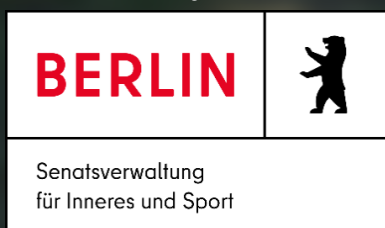




**SPORT
IM PARK**
inklusiv

Analysen der Befragungen zum Förderprogramm „Sport im Park inklusiv“ 2025

Ein Projekt von:



Senatsverwaltung
für Inneres und Sport

Mit freundlicher Unterstützung
der Berliner Grünflächenämter
und Grün Berlin

Autoren: Anna Kohlmüller und Lars Marx – Senatsverwaltung für Inneres und Sport

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Projektfaktoren	1
2.1. Zielstellungen	1
3. Finanzen.....	2
4. Öffentlichkeitsarbeit.....	3
4.1. Berlin Partner	3
4.2. Social Media – Instagram	3
4.3. Webseite „Berlin bewegt sich“	4
4.4. Aktionstag	4
5. Kooperationen und Zusammenarbeit	5
5.1. Grünflächenämter der Bezirke und Grün Berlin	5
5.2. Vereine.....	6
5.3. SenInnSport Gesundheitsmanagement.....	6
5.4. World University Games	6
6. Auswertung des Projekts	6
6.1. Teilnahmen/Statistik.....	6
6.2. Angebote in den Grünflächen / Parks Berlins	7
7. Auswertung der Fragebögen	8
7.1. Umfrage der Teilnehmenden	8
7.1.1. Aktivitätslevel der Teilnehmenden	10
7.1.2. Wirkung	10
7.1.3. Orte der Angebotsdurchführung	11
7.1.4. Bewertung der Angebote	11
7.1.5. Öffentlichkeitsarbeit.....	13
7.2. Umfrage der Übungsleitungen	14
7.2.1. Personenbezogene Daten	14
7.2.2. Erreichung der Zielgruppe	15
7.2.3. Angebotsdurchführung	16
7.2.4. Inklusionsprozess.....	17
7.2.5. Sichtbarkeit	18
7.2.6. Social-Media	19

7.2.7.	Weiterentwicklung	20
7.3.	Umfrage der Projektleitungen (Vereinsverantwortliche).....	20
7.3.1.	Vereinsbeitritte.....	20
7.3.2.	Angebotsdurchführung	21
7.3.3.	Öffentlichkeitsarbeit.....	22
7.3.4.	Weiterentwicklung	23
8.	Ausblick.....	23

1. Einleitung

Daten aus 2025 zeigen, dass trotz positiver Entwicklungen ein signifikanter Teil der deutschen Bevölkerung die empfohlenen Bewegungsziele nicht erreicht. Nur etwa 68 %¹ erfüllen die WHO-Empfehlungen für körperliche Aktivität, wobei insbesondere ältere Menschen, Frauen und sozial benachteiligte Gruppen unterversorgt bleiben. Die Initiierung von Maßnahmen sowie die Fortführung und zielgerichtete Weiterentwicklung bestehender Bewegungsprogramme sind daher gesamtgesellschaftlicher und politischer Auftrag.

Im Rahmen der Bewegungsförderung im öffentlichen Raum im Land Berlin setzt hier seit 2018 das Programm *Sport im Park inklusiv*, ein Förderprogramm der Senatsverwaltung für Inneres und Sport (SenInnSport), an und bietet niedrigschwellige, kostenfreie und gemeinschaftsfördernde Angebote, die Menschen aller Altersgruppen zur regelmäßigen Bewegung motivieren sollen.

Infolge der seit 2020 jährlich durchgeführten Evaluationen zum Programm *Sport im Park inklusiv* werden nachfolgend in verkürzter Form Angaben zu den allgemeinen Programmbestandteilen gemacht, die Entwicklung innerhalb der letzten Jahre dargestellt, Fragebögen der Teilnehmenden (TN), Übungsleitungen (ÜL) und Projektleitungen ausgewertet sowie die Besonderheiten des Programmjahres 2025 vorgestellt.

2. Projektfaktoren

Im Laufe der letzten Jahre hat sich *Sport im Park inklusiv* stetig vergrößert und sich mittlerweile zum größten kostenlosen Bewegungsprogramm in Berlin entwickelt.

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vereine	3	15	20	19	21	16	14	8	9
Bezirke	1	9	12	12	12	12	12	12	11
Angebot / Woche		86	130	122	192	250	350 ²	244	251

2.1. Zielstellungen

Hauptziel ist es, Berlinerinnen und Berlinern einen niedrigschwelligen Zugang zu kostenlosen Bewegungsangeboten insbesondere in den sogenannten sozialen Handlungsräumen der Stadt zu ermöglichen. Die Angebote richten sich vorrangig an

¹ DKV-Report 2025: Bewegungsverhalten der deutschen Bevölkerung

² Durch eine erhöhte Zuweisung der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit und Pflege standen hier ~ 60.000 € mehr zur Verfügung. Demnach konnten mehr Angebote umgesetzt werden.

Personen, die bislang aus unterschiedlichen Gründen keinen oder keinen ausreichenden Zugang zu Bewegung und Sport gefunden haben.

Das Land Berlin möchte mit dem Programm Integrations- und Inklusionsprozesse initiieren, unterstützen und verbessern. Demnach erfuhr das Programm im Jahr 2023 eine wichtige Qualifizierung und heißt seitdem *Sport im Park inklusiv*. Der Fokus wird seitdem insbesondere auf die Zielgruppe Menschen mit (geistiger) Beeinträchtigung gesetzt.

Die teilnehmenden ÜL wurden in Vorbereitung auf die Saison 2025 kostenlos in einer eigens konzipierten Inklusionsschulung des Behinderten- und Rehabilitations-Sportverbands e. V. qualifiziert. Das Schwerpunktthema Inklusion soll durch die Zusammenarbeit mit Special Olympics Berlin (SOB) in den nächsten Jahren weiter verstärkt und ausgebaut werden.

3. Finanzen

Es wurden von den beteiligten Vereinen umfangreiche Anträge in Höhe von 385.695 € Fördervolumen eingereicht. Jedoch standen nur 290.000 € zur Verfügung. Angesichts dieser Diskrepanz mussten Kürzungen vorgenommen werden. Folgende Parameter wurden dafür herangezogen:

- Angebote in Grünflächen, die von den Grünflächenämtern nicht freigegeben wurden, insbesondere Streichung von Angeboten in Pankow (siehe Kapitel 5.1)
- Identische Angebote aus dem Vorjahr, deren durchschnittliche Teilnehmendenzahl unter vier Personen je Angebot im Durchschnitt lag
- Angebote, die sich nicht auf der bereitgestellten Auflistung der priorisierten Standorte befanden. Hierzu wurde in Absprache mit den bezirklichen Organisationseinheiten „Qualitätsentwicklung, Planung und Koordination (QPK)“ eine Auflistung der prioritären Bewegungsorte in schwierigen sozialen Lagen und benachteiligten Quartieren der Berliner Bezirke 2025 zusammengestellt
- Angebote ohne öffentlichen Zugang
- Ausgeglichene Verteilung der Angebote innerhalb der Bezirke

Darüber hinaus wurden unter anderem 2.492 € für Gebärdensprachdolmetschende sowie 840 € für Schulungen und weitere Veranstaltungen verausgabt.

Die IST-Ausgaben beliefen sich für das Jahr 2025 insgesamt auf 257.000 €. Aufgrund Angebotsstreichungen und -veränderungen sowie wetterbedingten Ausfällen während der Saison wurden letztendlich weniger Mittel verausgabt als zur Verfügung standen, welche im Nachgang nicht mehr anderen Vereinen zur Verfügung gestellt werden konnten.

4. Öffentlichkeitsarbeit

4.1. Berlin Partner

Erneut wurde das Marketing über Berlin Partner organisiert. Für die Marketingmaßnahmen wurden 43.914 € von der SenInnSport bereitgestellt. Das tatsächliche Finanzvolumen aller Werbemaßnahmen betrug infolge der eingebrachten Eigenleistungen von Berlin Partner über 300.000 €.

Es wurden folgende Werbemaßnahmen umgesetzt:

- Allgemeinanschlag im U-Bahn City Netz Berlin, Ganzstellen, Großflächen und CLS-Plakate
- digitale Anzeigen mit Zielgruppen-Targeting sowie digitale und Print-Medien (TAG2 NEWS, ISTAF Newsletter)
- Ein Radiospot und Print-Medien
- 14-Tage WALL-Werbung

4.2. Social Media – Instagram

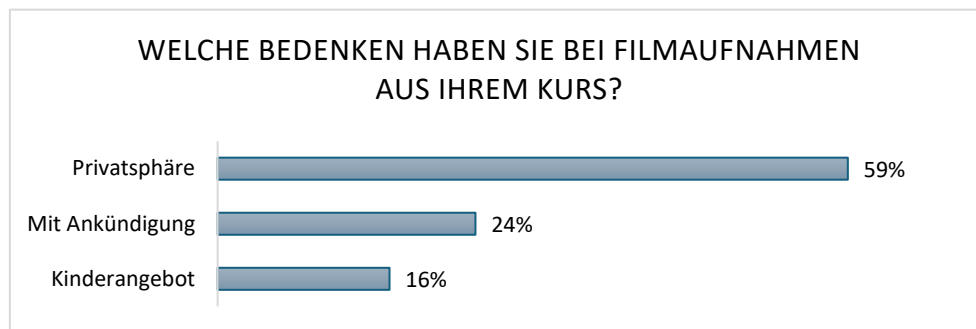
Seitens der SenInnSport wurde der Instagram-Account (@sportimpark_berlin) durch vermehrte Aktivitäten aktiver gestaltet. Die Herausforderung bestand vor allem darin, dies neben der eigentlichen Projektarbeit und ohne entsprechende Expertise des Projektteams zu bewältigen.

Für eine gezieltere Kommunikation wurden erstmals Contentpläne für die Saison entwickelt. Im Rahmen dessen fanden verschiedene Social-Media-Aktivitäten auf Instagram statt, die Einblicke in die vielfältigen Bewegungsangebote ermöglichten.

