Dokumentation

zum Kick-Off Workshop in Paulushofen, 18. März 2023

Einführung

Workshop-Einführung / Kontext des Workshops

Kontext des Workshops

- Der Workshop fand im Anschluss des BRV Verbandstags statt von 13.45h bis 1545h statt.
  Geplant war Start 13.00h bis 15.00h
- Die Teilnehmer*innen des Workshops rekrutierten sich mehrheitlich aus den Teilnehmer*innen des vorausgegangenen Verbandstags
- Altersdurchschnitt lag bei ≥ 54
- (>) ¾ der Teilnehmer*innen waren männlich
- Ursprünglich wurden 18 Teilnehmer*innen erwartet; tatsächlich haben 29 teilgenommen
- Inhaltlich geplant und durchgeführt wurde der Workshop von der AG Leitbild (Claus, Ewald, Judith & Alex, Gunther Schlecht (war am Sa. verhindert))
- Unterstützt wurde die Gruppe in der Vorbereitung und Durchführung von den BRV Hauptamtlichen Nadine, Marc, Tobias und Fritz

Der Deligierten-/Deligiertinnen-Auftrag an das Präsidium vor zwei Jahren:

Entwicklung einer ganzheitlichen Verbandsstrategie für den BRV – Perspektive 2030+:

in einem transparenten Prozess

unter Einbeziehung der Mitgliedsvereine

Ausgangs-Hypothese des Präsidiums für den Workshop:

„Die Bereitschaft sich ehrenamtlich im Verband und in den Vereinen zu engagieren nimmt ab.“

Was passiert, wenn nichts passiert:

- Unser Verband und die Arbeit in den Vereinen lebt vom Ehrenamt.
- Wir erleben es alle vielfältig in unserem Engagement: Es werden immer weniger Schultern, manchmal fehlen sie sogar komplett.
- Wenn wir es nicht schaffen, Menschen zu bewegen, sich in den Vereinen und im Verband zu engagieren, steht unser „Geschäftsmodell*“ in Frage:

_ ohne ehrenamtliche Übungsleiter keine Sportangebote

_ ohne Sportangebote keine Mitglieder und keinen Nachwuchs

_ ohne Engagierte keine Veranstaltungen

_ ohne Veranstaltungen keine Sportler und keine Angebote für Sportler etc.

*Hier bleibt zu hinterfragen, ob der Begriff „Geschäftsmodell“ der Richtige ist, oder ob nicht „Vereins-/Verbandsmodell“ richtiger wäre. Ggf. bleibt zu klären, was die jeweiligen Unterschiede sind und was diese für unser aller Arbeit bedeuten?

Workshop-Auftrag:

Welche Rolle spielt das Ehrenamt für eine erfolgreiche Zukunft des Radsports?

Welche weiteren Faktoren sind wichtig für einen erfolgreiche Radsport

Breite Basis: Dazu ist jeder einzelne der Mitgliedsvereine und dessen Mitglieder jeden Alters aufgerufen und gefragt.

