Evaluation des Berliner Förderprogramms „Sport im Park“ 2022

Ein Projekt von:

In Zusammenarbeit mit:

Inhaltsverzeichnis

A **Management Summary**

B **Vorbemerkungen**

C **Projektfaktoren 2022**

1. *Hintergrund*
2. *Zielstellungen*
3. *Finanzen*
4. *PR-Agentur / Berlin Partner*
5. *Kooperation und Zusammenarbeit mit den bezirklichen Grünflächenämtern und Grün Berlin*

D **Auswertung der Fragebögen**

1. *Teilnahmen / Statistik*
2. *Auswertung der Fragebögen der Teilnehmenden*
3. *Auswertung der Fragebögen der Übungsleitungen*
4. *Auswertung der Fragebögen der Projektverantwortlichen (Vereine)*

E **Handlungsempfehlungen**

A Management Summary

1. Status Quo

Das zentrale Bewegungsförderungsprogramm „Sport im Park“ hat es in den vergangenen fünf Jahren trotz schwieriger Rahmenbedingungen geschafft, das von den Zahlen der teilnehmenden Aktiven und Vereinen her größte und umfangreichste Angebot in der Stadt Berlin bereitzustellen (Steigerung der Teilnehmendenzahlen um 80% auf rd. 47.000).
Die jährlich durchgeführten Evaluationen und der für eine optimierte Umsetzung weiter ausgebaute wichtige enge Kontakt zu den Projektverantwortlichen in den Vereinen haben zu einer Optimierung im formellen Verfahren, aber auch in den einzelnen Programmmodulen geführt.

Sport im Park ist in Berlin zu einer Erfolgsstory im Bereich der Bewegungsförderung geworden, die im Zuge der ab 2023 bei der Senatssportverwaltung zentrierten Zuständigkeit für Bewegungsförderung im öffentlichen Raum weiter ausgebaut und mit den ehemals bei „Berlin bewegt sich“ angesiedelten eigenen Projekten in den Aktivparks zusammengeführt wird. Das Programm ragt innerhalb des bei der Senatsgesundheitsverwaltung angesiedelten „Berlin bewegt sich“-Dachprogramms heraus.

84% der Teilnehmenden wollen auch nach Sport im Park 2022 aktiv bleiben, davon rund 20% in Vereinsstrukturen. Laut Aussagen der Vereine waren nach dem Programm rund 300 Neueintritte zu verzeichnen. Leider sind erneut eine Stagnation bzw. ein Rückgang der Zielgruppenbeteiligung um wenige Prozent zu verzeichnen. Der Durchschnitt von 6 Teilnehmenden pro Angebot liegt trotz des positiven Gesamtergebnisses unter der gewünschten Zielstellung.

2. Folgen

Bewegungsförderung, Gesundheitsprävention und soziale Teilhabe nehmen einen bedeutsamen gesellschaftlichen und politischen Stellenwert ein, deren intensive Begleitung durch entsprechende Maßnahmen, Angebote und Programme gefördert und ausgebaut werden muss. Der Ruf nach bewegungsfördernden Maßnahmen wird insbesondere in den 16 GI-Handlungsgebieten formuliert, so dass künftig eine intensivierte orts- und zielgerichtete Anpassung des Programms erfolgen muss.

Im Sinne der Nachhaltigkeit von Bewegungsförderung scheint das überwiegend noch traditionell ausgerichtete Vereinsmodell für Menschen, die durch Sport in Park in Bewegung gebracht wurden, wenig geeignet und attraktiv zu sein. Hier bedarf es von Seiten der Vereine vermehrter Anstrengungen, mit attraktiven Angeboten (Kurzmitgliedschaft, Kursangebote, geringe Beiträge etc.) den Personenkreis für einen Vereinsbeitritt zu begeistern.

3. Zielrichtung

Zielgruppenerreichung im Rahmen von offenen Bewegungsangeboten bleibt Hauptaufgabe der nächsten Programmjahre. Eine Steigerung der Anteile von Menschen mit Behinderung und Menschen mit Migrationshintergrund ist dabei gefordert. 2023 soll dabei durch die Umsetzung inklusiver Schulungsinhalte für die Übungsleitungen im Rahmen der SOWG´23 dazu führen, den Anteil von Menschen mit Beeinträchtigungen oder Behinderungen den Zugang zum Programm zu erleichtern (**Sport im Park Inklusiv´23**).

Der **Bekanntheitsgrad des Programms** ist trotz erhöhtem Werbeetat und Beteiligung von Berlin Partner immer noch zu gering und muss zur Erhöhung der Teilnehmendenzahlen (mindestens 10 Teilnehmende pro Angebot) und Aktivierung von bewegungsfernen Menschen ausgebaut und gesteigert werden.

3. Vorschläge

- ☐ **Ausweisung von Bewegungsflächen** in abgestimmten Parks aller 12 Bezirke
- ☐ **Weiterentwicklung der Aktivparks** in Zusammenarbeit mit den Grünflächenämtern
- ☐ **Kennzeichnung der Angebotsflächen** mit **Hinweisen auf die Angebote im Park**
- ☐ **Gezieltere Werbemaßnahmen / Einbindung von nebenan.de** und **gratis-in-berlin.de**
- ☐ Bereitstellung von **Handlungsempfehlungen** zum Erreichen der Zielgruppen

4. Empfehlungen

- ☐ **Verstetigung des Programms**
- ☐ Personelle Betreuung des Programms inkl. Wahrnehmung von Ortsterminen und inhaltlich ergänzter Evaluation (**Einrichtung einer Mitarbeiter*innenstelle**)
- ☐ **Politische Begleitung** und Unterstützung des Programms

5. **Nächste Schritte**
   - ☐ Entwicklung einer neuen **Marketingstrategie** für Sport im Park und Bewegungsförderung im öffentlichen Raum
   - ☐ Entwicklung und Fokussierung auf gesonderte **Bewegungsflächen** in den Grünanlagen
   - ☐ Weiterentwicklung des Konzepts für **Bewegungssprechstunden**

B Vorbemerkungen

2020 und 2021 wurden von der Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport umfangreiche Evaluationen zum Gesamtprogramm von Sport im Park verfasst. Grundlage dieser Zusammenstellungen waren die Reflektionen zahlreicher Faktoren des Förderprogramms sowie Auswertungen des Programmjahrs aus Sicht der Teilnehmenden, Übungsleitungen und Projektverantwortlichen der Vereine. Die sich daraus ergebenden Folgerungen wurden benannt und in Handlungsempfehlungen umformuliert.

Die Evaluation 2022 soll nun den fortgeführten Prozess darstellen, nimmt dabei insbesondere einen Vergleich zu den Ergebnissen des Vorjahrs in den Fokus und Bezug zu den Handlungsempfehlungen und deren erfolgter oder auch nicht erfolgter Umsetzung. Der Umfang der Evaluation wird allerdings etwas geringer ausfallen und sich schwerpunktmäßig mit den Ergebnissen der Befragungen und den sich daraus ergebenden Folgerungen befassen.

C Projektfaktoren 2022

1. Hintergrund

Das Programm „Sport im Park“ ist ein Förderprogramm der Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport mit finanzieller Beteiligung der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit, Pflege und Gleichstellung aus dem Dachprogramm von „Berlin bewegt sich“.

Entwicklung des Programms:

2017	3 Vereine	1 Bezirk	
2018	15 Vereine	9 Bezirke	
2019	20 Vereine	12 Bezirke	130 Angebote/Woche
2020	19 Vereine	12 Bezirke	122 Angebote/Woche
2021	21 Vereine	12 Bezirke	192 Angebote/Woche
2022	16 Vereine	12 Bezirke	250 Angebote/Woche

Infolge finanzieller Möglichkeiten konnte das Programm erstmalig von Mai bis November durchgeführt werden. Allerdings nahmen von der Option der **Verlängerung** nur noch 6 Vereine mit 71 Angeboten Gebrauch, von denen dann weitere zehn Angebote vorzeitig eingestellt wurden.

Am 01.05.2022 kam es zu einer offiziellen Eröffnung des Programmjahres im Freizeitpark Lübars. Diese wurde von der Staatssekretärin Dr. Nicola Böcker-Giannini und diversen Projektleitungen der Vereine im Rahmen eines großen Sportbegegnungstages durch den TSV Berlin-Wittenau e. V. durchgeführt und soll 2023 wiederholt werden.

Im Verlauf des Programmjahres mussten insgesamt 40 Angebote vorzeitig eingestellt bzw. aufgrund der zu geringen Teilnehmendenzahlen gestrichen werden.

2. Zielstellungen

- „Sport im Park 2022“ mit seinen niedrigschwelligen Angeboten in Berlin noch bekannter machen und die Teilnehmendenzahlen weiter erhöhen.

  ► Steigerung des Werbevolumens durch Beteiligung von Berlin Partner um 60%
  ► Erhöhung der Teilnehmendenzahlen um 80%
  ► Optimierung der Webseite und Nutzung von Social-Media

- Berlinerinnen und Berliner, die zu wenig sportaktiv sind, zu mehr gesundheitsorientierter Bewegung in einer gemeinschaftlichen Umgebung motivieren.

  ► 84% der Teilnehmenden wollen nach Sport im Park weiter und mehr aktiv bleiben

- Gezielte Ansprache der Zielgruppen (Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit Behinderungen, Frauen und Mädchen, LSBTIQ, ältere Menschen) durch das Programm mit inkludierenden und integrierenden Bewegungsangeboten.

  ► Stagnation der Zielgruppenbeteiligung bei rd. 45%

- Angebot kostenloser, unverbindlicher, barrierefreier und spontan nutzbarer Bewegungsangebote in allen Berliner Bezirken im Freien vorrangig in den besonders belasteten sozialen Brennpunktgebieten der Stadt.

3. Finanzen

Für die Umsetzung der Projektangebote der Vereine standen 2022 Mittel in Höhe von **181.000 €** zur Verfügung (2021: 161.000 €).
Für die externe Durchführung der PR-Arbeit durch eine Agentur und für weitere Mediamaßnahmen erstmalig durch Berlin Partner wurden aus Haushaltsmitteln der Senatsverwaltung für Inneres und Sport rd. 70.000 € (Dienstleistungen) zzgl. 21.000 € (aus Veranstaltungen IV D) bereitgestellt. Aus dem Etat von Berlin Partner kamen eigene Leistungen in Höhe von rund 90.000 € noch hinzu (Gesamtvolumen = 190.000 €).

4. PR-Agentur / Berlin Partner

Die Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Glow wurde 2021 weitergeführt und diese mit der Weiterentwicklung der Webseite (sportimpark.berlin.de), der Gestaltung und Produktion von Werbemitteln und einem betreuenden Social-Media-Auftritt (Instagram) beauftragt. Die Kosten beliefen sich dabei auf rd. 70.000 € brutto, wofür insbesondere die Weiterentwicklung und Betreuung der Webseite sowie die Betreuung der Instagram-Aktivitäten ursächlich gewesen waren.

Folgende Leistungen wurden von der Agentur bearbeitet und durchgeführt:

- Weiterführung der Kampagnenkonzeption und Erstellung neuer Werbemotive
- Gestaltung eines Basicflyers und -plakats
- Einführung und Bereitstellung der Basismotive für die Vereine zur eigenständigen Personalisierung durch die Vereine (Canva)
- Einführung und Einrichtung eines Backendverfahrens, mit dessen Hilfe die Vereine eigenständig die Pflege und Aktualisierung der Daten auf der Webseite vornehmen konnten.
- Gestaltung und Produktion von drei Plakatmotiven
- Gestaltung eines T-Shirts und Produktion von 200 Shirts (FairTrade) Gestaltung und Produktion eines Beachbanners
- Weiterentwicklung, konzeptionelle Anpassung und Pflege der Website
- Durchführung von drei Fototerminen vor Ort
- Durchführung eines Social Media Workshops, Produktionskosten für Mediamaßnahmen)

Folgende Leistungen wurden von Berlin Partner durchgeführt:

- Anzeigenschaltung in einer Ausgabe der Berliner Woche
- Anzeigenschaltungen in der BZ, BILD Berlin, hogaAktiv und BVG Plus
- Aushang von Großflächenplakaten an den Wall-Stelen für zwei Wochen
- Aushang von Großflächenplakaten an Kiezstellen für zweimal je eine Woche
- Aushang von Bannern in der U-Bahn und S-Bahn für je eine Woche
- Zweiwöchige Online-Kampagnen
- Zweiwöchige Kampagne auf Spotify
- Durchführung eines Radiospots in mehreren Sendern für zwei Wochen

Evaluation der PR-Arbeit

Webseiten-Auswertung	2020	2021	2022
Gesamtuserzahl	50.000	63.000	77.250
Zeitplan	13328	11358	17.000
Startseite	11856	12751	20.000
Geschlecht	70%w - 30%m	70% w - 30% m	63,4%w - 36,6m
Stärkste Zielgruppe	25-34 Jahre - 30%	25-34 Jahre - 28%	25-34 Jahre - 32%
Schwächste Zielgruppe	65+ Jahre - 10%	65+ Jahre - 7,5%	65+ Jahre - 6%
Endgeräte	Smartphone 89%	Smartphone 70%	Smartphone 70%

Zudem wurde durch die Nutzerdatenauswertung festgestellt, dass sowohl nach öffentlichen Mediamaßnahmen als auch jeweils zum Monatsanfang die Zugriffszahlen signifikant gesteigert wurden, also offenbar ein unmittelbarer Zusammenhang bestand.

Hinsichtlich der Gerätekategorie konnte festgestellt werden, dass auch weiterhin die **mobilen Endgeräte** am häufigsten für das Aufrufen der Website genutzt wurden.

