

Hessische Tanzsportjugend im Hessischen Tanzsportverband



Workshop „Nachwuchsgewinnung im Jugendbereich“

Liebe Jugendwartinnen und Jugendwarte,
liebe Vereinsvertreter

Auf ihrer Herbstsitzung haben die Landesjugendwartinnen und -warte des deutschen Tanzsportverbandes in einem moderierten Workshop Möglichkeiten, Methoden und Ziele zur Mitglieder- und Nachwuchsgewinnung im Jugendbereich erarbeitet:

1. Feststellung des „Ist-Zustandes“
2. Brainstorming: Welche Angebote kann oder will der Tanzsport machen
3. Was macht den Tanzsport aus
4. Ziel: Welche Maßnahmen lassen sich auf den verschiedenen Ebenen durchführen, um Mitglieder und Nachwuchs zu gewinnen?

Die Maßnahmen sollen sich auf alle Bereiche im DTV übertragen lassen, wo wir Tanzen in seinen vielfältigen Facetten anbieten können.

Wir möchten Ihnen diese Ergebnisse gerne zukommen lassen. Ich denke, es gibt viele Möglichkeiten in Ihren Vereinen, aber auch im Umfeld zusammen mit Schulen, Kindergärten, Presse, ... Ideen und abgestimmte Angebote zu kreieren und durchzuführen.

Einige oder auch viele der aufgeführten Ideen sind Ihnen wahrscheinlich bekannt, aber vielleicht ist auch etwas Neues zu finden. Auch ist diese Liste sicher nicht abgeschlossen. Sondern soll als Grundlage dienen, zu dem weiteres hinzu gefügt werden kann.

Zusammenfassung der Ergebnisse des Workshops (Quelle DTSJ)

Workshop „Nachwuchsgewinnung im Jugendbereich“ 07. September 2008 in Ismaning im Rahmen der JAS-Sitzung

Ist-Zustand im Tanzsport:

- Mitgliedszahlen im Jugendbereich steigen im Gesamt-DTV
- Startzahlen sinken im Jugendbereich (Standard/Latein)
- Problematisch: Gewinnung männlicher Nachwuchs

Rock'n'Roll

- Mitgliedersituation deutschlandweit sehr unterschiedlich (Nord- und Ostdeutschland fast gar nichts)
- Einige Gebiete widmen sich fast ausschließlich dem Breitensport, andere dem Leistungssport
- Hochburg: Bayern (viele Vereine mit Angeboten auf verschiedenen Ebenen)
- „Mädchenüberschuss“ – Einrichtung reiner Mädchenformationen / Mädchenklassen – Nachfrage sehr gut

DVG:

- Ca. 75-80% Mädchen
- Sehr guter Zulauf im Schülerbereich – kaum Nachwuchsgewinnungsprobleme
- Kooperationen mit Karnevalsvereinen
- Problem: Übergang zur Hauptklasse (16 Jahre) – viele hören auf

JMD:

- Sehr guter Zulauf
- Fast ausschließlich Mädchen
- Problem: viele Schnittpunkte zum Turnerbund, die ähnliche Angebote haben

**Ziel aller am Workshop Beteiligten: mehr tanzende Vereinsmitglieder
(Breitensport, Leistungssport, Ehrenamtliche)**

Brainstorming: Welche Angebote kann oder will der Tanzsport machen? (Erarbeitet in 4 Gruppen)

Gruppe 1

- Spaß und Freude an der Bewegung
- Mädchen kennenlernen
- Sport
- Bewegung auf Musik
- Gemeinschaft
- Feiern
- Wettkampf
- Ziele setzen
- Grenzen kennenlernen
- Ausdrucksmöglichkeit
- Selbstbewusstsein
- Selbstpräsentation
- Idolen nacheifern
- Gesundheit
- Kunst

Gruppe 2

- Bewegung
- Spaß
- Sport mit Gleichgesinnten
- Geselligkeit
- Wettkampf / Sportliches Messen
- Andersgeschlechtlicher Partner / Kontakt
- Offenheit
- Schüchternheit ablegen / Berührungsängste verlieren
- Fitness
- Koordination stärken
- Musikalität
- Sensibilität
- Führungsfähigkeiten
- Gesellschaftliche Gepflogenheiten
- Soziale Kompetenz
- Kontakte für Zukunft / Beruf

Gruppe 3:

- Fitness
- Körperbeherrschung
- Sinnvolle Freizeitbeschäftigung
- Freunde treffen / Gemeinschaft
- Bewegung zur Musik / Spaß an der Musik
- Wettkampf
- Wie komme ich an Mädchen ran?
- Sommerfreizeit
- Koordination
- Pädagogik
- Angebote für Kinder und für Eltern
- „Kinderbetreuungsstation“

Gruppe 4:

- Spaß an der Bewegung
- Gesundheitsförderung
- Kinder von der Straße
- Stärkung von Selbstvertrauen
- Selbstpräsentation
- Verbesserung der Körperhaltung
- Sensibilisierung des Körpergefühls
- Förderung des Miteinanders geschlechtsübergreifend
- Teamfähigkeit
- Fairplay / Sportgeist
- Verlieren lernen
- Verantwortungsbewusstsein

Zusammenfassung: Was macht den Tanzsport aus?

Kombination aus Bewegung, Spaß und Musik

Menschen

- Freunde/Kontakte
- Wettkampf
- Gemeinschaft
- Fitness

Gesundheit / Fitness

- Gesundheit
- Körpergefühl
- Körperhaltung

Soziales

- soziale Kompetenz
- Verlieren lernen
- Selbstpräsentation
- Selbstvertrauen
- Verantwortungsbewußtsein

Zielgruppe	Maßnahme	To do	Ziel / Kontrolle
Teilnehmer	„Aus eins mach Zwei“	<ul style="list-style-type: none"> - Fester Termin für Schnuppertraining - Flyer erstellen - TN auffordern, für Angebot zu werben - Werbebonus für TN ausarbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> - Zählen der Besucher des Schnuppertrainings - Vermerk auf Anmeldebogen, ob geworben und von wem
	Aktionstag mit Inhalten, die Jugendliche ansprechen	<ul style="list-style-type: none"> - Rahmenprogramm - Mitmachaktionen - Werbematerial erstellen - Vereinsmitglieder auffordern, mind. einen Gast mitzubringen 	<ul style="list-style-type: none"> - Besucherzahl - Vermerk auf Anmeldebogen (siehe oben)
	Teilnehmer wird ÜL	<ul style="list-style-type: none"> - Aktionsfeld definieren (ÜL, ÜL-Assistent, Schülermentor, ...) - ideelle, organisatorische u. finanzielle Unterstützung 	<ul style="list-style-type: none"> - Zahl neuer Übungsleiter, Schülermentoren, .. - Einsatz der Übungsleiter, ...
Zielgruppe	Öffentlichkeitswirksames Auftreten (Mitmachangebote, Stadtteil- und Sportfeste)	<ul style="list-style-type: none"> - Terminrecherche - Bewerbung bei entsprechenden Anbietern - Programm planen - Helfer, Musik, Equipment 	<ul style="list-style-type: none"> - Zuschauer, Resonanz - machen die Kinder mit? - Anzahl der neu gewonnenen Mitglieder
	Zum Kunden gehen (Kindergarten, Schule, Jugendclubs)	<ul style="list-style-type: none"> - Partner identifizieren und ansprechen - vor Ort Workshops, Schnupperkurse, Projekte, ... organisieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Feedbackbögen - Wiederholung gewünscht - Anzahl der neu gewonnenen Mitglieder
	Imagekampagne von Vereinen (Tanzen ist Sport) (Tanzen ist auch was für Jungen)	<ul style="list-style-type: none"> - Plakatierung - Radio, TV, Presse - Internet - bundeseinheitlich - permanent 	<ul style="list-style-type: none"> - wird man darauf angesprochen - Umfragen - Mitgliederzulauf
Eltern / Familie	Elterntanzkurs	<ul style="list-style-type: none"> - Kinderbetreuung organisieren - passende Zeit freimachen - evtl. zeitgleich Kinderkurs - Werbung 	<ul style="list-style-type: none"> - Überführung Tanzkreis - Integration der Kinder & Eltern in den Verein
	Konfirmandenkurs	<ul style="list-style-type: none"> - Kontakt zur örtlichen Kirche - Leiter ansprechen - Flyer aufsetzen - ÜL-Einsatz absprechen 	<ul style="list-style-type: none"> - erfolgreiche Überführung in den Verein - Wiederholung der Veranstaltung