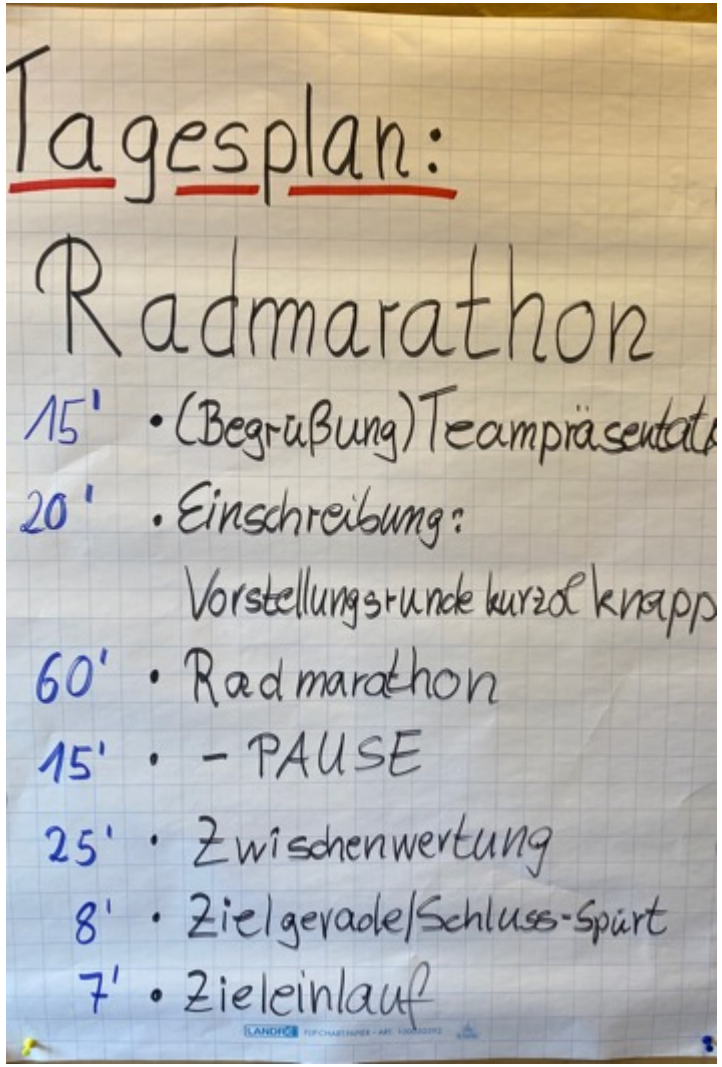
Workshop

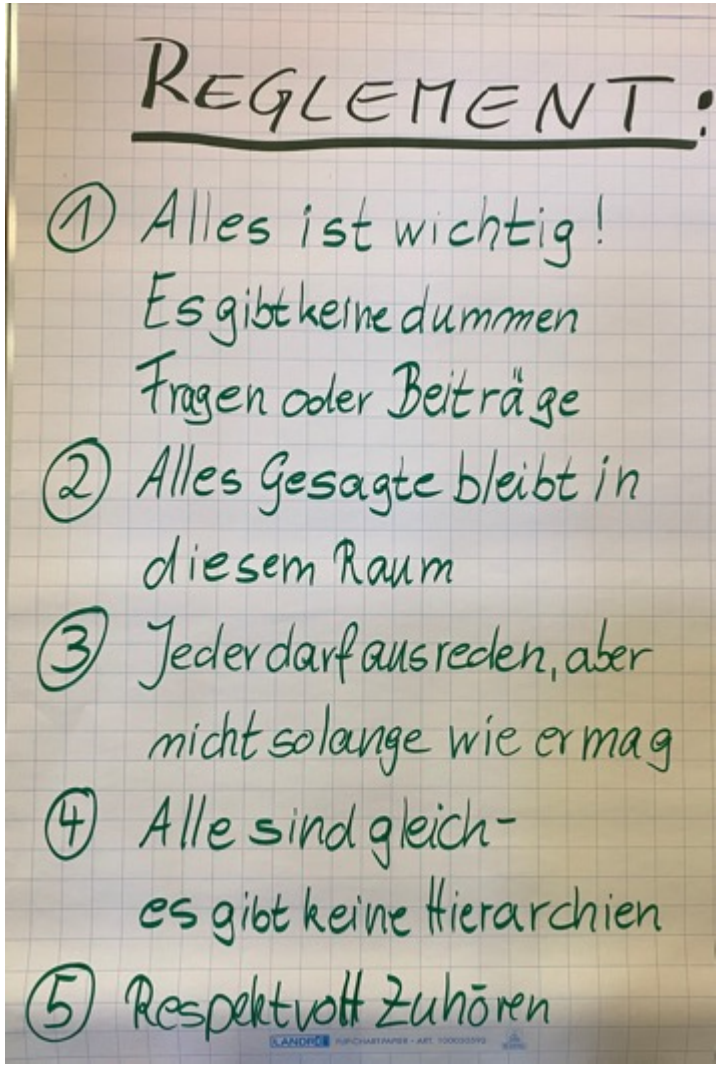
Vorwort zu den Ergebnissen

Im Folgenden stellen wir anhand eines Foto-Protokolls den Verlauf und die Ergebnisse des Workshops vor. Zu den fotografisch dargestellten Ergebnistafeln haben wir Erläuterungen gestellt, die die Ergebnisse der Diskussion mit Zusammenfassungen und Wertungen darstellen.

Wer ins Detail gehen möchte und die unmittelbaren Beiträge der Teilnehmer*innen nachvollziehen möchte, zoomt am besten in die einzelnen Bilder hinein.

