

Projektförderung 2017

Zukunftsfähige strategische Ausrichtung des Vereins

1. PLATZ

„Generation 50+“

[Post Sportverein Nürnberg e.V.](#)



Der demographische und gesellschaftliche Wandel ist längst im organisierten Sport angekommen und fordert die Sportorganisationen zum Handeln auf. Eine Bevölkerungsgruppe, deren Relevanz künftig weiter zunehmen wird, sind Seniorinnen und Senioren.

Der Post Sportverein Nürnberg e.V. hat diesen Trend erkannt und ein ganzheitliches Seniorensportkonzept

entwickelt. Um die Erwartungen und Bedürfnisse der Zielgruppe kennen zu lernen, wurde zunächst eine Mitgliederbefragung durchgeführt. Auf den Erkenntnissen dieser Befragung basierend, wurde eine Umgestaltung und ein Ausbau des Seniorensportprogramms initiiert. Dieses umfasst nun beispielsweise „Gymnastik mit Gehirnjogging“, „Zirkeltraining 50+“ oder auch „Rollator-Walking“. Die Sportangebote werden dabei klar nach Schwierigkeitsgrad differenziert und gekennzeichnet. Darüber hinaus werden dem Mitglied nun vermehrt Sportmöglichkeiten in der bevorzugten Trainingszeit der Seniorinnen und Senioren am Vormittag oder frühen Nachmittag geboten.

Auch durch Ausflüge wie Wanderungen oder Stadtbesichtigungen und Hilfestellungen im Alltag wie Smartphonekurse trägt der Post Sportverein Nürnberg e.V. künftig dazu bei, Nürnbergs Seniorinnen und Senioren in der Mitte unserer Gesellschaft zu halten - interessiert, gesellig und aktiv.

Begleitet wurde das neu gestaltete Angebot durch zielgerichtetes Marketing, beispielsweise im Rahmen der Seniorenmesse „inviva“, und Kooperationen mit Senioreneinrichtungen.

Auch der Name des Programms wurde geändert, denn Untersuchungen zeigen, dass sich Ältere heute durchschnittlich zwölf Jahre jünger fühlen und 25 Jahre jünger sein möchten, als sie sind. Sportangebote sollten daher weniger auf das Lebensalter als vielmehr auf das „gefühlte Alter“ ausgerichtet sein. Und so wurde aus dem „Seniorenclub“ die „Generation 50+“.

2. PLATZ

„Fundraising – Neue Wege der Projektfinanzierung und der Öffentlichkeitsarbeit“

[Yacht-Club Noris e.V. Nürnberg](#)



Wer die Finanzierung seines Sportvereins auf eine breitere Basis stellen und damit den eigenen Handlungsspielraum zur Weiterentwicklung des Vereins vergrößern möchte, braucht Engagement, Kreativität und den Mut, neue Wege zu beschreiten. All diese Eigenschaften legte und legt der Yacht-Club Noris e.V. Nürnberg in hohem Maße an

den Tag.

Um die vielfältigen Projekte, die der Verein mittlerweile umsetzt und die vorrangig Kindern und Jugendlichen aus allen Teilen der Bevölkerung zugutekommen, stemmen zu können, entschied man sich, das Thema Fundraising zu intensivieren.

Hier kam das Unterstützungsangebot der Sparkasse Nürnberg mit ihrer Online-Spendenplattform „Gut für Nürnberg“ natürlich sehr gelegen. Die Plattform soll sozialen und kulturellen Projekten mehr Sichtbarkeit geben und einen Kontaktpunkt mit potentiellen Unterstützern herstellen.

Doch auch die beste Plattform kann nur funktionieren, wenn sie von ihren Nutzern regelmäßig gepflegt und attraktiv gestaltet wird. So erstellte der Yacht-Club Noris e.V. Nürnberg ansprechende Bilder, Videos und Texte, um sein Projekt zu präsentieren. Flankiert wurde dies durch Veröffentlichungen auf anderen Kanälen gemäß eines Medienplans, um die Effekte der Öffentlichkeitsarbeit zu vervielfältigen.

