

Mariagerfjord Kommunes breddeidrætsprojekt - Støttet af Kulturministeriet og Nordeafonden

Aktiv ferie

-en bro mellem unge og foreningslivet



Evalueringsrapport





Mariagerfjord
KOMMUNE



NORDEA
FONDEN

Rapport info

Dette er Mariagerfjord Kommunes evalueringsrapport af Breddeidræts- og evalueringsprojektet, Aktiv Ferie 2014-2016

Forfatter:

Breddeidrætskonsulent og projektleder på Aktiv Ferie, Nanna Munch Lindhard

Kontakt:

Mariagerfjord Kommune
Kultur og Fritid,
Fjordgade 5, 9550 Mariager
kulturfritid@mariagerfjord.dk og telefon 9711 3503

Publiceret:

23. juni 2016

Indholdsfortegnelse

Forord	5	>
KAPITEL 1 - Intro	7	>
Indledning	7	
Projektbeskrivelse	11	
KAPITEL 2 - Lederforum	15	>
Lederforums vision	17	
Oversigt over lederforum 2014-16	18	
KAPITEL 3 - PR	25	>
Markedsføringsplan	25	
Har markedsføringen virket?	28	
Ambassadørernes indsats	30	
KAPITEL 4 - Aktiv Ferie i uge 7 og 42	33	>
Læring om Aktiv Ferie	34	
Motivation hos børnene	37	
Hvad siger de frivillige?	38	
KAPITEL 5 - Mentorordningen	41	>
Første forsøg: Just2nice	43	
Andet Forsøg: Kontaktpersonsordning/Så lidt skal der til	44	
Foreningsrespons	46	
KAPITEL 6 - Konklusion	49	>
Delkonklusioner	49	
Hovedkonklusion	49	
Anbefalinger fra paraplyprojektet; Aktiv Ferie	51	
Kilder	54	>



Forord

Vi kender dem alle sammen, og vi har alle været der. Livet som teenagere er kompleks, følelsesladet, livsbekræftende, irrationelt og meget mere. Det er tiden hvor identiteten dannes, hvor der stilles spørgsmål og hvor der måske er lidt for mange voksne, der har en mening om hvad der er rigtigt og forkert. Åh, hvor er der mange der gerne vil blande sig i teenagernes valg og fravalg.

Kommunen er bestemt ingen undtagelse. Vi ser en lang række tilbud i kommunalt regi med mange forskellige kasketter på. Her tilbydes overvægtshold, specialundervisning, talepædagoger, trivselskonsulenter, AKT-lærere (aktivitetsansvarlige), ungdomsklubber og meget mere. Alle med de bedste intentioner for teenagerne og med ønsket om at give dem de bedste vilkår i livet fremefter. (Mariagerfjord Kommunes hjemmeside, 2016)

Måske netop derfor har vi i Mariagerfjord Kommune lyst til at dele vores erfaringer fra Aktiv Ferie, efter at vi har været kulturministeriets evalueringsprojekter for læring om målgruppen i tre år. Vi har her arbejdet intensivt med at blande os i teenagelivet, hvor fokuset har været at genforene teenagere og idrætsforeningslivet. I den forbindelse har vi gjort os en række erfaringer som vi nu ønsker at dele.

Så uanset om du er AKT-lærer, ungdomsskoleleder eller en teenagemor, så ønsker vi dig al held og lykke med dine teenagere, og måske denne rapport kan lede dig på vej til større forståelse og bedre bevægelsesgrundlag i arbejdet med at give teenagerne de bedste livsvilkår på idrætsområdet og i foreningslivet.

Ordbrug

Igennem rapporten vil 6.-9. klasse blive betegnet som børn for nemheds skyld med undtagelse af kapitlet om Aktiv Ferie i uge 7 og 42, hvor der skelnes mellem børn og teenagere.

Opbygning

Rapporten er bygget op omkring en række kapitler, der hver især behandler emner som vi mener, er essentielle for arbejdet med målgruppen. Først en undersøgelse af hvad børnene efterspørger, så en række Lederforum'er/udviklingsmøder i foreningslivet for at hjælpe de frivillige med en række udfordringer for at forberede sig på at modtage nye målgrupper. Herefter følger en omfattende PR-kampagne for at nå børnene, hvorefter de kan prøve en lang række sportsgrene på Aktiv Ferie, for til sidst at blive fastholdt i foreningen gennem en mentorordning.

God læselyst



**Følgende kapitel beskriver baggrunden for
Aktiv Feries samlede paraplyprojekt med fokus på
fysisk aktivitet, børn og deres idrætsvaner.**

KAPITEL 1 - Intro

Indledning

Vores børn bør, ifølge sundhedsstyrelsen, deltage i fysisk aktivitet hver dag, og der er mange grunde til at sikre dette. Her kan det fx nævnes at 7 – 8 % af alle dødsfald skyldes følger af fysisk inaktivitet, og at idrætsaktive kan forvente 8 – 10 flere leveår uden belastende og langvarig sygdom. Derudover kan idræt opbygge sociale færdigheder og øge børnenes selvværd, samt øge livsglæden, den sociale trivsel og handlekompetencen. Børn kan desuden lære bedre, fordi de kognitive processer optimeres (Troelsen, 2008, Cavill et al, 2006).

Samtidig viser en undersøgelse af børns sundhedsadfærd, at blandt børn på 11, 13 og 15 år, er 34 % ikke fysisk aktive nok til at opfylde sundhedsstyrelsens retningslinjer. Dette understøttes af at 13-15-årige dyrker halvt så meget idræt som børn på 7-9 år. Yderligere er der 24 % færre idrætsforeningsmedlemmer i aldersgruppen 13-15 år til 16-19 år, samtidig med at mange af disse unge stopper aktiviteten helt, og ikke starter på en ny sportsgren, og derefter begynder et fysisk inaktivt liv. (Rasmussen og Due, 2016; Cavill et al, 2006; Pilgaard, 2008; Kulturministeriet, 2009)

En ny rapport fra Idrættens Analyse Institut (2016) fortæller desuden at der har været en lille tilbagegang siden 2007, hvor der nu kun er 43 % af de danske børn der rører sig mindst 45 minutter om dagen, samtidig med at børnene vælger færre og færre aktiviteter. (Pilgaard, 2016)

De overvægtige børn i Mariagerfjord Kommune

Der er altså risiko for inaktivitet blandt børn, og herunder udvikling af overvægt. I Mariagerfjord kommune er 11,4 procent af børnene allerede overvægtige, 6 procent svært overvægtige og 7,9 procent ekstremt overvægtige i 0., 1., 4., 6. og 8. klasse. Det betyder således at 25,3 % af børnene i Mariagerfjord Kommune er overvægtige, hvilket altså er hvert fjerde barn. (Sundhedsplejerskernes målinger, 2014)