Ablauf & Rahmen

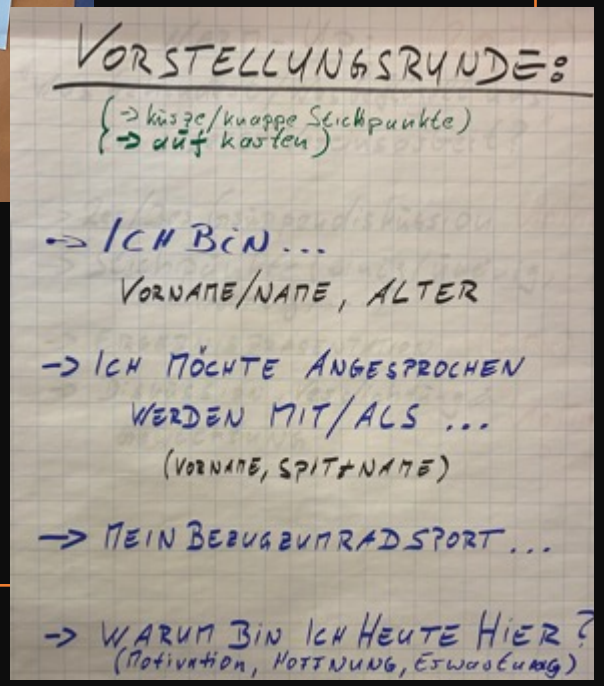




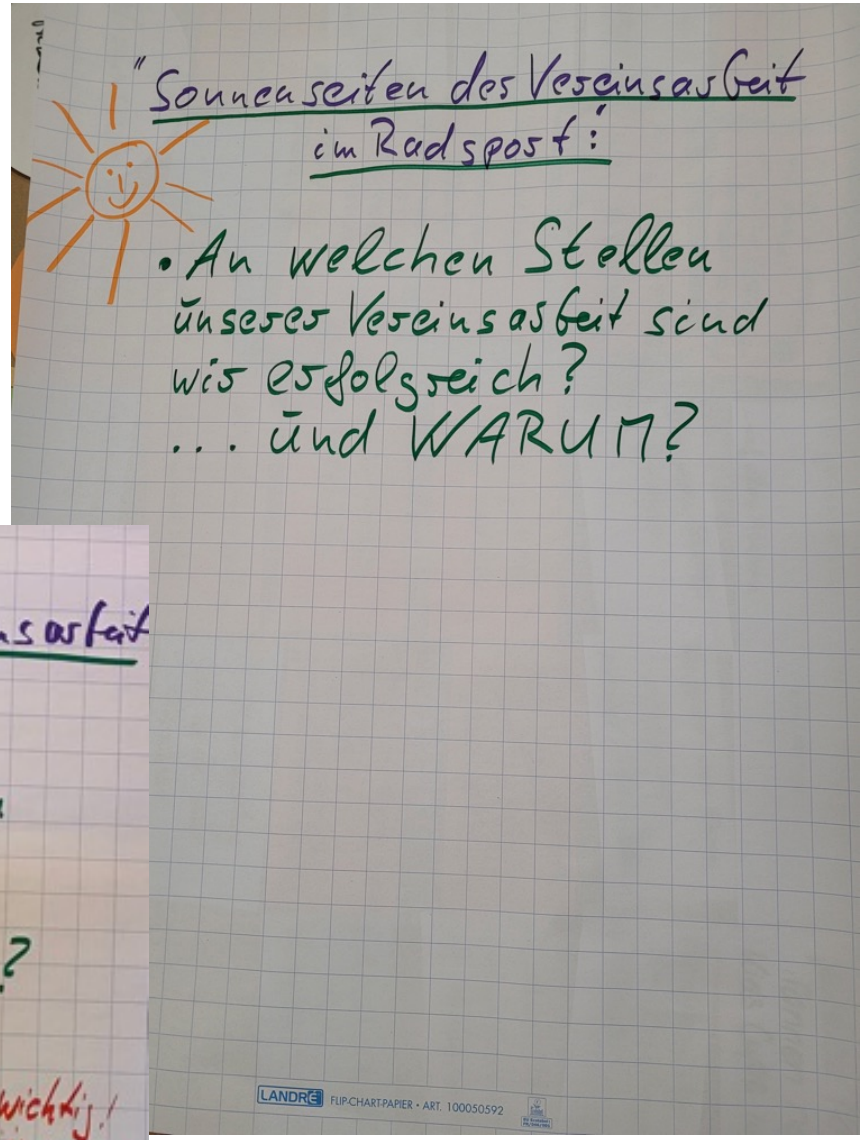
Die Teilnehmenden und Ihre Ziel-Erwartungen

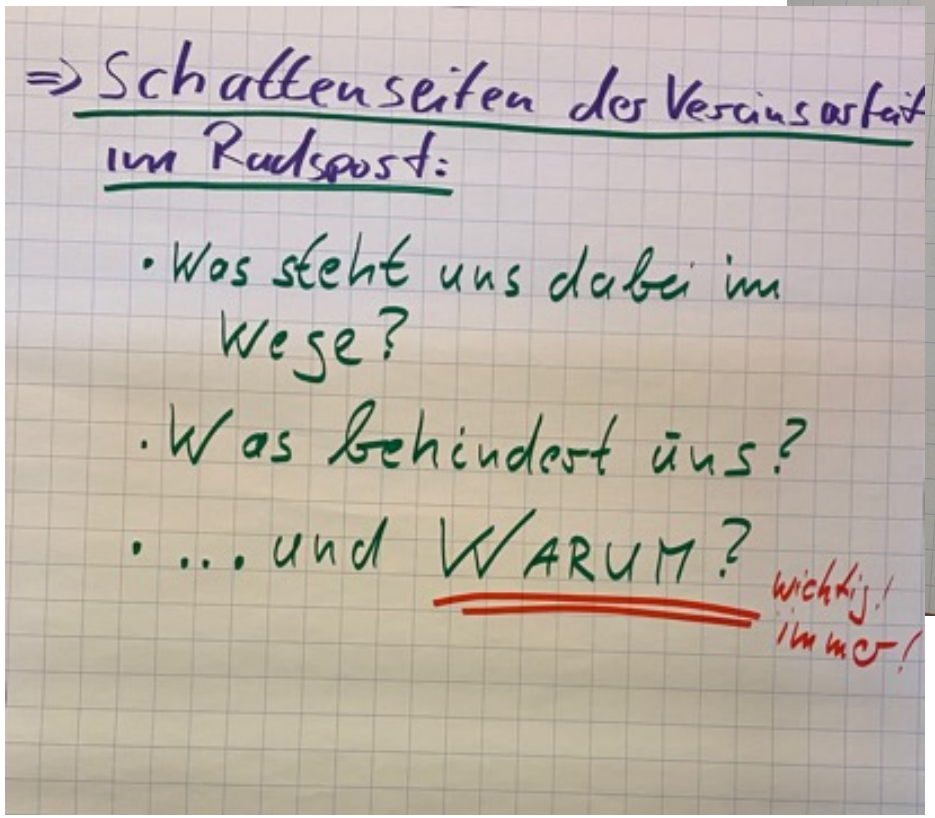
- Frischen Wind reinbringen, etwas konstruktiv bewegen und gestalten und dabei Spaß haben
- Nicht nur jammern, sondern aktiv mit anpacken
- Motivation steigern für die vielfältigen Aspekte des Radsports:
  - Bei Kindern und Jugendlichen
  - Bei potentiellen Trainern/Trainerinnen
  - Freie Hobbyfahrer*innen –> Vereinssport
- Mehr Rennen/Wettbewerbe