Um die Aktualität des Zeitplans zu verbessern, wurde ein Backend programmiert, das es den Vereinen und deren Übungsleitenden ermöglicht hat, selbständig Veränderungen an den Angebotsinformationen vorzunehmen sowie Ausfalltage zu hinterlegen.

Zur Verbesserung der Barrierefreiheit wurden die auf der Webseite befindlichen Bilddateien mit Alt-Texten versehen. Die Erklärung zur Barrierefreiheit wurde im Footer ergänzt.

2021 wurde erneut von der Pressestelle die Genehmigung erteilt, im Bereich der sozialen Netzwerke die Plattform „Instagram“ für die Bewerbung des Programms reaktivieren zu dürfen (@sportimpark_berlin). Mit dem Betrieb des Instagramkanals sollten drei Vorteile verfolgt werden:
• größere Reichweite auch mit geringem Mediabudget
• organische (unbezahlte) Erhöhung und Multiplikation der Reichweite durch verknüpfte Kommunikation mit Aktivitäten der Vereine
• bessere und direkte Kommunikation mit den Teilnehmenden

Von den 15 teilgenommenen Vereinen haben dank der begleitenden Betreuung durch die Agentur, einem hierzu durchgeführten Workshop und einem Handoutpapier mit Ausnahme von zwei Vereinen alle stark bis gelegentlich die verstärkte Nutzung der sozialen Netzwerke betrieben. Die Entwicklung der Followerzahlen stieg auf 910 Follower (2021: 749 Follower).

Weiter wurde zum Ende des Programms auf Instagram ein Gewinnspiel durchgeführt, in dem Preise zu gewinnen waren, die von den Vereinen und der Senatsverwaltung für Sport zur Verfügung gestellt wurden.

5. Kooperation und Zusammenarbeit mit Grünflächenämtern der Bezirke

Das Abstimmungs- und Kommunikationsverfahren zur Nutzung der öffentlichen Grünflächen verlief weitgehend komplikationslos und wurde im Hinblick auf die Beteiligung und Absprache wie 2021 begonnen fortgeführt und optimiert. So wurden alle genannten zuständigen Stellen bereits unmittelbar nach Bekanntwerden der von den Vereinen angegebenen Grünanlagen hierüber informiert. Mit dem Verfahren konnten frühzeitig Grünanlagen identifiziert werden, die aufgrund von Maßnahmen oder anderen Aspekten für eine Angebotsdurchführung nicht in Betracht gekommen sind sowie Alternativen aufgezeigt werden. Nach Abschluss dieser Vorsondierung wurden die Stellen dann in einem zweiten Schritt über die tatsächlich stattfindenden Angebote innerhalb ihrer jeweiligen Bezirke informiert. Eine Besonderheit gab es im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg, wo das dortige Grünflächenamt dem sportförderungswürdigen Verein GESUfit Berlin e. V. für Angebote im Zusammenhang mit „Berlin bewegt sich“ einen Gebührenbescheid für die Nutzung zukommen ließ, während für alle anderen, vergleichbaren Angebote von Sport im Park derartiges nicht verfügt wurde. Nach diversen Interventionen wurde der Bescheid zurückgenommen und dieses mit dem besonderen Interesse an kostenlosen, zielgruppenorientierten Bewegungsmaßnahmen, die vom Senat gefördert werden, begründet.

Im Rahmen der Durchführung des Programms 2022 war es wiederholt zu keinem einzigen Fall einer Beschwerde seitens der Grünflächenämter gekommen.

Kritikpunkt einiger Vereine war der nicht immer zufriedenstellende Zustand der Grünflächen und die Vermüllung an diversen Standorten.

D Auswertung der Fragebögen

Um die formulierten Ziele auf ihren Erfolg in der Umsetzung zu überprüfen wurde zusätzlich zu einer monatlichen Abfrage der Teilnehmendenzahlen eine dreiteilige Evaluation durchgeführt. Diese bestand aus:

- einer digitalen Befragung der Teilnehmenden von „Sport im Park“ in Form eines teilstandardisierten Fragebogens,
- einer Befragung der Übungsleitungen der Sportangebote in Form eines teilstandardisierten Fragebogens und
- einer erweiterten Befragung der jeweils für „Sport im Park“ zuständigen Projektleitungen der Vereine in Form eines teilstandardisierten Fragebogens.

1. Teilnahmen / Statistik

Verein	Frauen	Männer	Divers	GESAMT	TN-Durchschnitt / Kurs
Softball-Club Berlin e. V.	641	679	0	1320	7,9%
ALBA Berlin e. V.	47	184	0	231	1,8%
Entspannung mit System e. V.	278	58	0	336	1.7%
Evang. Sportarbeit Bln e. V.	185	197	0	383	7,4%
GESufit e.V.	3085	1551	29	4665	3,3%
Kadeshi e. V.	399	12	0	411	5,3%
Kiezsport e. V.	7388	2785	0	10173	9,1%
Fit und Fun Marzahn e. V.	114	43	0	157	1,7%
SC Lebenshilfe e. V.	362	348	1	711	3,9%
Sportkinder e. V.	1202	1231	0	2433	4,9%
Spreewölfe e. V.	390	369	9	768	5,8%
Stadtbewegung e. V.	4723	1683	88	6494	4,0%
RW Viktoria Mitte e. V.	152	286	0	438	8,4%
TSV Berlin-Wittenau e. V. / VfL Tegel	5508	1903	0	7411	7,1%
TSV Spandau 1860 e. V.	267	53	0	320	1,4%
Turngemeinde in Berlin e. V.	2577	4999	266	7842	20,0%
GESAMT	**27.129 (61,9%)**	**16.328 (37,2%)**	**407 (0,9%)**	**43.864**	**Durchschnitt: 5,9%**

Es wurden somit 2022 **43.864 Teilnahmen** (2021: 25.895 / 2020: 12.857 / 2019: 13.397 Teilnahmen) von den Übungsleitungen festgehalten und dokumentiert Da es bewusst keine Anmeldepflicht o.ä. gab, wurden dabei Mehrfachteilnehmende auch mehrfach gezählt - die Teilnahmeanzahl ist also nicht deckungsgleich mit einer Teilnehmendenanzahl.

Von den Teilnahmen waren **27.129 (62%)** (2021: 15.091=58% /2020: 8.439 = 66% / 2019: 7.506 = 56%) **von weiblichen Teilnehmenden, 16.328 (37%)** (2021: 16.328=42% / 2020: 4.191 = 33% / 2019**:** 5.889 = 44%) **von männlichen Teilnehmenden**. 407 (1%) der teilnehmenden Personen beschrieben ihr Geschlecht als divers.

► Der Durchschnitt von rund 6 Teilnahmen pro Angebot ist ggü. den Vorjahren ein Rückschritt und deckt nicht die mit dem Programm verbundenen Erwartungen. Trotz großer Medienkampagne und vieler Bewegungssprechstunden konnten einige Standorte nicht genügend interessierte Teilnehmende finden. 2021 lag der Durchschnitt noch durchschnittlich bei 8 Teilnahmen pro Angebot.

Anzahl Maßnahmen / Grünanlagen (2022/2021/2020)

Bezirk	Anzahl Angebote	Anzahl Grünanlagen
Charlottenburg-Wilmersdorf	19/6/3	8/4/3
Friedrichshain-Kreuzberg	30/18/10	11/8/5
Lichtenberg	13/12/5	6/5/2
Marzahn-Hellersdorf	15/16/8	6/8/4
Mitte	32/29/21	15/14/17
Neukölln	35/19/14	8/8/5
Pankow	18/6/3	7/2/3
Reinickendorf	40/44/21	9/10/7
Spandau	19/15/8	7/7/7
Steglitz-Zehlendorf	22/12/12	12/9/8
Tempelhof-Schöneberg	29/7/5	12/5/4
Treptow-Köpenick	5/8/10	3/4/4
GESAMT	**277/192/122**	**104/87/69**

Rund die Hälfte der Angebote konnten in den sogenannten GI-Gebieten (Gemeinschaftsinitiative zur Stärkung sozial benachteiligter Quartiere) durchgeführt werden, so dass erfreulicherweise damit einer der wichtigsten Intentionen des Programms Rechnung getragen worden ist.

2. Befragung der Teilnehmenden

Die Umstellung der Befragung vom analogen auf ein digitales Verfahren hat sich grundsätzlich bewährt. Dennoch fällt auf, dass die Weiterleitung des Codes und der Bedeutung der Teilnahme an der Umfrage innerhalb der Vereine sehr unterschiedlich ausgefallen ist. Nach den vorliegenden Zahlen aus der Tabelle wurden von der Hälfte der Vereine weniger als zehn Teilnehmende motiviert sich zu beteiligen.

► Hier wird 2023 verstärkt darauf geachtet werden, dass die Kommunikation zwischen Verein, Übungsleitung und Teilnehmenden verbessert wird, so dass jeder Verein bis zum Ende des Programmjahres mindestens zehn Teilnehmende motivieren konnte an der Befragung teilzunehmen.

Geschlecht der Teilnehmenden

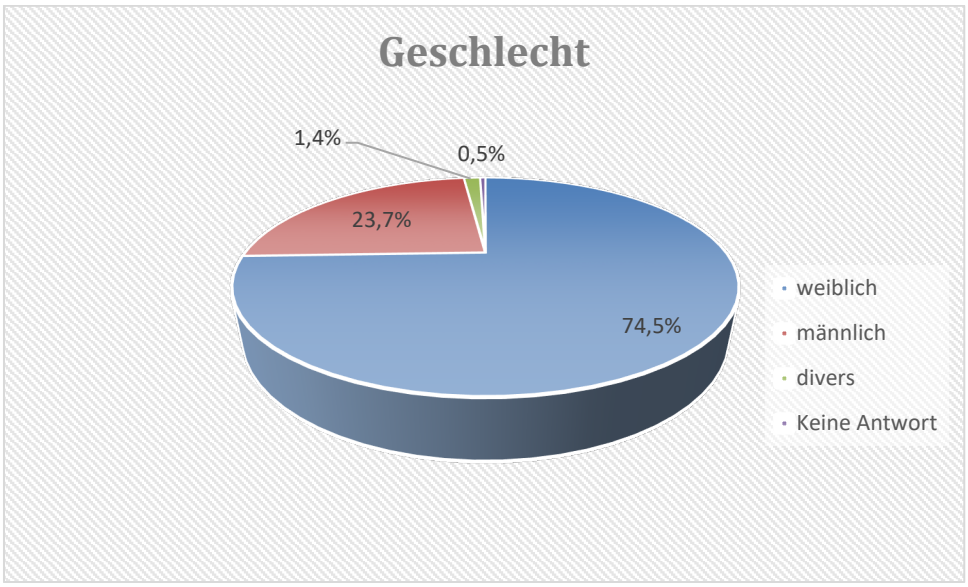

Abb. 1: Geschlecht der Teilnehmenden.

Der hohe Anteil an teilnehmenden Frauen ist erfreulich und entspricht den genannten Zielstellungen von „Sport im Park“.

Alter der Teilnehmenden

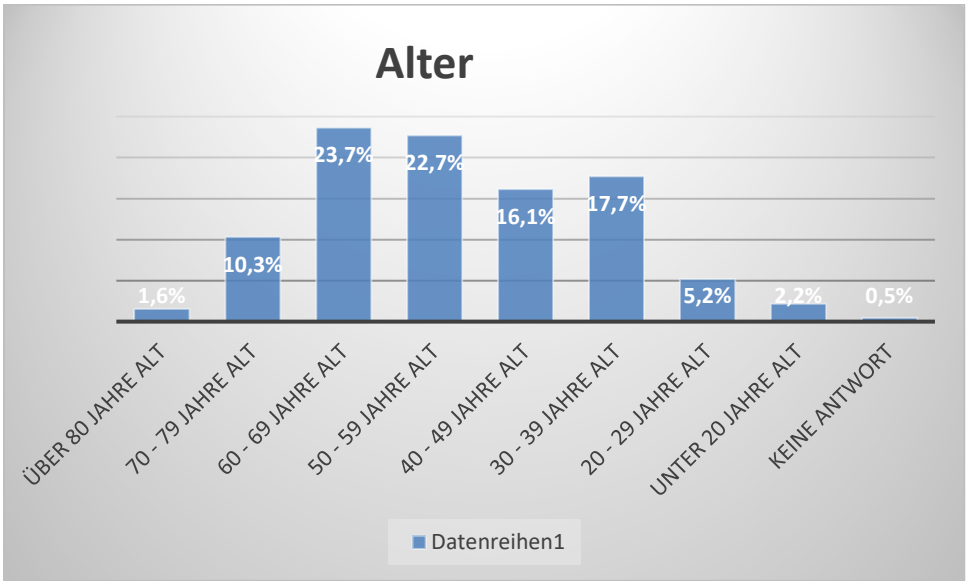

Abb. 2: Alter der Teilnehmenden in Jahren.

Bei über der Hälfte der Teilnehmenden liegt das Teilnehmendenalter bei 50+ Jahren.