Samtidig har Mariagerfjord kommune store problemer med overvægtige voksne, i kraft af at andelen af svært overvægtige er betydeligt højere end i resten af regionen. Der er desuden tendens til at overvægt hos børn i udskoling fortsætter ind i voksenlivet. Derfor anser dette projekt det for essentielt at hjælpe idrætsforeningsuvante på mellemtrin og udskoling, da det er her der opleves stort forenings- og idrætsfrafald, samt at det kan hjælpe på kommunens overvægtsproblemer. (Projektansøgning, 2013; Pejstrup 2013)

Foreningerne som en inkluderende ramme eller en social elite

Ønsket om øget fysisk aktivitet kan oplagt placeres i idrætsforeningerne, da de kan tilbyde et fællesskab, hvor ideologien er at der skal være plads til alle. Hvis et idrætsforeningsuvariant barn kan få lov at opleve legitim deltagelse i et fællesskab, kan det have mange positive effekter for det enkelte barns trivsel, selvværd og sundhed (Cavill et al, 2006, Troelsen, 2008).

Her skriver Pedersen¹ (2013) at Danmark har den tredje største sammenhængskraft i verden, hvor borgerne er indstillet på at bidrage til fællesskabet og samfundsøkonomien, og Böss² (2014) estimerer den danske sociale sammenhængskraft som den største i verden. Det kan altså tyde på at Danmark ligger i den globale top når det kommer til at hjælpe hinanden uden direkte modydelse, hvilket øger den sociale tillid, selvværdet og tilhørsforholdet. Her bidrager Torpe³ (2014) med en statistik om, at Danmark har en førsteplads på verdensranglisten hvad angår tillid til hinanden. Svendsen⁴ og Svendsen⁵ skriver desuden at helt op til 85 % mener at "de fleste er til at stole på". Yderligere har danskerne implementeret det tillidsfulde fællesskab permanent i deres verdensopfattelse, så følelsen er blevet grundlæggende og naturlig for den enkelte dansker. Fællesskabet er således blevet et norm, der ikke længere nødvendigvis registreres bevidst. (Pedersen, 2013; Böss, 2014, Nordentoft, 2014; Svendsen og Svendsen, 2014; Torpe, 2014)

Denne fællesskabsnorm er positiv, men giver dog også anledning til en række problemer, hvor Torpe (2014) fx skriver at ikke alle bidrager lige meget til opbyggelsen af social tillid, netværk og normen om fællesskab. Dette manglende sociale bidrag kan skyldes at tillid og bidrag er tæt forbundet med social integration, hvor en gruppe marginaliserede borgere, såsom foreningsuvante unge, kan falde udenfor. Samtidig kan nogle foreningsveteraner, have mistet fornemmelsen af hvordan, hvorfor og hvad fællesskabet er og bør være. Det kan således udvande konceptet, at det er indgroet i bevidstheden at 'vi' selvfølgelig er en del af fællesskabet. Her kan gruppen af socialt marginaliserede børn og unge føle sig udenfor fællesskabet, og hvis denne gruppe vokser, vil det kunne skade både det nationale danske fællesskab og landets samlede sociale kapital. (Pedersen, 2013; Torpe, 2014).

Foreningsfællesskabet

Et fællesskab kan beskrives som værende kendetegnet ved dens værdier, kulturelle normer og traditioner som generelt præger fællesskabets nuværende medlemmer, og netop herved risikeres det at udvikle unuancerede fællesskaber, hvor medlemmerne er ens, og derved skabe sociale eliter, hvor der ikke er plads til 'de andre' der er anderledes. De andre kan fx være udsatte og marginaliserede målgrupper, såsom de unge foreningsuvante eller grupper på social ydelse, udlændinge, handicappede eller adfærdsvanskelige. Disse grupper kan ligeledes have andre kulturelle normer, som de kan opleve som forhindrende for deltagelse i det store fællesskab, hvorved social og kollektiv udstødelse og diskrimination kan blive aktuelt. (Gullestrup, 2007; Pedersen, 2013; Rasmussen, 2008; Fogedby, 2008; Hastrup, 2004)

Det er således ikke nødvendigvis let for nye medlemmer at træde ind i foreningslivet, og et fællesskab kan have udfordringer med at indarbejde de marginaliserede grupper med deres individuelle karakteristika (fx nationalitet, hudfarve, køn, udseende, religion eller etnicitet) i kraft af at de er anderledes.

Udsattes glæde af deltagelse i foreningslivet

Unge idrætsforeningsuvante kan få glæde af at være en del af fællesskabet. Dette særligt i kraft af at marginaliserede grupper, ifølge Torpe (2014), nærmest er forudbestemt til at være mindre tillidsfulde og være mindre aktive i foreningslivet. De unge foreningsuvante kan derved få opbygget deres tillid i foreningslivet. (Torpe, 2014; Troelsen, 2008)

Foreningslivet kan bidrage med tidligere nævnte positive individuelle resultater, men kan også give en kulturel udvidelse, øge folkeoplysningen, samt sætte fokus på politik, religion og lignende, der kan eller bør have opmærksomhed for bedre

**Social ulighed er
proportionalt med
befolkningens
tillid til både hinanden
og omgivelserne
(Torpe, 2014)**

1) Professor ved CBS (komparativ politisk økonomi)
2) Lektor ved Aarhus Universitet
3) Lektor ved Aalborg Universitet
4) Professor ved Aarhus Universitet
5) Professor ved Syddansk Universitet



forståelse af andres og egne valg. Derved hjælpes de udsatte målgrupper, såsom de unge foreningsuvante, til at blive myndige, dannede, uddannede, oplyste og engagerede, hvorefter både tillid og forståelse og tværgående respekt kan præge relationerne til andre. (Nordentoft, 2014)

Foreninger kan desuden drage fordele ved at inkludere nye medlemmer i den sociale elite og derved differentiere normalitetsbegrebet, for at sikre diversitet og nuancer i debatten, samt gensidigt kendskab, tillid, respekt og plads til uenighed, hvilket kan skabe yderligere solidaritet, sammenhængskraft og mobilitet i foreningen og i Danmark. (Böss, 2014; Troelsen, 2008; Ryberg, 2014; Møller, 2014; Nordentoft, 2014)

I et idrætsfællesskab kan børns sociale netværk udvikles og derved skabe et aktivt medborgerskab, samt bidrage med sociale og faglige kompetencer. De sociale og faglige kompetencer matcher ofte den danske kultur, hvilket kan hjælpe barnet til social afkodning af samfundsmæssige kulturelle normer og uskrevne regler. Derudover kan barnet opleve succes og mestring ved inddragelse i et fællesskab, hvor der er plads til den enkelte med dennes særlige behov og ønsker. Det vil derved sige, at koblingen mellem udviklingen af sociale relationer og kompetencer i foreningsregi efterfølgende kan skabe aktive medborgere. (Kulturministeriet, 2009, Mariagerfjord Kommune, 2015)

Der er således flere argumenter for at marginaliserede og udsatte børn, der står uden for fx foreningslivet og andre ressourcefællesskaber, skal hjælpes til nemmere adgang til den sociale elite og samtidig øges foreningers kulturelle og sociale diversitet, hvorved der er argumenter for at bygge en bro mellem de to partere.

