

Turngau-Konferenz 2011 in Heidelberg

GYMWELT Konzept – GYMWELT im Verein

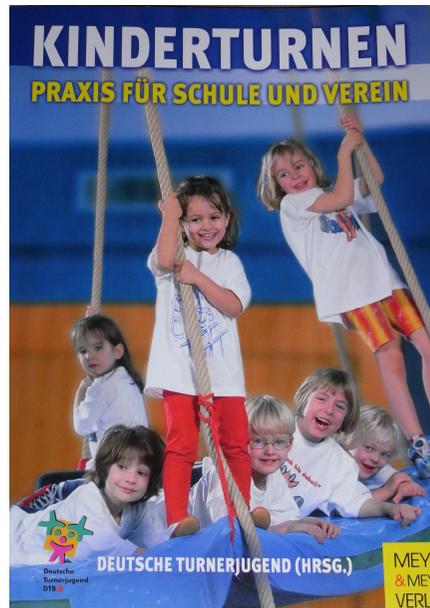
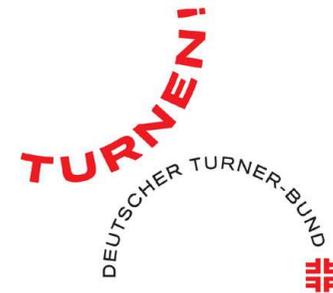


1. GYMWELT – ein neuer Begriff zur Verknüpfung von Tradition und Zukunft
2. GYMWELT – Idee, Ziel und Weg des Konzepts
3. GYMWELT – die fünf Angebotsbereiche
4. GYMWELT – vier Umsetzungs- und Entwicklungsperspektiven



1. GYMWELT – ein neuer Begriff zur Verknüpfung von Tradition und Zukunft

Marken für die Kerngeschäftsfelder



GYMWELT – ein neuer Begriff zur Verknüpfung von Tradition und Zukunft

Gymnastik & Athletik (griechische)

Gymnastik (Philanthropen)

Gymnastik

- Funktionelle G. (Mitte 19. Jahrh.)
später „pflegerische G.“
- Ausdrucksgym. (2. Hälfte 19. Jahrh.)
- Rhythmische G. (Beginn 20. Jahrh.)
- Tänzerische G. (Beginn 20. Jahrh.)

Bewegungskunst

Fitness- und
Gesundheitssport

Fun- und
Natursport

Turnen

Sport

- Sportdisziplinen u.a.:
- Rythm. Sportgymnastik
 - Fußball
 - Gerätturnen
 - Skirennen
 - Leichtathletik

Sportevents

u.a. Olympische Spiele,
Welt-/Europameisterschaften

Wettkampfsport

als Spitzen-/ Unterhaltungssport,
als Breiten-/ Freizeitsport

Beginn unserer
Zeitrechnung

Ende 18. Jahrh.
Beginn 19. Jahrh.

