

Texte zur Jugendarbeit im Verein



www.ehrenamt-im-sport.de

Eine Initiative von
Deutscher Olympischer Sportbund
und Commerzbank

1. „VON WEGEN NULL BOCK!“

Für den Erfolg einer Mannschaft kommt es auf eine gute Mischung an: Ältere Mitspieler bringen gereifte Erfahrungen ein, die jüngeren neue Perspektiven. Wo sich die Stärken ergänzen, hier Überblick und Standfestigkeit, dort Improvisation und Laflust, sind die Weichen gut gestellt: für den Sieg heute und – nicht weniger wichtig – für das Spiel von morgen.

FRÜHE BINDUNG HÄLT AM BESTEN

Die Zukunftsfrage eines Sportvereins ist auch eine Frage der Jugend. Sein Überleben hängt nicht zuletzt von der Einstellung der heranwachsenden Generation ab. Nur wenn es gelingt, sie erstens für den Verein und zweitens für freiwilliges Engagement zu begeistern, wird sich auch künftig etwas bewegen. Der Grundsatz lautet: Je früher desto besser, denn ...

- die in jungen Jahren entstandenen Bindungen sind besonders haltbar: eine große Zahl der erwachsenen Ehrenamtlichen hat bereits frühzeitig Mitverantwortung übernommen;
- „junges Engagement“ hilft den Vereinen, sich weiter zu entwickeln: Jugendliche bringen nicht nur neue Kompetenzen mit und kreative Ideen ein, sie geben auch dem Vereinsleben Impulse;
- junge, überzeugte Vereinsmitglieder sind für andere Jugendliche die glaubwürdigsten Vereins-Fürsprecher und deshalb die beste Werbung für die Mitgliedschaft.

JUNGE WOLLEN MITMISCHEN

Junge Menschen zu begeistern, setzt voraus, dass sie sich begeistern lassen. Manche bezweifeln das und sprechen von der „Null-Bock-Generation“. Zurecht? Darauf gibt die seit vielen Jahren regelmäßig durchgeführte Shell-Jugendstudie eine Antwort: nein! Die neueste Untersuchung aus dem Jahr 2006 sieht sogar einen gegenteiligen Trend. Aus der Befragung von mehr als 2.500 Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren zieht der Soziologe Klaus Hurrelmann folgende Erkenntnisse: Die Protestgeneration wie auch die Null-Bock-Generation seien Vergangenheit. Die Jugendlichen seien heute vor allem pragmatisch und leistungsorientiert eingestellt und wüssten es zu schätzen, Einfluss nehmen zu können. Das ist für Sportvereine, die solchen Nachwuchs dringend brauchen, eine erfreuliche Perspektive – und eine Herausforderung: Auch wenn die Jungen noch nicht immer genau wissen, was sie wollen (schließlich ist die Jugend eine Experimentierphase), so haben sie meist doch klare Vorstellungen von den Bedingungen, unter denen sie gern (im Sport) mitmachen und (im Verein) mitwirken. Die wichtigsten nennt dieser einführende Beitrag zur Jugendarbeit im Überblick. Auf die einzelnen Aspekte werden die (alle zwei Monate erscheinenden) nachfolgenden Beiträge genauer eingehen.

Tipp: Eine Zusammenfassung der aktuellen Jugendstudie finden Sie im Internet, wenn Sie „15. Shell-Jugendstudie 2006“ in eine Suchmaschine eingeben.

Es lebe der Sport?

„Gerüchten“ zufolge interessieren sich Jugendliche nur noch für virtuellen Sport via Spielkonsole. Sportvereine wissen natürlich, dass das Unsinn ist. Andererseits: Die meisten Vereine hätten wahrscheinlich gegen (noch) mehr jungen Mitglieder nichts einzuwenden. Das aber ist kein Selbstläufer, denn während die Zahl der Heranwachsender (wegen der schwachen Geburtenrate) schrumpft, wächst das Freizeitangebot. Die Aussichten, Jugendliche für Sportvereine zu gewinnen, steigen, wenn Vereine attraktive Voraussetzungen schaffen:

- Die Aufnahme neuer Sportangebote ins Vereinsprogramm. Jugendliche praktizieren manche Trendsportart auch deshalb in „freier Regie“, weil Vereine hier passen müssen.
- Ein Trainingskonzept, das die Leistungsfähigkeit vor allem über den Spaß am Sport fördert.
- Eine Umfeld, mit dem sich Jugendliche identifizieren können, zum Beispiel die Party mit Schulband oder selbst gestaltete Trikots.
- Und, das gilt für die Mitgliedschaft genau so wie fürs Ehrenamt: Mitspracherechte! Denn für Jugendliche gilt mindestens so sehr wie für Erwachsene, dass Selbstverwirklichung und Mitverantwortung die stärkste Bindungskraft entfaltet und die Lust aufs Mitmachen steigert.

Tausche Visionen gegen Verantwortung

Die Botschaft junger Menschen an die Gesellschaft lautet: „Ja, wir wollen etwas bewegen. Dafür brauchen wir aber auch Bewegungsspielraum!“ Damit ist nicht gnädiges Gewährenlassen gemeint. Was Jugendliche sich vor allem wünschen, bringt der Kinder- und Jugendreport zum Nationalen Aktionsplan (NAP) „Für ein kindgerechtes Deutschland 2005 – 2010“ auf den Punkt: Sie wollen ernst genommen werden! Und erleben manches Mal das Gegenteil, was Misstrauen zur Folge hat. Wenn Erwachsene in den Sportvereinen es überwinden wollen, sollten deshalb keinen Zweifel daran lassen, dass ...

- Gespräche mit Jugendlichen keine Pro-forma-Veranstaltungen sind, sondern ein gleichberechtigter Dialog, in dem die Ansichten und Vorschläge der Jungen Gewicht haben;
- sie Jugendlichen etwas zutrauen und deshalb Gestaltungsspielräume bei der Umsetzung von Ideen eine Selbstverständlichkeit sind;
- Fehler zur Geschäftigkeit gehören und nicht nur Jugendlichen unterlaufen;

- die Interessen der Jugendlichen nicht nur „bei Gelegenheit“ in die Vereinsplanung einfließen, sondern durch Verankerung auf der Führungsebene systematisch berücksichtigt werden.

FAZIT

Ein von beiden Seiten mit Wohlwollen geführter Dialog ist die Grundlage für den Vereins Erfolg. Dass früher alles besser gewesen sei, behauptet nur, wer die eigenen Jugendsünden im altersweisen Rückblick verklärt. Genau so wenig hat die Jugend die guten Ideen für sich alleine gepachtet. Jede neue Generation wächst unter veränderten Bedingungen heran. Es ist deshalb nur natürlich, dass sie ihre speziellen Stärken und Schwächen, Vorlieben und Abneigungen, Werte und Strategien entwickelt. Sie ist „ein Kind ihrer Zeit“, die neue Herausforderungen mit neuen Ideen begegnet. Ein gutes Miteinander der Generationen lebt nicht von Gleichmacherei. Es kommt es auf etwas anderes an: Respekt vor der Unterschiedlichkeit. Und die bestmögliche Vereinigung der verschiedenen Stärken! Es geht weder ohne die Älteren, noch ohne die Jüngeren. Zukunftssicherung im Verein bedeutet, die Generationen zusammen zu bringen!

2. „WIR REDEN HIER AUF AUGENHÖHE!“

Das große Badminton-Turnier steht an und der Trainer hat an alles gedacht: „Hier ist dein Reise-, Schlaf- und Speiseplan. Da haben wir die Checklisten fürs Aufwärmen, Einspielen und Abkühlen. Und hier die Aufstellungen für ...“ Dann blickt der Trainer seinem „Schützling“ in die Augen: „Das Wichtigste ist aber: Spiele selbstbewusst! Setze dich durch!“ Doch wie soll man sich, an so kurzer Leine gehalten, selbstbewusst durchsetzen? Für die persönliche Entwicklung ist Freiraum genau so entscheidend wie Führung. Das gilt für Erwachsene – und für junge Menschen erst recht!