In Abstimmungen mit dem zentralen Öffentlichkeitsbereich der SenInnSport wurden nachfolgende Formate umgesetzt:

- Das Social-Media-Team besuchte zwei *Sport im Park inklusiv* Angebote und erstellte Beiträge für die Reihe „INN(N)Side“ auf dem Instagramkanal der SenInnSport. Der Besuch wurde im Vorfeld mit den Projekt- und ÜL abgestimmt
- Erstmalige Durchführung einer Vereinswoche
- Die Vereine wurden ermutigt, eigenen *Sport im Park inklusiv* Content zu posten und den Sport im Park inklusiv Account als Collab-Partner sowie in den Storys zu markieren
- Es wurden verschiedene Videoreihen erstellt, wie bspw. „Wochenendtipps“ oder „Aktive Spaziergänge in Berlin“
- Das Bezirksamt Mitte veröffentlichte eigenständig ein Reel zu kostenlosen Bewegungsorten und verwies auf die Bewegungsangebote von *Sport im Park inklusiv*

Eine große Herausforderung bestand darin Filmmaterial von ÜL und TN zu generieren. Dazu äußerten die ÜL nachfolgende Bedenken:



Ausgehend von 90 Rückmeldungen gaben 59 % der ÜL an, dass bei Filmaufnahmen die zu schützende Privatsphäre nicht mehr gegeben ist. Zudem wollten nach Aussagen der ÜL viele TN, aber auch die ÜL selber, nicht öffentlich gezeigt werden. 24 % der ÜL wären bereit, mit vorheriger Ankündigung und Einverständniserklärungen der TN den Kurs filmen zu lassen. Dies soll im nächsten Jahr umgesetzt werden. 16 % der ÜL gaben an, dass Filmaufnahmen nicht möglich sind, da sich das Angebot an Kinder richtet.

4.3. Webseite „Berlin bewegt sich“

Die Angebote zu *Sport im Park inklusiv* werden seit 2023 auf den barrierefrei aufgestellten Landesseiten des Dachprogramms für Bewegungsförderung von „*Berlin bewegt sich*“³ durch die Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit und Pflege über eine Agentur in Kalenderform dargestellt.

Da die Bedienbarkeit der Webseite in den vergangenen Jahren von den Vereinen und Teilen der Öffentlichkeit wiederholt kritisch bewertet wurde, wird die Nutzerfreundlichkeit des Bewegungskalenders vor Beginn der neuen Saison verbessert.

4.4. Aktionstag

Erstmalig wurde in Zusammenarbeit mit SOB ein Aktionstag am 18.09.2025 im Friedrich-Ludwig-Jahn-Sportpark durchgeführt. Hierbei wurde die Vielfalt der Bewegungsangebote aufgezeigt und verdeutlicht, wie Bewegung und Teilhabe für alle möglich sein kann - im öffentlichen Raum, kostenlos, ohne Vorkenntnisse und für jede Altersgruppe.

Neben sechs (von neun) Sportvereinen beteiligten sich auch ALBA Berlin e.V. sowie

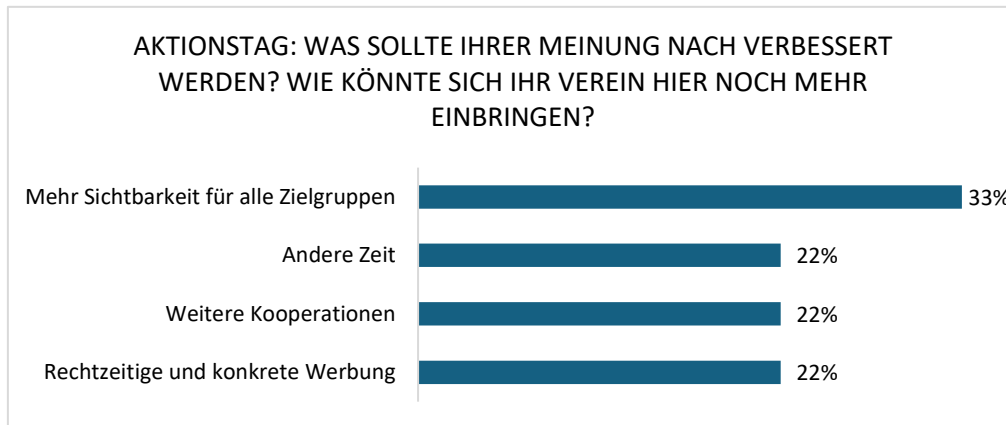


Abbildung 1: Erster Aktionstag 2026 – Besuchende mit Special Olympics Maskottchen

³ <https://berlin-bewegt-sich.berlin.de/kalender>

„Zweirad Inklusion“ am Aktionstag. Somit konnten Besucherinnen und Besucher zahlreiche Sport- und Bewegungsarten kennenlernen: von Basketball, Volleyball, Boule und Badminton über Streetdance, Laufgruppen und Gymnastik bis hin zu einem Fahrrad-Parkour sowie einem Yoga-Angebot im Kompetenzzentrum für Inklusionssport.

2026 soll der Aktionstag zu Saisonbeginn im Mai veranstaltet werden.



Insgesamt ergaben die Antworten der neun Projektleitungen folgende Vorschläge: Es sollte mehr Sichtbarkeit für verschiedene Zielgruppen durch diverse und inklusive Angebote geschaffen werden. Durch kleine Spiele und Wettbewerbe könnten beispielsweise noch mehr unterschiedliche Angebote geschaffen werden. Zudem sollten weitere Kooperationen für den Aktionstag gewonnen werden. Denkbar hierfür sind u. a. die Bewegungslotsen.

Die Bewerbung für den Aktionstag sollte frühzeitiger und mit einem konkreten Programmablauf erfolgen. Auch hierfür könnten Kooperationen eingegangen werden, um den Aktionstag noch wirkungsvoller zu bewerben.

5. Kooperationen und Zusammenarbeit

5.1. Grünflächenämter der Bezirke und Grün Berlin

Wie die Jahre zuvor wurden alle Straßen- und Grünflächenämter sowie Grün Berlin bereits zu Jahresbeginn über die beabsichtigten *Sport im Park inklusiv* Standorte informiert. Die Standortabstimmung mit den Grünflächenämtern verlief überwiegend einvernehmlich. Lediglich der Bezirk Pankow untersagte eine Durchführung aufgrund einer fehlenden, aber erforderlichen Ausnahmegenehmigung nach dem Grünanlagengesetz. Dieses steht im Widerspruch zur juristischen Auffassung von SenInnSport, da es sich bei den *Sport im Park inklusiv* Angeboten um Bewegungsformen handelt, die individuell in den Grünanlagen ausgeübt werden bzw. im Sinne der Freizeitgestaltung und Erholung stattfinden dürfen. In 2025 konnten daher keine Angebote in Pankow stattfinden.

⁴ ein Partner-Projekt von GESUfit e.V.

5.2. Vereine

Aufgrund vereinsinterner Schwierigkeiten war es dem *Verein SCL Sportclub Lebenshilfe Berlin e. V.* nicht möglich, die Angebote in der geforderten Qualität aufrechtzuerhalten. Somit nahmen am Ende von den ursprünglich zehn Vereinen insgesamt neun Vereine erfolgreich an der Saison teil.

Während der Projektlaufzeit bestand überwiegend eine gute Kommunikation mit den Vereinen, dies bestätigen auch die Umfrageergebnisse der Projektleitungen.

5.3. SenInnSport Gesundheitsmanagement

In Zusammenarbeit mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement von SenInnSport gelang es 2025 erstmals, dass eine Teilnahme an einem *Sport im Park inklusiv* Angebot als offizielle Sportstunde gemäß Rahmen-Dienstvereinbarung Gesundheitsmanagement anerkannt werden konnte. Vier ÜL gaben innerhalb der Befragung an, dass an ihrem Kurs Personen aus der SenInnSport teilnahmen. Zur Erhöhung der Teilnahme sollten Kurse in Arbeitsplatznähe geschaffen werden. Denkbare Formate wären eine aktive Mittagspause oder ein bewegter Feierabend. Darüber hinaus sollte die Zusammenarbeit zu den Gesundheitsbeauftragten in den Bezirken und weiteren Senatsverwaltungen aufgebaut werden.

5.4. World University Games

Vom 16. - 27.07.2025 fanden die World University Games 2025 (ehem. Universiade) in Rhein-Ruhr und Berlin statt. Berlin war Austragungsort für die Wettkämpfe im Schwimmen, Wasserspringen und Volleyball und stellte in Absprache mit dem Veranstaltungsbereich der SenInnSport ein kleines Kontingent an Freikarten für die ÜL bereit.

6. Auswertung des Projekts

6.1. Teilnahmen/Statistik

Verein	Männlich TN	Weiblich TN	Diverse TN	Gesamt	TN-Durchschnitt / Kurs
Berliner Gehörlosensport-verein 1900 e.V.	361	221	0	582	4,81
GESUfit e.V.	1843	4669	7	6519	7,66
Kiezsport Berlin e.V.	2373	6775	0	9148	8,49
Sportkinder Berlin e.V.	1090	514	0	1904	4,62

Spreewölfe Berlin e.V.	321	372	0	693	6,93
Stadtbewegung e.V.	3760	9977	132	13869	6,74
TSV Berlin - Wittenau 1896 e.V	1098	2451	0	3249	9,58
TSV Spandau 1860 e.V.	64	149	0	213	2,20
Vorspiel- Queerer Sportverein Berlin e.V.	555	495	398	1448	8,42
GESAMT	11.502	25.705	537	37.744	7,17

Aus der Tabelle lässt sich entnehmen, dass im Jahr 2025 insgesamt 37.744 Teilnahmen zu verzeichnen waren. Im Vergleich zum Vorjahr (2024: 43.530 Teilnahmen) sind die Teilnahmen gesunken. Auch das Ziel von 8 - 10 TN pro Angebot wurde mit 7,17 durchschnittlichen Teilnahmen pro Kurs knapp verfehlt.

Gründe für den Rückgang lagen insbesondere in den Wetterbedingungen. Neben den Regentagen und der Hitze kam es infolge von Stürmen und dem Befall von Eichen-Prozessionsspinnern zu Sperrungen von Grünanlagen. Am stärksten war hier der Bezirk Reinickendorf betroffen. Nur wenige Angebote konnten an Alternativorten stattfinden.

6.2. Angebote in den Grünflächen / Parks Berlins

Bezirk	Anzahl Angebote				Anzahl Grünanlagen			
	2022	2023	2024	2025	2022	2023	2024	2025
Charlottenburg-Wilmersdorf	19	24	15	18	8	7	8	5
Friedrichshain-Kreuzberg	30	39	27	34	11	14	12	13
Lichtenberg	13	12	10	9	6	5	5	5
Marzahn-Hellersdorf	15	14	19	18	6	8	10	7
Mitte	32	45	31	31	15	11	11	10
Neukölln	35	34	19	16	8	6	6	5
Pankow	18	30	13	2	7	6	7	2
Reinickendorf	40	62	38	27	9	16	16	9
Spandau	19	16	12	18	7	6	6	8
Steglitz-Zehlendorf	22	22	13	21	12	8	7	8
Tempelhof-Schöneberg	29	34	34	42	12	13	15	14
Treptow-Köpenick	5	9	13	15	3	5	8	7
GESAMT	277	341	244	251	104	105	111	93

Auffällig ist die ungleichmäßige Verteilung der Angebotsmengen in den Bezirken, worauf 2026 stärker geachtet werden soll.