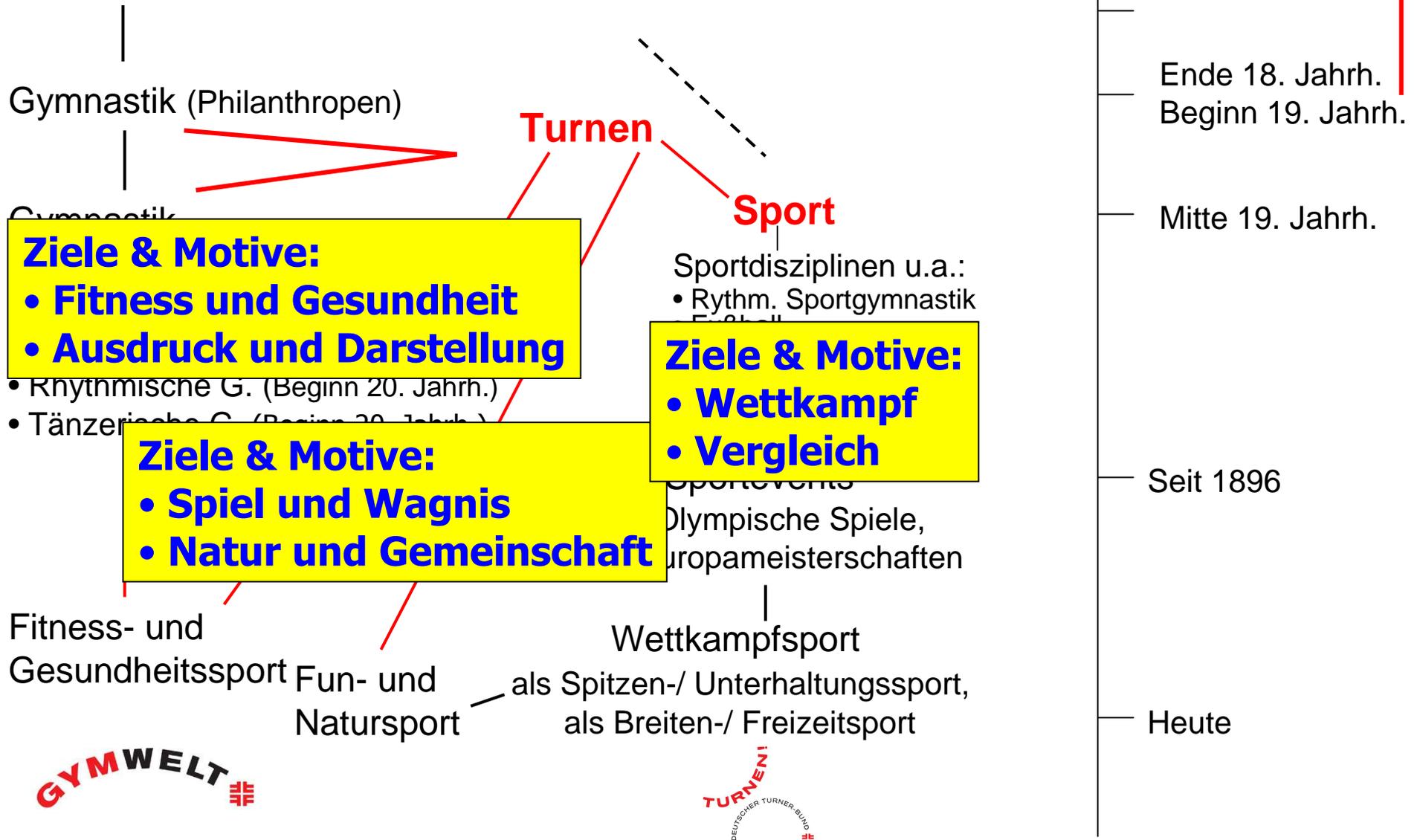
Mitte 19. Jahrh.

Seit 1896

Heute

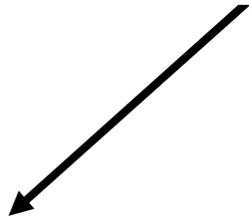
GYMWELT – ein neuer Begriff zur Verknüpfung von Tradition und Zukunft

Gymnastik & Athletik (griechische)



GYMWELT – ein neuer Begriff zur Verknüpfung von Tradition und Zukunft

GYMWELT

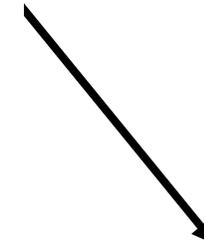


Anknüpfungspunkt

Gymnastik mit

den Perspektiven

- Fitness & Gesundheit
- Ausdruck & Darstellung



Anknüpfungspunkt

Vielfältiges Turnen mit

den Perspektiven

- Spiel & Wagnis
- Naturerfahrung
- Gemeinschaft



2. GYMWELT: Idee, Ziel und Weg des Konzepts



Die Idee: GYMWELT steht für die Angebotsbereiche der Turnvereine und –abteilungen die in der Tradition der Gymnastik und eines Vielseitigen Turnens nicht (primär) auf die Beteiligung an Wettkämpfen ausgerichtet sind.

Das Ziel: Das GYMWELT Konzept stellt durch eine Strukturierung der Angebote die Basis dar für eine gezielte Vereins-, Angebots- und Ausbildungsentwicklung – z.B. durch neue Vereinsstrukturierungen, durch Ausdifferenzierung von Inhalten, durch Aufnahme von Trends, durch systematisierte Übungsleiterausbildungen. Weitergehend soll das Konzept die Vermarktung verbessern – z.B. durch eine klare Kennzeichnung und Beschreibung von Zielgruppen und Angeboten sowie durch die Ableitung emotionalisierender Attribute und die Entwicklung von Ansprechenden Claims und Slogans. .