FÖRDERN UND FORDERN

Die Übergänge von der Kindheit zur Jugend und von der Jugend ins Erwachsenenalter sind Zeiten des Wandels und der Weichenstellungen. Dafür brauchen junge Menschen Raum. Raum, in dem sie sich zuhause fühlen und der ihnen genug Platz lässt, sich zu entwickeln. Wo sie sich gleichzeitig als Individuum und als Teil der Gemeinschaft erleben, können sie zu verantwortungs- wie auch selbstbewussten Menschen reifen. Beide Seiten gehören zusammen, denn ohne starke Persönlichkeit lässt sich Verantwortung nicht tragen. Vereine können und sollten die Jungen in dieser Entwicklung unterstützen, indem sie Hilfe zur Selbsthilfe leisten. Das Prinzip: Führung, Freiraum und Vertrauen. Denn Jugendliche brauchen Orientierung, aber auch den Optimismus, selbst etwas auf die Beine stellen zu können. Wo könnte man das besser lernen als im Sportverein? Es ist wie im

Mannschaftssport: Der Erfolg hängt sowohl vom Teamgeist wie vom Selbstvertrauen ab.

GUTE ENTWICKLUNG DANK ERFAHRUNG UND ERFOLGEN

Verantwortungsgefühl entsteht nicht durch Vorträge. Und Selbstbewusstsein kommt nicht von selbst. Für beide Seiten der Persönlichkeitsentfaltung sind positive Erfahrungen nötig, denn nur was man selbst erlebt und gemeistert hat, hinterlässt nachhaltige Spuren. Ob im Sport oder im Ehrenamt – folgende „Entwicklungshilfen“ sollte Ihr Verein den jungen Mitspielern geben:

Verantwortungsbereitschaft und Leistungsfähigkeit fördern

Damit junge Menschen lernen, für sich und andere Verantwortung zu übernehmen, brauchen sie eigene Entscheidungsspielräume, zum Beispiel im Rahmen eines Projekts. Geben Sie Ziele vor, aber nicht den Weg. Beratung: ja, unbedingt – Bevormundung: auf keinen Fall. Denn damit sich die Leistungskraft entwickelt, muss sie gefordert werden. Natürlich sollten Sie die Jugendlichen nicht überfordern. Wenn Sie ihnen aber im Gegenteil zu wenig zutrauen, hemmen Sie ihre Entwicklung eher. Helfen Sie weiter, wenn Schwächen auftauchen und loben Sie ordentlich, wenn Stärken zutage treten. Geben Sie ein zugleich realistisches und motivierendes Feedback. Klar, ganz ohne Fehler geht es beim Lernen nicht. Aber für junge Menschen gilt ganz besonders, dass man (auch) aus Fehlern klug wird. Sie helfen ihnen, künftig ihre Leistungsfähigkeit selbstkritisch einzuschätzen und künftige Entscheidungen daran zu messen. Lassen Sie deshalb Fehler zu und ziehen Sie ihnen den Stachel: Nur wer nichts tut, macht nichts falsch!

Tipp: Wie Sie Verantwortung sinnvoll übertragen, lesen Sie unter Rat & Tat / Der Vereinsberater im Baustein „Delegieren“.

Selbstwertgefühl stärken

Die Selbstbehauptung spielt (vor allem) in der Pubertät eine große Rolle. Aber nicht deshalb, weil sich Jugendliche ihrer selbst so sicher sind, sondern im Gegenteil, weil innere Unsicherheit überspielt werden soll. Vor allem (aber nicht nur) Jugendliche, die auffallend selbstbewusst daher kommen, brauchen deshalb viele Trainingseinheiten, um das Selbstwertgefühl zu pflegen: Attraktive Aufgaben, die sie bewältigen können und Anerkennung für ihre Leistung. Durch großspuriges Verhalten sollten sich Erwachsene nicht provozieren lassen, auch wenn es schwerfällt. Denn die geläufige Behauptung, dass hinter einer großen Klappe nichts stecke, trifft es nicht ganz: Dahinter steckt etwas, nämlich ein schwaches Selbstwertgefühl. Das muss aufgerichtet werden! Zahlen Sie deshalb Provokationen nicht mit gleicher Münze zurück, es gibt eine erfolversprechendere Methode: Wer alles besser weiß, soll es beweisen. Überraschen Sie den jungen Mitspieler, der sich lautstark hervortut – indem sie ihm Verantwortung übertragen. Aber ohne ironischen

Beigeschmack und nicht als Falle: Es geht darum, ihn zu integrieren und sein Selbstvertrauen zu fördern. Er darf ruhig erleben, dass manches leichter gesagt als getan ist. Letztlich sollte er die Herausforderung aber (mit der nötigen Unterstützung) meistern können!

Teamgeist kultivieren

Ohne Fair Play wäre der Sport ein wildes Gerangel um Tore, Treffer und Trophäen. Als Vorbild für die Gesellschaft taugt er nur, wenn Sportler und Mannschaften nicht nur auf Sieg spielen, sondern auch auf Fairness setzen. Aber das ist keine Selbstverständlichkeit – man muss es lernen. Am besten schon in jungen Jahren:

- Trainer sollten faires Verhalten würdigen. Und zwar unabhängig davon, was es gebracht oder gekostet hat. Wenn zum Beispiel ein Spieler den Schiedsrichter zum eigenen Nachteil korrigiert hat, darf sich das zu erwartende Lob nicht in einen Tadel verwandeln – sonst gerät Fairness zu blankem Opportunismus.
- Fair Play sollte überall im Verein Achtung genießen. Wie wollte man von Jugendlichen Fairness erwarten, wenn bei den Senioren, sei es auf dem Platz oder in den „Führungsetagen“, die Ellenbogen regieren?

Während sich die Identität im Umbruch befindet, ist es gar nicht so leicht, sich in ein Mannschaftsgefüge einzuordnen. Unsicherheit führt eben manchmal auch zur Abgrenzung. Oder zur Ausgrenzung. Und was schweißt zusammen? Gemeinsam errungene Erfolge! Setzen Sie auf Teamarbeit, denn Aufgaben, die nur in der Gemeinschaft zu lösen sind, fördern die soziale Kompetenz.

Tipp: Achten Sie besonders darauf, Außenseiter durch die Einbindung in Gemeinschaftsaufgaben zu integrieren.

Selbstdisziplin unterstützen

Selbstdisziplin gehört zu den weniger begeisternden Übungen im Trainingskalender. Aber sie lohnen sich, denn sie helfen erstens, den inneren Schweinehund so abzurichten, dass er nicht ständig an der Leine zieht. Und machen es zweitens leichter, Frustrationen zu verarbeiten, wenn sich Bedürfnisse nicht erfüllen lassen. Junge Menschen Selbstdisziplin zu lehren, ist allerdings eine Gratwanderung, denn die Spontanität darf man dabei nicht austreiben. Grundlage des Trainingsplans könnte das Prinzip Geben und Nehmen sein: Wenn junge Sportler Bedürfnisse äußern (die jeder Verein Ernst nehmen sollte), dann könnten Sie die Erfüllung, wenn sie denn im Rahmen der Möglichkeiten liegt, von der Selbstdisziplin abhängig machen: Wer sich mit langem Atem für sein Anliegen engagiert und dafür eigenen Einsatz bringt, wird belohnt: mit einem Entgegenkommen und mit nicht minder wichtigem Lob.