Und das Engagement zahlte sich gleich mehrfach aus – für den Yacht-Club Noris e.V. Nürnberg und vor allem auch für über 50 Kinder und Jugendliche aus einkommensschwachen Familien, die Dank der eingeworbenen Unterstützung ein erlebnisreiches Segelcamp erleben durften.

3. PLATZ

„Clubfrauenapp und Social-Media-Strategie“

1. FCN Frauen- und Mädchenfußball e.V.



Um den Verein zielgruppengerecht zu präsentieren und klare Botschaften zu senden, braucht erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit ein Konzept. Dies hat man beim 1. FCN Frauen- und Mädchenfußball e.V. verstanden und eine Social-Media-Strategie entwickelt.

Dabei wurde zunächst analysiert, über welche Kommunikationskanäle die Hauptzielgruppe der 14- bis 40-

Jährigen am besten erreicht werden kann. Hierbei kristallisierten sich die Social-Media-Plattformen Twitter, Facebook und Instagram als geeignet heraus. Sich für die Verwendung eines sozialen Mediums zu entscheiden ist die eine Sache, die Inhalte aktuell, ansprechend und relevant zu gestalten aber die eigentliche Herausforderung eines Social-Media-Auftritts.

Hier überzeugt das Projekt des 1. FCN Frauen- und Mädchenfußball e.V. durch gute Organisation und Planung sowie durch hohes ehrenamtliches Engagement. Die eigens entwickelte, kostenfreie Vereinsapp bündelt die verschiedenen Veröffentlichungen und erlaubt dem Nutzer, sich über alle Facetten und Aktivitäten des Vereins zu informieren.

Durch diese Maßnahmen konnten die Kontaktzahlen der Veröffentlichungen bereits deutlich und messbar gesteigert werden. Dies macht den Verein auch für Sponsoren attraktiver.

Der Verein wünscht sich, dass möglichst viele Vereine die Chance erkennen und in sozialen Medien aktiv werden. Damit würde sich die Möglichkeit ergeben, gemeinsame Aktivitäten und Kampagnen umzusetzen und somit eine größere Verbreitung der Veröffentlichungen zu erreichen.

Weitere Bewerbungen:

„Mach den Post SV zu deinem Post SV“ - [Post Sportverein Nürnberg e.V.](#)

Einbindung eines professionellen Marktforschungsinstrumentes zur Erhöhung des Mitglieder-Involvements und als Orientierungshilfe für strategische Entscheidungen

Projektförderung 2017 Bewegungsangebote zur Mitgliederbindung und - gewinnung

1. PLATZ

„Inklusionsschwimmen“

Turn- und Sportverein Altenfurt e.V.



Unter dem Motto „Das WIR gewinnt, auch im Sport“ hat sich die Schwimmabteilung des TSV Altenfurt e.V. das Ziel gesetzt, ihr Sportangebot für Menschen mit Behinderung zu öffnen.

Die Grundidee der Inklusionsschwimmgruppe reifte im Juni 2016. Das Konzept für den Anfängerschwimmkurs entstand in Kooperation mit dem Freizeitnetz-

werk Sport der Lebenshilfe Nürnberg, das Menschen mit und ohne Behinderung durch Sport zusammenbringt. Das Freizeitnetzwerk steht dem Verein beratend zur Seite, unterstützt bei der Anfahrt der Sportlerinnen und Sportler und mit Assistenzpersonen, die das Training begleiten.

Seit September 2016 trainiert die Inklusionsschwimmgruppe einmal wöchentlich im Langwasserbad. Auf dem Trainingsplan standen zunächst einmal das Sammeln erster Wassererfahrungen und das Erlernen grundlegender Schwimmbewegungen. Einige Sportlerinnen und Sportler konnten auch schon in bereits bestehende Trainingsgruppen mit großem Erfolg inkludiert werden.