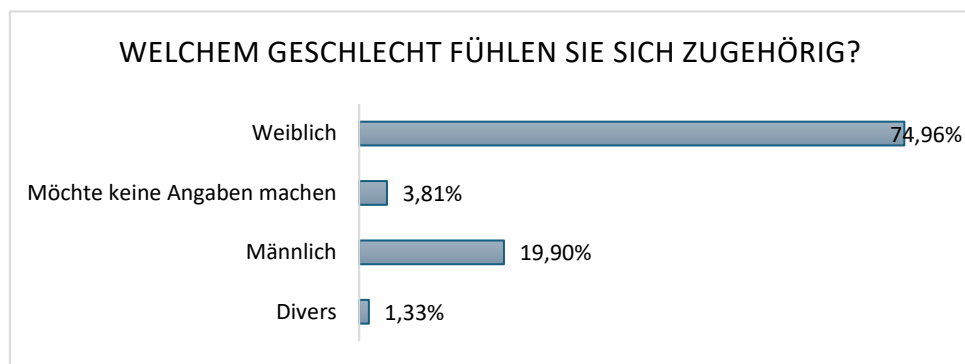
Entgegen der Komplettuntersagung im Bezirk Pankow konnten zwei Angebote auf Sportanlagen umgesetzt werden, für die keine Genehmigung des Grünflächenamtes erforderlich war.

7. Auswertung der Fragebögen

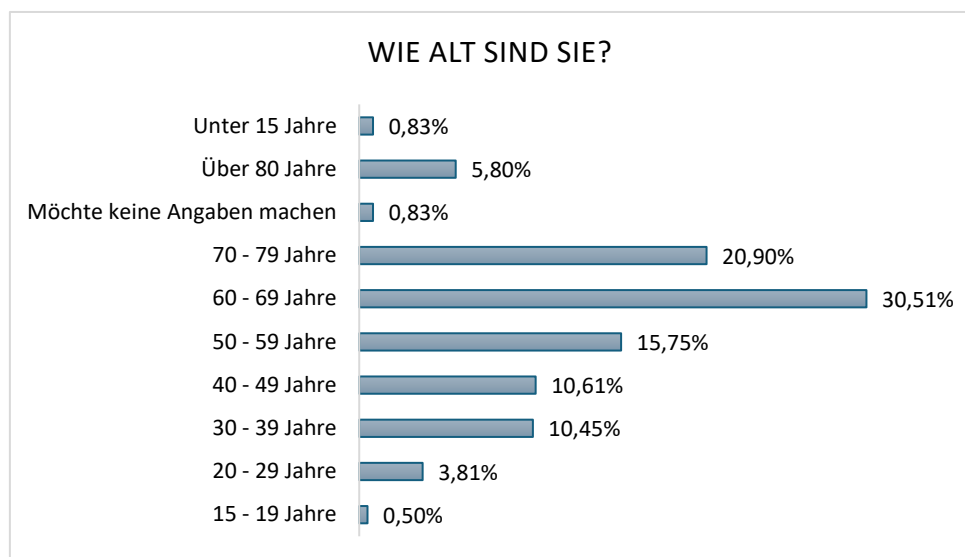
Zur Evaluation von *Sport im Park inklusiv* wurden mittels standardisierter Fragebögen die TN, die ÜL sowie die Projektleitungen der Vereine befragt, um ein möglichst differenziertes und aussagekräftiges Feedback zum Programm zu erhalten.

7.1. Umfrage der Teilnehmenden

Insgesamt wurde die Umfrage von 603 Teilnehmenden vollständig ausgefüllt.

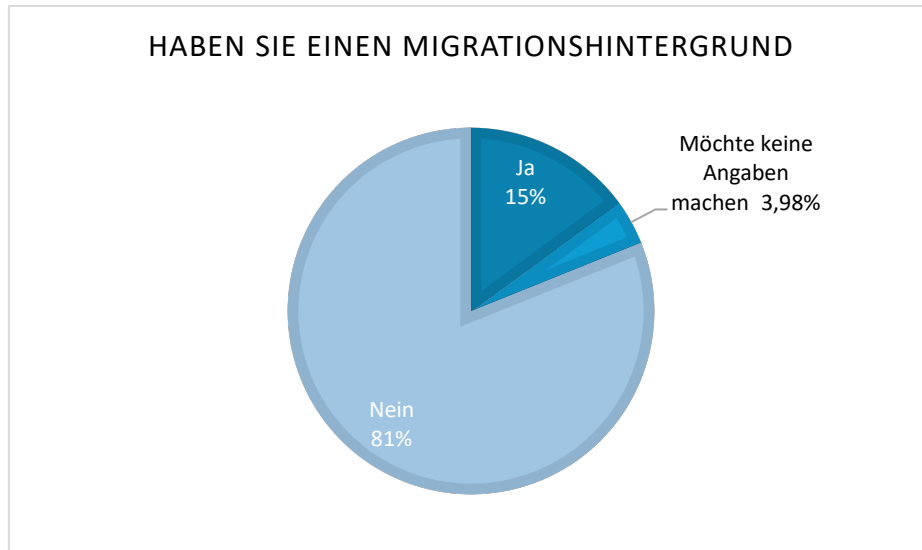


Die Zahlen verhalten sich ähnlich zu den vergangenen Projektjahren. Auch wenn im Vergleich zum Vorjahr 3 % mehr männliche TN erreicht werden konnten, muss weiterhin über die Erreichung und Motivation von männlichen TN nachgedacht werden.

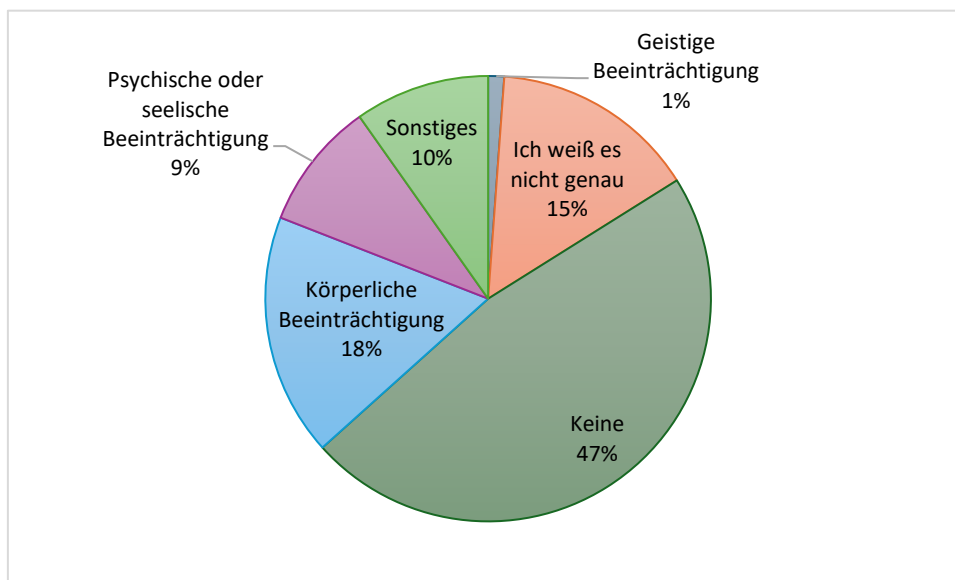


Es setzt sich der Trend der letzten Jahre fort, dass die Angebote überwiegend ältere Menschen ansprechen, hauptsächlich in den Altersgruppen 60 - 79 Jahre. Jüngere

Zielgruppen waren schwach vertreten. Die 15 - 19-Jährigen wurden gar nicht angesprochen.

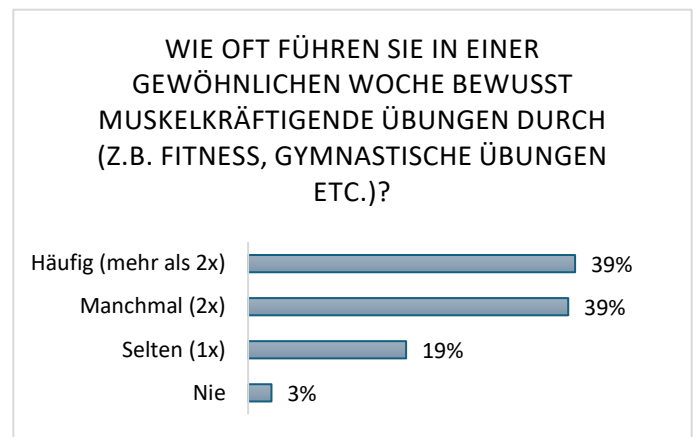
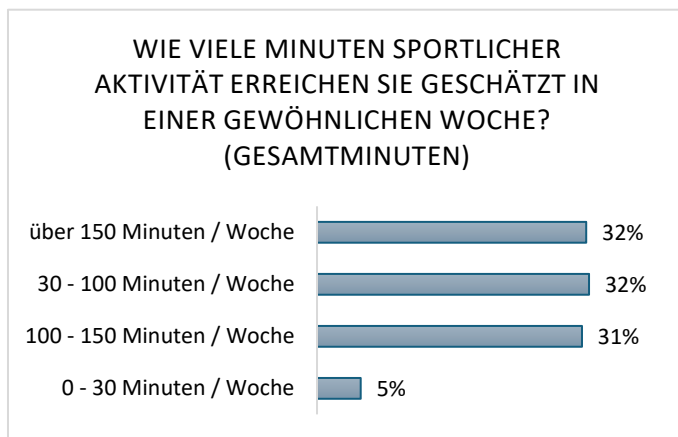


Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund von 9 % auf 15 % gestiegen.