=> Die Aussagen zeigen einen ausgesprochenen Bedarf und Willen der Teilnehmenden für eine aktive Veränderung, gepaart mit dem Wunsch/Verständnis die Veränderung aktiv mitzugestalten.



Licht & Schatten in der Vereinsarbeit





Licht: Worin sind wir erfolgreich und WARUM?

- Vereinsübergreifendes Agieren:
  - Behörden/Gemeinden, andere Sportvereine, Schulen, etc.
- Hohe und breite Qualität der Vereinsangebote
  - "Mitwachsräder" (=Leihräder)
  - Vielfältige "MTB-Familien"
  - weg vom reinen Leistungsgedanken im Sport
- Gemeinschaft fördern, durch…
  - direkte, persönliche Ansprache
  - Beharrlichkeit und Ausdauer

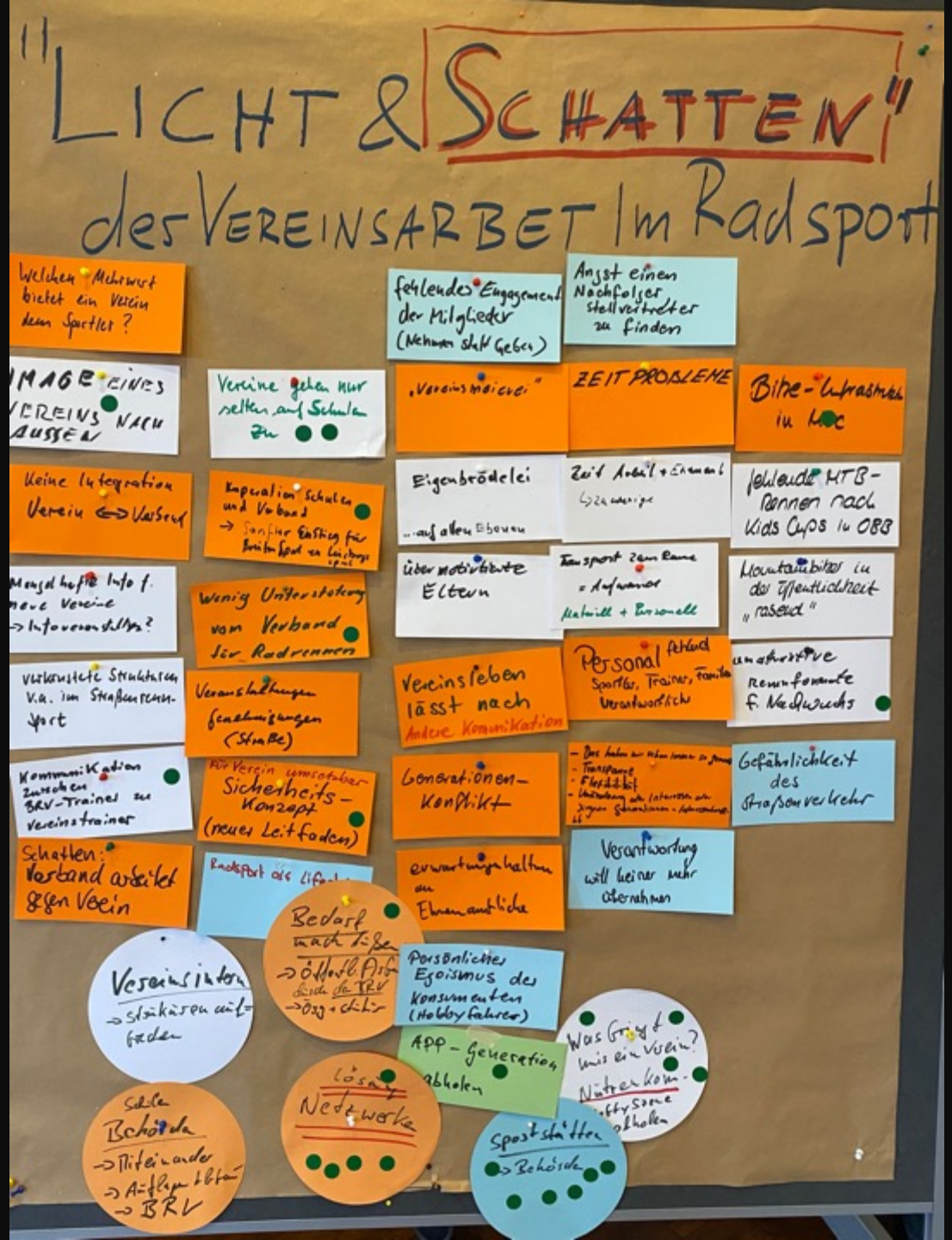
=> Zusammenfassend/Fazit: Offenheit für Neues, zielgruppenspezifische Mehrwerte entwickeln, kommunizieren & auf die Straße bringen. Aktives Beziehungsmanagement, durch persönliche/direkte Ansprache und durch Offenheit in der Haltung

