



Steuerung des Strukturwandels mit der GYMWELT

- Mit Strategie die Bruchstellen bei den Ziel-/Altersgruppen angehen -

"Nicht wurzeln wo wir stehn, nein weiterschreiten!" Gutsmuths, J.Chr.Fr.: Gymnastik für die Jugend









- 1. Wer wir sind! Das Marken-/Angebotshaus des DTB
- 2. Wen wir ansprechen! Die Mitglieder im DTB
- 3. Neue Mitglieder an den Schwachstellen und Dienstleistungen aus dem DTB!! Die Chancen der GYMWELT
- 4. Kommunikation von Marken und Angeboten als Aufgabe von Landesturnverbänden und Turngauen









1. Das Marken-/Angebots-Haus des Deutschen Turner-Bundes





Babys in Bewegung | Eltern-Kind-Turnen | Kleinkinderturnen | Kinderturnen |



Olympische Sportarten

Gerätturnen | Trampolinturnen | Rhythmische Sportgymnastik

Weitere Wettkampfsportarten

Faustball | Prellball | Korbball | Korfball | Ringtennis | Indiaca | Völkerball | Schleuderball | Rhönradturnen | Aerobic | Rope Skipping | Gymnastik & Tanz | Orientierungslauf | Mehrkämpfe | Gruppenwettkämpfe |



Fitness- & Gesundheitssport
Natursport
Bewegungskunst & Turnartistik
Rhythmik, Tanz & Vorführung





Und nochmals zum Begriff GYMWELT: "Die Welt der Gymnastik und der Vielfalt des Turnens"

Gymnastik wird assoziiert mit Attributen..

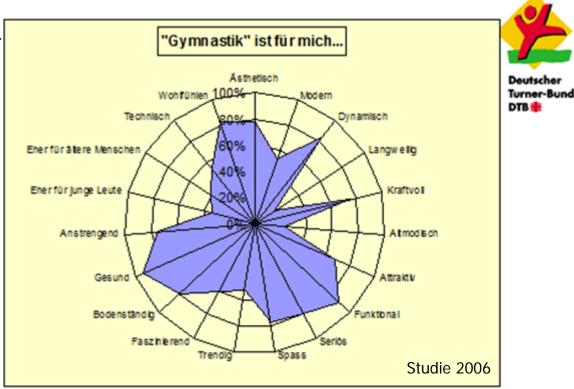
- ..des Fitness- & Gesundheitssport:
- Gesund
- Funktional
- •Wohlfühlen
- .. der Bereiche Bewegungskunst und Tanz:
- •Ästhetisch
- Dynamisch
- Spass

Gymnastik gilt aber auch

- als wenig trendig
- als wenig modern

GYMWELT spricht also unsere Mitglieder der vier Angebotsbereiche an! Und ist trendig/modern!