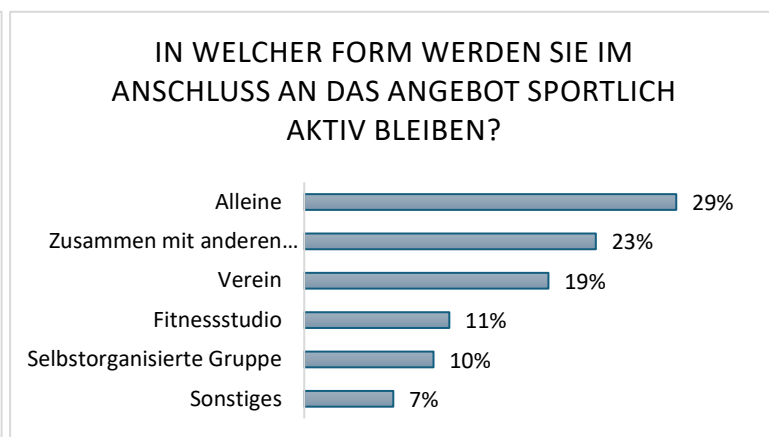
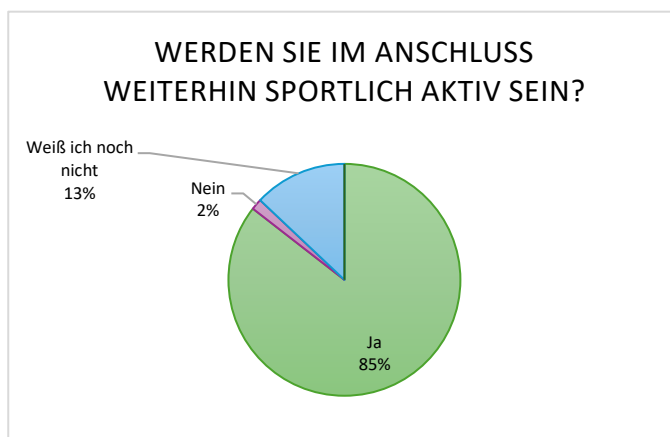
Die Anzahl von TN mit einer Beeinträchtigung konnte im Vergleich zum Vorjahr von 23 % auf 38 % gesteigert werden. Die Steigerung unterstreicht die Notwendigkeit und den Erfolg der jährlich stattfindenden Inklusionsschulung, welche zum Ziel hat praxisbezogenen Methoden und Techniken zur gleichberechtigten Teilnahme von Menschen mit und ohne Beeinträchtigung zu vermitteln. Zu den sonstigen Beeinträchtigungen gaben die TN Einschränkungen durch Operationen, altersbedingte körperliche Einschränkungen, Schwerbehinderung und Rückenschmerzen an.

7.1.1. Aktivitätslevel der Teilnehmenden



Das Hauptziel von *Sport im Park inklusiv* besteht darin, bewegungsinactive Berlinerinnen und Berliner zu mehr Bewegung zu motivieren. Bei den Antworten gaben lediglich 5 % der TN an, sich 0-30 Minuten in der Woche zu bewegen. Es ist damit wie in den Vorjahren festzustellen, dass der Großteil der TN nicht zu den eigentlich inaktiven Menschen zählt. Vielmehr sind hier das Ziel und der Ansatz des Programms, diese Personen weiterhin in Bewegung zu halten. In den Folgejahren muss sich verstärkt der Frage gewidmet werden, wie die eigentliche Zielgruppe vermehrt angesprochen werden kann (z.B. durch andere Werbemaßnahmen, direkte Ansprachen, Kooperationen).

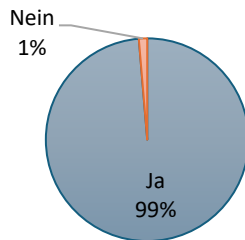
7.1.2. Wirkung



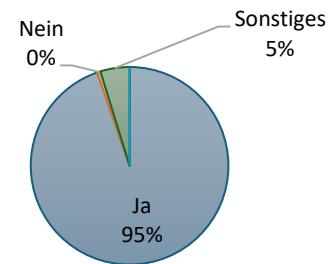
Danach beabsichtigen 85 % der TN weiter aktiv zu bleiben. Besonders erfreulich ist der hohe Anteil derjenigen, die beabsichtigen, sich gemeinsam mit anderen TN von *Sport im Park inklusiv* weiter zu bewegen. Das unterstreicht den sozialen Aspekt des Programms. Unter der Kategorie Sonstiges gaben die TN an, sich durch Reha-Sport, in Einrichtungen (Volkshochschule, Stadtteilzentren, Seniorenzentrum oder Studios), bei anderen Vereinen oder individuell gewählten Sport- und Bewegungsformen bewegen zu wollen.

7.1.3. Orte der Angebotsdurchführung

FANDEN SIE DEN ORT, AN DEM DAS ANGEBOT STATTGEFUNDEN HAT, GEEIGNET?



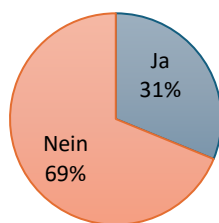
WAR DAS BEWEGUNGSANGEBOT, AN DEM SIE TEILGENOMMEN HABEN, GUT AUFFINDBAR?



Die im Vorfeld abgestimmten Flächen mit den Grünflächenämtern in den Bezirken erwiesen sich als geeignet und gut auffindbar. Personen, die den Ort ungeeignet fanden, gaben als Gründe die Hitze und damit einhergehend fehlende Schattenplätze, eine zu belebte Umgebung oder einen schlechten Boden (Äste, Tannenzapfen, zu hohes Gras, Glasscherben) an. Zudem geht hervor, dass die ausgesuchten Orte der Vereine gut gewählt und die Wegbeschreibungen auf der Webseite ebenfalls verständlich dargestellt wurden. Einige TN merkten an, dass Parksperrungen oder Bauarbeiten vieles erschwerten und Ausschilderungen an den Straßen oder im Park hilfreich wären.

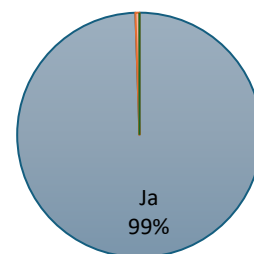
7.1.4. Bewertung der Angebote

HABEN SIE IN DIESEM JAHR SPORT IM PARK INKLUSIV ZUM ERSTEN MAL BESUCHT?

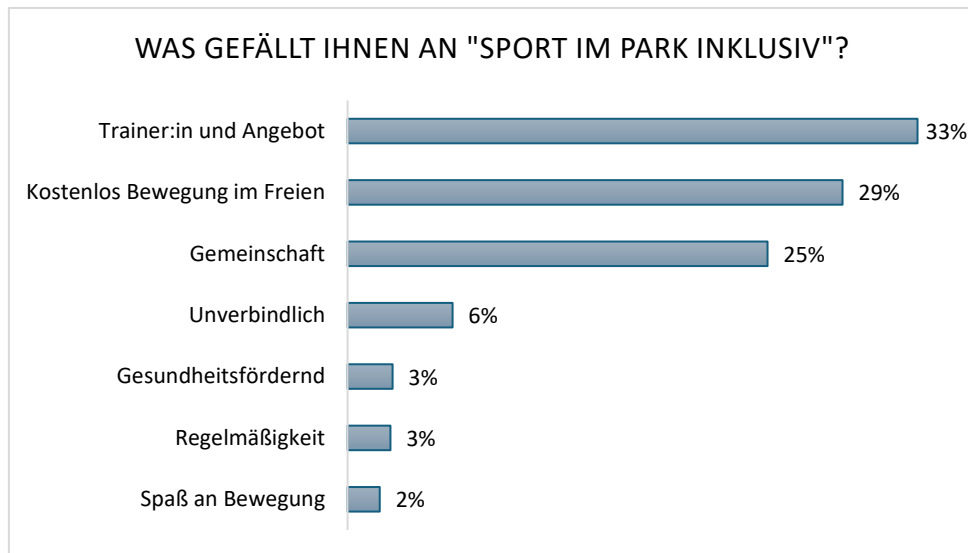


WÜRDEN SIE SPORT IM PARK INKLUSIV AUCH WEITERHIN BESUCHEN?

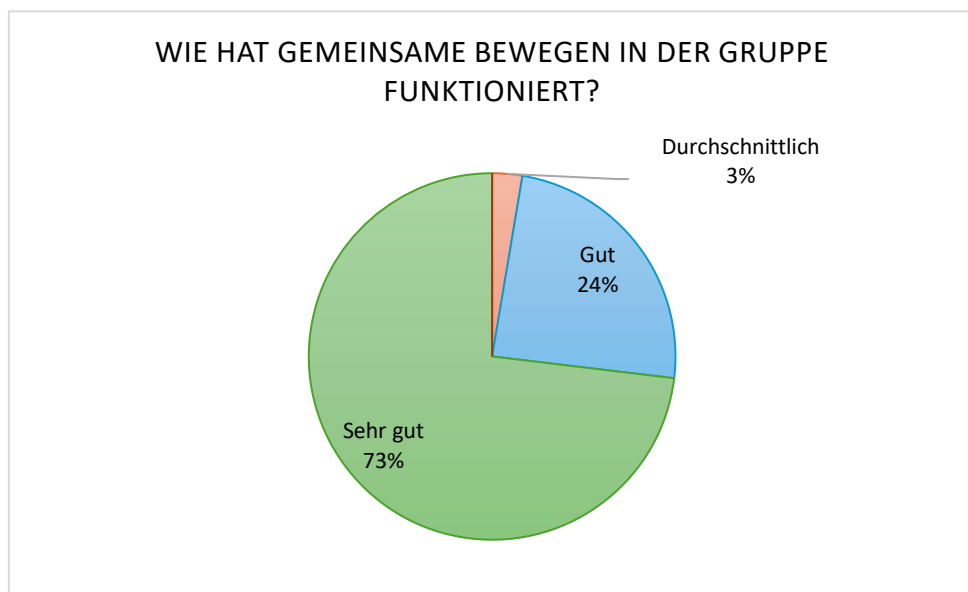
Nein, Zeitlich
nicht möglich
1%



69 % der TN nahmen schon einmal an einem Angebot teil, während 31 % der TN *Sport im Park inklusiv* zum ersten Mal besuchten. Neben einer vermutlich stabilen Stammgruppe gelingt es jährlich neue Interessenten anzusprechen. Die Mischung aus neuen und wiederkehrenden Besuchenden zeigt, dass die Angebote attraktiv sind. Die Zufriedenheit der TN geht auch aus der Frage nach einer weiteren Teilnahme hervor. So gaben 99 % an, *Sport im Park inklusiv* auch weiterhin besuchen zu wollen.



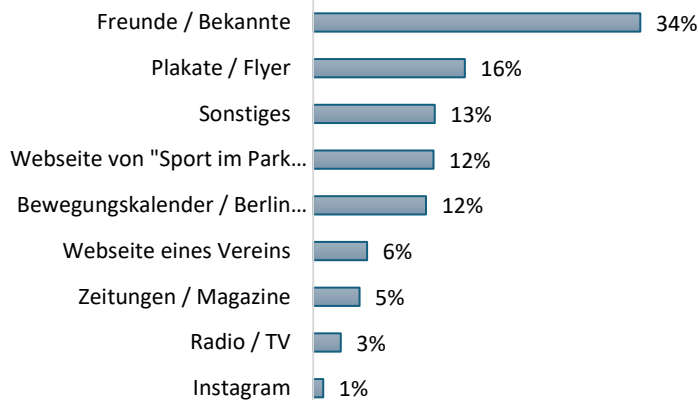
Die TN schätzen an *Sport im Park inklusiv* vor allem die professionelle Anleitung und den kostenfreien Zugang zu Bewegungsangeboten im Freien. Zudem fand ein Viertel der Befragten das gemeinsame Bewegen in einem sozialen Umfeld gut. Insgesamt spiegeln alle Antworten das Konzept von *Sport im Park inklusiv* wider – kostenlose, qualifizierte und unverbindliche Bewegungsangebote für körperliche Gesundheit und soziales Miteinander.