***Migrationshintergrund* der Teilnehmenden**

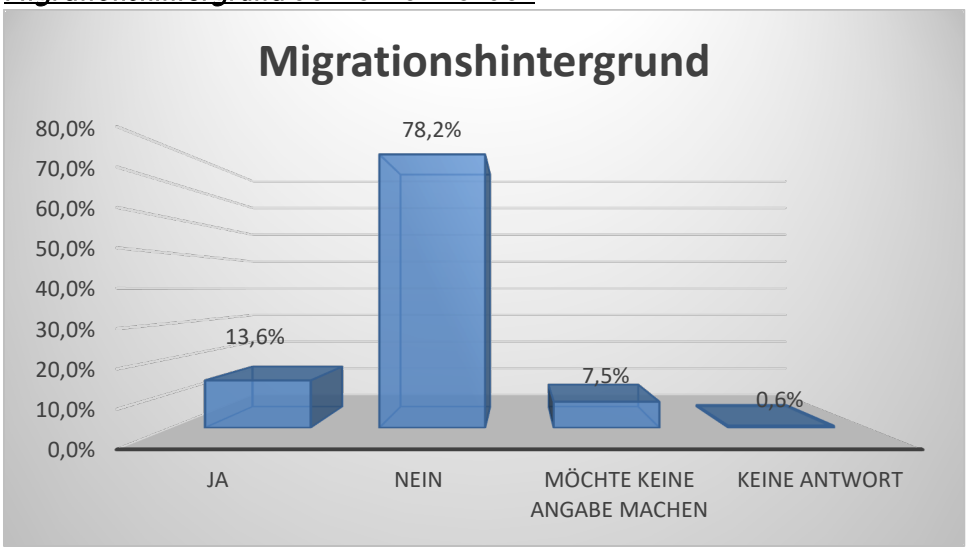

Abb. 3: Migrationshintergrund der Teilnehmenden.

Der Anteil der an der Befragung teilgenommenen Menschen mit Migrationshintergrund lag 2020 bei 17% und 2021 bei 5%. Das Angebot wird 2022 somit von dieser Personengruppe besser angenommen.

Körperliche oder psychische Einschränkung oder Behinderung der Teilnehmenden

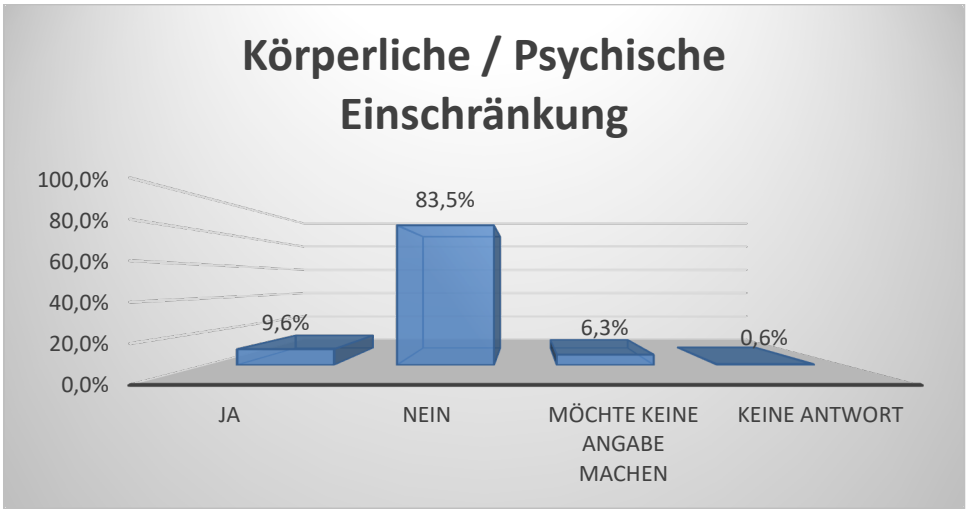

Abb. 4: Körperliche oder psychische Einschränkung bzw. Behinderung der Teilnehmenden.

Der Anteil der an der Befragung teilgenommenen Menschen mit Behinderung liegt 2020 und 2021 bei rund 12%, so dass 2022 ein weiterer Rückgang zu verzeichnen ist. Die erweiterte Ausrichtung des Programms zu Sport im Park Inklusiv 2023 soll bewirken, dass das Programm somit wieder von dieser Personengruppe besser angenommen wird.

Mitglied in einem Sportverein

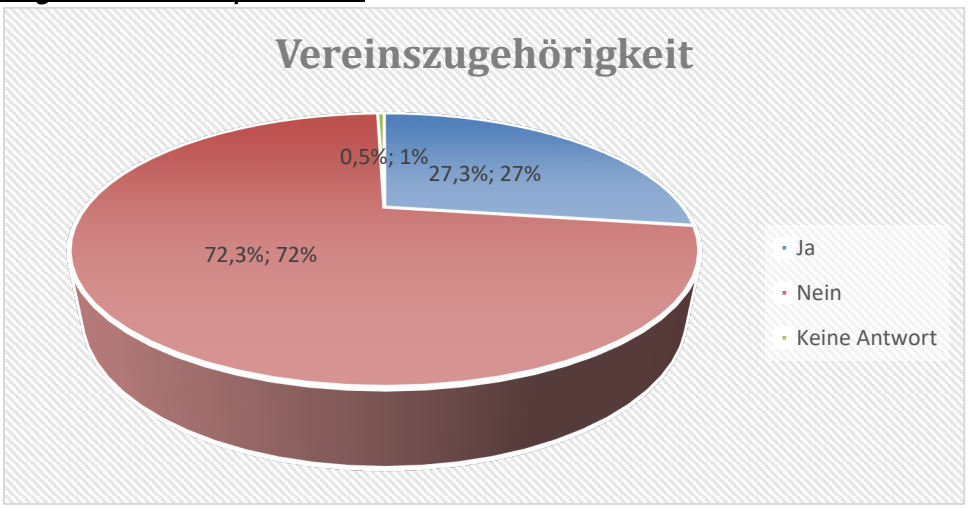

Abb. 5: Sind Sie Mitglied in einem Berliner/Brandenburger Sportverein?

Im Jahr 2021 lag der Wert einer Vereinszugehörigkeit noch bei 20% und ist nun ein wenig gestiegen, was zweifelsohne auf den erheblich größeren Umfang an Angeboten zurückzuführen ist.

Umfang der Sportausübung

Im Rahmen der Teilnehmendenbefragung wurden auch spezielle Daten zum Bewegungsverhalten abgefragt. Nach den Nationalen Bewegungsempfehlungen und Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) wurden entsprechende Fragestellungen zu Motivationen und Barrieren für körperliche Aktivität entwickelt, die in sämtlichen Bewegungsförderungsprojekten angewandt werden.

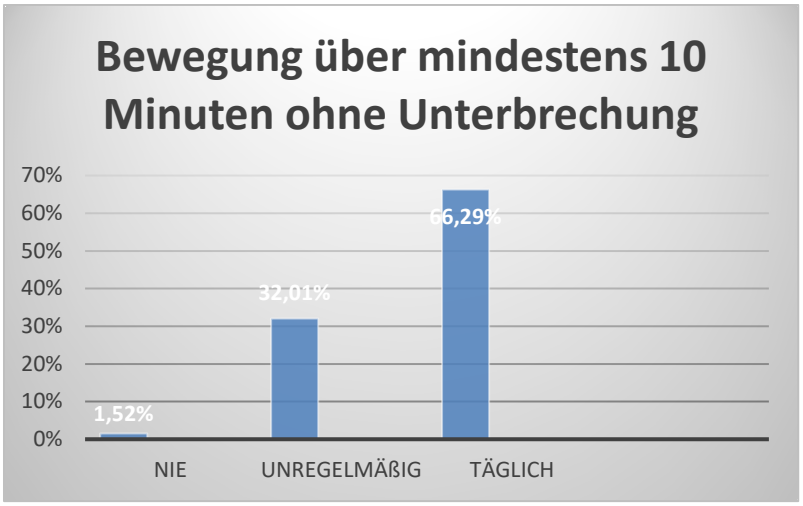

Abb.6:Wie oft bewegen Sie sich in einer gewöhnlichen Woche mehr als 10 Minuten ohne Unterbrechung?

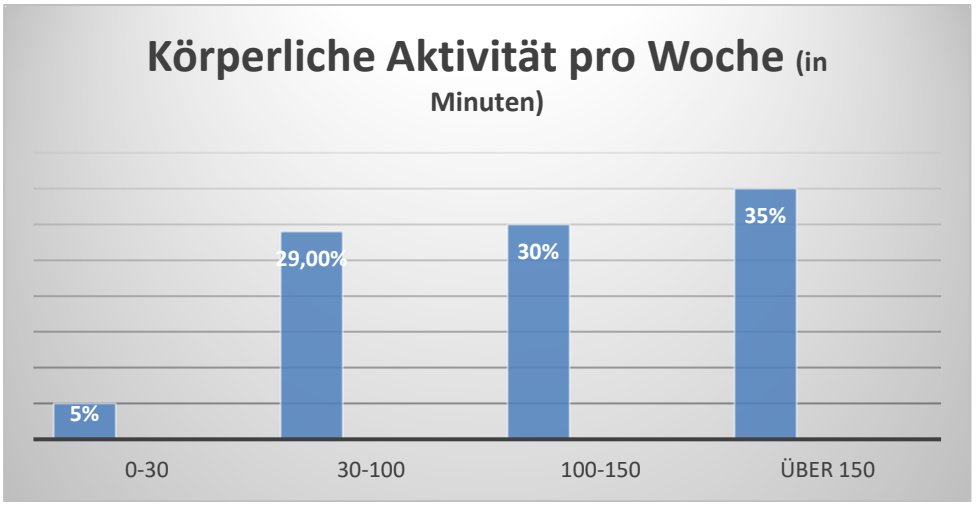

Abb. 7: Wie viele Minuten körperlicher Aktivität erreichen Sie schätzungsweise in einer gewöhnlichen Woche?

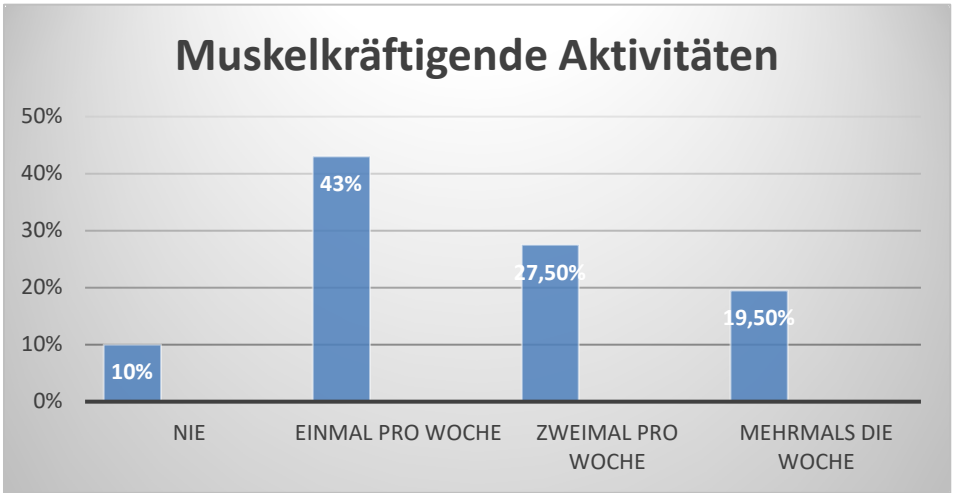

Abb. 8: Wie oft führen Sie in einer gewöhnlichen Woche bewusst muskelkräftigende Tätigkeiten durch?

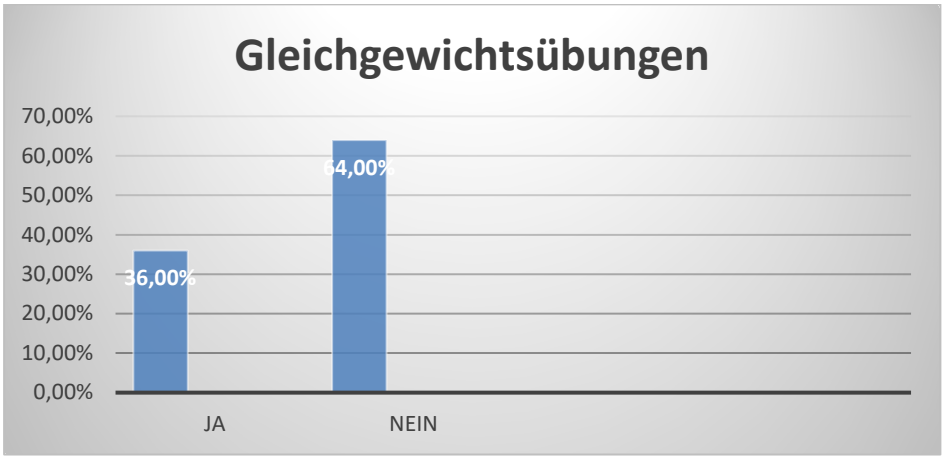

Abb. 9: Machen Sie regelmäßig Gleichgewichtsübungen?

Die Antworten zu den vier Fragestellungen bestätigen, dass ein Großteil der Teilnehmenden an Sport im Park nicht zu den inaktiven Menschen zu zählen ist. Ungeachtet der Tatsache, dass die Antworten in derartigen Umfragen zu bestimmten Fragestellungen nicht immer das tatsächliche Verhalten 1:1 wiederspiegeln, decken sich die Auswertungen mit den noch folgenden Antworten der Übungsleitungen und Projektleitungen zu vergleichbaren Fragestellungen.

► Die Umfrageergebnisse verdeutlichen die Notwendigkeit gezieltere Anstrengungen zu unternehmen, bewegungsferne und eher inaktive Menschen zu motivieren in die Bewegung und damit auch Gesundheitsförderung zu kommen. Damit einher geht allerdings auch das Festhalten der bereits durchgeführten Methoden zur Gewinnung dieses Personenkreises, die nur begrenzt erfolgreich verlaufen sind und das Entwickeln weiterer Optionen zum Erreichen der Zielgruppen.