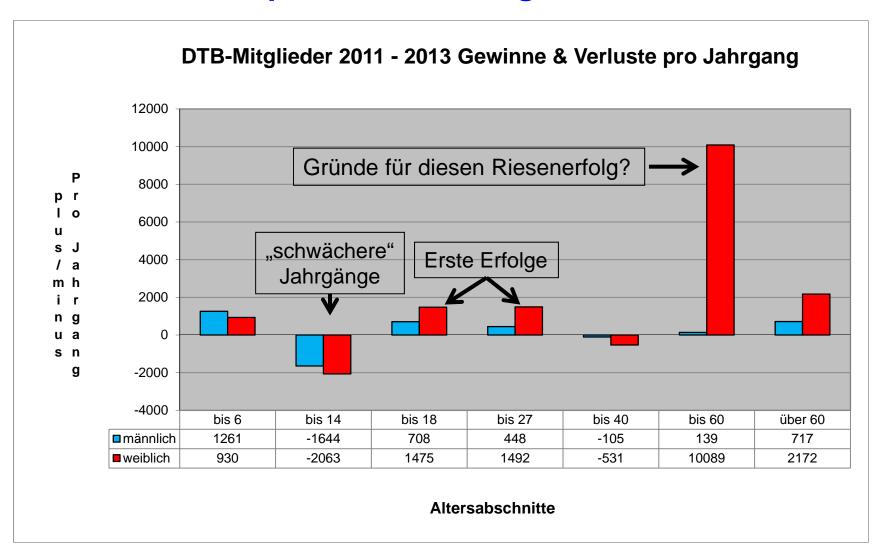








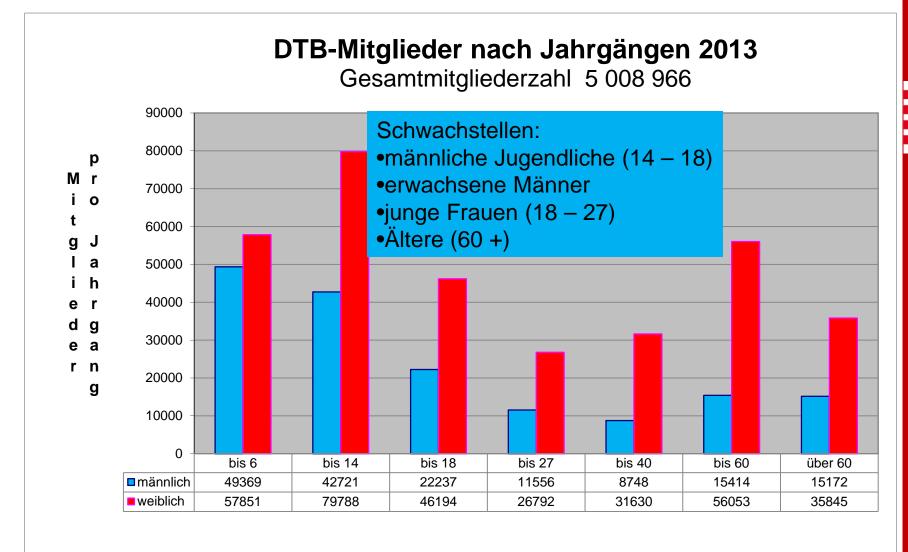
2. Wen wir ansprechen! Die Mitglieder im DTB

















3. Neue Mitglieder an den Schwachstellen und Dienstleistungen aus dem DTB!! Die Chancen der GYMWELT

Die Ordnung der Vielfalt unter dem Markendach der GYMWELT weist Perspektiven für Zielgruppen spezifische...

Angebotsentwicklung

Ausbildungsentwicklung



Fitness- & Gesundheitssport Natursport Bewegungskunst & Turnartistik Rhythmik, Tanz & Vorführung



Öffentlichkeitsarbeit

Strukturentwicklung





Rahmenkonzept GYMWELT verabschiedet vom DTB-Hauptausschuss am 19.11.2011 Konzept GYMWELT des DTB abrufbar unter: http://www.dtb-online.de/portal/hauptnavigation/gymwelt.html (downloads)

Prof. Dr. Walter Brehm, Deutscher Turner-Bund

ie





Männliche	Trucoboons.	junge Frauen	Ältoro
Jugendliche		· .	
(14 - 18)	Männer	(18 - 27)	(60 +)

Fitness + Gesundheit	Fitness		Fitness	
	XX	xxx	XXX	XXX
Natursport	Abenteuer			
	XX	XX		
Bewegungskunst	Erprobung			
&	Spaß			
Turnartistik	XX			
Rhythmik,			Spass	
Tanz &			XXX	
Vorführungen				









Schwachstelle "männliche Jugendliche (14 – 18)"

Angebotsentwicklung

u.a. Parcour; 4xF-Cross Training & 4xF-Games; AirTrack/Tumbling







Ausbildungsentwicklung

- ❖ DTB-Ausbildung "Bewegungskust & Turnartistik" seit 2011
- ❖ Fortbildungsangebote unter "Bewegungskunst & Turnartistik" sowie "Fitness" u.a. beim Deutschen Turnfest/Akademie 2013, bei der DTB-Akademie.







Schwachstelle "erwachsene Männer"

Angebotsentwicklung

- ❖ "Gute Praxis"-Projekt zur Sammlung und Analyse von DTB-Vereinsangeboten
- Spezifisches niedrigschwelliges Angebot im Gesundheitssport (als Ergänzung der vorliegenden präventionsgeprüften Programme)
- ❖ 4xF-Cross Training (z.B. für ehemalige Wettkampfsportler)
- Gruppenangebote im vereinseigenen Fitness-Studio
- Spezielle Angebote in der Natur/im Park















Schwachstelle "junge Frauen (18 - 27)"

Angebotsentwicklung

Ergänzung des vorhandenen Angebots im Fitnessbereich sowie im Bereich "Rhythmik, Tanz & Vorführungen" um attraktive Trendangebote, z.B. LaGYM; KANTAERA®; HOOPin®; INDIAN BALANCE®; Drums Alive®