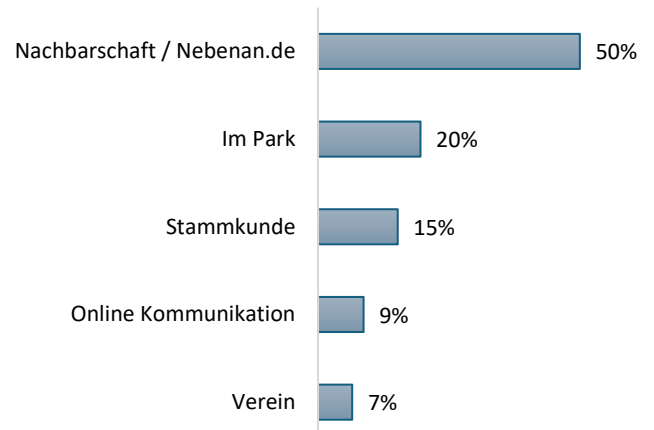
Neben der Gesundheitsförderung soll auch der Integrations- und Inklusionsprozess von Menschen mit Beeinträchtigungen verbessert werden. Aus Sicht der befragten TN gab es im Rahmen der inklusiven und integrativen Bemühungen keine Beeinträchtigungen der Gruppe. Die Zufriedenheit konnte von 67 % auf 73 % gesteigert werden.

7.1.5. Öffentlichkeitsarbeit

WIE SIND SIE AUF "SPORT IM PARK INKLUSIV" AUFMERKSAM GEWORDEN?



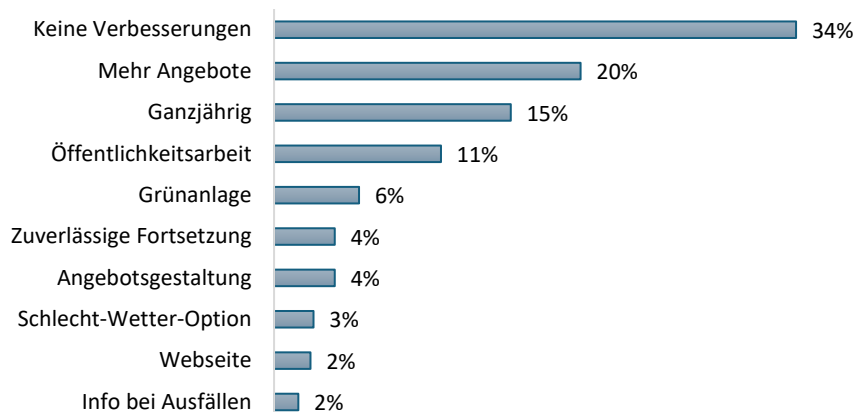
WIE SIND SIE AUF SPORT IM PARK INKLUSIV AUFMERKSAM GEWORDEN - SONSTIGE ANTWORTEN



Persönliche Empfehlungen bleiben weiterhin der wirksamste Weg, um Menschen für *Sport im Park inklusiv* zu gewinnen. Klassische Werbung und offizielle Informationsquellen wie die Webseite von *Sport im Park inklusiv* und der Bewegungskalender erweitern die Reichweite.

Unter sonstige Antworten wurden vor allem lokale Nachbarschaftsnetzwerke (Seniorenzentrum, Nachbarschaftshaus, Rehasport) genannt. Wie auch die Jahre zuvor wurde der Internetplattform *nebenan.de* große Bedeutung zugeschrieben. 2026 soll daher geprüft werden, eine zentrale Anzeige zu schalten. Weiterhin wurden durch direkte Ansprachen im Park und Aufstellen von Bannern in den Parkanlagen weitere TN erreicht. 15 % der TN gaben an, dass sie bereits seit mehreren Jahren Stammkunden sind, 9 % kamen durch eigene Internetrecherche oder Newsletter zu *Sport im Park inklusiv*.

WAS SOLLTE IHRER MEINUNG NACH AN "SPORT IM PARK INKLUSIV" VERBESSERT WERDEN?



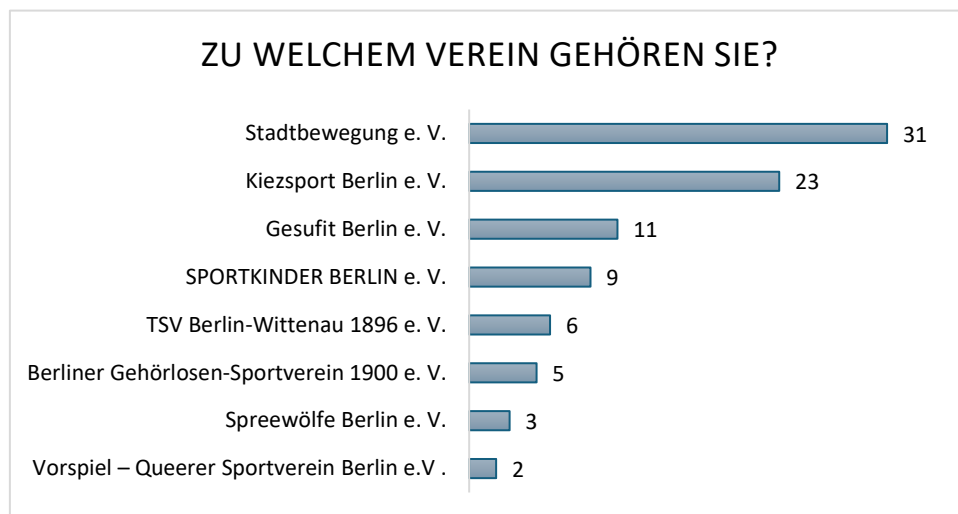
19 % der Befragten wünschten sich mehr Angebote sowie Angebote an anderen Wochentagen oder -enden, an speziellen Orten oder zu späteren Zeiten für Berufstätige.

Eine Kritikpunkt bleibt weiterhin die Öffentlichkeitsarbeit. Viele TN haben die Werbemaßnahmen nicht wahrgenommen. Diesbezüglich wurden konkrete Verbesserungsvorschläge genannt, wie aussagekräftigere Slogans auf den Plakaten (kostenfrei, keine Voraussetzung, in deiner Nähe) oder mehr Berichte in Printmedien und dem RBB. Im Rahmen der Kooperation mit Berlin Partner werden bereits Mittel für Artikel in der Berliner Woche, der BZ und der BILD-Zeitung bereitgestellt. Es sollte geprüft werden, inwiefern Berichte im Fernsehen realisiert werden können.

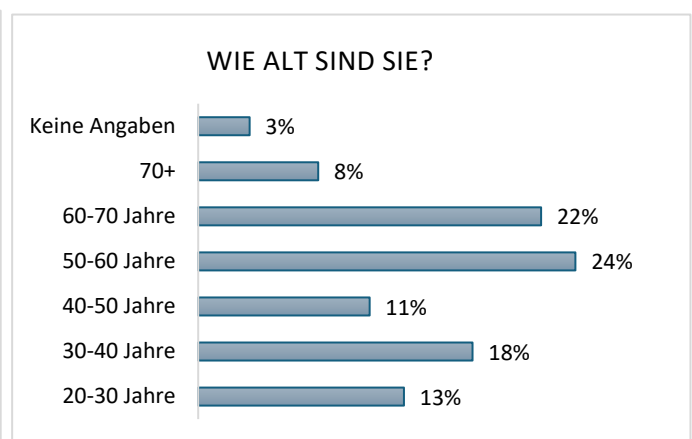
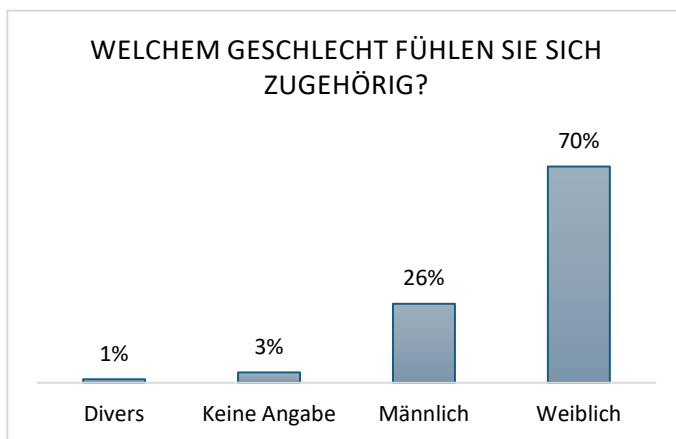
7.2. Umfrage der Übungsleitungen

Insgesamt füllten 90 von 155 ÜL den Fragebogen vollständig aus.

7.2.1. Personenbezogene Daten

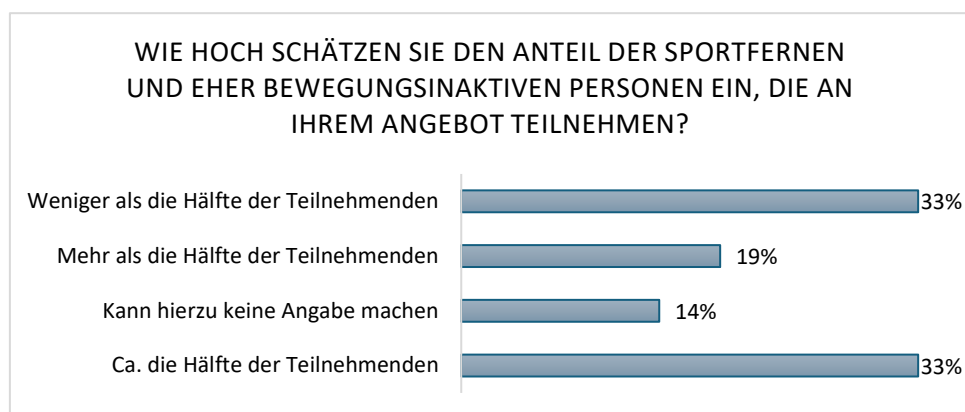


Erfreulicherweise waren bei der Umfrage die ÜL aller Vereine vertreten. Die Rücklaufquote der ÜL des jeweiligen Vereins variierte entsprechend des Angebotsvolumens. Je mehr Angebote ein Verein anbot, desto mehr ÜL konnten an der Umfrage teilnehmen. Somit stellten die Antworten einen guten Querschnitt und eine belastbare Datengrundlage dar.