Konfliktfähigkeit fördern

Eng verbunden mit Selbstdisziplin und der Fähigkeit Misserfolge und Enttäuschungen auszuhalten, ist die Konfliktfähigkeit. Wie geht man mit Interessensgegensätzen um, wie vermeidet man, dass Kontroversen aus dem Ruder laufen? Diese wichtigen Fragen lassen sich am besten durch die Praxis und am überzeugendsten durch positive Beispiele beantworten: Betreuer die nicht selbst auf jede Attacke mit Gegenangriffen reagieren, die es verstehen, spitze Formulierungen zu entschärfen, die sachlich bleiben, statt Aggressionen mit Aggressionen zu beantworten, sind ein gutes Vorbild!

Tipp: Und was, wenn trotz des guten Beispiels die Köpfe aneinander geraten? In diesen Fällen gibt Ihnen unter Rat & Tat / Der Vereinsberater der Baustein „Konfliktmanagement“ Hilfestellung.

DER DIALOG HAT ZWEI SEITEN

Jugendliche können von Erwachsenen viel lernen. Aber auch umgekehrt. Die Grundlage ist ein ernsthafter Dialog von Älteren und Jüngeren. Und dabei kommt es vor allem auf das Zuhören an! Junge Menschen haben oft das Gefühl, dass Erwachsene nicht wirklich interessiert, was sie zu sagen haben. Dieses Misstrauen lässt sich überwinden, wenn die Vereinsverantwortlichen ein Gespräch auf Augenhöhe beginnen. Wenn sie ernsthaft verstehen wollen, was die Jungen bewegt, was ihnen Freude bereitet und wie sie sich einen engagierten Beitrag für die Entwicklung des Vereins vorstellen. Fragen Sie nach! Und binden Sie den Nachwuchs in die Umsetzung ein! Das macht Spaß und stärkt das Selbstvertrauen. So wird es Ihrem Verein gelingen, die im vorherigen Abschnitt genannten Bedürfnisse und sozialen Ziele mit Leben zu erfüllen!

3. „BEI UNS MACHEN GROSSE SPRÜNGE SPASS!“

Selbst Profisportler, die für „Lohn gegen Leistung“ arbeiten, sind erfolgreicher, wenn es Spaß macht. Auch Hobbysportler kommen zwar nicht ohne Disziplin aus, doch sollte der Spaß im Vordergrund stehen. Und bei Kindern und Jugendlichen geht es nicht ohne! Ruhig sitzen, konzentriert arbeiten – das kennen sie aus der Schule. Das brauchen sie nicht auch noch am Nachmittag. Sportvereine, die ihnen Lust auf Leistung machen wollen, sollten deshalb mehr bieten als Technik und Taktik.

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG – ACTION!

Kinder und Jugendliche drängt es nach Bewegung. Ein Bedürfnis, das sie oft genug unterdrücken müssen. Manchmal spüren sie es schließlich gar nicht mehr – und erliegen den passiven Verlockungen von Fernseher oder Spielekonsole. Mit deren

bunte Bilderwelten stehen Sportvereine in Konkurrenz. Es geht natürlich nicht darum, sie nachzuahmen. Ein bisschen Action darf es aber wohl sein:

- Lassen Sie Kinder und Jugendliche erleben, dass Sport mehr ist als Trainings- und Turnieralltag, Sieg und Niederlage. Hier kann man Freundschaften genießen, jubeln und feiern, morgen meistern, was heute noch unmöglich scheint, Kraft tanken und sich richtig auspowern.
- Verbinden Sie sportliche Ausbildung mit spannendem Abenteuer, Pflichtübungen mit Vergnügungen, nüchterne Wettkampforientierung mit witzigem Nonsens.

Denn sportliche und pädagogische Ziele einerseits und Spielräume für Ausgelassenheit sind keine „Gegner“ – sie gehören zum selben Team: Kinder und Jugendliche brauchen beides!

SPIELEND GELERNT – DAS TRAINING

Kompetente Übungsleiter und -leiterinnen und altersgerechte Trainingsformen – wo diese Erfolgsfaktoren zusammen kommen, sind Kinder und Jugendliche gut aufgehoben.

Trainerwissen: Sport & Spiel

Klar, die sportartspezifischen Kompetenzen der Übungsleiter bilden, genau wie beim Training mit Erwachsenen, die Grundlagen. Auch bei den Trendsportarten, die Jugendliche besonders anziehen, sollten sie sich gut auskennen – eine Herausforderung für das Fortbildungsprogramm eines Sportvereins, der auf den Nachwuchs setzt.

Tipp: Empfehlungen für Bildungsangebote im Sportverein finden Sie im Beitrag „Themen fürs Fortbildungsprogramm“ unter Rat & Tat / Fortbildung. Hinweise zu Trendsportarten finden Sie unter Rat & Tat / Freiwilligenmanagement auf Seite 22 des PDF „Texte zum Freiwilligenmanagement“.

Zum Trainingsprogramm gehört – gerade im Jugendbereich – auch sportpraktisches Know-how: Spielerische Übungen, die Sport und Spaß auf einen Nenner bringen und die Neugier wecken. Um so besser Übungsleiter auch solche ergänzenden Bewegungsangebote kennen, die nicht auf Leistung zielen, desto interessanter können sie das Training gestalten.

Die fachliche Kompetenz ist eine Frage der Ausbildungsqualität, aber nicht nur: Noch mehr als im Erwachsenensport hängen im Kinder- und Jugendsport Autorität und Akzeptanz des Trainers von seiner Kompetenz ab: Weil sich junge Menschen souveräne Vorbilder erhoffen, enttäuscht sie Unsicherheit ganz besonders.

Unverzichtbar ist schließlich das Talent, Wissen und Können verständlich und überzeugend zu vermitteln. Trainer, die (auch) Disziplin von ihren jungen Spielern fordern, sollten den Dialog nicht zu kurz kommen lassen:

- Machen Sie deutlich, was Sie warum von Ihren Nachwuchsspielern erwarten.
- Geben Sie ihnen Freiraum, die eigene Vorstellungen einzubringen.
- Und holen Sie sich regelmäßig ein Feedback ein, denn schon die Jüngsten haben eine eigene Meinung!

Trainerwissen: Phasen der Fitness

Sport soll die Fitness verbessern und das körperliche Wohlbefinden steigern. Es kommt auf die richtige, altersspezifische Dosierung an. Die Entwicklung von Fähigkeiten wie Koordination, Schnelligkeit, Kraft oder Ausdauer schwankt nicht nur zwischen jung und alt erheblich, sondern auch innerhalb der Phase zwischen dem achten und dem 17. Lebensjahr. Übungen zur Beweglichkeit zum Beispiel sind bis zum 13. Lebensjahr besonders wirksam, während Kraftübungen vor allem ab dem 12. Lebensjahr Erfolg zeigen. Keine Frage: Solche sportmedizinischen Aspekte sollten Übungsleiter kennen! Und Sportvereine sollten sie berücksichtigen, indem sie ein durchgängiges Trainingsprogramm entwickeln, in dem die Leistungsziele der jeweiligen Altersgruppen aufeinander abgestimmt sind.

Tipp: Weil Kinder weniger Schwitzen als Erwachsene, brauchen sie mehr Kühlung durch Getränke. Geben Sie ihnen deshalb viel Zeit, den Durst zu stillen!

Trainerwissen: Soziale Ziele im Spielbetrieb

Sport macht stark – auch mental. In Trainings und Turnieren können sich junge Menschen enorm entwickeln. Sie können lernen, sich auf ein Ziel zu konzentrieren, in der Dramatik des Wettkampfs schnelle Entscheidungen zu treffen, mit anderen gemeinsam Erfolge zu erringen und Misserfolge auszuhalten und vieles mehr. Dafür brauchen sie aber Übungsleiter oder Übungsleiterinnen, die diesen Prozess konsequent unterstützen. Die nicht nur am Tabellenplatz ablesen, ob ihre Arbeit Erfolg hat. Die verstehen, was junge Menschen brauchen, nämlich vor allem: Zuspruch. Tadel entmutigt. Eine Rückmeldung hingegen, die Chancen und Potenziale in den Vordergrund stellt, gibt neue Kraft. Gerade die im Wettkampfsport nicht so Starken brauchen Rückhalt und Bestätigung! Dazu können zum Beispiel Wettkämpfe außerhalb des Ligabetriebs beitragen (in denen sich nicht alles um den Sieg dreht) oder sportpraktische Ergänzungsübungen, in denen sie mit ihren Begabungen punkten können.

