zielgruppe und Entscheidungsträger in Politik und Sport
- Einsatzmöglichkeit der Fähigkeiten und Erfahrungen junger Engagierter

14
15

Sport und Medien gehören zusammen.
Hier: Jugendliche beim Foto-Workshop.



„Wir können einfach ausprobieren und **bekommen viel Hilfe**“

Interview mit Mario Helmich



Mario Helmich (17) spielt in der Volleyball-Abteilung des TV Jahn-Rheine und besucht das Sportgymnasium in Ibbenbüren. Er hat an den Foto- und Video-Workshops des Vereins teilgenommen und dadurch von Zi:EL profitiert. Seitdem hat er sein Engagement im TV Jahn ausgeweitet.

Mario, wie bist du auf die Foto- und Video-Workshops gestoßen und warum hast du dich dafür interessiert?

Mario Helmich: Meine Mutter ist im Verein engagiert; sie hat eine E-Mail zu den Workshops bekommen und an mich weitergeleitet. Ich habe seit drei oder vier Jahren eine Actionkamera und filme damit Parcour, Free-running, Trampolinspringen, Windsurfing, Volley- und Beachvolleyball, Turmspringen, Ski und Snowboarden und die Sommerurlaube mit meiner Familie. Ich sammle die Videos dann, mittlerweile sind es rund 5.000 Stück, und schneide z. B. die Videos vom Sommerurlaub zu einem fünfminütigen Film zusammen. Den gucken wir uns dann alle zusammen gemütlich an, das ist schöner als einzelne Fotos.

Klingt, als wärst du schon ein halber Profi – warum die Workshops?

Na ja, ich wusste nie so genau, wie ich was filmen muss, damit es hinterher

richtig gut aussieht. Ich hab mir zwar z. B. die Action-Videos von RedBull angesehen, weil da auch die Übergänge so richtig geil rüberkommen – aber meine Videos blieben immer eher trostlos. Die richtige Einstellung sieht zwar einfach aus, aber seit ich weiß, was dafür im Hintergrund notwendig ist, weiß ich, wie viel Arbeit in solchen Videos steckt.

Haben die Workshops denn deine Erwartungen erfüllt?

Auf jeden Fall! Ein Profi kann dir eben direkt erklären: Das musst du so und so filmen, damit du das hinterher so und so schneiden kannst ... Zum Beispiel kann man eine Szene zweimal aus unterschiedlichen Perspektiven filmen und nach dem Schnitt sieht es so aus, als hätte man zwei Kameras gehabt. Das muss man aber in die Vorbereitung einplanen. Und auch der Videoschnitt hinterher ist so ein riesiges Feld! Aber ich merke jetzt schon den Unterschied zwischen meinen Videos früher und jetzt.

Bei der Workshop-Teilnahme ist es nicht geblieben, du engagierst dich ja weiterhin im Verein – wie kam das?

Nach dem Workshop hab ich Martin, dem Zi:EL-Koordinator, gesagt: Wenn ihr mal jemanden braucht, der Videos macht, dann melde dich bei mir. Und das hat er beim Come2gether* gemacht. Und jetzt gerade habe ich die Luftaufnahmen geschnitten. Der TV Jahn hat ja mit jahn.tv einen eigenen YouTube-Kanal.

Damit hast du dein Engagement erweitert – was hast du vorher gemacht?

Ich hab dem Trainer in der Volleyballabteilung beim Training geholfen und beim TV Jahn schon mal ein Praktikum als Sport- und Fitnesskaufmann gemacht. Demnächst mache ich mein

Schul-Jahrespraktikum als Volleyball-Trainer beim TV Jahn. Aber das mit den Videos ist komplett neu.

Und wie, wünschst du dir, soll es mit dir und dem TV Jahn weitergehen?

Ich hoffe, dass wir über die Videos eng in Kontakt bleiben und sich das gut weiterentwickelt. Außerdem will ich mich sportlich weiterhin einbringen.

Das ist eine Menge Engagement in einem Verein für jemanden, der so wieso keine Langeweile zu kennen scheint.

Die Videos sind einfach ein guter Ausgleich für mich zu Schule und Sport. Und ich kann ehrlich nur jedem empfehlen, sich beim TV Jahn zu engagieren. Das Arbeitsklima ist hier sehr schön, wir verstehen uns untereinander,



Spektakuläre Fotos und Filme liefert auch Marios Hobby Parcour.

der, machen Witze. Wir können auch einfach ausprobieren und bekommen viel Hilfe: Es ist immer einer da, der weiß, was zu tun ist. Das ist eine super Basis für jemanden, der noch gar keinen Einblick in Vereins-Engagement hatte.

* Mario Helmichs Video von der Jugendvollversammlung findet sich auf https://www.youtube.com/watch?v=nAG_h4qX3z8



Mario filmt und schießt oft Fotos in seiner Freizeit. Ob beim Skifahren oder bei seinen anderen zahlreichen Hobbys. Über die Workshops fand er eine neue Betätigung für den TV Jahn-Rheine.

Video von der Jugendvollversammlung





Aufgaben

lösen im Team

Zukunftswerkstätten mit jungen Menschen

Unter dem Motto „Mein Sportverein und ich“ haben wir sieben Zukunftswerkstätten angeboten, in denen junge Menschen Antworten auf die Frage finden „Wie sieht der Verein aus, in dem ich mich gerne engagieren möchte?“.

Teilgenommen haben Gruppen, in denen sich aus Sicht der Verantwortlichen zu wenige Jugendliche engagieren oder in Zukunft engagieren könnten.