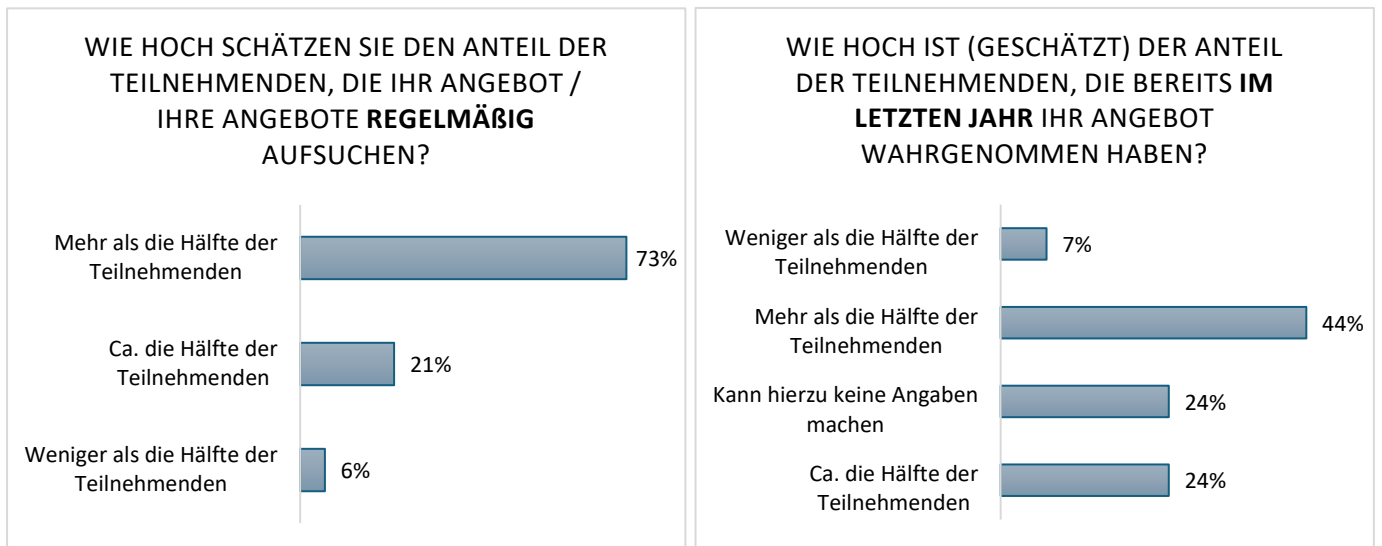


Im Vergleich zum Vorjahr konnte ein Anstieg von jüngeren ÜL verzeichnet werden. Im Vorjahr waren 27 % der ÜL zwischen 20 - 40 Jahre alt, in diesem Jahr 31 %. Die meisten ÜL waren wie in den Jahren zuvor in der Altersgruppe 50 - 60 Jahre. Auch der weibliche Anteil an ÜL war mit 70 % sehr hoch, wohingegen der männliche Anteil gering blieb.

7.2.2. Erreichung der Zielgruppe

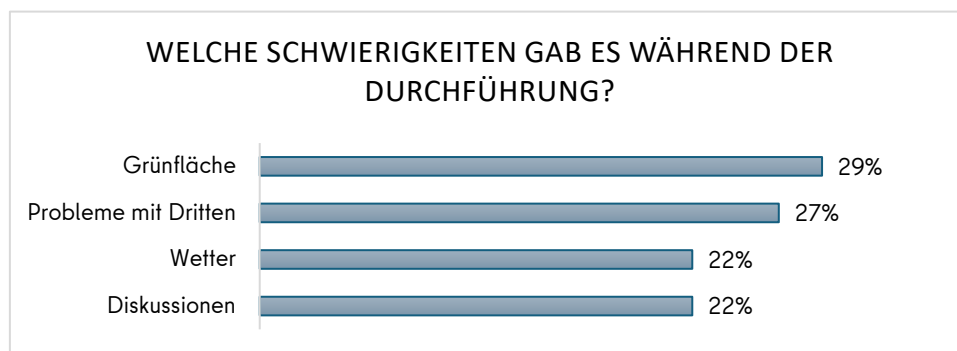


Die Einschätzungen der ÜL deuten darauf hin, dass das Angebot sowohl Menschen anspricht, die bereits aktiv waren, als auch einen bedeutenden Anteil an sportfernen Personen erreichte. Nach Einschätzung von 19 % der ÜL erreichen schätzungsweise mehr bewegungsinaktive Personen ihren Kurs. 33 % bewegen eher Personen, die bereits aktiv waren. Es muss sich der Frage gewidmet werden, wie die Zielgruppe der sportfernen und eher bewegungsinaktiven Personen noch vermehrter angesprochen werden kann.



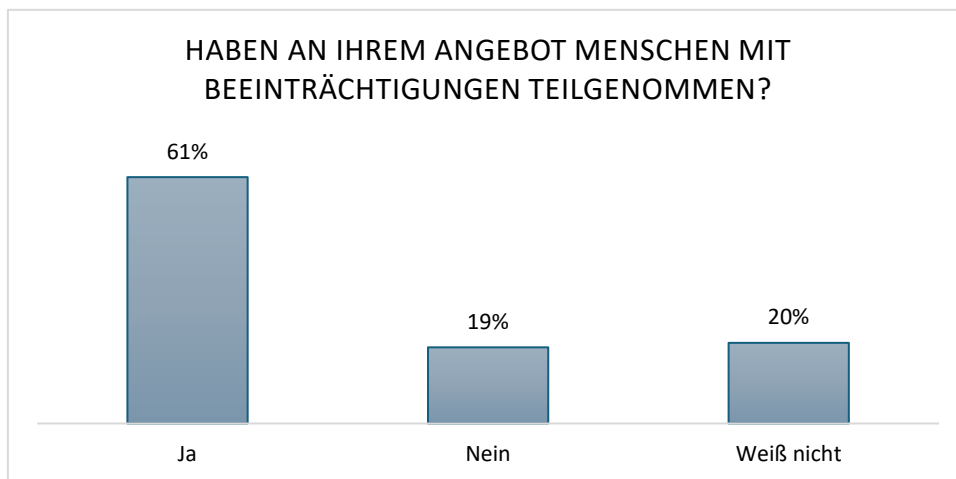
73 % der ÜL schätzten, dass mehr als die Hälfte der TN regelmäßig an den Angeboten teilnahmen, was auf eine starke Bindung und Zufriedenheit der TN hinweist. Auch war mehr als die Hälfte der TN bereits seit mehreren Jahren dabei.

7.2.3. Angebotsdurchführung

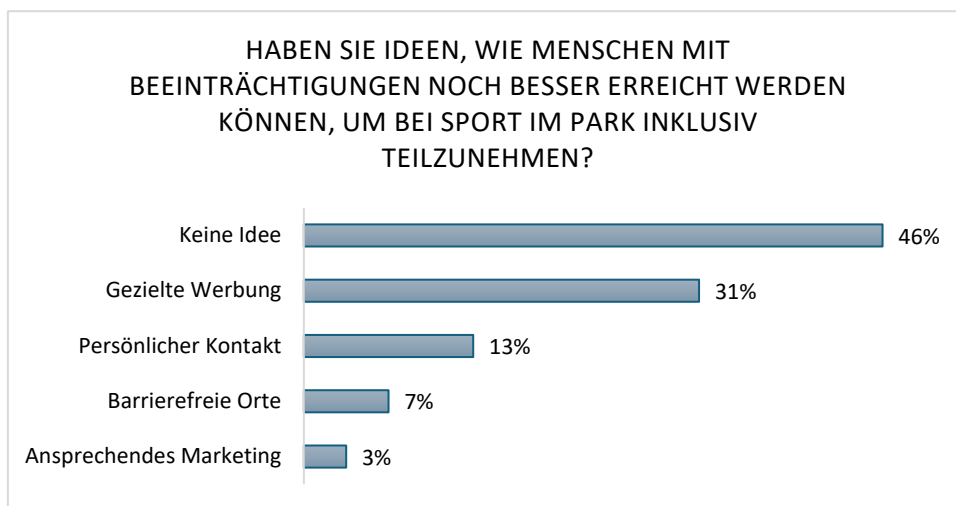


Die größten Herausforderungen stellten die Verschmutzung der Grünflächen (hohes Gras, Lärmbelästigung, Müll) dar sowie Belästigungen und/oder Konflikte mit Dritten (Obdachlosigkeit, Parallelangebote). In diesem Jahr waren zudem aufgrund der extremen Wetterbedingungen Parkanlagen über einen großen Zeitraum gesperrt.

7.2.4. Inklusionsprozess

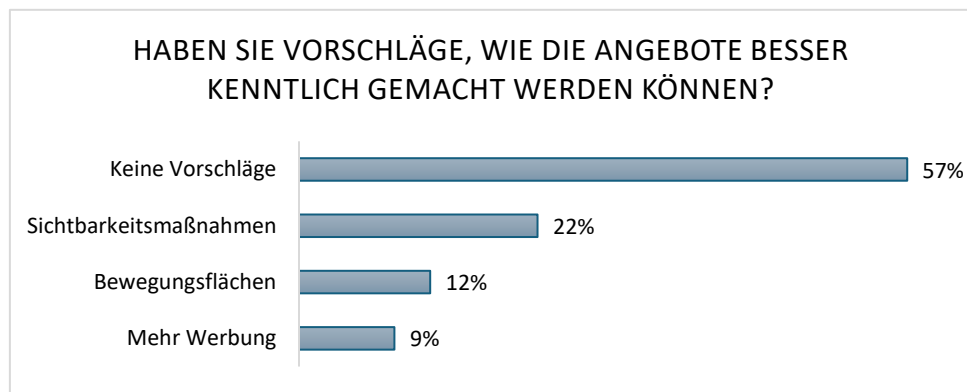


Im Vergleich zum letzten Jahr stiegen die Teilnahmezahlen von Menschen mit Beeinträchtigungen nach Einschätzung der ÜL von 44 % auf 61 %, was nicht ganz dem ermittelten Ergebnis der Befragung der TN entspricht. Alle ÜL gaben an, dass das gemeinsame Bewegen in der Gruppe sehr gut bis gut funktioniert hat.