Der Weg: Bereichsvorstand AT → Bundestagung AT → Präsidium DTB
→ Einholung von Expertenmeinungen, extern (z.B. wiss. Beirat) und intern (z.B. Geschäftsführer der LTV)
→ Absprachen mit strategischen Partnern (z.B. DOSB)

3. GYMWELT – Die fünf Angebotsbereiche



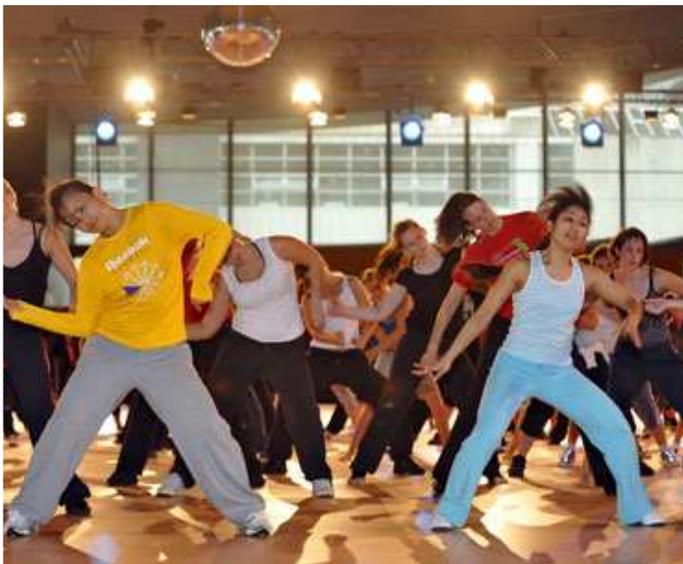
GYMWELT 

Fitness-Sport
Gesundheitssport
Natursport
Bewegungskünste
Rhythmik, Tanz & Vorführung



Fitness-Sport....

- umfasst (Dauer-) Angebote für Jugendliche und Erwachsene mit Bindung an körperlich-sportliche Aktivität und den entsprechenden Voraussetzungen;
- steht in der Tradition der funktionellen Gymnastik und zielt primär auf die Verbesserung der Fitnessfaktoren;
- setzt auf motivierende und abwechslungsreiche Inhalte und Rahmenbedingungen – ist offen für Traditionen & Trends;
- lässt sich differenzieren u.a. über Leistungsvoraussetzungen, soziale Wünsche, Umfeld, Inhalte;
- lässt sich gut verknüpfen z.B. mit Spielen oder mit Aktivitäten in der Natur;
- wird in seiner Qualität gesichert insbesondere durch die Ausbildung und die Persönlichkeit des Übungsleiters.



Gesundheitssport....

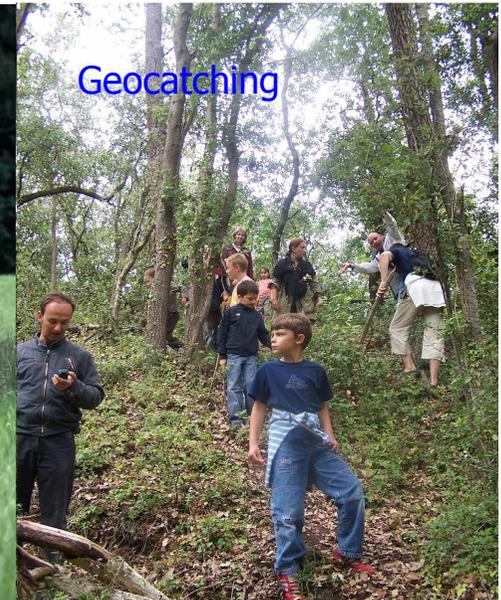
- wird zumeist in Kursform angeboten und ist fokussiert auf spezifische Zielgruppen mit dem Risikofaktor Bewegungsmangel und Folgeproblemen;
- ist (inhaltlich) eingegrenzt auf solche körperlichen bzw. sportlichen Aktivitäten, die hoch strukturiert auf gesundheitliche Effekte ausgerichtet sind (Prävention);
- ist mit seinen sechs Kernzielen stringent orientiert am WHO-Konzept von Gesundheit und Gesundheitsförderung (Stärkung von Ressourcen, Minderung von Risiken, Entwicklung von Gesundheitsverhalten und Bindung, Nutzung des Settings/Optimierung der Verhältnisse);
- ist mit hohen Qualitätsanforderungen verbunden, u.a. Vorliegen eines Programm-Manuals, Teilnehmerunterlagen, Qualifikation der Leitung, wissenschaftlicher Nachweis der Wirksamkeit – jeweils orientiert an den Kernzielen.



