



Handout

Workshop

Gesundheitsfördernder Lebensort Sportverein



SPORT BEWEGT NRW!



Herausgeber: **Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.**
Friedrich-Alfred-Straße 25
47055 Duisburg
E-Mail: Info@lsb-nrw.de
www.lsb-nrw.de

Verantwortlich: Referat Breitensport, Gruppe „Sport und Gesundheit“

Inhalt: Hans-Georg Schulz

Mitarbeit: Heike Arlt
Rainer Peters
Klaus-Peter Uhlmann

1. Auflage, Juni 2015

Eine Initiative des Programms **Bewegt GESUND bleiben in NRW!**

© Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.
Verwendung von Inhalten dieser Broschüre nur mit Quellenangabe

Inhalt

01.	Was erhält einen Menschen gesund?	03
02.	Lebenswelt und Gesundheit	03
03.	Zwei Ansätze, die sich unterscheiden und ergänzen	05
04.	Gesundheitsförderung im Sportverein und gesundheitsfördernder Sportverein	05
05.	Vision für den gesundheitsfördernden Lebensort Sportverein	06
06.	Fragen, die sich ein Sportverein stellen kann	07
07.	Von der Theorie in die Praxis	08
08.	Der gesunde Sportverein wird zu einer Leitidee für die Vereinskultur	08
09.	Gemeinsam geht's leichter – mit Partnern zusammenarbeiten	09
10.	Das Kapital des Sportvereins sind seine Mitarbeiter	10
11.	Den richtigen Zugang zu den Gesundheitsmotiven finden	11
12.	Die Gesundheitsbedürfnisse können sehr unterschiedlich sein	12
13.	Die Zielgruppe sollte von Anfang an beteiligt werden	13
14.	Gesundheitsförderung lebt von den praktischen Ideen	14
15.	Gesundheitssportangebote sind ein Teil des Ganzen - nicht alles	15
16.	Gesundheit fördern heißt auch, Risiken vorzubeugen	15
17.	Erfahrungen aus der Praxis und Kernbotschaften	16

01. Was erhält einen Menschen gesund?

„Gesundheitsförderung zielt auf einen Prozess ab, allen Menschen ein höheres Maß an Selbstbestimmung über ihre Gesundheit zu ermöglichen und sie damit zur Stärkung ihrer Gesundheit zu befähigen.“ So hat die Weltgesundheitsorganisation 1986 Gesundheitsförderung beschrieben. Wir sollen gesundheitsbewusst leben und Erkrankungen vorbeugen. Ob das gelingt hängt davon ab, dass wir uns genug bewegen, uns ausgewogene ernähren, ausreichend entspannen und erholen usw. Es wird aber auch stark von den Lebensbedingungen beeinflusst, die wir im Alltag vorfinden. Diese können uns unterstützen und stärken, eine gesundheitsbewusste Lebensweise im Alltag zu führen. Sie können es aber auch erschweren und unsere Gesundheit belasten. Die Gesamtheit der Rahmenbedingungen in einem Lebensbereich (z.B. einer Schule oder einer Arbeitsstätte) wird als Lebenswelt (Setting) bezeichnet.



Man geht davon aus, dass es diese zwei Ansätze gibt, um die Gesundheit eines Menschen zu fördern. Zum einen ihn zu befähigen, seine alltägliche Lebensweise gesundheitsbewusst zu gestalten. Das wird in Wissenschaft, Politik und Praxis als Individualansatz/Verhaltensprävention bezeichnet. Und zum anderen die Lebenswelten der Menschen so zu gestalten, dass vermeidbare Belastungen beseitigt werden und eine gesunde Lebensweise unterstützt wird. Dieser Ansatz wird als Lebensweltansatz zur Gesundheitsförderung/Verhältnisprävention bezeichnet.

02. Lebenswelt und Gesundheit

Unter Lebenswelt (Setting) versteht man einen Ort oder eine Gemeinschaft, die Menschen in ihrem Alltag häufig oder regelmäßig aufsuchen, die für ihr Leben wichtig sind. Beispiele für Lebenswelten sind Kindertagesstätten, Schulen, Betriebe, Seniorenstätten und die Kommunen.

Diese Lebenswelten erfüllen für die Gesellschaft einen Auftrag (z.B. Erziehung und Bildung, Herstellung wirtschaftlicher Güter, Verwaltung usw.), haben eine Organisationsstruktur und Regeln. Man kann das häufig sogar an den Gebäuden erkennen. Jeder erkennt eine Schule oder eine Fabrik bereits von weitem.

Daneben gibt es auch Gemeinschaften, die sich spontan und informell zusammenfinden, um einem gemeinsamen Interesse nachzugehen. Dazu gehören Sportvereine. Es sind soziale Lebenswelten, die eine Organisationsstruktur haben (Vereinsrecht) und zugleich sehr offen und informell sein können. Sie lassen ihren Mitgliedern mehr Raum für eigene Initiativen als eine Schule den Schülern oder Lehrern oder ein Betrieb den Angestellten.