Orte der Sportausübung

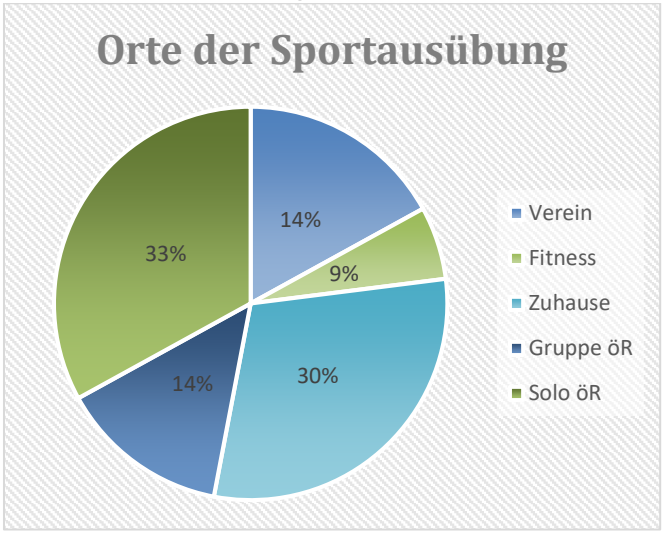

Abb. 10: Sofern Sie körperliche Aktivitäten in ihrer Freizeit ausüben, in welchem Rahmen finden diese statt?

Knapp die Hälfte (47%) aller Teilnehmenden nutzen den öffentlichen Raum, also Parks, Grünanlagen und Straßen für ihr Sportengagement entweder in privat organisierten Gruppen oder alleine. Die Sportstätten der Vereine (Sporthallen und -plätze, Schwimmbäder etc.) werden innerhalb der Vereinsaktivitäten von 14% genutzt. Auch im Fitnessstudio (9%) und insbesondere Zuhause (30%) haben sich viele der Teilnehmenden von „Sport im Park“ bewegt. Allerdings ist auch 2022 bei der Bewertung zu berücksichtigen, dass sowohl im Bereich der Sportausübung in den Vereinen bzw. im Fitnessstudio als auch zuhause durch die Corona-bedingten Beschränkungen es zu Veränderungen kam, die vermutlich dazu führten, dass sich die Teilnehmenden alternative Bewegungsangebote gesucht haben.

Erreichen der Zielgruppe

Von den befragten Teilnehmenden erfüllten rund **45%** (2021: 47% / 2020: 38% / 2019: 55%) eine oder mehrere der folgenden Bedingungen:

- Migrationshintergrund
- Körperliche oder psychische Einschränkung oder Behinderung
- Unregelmäßig oder nie bewegungs- oder sportaktiv (sportferne Personen)

Aufmerksamkeit auf „Sport im Park“

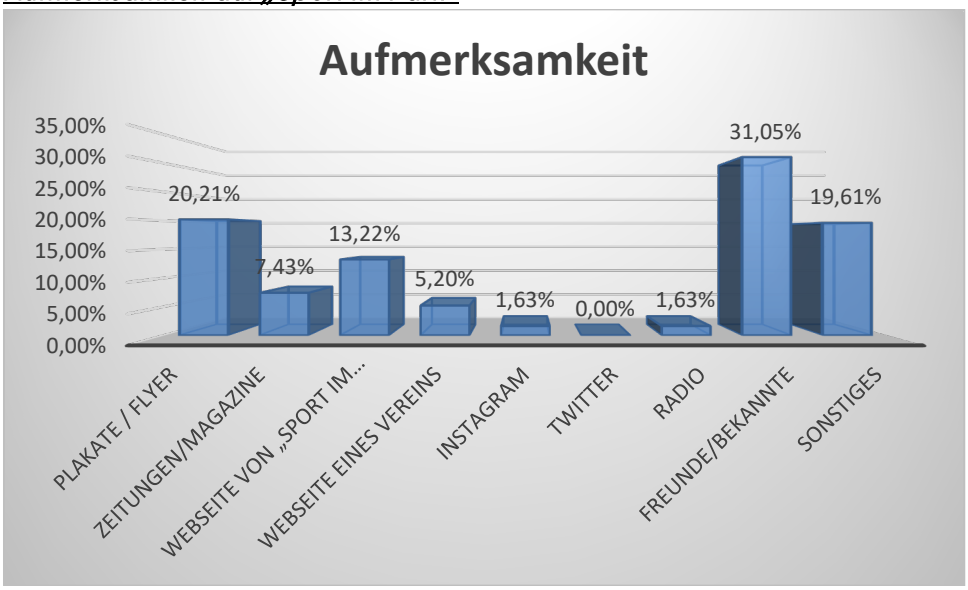

Abb.11: Wie sind Sie auf „Sport im Park“ aufmerksam geworden?

Die Teilnehmenden von „Sport im Park“ sind 2022 überwiegend über private und persönliche Kontakte und Ansprachen auf das Projekt aufmerksam gemacht worden. Die digitalen Bereiche verbuchen hier eine ggü 2021 verbesserte, aber insgesamt immer noch zu geringe Resonanz, so dass hier weitere Anstrengungen unternommen werden müssen. Darüber hinaus werden Hinweise auf „nebenan.de“ und „Beobachten einer Gruppe im Park“ sehr häufig als Grund genannt, auf das Programm aufmerksam zu werden.

Informieren über „Sport im Park“

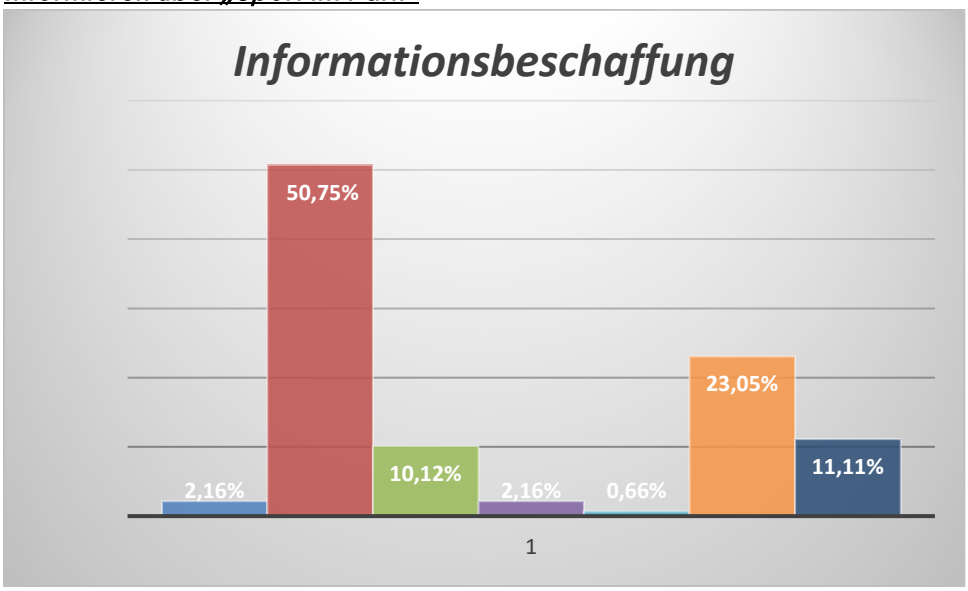

Abb. 12: Wie informieren Sie sich über die Aktualität der Angebote von „Sport im Park“?

Rund die Hälfte der Teilnehmenden (50,75%) informiert sich über die Webseite zur Tagesaktualität der Angebote. Damit wird unterstrichen, wie wichtig eine derartige Informationsplattform für das Programm ist. Danach folgt der Austausch mit Freunden und Bekannten (23,05%) vor Hinweisen von der Webseite des anbietenden Vereins (10,12%). Mit 2,8% sind die Social-Media-Kanäle wenig genutzte Medien zur Gewinnung von Informationen über das Programm.

Fragen zur Teilnahme und Fortführung der Bewegung

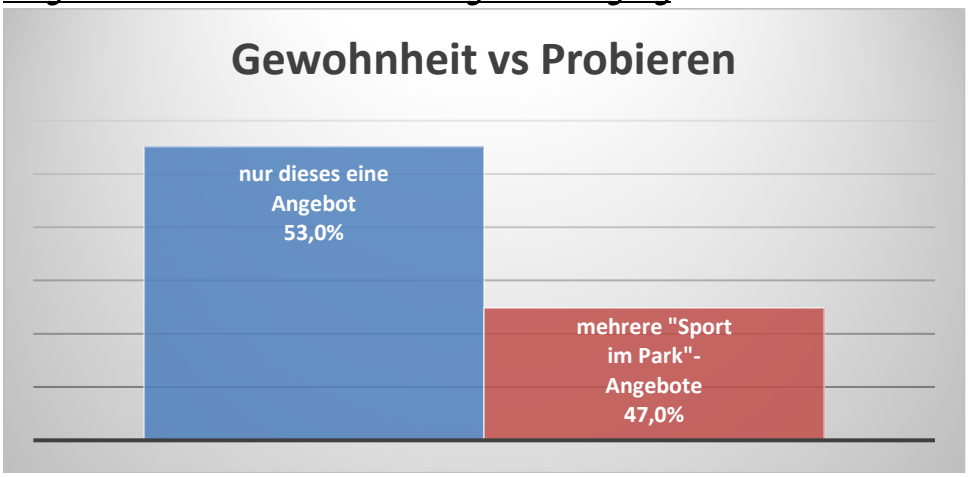

Abb. 13: Haben Sie ein oder mehrere Angebote von „Sport im Park“ besucht?

Mit 47% ist der Wert der verschiedene Angebote nutzenden Teilnehmenden erstaunlich hoch und dokumentiert damit die Beliebtheit und Vielseitigkeit des Programms.

Teilnahmeoptionen

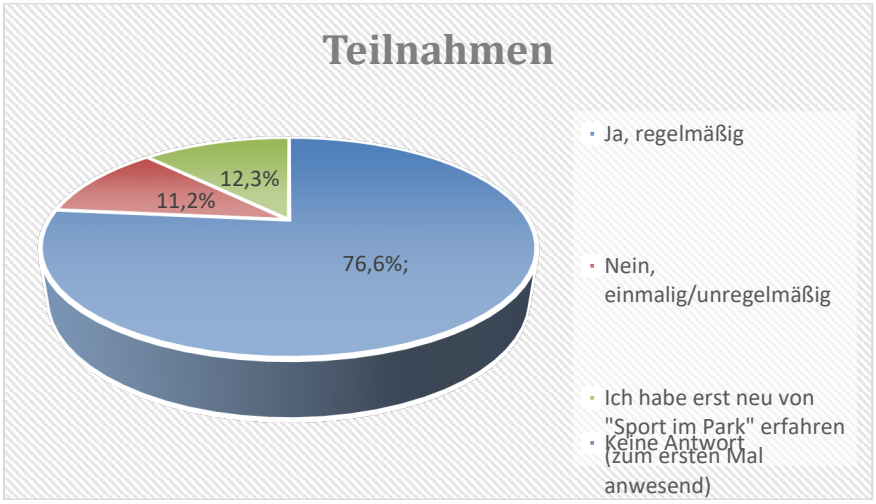

Abb. 14: Nutzen Sie die Angebote von Sport im Park regelmäßig?

Es spricht für das Programm und für das Angebot des Vereins, dass wiederholt eine derart hohe Zahl an wiederkehrenden Besuchern (77%) erreicht werden konnte. Die Anzahl von etwas mehr als 10 % erstmaliger Teilnehmender deutet darauf hin, dass auch im Verlaufe der Projektwochen immer wieder neue Personen hinzukommen und spontan mitmachen.

Motivierende Wirkung von „Sport im Park“

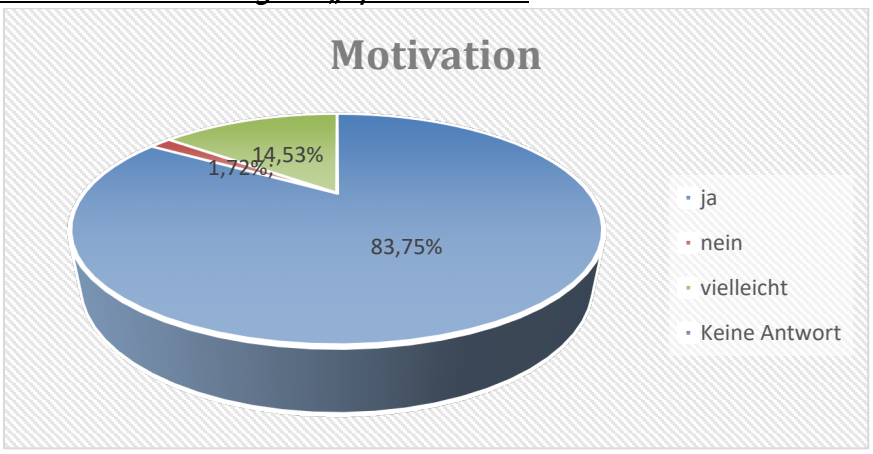

Abb. 15: Motiviert Sie „Sport im Park“ dazu, sich in Zukunft mehr zu bewegen?

Mit 84% positiven und nur 1,7% negativen Antworten darauf wird „Sport im Park“ seiner Zielstellung gerecht, den Berlinerinnen und Berliner zu einer längerfristigen Steigerung ihrer Bewegungs- und Sportaktivitäten zu verhelfen.

In einer weiteren Frage erklären 42% der Teilnehmenden sich nach „Sport im Park“ weiter individuell zu bewegen oder sich mit anderen Teilnehmenden zu treffen. 50% sind sich hier noch nicht ganz sicher und lediglich 8% wollen danach keinen Sport mehr regelmäßig ausüben.