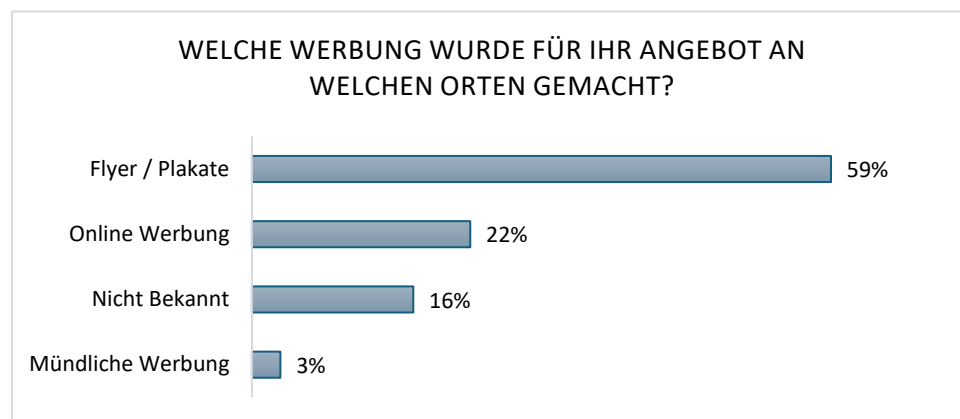
Weiterhin wurde die Frage gestellt, wie Menschen mit Beeinträchtigungen gezielter für *Sport im Park inklusiv* gewonnen werden können, um den Inklusionsprozess weiter zu verbessern. 31 % schlugen vor, gezielt Werbung in Arztpraxen / Physiopraxen, entsprechenden Vereinen, Inklusionsgruppen, Einrichtungen / betreuenden Personen, geeigneten Netzwerken und Newslettern durchzuführen. Weiterhin gaben 13 % als Verbesserungsvorschlag an, mit Einrichtungen zu kooperieren und bewusst den persönlichen Kontakt aufzubauen, um Hemmschwellen zu verringern.

7.2.5. Sichtbarkeit



In der Saison 2025 waren nach eigenen Feststellungen der SenInnSport einige Angebote nicht als *Sport im Park inklusiv* erkennbar, da kein Banner aufgestellt oder Sport im Park-Leibchen getragen wurden. Mehr als die Hälfte der ÜL gaben jedoch an, dass das Aufstellen der Banner und Tragen der Leibchen gut funktionierte und keine Veränderungen aus ihrer Sicht notwendig sind.

22 % der ÜL wünschten sich dagegen eine Verbesserung in den Sichtbarkeitsmaßnahmen. Die bereitgestellten Banner waren zwar gut erkennbar, aber unhandlich, schlecht zu transportieren und schwer. Gewünscht wurde eine leichtere und kleinere Alternative (Fahne,

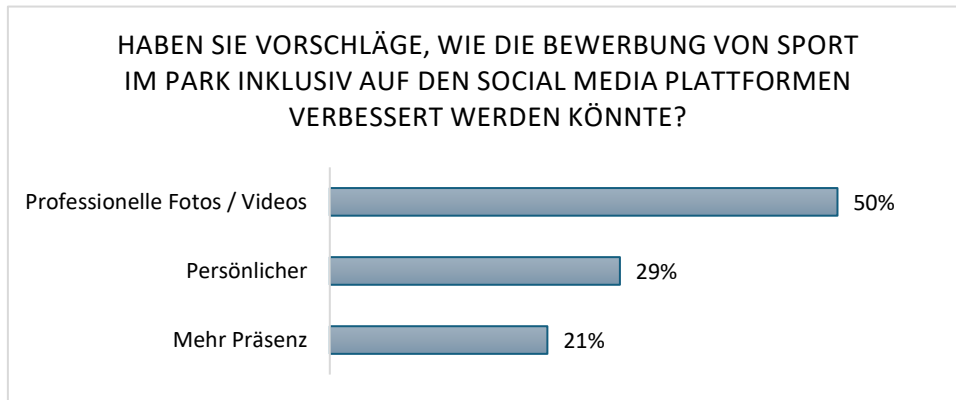


Tuch, Plakat mit ausziehbaren Stöcken). Außerdem waren die bereitgestellten Leibchen wenig atmungsaktiv, zu groß und die Farbwahl (gelb) zog Insekten an. Aufgrund des Wetters wurde zudem wärmere / wetterfeste Kleidung gewünscht (T-Shirt, Jacken, Pullover). 12 % der ÜL schlugen vor, feste Schilder oder Banner vor Ort anzubringen.

Ergänzend zu den Werbemaßnahmen von SenInnSport (siehe 4. Öffentlichkeitsarbeit) waren die Vereine dazu angehalten, eigenständige Werbung durchzuführen. Hierfür wurden Flyer und Plakate in Supermärkten, Bibliotheken, Apotheken, Kitas, Cafés und weiteren öffentlichen Orten verteilt. Für die online Bewerbung wurden die Plattform nebenan.de, Instagram, Facebook und Vereinsseiten genutzt.

7.2.6. Social-Media

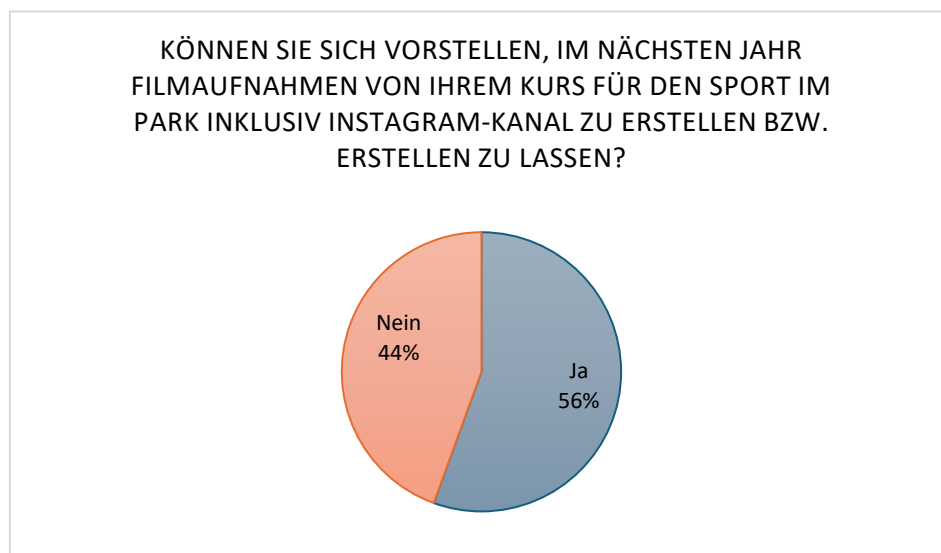
49 % der ÜL nutzten Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook, TikTok oder Snapchat. Da der *Sport im Park inklusiv* Instagram-Account zusätzlich die Sichtbarkeit erhöhen sollte, wurde die Frage gestellt, wie die Bewerbung auf den Social-Media Plattformen verbessert werden kann.



Am häufigsten wurden professionelle Fotos und Videos vorgeschlagen. In mehreren Antworten wurde ein Social-Media-Expertenteam genannt, welches Strategien für ein virales Marketing erarbeitet und professionellen Content produziert.

Als mögliche Ideen wurde eingebracht ÜL und TN zu interviewen, Follower in Form von Umfragen (Warum nimmst du teil? Was ist hier das Besondere?) auf Instagram zu beteiligen sowie Trainerinnen und Trainer zu animieren, regelmäßig Einblicke in den Storys zu zeigen und zu verlinken. Insgesamt zielen alle Ideen darauf ab, den online Auftritt persönlicher zu gestalten. Positiv wurde auch die erstmals durchgeführte Werbewoche der Vereine erwähnt.

Unter mehr Präsenz wird verstanden, dass auch weiterhin die analogen Medien bestehen bleiben müssen, um eine Altersdiskriminierung zu vermeiden.



Um den online Auftritt persönlicher zu gestalten, wurde die Frage gestellt, ob prinzipiell die Zustimmung einer Filmaufnahme vorliegen würde. Knapp die Mehrheit (56 %) könnte sich Filmaufnahmen vorstellen. Allerdings hat auch ein großer Anteil von 44 % der ÜL Bedenken. Die Gründe hierfür sind die Wahrung der Privatsphäre und der Hinweis auf Kinderangebote.

7.2.7. Weiterentwicklung



Unter Qualitätsmanagement ist zu verstehen, dass mehr Fortbildungen und Sportmaterialien gewünscht werden. Als Schlecht-Wetter-Option sollten Räume zu Verfügung stehen. Zudem wurde eine Vernetzung der ÜL untereinander für einen Austausch von Best-Practice-Beispielen oder Umgang mit Konflikten vor Ort gewünscht. Auch sollten Inklusionsschulungen öfter angeboten werden, die Idee der Übungsleitungs-Assistenzen umgesetzt und die Zielvorgabe der Gruppengröße runtergesetzt wird, da Menschen mit Beeinträchtigungen mehr Betreuungszeit benötigen.

Es wurde der Wunsch nach einer früheren Bewerbung der Angebote und Überarbeitung der Werbematerialien mit einer aussagekräftigen, wiedererkennbaren und ansprechenden Grafik gewünscht. Zudem wurde eine insgesamt bessere Parkpflege gewünscht.

7.3. Umfrage der Projektleitungen (Vereinsverantwortliche)

Nachfolgend werden die Antworten der Projektverantwortlichen der neun Vereine ausgewertet.

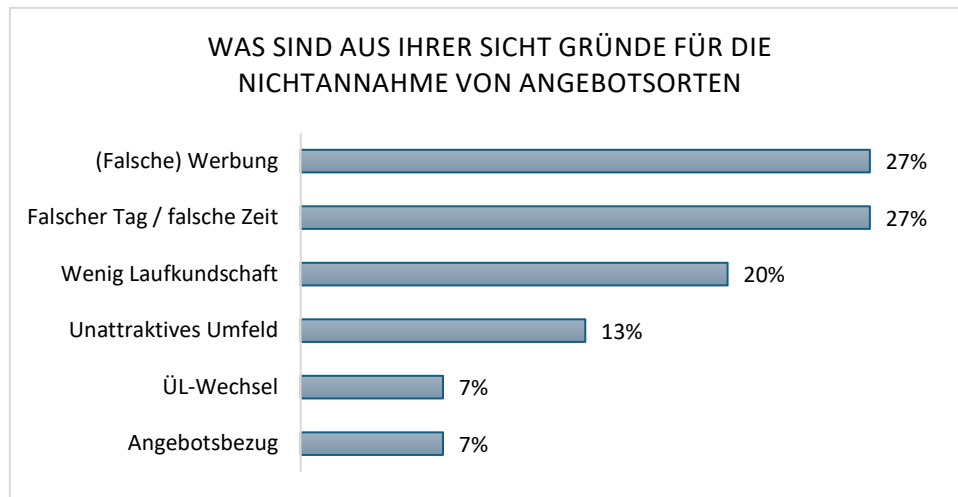
Die Hauptgründe für eine Teilnahme an *Sport im Park inklusiv* für die Vereine waren die Verbesserung der Integrations- und Inklusionsprozessen durch niedrigschwellige Angebote im unmittelbaren Lebensumfeld der Menschen sowie die Gesundheitsfürsorge.