Die Resonanz auf das Inklusionsangebot ist äußerst positiv, vor allem die stets spürbare Freude der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Bewegung ist beeindruckend.

Durch den Aufbau der Inklusionsschwimmgruppe ist dem TSV Altenfurt e.V. ein weiterer großer Schritt in der Vereinsentwicklung gelungen und für den Nürnberger Breitensport wurde ein bedeutender Mehrwert geschaffen.

2. PLATZ

„Gebundener Ganztag mit Schwerpunkt Sport an der BBS“

[Eishockeyclub Nürnberg 1980 e.V.](#)



Das ganztägige Betreuungsangebot in Kindertageseinrichtungen und Schulen weitet sich immer mehr aus und reduziert dadurch auch die für ein Engagement im Sportverein verfügbare Freizeit der Kinder und Jugendlichen. Für Vereine ist dies Herausforderung und Chance zugleich, denn Schulk Kooperationen können neue Ansätze und Zugangs-

möglichkeiten für Mitgliederwerbung und Talentsichtung bieten.

Dies wurde auch beim Eishockeyclub Nürnberg 1980 e.V. erkannt und so ging man mit der Bertolt-Brecht-Schule eine Kooperation im Bereich des gebundenen Ganztags ein. Dies ist für den Verein ein wichtiger Baustein seines Konzepts zur Ausbildung und Weiterentwicklung junger Talente. Dank des zusätzlich zweimal wöchentlich stattfindenden 90-minütigen Trainings in Kleingruppen bei einem ausgebildeten Coach des EHC 80 kann eine fundierte Grundlagenarbeit durchgeführt und noch gezielter auf die individuellen Fähigkeiten und Bedürfnisse eingegangen werden.

Durch die enge Kooperation zwischen Schule und Sportverein können die schulischen und sportlichen Verpflichtungen aufeinander abgestimmt und optimal in den Alltag der Kinder und Jugendlichen integriert werden.

Das Projekt wird zur Nachahmung wärmstens empfohlen. Informationen und Tipps, wie der Einstieg in eine Schulk Kooperation gelingen kann, erteilen die Bayerische Sportjugend und der SportService gerne.

3. PLATZ

„Bosnisch-serbischer Volkstanz“

[Sportgemeinschaft Nürnberg Fürth 1883 e.V.](#)



Seit Ende des Jahres 2016 bietet die bosnisch-serbische Folkloretanzsportgruppe „KUD Mladost“ einen zusätzlichen Farbtupfer im Sportangebot der Sportgemeinschaft Nürnberg Fürth 1883 e.V.

Durch dieses zusätzliche Angebot wird der Verein zur neuen sozialen Heimat für Kinder, Jugendliche und Erwachsene aus dem bosnisch-serbischen Kulturkreis. Die Sportgruppen stehen jedoch allen offen, die Freude an der Bewegung und am Folkloretanz haben. Bislang hat die-

ses in Nürnberg und Umgebung einzigartige Angebot der Sportgemeinschaft Nürnberg Fürth 1883 e.V. einen relevanten Zuwachs von etwa 90 Mitgliedern, die in drei Tanzgruppen aktiv sind, erbracht.

Die Tanzsportgruppe bereicherte im Jahr 2017 durch zahlreiche Auftritte, unter anderem beim Tag der offenen Tür der Stadt Nürnberg, auch das öffentliche Leben in unserer Stadt. Um diese Auftritte für die Sportler und auch die Zuschauer zu einem noch größeren Erlebnis werden zu lassen, soll künftig auch mit professionellen Choreografen gearbeitet werden. Man wird also von dieser Truppe sicherlich noch einiges zu hören und zu sehen bekommen.

Weitere Bewerbungen:

„Sichtungs- und Anfängertrainings für Eishockey-Torhüter“ - [Eishockeyclub Nürnberg 1980 e.V.](#)

Verbesserung der individuellen Fähigkeiten der Torhüter im Anfängerbereich durch spezialisierte Torwarttrainer