WETTKAMPF MIT WEITBLICK

Sich an anderen zu messen, ist für Kinder und Jugendliche nicht nur ein Spaß, sondern auch die Gelegenheit, ihre physischen und psychischen Stärken und

Schwächen kennenzulernen. Und ein Ansporn, sich zu verbessern. Allerdings kann die Hoffnung auf Pokale und Podestplätze eine Eigendynamik entwickeln, die pädagogische Ziele in den Hintergrund drängt. Dann heißt es für die Trainer gegenzusteuern und mit positivem Beispiel voranzugehen:

- Stimmen Sie Ihre Sportler auf realistische Ziele ein, die alle Mitspieler erreichen können – der größte Sieg, den Sie erringen können, sind junge Menschen mit Selbstvertrauen.
- Dulden Sie keine aggressiven Schuldzuweisungen und Hänseleien der Kids untereinander.
- Bleiben Sie auch in der Hitze des Gefechts besonnen und coachen Sie statt zu kritisieren; bei jedem Feedback steht das Positive – neben der Technik auch der Teamgeist und die Fairness! – an erster Stelle.
- Lassen Sie Ihre Jungs und Mädchen erst zur Ruhe kommen, bevor Sie Ratschläge geben.
- Richten Sie den Blick nach vorn: Dank Spielanalyse und Motivation wird der Misserfolg heute zur Basis für den Erfolg von morgen.
- Achten Sie auf allzu ehrgeizige Eltern und sprechen Sie mit Ihnen unter vier Augen über Leistungsdruck und Überforderung.

ABWECHSLUNG STATT AUSWECHSLUNG

Spielerisch und abwechslungsreich lernen – das ist das Konzept sportpraktischer Übungen und Events.

Sportpraktische Übungen ...

sind eine gute Ergänzung zu den klassischen, sportarttypischen und wettkampfbezogenen Lernmethoden. Sie eignen sich besonders für die Aufwärmphase und den Ausklang des Trainings. Im Mittelpunkt stehen der Spaß und die Freude an der Bewegung. So sorgen sie – in diesen oft ungeliebten Übungsteilen – nicht nur für Abwechslung, sondern fördern auch Fertigkeiten, die das sportarttypische Trainingsprogramm vielleicht vernachlässigt. So könnten zum Beispiel Fußballspieler(innen) von leichten, die Motorik fördernden Turnübungen profitieren. Oder von Übungen aus der Selbstverteidigung, die das Selbstvertrauen und die Durchsetzungsfähigkeit stärken.

Sportpraktische Events ...

sind für Kinder und Jugendliche Höhepunkte im Sportalltag – Nervenkitzel inklusive. Ob Fahrradralleys, Ausflüge oder Mitternachtsturniere, Wettkämpfe mit verkehrten Regeln oder Geräten (zum Beispiel Tischtennis an Minitischen), ob Nonsens-Zehnkampf mit der Halle als Abenteuerpark oder überfachliche Vereinsprojekte, die ehrenamtliches Engagement fordern – der Fantasie sind keine Grenzen gezogen. Hauptsache, es macht Spaß!

Partner der Ehrenamtlichen:

Tipp: Ein klasse Beispiel, was Vereine, Verbände und Einrichtungen, die zusammenarbeiten, für Jugendliche alles auf die Beine stellen können, ist die Rostocker Ferienkarawane. Informationen dazu finden Sie unter:
www.rostock-sport.de/s_jugend/s_ju_38.html

Tipp: Wenn sportpraktische Übungen oder Events verborgene Talente von Mitspielern zur Geltung bringen, die sonst eher selten glänzen können – um so besser! Lassen Sie sich deshalb bei der Auswahl (bzw. den Vorschlägen, über die Sie die Kids abstimmen lassen) auch davon leiten, wie Sie Mitspielern, die nicht zur „Stammelf“ gehören, in der Mannschaft Respekt verschaffen können .

4. „WIR SPRÜHEN VOR IDEEN!“

Warum legen sich die Fans eigentlich so ins Zeug, wenn die La-Ola-Welle durchs Stadion rauscht? Weil sie ihnen das Gefühl gibt, Teil des großen Ganzen zu sein. Sie zeigt die enorme integrative Kraft des Sports: Er bewegt!

(IM) SPORT VEREINT

Mit anderen Menschen Sport zu treiben, ist mehr als eine nützliche „Investition“ in die Gesundheit. Es ist ein ganzheitliches, Körper und Seele erfassendes Erlebnis. Gerade deshalb sind Sportvereine so wichtig: Sie vermögen die Lust auf Bewegung genauso zu befriedigen wie das Bedürfnis nach Zugehörigkeit. Das ist ein tolles Angebot – nicht zuletzt für junge Menschen! Denn es drängt sie nicht nur danach, sich auszutoben, sondern auch danach, sich als Teil der Gemeinschaft zu erleben. Sportvereine empfinden sie als runde Sache, wenn sie sich dort nicht nur sportlich, sondern auch menschlich entwickeln können. Vereine sollten in beiden Bereichen, dem Sportprogramm wie dem Vereinsleben, (auch) jugendliche Akzente setzen. Mit Letzterem, kinder- und jugendgerechten Rahmenbedingungen, beschäftigt sich dieser Beitrag. Was aber brauchen Kinder und Jugendliche, damit sie sich im Verein wohlfühlen?

ZUHÖREN UND ZULASSEN

Wenn eine Mannschaft ihr Spielsystem grundlegend verändert, begibt sie sich auf – zunächst noch – unsicheres Gelände. Neue Laufwege oder eine andere Zuordnung verwirren. Nichts ist mehr selbstverständlich. Jetzt braucht das Selbstbewusstsein Zuspruch, damit es keinen Schaden nimmt. Ähnlich geht es Kindern und Jugendlichen, vor allem wenn sie in die Umbruchphase gelangen, die Pubertät: Der Körper erhält einen Wachstums- und Hormonschub, der alles in Unordnung bringt. Eine Zeit der Zäsuren, in denen junge Menschen besonders auf Halt und Heimat angewiesen sind. So würden sie es selbst wohl kaum nennen und wahrscheinlich meinen sie damit oft auch etwas anderes, als Erwachsene sich vorstellen. Deshalb

gibt es keine Patentrezepte, wie Vereine ein jugendliches Umfeld schaffen. Aber zwei Leitlinien:

1. Fördern Sie die Mitsprache von Kindern und Jugendlichen im Verein und hören Sie, was Sie zu sagen haben!
2. Geben Sie jungen Leuten Raum zur Gestaltung!