Natursport....

- beinhaltet vielfältige Aktivitäten im Freien auf der Grundlage elementarer Fertigkeiten wie z.B. Gehen, Klettern, Balancieren, Gleiten;
- beinhaltet Aktivitäten mit Trendcharakter, bei denen ursprüngliche Motive des Turnens zentral sind (Fitness, Wagnis, Gemeinschaft);
- bezieht sich nicht auf Einzelaktivitäten anderer Fachverbände (z.B. Radfahren) sondern wird zumeist in „Kombinationen“ (z.B. mit Fitnessaktivitäten in der Halle) oder unter der Perspektive Gemeinschaft (z.B. Familien) realisiert.
- Wird organisiert als Treff oder als spez. Termin/Freizeit

- Zielgruppen: Jugendliche, generationsübergreifende Gruppen & Familien



Bewegungskünste...

- beinhalten u.a. Turnerische Akrobatik, Jonglieren, Einradfahren, Pantomime, Bewegungstheater;
- basieren auf den zentralen Motiven von Gymnastik und Turnen Ausdruck, Gestaltung, Fitness, z.T. auch Wagnis;
- bieten Verknüpfungen zu vielen neuern Trends (z.B. Skateboarden, Slacklining);
- sind in den Turnvereinen auch manchmal verknüpft mit historischen und exotischen Traditionen (z.B. Katzbalgery).
- Meist organisiert als Dauerangebot aber auch Projekte
- Zielgruppen: Jugendliche/Erwachsene ohne Wettkampfambition aber Spaß am Ungewöhnlichen und an Show





Rhythmik, Tanz und Vorführung...

- knüpft an die Traditionen der rhythmischen und der tänzerischen Gymnastik an;
- beinhaltet Gestaltung, Ausdruck und Darstellung;
- zielt auf vielfältige sinnliche Wahrnehmungen, Eindrücke und Erfahrungen mit sich und seinem Körper, mit Anderen und der Gruppe.
- Meist organisiert als Dauerangebot aber auch Projekte
- Zielgruppen: Vor allem Mädchen und Frauen mit Spaß am Gestalten und an Show



Durch Gruppenvorführungen und Shows soll....

- einem Publikum etwas gezeigt werden;
- über den Körperausdruck etwas „erzählt“ werden

**Unterhaltung ist hier ebenso beabsichtigt
wie ein Beitrag zur Kunst**



Die Vorführgruppen...

- sind wichtiger Bestandteil der Vereinsarbeit im DTB;
- binden Mitglieder an diese Gruppen und an den Verein;
- sind Aushängeschilder, Sympathieträger, Visitenkarte für die Vereine, dies auch im regionalen Umfeld;
- prägen Turnfeste und Gymnaestrada.



Fitness-Sport

- Zielgruppe Jugendliche/Erwachsene /Senioren
- Meist Dauerangebote
- Angebotsdifferenzierung nach körperlicher Voraussetzung und Interesse.

Gesundheitssport

- Zielgruppen: Erwachsene/Kinder mit dem Risikofaktor Bewegungsmangel oder gesundheitlichen Problemen (z. B. Rückenprobleme, Übergewicht)
- Meist zeitlich begrenzte Kursangebote
- Niederschwellige Einstiegsangebote

Evaluierte Kursprogramme: Cardio-Aktiv, Cardio-Fit, Fit bis ins hohe Alter, Gesund und Fit, M.O.B.I.L.I.S. light, Optiwell, Rückentraining sanft und effektiv, Rücken Fit, Rücken Aktiv, Walking und mehr, Nordic Walking, Appetit auf Bewegung, Safari Kids.