Jede Lebenswelt wirkt auf die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen ein. Das ist ganz zwangsläufig so. Interessant sind die Unterschiede. Wie kann z.B. eine Schule die Gesundheit der Schüler, der Lehrer und aller anderen dort Tätigen erhalten und stärken? Und wie kann sie das mit ihrem Bildungsauftrag verbinden? Wie wichtig sind gesunde Mitarbeiter für einen Produktionsbetrieb? Und was kann er dafür tun? Heutzutage ist man sich in allen Bereichen einig: Gesundheitsförderung kann sich nicht nur an den einzelnen Menschen wenden; es geht auch darum, die Lebenswelten entsprechend gesund zu gestalten.



Für Kindertagesstätten, Schulen und Senioreneinrichtungen gibt es eine Fülle von Ideen und Beispielen, wie dort Gesundheitsförderung im Alltag umgesetzt werden kann. Mit Fug und Recht kann die betriebliche Gesundheitsförderung für sich in Anspruch nehmen, der Vorreiter gewesen zu sein. Das Grundmodell der betrieblichen Gesundheitsförderung ist 1996 entwickelt worden und in den Jahren danach Vorbild für alle anderen Lebenswelten gewesen.

Ist ein Sportverein eine Lebenswelt? Dieser Gedanke ist im Sport noch ungewöhnlich. Sportvereine verbinden mit Gesundheit vor allem Bewegungs- und Sportangeboten. Dass Vereine allerdings eine viel größere Wirkung auf die Gesundheit von Mitgliedern, Mitarbeitern und Besuchern haben, wird unterschätzt. Dass sie viel mehr Möglichkeiten haben, deren Gesundheit zu stärken, wird kaum gesehen. Es bedeutet auch, den eigenen Sportverein mit anderen Augen zu sehen. Dazu sollen hier Anregungen gegeben werden.

03. Zwei Ansätze, die sich unterscheiden und ergänzen

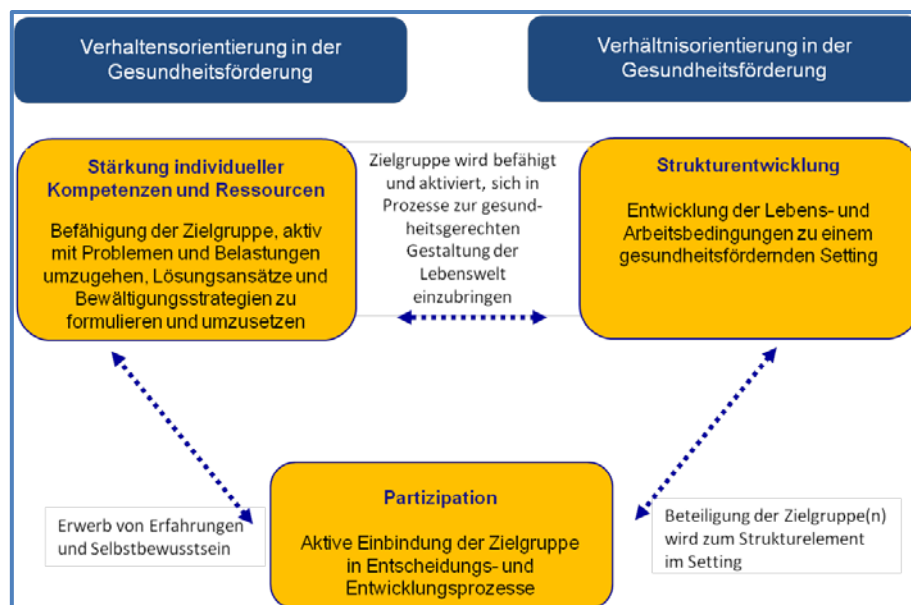
Es ist zunächst wichtig, den **Individualansatz** und den **Lebensweltansatz** voneinander zu unterscheiden. Denn die Frage muss beantwortet werden: was unterscheidet sie in der praktischen Umsetzung.

1. Die Förderung des gesundheitsbewussten Verhaltens (Verhaltensprävention)

Dazu werden vor allem Sport- und Bewegungsangebote im Gesundheitssport, d.h. in der Prävention oder in der Rehabilitation, durchgeführt. Der Teilnehmer soll seine Kenntnisse und Fertigkeiten für eine gesunde Lebensweise erkennen und stärken. Er soll Bewegung und Sport als eine wertvolle Gesundheitsquelle für sich erleben und darin unterstützt werden, sich regelmäßig und dauerhaft zu aktivieren.