7.3.1. Vereinsbeitritte

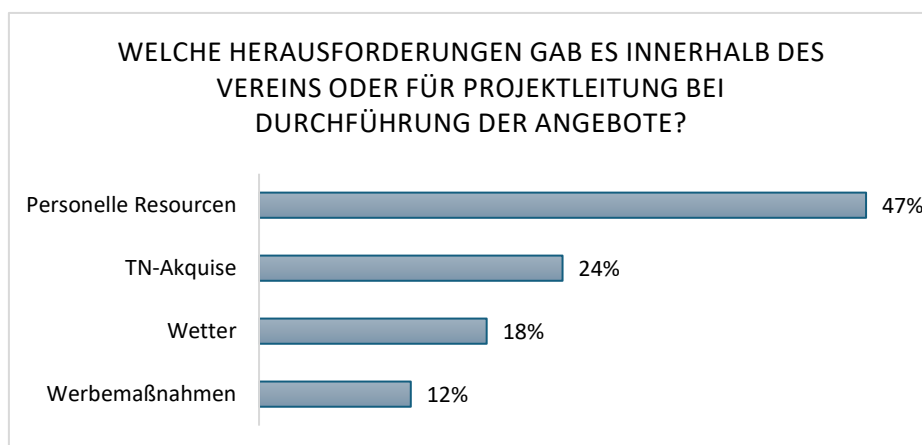
Ein Teilziel von *Sport im Park inklusiv* ist die Förderung der Berliner Sportvereine. Daher wurden die Projektverantwortlichen befragt, wie viele Vereinsbeitritte und Aufnahmen eines Ehrenamts sie nach Abschluss der Saison verzeichnen konnten. Alle neun Vereine konnten

zusammen 109 neue Vereinsmitglieder (2024: 76 / 2023: 127) durch die Teilnahme an *Sport im Park inklusiv* verzeichnen sowie zwei neue Ehrenamtliche (2024: 11 / 2023: 11).

7.3.2. Angebotsdurchführung



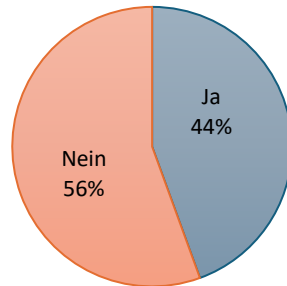
Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg des Angebots stellte der Angebotsort dar. Die meistgenannten Gründe für die Nichtannahme von Angebotsorten waren zielgruppenverfehlende Werbung, zu geringe Werbemittel oder fehlende lokale Netzwerke. Teilweise wurde das Angebot zu einer ungünstigen Zeit oder an einem ungünstigen Tag durchgeführt. Kurse an einem neuen Standort benötigen zudem Zeit, um sich zu etablieren. Zukünftig muss demnach noch mehr auf die Angebotsverteilung geachtet werden.



Die größte jährlich wiederkehrende Herausforderung waren die personellen Ressourcen und die Personalsteuerung. Es gab Schwierigkeiten, ÜL für die Angebote zu finden, vor allem während der Saison. Hinzu kamen die Unsicherheiten, wann die gesperrten Grünanlagen wieder freigegeben werden. Aufgrund der fehlenden Planbarkeit sind deshalb einige ÜL abgesprungen, sodass Angebote eingestellt werden mussten.

Auch die Akquise neuer TN stellte eine große Herausforderung dar. Aufgrund zu geringer Teilnehmendenzahlen mussten Angebote eingestellt werden. Für eine gezielte Gewinnung sollte künftig vor allem mit lokalen Partnern kooperiert werden.

KONNTEN SIE NEUE KOOPERATIONEN ZU EINRICHTUNGEN
ODER ORGANISATIONEN KNÜPFEN UND IHR NETZWERK
DURCH NEUE KONTAKTE ERWEITERN?



44 % konnten neue Kontakte zu Stadtteil- und Nachbarschaftszentren, Bezirksamt, Bibliotheken oder Quartiermanagements knüpfen. Mehr als die Hälfte gab an, keine neuen Kooperationen eingegangen zu sein. Es sollte überlegt werden, inwiefern die SenInnSport unterstützen und gemeinsam Netzwerke aufbauen kann.

7.3.3. Öffentlichkeitsarbeit

Die Vereine sollten bereits in Ihren Projektskizzen konkrete Maßnahmen zum eigenen Bewerben der Angebote darlegen.

Besonders oft wurden Plakate und Flyer in Supermärkten, Apotheken, Bäckereien, Bibliotheken und bei Ärzten verteilt sowie in umliegenden Einrichtungen (Nachbarschaftszentren, Familienzentren, Stadtteilzentrum, Mehrgenerationenhäuser). Diese Werbemaßnahme wurde als gut bewertet, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und Menschen zu erreichen, die nicht online aktiv sind. Ergänzt wurde die analoge Werbung durch Anzeigen auf *Kleinanzeigen* und *Nebenan.de* sowie Beiträge in Newslettern und auf Social-Media-Plattformen (Facebook-Gruppen, Instagram). Auch diese Maßnahme trug zu mehr Bekanntheit bei, eine messbare Steigerung ist hier allerdings eher schwierig. Darüber hinaus konnten durch Banner in den Parks und bei Veranstaltungen in den Sozialräumen weitere Interessenten gewonnen werden. Insgesamt trugen alle Werbemaßnahmen mindestens zu einer Bekanntheitssteigerung bei.

Durch Unterstützung der teilnehmenden Vereine gelang es erstmalig eine Vereinswoche durchzuführen, bei der fast alle Vereine eine Woche lang Beiträge auf dem *Sport im Park inklusiv* Instagram-Account veröffentlichten. Die Vereinswochen sollten Einblicke in die Angebote aufzeigen sowie den Vereinen die Möglichkeit bieten sich vorzustellen. 89 % der Vereine bewertete die gemeinsame Nutzung als gut. Es wurde bestätigt, dass vermehrt Aufmerksamkeit geschaffen und die Wiedererkennbarkeit des Projekts verbessert wurde. Auch hier wurde aufgezeigt, dass es Schwierigkeiten gab, ÜL zu überzeugen Content für den Account zu generieren.

Die Vorschläge, wie der Auftritt auf der Social-Media Plattform verbessert werden kann, deckten sich mit den Verbesserungsvorschlägen der beiden anderen Umfragen. So wurde angebracht, dass es professionellerer Foto- und Videodokumentation bedarf, um die Angebote angemessen abzubilden. Darüber hinaus können wiederkehrende Formatreihen zu einer besseren Sichtbarkeit beitragen.

7.3.4. Weiterentwicklung

Da *Sport im Park inklusiv* stetig weiterentwickelt wird, wurde nach Verbesserungsvorschlägen gefragt. Nicht alle Vereine hatten Verbesserungsvorschläge, was für die Qualität des Programmes spricht.

Der oft erwähnten Saisonverlängerung über den Oktober hinaus steht der geäußerte Wunsch nach einer Verkürzung des Zeitraums entgegen. Als Argumente werden die schlechter werdenden Witterungsbedingungen und Lichtverhältnisse bei den späten Angeboten in den Herbstmonaten genannt. Neben einer besseren und übersichtlicheren Homepage / Bewegungskalender wurde zudem der Wunsch nach einer zielgruppengerechteren Ansprache, wie z. B. Englisch oder mündlich mit einer Verdolmetschung geäußert. Anzumerken ist hierbei, dass bisher keine von SenInnSport organisierte Veranstaltung ohne Gebärdensprachdolmetschende stattfand.

Zwar bejahten fast alle Vereine die Frage, ob ihnen genügend Sichtbarkeit und ausreichend Eigenständigkeit eingeräumt worden ist, dennoch wurde der Wunsch nach mehr Aufgabenüberlassung verbunden mit Erhöhung der Arbeitsstunden der Projektleitungen geäußert. Beispielweise sollte den Vereinen die Aufgabe übertragen werden, Umfragen und Fortbildungen durchzuführen sowie die Gegebenheiten vor Ort und das Tragen der Leibchen und die Aufstellung der Banner zu überprüfen.

Weiterhin wurde die Frage gestellt, welche zusätzlichen Fortbildungen den ÜL im Rahmen von *Sport im Park inklusiv* ermöglicht werden sollten. Es wurde eine Vielzahl an Vorschlägen eingereicht: regelmäßige Inklusionsschulungen, Erste-Hilfe-Kurs, Social-Media-Schulungen, Umgang mit herausfordernden Situationen, Bewegung und Hitze oder Ansprache und Binden von TN.

8. Ausblick

Im Jahr 2026 wird die Kooperation mit Special Olympics Berlin fortgeführt, um den inklusiven Schwerpunkt des Programms weiter auszubauen und eine stärkere Beteiligung von Menschen mit (geistigen) Beeinträchtigungen zu schaffen. Ein weiterer Aktionstag ist geplant, der zugleich als Eröffnungsveranstaltung fungieren wird.

Seit mehreren Jahren zeigen die Evaluationen von *Sport im Park inklusiv*, dass der Großteil der Teilnehmenden nicht zur eigentlichen Zielgruppe der bewegungsinaktiven Menschen

gehört. Um diese Zielgruppe besser zu erreichen, wird im darauffolgenden Jahr im Bezirk Spandau ein Modellprojekt gestartet. Dabei werden Vereine mit Stadtteilzentren, Einrichtungen, Kiezvereinen und bezirklichen Behörden zusammengebracht, um die Angebote direkt vor Ort bei der dort bereits bekannten Zielgruppe stärker und persönlicher zu bewerben.

Nach Auswertung der aufgezeigten statistischen Daten können folgende Handlungsempfehlungen für 2026 abgeleitet werden:

- × Gewinnung von jüngeren sowie mehr männlichen Teilnehmenden.
- × Überarbeitung der Werbekampagnen, insbesondere zielgruppengerechtere Plakate.
- × Professionellere Video- und Fotodokumentation für die Öffentlichkeitsarbeit unter Zusammenarbeit mit Übungsleitungen.
- × Kennzeichnung der Angebotsflächen mit Hinweisen auf die Angebote im Park. Im Bezirk Reinickendorf wird es erste Bewegungsflächen geben, die durch entsprechende Schilder gekennzeichnet werden.
- × Verstetigung der inklusiven Ausrichtung durch Einbindung von ausgebildeten ÜL-Assistenzen mit Beeinträchtigungen.
- × Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Grünflächenämtern.
- × Kooperationen ausbauen (Bewegungslotsen, Fachdienststellen der Bezirke, BSB, Senioren- und Gesundheitskoordinatoren, Wohnungsbaugesellschaften u. V. m.)

Ein Dank gilt allen beteiligten Vereinen, deren Engagement und Einsatz maßgeblich zum Erfolg und zur Weiterentwicklung des Programms beigetragen haben. Zudem gilt ein Dank auch den Berliner Bezirken für ihre Unterstützung und die Zusammenarbeit, die das gesamtstädtische Programm *Sport im Park inklusiv* nachhaltig stärken.