Aroha, Ausdauertraining, Aerobic, Step-Aerobic, Power-Step, B.Co intelligent trainieren, Body-Workout ,Group-Fitness, Bauch-Beine-Po, Gerätetraining, Cross-Training, Muskeltraining, Konditions-gymnastik, Gymnastik, Männer Fitness, Fitness-Spiele-Mix, Feel Well, Indian Balance, Pilates, Body and Mind, Stretching, Stretch & Relax, Yoga, Fitness aus Fernost, Gymnastik für Frauen, Pezziball, Gymnastik-Treff, Skigymnastik, Seniorengymnastik, Wandern, Walking, Nordic Walking und vieles mehr....



Natursport

- Zielgruppen: Jugendliche, generationsübergreifende Gruppen & Familien
- Organisation als Treff oder als spezielle Termine/Freizeiten (z.B. Wochenende)

Wandern, Walking, NordicWalking, Geländelauf, Orientierungslauf, Fit und Schneespaß, Fahrradwander-treff, Geocaching, Sommerfreizeit, Hochseilgarten, Parkour, Slack-lining. Winterfreizeit usw.

Rhythmik, Tanz & Vorführungen

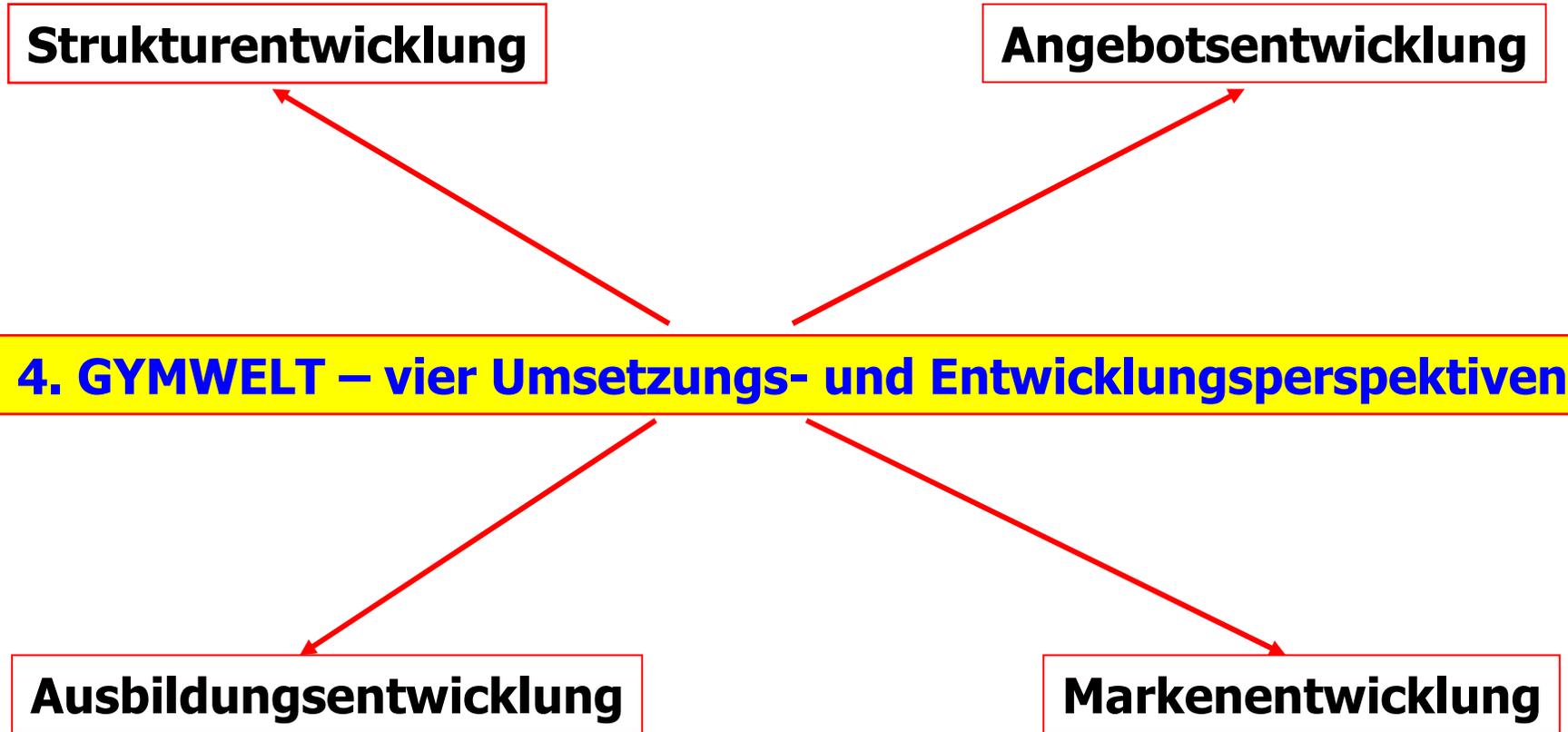
- Zielgruppen: Vor allem Mädchen und Frauen mit Spaß am Gestalten und an Show
- Meist Dauerangebote aber auch Projekte