Junges Engagement für die SG Elte

1. Herausforderung

Die SG Elte ist ein kleiner Sportverein aus Rheine, der große Probleme hat, engagierten Nachwuchs zu gewinnen.

2. Ausschlaggebendes Tool:

Methode

Das Angebot, den eigenen Verein zu gestalten, wirkte auf die Teilnehmer_innen attraktiv. Junge Menschen haben oft den Eindruck, dass sie gegenüber (älteren) Erwachsenen wenige Möglichkeiten haben, ihre Vorstellungen, Wünsche und Ideen anzubringen und umzusetzen. Die Zukunftswerkstatt bot eine solche Möglichkeit der Mitbestimmung und Mitgestaltung.

3. Kommunikation

Der Vorsitzende der SG Elte hat die Jugendlichen direkt angesprochen, die sich schon einmal im Verein eingebracht hatten – vor allem im Ferienlager.

4. Einbindung des Themas

Engagement

Teilgenommen haben jugendliche Mitglieder aus verschiedenen Abteilungen des Vereins sowie jugendliche Betreuer des vereinseigenen Ferienlagers. Das Thema Engagement war Anlass, Gegenstand und Ziel der Werkstatt.

5. Wichtige Tipps

- Wahl des Moderators: Kritik lässt sich leichter äußern, wenn keine vereinsinterne Autoritätsperson die Werkstatt leitet; daher haben wir einen externen, einschlägig ausgebildeten Moderator eingesetzt.

Was hat's gebracht?

- Austausch der verschiedenen engagierten jungen Menschen untereinander
- Bereitschaft einiger Teilnehmer_innen, sich für Basismaßnahmen im Verein zu organisieren (Engagement-Gewinnung)

- Folgetreffen (Engagement-Bindung)
- Möglichkeit des Vergleichs von Zukunftswerkstätten in kleinen und großen Vereinen

Junges Engagement für Gruppen des TV Jahn-Rheine

1. Herausforderung

a) Die Schwimmabteilung bemängelte, dass wenige Ehrenamtliche aus der Altersgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen stammen.

b) Der Fitness-Jugendclub besteht aus den Mitgliedern der Fitnessabteilung zwischen 14 und 16 Jahren. Keiner der Anwesenden war bislang ehrenamtlich im TV Jahn-Rheine engagiert. Untereinander kannten sich die Jugendlichen bis dato nicht.



Unter dem Slogan „Mein Sportpark und ich“ nahmen Jugendliche an einer Zukunftswerkstatt des Fitness-Jugendclubs teil.

c) Der TV Jahn-Rheine führt seit einigen Jahren Ferienprogramme für Kinder durch. Für die Durchführung der Programme sind hauptsächlich Jugendliche und junge Erwachsene im Rahmen von Ferienjobs zuständig. Ein Großteil der Helfer_innen in den Ferienangeboten war nicht ehrenamtlich im TV Jahn-Rheine engagiert.

d) Die Dart-Abteilung wurde Anfang 2014 von zwölf Jugendlichen gegründet und befindet sich in einer Phase der Strukturierung.

e) Die American-Football-Abteilung besteht hauptsächlich aus Mitgliedern im Alter zwischen 14 und 30 Jahren. Die Abteilungsleitung ist bei der Vereinsarbeit auf ein hohes Engagement ihrer Mitglieder angewiesen, da der Trainings- und Spielbetrieb in dieser

Sportart einen überdurchschnittlich hohen Aufwand verlangt. Um die Abteilung aufrecht zu erhalten, ist sie folglich stets auf der Suche nach engagiertem Nachwuchs. Deshalb wurde mit einer Jugendmannschaft (U18) eine Zukunftswerkstatt durchgeführt.

2. Ausschlaggebende Tools: Rahmen und Aufhänger

Die Dart-Abteilung hat sich aus eigenem Antrieb eine Zukunftswerkstatt gewünscht, um die junge Abteilung zu gestalten. Bei den anderen Gruppen ging die Initiative von nicht-jugendlichen Abteilungsverantwortlichen aus.

Die Teilnahme der jungen Zielgruppe wurde in drei Fällen gesichert durch den Rahmen der Zukunftswerkstatt: Bei den Schwimmern fand sie während eines Trainingslagers statt, für den Fitness-Jugendclub bei einer Vollversammlung und für die Ferienprogramm-Helfer_innen als Dankeschön-Veranstaltung. Für die Footballer war der Aufhänger entscheidend, der „Teambuilding“ lautete.



3. Kommunikation

Per E-Mail und Post haben wir Einladungen verschickt an die altersmäßige Zielgruppe in den Abteilungen. Beigelegt bzw. angehängt haben wir Plakate als Handzettel. Zusätzlich haben wir Übungsleiter_innen angesprochen, die unser Angebot weitergeleitet haben.

4. Einbindung des Themas Engagement

Teilgenommen haben die jungen Mitglieder der jeweiligen Gruppen. Das Thema Engagement war Anlass, Gegenstand und Ziel der Werkstatt.

5. Wichtige Tipps

- Wahl der Methode: Zukunftswerkstätten sind kreative Veranstaltungen, die dem Problemlösungsverhalten von jungen Menschen entgegenkommen. Voraussetzung ist ein_e einschlägig ausgebildete_r Moderator_in.
- Wahl des Moderators: Kritik lässt sich leichter äußern, wenn keine vereinsinterne Autoritätsperson die Werkstatt leitet; daher haben wir einen externen Moderator eingesetzt.