Schatten: Was behindert uns / was steht uns im Wege und WARUM?

- Schlechte Nutzenkommunikation* / schlechtes Außen-Image der Vereine und des Vereinslebens („Vereinsmeierei“)
- Unterstützung durch den Verband in zentralen Vereinsaufgaben (bspw. Veranstaltungen/Wettkämpfe, Leitfäden) wird vermisst bzw. ist nicht bekannt
- Gründe für geringe Bereitschaft zum aktiven Engagement sind vielfältig, aber vor allem bedingt durch:
  - Eigenbrötlerei bei den Verantwortlichen
  - Festgefahrene Strukturen und Denkmuster („haben wir schon immer so gemacht“)
  - Zu hohe Erwartungshaltung an diejenigen, die ein Ehrenamt übernehmen
- Geringes Raumangebot für die Sportausübung (Sportstätten: z.B. für MTB, Straßenrad, etc.)

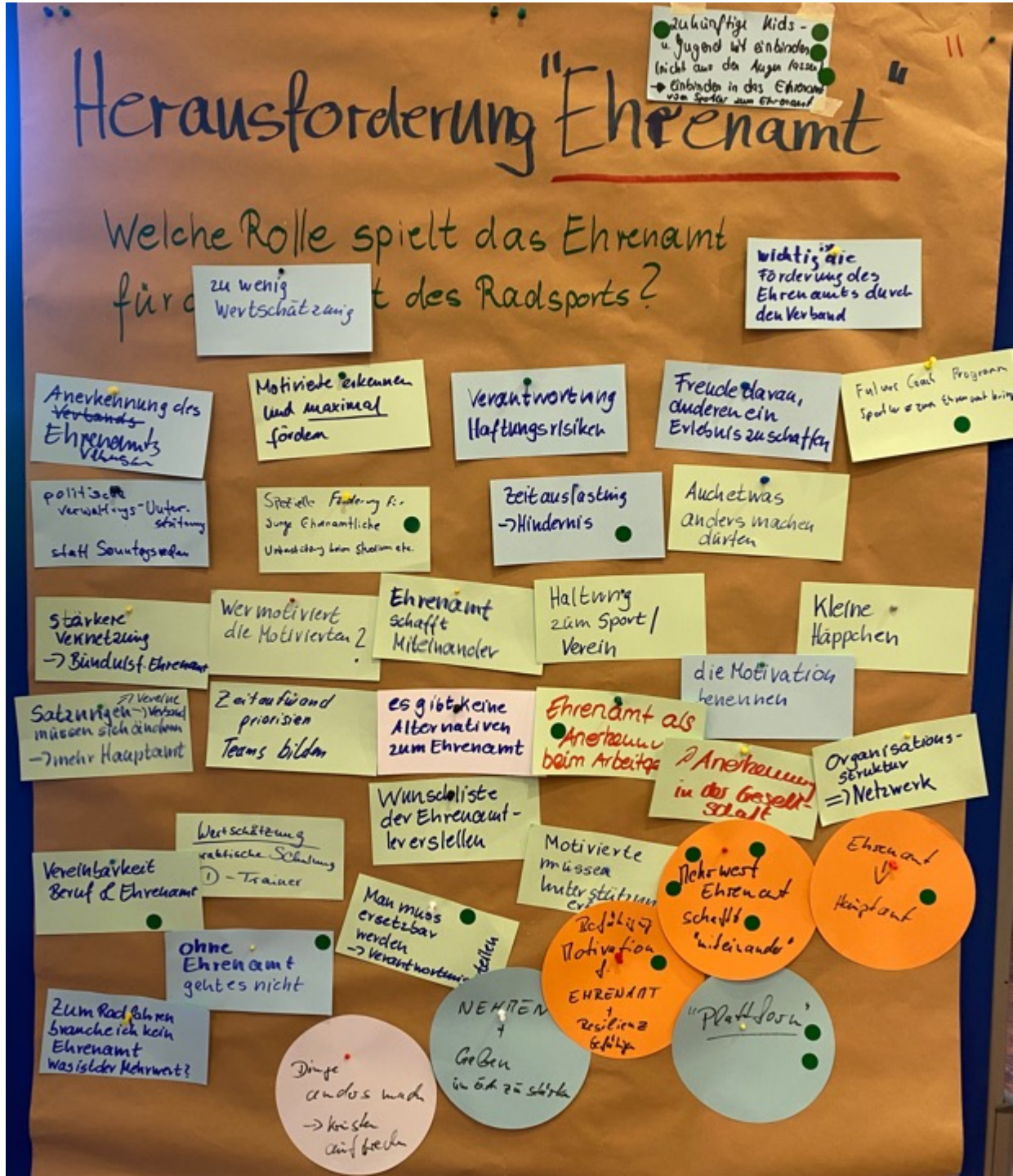
=> Fazit/Lösung: Die Führung eines Vereins (und des Verbandes): Mehr Zusammenarbeit statt Wettbewerb; (Selbst-)Verständnis als Community entwickeln, Stärkung des Netzwerkgedankens, bessere Angebots-/Nutzenkommunikation, Ausbau des Sportstättenangebots, eingefahrene Strukturen verändern/anpassen, der Äußere Bedarf /die nach außen gerichtete Anforderung dabei: Unterstützung der Vereinsbedarfe durch Öffentlichkeits-/Lobbyarbeit des Verbandes und eine Anpassung/Ausrichtung dessen Organisation und Struktur an diese Bedarfe