1. Mitsprache und Mitwirkung – denn Demokratie heißt: Teil haben

Demokratie erschöpft sich nicht in Wahlen. Und ist nicht auf die Politik beschränkt. Demokratie findet hier und jetzt statt. Sie geht uns alle an und fordert uns heraus, Mitverantwortung zu übernehmen. Da dürfen Kinder und Jugendliche nicht abseits stehen, im Gegenteil: Demokratische Kompetenzen können junge Menschen gar nicht früh genug lernen – zum Beispiel die Fähigkeit, eine Meinung zu bilden und zu vertreten, wie auch die Bereitschaft, für Konsequenzen einzustehen. Und Vereine sind dafür ein prima Trainingsgelände. Eines, das auf regen Zulauf hoffen darf, denn junge Menschen sind nicht nur bereit, Verantwortung zu tragen – sie verlangen danach! Und sie haben ein Recht darauf, denn Demokratie ist mehr als die Macht der Mehrheit. Sie lädt jeden Einzelnen ein, seine Interessen zu äußern, sich für seine Hoffnungen zu engagieren und an der Gestaltung mitzuwirken. Die wichtigste Rahmenbedingung für erfolgreiche Jugendarbeit ist deshalb die gleichberechtigte Teilhabe:

- Wer darauf angewiesen ist, dass ihm ein anderer gnädig Gehör gewährt, fühlt sich nicht ernst genommen; das gilt auch für junge Menschen. Konkretisieren Sie deshalb die Mitspracherechte von Kindern und Jugendlichen in Ihrem Verein. Ein gewählter Jugendsprecher könnte zum Beispiel ihre Interessen in den Vereinsgremien vertreten.
- Schaffen Sie Bereiche, in denen die Jugendlichen selbst entscheiden können. Die Grenzen der Selbstbestimmung setzt die Satzung – nicht die Meinung der Erwachsenen.
- Beziehen Sie Jugendliche in wichtige Vorhaben des Vereins ein, damit auch sie ihre Einstellungen und Wünsche einbringen können.

2. Selbst gestalten und verwalten

Auch die besten Techniker haben auf dem Platz keine Chance, wenn es an der Durchsetzungsfähigkeit mangelt. Wer im Training an der kurzen Leine gehalten wird, von dem darf man im Spiel keinen großen Aktionsradius erwarten. Wer nicht ausprobieren darf, was er kann, wird keine Zuversicht in seine Leistungsfähigkeit entwickeln. Je früher ein Mensch lernt, seinen eigenen Weg zu finden, desto besser die Aussichten für seinen Werdegang. Ein (Sport-)Verein sollte deshalb junge Menschen zum selbstständigen Handeln ermutigen und ihnen zunehmend mehr Verantwortung übertragen. Dazu brauchen sie ein Spielfeld, das sie selbst gestalten und verwalten dürfen. Wie weit oder eng es gesteckt wird, sollten Sie im Verein

diskutieren – zusammen mit den Kindern und Jugendlichen. Das Spektrum beginnt zum Beispiel bei der Mitgestaltung von Trainingsplänen. Aber es muss dort nicht enden – wenn soziale Ziele in Ihrem Verein einen hohen Stellenwert genießen. Klar, der Sport sollte im Mittelpunkt stehen. Aber drum herum gibt es vielleicht Interessen, die es zu berücksichtigen und Stärken, die es zu fördern lohnt – weil es zum Wohle von Kindern und Jugendlichen ist, aber auch, weil der Verein neue Impulse erhält. Drei Beispiele:

- **1. FC Eiskaffee**

Wie wäre es, wenn der Vereinsnachwuchs seine speziellen Anliegen im Rahmen eines eigenen Projekts verwirklichen könnte, in dem Erwachsene nur als Berater mitwirken? Zum Beispiel ein von jungen Mitgliedern geführtes Jugendcafé. Es muss ja nicht gleich dem Jugendzentrum der Stadt Konkurrenz machen. Aber wenn sich dort auch jugendliche Nicht-Mitglieder einfinden, wächst Ihr Verein möglicherweise bald. Jedenfalls bindet er die Jugend auf attraktive Weise in das Vereinsleben ein und ermöglicht ihr verantwortungsvolles ehrenamtliches Engagement.

- **Von Juniorpartnern gut beraten**

Oder was halten Sie von der Idee, eine vereinsinterne Beratungsstelle von Jugendlichen für Jugendliche zu gründen? Sie könnte Kindern und Jugendlichen nicht nur in Fragen rund um den Sport weiterhelfen, sondern auch, wenn es ums Ehrenamt oder die Durchführung von Jugendprojekten geht.

- **Da steckt Musik drin**

Mitgliederversammlung, Vereinsfeier, Tag der offenen Tür – nicht immer greifen solche Veranstaltungen jugendliche Bedürfnisse auf; sollten sie aber. Weil sich junge Mitglieder, die sie mitgestaltet haben, stärker mit ihnen identifizieren können. Weil die Mitverantwortung das Selbstbewusstsein stärkt. Und, nicht zu unterschätzen, weil die Veranstaltung dann wahrscheinlich mehr jugendliche Interessenten anzieht. Es lohnt sich also nachzufragen: Vielleicht spielt ein Mitglied in einer Schulband oder singt in einem Chor und wäre begeistert, wenn der Verein um einen Auftritt bäte.

TECHNIK-TRAINING

Viele junge Menschen fasziniert Technik. In den mehrdimensionalen Welten des Internets zum Beispiel kennen sie sich oft besser aus als die Älteren. Vielleicht finden sich in Ihren Reihen Jugendliche, die einen Trainingsinhalt durch eine Animation oder ein Video veranschaulichen können? Da mag der Trainer denken, dass es ohne genauso gut ginge. Aber wenn es den „Machern“ gefallen und die Mitspieler animieren würde, noch konzentrierter hinzusehen? Wenn ihnen das Training dann noch mehr Freude bereiten würde?

FREIE FAHRT FÜR FREIZEITSPASS

Ein anderer Ansatz für Sport mit Action: Disziplinen zu erfinden, die sich in keinem Handbuch für Wettkämpfe finden – und gerade deshalb eine aufregende Abwechslung sind. Ob Skateboard-Slalom, Breakdance-Bühne, Graffiti-Grand-Prix (bei dem Jugendliche im Wortsinn vor Ideen sprühen dürfen, um zum Beispiel das Vereinslogo in eine originelle Form zu bringen) oder eine andere „Randsportart“: Wo sich Kinder und Jugendliche so präsentieren, ihre (verborgenen) Stärken vorführen und den Applaus der Gleichaltrigen und auch der Älteren einheimsen dürfen, sollte an Nachwuchs kein Mangel sein.

DER DRESSING-FAKTOR

Man muss nicht mögen, dass Marken für viele Jugendliche zum Kult geworden sind. Aber verstehen sollte man es: In den „richtigen“ Klamotten herumzulaufen, stärkt das durch die Pubertät verunsicherte Selbstwertgefühl. Äußere Zeichen der Zugehörigkeit lenken von inneren Zweifeln ab. Trikots, die Kindern und Jugendlichen im wahrsten Sinne des Wortes übergestülpt würden, wären deshalb ein echtes Manko. Umgekehrt: Wenn ihnen der Dress richtig gut gefällt und bei jungen Zuschauern ankommt, werden sie sich gern darin sehen lassen. Vereine können deshalb Akzente setzen, indem sie die Jugendmannschaften selbst ihre Trikots gestalten oder auswählen lassen. Das steigert die Identifikation mit ihrem Verein!

Tip: Die Beispiele, die dieser Beitrag vorgestellt hat, sind Anregungen, nicht mehr. Sie können Ihrem Verein helfen herauszufinden, welche Akzente er in der Kinder- und Jugendarbeit setzen möchte. Letztlich zählt aber, wofür die jungen Mitglieder in Ihrem Verein sich begeistern können. Sie wünschen sich zunächst Gespräche auf Augenhöhe – wo sie stattfinden, ergibt sich alles andere von selbst!

5. KONTAKTE KNÜPFEN, MAUERN ÜBERWINDEN!

Richtig gute Mannschaftsspieler warten nicht geduldig, bis der Ball mal den Weg zu ihnen findet. Sie laufen sich frei und bieten sich an! Das ist auch für die Nachwuchsgewinnung Ihres Sportvereins ein prima Rezept: Machen Sie selbst den ersten Schritt!

STARTEN STATT WARTEN

Kinder und Jugendliche besitzen einen starken Bewegungsdrang, so viel ist klar. Weniger klar ist, wie Sportvereine sie zum Mitmachen bewegen. Wie sie den Impuls setzen, der Lust auf Vereinssport macht. Warten, bis die Jungen von selbst den Weg in den Verein finden? Das wäre eine unsportlich passive Einstellung. Gehen Sie stattdessen in die Offensive – gehen Sie auf junge Menschen zu!