2. Die Gestaltung des Vereinslebens (Verhältnisprävention)

Hier gilt die Aufmerksamkeit nicht dem gesundheitsorientierten Verhalten eines Menschen, sondern den Rahmenbedingungen (Verhältnissen), die der Verein bietet. Diese Rahmenbedingungen sollen zumindest gesundheitlich unbedenklich sein, besser noch Anreize für gesundheitsbewusstes Verhalten bieten, die auch über das Sporttreiben hinausgehen können. Denn die Vereinskultur und das Vereinsleben können Wohlbefinden, Zufriedenheit und Gesundheit begünstigen.



Die Strategie liegt auf der Hand: wenn man Gesundheitsförderung dauerhaft und erfolgreich umsetzen will, sollten die Maßnahmen beider Ansätze in Kombination aufeinander abgestimmt werden. Und die Menschen, die man ansprechen will, sollten aktiv einbezogen werden. Denn Gesundheitsförderung ist nicht Selbstzweck, sondern wird immer für bestimmte Zielgruppen entwickelt. Sie müssen mitentscheiden dürfen und ihre Wünsche und Bedürfnisse einbringen können.

04. Gesundheitsförderung im Sportverein und gesundheitsfördernder Sportverein

Es gibt eine weitere Unterscheidung, die eine Hilfe ist, um die Überlegungen zu ordnen. Der Sportverein kann Angebote im Gesundheitssport „schalten“. Der Sportverein ist dann ein Anbieter und Dienstleister für Gesundheitsförderung. Die Organisation, Leitung und Betreuung sind hervorragend und die Teilnehmer sind hochzufrieden. Das ist wertvoll und gehört in vielen Sportvereinen heute zum Standard. Ein gesundheitsfördernder Sportverein handelt unter einem anderen Blick. Er nimmt sich selbst zum Ausgangspunkt aller Überlegungen und stellt sich die Frage: was können wir tun, um Gesundheitsförderung zu einer Leitidee unseres Vereins zu machen? Selbstverständlich hängen beide Blickrichtungen miteinander zusammen, wenn daraus praktische Maßnahmen entstehen.

Gesundheitsförderung im Verein	Gesundheitsfördernder Verein
Im Mittelpunkt steht der Mensch. Angebote sollen das Gesundheitsverhalten beeinflussen. Angebote sollen persönliche gesundheitliche Risiken verringern. Angebote sollen persönliche Gesundheitskompetenzen stärken. Menschen sollen an Freizeit- und Breitensport gebunden werden. Verein ist ein Veranstalter (Dienstleister). Der Verein bleibt auf sich selbst beschränkt.	Im Mittelpunkt steht die Gemeinschaft. Die Bedingungen sollen verändert werden. In der Vereinsorganisation angelegte Belastungen sollen vermindert werden. Die Vereinskultur soll eine Gesundheitsressource werden. Gesundheitsförderung ist eine Leitidee der Vereinsentwicklung. Der Verein ist ein Gestaltungsraum für seine Mitglieder und Gäste. Der Verein ist nach außen offen (Netzwerkpartner)

05. Vision für den gesundheitsfördernden Lebensort Sportverein

Jede Idee lebt von den Maßnahmen, die in der Praxis umgesetzt werden und erfolgreich sind. Dies trifft auch hier zu. Man braucht aber auch eine Vision, um zu wissen, wo man eigentlich hin will. Und um immer wieder prüfen zu können, ob man seine Ziele auch im Blick hat.

Die Vision beschreibt immer ein Idealzustand, der eigentlich nie vollständig erreicht werden kann. Sie ist aber wichtig, um Ziele daraus abzuleiten und allen Maßnahmen eine gemeinsame Richtung zu geben. Für den gesundheitsfördernden Lebensort Sportverein kann die Vision so formuliert werden:

Der Sportverein ist für Mitglieder und Beschäftigte ein Ort in ihrem Leben, wo sie ihre Gesundheitskompetenzen und -ressourcen pflegen können. Er schöpft die Möglichkeiten aus, um Gesundheitsförderung in die Vereinskultur und den Vereinsalltag zu integrieren. Er arbeitet dazu eng mit Partnern aus dem Gesundheits-, Sozial- und Bildungsbereich zusammen.

Jeder Sportverein ist anders. Deshalb ist es nicht sinnvoll, klare Vorgaben von außen zu machen. Wohl aber eine Orientierungshilfe zu geben. Diese sehr abstrakte Vision soll eine Orientierungshilfe sein. Sie ist ein offener Rahmen, der mit Leben gefüllt und auf den eigenen Sportverein angewandt werden muss.

Einen Königsweg zum gesundheitsfördernden Lebensort Sportverein gibt es nicht. Er muss von jedem Sportverein eigenständig entwickelt werden. Denn jeder Sportverein ist anders und bietet unterschiedliche Rahmenbedingungen für Gesundheitsförderung. Alle Entscheidungen muss der Sportverein selbst treffen und in die Tat umsetzen.