Was hat's gebracht?

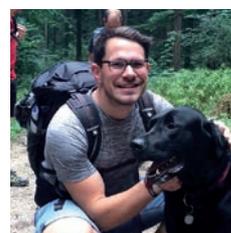
- konkrete Ergebnisse: neue Engagierte und Aufgaben in allen Gruppen



- Bei der Dart-Abteilung möchten sich alle Teilnehmer_innen in Zukunft aktiv in die Abteilungsarbeit einbringen. Aufgrund der Ergebnisse der ersten Zukunftswerkstatt wurde in einer zweiten über den Fortgang der Abteilungsarbeit nachgedacht. Dabei wurden konkrete Projekte und Maßnahmen beschlossen, wie sich junge Mitglieder an der Abteilungsarbeit beteiligen können. Unter anderem werden die Jugendlichen ein Turnier organisieren und die Öffentlichkeitsarbeit der Abteilung weiterentwickeln. Feste Aufgaben und Posten wurden vergeben.
- funktionierendes Format für Problemlösungen und Entwicklung von Projekt-Ideen – übertragbar auf andere Themen
- wichtiger Erkenntnis-Gewinn für die verantwortlichen Personen der Vereine und Abteilungen, wie sich die Attraktivität eines Engagements in der eigenen Einrichtung steigern lässt
- Wunsch nach weiteren Treffen aus einigen Gruppen



Teamaufgaben eignen sich hervorragend als Einstieg für Gruppen wie hier bei der SG Elte.



*Lars Steinigeweg
ist hauptamtlicher
Mitarbeiter beim
TV Jahn-Rheine und
hat die Zukunftswerk-
stätten organisiert.
Im Interview beschreibt
er dieses Format
als wirksam und
risikoarm.*

„Lenken *statt denken*“

Interview mit Lars Steinigeweg

Herr Steinigeweg, welche Aufgabe hatten die Zukunftswerkstätten?

Lars Steinigeweg: Wir wollten verschiedenen Gruppen die Möglichkeit zu zwei Schritten geben: Erstens sollten sie ihre Zukunft gestalten ohne Rücksicht auf Realitäten. Diesen fiktiven Entwurf haben sie dann im zweiten Schritt überprüft: Was ist davon realisierbar? In welchen Zeitabschnitten? Was davon können wir durch eigene Kraft schaffen?

Mein Job dabei war, eher zu lenken als zu denken. Ich habe mich also zurückgehalten, auch bei der Umsetzung, und mehr Tipps zur Eigeninitiative gegeben.

Wie haben Sie die Teams für die Werkstätten ausgewählt und zusammengestellt?

Die Gruppen wurden in erster Linie aus Abteilungen oder Mannschaften zusammengestellt. Es ging also nicht darum, eine bestimmte Gruppe zu selektieren, sondern mit einer bereits bestehenden Gruppe zu arbeiten.

Es gab dabei unterschiedliche Schwerpunkte: Einige Gruppen wollten grundlegend entscheiden, wie ihre Zukunft aussehen soll. Dabei spielte keine Rolle, ob diese Gruppe eine Abteilung war oder nicht. Andere Gruppen haben sich mit der Verbesserung ihrer Arbeit innerhalb der Gruppe beschäftigt.

Wie leicht oder schwer waren die Teilnehmer_innen zur Teilnahme zu bewegen? Was hat sie gelockt?

Hin und wieder ist es schon schwergefallen, die Zielgruppe zu motivieren. Sobald sie aber gemerkt haben, dass sie nichts vorgesetzt bekommen, sondern den Prozess selbst aktiv gestalten, waren sie dann auch schnell dabei.

Gab es bei der Organisation und Durchführung der Werkstätten unerwartete Knackpunkte?

Eigentlich wenige. Hin und wieder mussten wir die Prozesse in der Werkstatt etwas beschleunigen, da einige Gruppen entweder weniger Zeit hatten oder sich intensiver mit einer Aufgabe auseinandergesetzt haben, als es das Veranstaltungsformat vorsah. Aber in den meisten Fällen hat der schlussendliche Zeitplan sehr gut gepasst.

Was, glauben Sie, ist den Teilnehmer_innen in besonderer Erinnerung?

Allen hat, glaube ich, gefallen, dass sie selbstbestimmt arbeiten durften und nichts vom Verein aufgedrückt bekommen.



Kreativität ist gefragt: Zukunftswerkstätten eignen sich besonders für Kinder und Jugendliche.



Rahmenbedingungen

Essen gibt's auch!

Ob junge Menschen eine Veranstaltung wahrnehmen, hängt nicht nur vom Thema ab, sondern oft von ganz simplen Dingen wie z. B. der „Location“. Hier sind sechs Erfolgsfaktoren, die wir für uns ermittelt haben:

1. Besondere Orte locken

Unsere Jugendvollversammlung hatte in der Regel unter zehn Teilnehmer_innen – bis wir sie in einem Kino stattfinden ließen: Plötzlich interessierten sich 242 junge Menschen für die Veranstaltung!

! Tool-Box-Tipp: Wählt Orte für eure Veranstaltungen, an denen junge Menschen sowieso gerne sind. Klinische Seminarräume oder verstaubte Hinterzimmer schrecken eher ab. Sicher hat auch euer Vereinsgelände Ecken, wo Jugendliche sich gern aufhalten. Und sonst schaut euch einfach mal in eurer Stadt um!