Her har idrætsforeningerne, som udgangspunkt et ønske om at være en velfungerende og rummelig ramme for idrætten og dens medlemmer uanset børnenes baggrund. Foreningen ønsker altså at udvikle gode forhold for alle. Det er desuden interessant at en undersøgelse fra SDU (2008) viser at et barn der ikke deltager i idrætsforeningslivet, har halvdan gang større risiko for at være overvægtig eller svært overvægtig. Samtidig viser samme undersøgelse, at mere end 80 % af de undersøgte børn trives, men at 10-15 procent af børnene har det mindre godt, og 5 – 10 pct. af børnene er ramt af to eller flere psykosociale faktorer såsom ensomhed, ubehag ved skole, fysisk inaktive, eller overvægt. (Kulturministeriet, 2009; Toftegaard Støckel, 2008).

Her refererer Rasmussen, Pagh Pedersen og Due (2015) fra Statens Institut for Folkesundhed yderligere at andelen af ensomme unge er højere end nogensinde tidligere målt, og at langvarig ensomhed kan have konsekvenser, såsom lavt

selvværd, søvnproblemer, depression, aggressiv adfærd, selvskadende adfærd, uddannelsesproblemer, selvmordstanker og –adfærd og adskillige alvorlige fysiske problemer. (Rasmussen, Pagh Pedersen og Due, 2015)

Undersøgelsen fra SDU (2008) refererer dog at en forstærket og lokalbaseret indsats kan hjælpe til at knække kurven. Det er altså oplagt at inkludere idrætslivets frivillige indsats i arbejdet med idrætsforeningsuvante børn. (Toftegaard Støckel, 2008).

Opsummering

Ovenstående fastslår således at der er 18 % inaktive børn i Danmark, samt at der er et overvægtsproblem blandt børn i Mariagerfjord Kommune. Her viser adskillige undersøgelser at idræt og foreningslivet kan have en lang række positive konsekvenser på det enkelte barn, men at det kan være svært for foreningsuvante børn at komme ind i en forening, da der kan være tendens til dannelse af sociale eliter i foreningerne. Samtidig kan foreninger drage fordele af at inkludere nye medlemmer i den sociale elite og derved differentiere normalitetsbegrebet. Derudover ønsker foreninger generelt at modtage og inkludere børnene og hjælpe med at løfte opgaven, men der mangler et bindeled mellem børnene og foreningerne, og derfor vil følgende præsentere et forslag til hvorledes børn og foreninger kan mødes.



Projektbeskrivelse

Mariagerfjord Kommune er blevet udvalgt som breddeidrætskommune 2014-2016, og derfor sættes projektet 'Idræt for alle', med sine dertilhørende tre underprojekter, i gang for at skabe flere idrætsmuligheder for borgerne. Nærmere beskrevet handler 'Idræt for alle' om at udvikle en fokuseret og helhedsorienteret indsats for kommunens borgere, herunder særligt foreningsuvante og overvægtige børn. Det samlede mål for de tre projekter er derfor at få flere overvægtige og idrætsforeningsuvante til at deltage aktivt i idræt og i kommunens foreningsliv, hvilket samlet skal hjælpe dem til et sundere liv. (Projektbeskrivelse, 2013)

De tre projekter, der ligger under det samlede projekt, er henholdsvis 'Så letter vi', 'Aktiv Ferie' og 'Mere Idræt for Pengene'. Her vil følgende projektbeskrivelse omhandle udviklingen af Aktiv Ferie. Planen for Aktiv Ferie er at målgrupper af børn, der ikke er vant til idrætsforeningslivet, skal øge deres kendskab til foreningslivet, samt øge deres sundhed og deres sociale kapital gennem et idrætsfællesskab, for at opnå en generel større sundhed i Mariagerfjord Kommune. (Projektbeskrivelse, 2013)

Hvad er Aktiv Ferie?

Aktiv Ferie er et gratis tilbud i uge 7 og 42 til børn i 6. -9. klasse der ønsker at blive introduceret til idrætslivet. Aktiv Ferie er derved et udstillingsvindue af idræt og aktiviteter i kommunen, for at give børn en mulighed for at prøve nye idrætsformer. Aktiv Ferie er desuden et samarbejde mellem frivillige i foreningslivet og Kultur og Fritid i Mariagerfjord Kommune (MFK), hvor arbejdsfordelingen er at foreningerne laver idrætsaktiviteterne, og MFK står for markedsføring, kommunikation og administration. (Projektbeskrivelse, 2013)

Aktiv ferie indeholder følgende delelementer under paraplyprojektet:

"Det er et tværfagligt forløb, hvor der tages højde for både sundhed og overvægt" (Projektbeskrivelse, 2013, 8)

- **Undersøgelse:** Overvægtige børns motivation og barrierer undersøges gennem interviews, spørgeskemaundersøgelser og ekspertinterviews for at kunne tilrettelægge markedsføringen, samt den efterfølgende idrætsindsats, efter deres behov og ønsker, således at denne gruppe inddrages aktivt i udviklingsarbejdet, som repræsentanter for nogle af de foreningsuvante børn.
- **PR:** Al markedsføring tilrettelægges ud fra børnenes præferencer. Her giver forudgående undersøgelse en række pejlemærker til hvordan de foreningsuvante børn og overvægtige børn kan engageres i tilbuddet.
- **Samarbejde:** For at gøre tilbuddet tværfagligt, afprøves og udforskes nye samarbejder, herunder ambassadører.