Geplanter Vereinsbeitritt

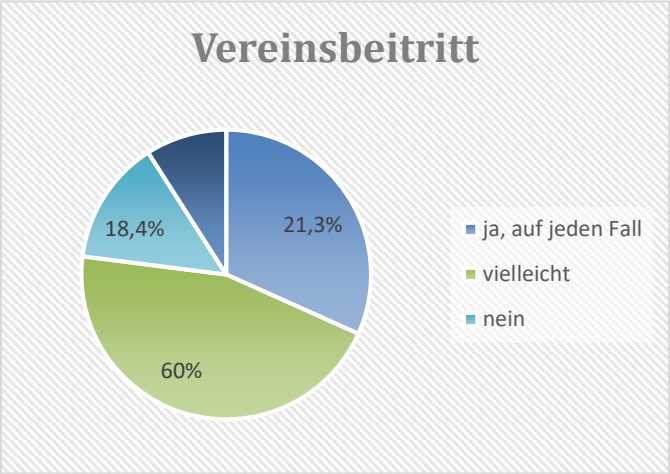

Abb. 16: Können Sie sich vorstellen, im Anschluss an „Sport im Park" Mitglied des Vereins, dessen Angebot Sie besucht haben bzw. überhaupt Mitglied in einem Sportverein zu werden?

Da ein erklärtes Ziel von „Sport im Park" die Förderung der Berliner Vereine ist, wird die Bereitschaft der Teilnehmenden abgefragt, im Anschluss an die Angebote Mitglied eines Sportvereins (dessen Angebot besucht wurde bzw. überhaupt in einen Sportverein einzutreten) zu werden. Ein knappes Drittel (21,3%) der Befragten bejaht dies, 60% sind sich noch nicht sicher und 18% verneinen dies.

► Bei der parallel erfolgten Befragung der Vereinsverantwortlichen wird mitgeteilt, dass es insgesamt 294 Vereinsbeitritte (149 weiblich / 145 männlich) nach der Saison gegeben hat. Die Aufnahme eines freiwilligen Engagements im Verein wird von 22 Teilnehmenden (14 weiblich / 8 männlich) vollzogen.

Geeignetheit der Parkanlage

Fast die Hälfte der Teilnehmenden hält die Parkanlage, in der das Angebot stattfand, für optimal geeignet, weitere 48% findet sie in Ordnung. Nur rund 3% halten den Standort für ungeeignet.

Gewünschte Parkanlagen

Erneut werden die Teilnehmenden auch nach ihren favorisierten Standorten befragt, an denen Angebote von Sport im Park stattfinden sollen.

Bezirk	**Favorisierte Parkanlagen**
Steglitz-Zehlendorf	Fischtalpark / Bäkepark / Am Erlenbusch Lilienthalpark
Tempelhof-Schöneberg	Hans-Baluschek-Park / Ceciliengärten / Naturpark Südgelände / Heinrich-Lassen-Park
Mitte	Michaelkirchplatz
Friedrichshain-Kreuzberg	Stralau
Pankow	Mauerpark / Schlosspark Pankow / Brennerberg / Arnimpark / Karow

Reinickendorf	Waldspielplatz Schulzendorfer Straße / Hermsdorfer Forst / An der Mühle / Märkisches Viertel / Ludwig-Lesser-Park
Charlottenburg-Wdf.	Schloss Charlottenburg / Halensee
Neukölln	-------
Treptow-Köpenick	Johannisthal / Adlershof / Schloss Köpenick / Wuhlheide / Treptower Park
Lichtenberg	Karlshorst
Spandau	------
Marzahn-Hellersdorf	Clara-Zetkin-Park / Theodorpark

Auffindbarkeit des Angebots

94% der Befragten geben an, den Standort des Angebots in der Parkanlage gut gefunden zu haben. Lediglich 4% der Befragten haben große Schwierigkeiten den Standort zu finden.

Bewertung des Angebots und der Übungsleitung

Das Leistungsniveau des Angebots wird von den Teilnehmenden der Befragung zu 95% als genau richtig bezeichnet. 1,5% empfinden das Leistungsniveau für zu hoch bzw. anstrengend und 3,5% für etwas zu gering.

Die fachliche Qualifikation der Übungsleitung wird von den Befragten zu 73% mit sehr gut bewertet. Lediglich 0,34% bewerten die Übungsleitung mit einem schlechten Zeugnis.

Den persönlichen Umgang der Übungsleitung mit den Teilnehmenden bewerten die Befragten zu 99% mit sehr gut und 1% mit nicht so gut.

► Die Auswertung dieser drei Fragen stellt den Übungsleitungen der Vereine ein sehr gutes Zeugnis aus. Dabei ist nicht nur erfreulich, dass die fachliche Qualifikation positiv bewertet wird, sondern diesem Personenkreis auch soziale Kompetenz und im Sinne der Inklusion und Integration auch notwendiges Einfühlungsvermögen attestiert wird.

Lob und Kritik

Nachstehend einige Äußerungen von Teilnehmenden zum Programmjahr 2022:

„Vielen Dank für dieses Engagement der Stadt! Es ist eine große Bereicherung für mich, auch da durch die Pandemie einige Freizeit-Angebote weggefallen sind und immer noch nur eingeschränkt stattfinden (u. a. Singgruppe). Mir tut die Bewegung und das Angebot sehr gut. Erlebe es als sehr inklusiv und für mich geeignet. Im Hinblick auf finanzielle Einschränkungen eine große Chance. (Vereinsbeitrag wäre für mich derzeit nicht leistbar.) Bitte fortsetzen! Es ist so eine tolle Chance, vom Sofa runter und in Bewegung zu kommen. Herzlichen Dank ihnen allen.“

„Ich habe früher immer Yoga im Studio gemacht, aber mit der Corona-Situation wollte ich nicht mehr in geschlossene Räume. Daher ist Sport im Park so genial! Und es hilft mir auch für meine psychische Gesundheit!“

„Sehr nette Teilnehmer und Trainer. Alle haben Spaß an den Übungen. Kein Leistungszwang. Sport unter freien Himmel ist einfach super. Meine Fitness verbessert sich von Mal zu Mal. Sport für Leute, die nur wenig Geld haben und sich keine teuren Fitnessstudios leisten können.“

„Sport im Park ist eine der coolsten Sachen, die ich dieses Jahr entdeckt habe. Bitte liebend gern noch mehr davon und vor allem bitte noch lange???? Die Krankenkassen bspw. profitieren ja auch total, wenn Menschen Sport machen und ihre Resilienz aufbauen!“

„Ich freue mich sehr, dass der Senat dieses wirklich gute Angebot fördert. Bitte unbedingt weiter so.“

„Es unglaublich schön zu sehen wie Menschen unterschiedlichen Alters gemeinsam für Sport zu begeistern sind. Vielen Dank an alle Personen die dies möglich!!! Eine wirklich sinnvolle Förderung!!!!“

„Unangemessene Kommentare von Passanten: Die machen Hausfrauengymnastik.“

„Wegen Minirente kann ich nur an solchen kostenlosen Angeboten teilnehmen, eine Mitgliedschaft im Verein kann ich mir leider nicht leisten. Deshalb bin ich sehr glücklich über diese kostenfreien Angebote.“

Die letzten Fragen geben den Teilnehmenden die Möglichkeit, **Kritik** zu üben bzw. **Wünsche** und **Verbesserungsvorschläge** für das Programm zu äußern.

Mit weitem Abstand werden von der überwiegenden Zahl der Beteiligten die **qualifizierte, freundliche und engagierte Anleitung durch die Übungsleitungen** gelobt. In gleichem Maße geschätzt wird die Tatsache, dass die Angebote **draußen** an der frischen Luft stattfinden.
Die **Kostenfreiheit** der Angebote und die **Unverbindlichkeit** sind ebenso zwei Faktoren, die von der Mehrheit der Teilnehmenden begrüßt werden. Einen weiteren wichtigen Stellenwert nehmen hier auch die sozialen Kontakte und Begegnungen mit anderen Menschen ein. Das zeigt, dass derartige Bewegungsprogramme gerade in einer Metropole wie Berlin eine eminent wichtige gesellschaftliche Bedeutung besitzen und diese Angebote weit über die sportliche Betätigung des Einzelnen hinausgehen.

Im Vergleich dazu fallen die Verbesserungsvorschläge oder auch kritischen Beiträge erheblich geringer aus. Die meisten Teilnehmenden äußern hierbei wie 2021 den Wunsch, dass die **Angebote auch im Winter oder erheblich länger** stattfinden - entweder ebenfalls draußen oder mit Ausweichmöglichkeiten in geschlossenen Räume bei schlechtem Wetter.

Am häufigsten wird der Wunsch nach **ganzjährigen Angeboten** geäußert, wobei die Nachfrage und Teilnahme an den erstmalig im November durchgeführten Angeboten ggü. den Vormonaten stetig geringer wurden und somit die übermittelten Teilnehmendenzahlen sich nicht mit dem schriftlich erklärten Bedarf an wohnortnahen, kostenlosen und Übungsleiterbetreuten Bewegungsangeboten über den Sommer hinaus decken.

Weiter ist festzustellen, dass der überwiegende Teil der Teilnehmenden das klassische Vereinsmodell nicht attraktiv und zu verpflichtend empfindet, so dass hier definitiv ein Ansatzpunkt besteht, sich weitere Gedanken zur Frage des künftigen Angebotsumfangs im Zusammenhang mit einer besseren Anbindung an einen Sportverein zu machen.

Ein wiederum häufig geäußerter Kritikpunkt sind die (angeblich) zu geringen Werbemaßnahmen. Hier wünschen sich die Teilnehmenden generell **mehr und früher geschaltete Werbung, insbesondere in den Kiezen**. Auch eine **regelmäßigere Aktualisierung der Webseite** bei Ausfällen und mehr Möglichkeiten, sich außerhalb des Internets über die Angebote zu informieren gehören zu den Anregungen.
Ein weiterer Wunsch ist die **bessere Kennzeichnung der Orte** und Flächen, in denen die Angebote stattfinden.

3. Befragung der Übungsleitungen

Der zweite Schritt der Evaluation bestand aus der Befragung der Übungsleiterinnen und Übungsleiter (im Folgenden: ÜL), die Angebote im Rahmen von „Sport im Park“ durchführten. Diese fand in Form von Fragebögen mit offenen Fragen, die ebenfalls über die Sportvereine per Email versendet worden waren, statt. Für diesen Teil der Evaluation wurden **69 ausgefüllte Fragebögen von ÜL aus allen 20 Vereinen** anonymisiert ausgewertet.

Geschlecht der Übungsleitungen

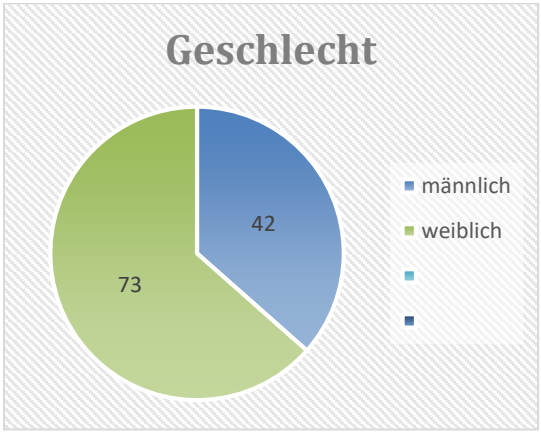

Abb. 17: Geschlecht der Übungsleitungen

Hier hat es eine interessante Änderung gegeben. Während 2021 der jeweilige Anteil der Übungsleitungen bei fast 50% gelegen hatte und im Hinblick auf das Geschlecht eine Ausgewogenheit dokumentiert wurde, hat es hier eine erhebliche Steigerung der Anzahl weiblicher Übungsleitenden gegeben. Diese steht prozentual in etwa im gleichen Verhältnis wie die weibliche Anteil der Teilnehmenden.

Alter der Übungsleitungen

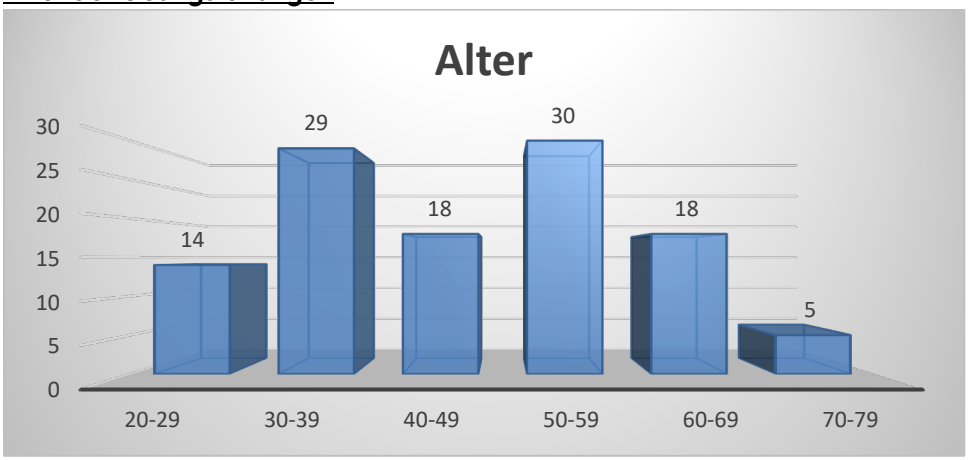

Abb. 18: Alter der Übungsleitungen

Auch hier zeigen die Altersunterschiede bei den Übungsleitungen, dass trotz des Schwerpunktes in der Altersklasse 30-69 Jahre auch jüngere bzw. ältere Personen hier zum Einsatz kommen, was den Angeboten und den primär zuzuordnenden Zielgruppen zu gute kommt. Der/Die älteste Übungsleitende war 77 Jahre, der/die Jüngste 21 Jahre alt.