*Nutzenkommunikation: hierbei geht es in erster Linie darum, dass Vereine sich bei der Entwicklung und Kommunikation eventueller Kernnutzen des Vereinslebens in die Sichtweise potentieller Zielgruppen hineinversetzen. Also klassischer Marketing Ansatz (≠ ICH-Perspektive), sondern aus der Perspektive, desjenigen den ich für den Verein gewinnen will. => Welche Nutzenerwartung richten potentielle Mitglieder an einen Verein?



„Herausforderung Ehrenamt“ – Was passiert, wenn nichts passiert?

- JA, ohne Ehrenamt geht nichts, aber Radfahren geht auch ohne Ehrenamt:
  → Motivationen erkennen
  → Wer motiviert die Motivierten?
- Ehrenamt schafft soziales Miteinander
  → Wertschätzung innerhalb und außerhalb der Organisation für ehrenamtliches Arbeiten stärken
  → Allianzen suchen und aufbauen
  → Aktiv über den Mehrwert des Ehrenamts kommunizieren
- Wie Nachwuchs fürs Ehrenamt begeistern:
  → Interessierte fürs Ehrenamt befähigen (Informationstransfer, was muss ich wissen, wie und wo kann ich mich informieren …)
  → Jede/r kann ersetzbar sein: d.h. Verantwortliche müssen auch bereit sein, andere an ihrer Aufgabe teilhaben zu lassen genauso wie, für jede Aufgabe brauchen wir ein „Back-up“
  → junge Ehrenamtliche fördern, indem wir ihre Wünsche, Bedürfnisse erkennen und sie in ihrer speziellen Situation unterstützen
- Ehrenamt braucht Hauptamt



Ausblick: Medienbricht aus der Zukunft – „Was nachher anders sein wird, als heute“