Was tun wir bereits? Was könnten wir zusätzlich tun? Mit welcher Idee sollten wir uns intensiver beschäftigen? Was wirft ein neues Licht auf alte Fragen, die uns schon lange beschäftigen?

06. Fragen, die sich ein Sportverein stellen kann

Auch wenn man den Idealzustand nie vollständig erreichen kann, es lohnt sich für jeden Sportverein sich mit folgenden Fragen zu beschäftigen:

Wie wirken sich die Vereinskultur und das Vereinsleben auf die Gesundheit der Mitglieder und der Beschäftigten aus?

Wie können wir im Verein Strukturen und Verfahren einrichten, um „Sport und Gesundheit“ fest zu verankern?

Was können wir tun, um den Gemeinschaftscharakter zu stärken, um für alle attraktiv zu werden und sie stärker an den Verein zu binden?

Wie können wir uns sensibler auf die Gruppen, die wir erreichen wollen, einstellen, und sie dafür gewinnen, sich aktiv für ihre Gesundheit zu beteiligen?

Wie können wir den Verein als zuverlässige und qualitätsbewusste Kraft für Sport und Gesundheit in der Kommune aufbauen?

07. Von der Theorie in die Praxis

Wenn Gesundheitsförderung zu einer Leitidee des Vereins werden soll, gibt es verschiedene Bereiche, in denen konkrete Maßnahmen geplant und umgesetzt werden können. In der folgenden Abbildung sind die wichtigsten Bereiche zusammengestellt. Zu jedem einzelnen Bereich werden nachfolgend Erläuterungen gegeben.



08. Der gesunde Sportverein wird zu einer Leitidee für die Vereinskultur

Gesundheitsförderung zu einer Leitidee für die Vereinskultur zu machen heißt nicht, dass der Sportverein keine weiteren "Ideen" verfolgt. Es heißt auch nicht, dass der Sportverein seine Tradition und seine Identität aufgeben muss. Gesundheitliche Aspekte zu beachten und diese gezielt zu fördern passt in jeden Sportverein, unabhängig davon, welche Sportart(en) betrieben wird bzw. werden, ob er sich im Breitensport oder stärker im Wettkampfsport betätigt, ob er ein Einsparten- oder ein Mehrspartenverein ist. Es kommt darauf an, eine

lebendige Vereinskultur zu pflegen, in der die Gesundheitsorientierung eine Option des Vereinslebens ist, die gleichberechtigt neben anderen Zielen steht.



In vielen Sportvereinen steht traditionell eine Sportart im Mittelpunkt. Sie wird von den Mitgliedern als Kern des Vereins erlebt, um den sich alles dreht. Die Idee des gesundheitsfördernden Sportvereins einzuführen, muss einen Mehrwert für alle Beteiligten erbringen, sonst wird sie auf Dauer nicht akzeptiert und angenommen. Das trifft auch für Sportvereine zu, die Gesundheitssportangebote durchführen und viel Zuspruch finden. Die Entscheidungsträger im Sportverein sollten die Entscheidung sehr bewusst treffen. Sie sollten die Bedingungen dafür schaffen, um diese Leitidee behutsam einzuführen und Schritt für Schritt umzusetzen. Dafür ist eine Umsetzungsstruktur und die Verteilung von Zuständigkeiten (z.B. im Vorstand) notwendig. Es ist z.B. zu klären, welche Auswirkungen diese Leitidee auf die Ziele und die Strategien des Vereins bzw. des Vorstands hat und wie sie möglichst einfach in die Vereinsstruktur eingefügt werden kann. Die Leitidee sollte grundsätzlich einfach, schlank und praktikabel sein.

09. Gemeinsam, geht's leichter – mit Partnern zusammenarbeiten

Sie wollen einen Schwerpunkt setzen in der gesundheitlichen Förderung von Kindern und Jugendlichen? Sie haben festgestellt, dass viele Vereinsmitglieder unter hohen beruflichen Belastungen stehen und über Erschöpfung klagen? Sie haben ein Angebot für Bewohner einer Seniorenstätte durchgeführt und in der Presse vorgestellt und haben mehrere Anfragen aus Seniorenstätten vorliegen. Wie wollen Sie reagieren? Sie wollen die SPORT PRO GESUNDHEIT-Angebote in ihrem Verein vermarkten und suchen Zugangswege zu den Zielgruppen?

Auf der Suche nach Antworten auf diesen Fragen werden Sie verschiedene mögliche Lösungen finden. Wenn Sie aber das Vereinsprofil in eine dieser Richtungen ausbauen wollen, müssen Sie Kooperationspartner suchen und die gezielte Zusammenarbeit pflegen.