2. Essen motiviert

Es soll ja Menschen geben, die wegen der Hot Dogs zu IKEA fahren – und nebenbei auch eben durchs Möbelhaus schlendern. Jugendliche ticken da nicht anders: Wenn es kostenfrei etwas zu essen und zu trinken gibt, kommen sie gern.

! Tool-Box-Tipp: Schreibt schon in die Ankündigung einer Veranstaltung, dass es dabei/anschließend

für alle einen gemeinsamen Imbiss/Snack gibt, und wählt Speisen und Getränke, die bei jungen Menschen gut ankommen. Grillen geht immer, wir haben aber auch gute Erfahrungen mit sportgerechtem Salat und Baguette gemacht.

3. Der richtige Aufhänger bringt's

Holi Festivals sind in: Sich gegenseitig zu fetziger Musik mit Farbe bewerfen und davon coole Handyfotos und YouTube-Videos drehen – so was kommt bei jungen Menschen an. Wir haben uns diesen Trend zunutze gemacht und ein Holi Festival im TV-Jahn-Sportpark veranstaltet. Am Rande der Veranstaltung haben wir die Motive abgefragt, aus denen heraus sich die Teilnehmer_innen engagieren (würden). Als Belohnung gab es einen Farbbeutel gratis. Rund jede_r Fünfte nahm an der Befragung teil.

! Tool-Box-Tipp: Manchmal lohnt es sich, durch eine coole Veranstaltung junge Menschen zusammenzuholen, die dann „nebenbei“ auf das Thema Engagement gestoßen werden. Waren sie erst mal da, fiel es uns leicht, sie dazu zu bewegen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.

4. Das Timing sollte stimmen

Kaum ein_e Jugendliche_r ist am Sonntagmorgen dazu zu bewegen, eine

Veranstaltung zu besuchen – schon gar nicht, wenn er oder sie da womöglich noch „arbeiten“ muss.

! Tool-Box-Tipp: Unserer Erfahrung nach sind junge Menschen vor allem in den Abendstunden unter der Woche zu motivieren. Besondere Veranstaltungen besuchen sie auch am Wochenende – dann aber nicht zu früh!

5. Freunde ziehen an

Junge Menschen verbringen gern Zeit mit Freunden – das haben wir uns zunutze gemacht: Meist haben wir gleich ganze Gruppen angesprochen und die Gruppendynamik genutzt, um sie für die Teilnahme an einer Veranstaltung zu gewinnen. Allein taucht kaum ein_e Jugendliche_r gerne irgendwo auf.

! Tool-Box-Tipp: Lasst eure Zielpersonen von Trainer_innen oder anderen Multiplikator_innen dann ansprechen, wenn sie sowieso gerade zusammen sind, z. B. beim Training. Oder postet eine Idee in die Facebook- oder WhatsApp-Gruppe.

6. Werbung wirkt

Die beste Erfahrung haben wir mit direkter Ansprache gemacht – am besten persönlich und mündlich. Oft haben aber auch junge Menschen aus unserem Verein Freund_innen

mitgebracht. So haben wir aber natürlich nicht die Masse der Jugendlichen erreicht. Dafür haben wir Direkt-Mailings genutzt: Auch Jugendliche freuen sich über ein attraktiv gestaltetes Anschreiben per Post. Das klassische Plakat hat bekanntermaßen eher wenig Wirkung. Wir haben es daher mehr als Handzettel in einem Anschreiben eingesetzt.

Wichtig sind soziale Netzwerke; wir haben das Gefühl, dass diese Plattformen von Jugendlichen erwartet werden. Unsere Homepage dagegen verliert gefühlt an Bedeutung, wir lassen sie so mitlaufen, denn der Content dafür ist durch die anderen Methoden meist sowieso vorhanden und der Aufwand dadurch gering.

! Tool-Box-Tipp: Testet, welche Werbekanäle bei euch besonders gut funktionieren! Kommen die Teilnehmer_innen eher, wenn ihr ein Einladungs-Video auf Facebook hochladet? Oder findet das klassische Plakat an der Turnhallentür mehr Beachtung? Was bringt die Presse? Versucht anfangs Verschiedenes und konzentriert euch dann auf das, was wirklich funktioniert!

Kostentipps: Es geht auch günstiger!

Wie viel Geld wir für die einzelnen Aktionen ausgegeben haben, könnten wir euch zwar detailliert darlegen – aber die Summen sind kaum 1:1 übertragbar. Deswegen listen wir euch lieber ein paar typische Kosten auf, die in der Regel anfallen:

1. Personal

- a. Projekt-Organisation und Begleitung (Overhead)
- b. Veranstaltungs-Organisation und -Betreuung
- c. Marketing
- d. externe Referenten

! Tool-Box-Tipp: Oft lassen sich für konkrete Projekte, die auch noch für sie selbst sind, rasch junge Menschen finden, die ehrenamtlich Teile der Organisation übernehmen!

2. Marketing

- a. Druckkosten für Plakate, Handzettel etc.
- b. meist eh vorhanden: Hosting für Homepage
- c. Hard- und Software (Fotoapparat, Kamera, PC, Internet, CMS, Text-, Foto- und Videoprogramme)

! Tool-Box-Tipp: Der Vorteil sozialer Netzwerke: Sie sind in der Regel kostenfrei zu nutzen. Außerdem gibt es für so ziemlich jede Aufgabe Freeware-Programme im Internet, die z. B. Bild- oder Videobearbeitung kostenfrei ermöglichen.