Qualifikation der Übungsleitungen

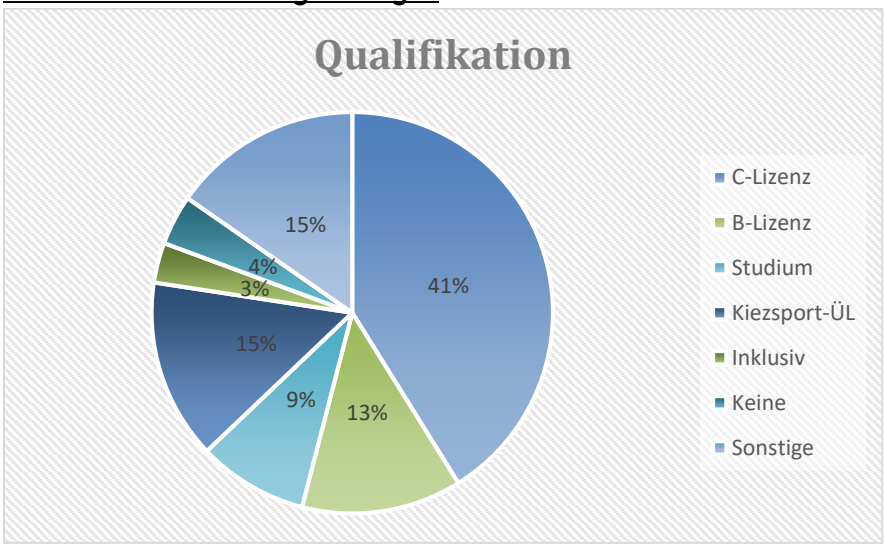

Abb. 19: Qualifikation der Übungsleitungen

Unter „Sonstige“ werden spezielle Qualifizierungen zu TaiChi, Yoga, Energy Dance und Skatehockey angegeben.

► Die Vielzahl der hier angegebenen Qualifikationen überrascht, da bislang lediglich zwei Honorarkategorien abgerechnet wurden. Zudem erschließt sich aus den jeweiligen Bezeichnungen nicht sofort, welche Schulungsmodule und Aufwendungen mit diesen Zertifizierungen verbunden sind. Hier besteht Bedarf an konkreteren Informationen zu den Qualifikationen der Übungsleitungen auch im Hinblick auf die Honoraranhebung zu „Sport im Park Inklusiv“.

Teilnehmende der Angebote / Erreichen der Zielgruppe

92% der befragten ÜL sind sich darin einig, dass „Sport im Park“ in seiner jetzigen Form **dazu geeignet** ist, mehr Berlinerinnen und Berliner in Bewegung zu bringen.

28% der befragten ÜL schätzen den Anteil eher **bewegungsinaktiver Teilnehmender** an dem Angebot auf ca. die Hälfte. 34% sind der Auffassung, dass weniger als die Hälfte der Teilnehmenden zu diesem Kreis zu rechnen sei. Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden vermuten rund 27% der befragten ÜL.

94% der befragten ÜL halten ihr eigenes **Angebot** im Rahmen von Sport im Park **für geeignet**, den Personenkreis eher inaktiver Menschen anzusprechen und zu mehr Bewegung zu motivieren.

Anteil an Vereinsmitgliedern

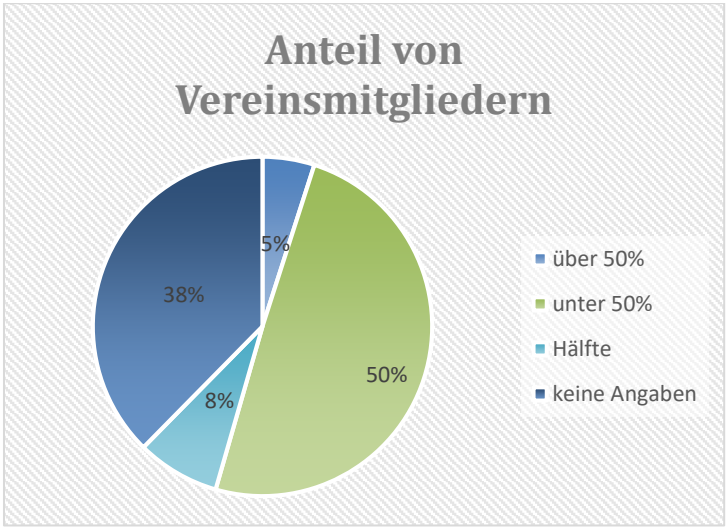

Abb. 20: Teilnahme von Vereinsmitgliedern

Knapp 20% der Teilnehmenden waren bereits im vergangenen Jahr dabei. Auf die weitere Frage wie hoch der Anteil der Teilnehmenden geschätzt wird, die bereits im Jahr zuvor das Angebot wahrgenommen haben, geben immerhin 62% der befragten ÜL an, dass sie Teilnehmende wiedererkannt haben.

► Diese Aussage lässt folgende Schlussfolgerungen zu. Zum einen bestätigt diese Zahl die Annahme, dass sehr viele Teilnehmende viel Spaß und Freude an den Angeboten besitzen, um diese auch im Folgejahr wieder mitzumachen. Dieser Teil der Aussage ist positiv zu bewerten, da dieser Personenkreis somit nachhaltig in der Bewegung verbleiben will bzw. verbleibt. Andererseits scheinen die Motivation und das Interesse oder auch die persönlichen Möglichkeiten langfristig in einen Sportverein einzutreten dadurch geringer zu sein.
Nach Ansicht der ÜL kamen rund 90% der Teilnehmenden überwiegend **regelmäßig** zu den Angeboten.

Zielgruppenansprachen

Auf Befragung der ÜL geben weniger als die Hälfte an, von ihrem Verein bzw. ihrer Projektleitung direkt gebeten worden zu sein, Zielgruppenansprachen außerhalb des Angebots durchzuführen.

► Nach gegenwärtiger Auffassung scheint die direkte Ansprache am effektivsten zu sein, wenn es um die Gewinnung neuer und dabei möglichst bewegungsferner Teilnehmender geht, zumal die Personen sich bereits im Park aufhalten und den Standort somit kennen. Die Tatsache, dass über die Hälfte der Übungsleitungen hierzu von ihren Vereinen weder aufgefordert noch gebeten worden ist diese persönlichen Ansprachen zumindest vor, während und nach der Angebotsstunde durchzuführen, ist klärungsbedürftig. Nach Rücksprache mit den Vereinsverantwortlichen wurde hierzu rückgekoppelt, dass sich die Übungsleitungen hierzu weder zeitlich noch von ihrer Qualifizierung her in der Lage zu sehen. Weiter spielt die Frage der Vergütung zusätzlicher Zeit für Sprechstunden eine Rolle. Hierzu bedarf es weiterer Dialoge mit den Vereinsverantwortlichen, aber auch ggf. mit den Übungsleitungen, um hier eine Steigerung dieser Vor-Ort-Ansprachen zu erzielen.

Auf weitere Nachfrage, wo die direkten Zielgruppenansprachen durchgeführt worden sind, gibt es folgende, sehr unterschiedliche Angaben. Am häufigsten werden Ansprachen in der Nachbarschaft oder Freundeskreis („Mund-Mund-Propaganda“), in den jeweiligen Parks, in Einrichtungen, über Social Media oder nebenan.de genannt. Weitere geeignete Orte sind Supermärkte, Wohnungsbaugesellschaften, Betriebe, Cafes, Schulen, Kitas oder Bibliotheken. Zusätzlich werden Plakate aufgehängt oder Aufkleber verteilt.

Zusammenarbeit mit dem eigenen Verein und weiterer Austausch

Mit zwei Ausnahmen wird die Zusammenarbeit mit dem eigenen Verein positiv bewertet, so dass davon auszugehen ist, dass der Informationsfluss zwischen dem im Verein angesiedelten Projektverantwortlichen und den ÜL reibungslos stattgefunden hat. Laut Aussage der ÜL fehlen ihnen keine Informationen und auch Verbesserungswünsche werden nicht geäußert.

► Rund 75% der **Übungsleitungen** sind an einem **Treffen vor Beginn der Saison** und einem Austausch untereinander interessiert.

Inklusion

Rund 75% der ÜL sind der Auffassung, dass Sport im Park ein geeignetes Programm für Menschen mit Behinderungen ist bzw. Menschen mit Beeinträchtigungen in Bewegung zu bringen.

84% der ÜL sind davon überzeugt, dass ihr derzeitiges Angebot bereits geeignet ist, diesen Personenkreis anzusprechen und in Bewegung zu bringen.

85% der ÜL erklären sich bereit ihr Angebot ggf. noch anzupassen, damit der Personenkreis mit Beeinträchtigungen am Programm teilnehmen kann und keinerlei Einschränkungen erfährt.

Probleme in der Organisation und Geeignetheit des Standorts

Von 117 abgegebenen Fragebögen haben 31 Übungsleitende Hinweise und Anmerkungen zur Geeignetheit ihrer Standorte.

Diese lassen sich in folgende Kategorien unterteilen:

- Verschmutzung der Grünflächen durch Müll, Glassplitter, Hundekot
- nicht gemähte Grünflächen
- Unebenheiten, Löcher in den Grünflächen
- Belästigung durch Hunde, betrunkene Parkbesucher
- Im Sommer: verdorrte Grünflächen, staubiger Untergrund

► 96% der ÜL halten ihren Standort bzw. den genutzten Park für Ihr Angebot für geeignet.

Wünsche und Verbesserungsvorschläge für „Sport im Park" 2022

Die überwiegende Mehrzahl der Übungsleitenden wünscht sich mehr, bessere, frühere und individuellere Werbung. Dieses hängt vermutlich mit den zum Teil unbefriedigenden Teilnehmendenzahlen an bestimmten Standorten zusammen. Es könnte hier sinnvoll sein, den Übungsleitenden den Umfang der Werbung zu skizzieren und zu verdeutlichen, dass auch die Vereine hier ihren kiezbezogenen Bewerbungsanteil tragen müssen.

Folgende weitere Wünsche wurden von den Übungsleitungen genannt:

- Ganzjährige Angebote
- Feste Ausschilderung in den Parks
- Weste mit Aufdruck zum besseren Erkennen
- Übersichtlichere Webseite
- Informationen für Ältere
- Bereitstellung von Materialien für Fahrradtransporte

Die nur einfach genannten Wünsche werden hier nicht weiter aufgeführt oder berücksichtigt.

4. Befragung der zuständigen Projektleitungen der Vereine

Der Fragebogen an die Projektverantwortlichen der Sportvereine wurde 2021 erheblich erweitert und vereinheitlicht, um mehr Informationen zu erhalten, die vergleichbar und bewertbar sind. Daher wird dieser Fragebogen auch als Ersatz für den bisherigen Sachbericht im Rahmen des Verwendungsnachweises beim Zuwendungsverfahrens anerkannt. Demzufolge haben bis zum Stichtag 14 von 15 teilgenommenen Vereine diesen ausgefüllt eingereicht.

Motive für die Teilnahme an „Sport im Park“ / Erwarteter Nutzen für den Verein

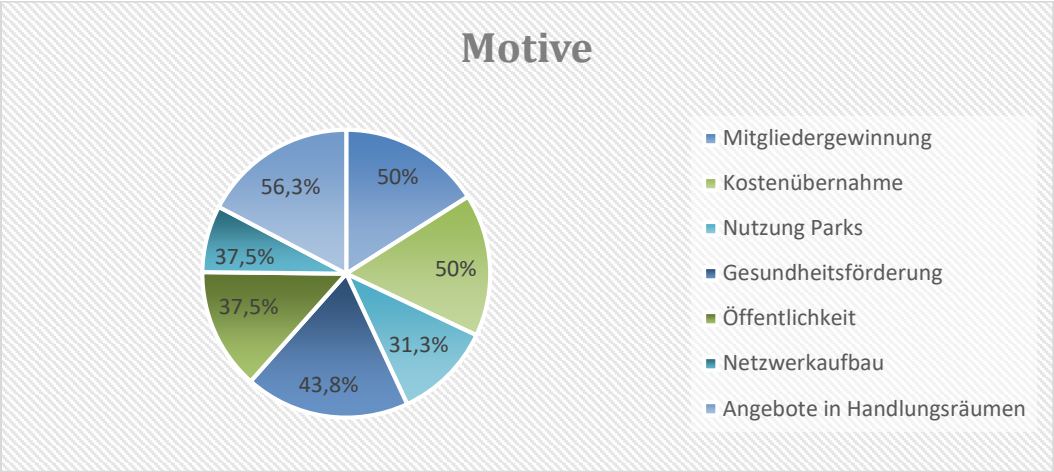

Abb. 21: Aus welchen Gründen haben Sie sich entschieden, als Verein an Sport im Park (erneut) teilzunehmen?

Die Beantwortung der Motive der Vereine für eine Teilnahme am Programm hat sich gegenüber den Vorjahren nicht verändert und lässt den Schluss zu, dass es in der Regel nicht nur einen Grund gibt, sich erneut am Programm zu beteiligen.

Bewertung der Motiverfolge

(„Haben sich Ihre mit dem Projekt verbundenen Annahmen, Wünsche oder Vorstellungen realisieren lassen?“)

Aus Sicht der Vereine sind nur 31,3% (im Vorjahr 60%) der Auffassung, dass die mit dem Projekt verbundenen Annahmen, Wünsche und Vorstellungen realisiert werden konnten. Immerhin 43,8% der Vereine bewertet ihre Projekte zumindest teilweise erfolgreich. Es gibt zwei Vereine (TSV Spandau 1860 e. V. und ALBA Berlin e. V.), die mit dem Projektverlauf unzufrieden gewesen sind.