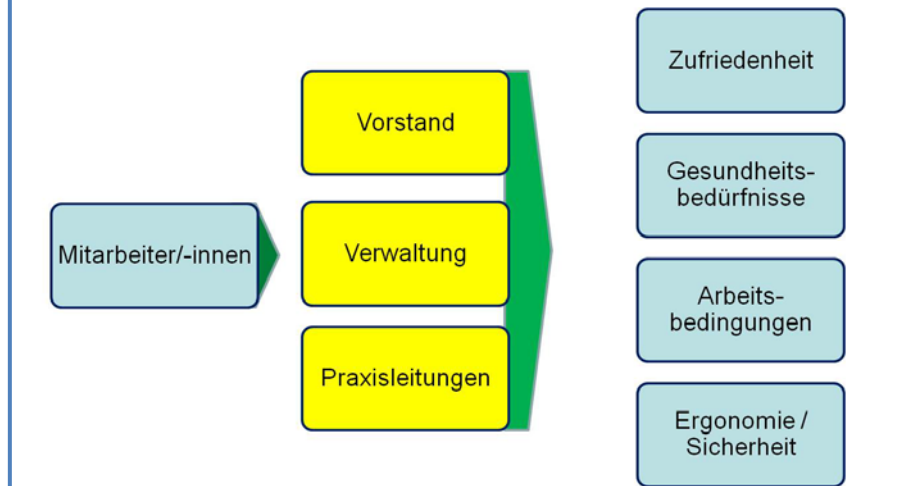
Alle Organisationen verfügen über ganz bestimmte Fachkompetenzen und Zugangswege, die für die Vereinsarbeit wertvoll sind. Viele Initiativen zur Gesundheitsförderung wie z.B. Bewegungs- und Entspannungsangebote werden auch in anderen Einrichtungen z.B. in einem Betrieb oder in anderen Sportvereinen durchgeführt. Allein schon die gemeinsame Abstimmung der Angebote und Maßnahmen untereinander und die gemeinsame Werbung stärkt die Position des eigenen Vereins in der kommunalen Landschaft.

Diese Aufgabe ist zunächst mühsam, mittelfristig aber sind Kooperationen, wenn sie mit Leben gefüllt werden, unverzichtbar für eine langfristige Profilbildung z.B. als gesundheitsfördernder Sportverein und Kooperationspartner einer Schule.

10. Das Kapital des Sportvereins sind seine Mitarbeiter/-innen

Angebote im Gesundheitssport richten sich an Mitglieder und Nichtmitglieder, die Kursangebote besuchen. Das wirkliche Kapital des Vereins sind nicht diese Angebote, sondern die Mitarbeiter/-innen in allen Funktionsbereichen (Vorstand, Verwaltung und Praxisleitungen). Ihre Gesundheit, ihre Zufriedenheit und ihr Wohlbefinden werden in vielen Vereinen nicht gestärkt. Sie werden einfach vorausgesetzt.

Das Kapital des Sportvereins sind seine Mitarbeiter/-innen.



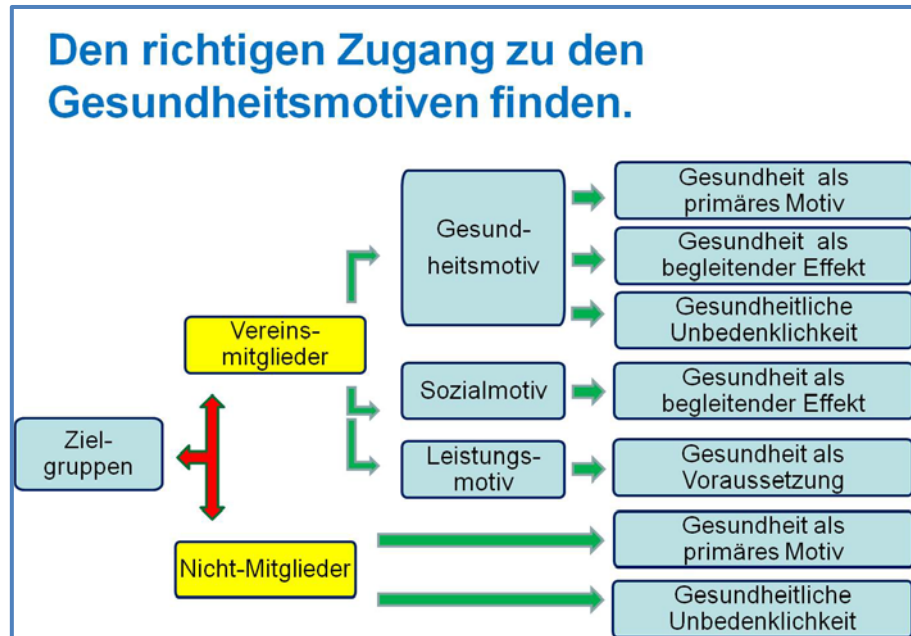
Sportvereine sind Betriebe und die Räumlichkeiten sind Arbeitsstätten. Mitarbeiter werden im Auftrag des Sportvereins aktiv. Es gehört zu den Fürsorgepflichten des Sportvereins, "sich um seine Mitarbeiter zu kümmern" und ihnen Arbeitsbedingungen (in der Verwaltung, in den Sportstätten) zu bieten, die gesundheitlich unbedenklich sind. Dazu sollten die Mitarbeiter direkt und unmittelbar eingezogen werden. In den Arbeitswissenschaften ist umfassend und differenziert belegt: Die Zufriedenheit und das Wohlbefinden von Mitarbeitern wirkt sich auf die Dienstleistungsqualität aus.