3. Raum

- a. Miete
- b. Eintritt

- c. Ausstattung (Musik, Beleuchtung, Bestuhlung, Medien ...)

! Tool-Box-Tipp: Gerade was Veranstaltungsorte angeht, eignen sich oft Kooperationen. Das Kino, in dem wir unsere Jugendvollversammlung veranstaltet haben, war sehr erbaut davon, über 200 junge Menschen in seinem Saal sitzen zu haben. Entsprechend ist es uns mit den Eintrittspreisen sehr entgegengekommen. Sicherlich habt ihr auch in anderen Bereichen bereits Kooperations-Erfahrungen, die ihr nutzen könnt – das Stichwort „Junges Engagement“ öffnet viele Türen! Kostensparend sind natürlich außerdem Veranstaltungen auf dem eigenen Vereinsgelände.

4. Verpflegung

- a. Getränke
- b. Snack, Imbiss, Grillen ...
- c. Geschirr und Besteck

! Tool-Box-Tipp: Besonders hier bietet sich die Zusammenarbeit mit Sponsoren an: Wer möchte nicht junges Engagement unterstützen?

5. Medien und Material

- a. Moderationskoffer
- b. Beamer und Leinwand
- c. Laptop oder Tablet
- d. Stellwände und Flipchart
- e. weitere je nach Veranstaltungsart

! Tool-Box-Tipp: Nutzt Förderprojekte von Organisationen und Verbänden – oft unterstützen die auch einzelne kleine Maßnahmen wie die Anschaffung eines Moderationskoffers.



Inklusion

Bereitschaft für ein kniffliges Thema

Wie alle Institutionen, die von den neuen Inklusionsgesetzen betroffen sind, beschäftigen auch wir uns verstärkt mit dem Thema Inklusion. Dabei fällt uns vor allem auf: Inklusion berührt so ziemlich jeden Bereich unseres Vereins und wir stehen erst ganz am Anfang.

Wenn für Inklusion geworben wird, sind auf den Plakaten meist Rollstuhlfahrer_innen abgebildet und so verankert sich in den Köpfen, auch in unseren, dass Inklusion vor allem rollstuhlgeeignete Toiletten und Rampen an Eingängen bedeutet. Damit begegnen wir aber nur einem sehr kleinen Teil der Zielgruppe – und wahrscheinlich dem am einfachsten zu inkludierenden.

Klar haben wir bei jeder Veranstaltung vorher geprüft, ob sie auch für Rollstuhlfahrer_innen zugänglich sind. Wir hatten aber keine Gebärdendolmetscher_innen bei unserer Jugendversammlung im Kino, keine Hilfsmittel für Blinde bei den Workshops, keine Internetseite in verschiedenen Sprachen für das Holi Festival.

Inklusion betrifft eben nicht nur Rollstuhlfahrer_innen, sondern Menschen mit jeglichen Einschränkungen, betref-

fen sie den Körper, den Geist, die Sprachkenntnis, Gefühl oder Psyche und vieles mehr. Wir sind erst noch dabei, die Dimension dieses Themas zu erfassen.

Für alle unsere Projekte zu jungem Engagement galt daher: Sobald jemand ein bestimmtes Unterstützungsbedürfnis anspricht, haben wir die Teilnahme ermöglicht. Uns ist bewusst, dass wir damit nur reagieren auf Menschen, die mutig genug sind, mit ihrem besonderen Bedürfnis auf uns zuzugehen. In Zukunft wollen wir verstärkt aktiv Menschen ansprechen, die bisher Hemmungen haben, aufgrund einer Einschränkung unsere Angebote wahrzunehmen.

! Tool-Box-Tipp: In einem Verein haben wir den Vorteil, dass wir zu den meisten Mitgliedern unserer Zielgruppe eine persönliche Verbindung haben. Nutzt diese Stärke und ermutigt Abteilungsleiter_innen, junge Vereinsmitglieder und Eltern, Menschen mit Einschränkungen gezielt zu ermutigen, Angebote wahrzunehmen!



„Den TV Jahn-Rheine als **Kooperationspartner ansprechen**“

Interview mit Matthias Hansen



Das ZI:EL-Projekt wird vom Bund gefördert und in den Bundesländern von der jeweiligen Landessportjugend verantwortet. In Niedersachsen steuert es in Kooperation mit der Sportjugend Niedersachsen der ASC Göttingen, namentlich Matthias Hansen. Er fungiert als Ansprechpartner für die teilnehmenden Vereine und ist das Bindeglied zwischen ihnen und der Deutschen Sportjugend (dsj). Im Interview gibt er Einblicke in die organisatorische Seite von ZI:EL und die Zusammenarbeit mit dem TV Jahn-Rheine.

Herr Hansen, Rheine liegt nicht in Niedersachsen. Wie kam der TV Jahn an Sie?

Matthias Hansen: Da ZI:EL Bundesmittel einsetzt, sind wir nicht verpflichtet, sie ausschließlich in Niedersachsen zu investieren. Den TV Jahn-Rheine kennen wir aus der Zusammenarbeit wegen der Freiwilligendienste im Sport als zuverlässigen Kooperationspartner und haben ihn deshalb mit ins Programm genommen.

Bestätigten sich bezogen auf ZI:EL die bisherigen Erfahrungen?

Ja, auf jeden Fall. Mit Martin Möhring, dem ZI:EL-Koordinator beim TV Jahn, oder mit Ralf Kamp, dem Geschäftsführer, war ich immer in Kontakt, da war immer ein Ansprechpartner.