Umfang der und Erfahrung mit den Angeboten

(„In welchem Umfang haben Sie in diesem Jahr Angebote gemacht?“)

Da ausschließlich Vereine an Sport im Park teilnehmen konnten (vorläufige Haushaltswirtschaft), die auch 2021 dabei waren, und der Angebotszeitraum verlängert werden konnte, ist die Steigerung der Angebotsanzahl nicht überraschend. 9 Vereine haben dabei mehr Angebote als im Vorjahr gemacht, 5 Vereine gleichbleibend viele.

Weiter wird nach den Erfahrungen der Angebote gefragt. Danach ist fast die Hälfte der Vereine der Auffassung, dass der Erfolg eines Angebots von der Bewegungsform, dem Standort und der Uhrzeit des Angebots abhängig ist. Zwei Vereine zeigen sich unzufrieden mit den Erfahrungen hinsichtlich ihrer Angebote.

Teilnehmende der Angebote / Erreichen der Projektziele und der Zielgruppe

Zunächst wird gefragt, wie hoch nach Ansicht der Vereine die angesetzten Teilnehmendenzahlen sein sollen (bisherige Vorgabe waren 8-10 Teilnehmende/Angebot). Rund 44% der Vereine sind der Auffassung, dass diese Zielgröße erreichbar und daher auch ansetzbar ist. 19% der Vereine halten eine durchschnittliche Teilnehmendenzahl von 5-8 Teilnehmenden für realistisch. Vier Vereine plädieren für erheblich höhere Teilnehmendenzahlen (bis zu 20 TN).

Erreichen der Projektziele

(Wurden Ihres Erachtens die Projektziele erreicht?“)

Nach Auffassung von 5 Vereinen werden die Projektziele erreicht, 7 Vereine geben an, dass die Ziele teilweise erreicht wurden. 2 Vereine haben die Projektziele nicht erreicht.

Erreichen der Zielgruppe

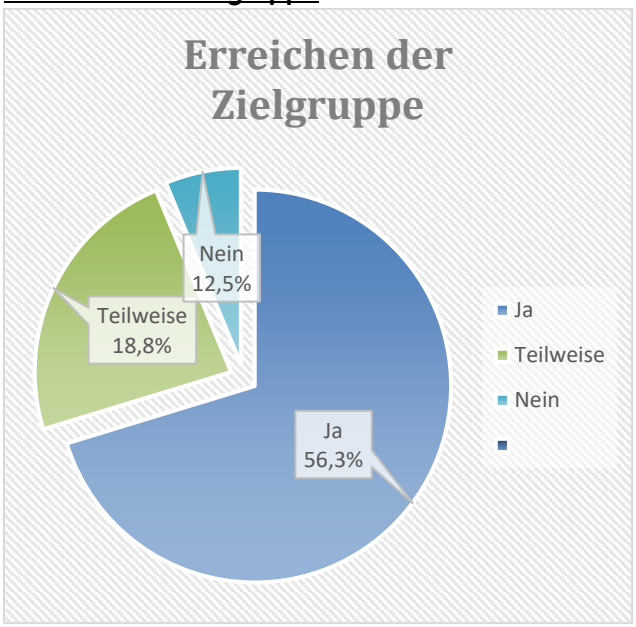

Abb. 22: Erreichen die Angebote Ihres Vereins Ihrer Einschätzung nach die Zielgruppen?

(Was glauben Sie sind die Hauptfaktoren für das Fernbleiben der angesprochenen Zielgruppen von regulären Vereinssportangeboten?“)

Die größten Schwierigkeiten für das Fernbleiben der angesprochenen Zielgruppen werden in der Problematik der **Ansprache** und der **festen Bindung an einen Verein** gesehen. Danach folgt gleich die Einschätzung, dass finanzielle Hürden ursächlich dafür sind, dass die gewünschten Zielgruppen von regulären Vereinssportangeboten fernbleiben.

Geeignete Angebotskategorien

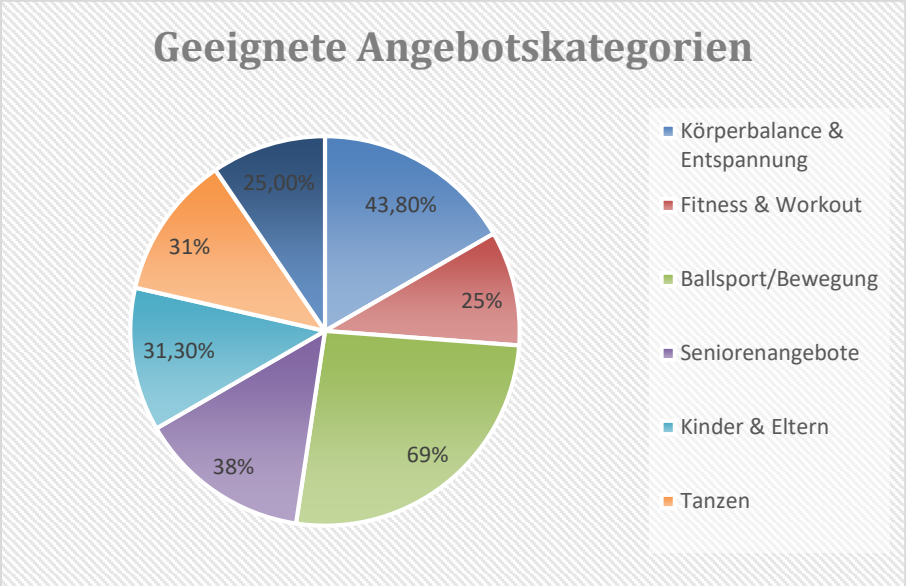

Abb. 23: Welche Angebote bzw. Angebotskategorien sind Ihrer Auffassung nach geeignet, die genannten Zielgruppen zu erreichen oder am leichtesten zu motivieren mitzumachen?")

► Das Ergebnis dieser Umfrage zeigt, dass die bisherigen Angebotskategorien gut angenommen werden und geeignet sind, das Programm Sport im Park entsprechend fortzuführen.

Fast zwei Drittel der Vereine (70%) ist zudem bereit, seine Vereinsangebote ggf. entsprechend anzupassen oder zu erweitern, um Teilnehmende auch nach der Saison weiter in ihrem Verein bewegen zu können.

Haben Sie die Übungsleitungen aufgefordert oder gebeten, im Rahmen der Durchführung ihrer Angebote Menschen im Park persönlich anzusprechen und zur Teilnahme zu bewegen?

12 Vereine haben eine derartige Ansprache an ihre Übungsleitenden gemacht, zwei Vereine haben diese teilweise ausgeführt. Dieses Ergebnis deckt sich allerdings nicht mit der Aussage der Übungsleitenden zur gleichen Frage und muss nun genauer untersucht werden.

Würde Ihr Verein Bewegungssprechstunden durchführen? Darunter sind Sprechstunden zu verstehen, die entweder im Park, bei Veranstaltungen oder im öffentlichen Raum vom Verein durchgeführt werden, um Menschen direkt vor Ort auf ihre Angebote anzusprechen und dafür zu werben?

9 Vereine erklären sich mit diesem Zusatzmodul zur potentiellen Erweiterung der Teilnehmendenzahlen einverstanden, lediglich vier Vereine (Kiezsport e. V., Kadeshi e. V., Entspannung mit System e. V. und ALBA e. V.) sprechen sich dagegen aus.

Qualifizierung der Übungsleitungen

Wie sieht die Struktur bei Ihren Übungsleitungen aus?")

Auf Nachfrage geben 8 Vereine an über ihre Übungsleitungen komplett selbst zu verfügen. Jeweils zwei Vereine verfügen über 80-90% an eigenen Übungsleitungen und füllen den Restbedarf mit Sportstudenten*innen. Ein Verein nutzt das Instrument der Akquise zu 10%, um den Übungsleitendenbedarf abdecken zu können.

Lizensierung

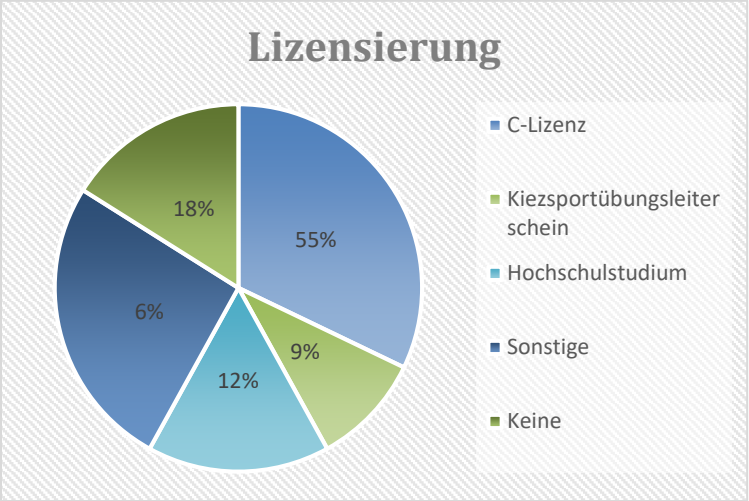

Abb. 24 Welche Lizenz und/oder Zusatz-Qualifikation haben Ihre eingesetzten Übungsleitungen?

Die Beantwortung dieser Frage deckt sich mit den Angaben der Übungsleitungen. Es ist auch hier zu erkennen, dass es bei den Qualifizierungen weit mehr als nur die Kategorien C-Lizenz, B-Lizenz und Kiezsportübungsleiterschein gibt.

Folgende zusätzliche Qualifizierungsmerkmale werden dabei von den Vereinen angegeben:

- Lizenz über Behinderten-Sportverband
- Reha-Schein-Lizenz oder Reha-Ausbildungen
- BTFB-Bescheinigung
- Keep Moving-Trainerschein

(„Verfügen Ihre Übungsleitungen bereits über eine Qualifizierung für inklusive Sportangebote?“)

10 Vereine geben auf Nachfrage an bereits über einige Übungsleitungen zu verfügen, die eine **Qualifizierung für inklusive Sportangebote** besitzen. Keine derartigen Übungsleitungen besitzen der Softball-Club Berlin e. V, ALBA Berlin e. V., Ev. Sportarbeit Berlin-Brandenburg e. V., Fit&Fun Marzahn e. V., Kadeshi e. V., Rot-Weiß Viktoria Mitte e. V., Spreewölfe Berlin e. V., Stadtbewegung e. V., TSV Spandau 1860 e. V. und der VSG Altglienicke e. V

Durchgeführte Werbemaßnahmen (Anzahl der Vereine)

(„Wie haben Sie Ihre Angebote als Verein im Hinblick auf die Personengruppen und Zielgruppen beworben?“)

- Flyerverteilung (12 Vereine)
- Persönliche Ansprache (12 Vereine)
- Netzwerkpartner (9 Vereine)
- Website Verein (13 Vereine)
- Social Media (12 Vereine)

Folgende Netzwerkpartner werden beteiligt bzw. weitere Ansprachemodule von den Vereinen hierzu beschritten:

Entspannung mit System e. V.:
Nachbarschaftsnetzwerke (Bsp. Seniorennetzwerk) / Plakataufhängung in Wohnhäusern / Selbsthilfegruppen / Größere Arbeitgeber der Mitglieder

SC Lebenshilfe e. V.:
Netzwerkpartner der Behinderten- und Altenhilfe / Bezirksamt / Nachbarschaftsheime

GESUfit e. V.:
QM / Nachbarschaftstreff / BENN-Büro / Netzwerkrunden / Supermärkte / Apotheken / Arztpraxen / Kirchengemeinden

Kiezsport Berlin e. V.:
Parkanlagen / Apotheken / Arztpraxen / Kiezsportlotsin Mitte / Möckernkiez e.G. / Nachbarschaftszentrum / Netzwerke

Sportkinder Berlin e. V.:
Familienzentren / Stadtteilzentren und -konferenzen / Kitas und Grundschulen / QM / Bezirkssportbund / Dienststellen des Bezirksamtes

Spreewölfe Berlin e. V. :
Mailverteiler der Vereinsmitglieder

Stadtbewegung e. V.:
Newsletter / Vereins-App /

TSV Berlin-Wittenau e. V.:
Netzwerke / QM / Bildungsverbund / Jugendzentren / Dienststellen Bezirksamt / Wohnungsbaugenossenschaft / Schulen / Senioreneinrichtungen / Märkisches Viertel / Edeka

TSV Spandau 1860 e. V.:
Inserat in Zeitschrift „Spandau-Heute“ /

Kadeshi e. V.:
Supermärkte / nebenan.de / Sportgeschäfte

ALBA Berlin e. V.:
Mailing an Firmen / Unternehmen im Umkreis

Turngemeinde in Berlin e. V.:
Sportvereine / Ufa-Fabrik / Clubs / Netzwerke / GSJ

► Diese Optionen sollen zusammengefasst und allen Vereinen zur Verfügung gestellt werden, um ihnen ggf. bisher noch nicht genutzte Möglichkeiten vorzustellen, gezielte Werbemaßnahmen durch Kontaktpartner, Organisationen oder andere Kanäle durchzuführen.