11. Den richtigen Zugang zu den Gesundheitsmotiven finden

Gesundheit ist kein unveränderlicher Status, sondern ein lebenslanger Prozess. Auch das Gesundheitsverständnis verändert sich mit dem Lebensalter. Die Motive, etwas tun zu wollen, um sein Wohlbefinden und seine Leistungsfähigkeit zu erhalten, um vital und aktiv am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, um Beschwerden und Erkrankungen vorzubeugen, mögen auf den ersten Blick lebenslang sehr ähnlich bleiben. Bei genauer Betrachtung ist dem aber nicht so. Die Wichtigkeit kann sich deutlich verschieben z.B. von der beruflichen Leistungsfähigkeit zu einem entspannten Lebensabend.

Für Vereinsmitglieder und Nichtmitglieder kann Gesundheit und Prävention ein primäres Motiv sein, um Gesundheitsangebote des Sportvereins zu besuchen. Dann wird die gesundheitliche Unbedenklichkeit des Sportangebots vorausgesetzt. Dies trifft z.B. für Angebote mit dem Qualitätssiegel SPORT PRO GESUNDHEIT oder anerkannte Rehabilitationssportangebote zu, für die ein Qualitätsstandard festgelegt ist.

Gesundheit kann aber auch ein begleitender Effekt sein z. B. für Mitglieder, die ihre Sportart breitensportlich betreiben und dabei gesundheitliche Aspekte berücksichtigen. Unter dem Leistungsmotiv wird Gesundheit und uneingeschränkte Belastbarkeit als selbstverständlich vorausgesetzt. Dann wird unter Gesundheit vor allem Kompensation und Regeneration z.B. nach einem Wettkampf verstanden.



Ein Motiv mit wachsender Bedeutung für das Vereinsleben ist das Zusammensein mit Gleichgesinnten, das soziale Wohlbefinden. Der persönliche Kontakt und der gesellige Austausch mit Menschen, denen man Vertrauen entgegenbringt, ist eine sehr wirksame Gesundheitsressource.

Wenn ein Sportverein langjährige Mitglieder binden und neue hinzugewinnen will, muss er sich mit deren Sport- und Gesundheitsmotiven auseinandersetzen. Sie erwarten, dass der Sportverein auf ihre Wünsche und Bedürfnisse eingeht und passende Angebote und evtl. sogar Begleitmaßnahmen (!) anbietet. Es stellt sich also die Frage: Was verbindet die Zielgruppe, die der Sportverein ansprechen will, mit dem Begriff Gesundheit. Was ist ihr wichtigstes Gesundheitsmotiv und wie kann man dem gerecht werden?

12. Die Gesundheitsbedürfnisse können sehr unterschiedlich sein

In dieser auf den ersten Blick so einfachen Aussage verbirgt sich der Kern der Gesundheitsförderung. Es geht darum, Menschen zu befähigen, eine gesundheitsbewusste Lebensweise im Alltag zu führen und Antworten auf die Frage zu finden: „Was unterstützt meine Gesundheit? Was hält mich gesund?“

Sie sollen für sich herausfinden können, welche Gesundheitsressourcen für sie persönlich wichtig sind und wie sie diese stärken können. Damit ist der Einzelne mit seinen Bedürfnissen zugleich der Ausgangspunkt und das Ziel der Gesundheitsförderung. Menschen gehen dahin, wo sie sich beachtet und aufgehoben fühlen und sie ihren Bedürfnissen nachgehen können. Je mehr man über die Menschen weiß, die man erreichen will, desto besser kann man die Angebote auf Ihre Bedürfnisse und Ansprüche abstimmen. In der Abbildung sind wichtige Aspekte aufgeführt, die der Sportverein mit der nötigen Sensibilität in seinen Überlegungen berücksichtigen sollte. Es gilt offen und sensibel auf Alter und Geschlecht, soziale und kulturelle Zugehörigkeit, Lebensphase und Lebensweise einzugehen und dafür passende gesundheitsfördernde Maßnahmen zu entwickeln und im Sportverein Bedingungen zu schaffen (z.B. Barrierefreiheit, Verköstigung bei Veranstaltungen, Unterstützung in organisatorischen Fragen usw.).