"...udslus børnene i foreningslivet" (Projektbeskrivelse, 2013, 8)

- **Afholdelse af Aktiv Ferie:** I uge 7 og 42 kan børnene prøve en lang række nye og ukendte foreningsidrætter gratis, her møder de sporten, de frivillige og den gode stemning, hvilket forhåbentlig vil inspirere dem til et aktivt liv, samt lade dem opleve at være nye i en sportslig læringsramme.
- **Lederforum:** For at hjælpe med at udsluse børnene, så de modtages hensigtsmæssigt i foreningerne, oprettes et lederforum, hvor trænere og ledere fra foreningslivet kan blive udfordret og inspireret indenfor en række problematikker, som lederne og trænerne selv sætter fokus på. Denne del af projektet skal sikre at foreninger er godt rustet til at få kontakt, modtage, samt fastholde idrætsforeningsuvante og overvægtige børn i foreningerne.

"En mentorordning engagerer forenings- og idrætsuvante børn" (projektbeskrivelse, 2013)

- **Mentorordning:** En kontaktpersonsordning oprettes for at sikre at børnene modtages hensigtsmæssigt i foreningerne, så børnene fortsat er motiverede for at blive i foreningen. Det vil sige at, efter Aktiv Ferie, skal de frivillige (som gerne er nogle af kommunens skolelærere) give børnene støtte i opstarten i en ny forening.

Projektpræsentation, mål og organisering af Aktiv Ferie

For at udfolde ovenstående projektbeskrivelse, kan figur 1 bidrage med et overblik over delementerne af det samlede paraplyprojekt; Aktiv Ferie.

På figur 1 beskriver den øverste bjælke det samlede mål for projektet: Fra 'Aktiv Ferie' til 'Aktiv'. Bjælken markerer at ønsket for Aktiv Ferie er, at ferie-delen skal forsvinde, så dét der står tilbage blot er 'Aktiv'. Det er således et koncept, hvor ønsket er at skabe generel øget aktivitet i Mariagerfjord Kommune for foreningsinaktive børn i den givne aldersgruppe. Målet for Aktiv Ferie er derfor at sikre at børnene præsenteres for, inddrages og fastholdes i idrætsforeninger over hele kommunen, for at sikre et sundere og gladere liv for det enkelte barn. Det er således en forhåbning at Aktiv Ferie bliver et udslusningsprojekt, hvor børn bliver interesseret i idræt, opdager deres mange muligheder på Aktiv Ferie og efterfølgende fastholdes i idræts- og foreningslivet uanset etnicitet, BMI, sociale og økonomiske ressourcer.

På figur 1 ses det desuden, under bjælken, at Aktiv Ferie-cirklen er centralt placeret i midten (se orange cirkel), da det er hovedoverskriften for projektet, og ud fra denne 'Aktiv Ferie'-cirklen er der fem streger ud til fem nummererede kasser (blå kasser). Disse fem kasser er nummereret, hvor nr. 1 er en undersøgelse af de overvægtige børn, nr. 2 er et lederforum, nr. 3 er PR, nr. 4 er afholdelsen af Aktiv Ferie i uge 7 og 42, og nr. 5 er en mentorordning. Under nogle af kasserne er der tilknyttet en række underpunkter for hvordan hvert af disse projekter kan bearbejdes. Disse vil blive gennemgået yderligere i hvert kapitel i den følgende rapport. Her vil størstedelen af erfaringerne blive gennemgået, mens enkelte delprojekter findes i eksternt materiale:

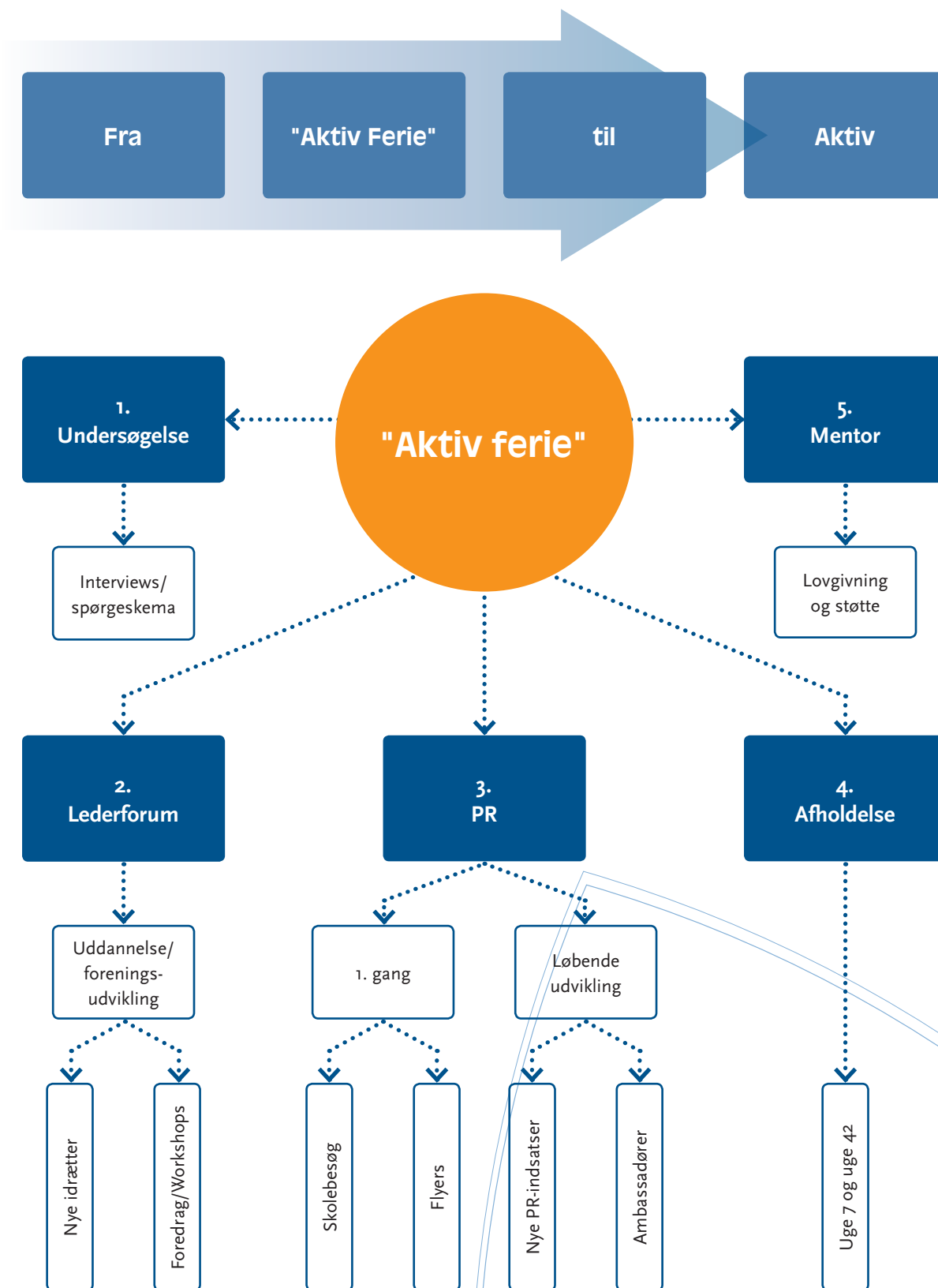
Undersøgelsen:	Findes i eksternt materiale, kaldet Når børnene råber op
Lederforum:	Lederforum 1-7 findes her i rapporten, dog med den undtagelse af Lederforum 3, som findes i eksternt materiale, kaldet Gratis PR til din forening, samt at Lederforum 4 og 7 ikke nåede at blive færdigvurderet i breddeidrætsperioden.
PR:	Gennemgås i denne rapport
Aktiv Ferie i uge 7 og 42:	Gennemgås i denne rapport
Mentorordning:	Gennemgås i denne rapport

