

Abschlussbericht „Vereinsheimsurfing“
Im Rahmen von Startsocial 2017/18

Inhalt

Projektkonzept.....	3
Projektinhalt.....	3
Projektplanung	5
Projektumsetzung.....	6
Öffentlichkeitsarbeit.....	6
Fortschrittsbericht	6

Projektkonzept

Projekthalt

Beim Planen von Jugendfreizeiten haben wir festgestellt, dass die Reisepreise für sozial schwächere Familien nur schwer oder gar nicht aufzubringen sind. Innerhalb der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG) verfügen einzelne Gliederungen (Ortsgruppen, Bezirke, etc.) über Vereinsheime, die für Übernachtungen mit Jugendgruppen gut geeignet sind. Mit dem Projekt Vereinsheimsurfing sind wir angetreten, um Jugendfreizeiten auch für diese Zielgruppe zu ermöglichen. Im ersten Schritt bringen DLRG-Gliederungen ihre Vereinsheime in das Projekt ein und ermöglichen so günstigere Reisepreise im Vergleich zu Jugendherbergen oder gar Hotels. Das Projekt soll die Jugendherberge allerdings nicht ersetzen oder ihr in irgendeiner Art und Weise Konkurrenz bieten. Die Übernachtung in einem anderen Vereinsheim ist mit wesentlich mehr Aufwand verbunden, denn die Gruppe muss sich dort selbst verpflegen und eigenständig die Endreinigung durchführen. Darüber hinaus gibt Vereinsheimsurfing Anreize zum Austausch zwischen den Vereinsheimgebern und den Reisegruppen, die zu Besuch sind und stärkt so den Netzwerkgedanken.

Jede teilnehmende Organisation ist Teil eines großen Netzwerks aus kostengünstigen Unterbringungsmöglichkeiten.

Das Ziel ist es also, die Übernachtungskosten zu senken, um somit Jugendfreizeiten günstiger anbieten zu können. Über das Netzwerk können preiswerte Unterkünfte gebucht werden, die von den Vereinsheimgebern bereitgestellt werden.

Ein großes Augenmerk bei den Projektzielen des Vereinsheimsurfings liegt auf der attraktiveren Gestaltung der Jugendarbeit für alle Beteiligten. Der Informationsaustausch zwischen den verschiedenen Handlungsakteure der Jugendarbeit wird ebenso erheblich gefördert. Ein persönlicher Austausch mit direkter Kommunikation ist einfacher und es zeigen sich neue Perspektiven hinsichtlich dem Planen und Schaffen neuer Veranstaltungen auf. Weitere Zielgruppen sind also alle Organisationen und Vereine, die in der Jugendarbeit tätig sind und denen es bisher aus finanziellen Gründen noch nicht möglich war eine Jugendfreizeit anbieten zu können.

Im optimalen Fall sollten diese Verbände bereits Jugendfreizeiten anbieten und mit dem Grundkonzept einer Freizeit vertraut sein, denn es sollte zusätzlich die Möglichkeit bestehen bleiben eine günstige Fahrt anzubieten. Bisher wurde für die meisten Jugendgruppen nur eine Sommerfreizeit angeboten. Durch die Teilnahme an „Vereinsheimsurfing“ kann nun zusätzlich eine Herbstfreizeit angeboten werden.

Neben dem Hauptziel, die Übernachtungskosten zu senken, sollen weitere Unterziele erreicht werden. Die Einbindung der besuchenden Jugendgruppe in eigenen Veranstaltungen ist gewünscht. Auf diesem Wege können sich sowohl die Jugendlichen als auch die Betreuenden austauschen und sich näher kennenlernen.

In der Praxis könnte es so aussehen, dass die Vereinsheimnehmer den örtlichen Badensee gezeigt bekommen. Die Jugendgruppen könnten auch eine gemeinsame Veranstaltung wie Wasserski fahren oder ein Volleyballturnier durchführen.

Vorbereitung und Durchführung des Austauschs

Grundsätzlich kann jede Jugendgruppe Teil des Netzwerkes werden. Das bedeutet, dass jede Jugendgruppe auch das Angebot des Netzwerks nutzen kann. Eine Zurverfügungstellung einer Unterbringungsmöglichkeit ist nicht verpflichtend, jedoch wünschenswert. Allerdings können auch Jugendgruppen ohne Vereinsheim teilnehmen.

Vorbereitend laufen vier Schritte ab. Jede Jugendgruppe, die ihre Unterkunft zur Verfügung stellt, muss im Vorfeld diese vier Dinge erledigen:

- o 1. die Höhe der Miete vorschlagen
- o 2. Daten der Unterkunft übermitteln
 - o a. Beschreibung der Ortsgruppe und der Unterkunft
 - o b. Ausstattung
 - o c. Größe der Räume
 - o d. Ausflugsziele

Nachdem die Vorbereitungen für eine Teilnahme an dem Projekt getroffen und die Daten auf der Website veröffentlicht wurden, kann das Vereinsheimsurfing losgehen.

Die reiselustige Jugendgruppe sucht sich in dem Netzwerk eine für sich geeignete Unterkunft aus und nimmt über „Vereinsheimsurfing“ Kontakt auf und stellt eine Anfrage an den möglichen Vermieter.

Nach der Ankunft weist der Vereinsheimgeber die Gäste durch einen „Scout“ auf die örtlichen Gegebenheiten hin und erklärt ihnen die wichtigen Dinge, die von Ort zu Ort unterschiedlich sein können, wie z.B. die Mülltrennung oder der Aufbewahrungsort der Putzmittel.