ZI:EL ist sehr papierlastig. Was genau ist Ihre Aufgabe dabei?

Ja, ZI:EL ist sehr aufwändig in der Verwaltung, sehr bürokratisch für ein Projekt, das gerade junges Engagement fördern will ... Ich prüfe die Anträge

der Vereine vorab und gebe Tipps, wie sie z. B. die Wortwahl anpassen, damit der Genehmigung nichts im Weg steht. Dann leite ich die Anträge fristgerecht weiter an die dsj, die dann über sie entscheidet. Manchmal kommt vom Ministerium bzw. der dsj der Hinweis, dass hier und dort noch etwas nachgearbeitet werden muss, damit die beantragte Maßnahme förderfähig ist – das war aber beim TV Jahn selten der Fall.

Hört sich an, als wäre ZI:EL nichts für kleine, rein ehrenamtlich geführte Vereine ...

ZI:EL ist definitiv nicht zu leisten ohne eine hauptamtliche Kraft. In den Vereinen wurden meist halbe oder Dreiviertel-Stellen geschaffen, die von Menschen ausgefüllt wurden, die bereits mit den Strukturen des Vereins vertraut waren. Generell ist ZI:EL aber auch für kleine Vereine interessant, wenn sie sich z. B. mit anderen oder einem größeren Verein zusammenschließen. ZI:EL läuft noch bis 2018, ich ermutige daher dazu, die eigene Landessportjugend anzusprechen, in-



Jugendliche vertreten ihre Meinung. „Man sollte sie anhören und mit ihnen diskutieren“, sagt Matthias Hansen vom ASC Göttingen.

wiefeln da noch Möglichkeiten bestehen zu profitieren. 2015 hatten wir elf Maßnahmen beantragt, für 2016 waren wir gerade auf die Genehmigung von neun geplanten Projekten.

Wo konkret hat der TV Jahn Ihre Hilfe in Anspruch genommen?

Zu Beginn, Ende 2013, bin ich nach Rheine gefahren für ein Gespräch über das Programm, das für uns alle ja völlig neu war. Es sollte das Engagement junger Menschen fördern, die noch nicht engagiert waren oder die ihr Engagement weiterentwickeln wollten – und keiner wusste, wo der Weg hinführt. Die geförderten Maßnahmen mussten jedenfalls außerhalb der Regelförderung liegen, es gab also nur eine Förderung für neue Ideen, die der Verein bisher nicht umgesetzt hatte.

Danach lief das beim TV Jahn sehr positiv, die ersten Startschwierigkeiten haben sich schnell gelegt: Es gab kaum mal Nachfragen von der dsj zu den Anträgen, es gab keine Terminverschiebungen, was geplant war, wurde durchgeführt, die Kommunikation war super.

Was finden Sie an der Umsetzung von Zi:EL beim TV Jahn besonders wichtig?

Dass die Jugendlichen wirklich eigene Ideen umsetzen konnten und die vom Verein nicht vorgegeben wurden. Das ist genau das, was wir erreichen wollten: Dem Engagement Raum geben, damit die Jugend ihre Ideen entfalten kann – und dabei auch mal scheitern darf! Die Botschaft des TV Jahn war: „Wir vertrauen euch! Und wenn etwas nicht so gut läuft, darf es trotzdem ein zweites Projekt geben, denn ihr habt Erfahrungen gesammelt.“ Und so führt der Verein das auch in Zukunft fort.

Was können andere Vereine aus den Erfahrungen des TV Jahn lernen?

Vereine sollten auf die Jugend eingehen, sie anhören, Ideen diskutieren, sie auch mal zur Hauptausschusssitzung einladen. Es geht nicht darum, alles unkritisch umzusetzen, aber Vereine leben von ihrer Jugend und profitieren von der Zusammenarbeit zwischen erfahrenen und neuen Engagierten.

Oft ist es ja so, dass sich Alteingesessene in ihren Ämtern nicht von neuen Ideen überzeugen lassen möchten. Das Beispiel des TV Jahn zeigt: Die Jugend in einem gewissen Rahmen probieren zu lassen und Ansprechpartner_innen bei Problemen zu stellen, schafft Vertrauen auf beiden

Seiten. Dazu gehört auch, dass junge Menschen wieder willkommen sind, wenn sie sich einige Monate gar nicht engagiert haben wegen der Schule oder dem Studium.

Vereine, auch kleinere, können die Konzepte des TV Jahn übernehmen oder auf ihre Strukturen herunterbrechen, denn das will Zi:EL: Vereine sollen miteinander und voneinander lernen.

Kleine Vereine können den TV Jahn auch auf eine Kooperation ansprechen, wenn sie die Projekte allein nicht stemmen können. Die SG Elte hat das ja beispielsweise schon gemacht. So können kleine Vereine vom Know-how der großen profitieren.

2018 endet Zi:EL – und dann?

Wir haben in der Vergangenheit die Erfahrung gemacht, dass es ein ähnliches Anschlussprojekt geben kann, denn sonst wäre die fünfjährige Arbeit besonders für kleine Vereine hilflos, die aufgebauten Strukturen nicht nachhaltig. Deswegen hoffen wir, dass die Förderung jungen Engagements auch nach 2018 weitergeführt wird.

Fazit und Ausblick

Wie hat ZI:EL den TV Jahn-Rheine verändert?

