

IN FORM

Sport im Park – Bewegung für alle

Ein kostenloses Sportangebot unter freiem Himmel für alle Bürgerinnen und Bürger - das bietet das Düsseldorfer Sportamt mit seinem Projekt "Sport im Park".



Bild: privat

2015 als Pilotprojekt gestartet, konnte sich das Angebot inzwischen etablieren und motiviert nun jährlich bis zu 25.000 Teilnehmende, Sportkurse in Parks und Grünanlagen zu besuchen. Marc Schlichka begleitete das Projekt von Beginn an, im Interview gibt er Tipps für Kommunen, die ähnliche Sportprojekte starten wollen.

IN FORM: Wie haben die Menschen in Düsseldorf auf das Projekt "Sport im Park" reagiert?

Marc Schlichka: Wir sind 2015 mit einem Pilotprojekt gestartet und haben "Sport im Park" einen Monat lang an einem Standort getestet. Da war die Resonanz direkt so groß, dass wir im Jahr darauf richtig loslegen konnten. Seither wächst das Projekt kontinuierlich. Letztes Jahr konnten wir insgesamt 32 Kurse an 24 Standorten anbieten. Unser Kursangebot richtet sich dabei immer nach den Wünschen der Teilnehmenden: von Yoga über Fitness bis Thai Chi.

Wie genau sieht die Zusammenarbeit mit ihren Trainerinnen und Trainern aus?

Marc Schlichka: Uns ist vor allem die Qualität des Angebots wichtig. Daher achten wir darauf, dass die Trainerinnen und Trainer alle qualifiziert sind, sie haben also entsprechende Übungsleiter- oder Trainerscheine. Wir freuen uns natürlich, wenn kommunale Sportvereine dabei sind, arbeiten aber auch mit privaten und kommerziellen Anbietern zusammen. Die Trainerinnen und Trainer bekommen dann von uns einen großen "Sport im Park"-Banner und das benötigte Material – also Musikanlagen oder Sprachverstärker.

Wie machen Sie auf Ihr Angebot aufmerksam und erreichen die Bürgerinnen und Bürger?

Marc Schlichka: Zu Beginn haben wir viel mit Flyern und Bannern in den Parks und Grünanlagen gearbeitet. Aber auch über Pressemitteilungen und entsprechende Artikel. Inzwischen ist das Angebot aber so bekannt, dass Teilnehmerinnen und Teilnehmer von selbst auf uns zukommen und fragen: "Wann und wo geht Sport im Park endlich wieder los?". Aber auch die sozialen Medien werden bei uns immer wichtiger – inzwischen erreichen wir fast ein Drittel unserer Teilnehmenden darüber. Gerade jetzt während der Corona-Pandemie war das praktisch, da wir auf diese Weise schnell und unkompliziert Informationen verbreiten konnten. Mit der Multi-Sport-App PLAYSPO RTS gehen wir hier auch einen neuen Weg. Damit gibt es alle Standorte, Kurse und News für unterwegs.

Wie lässt sich ein Projekt wie "Sport im Park" finanzieren?

Marc Schlichka: "Sport im Park" hat bei der Stadt Düsseldorf, also beim Sportamt, einen Etat, der zur Verfügung gestellt wird. Außerdem haben wir Sponsoren, die das Projekt seit Jahren begleiten. Der Partner eines unserer Angebote darf sich dann im Rahmen dieses Kurses oder auf Sonderveranstaltungen präsentieren und wir publizieren das auch auf all unseren Plattformen. Wir freuen uns dabei vor allem über lokale Sponsoren, wenn dann beispielsweise das Geschäft von nebenan den Kurs im benachbarten Park sponsert. Ein bisschen Geld muss für so ein Projekt natürlich da sein. Die Trainerinnen und Trainer müssen schließlich bezahlt werden. Aber wenn wir das runterrechnen, liegen die Kosten pro Teilnehmerin oder Teilnehmer bei ungefähr einem Euro, wahrscheinlich sogar drunter. Und als Sportamt merken wir auch, dass nach einer Weile einfach Gelder bereitgestellt werden. "Sport im Park" ist schließlich ein Angebot, das die Bürgerinnen und Bürger direkt und mit den richtigen Motiven erreicht.

Welche Tipps haben Sie für andere Städte, die ebenfalls ein "Sport im Park"-Projekt starten wollen?

Marc Schlichka: Es macht auf jeden Fall Sinn, erst mal im kleinen Rahmen zu starten, damit auch die Ausgaben überschaubar bleiben. Wir sind bewusst nur mit einem befristeten Pilotprojekt gestartet. Man könnte das Angebot zum Beispiel auch nur über eine Woche, aber dafür an ganz vielen Standorten in der Stadt oder nur in den Sommerferien testen. Es gibt auf jeden Fall viele Möglichkeiten, sich hierbei dem vorhandenen Etat anzupassen. Sonderveranstaltungen lohnen sich nach unserer Erfahrung auch. So etwas könnte

beispielsweise ein guter Einstieg für Städte sein, die ein solches Sportprojekt mal ausprobieren wollen. Wir hatten letztes Jahr zum Saisonstart- und ende zwei solche Veranstaltungen, bei denen wir alles ein bisschen größer aufzogen haben: es gab ein Rahmenprogramm mit Moderation, Infostände der Sponsoren und auch alle Trainerinnen und Trainer waren anwesend. Damit konnten wir gut Werbung machen und Öffentlichkeit generieren.

Warum lohnt es sich IN FORM-Partner zu werden?

Marc Schlichka: Für uns als Sportamt ist es wichtig, immer auch den Blick von außen zu haben. Und eine solche Zertifizierung ist natürlich ein Mehrwert und auch eine Wertschätzung für uns. Das zeigt den Bürgerinnen und Bürgern, dass wir bestimmte Kriterien erfüllen. Wir suchen bewusst Kooperation und wollen auch von anderen Städten lernen, die "Sport im Park" ebenfalls anbieten. So ein Netzwerk bringt für jeden nur Vorteile und es macht auf jeden Fall Sinn, das in Anspruch zu nehmen.



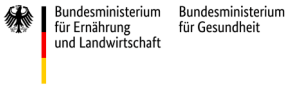
Kostenlose Angebote für "Sport im Park" gibt es mittlerweile in vielen Städten. Das Düsseldorfer Projekt ist mit dem IN FORM Logo ausgezeichnet. Bild: Landeshauptstadt Düsseldorf/Malte Krudewig

Ansprechpartner:

Marc Schlichka arbeitet inzwischen nicht mehr für das Düsseldorfer Sportamt. Die Projektverantwortlichen von "Sport im Park" sind aber weiterhin per Mail über sportimpark@duesseldorf.de oder telefonisch unter 0211 - 89 9 52 52 erreichbar.

LINKS

Im Beitrag **Jetzt IN FORM Partner werden** erfahren Sie, wie Sie auch für Ihr Projekt rund um gesunde Ernährung und mehr Bewegung das "Wir sind IN FORM"-Logo beantragen können.



Link zur Webseite:

<https://in-form.de/in-form/botschafter/interview-marc-schlichka/>