Samlet bidrager rapporten til et overblik over de forskellige initiativer under paraplyprojektet; Aktiv Ferie.

Opsummering af projektbeskrivelsen

Projektbeskrivelsen har vist hvorfor idræt kan være vigtig for teenagers udvikling psykisk, såvel som fysisk, samt at Danmark og Mariagerfjord Kommune bør fokusere på at hjælpe foreningsuvante unge ind i idrætsforeningslivet for også at reducere kommunens overvægtsproblemer. Dette forsøges opnået med et breddeidrætsprojekt, Aktiv Ferie, og her vil Aktiv Ferie have fokus på hvorledes teenagers idrætsopfattelse og idrætsadfærd kan ændres ved at vise dem deres muligheder og give dem en introduktion til nye idrætter. Samtidig er der et ønske om at udvikle foreningslivet gennem en kontaktpersonsordning og oprettelsen af lederforum.

Figur 1: Organisering af paraplyprojektet; Aktiv Ferie





Følgende kapitel er en gennemgang af de lederforums der skal give de frivillige de bedste forudsætninger for arbejdet med børn og unge og generelle udfordringer i foreningslivet.

KAPITEL 2 - Lederforum

Lederforum

De politiske dagsordner har i høj grad indarbejdet det frivillige arbejde i deres visioner i denne tid. Her er den politiske ambition at løfte en række velfærdsmæssige kerneopgaver vha. det frivillige engagement i Danmark. Dette i kraft af at deltagelse i foreningslivet, opfattes af politikerne, som værende en væsentlig faktor for både demokratiet og borgernes velfærd. Den danske frivillighed har desuden en række positive konsekvenser, såsom at mange af vores kollektive foreningsgoder er billigere end det de koster at producere. (Fridberg, Henriksen og Boje, 2014; Böss, 2014; Nielsen, 2014; Torpe, 2014)

Fridberg⁶, Henriksen⁷ og Boje's⁸ (2014) har udviklet en frivillighedsdefinition, som vil være omdrejningspunktet for de efterfølgende afsnit. (Fridberg, Henriksen og Boje, 2014).

Frivillighed er:

- Ulønnet, men med mulighed for kompensation for udgifter.
- Styret af egen lyst (og derved ikke et aktiveringstilbud).
- Organiseret i fx en forening eller anden organisation, som kan være privat, såvel som offentlig.
- Til gavn for andre eller flere end blot familien og den frivillige selv.
- At den frivillige er aktivt deltagende i arbejdet, og ikke blot foreningsmedlem.

Der er 1,9 mio. frivillige i Danmark, hvoraf 42 % er villige til at hjælpe mere, samtidig med at 55 % af de ikke-frivillige gerne vil i gang, men bare ikke er blevet spurgt. I den forbindelse er der en række politiske ambitioner om at bruge de frivilliges arbejde til at løfte kommunale kerneydelser. 50 % af foreningerne samarbejder allerede med det offentlige, men kun 14 % arbejder direkte med velfærdsmæssige kerneydelser. 44 % af foreninger ønsker dog ikke at være et offentligt 'hjul', og kun 10 % af foreningerne mener det er naturligt at de bidrager til kerneydelserne. (Fridberg, Henriksen og Boje, 2014; Nielsen, 2014; Torpe, 2014; Nygaard, 2014; Ibsen, 2014)

I forhold til ønsket om modydelse, fortæller 81 % af DIFs foreninger, at de gerne vil have en symbolsk tak i stedet for økonomisk støtte, mens andre undersøgelser viser at idealisme, ønsket om at være til nytte og glæden ved selve det frivillige arbejde er dét der driver ildsjælene (Ibsen, 2014).

Overordnet kan det konkluderes, at vi befinder os i et samfund hvor borgerne udfolder deres engagement og frivillighed på baggrund af en samarbejds tradition mellem borger, offentlige instanser og frivillige organisationer. Samtidig sætter de frivillige krav til systemet og kommunen for hvordan de vil ledes og organiseres, hvilket øger behovet for samarbejdsaftaler (Fridberg, Henriksen og Boje, 2014; Nygaard, 2014; Boll, Alsted, og Hald, 2012)

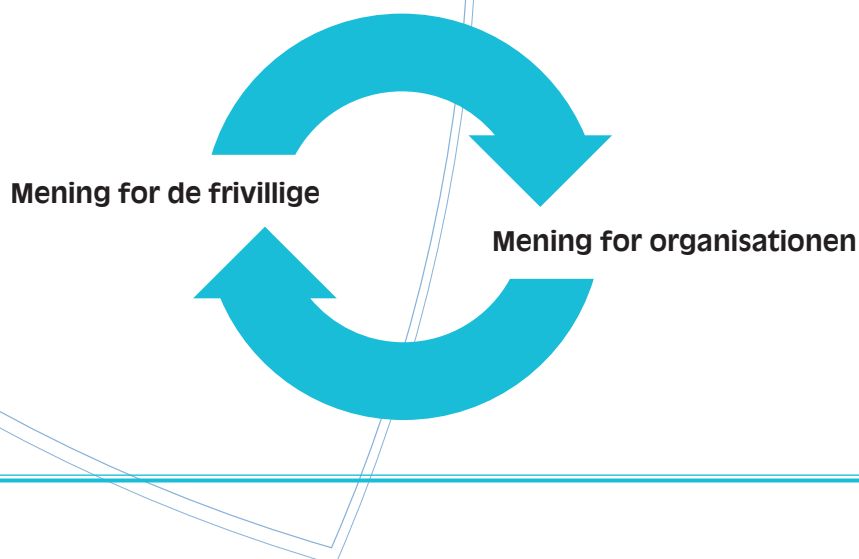
6) Seniorforsker ved det Nationale Forskningscenter for Velfærd