AUSWÄRTSSPIELE: SIE KÖNNEN SICH SEHEN LASSEN!

Wenn Ihr Verein auf einen Schwung neuer junger Mitspieler aus ist, dann muss er raus aus den eigenen vier Wänden. Er sollte sich dort zeigen, wo sich Kinder und Jugendliche aufhalten.

Schulpflicht – auch für Sportvereine

Erste Adresse für solche Gastspiele sind die Schulen. Nicht nur, weil Kinder und Jugendliche hier den halben Tag verbringen. Auch, weil sicherlich viele Schulen Kooperationen mit Sportvereinen zu schätzen wissen. Denn sie haben einiges zu gewinnen:

- **Bewegende Pausenfüller**
Bewegungsaktionen in den Schulpausen, die Ihr Verein organisieren könnte, kanalisieren den Bewegungsdrang konstruktiv und schaffen Erfolgserlebnisse.
- **Unterricht mit Überraschung**
Sportvorführungen und Trainingseinheiten, die Übungsleiter Ihres Vereins (gemeinsam mit jungen Vereinsmitgliedern) im Sportunterricht durchführen, bringen den Schülern Abwechslung und dem Lehrer Entlastung.
- **Schulfach: Sport & Spaß**
Sportevents, die Schule und Verein zusammen auf die Beine stellen, sind eine attraktive Ergänzung zum Lernalltag und geben Schulen ein freundlicheres „Gesicht“.

Solche Aktionen haben ein klares Ziel: Schülerinnen und Schüler für den Vereinssport zu begeistern. Ein Anliegen, das auch im Interesse der Schulen ist: Schüler, die nachmittags Sport treiben statt rumzuhängen, sind ausgeglichener und fitter. Deshalb: Nehmen Sie Kontakt mit den Schulen in Ihrer Gemeinde auf und loten Sie aus, welche Möglichkeiten der Zusammenarbeit bestehen, von der beide Seiten profitieren könnten!

Tipp: Vor der Kontaktaufnahme sollten Sie im Verein diskutieren, welche Interessen Sie verfolgen und wie sie sich verwirklichen lassen könnten. Dabei hilft Ihnen unter Rat & Tat / Checklisten die Checkliste 2.3.06 „Sind Ihre Ziele SMART formuliert?“ Berücksichtigen Sie besonders die Frage, wie Sie vom Auswärtsspiel eine Brücke zu einem Heimspiel schlagen, damit junge Interessierte Ihren Verein auch von innen kennenlernen. Laden Sie herzlich zum Besuch ein – im Gespräch und mit zusätzlichem Infoblatt, das einen konkreten Termin, die Wegbeschreibung und das Programm enthält. Klar, Sie dürfen keine leeren Versprechungen machen. Versichern Sie sich deshalb frühzeitig, dass Sie genügend Engagierte an Ihrer Seite haben, die an der Umsetzung mitwirken.

Kindergarten – hier wächst der Nachwuchs

Wenn Ihr Verein auch Sport für die ganz Kleinen anbietet (oder künftig anbieten möchte), sollten Sie auch mit Kindergärten ins Gespräch kommen. Bestimmt sind sie dankbar dafür, die Sportkompetenzen Ihres Vereins als Bereicherung für Mädchen und Jungen nutzen zu können.

Alle Arten Jugendhäuser – hohe Trefferquote an Treffpunkten

Es gibt mehr Ansatzpunkte für Kooperationen mit kommunalen Trägern und gewerblichen Anbietern in der Gemeinde, als man im ersten Moment glauben könnte:

- Sie könnten zum Beispiel die Tischtennisplatte im Jugendhaus nutzen, um „schlagartig“ Lust auf Schmetterbälle zu machen.
- Oder im Feriencamp der Gemeinde mit einem Sportturnier Interesse am Vereinssport wecken.
- Aber auch gewerbliche Anbieter könnten an einer Zusammenarbeit interessiert sein. Zum Beispiel eine Diskothek, in der die Tanzabteilung eines Sportvereins „vortanzt“ oder einen Mini-Tanzkurs durchführt (was übrigens auch eine Schulparty bereichern könnte).
- Oder ein Sportgeschäft, in dem ein Sportverein vorführen könnte, was man mit den Sportgeräten, die es dort zu kaufen gibt, alles anstellen kann.

Es lohnt sich also, mit gemeinnützigen und gewerblichen Anbietern zu reden, die Treffpunkte von Kindern und Jugendlichen organisieren. Finden Sie gemeinsame Interessen heraus!

ÜBER „SPIELERVERMITTLER“ INS GESPRÄCH KOMMEN

Wenn man andere Menschen gerade erst kennenlernt, ist es manchmal schwierig, die richtigen Worte und Gesten zu finden. Man kennt ihre Bedürfnisse und Interessen noch nicht und zuweilen nicht einmal ihre Ausdrucksweise. Mit anfänglichen Missverständnisse ist zu rechnen, zum Beispiel, wenn sich Menschen unterschiedlicher Kulturen begegnen – oder verschiedener Generationen. Wenn Erwachsene den Dialog mit Kindern und Jugendlichen suchen, sollten sie deshalb zuvor nach jemand anderem Ausschau halten: Einem „Scout“, der das fremde Terrain kennt, auf dem sich ein Sportverein präsentieren möchte. Der Türen öffnet und über Sprachbarrieren hilft. Und zu guter Letzt seinen Einfluss nutzt, um die Meinungsbildung positiv zu fördern. Das setzt natürlich voraus, dass Sie (auch) ihn von Ihren Plänen und Zielen überzeugen!

Drehscheibe Schule – mit Lehrern Kontakte ankurbeln

Klar, in der Schule sind die Lehrer Ansprechpartner Nummer eins. Ihre Unterstützung ist der halbe Sieg. Machen Sie deutlich, was eine gemeinsame Aktion ihnen und

ihren Schülern bringt. Nachdem es gelungen ist, sollten Sie Lehrern eine aktive Mitarbeit bei der Vorbereitung anbieten, denn sie

- kennen die Erwartungen der Schüler;
- wissen, was unter den örtlichen Bedingungen machbar ist;
- können interessierte Schüler motivieren, den nächsten Schritt zu tun und zum Beispiel an einem Probetraining teilzunehmen oder sich für eine Schnuppermitgliedschaft zu entscheiden.

Kinder und Jugendliche – die Resonanzverstärker

Es heißt zwar, dass der Prophet im eigenen Land nichts gilt, aber es gibt Ausnahmen. Eine davon lautet: Wer junge Menschen erreichen möchte, sollte junge Menschen als Vermittler nutzen. Denn die Anerkennung unter Gleichaltrigen spielt in Kindheit und Jugend eine große Rolle. Anders formuliert: Was andere aus der Altersgruppe „doof“ finden, wird zum Ladenhüter, was hingegen „angesagt“ ist, kann auf Zusagen hoffen. Daraus ergeben sich zwei Konsequenzen für die Nachwuchsgewinnung:

- Beziehen Sie Kinder und Jugendliche Ihres Vereins ein, wenn es darum geht, wie er sich präsentieren könnte – sie wissen, was ankommt.
- Lassen Sie die Jungen selbst an die „Front“: Wenn sie ihre Begeisterung spüren lassen, zum Beispiel während einer Sportvorführung in der Schule, dann wird der Funke leichter überspringen!

Nicht von schlechten Eltern – Mütter und Väter als Partner

Eltern üben nicht nur Einfluss auf die Sprösslinge aus, sondern entscheiden in vielen Fragen mit. So oder so: Der Weg zu den Jungen führt (auch) über die Eltern. Machen Sie ihnen verständlich, warum die Vereinsmitgliedschaft im Familieninteresse ist – so sichern Sie sich ihre Unterstützung.