ÜL / Trainer	Schulungen (auf Trends)	<ul style="list-style-type: none"> - Erhöhung der Vielfalt der Referenten - mehr Trainer C Ausbildungen mit Profil - Kinder / Jugendliche - mehr Kindertanzseminare veranstalten 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualität / Quantität der Schulungen
	Trainer-Netzwerk mit mehr Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - E-Mail-Verteiler anlegen - Ist-Analyse - Inhalte festlegen 	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der Netzwerke - Anzahl der Teilnehmer - Aktivitäten auf dem Netzwerk
Pädagogen	Lehrkräfte und Erzieher gewinnen, die noch nichts mit Tanzsport zu tun haben	<ul style="list-style-type: none"> - Aus- und Weiterbildung - Kultusministerium kontaktieren (DTV) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausrüstung - Know How
		<ul style="list-style-type: none"> - Schule (Verein) - Kindergärten 	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl neu entstandener AGs und Projekte
	Lehrkräfte und Erzieher gewinnen, die bereits mit Tanzsport zu tun haben	<ul style="list-style-type: none"> - Personen sichten und ansprechen 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausrüstung - Know How
Medien	In „Käseblättchen“ auf seinen Verein aufmerksam machen	<ul style="list-style-type: none"> - Käseblättchen des Umfeldes identifizieren - Ansprechpartner suchen - Kosten erfragen - Text- und Bildmaterial zuarbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der Anzeigen innerhalb eines bestimmten Zeitraums - Vereinseintritte aufgrund der Aktion
	Flyer	<ul style="list-style-type: none"> - Inhalt - Layout - Verteilung - Anmeldung auf Rückseite 	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der Flyer-Anmeldungen - Wo wurde der Flyer verteilt - Anzahl der verteilten und mitgenommenen Flyer
	YouTube	<ul style="list-style-type: none"> - Schauführungen filmen - in Kategorie zu Chart-Hit - außerdem Hinweis zu Verein / Ansprechpartner - Kommentare zum Clip 	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der Clicks - auf Anmeldebogen erfassen, wer über YouTube auf Angebot / Verein aufmerksam wurde - Kommentar-Rücklauf
		<ul style="list-style-type: none"> - YouTube Dance-Clip Contest 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Verlinkung auf ähnliche Clips, z.B. EM/WM-Mitschnitte, - SoFrei - → DTSJ-Netzwerk mit Hinweis auf Vereine 	

Um Ziele durch gute Angebote und Maßnahmen umsetzen zu können, müssen folgende Punkte beachtet werden:

- „Kundendenken“ bedeutet langfristige Bindung – ich habe / brauche ein Angebot, das so interessant ist, dass ein Kunde kommt, der für dieses Angebot zahlt und langfristig bleibt
- Allein der pädagogische Wert des Sports ist nicht mehr ausreichend, um Leute anzusprechen
- Kinder und auch Eltern können über diesen Aspekt nicht angesprochen und für den Sport gewonnen werden

- Was uns als Funktionäre / Trainer / ... wichtig ist, dafür wird kein Mitglied in den Verein kommen
- Ein attraktives Produkt muss kreiert werden
- Kampagnen müssen auf Zielgruppen zugeschnitten sein
- Es muss zwischen der Gewinnung von Jungen und Mädchen unterschieden werden
- (Bedenke: Beides sind Methoden und nicht das Ziel)

- Elternsicht darf nicht vernachlässigt werden (Gedanke: Was hat mein Kind zukünftig von dieser Sportart über das sportliche hinaus?)
- Vermittlung sozialer Kompetenzen wichtig

- das Profil des Tanzsportes oder des anbietenden Vereins muss geschärft werden
- wir müssen mit unseren Angeboten nach außen gehen (gute Öffentlichkeitsarbeit)
- Weiß jeder, was vermarktet werden muss?

- wie können wir uns von Tanzschulen abgrenzen? Was ist der Unterschied?
 - Mitbestimmung im Verein
 - Preisunterschied

- Tanzschulen nicht als Konkurrenz sehen, sondern Anknüpfungspunkte suchen, um vom Besten zu lernen
- Was machen z.B. Tanzschulen gut? – reagieren schnell auf Trends bzw. schaffen Trends)
- Das müssen wir als Vorteil sehen, denn so können wir das Marketing der Tanzschulen zu unserem Vorteil nutzen (wir schauen, was gut läuft und können es übernehmen)
- Das Wort Konkurrenz muss aus den Köpfen gestrichen werden, da es impliziert, dass nicht genügend da ist
- Es sind aber genügend Kinder und Jugendliche da – sie müssen nur für den Tanzsport gewonnen werden