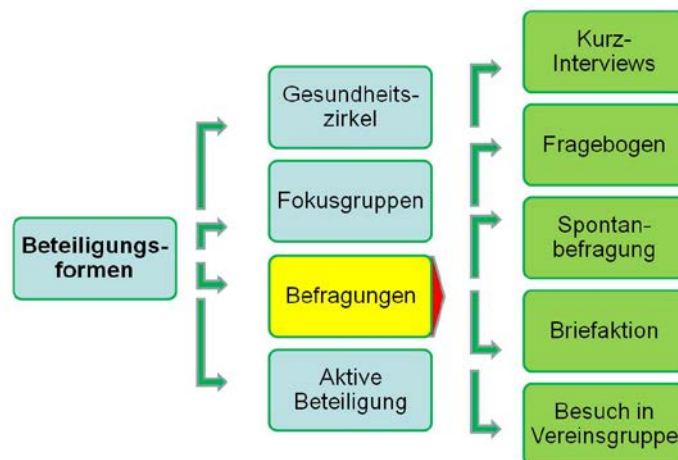


13. Die Zielgruppe sollte von Anfang an beteiligt werden

Gesundheitsförderung kann nicht von oben verordnet werden. Aufgabe des Vorstands bzw. des Vereinsmanagements ist es, die Leitidee der Gesundheitsförderung im Verein zu verankern und am Leben zu halten. Der Vorstand kann sie an die Mitglieder, Mitarbeiter und Gäste herantragen und kann auch die Voraussetzungen für erfolgreiche Maßnahmen schaffen. Es sind aber vor allem die Mitarbeiter/-innen und die Mitglieder, die die Idee für sich aufnehmen und im Vereinsalltag pflegen müssen.

Die intensive und offene Kommunikation unter- und miteinander ist eine unverzichtbare Voraussetzung für den Erfolg. Bereits bei der Planung von Maßnahmen zur Gesundheitsförderung sollten die Zielgruppe und die Beschäftigten aktiv einbezogen werden. Dafür gibt es eine Vielzahl von möglichen Verfahren, die unterschiedlich aufwändig sind. Sportvereine sollten einfache, mit wenig Aufwand durchführbare und dennoch aussagekräftige Verfahren wählen. In der folgenden Abbildung sind Beispiele aufgeführt.

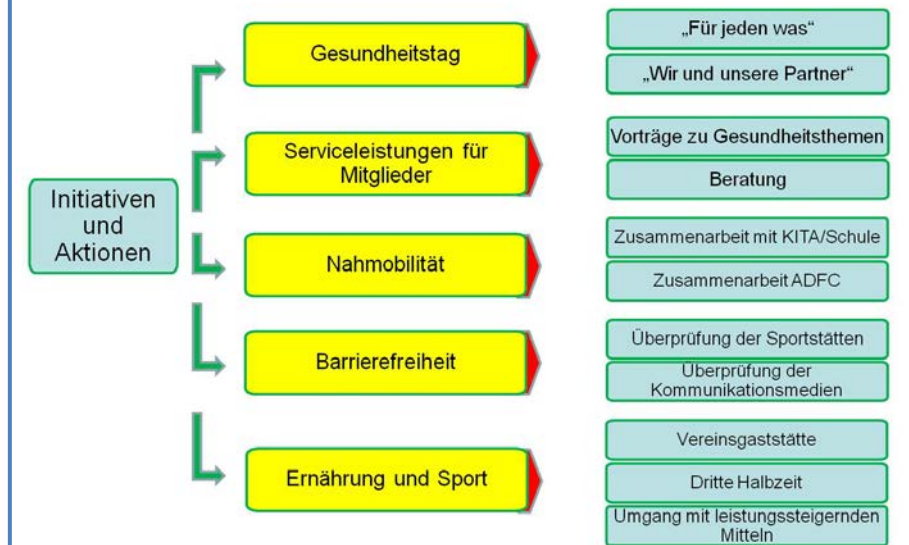
Die Menschen sollten von Anfang an beteiligt werden.



14. Gesundheitsförderung lebt von den praktischen Ideen

Der gesundheitsfördernde Sportverein ist ein Ziel. Der Weg dorthin sind die praktischen Maßnahmen, die der Sportverein durchführt und umsetzt. In der Abbildung sind einige Beispiele solcher Maßnahmen aufgeführt. Dabei ist zu beachten: Es sollten Maßnahmen ausgewählt werden, die im jetzigen Augenblick in der Zielgruppe, die erreicht werden soll, die größte Wirksamkeit erwarten lassen. Es stellt sich also die Fragen: „Was wollen wir für die Zielgruppe einrichten und welche Maßnahme ist geeignet, um dieses Ziel zu verwirklichen?“ Es geht also nicht um die Menge an Maßnahmen sondern um deren Passgenauigkeit.

Gesundheitsförderung lebt von den praktischen Ideen.