Afro-Tanz, Gymnastik mit und ohne Handgerät, Ballet, Hip-Hop, Modern Dance, Jazz Dance, Jazzgymnastik, Musical Dance, Latin Jazz, Latin Dance, Videoclip Dancing, Showtanz, Yoga Dance, Drums Alive usw.

Turnakrobatik & Trends

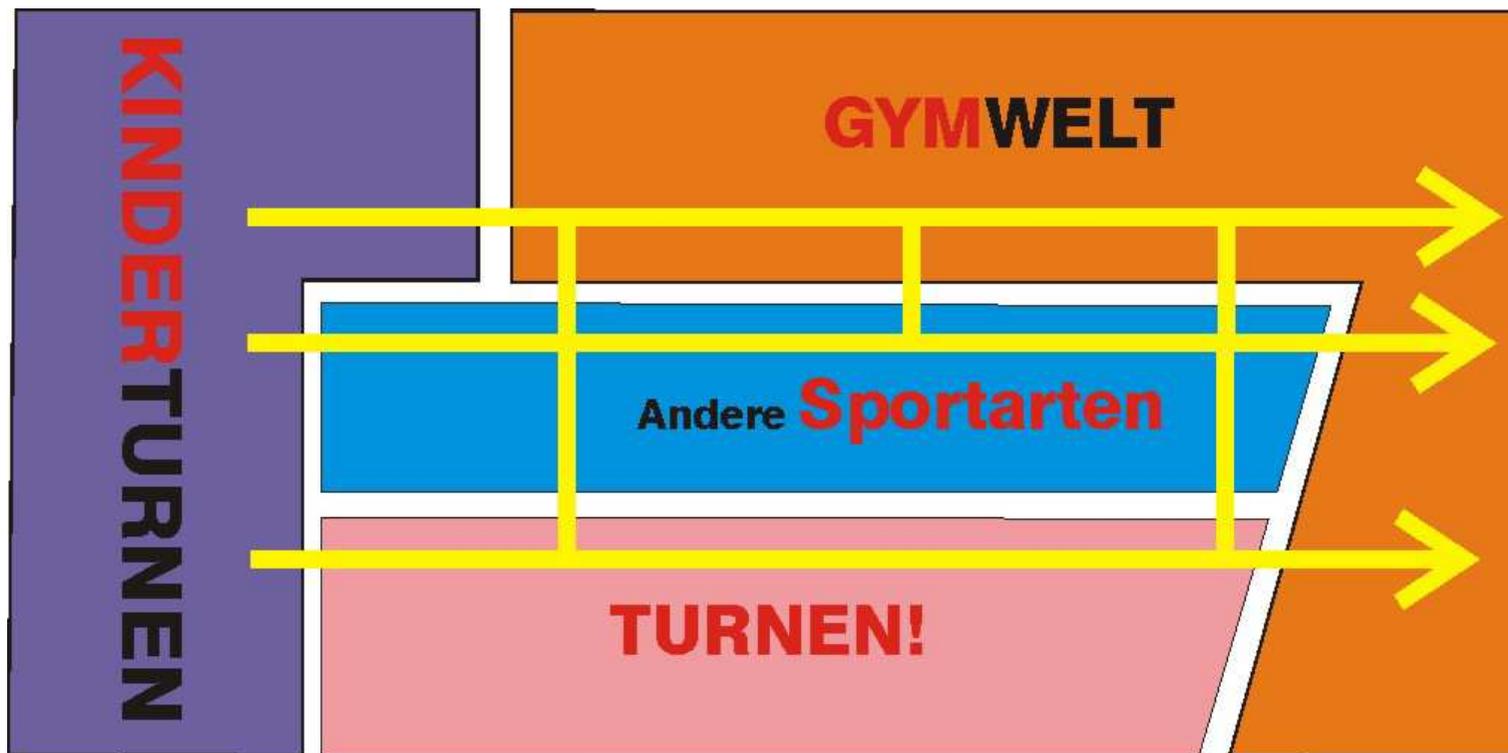
- Zielgruppen: Jugendliche/Erwachsene ohne Wettkampfbambition aber Spaß am Ungewöhnlichen und an Show
- Meist Dauerangebote aber auch Projekte