7) Professor ved Aalborg Universitet

8) Professor ved Roskilde Universitet

Figur 2: Frivillighedskoordineringens dobbelte sigte

(Boll, Alsted, og Hald, 2012)



Det er her interessant at overveje hvorfor de frivillige overhovedet skal inddrages som samarbejdspartnere i det sociale frivillige arbejde. Der kan argumenteres for at det er en besparelse, da betaling til frivilligt arbejde ofte er begrænset til kørselsgodtgørelse. Kommunen kan således spare på det sociale sundhedsområde, hvis foreningerne løfter en kommunal kerneopgave. Samtidig kan der også argumenteres for at de frivillige og foreningen skaber en rummelighed og inklusion, som institutionerne og kommunen ikke kan. De kan således være bedre egnet til nogle opgaver end de professionelle. Derudover er det interessant at se på frivillighedskoordinerings dobbelte sigte (jf. figur 2), hvor både kommunen og de frivillige fortløbende skal have udbytte af opgaven og ressourcerne for at ønske at starte, udvikle og fortsætte samarbejdet. Dette er således essensen af en samarbejdsaftale, i kraft af at forhandlingen afgør partnernes muligheder og resultater (Boll, Alsted, og Hald, 2012)

Åkerstrøm (2006), som er en førende forsker i samarbejdet mellem kommune og frivillige, skriver at når en frivillige organisation samarbejder med det offentlige, opnår de større suverænitæt. De er ikke blot leverandører af en ydelse, men bliver desuden anerkendt som en partner med ret til at meddefinere velfærdsstaten. De beslutter således sammen med kommunen hvad problemet er, i lige så høj grad som de har råderum til at definere sig selv og deres organisatoriske identitet i opgaven. Derved kan meningen for de frivillige udvikles på deres initiativ. (Åkerstrøm Andersen, 2006)

Tankegangen bag lederforum er således at det kan være meningsfuldt for aktørerne på lederforum at sammenskabe, udvikle og forandre de enkelte foreninger. De frivillige skaber derved hver især den sandhed der er mest meningsfuld i deres specifikke og givne situation. Herved kan afholdelsen af et lederforum sætte rammerne for at forme en ny virkelighedsforståelse hos deltagerne gennem relationer og udveksling. (Haslebo og Schnoor, 2007)

Her skriver Stegeager og Laursen (2012) at: *"Verden hele tiden er under udvikling og i bevægelse, og skabelsen af mening aldrig er endelig eller givet"* (Stegeager og Laursen, 2012, 200)

Alt er således i konstant forandring, og foreningerne skal således konstant forny sig, og det er her Lederforum kan bidrage til udviklingen af en organisatorisk forandringsproces. Paraplyprojektet; Aktiv Ferie har derfor en forhåbning om at Lederforum vil kunne påvirke ledere og trænere i kraft af at *"vi som mennesker fortolker alt, hvad vi er involveret i"* (Stegeager og Laursen, 2012, 200). De kan således påvirkes af de informationer, signaler og arbejdsprocesser de udsættes for under Lederforum.

De sociale sammenhænge er således essentielle på lederforum, i kraft af at aktørernes foreningsopfattelse formes her. Yderligere er der sikret frihed ved udviklingen af foreningsstrategierne, i kraft af at der ikke findes en objektiv sandhed om foreningsudvikling, da verden kan ses fra flere vinkler. Lederforum har derfor valgt ikke at pådutte lederne en strategi, men ladet strategiudviklingen foregå i de enkelte foreningers forum, da de er eksperter på deres område, ressourcer og vision. Denne organisatoriske nuancering udelukker én fælles forståelse eller fortælling, og at vi derfor skal være villige til at acceptere meningspluraliteten og resultater der adskiller sig fra de oprindelige idéer. (Stegeager og Laursen, 2012; Jørgensen, 2007)

Ovenstående betyder kort sagt, at der i forbindelse med afholdelse af Lederforum vil være fokus på:

- Inddragelse og ejerskab
- At skabe en forbindelse mellem viden og praksis
- Netværk mellem de frivillige
- Inspiration til foreningsudvikling

Opsummering

Ovenstående har således fastslået at Danmark er i toppen af verdensranglisten for frivilligt arbejde, samtidig med at disse kræfter ønskes udnyttet politisk. De frivillige sætter dog krav til kommunen ved et samarbejde, og det bør således overvejes hvordan dette gensidige afhængighedsforhold kan og skal udvikles. Her tilbyder lederforum kurser, workshops og inspiration til foreningsudviklingen med fokus på hvad de frivillige selv ønsker.

Lederforums vision

Lederforum, handler om at ledere og trænere skal udrustes til at modtage, arbejde med og fastholde nye målgrupper, såsom idrætsforeningsuvante og derfor kan de få viden og hjælp igennem lederforum.

Dette sker igennem workshops, netværksmøder, foredrag om emner som de frivillige selv vælger med fokus på foreningsudvikling. Det er således dette projekts ønske at inddrage de frivillige i arbejdet med aktivering af nye målgrupper, herunder idrætsforeningsuvante unge i foreningslivet. Dette ønskes opnået ved at samle ledere og trænere og skabe foreningsudvikling, mulighed for netværk og inspiration gennem henholdsvis oplæg, workshops og individuel strategiudvikling. Der er fokus på det formelle møde ved selve arrangementet og fokus på det uformelle møde gennem præsentation af nye sportsgrene, omklædningsrumssnak, hygge over aftensmaden og lign.

Hovedfokus er at skabe en god stemning omkring dét at indarbejde nye målgrupper, fastholdelse, PR, rekruttering mm. i foreningstanken, hvorved der kan skabes mulighed for at få nye og flere medlemmer.



Oversigt over lederforum 2014-16

Følgende er en oversigt over de lederforumer som er afholdt i perioden 2014-16, for at udvikle trænere og ledere fra foreningerne. Alle lederforums er udpeget af de frivillige.

- **Lederforum 1**

Afholdelse af en teambuildings- og inspirationsdag for trænere og ledere i Mariagerfjord Kommune med fokus på overvægtige børn og unge, samt præsentation af nye sportsgrene.

- **Lederforum 2**

Afholdelse af lederforum ved årsskiftet 2014/15 omkring fastholdelse af frivillige i foreningerne.