Wer unsere Tool Box gelesen hat, mag denken: „Was soll unser Verein mit 30 jungen Facebook-Gurus?“ Auch wir wollten kein Schulungszentrum für neue Medien eröffnen, doch unser Vorgehen hat sich als sehr tragfähig erwiesen, um junge Menschen erst einmal präsent zu haben – im doppelten Sinne.

Jedes Projekt hat unseren Verein näher zusammengebracht mit jungen Menschen, ihren Ideen, ihren Bedürfnissen, ihrer Denkweise und dem, was sie zu geben haben und geben möchten. In den Vereinsstrukturen selbst hat sich dadurch auf den ersten Blick nichts getan – kein Verein muss fürchten, plötzlich bewährte Entscheidungswege oder Verantwortlichkeiten komplett umkrepeln zu müssen.

Wo kann die Jugend profitieren – und wir von ihr?

Aber: Es hat sich etwas in unserem Denken getan. Haben wir Hauptamtlichen früher bei Projekten und Veranstaltungen immer gefragt: Wer von uns macht das?, fragen wir nun häufiger: Wo könnten sich dabei unsere jungen Leute einbringen? Die Jugend wird von Anfang an stärker mitgedacht und berücksichtigt. Das äußert sich konkret z. B. bei Gesamtvereinsprojekten, in die sich Abteilungs-Jugendliche einschalten. Zweimal im Jahr veranstaltet der TV Jahn-Rheine die größte Kinderkleiderbörse der Region und braucht Parkplatzhelfer: Diese weisen die rund 400 Autos der Verkäufer_innen und Kund_innen ein und koordinieren sie. Diese Aufgabe übernehmen mittlerweile junge Menschen: Sie bekommen dafür einen finanziellen Beitrag für ihre Abteilung, der wiederum in Trainingslager oder Jugend-Ausflüge investiert wird.





Abteilungsübergreifende Vernetzung der Jugend

Durch ZI:EL sind sich außerdem die Jugendlichen aus verschiedenen Abteilungen öfter begegnet, als das normalerweise der Fall ist. Abteilungsintern gibt es immer wieder Veranstaltungen für junge Menschen, übergreifend lernten sie sich jedoch bisher kaum kennen. Hier hat ZI:EL Netzwerke geschaffen, die weiterbestehen.

Verankerung des Inklusionsgedankens

Ein Bestandteil von ZI:EL war die Ansprache von Bevölkerungsgruppen mit erschwerten Zugangsbedingungen. Auch wenn wir vor allem gelernt haben, wo wir Inklusion überall noch nicht berücksichtigen, hat ZI:EL uns auch hier vorangebracht: Bei jedem Projekt war verlangt, Menschen mit Behinderung, Migrationshintergrund oder sonstigen Zugangserschwernissen mitzudenken. So haben nicht nur wir, sondern auch die jungen Teilnehmer_innen immer wieder den Inklusionsgedanken in ihre Ideen und Prozesse einbezogen.

In Zukunft ist es denkbar, dass der TV Jahn-Rheine einen Inklusionsbeirat einrichtet, der Handlungsempfehlungen gegenüber dem Vorstand aussprechen kann. Das würde uns helfen, den Inklusionsgedanken weiterhin immer präsent zu haben.

Unser nächstes ZI:EL

Waren Inklusion und Integration von jungen Menschen aus bildungsfernen Schichten, mit Behinderung oder

Migrationshintergrund bei ZI:EL bisher Schwerpunkte, werden sie ab 2016 zentrale Voraussetzung für die Förderfähigkeit von Anträgen. Wir freuen uns daher auf die Eröffnung unseres inklusiven Sportforums in Rheine am 15. Januar 2016. Hier wird die Umsetzung von inklusiven Maßnahmen deutlich leichter sein.

Schon die Lage des Sportforums mitten in der Stadt erhöht die Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsgruppen. Barrierefreie Zugänge für gehbehinderte Menschen sind mittlerweile überall selbstverständlich, das Sportforum wird jedoch auch Möglichkeiten bieten, z. B. mithilfe akustischer Signale Sportangebote für sehbehinderte Menschen durchzuführen.

Dies ist nur ein Beispiel für eine Gruppe, die im nächsten Jahr besonders angesprochen werden soll. Es soll zeigen:

Wir sind überzeugt von ZI:EL – unsere Anträge für 2016 liegen zu Genehmigung bereit.

Mehr Infos:
Unser Engagement
www.tvjahn-rheine.de



„Keine langfristige Aufgabe **ans Bein binden**“

Interview mit Martin Möhring



Martin Möhring ist der Zi:EL-Projekt-Koordinator beim TV Jahn-Rheine und hat alle Maßnahmen vom ersten Tag an begleitet. Im Interview erklärt er, was sein Verein während dieser Zeit über junge Menschen gelernt hat, bezogen auf ihre Bereitschaft und Art, sich zu engagieren.

Herr Möhring, das Ziel des Zi:EL-Programms ist es, junge Menschen als Engagierte zu gewinnen. Welchen Herausforderungen sind Sie bei der speziellen Zielgruppe begegnet?

Martin Möhring: Meine Erfahrung ist, dass viele Jugendliche ehrenamtliches Engagement für eine wichtige und sinnvolle Tätigkeit halten und sich gerne engagieren. Die Herausforderung bei Jugendlichen besteht meiner Meinung nach darin, sie richtig anzusprechen mit den richtigen Themen.