Akrobatik, Jonglieren, Einradfahren, Pantomime, Bewegungstheater usw.



Strukturentwicklung

Zielsetzung: Turnvereine sind durch das Kinderturnen sowie die GYMWELT in Ihrer Struktur unterscheidbar von anderen Sportvereinen – gleichgültig ob es reine Turnvereine oder mehrspartige Turn- und Sportvereine sind.



Legende

→ Mögliche Karrieren von Mitgliedern in Turnabteilung

Angebotsentwicklung

Zielsetzung: Die Angebote der GYMWELT setzen in den fünf definierten Bereichen Standards im Hinblick auf Qualität und Motivation der Teilnehmer. Die Angebote orientieren sich einerseits an bewährten Inhalten und werden andererseits beständig weiterentwickelt durch die Integration von Trends sowie die Berücksichtigung von neueren (wissenschaftlichen) Erkenntnissen sowie (praktischen) Erfahrungen.

Strategie:

- Stärken und Schwächen Analysen auf allen Ebenen und für alle Bereiche
- Entscheidung für Schwerpunktsetzungen
- Optimierung und Neuentwicklung

Ausbildungsentwicklung

Zielsetzung: Übungsleiter und Trainer in der GYMWELT durchlaufen eine qualitativ fundierte „Grundausbildung“ sowie „Spezialausbildungen“ für die verschiedenen Bereiche der GYMWELT. Ergänzend erhalten sie die Möglichkeit zur kontinuierlichen Fort- und Weiterbildung.

Strategie:

- Stärken und Schwächen Analysen auf allen Ebenen mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen (DTB und Landesebene z.B. Feststellung von fehlenden Ausbildungskonzepten; Vereinsebene z.B. Feststellung von notwendigen Qualifizierungen der Übungsleiter, Gewinnung von Übungsleitern)
- Optimierung bei Schwächen und Neuentwicklung bei Lücken (Beispiel: Übungsleiter C Breitensport „Allrounder“)

Markenentwicklung

Zielsetzungen: GYMWELT ist Vielfalt, bringt Nutzen für unterschiedliche Zielgruppen und wird mit positiven Gefühlen verbunden (z.B. Wohlfühlen, Spaß). GYMWELT ist die Marke für Gesundheit und Fitness im Verein, bedeutet aber auch vielfältige Körper- und Naturerfahrungen, Akrobatik, Tanz, Vorführungen und Show.

Damit wird die GYMWELT zu einem Alleinstellungsmerkmal der Turnvereine und Turnverbände.

Strategie

- DTB entwickelt das Grundkonzept für die Markenkommunikation (u.a. Festlegung von Zielgruppen für das Marketing, Attribute zur Positionierung der GYMWELT für diese Gruppen, Entwicklung von Claims/Botschaften, Materialien für Kampagnen, Vorschläge für Maßnahmen)
- LTV's ergänzen und optimieren (z.B. entsprechend eigener Schwerpunktsetzungen).
- Turngaue und Vereine wenden an entsprechend den Voraussetzungen „vor Ort“.