- **Lederforum 3**

Afholdelse af 10 decentrale lederforum's i foråret og sommeren 2015 om PR og kommunikation i foreningerne (se eksternt materiale).

- **Lederforum 4 og 7**

Afholdelsen af 10 udviklingsforløb i løbet af 2016 i samarbejde med DGI med fokus på generel foreningsudvikling ude på foreningernes egen hjemmebane og med deres egne emner.

- **Lederforum 5**

Afholdelse af 1 lederforum for trænere og ledere i Mariagerfjord Kommune i foråret 2016 om den gode modtagelse i forening. Dette lederforum laves i samarbejde med kommunens netværkskoordinator for flygtninge.

- **Lederforum 6**

Afholdelse af 1 kursus om teambuilding, hvor frivillige og ledere uddannes i selv at forestå og udvikle teambuildingsøvelser i foreningslivet.

Traileren

Som en del af lederforum, blev forskelligt udstyr indkøbt og præsenteret i hallen for deltagerne. Dette var der meget positiv respons på, da traileren desuden er gratis at låne for alle foreninger og haller i Mariagerfjord Kommune.

Lederforum 1

Gratis fyraftensmøde med træningseksperter Henrik Duer fra TV3 om overvægt og børn

Kom til gratis inspirations- og teambuildingsdag med spænding og udfordringer. Her vil træner og livsstilseksperter fra TV3, Henrik Duer, fortælle om aktivitet, overvægt og børn.

Samtidig, vil vi, i Kultur og Fritid, vise jer nogen af de nyere teambuildings- og idrætslege, og præsentere jer for de muligheder de hver især kan bidrage med ved arbejdet med børn, bevægelse og overvægt.

Formål

Formålet er at den enkelte deltager lærer igennem både den verbale og visuelle præsentation, egen refleksion og kropslig læring i hallen. Her med særligt fokus på at skabe en god stemning omkring dét at indarbejde svage målgrupper, såsom overvægtige børn, ind i foreningstankegangen. Pointen med den fysiske session er at inspirere til inddragelse af andre idrætsformer, hvor der fx kan indgå mindre konkurrence, mere team-ånd og et generelt fokus på det sociale aspekt. Derudover skal dagen gerne bidrage til refleksion over nuværende og fremtidig praksis, samt skabe netværk mellem de frivillige.

Oplægsholdere

Henrik Duer fra TV3 og Nanna Lindhard fra Kultur og Fritid, Mariagerfjord Kommune

Tilmeldte:

18 tilmeldte fordelt over 7 klubber

Resultater:

Eksempler på strategier nogle af klubberne gik hjem med:

Hadsund Bokseklub	<ul style="list-style-type: none">• Øge fokus på børn fra 10 års alderen og op, fx. besøge skoler og fortælle og vise boksning frem.
Oue-Valsgård-Spejdere	<ul style="list-style-type: none">• Madkultur: Sætte rammer for hvor mange penge børnene må have med til slik til slikboden og for hvornår børnene må spise slikket på lejr.
Kærnegruppens spejdere	<ul style="list-style-type: none">• Lave og tænke bevægelse ind hver gang vi mødes• Evt. snakke om maden vi laver og hvilke råvarer vi bruger
AIF Gymnastik	<ul style="list-style-type: none">• Lave idræt for voksne og børn samtidig• Evt. lave idræt der kan laves sammen for forældre og børn
Mariagerfjord Triathlon Klub	<ul style="list-style-type: none">• Evt. udvikle et tilbud der kunne hedde adventuresport, som bruger elementer af outdoortri for børn

De frivillige var generelt tilfredse med arrangementet, som de kaldte 'vellykket' og 'spændende'. En nævnte særligt den gode blanding af oplæg og idræt, fordi der så er større chance for at huske det bagefter. En anden anså netværksudviklingen som et plus, og en sidste er gået i dialog med sundhed og træning om overvægtshold, og har allerede oprettet flere hold, som starter om et par uger. Derudover havde en enkelt desuden haft emnet på dagsordenen i hele foreningen, og var begyndt at lave forældre-barn hold, og en forening har fået et samarbejde på tværs, hvor de samler pigerne fra de forskellige foreninger og hold.

Udfordringer

Der var færre tilmeldinger end forventet og flere frivillige fortalte at de var forhindret pga. skoleafslutninger eller studenterafslutninger mm. Derudover havde en enkelt frivillig vanskeligt ved at indgå i arrangementsformen. Han var meget overrasket over at de frivillige selv skulle lave en strategi. Han følte at han havde lavet kommunens arbejde. Det kan således overvejes fremover at lave en mere udtømmende forventningsafklaring, så de frivillige er indforstået med arrangementsformen inden de møder op.

Lederforum 2

Lederforum 2 har sat fokus på rekruttering og fastholdelse af frivillige i foreninger.

Hvordan kan det blive mere attraktivt at være frivillig? Til dig og din forening.

Det kan være svært at rekruttere og fastholde frivillige, og det er et problem flere foreninger har nævnt, at de kæmper med.

Derfor har Kultur og Fritid, i samarbejde med frivilligcenteret, lavet et kursus på Lederforum om at 'Fastholdelse begynder ved det første møde'. Her kan I få brugbare værktøjer og inspiration til fastholdelse og rekruttering af frivillige i din forening

Formål

Formålet er at præsentere deltagerne for fastholdelsesteorier, hvor fastholdelse handler om at forstå den frivilliges motivation og tage afsæt i den. Det handler om at den frivillige oplever at lykkes med sin frivillige indsats. Derudover skal de frivillige opleve, at indsatsen rent faktisk flytter noget. Kurset giver redskaber til at håndtere frivilliges forskellige motivationsbehov og strategisk arbejde med disse gennem den frivilliges livscyklus.

Oplægsholder

Charlotte Thomsen er konsulent og arbejder med rådgivning og konsulentopgaver i frivillige sociale organisationer, hvor hun særligt har fokus på rekruttering, fastholdelse og ledelse af frivillige.

Program

Undervisningen er tilrettelagt sådan, at den veksler mellem undervisningsoplæg og workshop.

- Den psykologiske kontrakt – motivation og frafald
- Behovene for "tilknytning, særstatus og indflydelse"
- Motivering af frivillige – forskellige motiver, fordrer forskellige anerkendelsesformer
- Workshop – match mellem frivillig og opgave
- Redskaber til fastholdelsesprocesser i forhold til den frivilliges livscyklus
- Workshop/rollespil – fastholdelsesprocedure
- Rekruttering

Der er i pauserne lagt op til at man skal passere en forhindringsbane fra aktivitetstraileren for at komme på toilet, ind og spise osv. De fleste gjorde det og morede sig med opgaven.