Ausbildungsentwicklung

- ❖ DTB-Ausbildung zur LaGYM Instruktorin
- ❖ Fortbildungsangebote unter "Fitness & Aerobic" sowie "Rhythmus und Tanz" u.a. beim Deutschen Turnfest/Akademie 2013, bei der DTB-Akademie
- ❖ Fachtagung "Bewegungskunst, Tanz und Choreografie" am 5./6.04.2014







Schwachstelle "Ältere" (60 +)

Zielgruppendifferenzierung

- Unfitte (Wieder-)Einsteiger
- ❖ Fitte Ältere
- ❖ Ältere mit Bewegungs- und Gesundheitseinschränkungen





Angebotsentwicklung

- ZG1: Niedrigschwellige Gesundheitssportangebote (vgl. präventionsgeprüfte P
- ❖ZG 2: Fitnessangebote für Frauen und Männer
- ❖ZG 3: Gesundheit & Fitness stärkende Angebote (vgl. präventionsgeprüfte Pr.)

Ausbildungsentwicklung & Vernetzung

- ❖ Aus- und Fortbildung konsistenter auf die Zielgruppen beziehen
- Das Erreichen der Zielgruppen zwei und drei setzt Vernetzungen voraus (vgl. DTB Projekte "aktiv bis 100", "AUF-Leben")





- 4. Kommunikation von Marken und Angeboten als Aufgabe von Landesturnverbänden und Turngauen
 - ❖ GYMWELT bündelt alle Angebote in der Tradition der Gymnastik und eines vielseitigen Turnens.
 - ❖ Jeder im DTB trägt Verantwortung für das Vorstellungsbild vom Turnen und vom DTB in den Vereinen und in der Bevölkerung
 - ❖ Durch die Zuordnung von Angeboten zur GYMWELT "markieren" wir diese als Angebote, die zum Turnen (zum DTB) gehören!!
 - ❖ Durch eine hohe Qualität sowie durch Emotionalisierung erreichen wir Bewertungen, die uns von anderen Anbietern unterscheiden!









Download Arbeitsmaterialien (DTB-Homepage)

Sichern Sie sich die Vorteile der GYMWELT Wir unterstützen Sie mit:

Logo Download

Gymwelt-4c.eps

Gymwelt-sw.eps

DTB_Gymwelt.jpg

DTB_Gymwelt_sw.jpg

Layout-Vorlage für Plakate

DINA 3 farbig

DINA 3 weiss

Layout-Vorlage für Kurspläne

DINA 4 ohne Übungsleiter

DINA 4 mit Übungsleitern

Redaktionelle Artikel zur GYMWELT

<u>Ü Magazin 02.2012</u>

Deutsches Turnen 03.2012

Angebots-Check

Angebots-Check

Materialsammlung zur Organisation von Kursangeboten

Netzwerkbildung

Kursangebote in der Gymwelt

Gewinnung von ehrenamtlichen Mitarbeitern,

ÜL und Trainer

Bezahlung von Übungsleitern

Der Verein als Gesundheitspartner



Fitness- & Gesundheitssport Natursport

Bewegungskunst & Turnartistik Rhythmik, Tanz & Vorführung







Wo stehen wir? Beispiel: Darstellung der GYMWELT durch LTVs im Internet

- ❖ 13 LTVs verwenden das Logo oder den Namen GYMWELT auf ihrer Homepage, 9 nicht!!
- ❖ Nur 5 der 13 nutzen das gleiche Homepage-Layout wie der DTB und sind mit der GYMWELT auf der DTB Homepage verlinkt (2 LTVs sind überhaupt nicht mit dem DTB verlinkt!)
- ❖ Lediglich 7 der 22 LTVs ordnen ihre Angebote den vier Bereichen der GYMWELT zu – und "markieren" damit diese Angebote!!
- ❖ Nur 9 von 22 LTVs erklären Zielsetzungen und Inhalte der GYMWELT auf ihrer Homepage.
- ❖ Die Kommunikation der Aus- und Fortbildung über die Homepage ist völlig uneinheitlich und praktisch nicht auf die GYMWELT bezogen!

2011 wurde das GYMWELT-Konzept im DTB-Hauptausschuss beschlossen!!

Wie sieht es in den Turngauen aus???

Pusiak, N. (2014). Markenbildung in einem Sportverband – am Beispiel der GYMWELT des Deutschen Turner-Bundes. Bachelorarbeit: Universität Bayreuth.

韭