Kommunikation

(„Wie ist Ihre Meinung zu den Ansprachemodulen?“)

In diesem Jahr wurden den Übungsleitungen über die Projektverantwortlichen für bestimmte Situationen sogenannte „**Ansprachemodule**“ bereitgestellt, um diese für das Programm sehr wichtigen Informationen an die Teilnehmenden weiterkommunizieren zu können. Diese Hilfestellung wird von 11 Vereinen als gute Unterstützung und hilfreich angesehen, weitere 9 Vereine haben hierzu noch kein abschließendes Meinungsbild.

► Eine Fortführung der Bereitstellung bestimmter Ansprachemodule, u.a. zur Erklärung des Programmhintergrunds, zu der Beteiligung an der Umfrage, zu inklusiven Elementen des Programms usw., wird für dringend notwendig erachtet und soll fortgeführt werden.

(„Wie lief aus Ihrer Sicht die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Verein und der Senatsverwaltung für Sport?“)

Die Kommunikation zwischen Verein und Senatsverwaltung für Sport wird von 13 Vereinen als positiv beschrieben, für einen Verein ist sie durchwachsen gewesen.

(„Wie findet die Kommunikation mit Ihren Übungsleitungen statt?“)

Die Weitergabe der Informationen erfolgt durch die Weiterleitung der Infobriefe der Senatsverwaltung für Sport oder durch regelmäßige Austausche mit den Übungsleitungen im Verein, telefonisch, per Mail oder im Rahmen von Trainertreffen.

(„Wie lief aus Ihrer Sicht die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Verein und der Agentur Glow?“).

Die Kommunikation mit der Agentur wird von 6 Vereinen mit gut bewertet (im Vorjahr waren es noch 15). Sechs Vereine finden die Zusammenarbeit durchwachsen, keiner aber als schlecht.

Honorarhöhen

Erstmalig wurden die Vereinsverantwortlichen nach der ihrer Auffassung angemessenen Honorarhöhe für Übungsleitende und Projektverantwortliche befragt.

Honorarvorstellung für lizensierte Übungsleitende

9 Vereine halten das derzeitig gestaffelte Honorar für ausreichend, drei weitere Vereine halten die ohnehin für 2023 geplante Anhebung auf 30 € bei inklusivem Schulungsnachweis für angemessen. Danach sind lediglich drei Vereine der Auffassung, dass das Honorar noch höher ausfallen müsste (35 € von Kiezsport e. V. und Entspannung mit System e. V. und 40 € vom TSV Spandau 1860 e. V.).

Honorarvorstellung für Projektverantwortliche

Von 16 Vereinen haben hier neun Vereine eine konkrete Honorarvorstellung abgegeben. Diese schwankt zwischen 20 € und 50 €/Stunde. Bislang wird das Honorar je nach Angebotsumfang gestaffelt an die Vereine ausgezahlt.

Öffentlichkeitsarbeit

Im erweiterten Fragebogen werden zusätzliche Nachfragen zur eigenen Öffentlichkeitsarbeit des Vereins gestellt, um auch hier Schlussfolgerungen für kommende Projektjahre ziehen zu können.

(„Wer ist im Verein für die Weitergabe von Absagen oder Änderungen bzw. die Übersendung der Teilnehmendenlisten zuständig?“)

Für die Weitergabe der Absagen oder Änderungen im Programm zeichnen sich 11 Projektverantwortliche und 3 Übungsleitungen verantwortlich.

Alle Vereine haben auf ihrer Vereins-Webseite auf die Angebote von Sport im Park hingewiesen und eine Verlinkung zum Gesamtangebot (zur Webseite von Sport im Park) umgesetzt. Im Jahr zuvor waren hier noch einige Vereine säumig gewesen.

Social Media

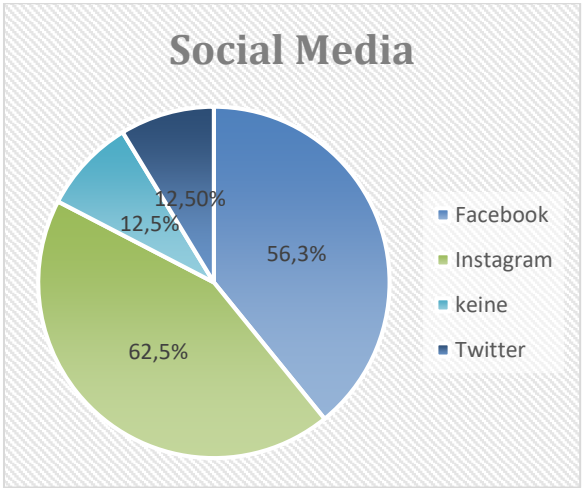

Abb. 25: Welche Social-Media-Verfahren wurden aktiv betrieben und darin regelmäßig über Sport im Park berichtet?

Hier hat es im Bereich von Instagram, das von Seiten der Senatsverwaltung für Sport und der Agentur favorisiert geschult und zusätzlich honoriert wurde, eine klare Nutzungssteigerung gegeben. In diesem Bereich haben die Vereine mit wenigen Ausnahmen stark aufgeholt bzw. ihre Anstrengungen zum Erlernen und zur Anwendung des Programms verstärkt. Es ist zu prüfen, mit welchem Aufwand dieses 2023 von Seiten der Senatssportverwaltung weiter betrieben werden muss.

2021 wurde das **Flyer- und Plakatverfahren** geändert. Hierzu gibt es über das Canva-System ein Muster mit diversen Motiven, das es den Vereinen ermöglicht, ihre individuellen Angaben zu den Angeboten inklusive Vereinslogo dort einzufügen, die Bestellung der Druckexemplare selbst auszulösen und jederzeit Veränderungen vorzunehmen. Die Umstellung des Verfahrens beinhaltet Kosteneinsparungen und eine Steigerung der Flexibilität.
2022 wird zudem noch das **Backend-Verfahren** eingeführt, das es den Vereinen ermöglicht, jederzeit Änderungen und Anpassungen ihrer Angebote auf der Webseite vorzunehmen. 13 Vereine bewerten diese Vereinfachung und nutzerorientierte Verbesserung positiv, nur ein Verein hat diese Umstellung negativ bewertet (und selbst das Verfahren auch nicht angewandt).

Probleme in der Organisation und Durchführung

(„Welche Probleme gab es in der Organisation oder Durchführung Ihrer Angebote im Rahmen von Sport im Park?“)

Erfreulicherweise werden hier nur wenige Punkte genannt, die im Rahmen der Durchführung des Projekts als problematisch angesehen wurden. Nur noch zwei Verantwortliche sehen Schwierigkeiten bei den **Honorarunterschieden** zwischen dem Verein und der Senatsverwaltung.

► Weiterhin wird von der Hälfte der Vereine der zu hohe zeitliche Aufwand für die Projektleitungen im Hinblick auf die administrative, organisatorische und fiskalische Abwicklung des Projekts als problematisch angesehen.

Weitere einzeln genannte Kritikpunkte sind die „gefühlt“ geringere Werbung, der Mangel an Übungsleitenden und die Problematik der Unterscheidung zwischen Angeboten von Berlin bewegt sich und Sport im Park.

Wünsche und Verbesserungsvorschläge

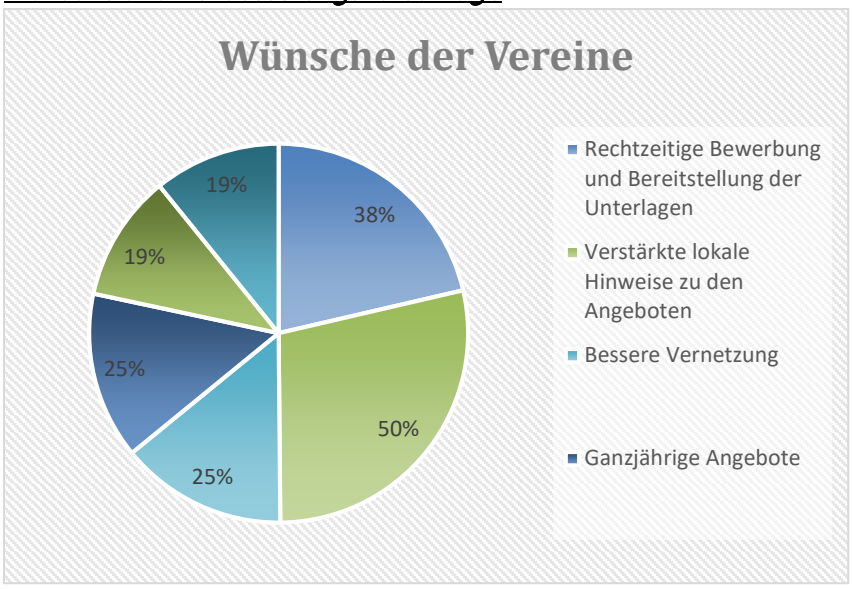

Abb. 26: Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für das Projekt Sport im Park?

Folgende Wünsche werden nur einfach genannt und hier im Einzelnen aufgeführt:

- Nutzung von Tablets für die Befragung der Teilnehmenden (Sportkinder e. V.)
- Einheitlicher Aushang mit Infos in den Parks (Spreewölfe e. V.)
- Passenderes Fotomaterial beim Marketing (Stadtbewegung e. V.)
- Verzicht auf teure Agenturleistungen (Stadtbewegung e. V.)
- Mobilere Banner (Stadtbewegung e. V.)
- Ausgewiesene Bewegungsflächen im Park (Stadtbewegung e. V.)
- Übungsleitende-Fragebögen in digitaler Form (Stadtbewegung e. V.)

Abschlussstatement der beteiligten Vereine

(„Könnten Sie sich vorstellen, dass Ihr Verein nächstes Jahr erneut mit Angeboten an Sport im Park teilnimmt?“)

Von 15 Projektvereinen haben 14 ihre Bereitschaft erklärt, auch im kommenden Jahr wieder an dem Programm „Sport im Park“ teilnehmen zu wollen.

E Zusammenfassung der Ergebnisse

Die dreiteilige Evaluation, die zusätzliche Erhebung von deskriptiven Daten und die Beobachtung durch aktive Teilnahme an den Angeboten ermöglicht eine mehrperspektivische Betrachtung des Programms „Sport im Park“ im Jahr 2022, die in nachstehende Handlungsempfehlungen münden.

Handlungs-empfehlungen	**Zuständig**	**Umgesetzt in 2022**	**Umsetzbar in 2023**	**Bemerkungen**
Steigerung der Zielgruppenzahlen	SenSport	nein	✓	Einführung SiP Inklusiv
Höhere Teilnehmendenzahlen	SenSport	✓	✓	
Verlängerung Bewilligungszeitraum	SenSport	✓	nein	Max. Zeitraum von Mai-Okt
Regelmäßige Ortsbesuche	SenSport	nein	✓	
Verlängerung des Durchführungszeitraums	SenSport	✓	nein	Max. Zeitraum von Mai-Okt
Bereitstellung Leitfaden Zuwendungsverfahren	SenSport	✓	---	erledigt
Fachaustausch mit anderen Städten	SenSport	---	---	Planung für 2024
Reduzierung des administrativen Aufwands für die Vereine	SenSport	teilweise	teilweise	
Bereitstellung von Ansprachemodulen für Übungsleitungen	SenSport	✓	✓	
Einbindung QPK´s / OE SPK / QM / SenStadt	SenSport / GPG	✓	✓	
Fortbildungen Übungsleitungen	SenSport	✓	✓	Inklusives Schulungs-modul
Weitere Fortbildung „Methoden der Konfliktlösung“ und Ansprachetechniken	SenSport	---	---	Planung für 2024
Kombination mit ÜL-Assistenten vom BSB	SenSport	---	✓	
Regelmäßige Austauschtreffen	SenSport	teilweise	✓	
Erarbeitung von attraktiven Angeboten für Vereinsbeitritte	Vereine	---	??	
Sport im Park Inklusiv	SenSport	✓	✓	

Mindestteilnehmendenzahl an Befragung pro Verein sind 8-10 TN	SenSport / Vereine	nein	✓	
Nachweiserbringung der Akquisebemühungen	Vereine	✓	✓	
Zusammenstellung einer Auflistung der genutzten Multiplikatoren	SenSport / GPG / Vereine	✓	✓	Erstellung einer Unterlage für die Vereine
Erhöhung des Anteils von Menschen mit Migrationshintergrund	SenSport / Vereine	nein	✓	
Social Media- Betreuung	Agentur	✓	nein	Vertrag mit Agentur ist ausgelaufen
Effektivere Mediamaßnahmen	SenSport / Agentur	✓	✓	Wall-Stelen, Berlin Partner
Einbindung nebenan.de und gratis-in-berlin.de	Vereine	teilweise	✓	
Einführung eines Bezirksflyers	SenSport / Agentur	nein	nein	Abstimmungen mit Bezirken
Einführung von Monatsveranstaltungen in den Bezirken zur Bewerbung des dortigen Programms („Best of…“) - Tag der Bewegung in …	SenSport / Vereine / Agentur	nein	nein	Keine personellen Ressourcen
Regelmäßigere Aktualisierung der Webseiteneinträge	Agentur	✓	✓	Einführung Backend-verfahren erfolgreich
Bessere Auffindbarkeit der Angebote	SenSport / Vereine	teilweise	✓	---
Dauerhafte Ausweisung von Bewegungsparks	SenSport / Bezirke	---	---	Planung in 2024
Bessere Kennzeichnung der Angebotsflächen	SenSport	---	(✓)	Planung in 2024
Verbesserte Kommunikation mit den Grünflächenämtern	SenSport	✓	---	✓
Paten für SiP Inklusiv	SenSport	---	✓	
Beschaffung von Westen mit Aufdruck für ÜL	SenSport	---	✓	Nach Prüfung des Bedarfs

Gelb hinterlegt = Vorrangig umzusetzende Aufgaben für das Programmjahr 2023