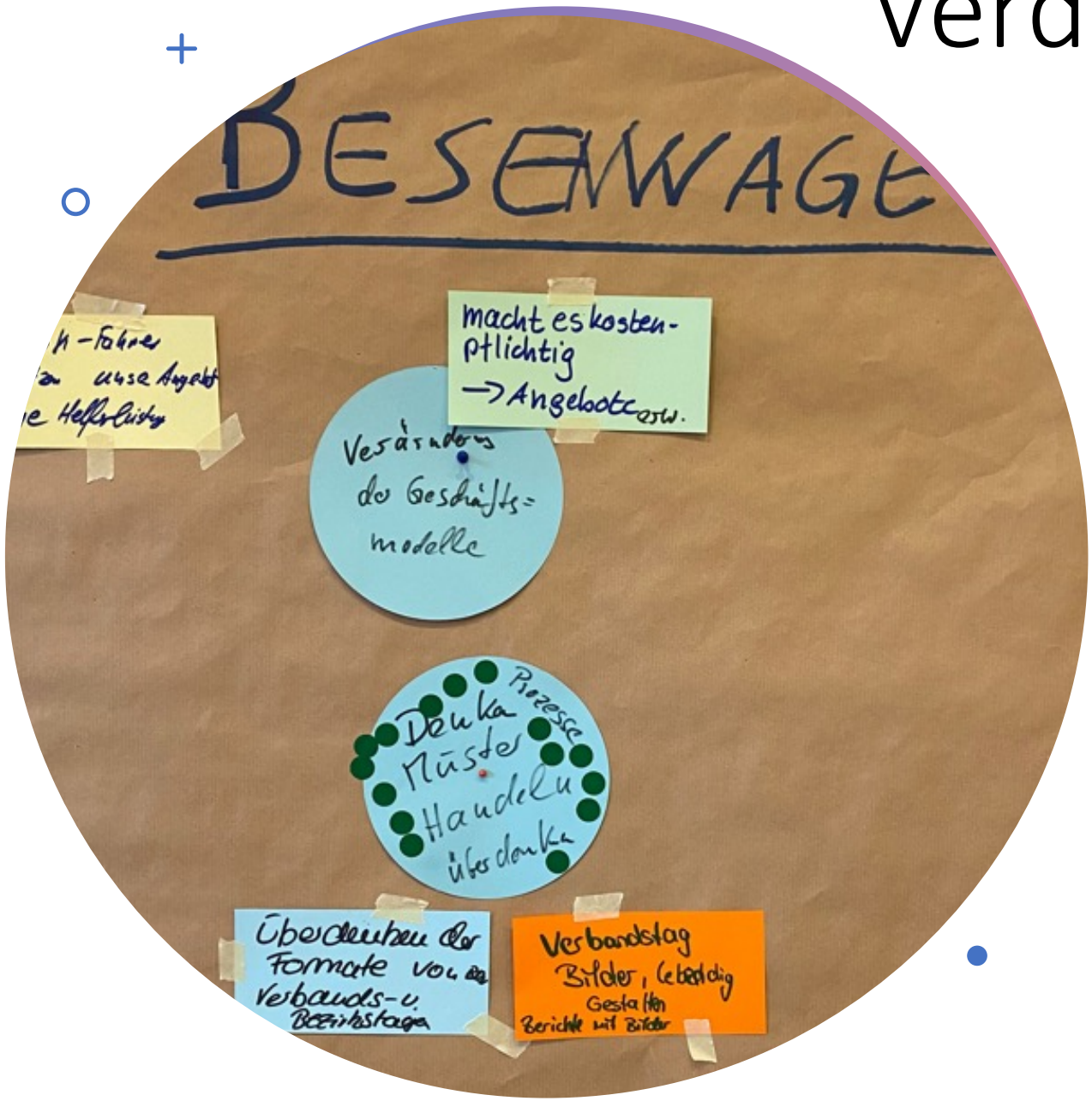
Als zentrale Erfolgsfaktoren für einen zukünftig erfolgreichen bayerischen Vereinsradsport wurden identifiziert:

- Spaßvermittlung ist der Anfang allen ehrenamtlichen Engagements
- Und auch hier: Netzwerken und Community*sierung der Haltung , Strukturen , Prozesse und des Denkens
- Gemeinsamkeit neu denken (bspw./Anm.: Wasserfall/ Pyramide vs. Community-/Circle-Strukturen)

… und in bestimmten Schlüsselbereichen Ehrenamt in Hauptamt umwandeln

Was der Besenwagen im Nachgang eingesammelt hat:

Verdichtung & Gewichtung



Als zentrales Ergebnis kann der nachhaltige Wunsch nach Veränderung der tradierten Verbands- und Vereinsarbeit gewertet werden (-> „Überdenken von bestehendem Denken, Handlungs- und Prozessmustern“)

Zentrale Herausforderung:

Von tradierten Vereins-/Verbands-(denk-)-mustern, -strukturen, -prozessen, ansprüchen-, -angeboten **hinzu** mehr Netzwerkgedanken/-handeln in allen Bereichen und Aspekten, sowie einer Community*sierung der Arbeitsweise

Zielrichtung: Offen werden für neues – neue Mitglieder, neue Generationen, die andere Ansprüche und Vorstellungen an Sport sowie Vereinsarbeit und -leben einbringen, als das in der Vergangenheit der Fall war.

Einordnung und Bewertung durch den Arbeits-/Moderatorenkreis

…bleibt festzuhalten, dass…

- …man das Momentum nutzen und zeitnah agieren sollte, unter Einbeziehung aller WS-Teilnehmer – und mit diesen und mit den restlichen Verbandsmitgliedern im direkten Dialog und Austausch bleiben sollte
- …wir Veränderungen zeitnah erlebbar machen: Identifizieren, was schnell umsetzbar ist und eine Veränderung sichtbar macht
- …man eine Welle erzeugen kann, die mehr Mitstreiter mitreißt: Dazu müssen wir Kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren…

Zusammengefasst:

Die Frage, was nutzen uns die bestehenden Strukturen, wer versteht sie und wie werden sie gelebt, bewegt die Teilnehmenden. Das Bedürfnis, den Verein und den Verband als eine Community zu erleben, die eine gemeinsame Leidenschaft hat, in der man sich gegenseitig hilft, in der ein offener Austausch in lebendigen Formaten gepflegt wird, wurde sowohl in den Workshop-Runden wie auch in Gesprächen am Rande es Verbandstags stark formuliert. Das erscheint den Teilnehmenden des Workshops das wesentliche Ziel einer Veränderung. Das Selbstbild der Vereine bzw. des Verbands, in erster Linie Dienstleister und Organisator des Kadersports bzw. „Zulieferer“ von Kadersportler zu sein, trifft immer weniger das Bedürfnis der Mitglieder in den Vereinen.