Doch was ist Eltern eigentlich wichtig? Von welchen Faktoren hängt Ihre Entscheidung ab, den Nachwuchs im Verein anzumelden? Das lesen Sie im kommenden Beitrag „Aus der Reihe tanzen ist die beste Werbung“.

Betreuer und Betreiber – dank Insiderwissen gut vorbereitet

Was die Lehrer an den Schulen, sind die Betreuer in pädagogischen Einrichtungen. Auch mit ihnen sollten Sie intensive Vorgespräche führen, um eine geplante Veranstaltung optimal auf die Erwartungen Ihrer Zielgruppe(n) und die Bedingungen vor Ort einzustellen.

Ähnliches gilt für die Betreiber kommunaler oder kommerzieller Einrichtungen: Sie kennen ihr „Publikum“ und können Ihnen wichtige Hinweise und Empfehlungen geben.

6. JUGENDARBEIT: DIE BESTE WERBUNG – AUS DER REIHE TANZEN!

Ohne Disziplin ist kaum ein Match zu gewinnen, ohne Kabinettstückchen kaum Zuschauer. Erst wo beides zusammen kommt, kommt der Sport groß raus! Eine Strategie, die auch in der Jugendarbeit greift: Wenn Sportvereine Mädchen und Jungen etwas Besonderes zu bieten haben, sollten sie es richtig in Szene setzen!

ENGAGEMENT IST NICHT SELBSTVERSTÄNDLICH!

Tue Gutes und rede darüber! Dieses alte Rezept der Öffentlichkeitsarbeit ignorieren manche Vereine. Das ist insofern verständlich, als Sportvereine von Natur aus gemeinnützige, soziale Ziele verfolgen – warum also über Selbstverständlichkeit reden? Trotzdem ist es falsch. Weil sich nämlich gute Taten längst nicht mehr wie von selbst herumsprechen. Der Erfolg der Jugendarbeit hängt deshalb nicht nur von attraktiven Sport- und Freizeitangeboten für Mädchen und Jungen ab, sondern auch davon, sie ins rechte Licht zu rücken!

Tipp: Im Baustein „Öffentlichkeitsarbeit“ (unter Rat & Tat / Kommunikation & Marketing) lesen Sie, wie Vereine ihre Angebote präsentieren können.

DAS ZIEL: TREFFER AUF DER MITGLIEDERLISTE

Es gibt filigrane Ballkünstler, die trotz Talent wenig zum Titelgewinn beitragen – weil sie sich zu oft verdrібeln. Ihnen fehlt der Drang zum Tor. Auch in der Öffentlichkeitsarbeit sollten Sie das Ziel stets im Blick behalten: Ihr Verein sucht Nachwuchs! Was immer Sie sich deshalb an Aktionen und Attraktionen einfallen lassen:

- Prüfen Sie erstens, ob es das richtige Mittel ist, junge Menschen und ihre Eltern – hier und jetzt! – für Ihren Verein zu interessieren.
- Stellen Sie zweitens sicher, dass eine gelungene Präsentation „wie von selbst“ zum nächsten Schritt in Richtung Mitgliedschaft führt, zum Beispiel durch die Einladung zu einem Probetraining. Sobald eine Lücke klafft, könnte der Aufwand vergebens gewesen sein!

Tipp: Wie Sie Ziele so genau definieren, dass sie nachprüfbar werden, zeigt Ihnen unter Rat & Tat / Checklisten die Checkliste 2.3.06 „Sind Ihre Ziele SMART formuliert?“

DIE ZIELGRUPPEN: FÜR WEN SPIELT DIE MUSIK?

Die nächste Etappe der Öffentlichkeitsarbeit beginnt mit der Frage, wen man erreichen möchte. Gleich, welches Mittel Sie nutzen, zum Beispiel Vortrag oder Veranstaltung, Pressebericht oder Plakat: Die Adressaten bestimmen, was ankommt. Ihre Interessen und Bedürfnisse geben den Ausschlag! Dass sich die Erwartungen von Kindern und Jugendlichen einerseits und Eltern andererseits nicht in allen Punkten decken, versteht sich von selbst. Die Kommunikation muss sich deshalb voneinander unterscheiden! Ein Beispiel: Als Skispringer wie Martin Schmidt und Sven Hannawald zu Helden für die junge Generation wurden und sie zu Wettkämpfen lockten, musste auch das Drumherum verändert werden, um die neue Zielgruppe zu binden: Der „Ton“ wurde lockerer, die Musik poppiger. Überlegen Sie deshalb – bevor Sie Maßnahmen ergreifen – genau, vor welchem Publikum sie auftreten und wie Sie es für Ihren Verein gewinnen könnten.

Kinder und Jugendliche – der direkte Weg zum Tor

Manche Jugendliche finden den Weg in den Sportverein von selbst. Doch was ist mit den anderen? Jugendliche, die vor dem Fernseher und Internet rumhängen, an der Bushaltestelle „abhängen“ oder in der Schule durchhängen, vermissen meist etwas: Eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung, in der sie ihre Bedürfnisse aus- und ihre Stärken erleben können. Sie sind lustlos, weil die Lust, sich für andere und für sich selbst zu engagieren, nicht geweckt wurde. Aus dieser Sackgasse gibt es Auswege – und einer könnte in Ihren Sportverein führen! „Sport statt Stumpfsinn!“ – das ist die zentrale Botschaft, die es zu vermitteln gilt. Aber nicht mit erhobenem Zeigefinger! Die Jungen müssen ein Gefühl dafür bekommen, dass in Ihrem Verein etwas los ist und neben Kondition und Kampf auch Vergnügen, Vertrauen und Verantwortung angesagt sind. Mit Vorträgen ist das kaum zu vermitteln, Veranstaltungen sind die bessere Wahl.

Für Kinder und Jugendliche sind Veranstaltungen besonders attraktiv, wenn sie überraschen und neugierig machen, den Spieltrieb reizen und den Teamgeist wecken. Klar, ein Sportverein ist keine Zirkustruppe. Wenn er aber für ein bewegtes Miteinander im Sport steht, sollte er – gerade Kinder und Jugendliche – auch auf bewegende Weise einladen, sich anzuschließen. Hier einige Beispiele, die dem Motto „Sport und Spiele“ folgen:

- **Rockiger Rhythmus**

Am Tag der offenen Tür sind alle eingeladen. Aber es kann nicht schaden, jungen Leuten einen speziellen Anreiz zu geben, vorbeizuschauen. Wenn zum Beispiel zwischendurch eine Schülerband auftritt, findet Ihre Veranstaltung

bestimmt auch Anklang bei den Jungen. Vielleicht präsentiert Ihr Verein dazu eine sportliche Breakdance-Einlage?

- **Spiel ohne Grenzen**

Der sportliche Ehrgeiz kommt von selbst, wenn die Sache Spaß macht. Betonen Sie deshalb in Kennenlern-Veranstaltungen das Spielerische: Zum Beispiel durch ungleiche Wettkämpfe wie ein Sprintrennen Fahrrad gegen Inliner.

Oder einen Wettbewerb Tischtennisneulinge gegen Könner, die mit einem „Schlägerersatz“ spielen.

Eine interessante Abwechslung ist vielleicht auch ein Wettstreit mit neuen Zielen, zum Beispiel Tennis-Torwandschießen.

Oder ein Kräftemessen Alt gegen Jung, vielleicht auf einem Hindernis- und Geschicklichkeitsparcours.

Tipp: Selbst den originellsten Veranstaltungsideen droht die Gefahr, dass keiner mitmachen mag, weil es den Zuschauern peinlich ist. Es kostet eben (vor allem Jugendliche während der Pubertät) Überwindung, sich auf Unbekanntes und Unbekannte einzulassen. Ihr Verein erleichtert „den Neuen“ den ersten Schritt, wenn Sie vorher einige Mitspieler organisieren, die sich in die Schar der Neugierigen einreihen und „spontan“ mitmachen.