Projektplanung

Das Projektteam hat mit www.vereinsheimsurfing.de eine Internetplattform aufgebaut, über die die Gliederungen mit einem Vereinsheim bzw. geeigneten Räumlichkeiten (Vereinsheimgeber) und Jugendgruppen (Vereinsheimnehmer) zusammengebracht werden. Das Projekt befindet sich im DLRG Landesverband Niedersachsen im Pilotbetrieb. Sobald die ersten Erfahrungen gesammelt wurden ist im nächsten Schritt geplant, dass das Konzept den anderen Hilfsorganisationen (DRK, Malteser, Johanniter, ASB, Feuerwehr, THW, ...) zur Mitnutzung vorgestellt wird. Auf lange Sicht gesehen soll die überregionale Verflechtung von Jugendorganisationen und Jugendverbänden stattfinden.

Es ist angedacht die Plattform auch anderen Trägern der Jugendarbeit deutschlandweit zu öffnen und so den Austausch zu fördern. Hierbei wird die Vielfältigkeit der verschiedenen Jugendverbände unter Beweis gestellt. Mögliche Vorurteile gegenüber fremden Organisationen werden abgebaut und die Hindernisse von Kooperationen aus dem Weg geschafft. So könnten sich völlig neue Veranstaltungen und Projekte entwickeln.

Projektumsetzung

Das Projekt wurde arbeitsteilig vorangetrieben, wobei die Coaches nicht nur im Rahmen von gemeinsamen Beratungsterminen ein offenes Ohr für das Team hatten. Bei den Treffen im Team wurden Arbeitspakete verteilt, die bis zu einer abgestimmten Frist bearbeitet wurden. Dazu zählten Texte für die Homepage Vereinsheimsurfing, Werbetexte oder -emails und die Teilnahme an einem Internetwettbewerb, um ein neues Logo erstellt zu bekommen, welches im Team abgestimmt wurde und Änderungen vorgeschlagen wurden. Des Weiteren wurden Buchungsabläufe durchgespielt und das Buchungssystem optimiert.

Öffentlichkeitsarbeit

Um das Projekt „Vereinsheimsurfing“ bekannt zu machen, haben wir einen Text für die Zeitschrift Lebesretter der DLRG geschrieben, in dem die Neugier und das Interesse geweckt werden soll, an diesem Projekt teilzunehmen und das Vereinsheim zur Nutzung für Andere zur Verfügung zu stellen. Dieser erscheint im Regionalteil Niedersachsen.

Im statistischen Jahresbericht für das Jahr 2017 konnte unser Team veranlassen, dass fünf Fragen in dem Bericht ergänzt werden, die uns ermöglichten potentielle Vereinsheimgebe herauszufiltern. Diese wurden direkt durch eine E-Mail von uns kontaktiert und zur Teilnahme motiviert.

Fortschrittsbericht

Durch die Beratung wurden wir immer wieder darauf hingewiesen, welcher Schritt der nächst wichtigste ist, damit wir in unserem Vorgehen vorankommen. Wir wollten immer vieles auf einmal in unserem Team umsetzen, allerdings wäre das in diesem Umfang nicht möglich gewesen. Die Coaches haben uns die Frage gestellt, was denn wirklich wichtig ist. Zum einen war dies die Fertigstellung der Homepage, die Öffentlichkeitsarbeit in Form von Werbeemails und generelle Kommunikation nach außen und das klare definieren unserer Strukturen und Ziele in Form des Business

Model Canvas. Dabei wurden wir ebenfalls fachlich sehr gut unterstützt und auf bestimmte Formulierungen und Strukturierungen hingewiesen welche die Umsetzung erheblich erleichterten.

Während der Beratungsstunden wiesen uns die Coaches auf Dinge hin, die wir aus diesem Blickwinkel noch nicht oder aus den Augen verloren hatten. Wir haben die Ratschläge und Hinweise angenommen und in die Weiterentwicklung unseres Projektes integriert. An einigen Stellen haben wir die Ansichten der Coaches nicht sofort teilen können, nach einer kleinen Ausweitung des Themas die Beweggründe verstanden und angenommen.

Die Homepage ist online gegangen, zuvor wurden die Texte angepasst und ein neues Logo ausgewählt. Es wurden aussagekräftige Fotos zu Beispielvereinsheimen gemacht und auf die Homepage gestellt.

Der aufgestellte Zeitplan mit den Meilensteinen wurde weitestgehend erreicht. Während des Erreichens der Zwischenziele ist aufgefallen, dass einige Meilensteine an Wichtigkeit verloren haben und nach hinten verschoben wurden wie der Meilenstein „Kundenfeedback einholen“. Im Fokus stand das Festlegen der Kriterien, die im ersten Schritt für die Teilnahme an Vereinsheimsurfing zur Kundengewinnung von großer Wichtigkeit waren, um eine gewisse Basis an Vereinsheimgebern zu schaffen. Nach der Analyse des statischen Jahresberichts wurden gezielt die Ortsgruppen angeschrieben, auf die die Kriterien Raum, Dusche und Toiletten zutrafen. An diese Ortsgruppen wurde eine Werbeemail geschickt, die die Vereinsheimgeber begeistern und motivieren soll, die jeweiligen Räumlichkeiten in dem Netzwerk zur Verfügung zu stellen.