15. Gesundheitsangebote sind ein Teil des Ganzen - nicht alles.

Sport- und Bewegungsangebote mit dem Qualitätssiegel SPORT PRO GESUNDHEIT und anerkannte Rehabilitationssportgruppen sind etablierte Angebotsbereiche. In Fachsportarten werden Praxiskonzepte entwickelt, welche die Kernziele und Qualitätsstandards des Gesundheitssports erfüllen. Und selbstverständlich kann und wird auch Freizeit- und Breitensport unter gesundheitlicher Perspektive ausgeübt. Es sind Teile der Sportkultur des Vereins. Die Fragen aber sind: Stehen sie für sich allein oder bilden sie vereinsintern ein Netzwerk? Gibt es Folgeangebote? Wie sind sie in die Vereinskultur eingebunden: Als lebendiger und offener Bereich für spezielle Zielgruppen oder fristen sie ein Nischendasein? Gibt es begleitende Angebote?

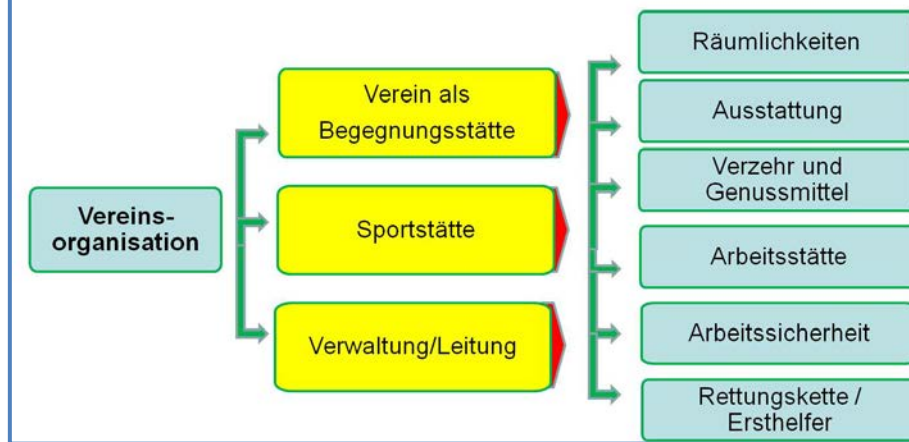


16. Gesundheit fördern heißt auch, Risiken vorzubeugen

An vielen Stellen des Vereinsalltags lauern gesundheitliche Belastungen bis hin zu Risiken. Sie werden häufig erst dann erkannt, wenn Unfälle passieren. Es bietet sich geradezu an, dass der Sportverein hier seinen Verpflichtungen nachkommt und diese Risiken systematisch beseitigt

Dies kommt nicht nur den Mitarbeitern des Sportvereins zugute, sondern auch den Mitgliedern, die dies als Visitenkarte eines gut geführten Sportvereins würdigen werden. Denn das Premiumprodukt ist der Sportverein selbst, nicht das Gesundheitssportangebot. Hier liegt eine wesentliche Aufgabe der Vereinsführung und der Vereinsorganisationen, Bedingungen zu schaffen, in denen sich alle wohl fühlen, die sie gerne aufsuchen und in denen sie willkommen sind.

Gesundheit fördern heißt auch, Risiken vorzubeugen.



17. Erfahrungen aus der Praxis und Kernbotschaften

Die Erfahrung lehrt:

- Der Ausgangspunkt ist immer das, was schon da ist (z.B. Gesundheitssport-Angebote).
- Führungskräfte und Sportler/innen „arbeiten“ gemeinsam an einer Idee.
- Es ist sinnvoll, Kenntnisse und Erfahrungen der Vereinsmitglieder nutzen.
- Die Planung muss realistisch sein und in kleinen Schritten umgesetzt werden.
- Es gilt, die Idee aufrecht zu erhalten, in der Umsetzung aber offen und flexibel zu sein.
- Nichts läuft wie geplant: Störungen oder Verzögerungen müssen erwartet und beseitigt werden, ohne das Ziel aufzugeben.

Kernbotschaften sind:

- Gesundheitsförderung sollte bei allen Entscheidungen im Verein berücksichtigt werden (auch im Leistungssport!).
- Verhaltens- und Verhältnisprävention sollten immer miteinander verbunden werden (wenn es sinnvoll ist!).
- Die Beteiligten (Mitglieder und Beschäftigte) sollten schon bei der Ideenfindung und in der Vorbereitung eingebunden werden (das schafft Interesse und Bindung!).
- Menschen sind unterschiedlich, d.h. Geschlecht, Kultur und soziale Hintergründe sollten beachtet werden.

Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.

Friedrich-Alfred-Straße 25
47055 Duisburg

Tel. 0203 7381-0
Fax 0203 7381-616
Info@lsb-nrw.de
www.lsb-nrw.de