- **Gemeinsam stark – stark für die Gemeinschaft**

Spaß und Spiele sind nur eine Seite der Goldmedaille, die Sportvereine verdienen. Die andere: soziales Engagement. Viele Vereine bringen Höchstleistungen in dieser Disziplin. Auch mit solchen Themen lässt sich das Interesse junger Menschen wecken. Vor allem, wenn sie in Projekte eingebettet werden, die auf messbare Erfolge angelegt sind. Denn was Kinder und Jugendliche alltäglich leisten, schlägt sich oft nur auf dem Papier nieder – in Schulnoten. Lebendige Erlebnisse, dass sich verantwortungsvoller Einsatz gelohnt hat, sind etwas ganz anderes! Sportvereine, die solche Erfahrungen zu bieten haben, sollten es an die große Glocke hängen! Denn sie verbinden auf ideale Weise gemeinnützige Ziele mit dem eigennützigen Interesse junger Menschen, praktische Kompetenzen zu erwerben und Verantwortung zu übernehmen. Auf Letzteres, die Verantwortung kommt es besonders an, denn sie stärkt das Selbstwertgefühl: Einerseits durch den Vertrauensvorschuss, der in der Übertragung zum Ausdruck kommt, andererseits durch das Erfolgserlebnis, der Verantwortung gerecht zu werden.

Und wie präsentiert man sportlich-soziale Projekte, zum Beispiel in einem Jugendtreff? Das lässt sich nicht pauschal beantworten. Es hängt vom Alter und kulturellen Hintergrund der Zielgruppe ab und vielleicht auch vom Geschlecht. Wenn Sie es aber so schildern, als ginge es um einen Turniersieg, also mit starken, bildhaften Worten, die kommende Erfolge spürbar machen, sind Sie auf einem guten Weg.

Tip: Klar, Sportvereine können nicht ständig Veranstaltungen auf die Beine stellen – der personelle und finanzielle Aufwand ist zu groß. Mit der Unterstützung von Partnern aber, die den Verein zu einem „Gastspiel“ einladen, könnte sich der Aktionsradius erweitern. Mehr zu den Vorteilen von Partnerschaften und möglichen Partnern lesen Sie im Kapitel „Kontakte knüpfen, Mauern überwinden“.

Eltern– über die Flügel ans Ziel

Die Öffentlichkeitsarbeit allein auf die Jugend auszurichten, hieße zu kurz zu springen. Man muss auch die Eltern überzeugen. Weil sie manchmal die entscheidenden Flanken Richtung Vereinsmitgliedschaft schlagen. Und immer das entscheidende Wörtchen mitzureden haben! Doch wie überzeugt man die Eltern? Welche Motive entscheiden darüber, ob sie ihre Kindern im Sportverein anmelden oder nicht? Das könnten Sie zum Beispiel durch Gespräche mit den Eltern Ihrer jungen Mitglieder oder durch eine schriftliche Befragung herausfinden. Stellen Sie zur Diskussion, welchen Stellenwert sie nicht zuletzt folgende Qualitätskriterien beimessen und ob Ihr Verein sie erfüllt:

- eine hochwertige sportpädagogische Betreuung
- die Förderung der sozialen Entwicklung des Nachwuchses
- die Prävention gegen Verlockungen wie Alkohol und Nikotin
- die Integration Einzelner
- familienfreundliche Trainings- und Wettkampfzeiten
- ein minimiertes Verkehrsrisiko auf dem Weg zum Verein

Tip: Wenn Sie keine Befragung durchführen können, sollten Sie Ihren Verein selbst einschätzen: In welchen der Bereiche ist er richtig gut? Das sind Ihre Argumente für die Öffentlichkeitsarbeit!

KOMMUNIKATIONSMITTEL: GUT GEWÄHLT IST HALB GETROFFEN

Veranstaltungen sind ein starkes, aber selbstverständlich nicht das einzige Mittel der Öffentlichkeitsarbeit. Und auch sie laufen nicht von selbst, sondern müssen beworben werden. Aber wie und wo?

Jugendzentren und -zeitschriften

Die Werbung für Veranstaltungen, die sich an Jugendliche richten, ist überall dort gut platziert, wo sie zusammenkommen. Die Tabellenspitze nehmen sicherlich die Schulen ein. Aber auch andere Treffpunkte sind interessant, zum Beispiel Jugendhäuser. Oder die Eisdiele, in der sich Schüler nach dem Unterricht zusammen setzen. Wenn Ihre Veranstaltung „auswärts“ stattfindet, sollten Sie natürlich vor allem dort (und im näheren) Umfeld werben, zum Beispiel mit Plakaten und Handzetteln.

Die Kommunikation über die Medien, zum Beispiel in Form von Berichten und Reportagen, ist nicht weniger wichtig. Denken Sie nicht nur an die Tageszeitung:

Partner der Ehrenamtlichen:

- Bei den Printmedien sind besonders Schülerzeitungen interessant. Bestimmt findet sich in den Reihen Ihres Vereins ein junges Mitglied, das dort zu Schule geht und den Kontakt herstellen kann. Was Erwachsene schreiben, ist allerdings nicht immer, was Jugendlichen gefällt. Vielleicht ist es die bessere Wahl, wenn Ihr Verein Redakteure der Schülerzeitung einlädt, sich selbst ein Bild zu machen und die Eindrücke zum Beispiel in einer Reportage zu verarbeiten.
- Auch regionale Jugendmagazine eignen sich als Medium.
- Schließlich könnte das Lokalradio, wenn es (auch) von Jugendlichen gehört wird, zum Sprachrohr Ihres Vereins werden.

Tipp: Wie Sie Ihre Zielgruppen durch die Zusammenarbeit mit den Medien erreichen, erläutert Ihnen – unter Rat & Tat / Der Vereinsberater / Kommunikation & Marketing – der Baustein „Pressearbeit“. Er hilft Ihnen, die Erwartungen der Medien besser zu verstehen, ersetzt aber nicht das direkte Gespräch: Nehmen Sie Kontakt zu den Redakteuren des jeweiligen Mediums auf und besprechen Sie mit Ihnen, unter welchen Voraussetzungen die Redaktion für Ihre Veranstaltung werben oder über Ihren Verein berichten würde.

Elternabend und -ansprache

Wenn Sie Kennenlern-Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche durchführen, sollten Sie entweder auch die Eltern einladen (vor allem, wenn es sich um eine Veranstaltung für Kinder handelt) oder Handzettel austeilen, auf denen sie die Eltern zu einer speziellen Informationsveranstaltung einladen.

Aber Sie können sich natürlich auch unabhängig von solch einer Veranstaltung an interessierte Eltern wenden und sie zu einem Treffen im Verein oder einer Elternsprechstunde einladen, zum Beispiel durch ...

- Presseartikel mit Veranstaltungsanzeigen in den lokalen Medien
Tipp: Wie Sie Artikel so in Form bringen, dass sie für die Medien wie auch die Leser interessant sind, zeigt Ihnen unter Rat & Tat / Der Vereinsberater / Kommunikation & Marketing der Baustein „Texten“.
- Ansprachen und Flugblätter auf Vereinsveranstaltungen (wie dem Tag der offenen Tür)
- Flugblätter an Orten, die Eltern aufsuchen, zum Beispiel Spielwarenläden, Spielplätze oder Freizeitbäder
- Kindergärten
- Weiterempfehlungen der Eltern junger Vereinsmitglieder nach dem Motto „Eltern laden Eltern ein“

Tipp: Was Sie beachten sollten, wenn Sie zum Beispiel Plakate und Handzettel vorbereiten, erläutert Ihnen unter Rat & Tat / Checklisten die Checkliste 6.2.05 „AIDA: Gestaltung von Kommunikationsmitteln“.