Ein Beispiel: Eine Abteilung sucht ein neues Vorstandsmitglied für ein langfristiges Amt. Da sind Jugendliche, die sich bislang noch gar nicht

ehrenamtlich engagiert haben, einfach die falschen Ansprechpartner. Solche Aufgaben empfinden viele als unattraktiv: Sie verbinden das mit trockener Vereinsarbeit, bei der sie sich über einen längeren Zeitraum an etwas binden müssen.

Welches Potenzial sehen Sie beim Zi:EL-Programm bzw. bei ähnlichen Projekten, die auf junges Engagement abzielen?

Wir konnten durch das Programm Maßnahmen umsetzen, die viele Teilnehmer_innen gar nicht direkt mit einem Engagement verbunden haben. Wir haben z. B. viele Workshops zu Kreativität und neuen Medien durchgeführt und sind damit auf die Interessen von vielen jungen Menschen gestoßen.

Ohne das Förderprogramm hätten wir diesen Weg mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht eingeschlagen, da uns die Risiken zu groß erschienen wären. Mit dem Förderprogramm konnten wir aber neue Wege gehen und dadurch wichtige Erkenntnisse gewinnen, wie wir mit Jugendlichen am besten umgehen können.





In welchen Punkten wurden Ihre Erwartungen bei der Organisation und Durchführung der Projekte enttäuscht?

Große Enttäuschungen haben wir eigentlich nicht erlebt. Klar gehören kleine Rückschläge zu so einem Projekt dazu, aber die haben wir dann sportlich genommen. Es kam vor, dass wir für einzelne Veranstaltungen nur wenige Jugendliche erreicht haben, obwohl wir bei der Bewerbung hohen Aufwand betrieben haben. Wir haben aber recht schnell gemerkt, dass in unserem Verein eine direkte Ansprache erfolgsversprechender ist als jede andere Methode. Es ist jedenfalls keine Veranstaltung wegen zu weniger Teilnehmer_innen ausgefallen oder inhaltlich oder finanziell komplett aus dem Ruder gelaufen.

Wo haben Sie erfreuliche Überraschungen erlebt?

Wir haben durch die einzelnen Bausteine des ZI:EL-Programms Jugendliche hinzugewonnen, die sich nun kontinuierlich für den Verein engagieren. Oft haben sie neue Projekt-Ideen selbst entwickelt, das hat sich quasi verselbstständigt. Damit hab ich so

nicht unbedingt gerechnet – und mich natürlich gefreut!

Nach der Erfahrung aus den Projekten: Welche Sicht haben junge Menschen auf das Engagement in einem Verein? Wie „ticken“ die?

Jugendliche wollen Spaß haben an dem, was sie tun – das gilt auch für ehrenamtliches Engagement. Das ist ganz wichtig, aber es gibt auch noch zwei andere Hauptmotive: Auf der einen Seite möchten Engagierte anderen Menschen etwas Gutes tun. Auf der anderen Seite möchten speziell Jugendliche ihre eigenen Kenntnisse und Erfahrungen durch das ehrenamtliche Engagement erweitern, um sie in anderen Lebensbereichen einsetzen zu können. Das zeigt auch die Kampagne „Beim Sport gelernt“ des Landessportbunds NRW*.

Gibt es Erfahrungen aus einzelnen Projekten, die Sie hervorheben möchten?

Wie ich gerade angedeutet habe, ist ein niedrigschwelliger Einstieg eine wichtige Bedingung: Wenn Jugendliche nicht das Gefühl bekommen, eine langfristige Aufgabe ans Bein gebun-

den zu bekommen, sind sie für viele Sachen zu begeistern. Das Freizeitverhalten hat sich auf Grund der Rahmenbedingungen für Jugendliche in den letzten Jahren spürbar verändert. Wir haben versucht, darauf Rücksicht zu nehmen und die Wünsche von jungen Menschen zu verstehen, und dadurch eine Menge zurückbekommen!

Wie verlief die Zusammenarbeit mit dem ASC Göttingen und der Deutschen Sportjugend?

Super! Da haben wir mit ZI:EL nur gute Erfahrungen gemacht. Der ASC Göttingen hat uns bei den Maßnahmen immer unterstützt, wo wir Hilfe brauchten. Besonders Matthias Hansen vom ASC und der dsj möchte ich an der Stelle auch ganz herzlich danke sagen!

* www.beim-sport-gelernt.de

Mehr Infos:

[#beimSportgelernt](https://www.instagram.com/beimSportgelernt)



jahn

TURNVEREIN JAHN-RHEINE 1885 E.V.

Jetzt auf beiden Seiten der Ems!



Impressum

TV Jahn-Rheine 1885 e. V.

Germanenallee 4
48429 Rheine

Telefon: 05971 / 97 49 0
Telefax: 05971 / 97 49 88

info@tvjahnrhein.de
www.tvjahnrhein.de

Vereinsregisternummer

VR 246 (Amtsgericht Rheine)

Präsident

Klaus-Dieter Remberg

Vorstand

Ralf Kamp, Hermann Raumann,
Karin Fransbach

Redaktion

Martin Möhring

Autoren

Martin Möhring
Mareike Knue

Satz/Gestaltung

KRAFTWERK Werbeagentur

Bildnachweis

TV Jahn-Rheine 1885 e. V.
www.istockphoto.com
www.fotolia.de

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



jahn
TURNVEREIN JAHN-RHEINE 1885 E.V.

TV Jahn-Rheine 1885 e. V.

Germanenallee 4 · 48429 Rheine

Telefon: 05971 / 97 49 0

Telefax: 05971 / 97 49 88

info@tvjahnrhein.de

www.tvjahnrhein.de