Summa Sumarum…

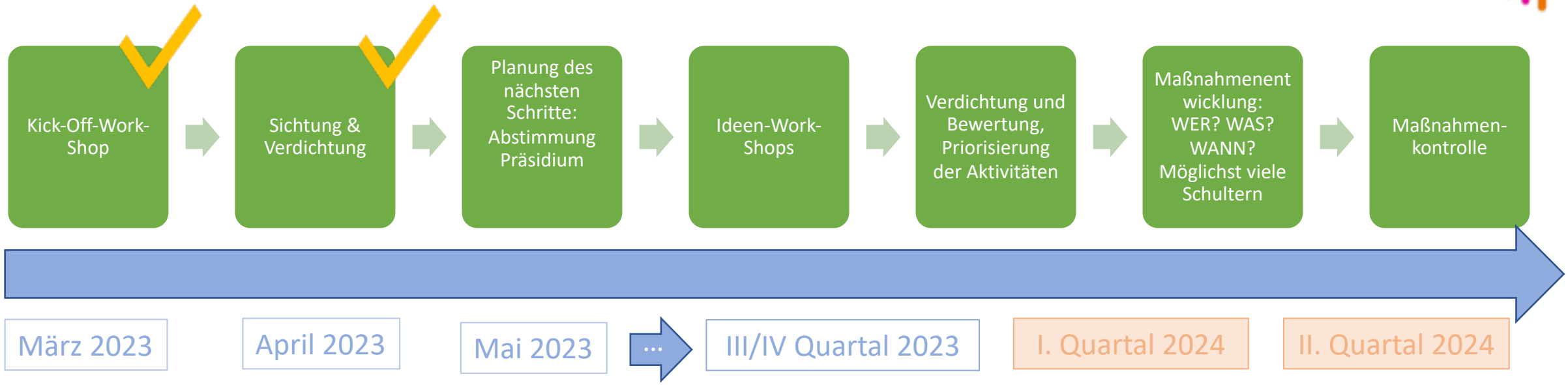
- Teilnehmerfeedback war einstimmig positiv, verbunden mit dem ausdrücklichen Wunsch, dass die erarbeiteten Themen aufgegriffen und an ihnen weiter gearbeitet wird
- Auch wenn vielleicht die Anzahl der Teilnehmer höher, dafür aber das Durchschnittsalter der Teilnehmer hätte niedriger sein können, eine Basis gelegt, um mehr Menschen für eine Mitarbeit zu gewinnen und ein Zeichen gesetzt, dass der Verband sich öffnet und die Bedürfnisse und Kommunikationswege jüngerer Engagierte anerkennt. Aber: das WIE der nächsten Schritte entscheidet, wie glaubwürdig die „Zukunftsinitiative“ ist
- Der Workshop hätte länger ausgelegt sein können – Auch wenn das gewonnene Situations-Bild recht umfassend ist, hätte man an der einen oder anderen Stelle mehr Zeit in die Analyse, Bewertung und Einordnung der Ergebnisse und Wortmeldungen aufbringen können (das wurde von den Teilnehmern so nicht artikuliert, fällt aber bei der Sichtung der Ergebnisse streckenweise auf)

Next Steps

Unsere Empfehlungen:

Was sollte als nächstes passieren?
Vorgehensmodell, Strukturen, Prozessschritte und Inhalte

Zeitliche Perspektive – Gut Ding will Weile haben



Die nächsten Schritte:

- Dank an die Teilnehmenden und Versenden der Workshop-Dokumentation
- Social-Media Kommunikation zum Workshop
- Präsentation der Workshop-Ergebnisse auf der Landingpage der „Zukunftsinitiative Radsport“

→ Vorschlag: außerhalb der BRV-Website eine Landingpage aufbauen, die dem Look and Feel der „Zukunftsinitiave“ mehr entspricht, aber selbstverständlich enge Verzahnung mit der BRV-Homepage beinhaltet

- Gespräch und Abstimmung der Workshop-Ergebnisse und Vorschläge für die Fortsetzung der Zukunftsinitiative mit BRV-Präsidenten bzw. – BRV-Präsidium --> zeitnahe Terminfindung für ein 1:1 Meeting

Danke sagen…

- Judith Schlummberger-Steger
- Nadine Späth
- Ewald Strohmeier
- Claus Dillinger
- Marco Gössmann-Schmidt
- Alexander de Werth

sowie…Tobias Frischmann, Fritz Fischer und Gunther Schlecht