Tilmeldte

Der var 20 tilmeldte med stor aldersspredning.

Resultater

Overordnet vurderes det at de fleste af de frivillige har opnået viden og forståelse ift. emnet, samt at 3 af idrætsforeningerne efterfølgende meddelte at de havde startet et samarbejde.

Samarbejdet med frivilligcenteret var også en fin fremgangsmåde, hvor udgifterne kunne deles i to og reklameindsatsen blev fordoblet.

Udfordringer

Flere af de ældre frivillige havde svært ved at omsætte den nye viden til egen praksis. Workshops-formen var altså svær for de ældste i gruppen.

Lederforum 4 og 7

Lederforum: Gratis udviklingsforløb med DGI/DIF

Vil I have et gratis udviklingsforløb ud i jeres idrætsforeninger? Vil I selv vælge emnerne? Vil I have professionel hjælp?

Mariagerfjord Kommune tilbyder 10 gratis udviklingsforløb, som DGI og DIF står bag. Her kan I blive skarpere inden for et eller flere områder som I selv vælger (alt fra *uddannelse, rekruttere frivillige eller medlemmer, nye aktiviteter, drift*, eller noget andet – I bestemmer)

Det er et fleksibelt og skræddersyet forløb ude i jeres forening, der følges tæt af DGI's og DIF's konsulenter i 12 timer fordelt over ca. 6 måneder (I bestemmer selv hvor og hvornår). Konsulenterne er kompetente rådgivere og sparringspartnere som er med hele vejen i mål.

Gå ikke glip af denne mulighed!

Læs mere om forløbet på <http://www.dgi.dk/foreningsledelse/kurser/skab-en-succesfuld-forening>.

Formål

Formålet er at give de frivillige kompetent vejledning indenfor et selvvalgt område i foreningslivet gennem et 12 timers forløb.

Oplægsholder

Bevæg dig for livet og klubberne valgte sammen den mest egnede konsulent til både emnet, opgaven og klubben

Tilmeldte

Der var 4 tilmeldte klubber i første forløb i foråret 2016, og i det andet forløb i efteråret 2016 var der mellem 2-5 tilmeldte foreninger.

Udfordringer

Da hvert enkelt forløb er 6 måneder langt, har breddeidrætsprojektet desværre ikke kunnet nå at evaluere på Lederforum 4 og 7 inden for projektperioden 2014-2016. Der kom dog meget positiv feedback fra foreningerne på muligheden for at få et udviklingsforløb. Her modtog vi fx mailen d. 27.1.16:

"Stor ros til jer og kommunen over dette initiativ.

Selvom det kunne være enormt fristende at tage imod tilbuddet, mener jeg at andre - større foreninger - fortjener dette tilbud langt mere end os. Men tak for henvendelsen!"

Lederforum 5

Hør hvordan tre foreninger arbejder med modtagelsen af nye medlemmer og få inspiration til, hvordan I selv kan gøre det.

Program

Mød Assens Gymnastikforening, Hadsund Bokseklub og Hadsund Boldklub og deltag i en workshop:

1. „Kom og vær med“

Hvad gør vi, når der kommer nye ind ad døren? Lav jeres helt egen plan, få input og sparring om hvordan I kan blive skarpere på at tage imod alle nye i jeres fællesskab.

v. Nanna Lindhard, Breddeidrætskonsulent.

2. Flygtninge i foreningen

Vær med til at skabe et godt fundament for, hvordan flygtninge får en optimal og tryk start ude i foreningerne, og hvordan de på bedste vis kan lære foreningsstrukturen i Danmark at kende.

v. Maria Vinther, Frivilligcenter.

Formål

Formålet er at samarbejde med integrationsområdet om at strategiudvikle på modtagelsesområdet, så de frivillige kan få inspiration af både hinanden og de forskellige områder.

Oplægsholder

3 lokale klubber holdt oplæg om hvad de gør i deres forening, for at holde på nye medlemmer, uanset om de er udlændinge eller ej. Herefter fulgte to forskellige workshops, ved henholdsvis frivilligcenteret og Kultur og Fritid. Dette for at sikre at der både var indhold for de integrationsmindedede og almindelige foreninger.

Tilmeldte

Der var 30 tilmeldte.

Resultater

Overordnet vurderes det, at langt de fleste fik noget ud af aftenen. Især de korte oplæg fra klubberne gav stor inspiration og var præget af stort engagement og mange spørgsmål efterfølgende.

Udfordringer

Nogle af de ældre havde svært ved at arbejde i grupper på workshoppen, og hver gang de skiftede partner startede de forfra med gruppeopgaverne i stedet for at følge udviklingstrinene som det var planlagt.

Lederforum 6

Gratis kursus i hvordan man laver teambuilding – skal du med?

Søndag d. 12. juni ligger vi an med et nyt kursus på Lederforum, hvor et professionelt team kommer og underviser i hvordan man som frivillig kan udvide sine træninger/møder med fede teambuildingsøvelser der ryster gruppen sammen.

Skal I på lejre, holde sommerfest eller måske starte nye hold i din forening? Så er denne dag lige noget for dig, hvor du lærer fif og tricks til skabe latter og sammenhold på tværs.

Formål

Formålet er at give de frivillige trænere kompetencer til at skabe godt sammenhold i en forening eller på et hold.

Oplægsholder

3 instruktører fra Pulsevent afholdte dagen.

Tilmeldte

Der var 15 tilmeldte.

Resultater

Dagen var en meget positiv oplevelse præget af stort engagement og megen latter, hvor deltagerne igennem praktiske øvelser lærte om teambuildingselementer der kan sikre sammenhold, tillid, aktivering og inddragelse. Der var generelt meget positiv feedback på dagen.

Udfordringer

Det var svært at få nok tilmeldte, da mange foreninger allerede lukker ned i juni, og der var mange konkurrerende tilbud netop denne søndag.





Vi har nu arbejdet med at forbedre foreningernes forudsætninger med at arbejde med nye målgrupper, og vi vil nu fokusere på at få fat i de unge for at vise dem foreningerne. Følgende kapitel er derfor en gennemgang af den reklamekampagne, der blev søsat for at få de unges opmærksomhed.

KAPITEL 3 - PR

PR

Vi er, i Danmark, gode til at undersøge og konkludere på information, men vi har desværre ikke udviklet vores forståelse og kommunikative rækkevidde i samme omfang. Det betyder at de informationer vi gerne vil viderebringe ofte ikke når deres destination, og hvis de gør, kan de være svære at afkode for modtageren. (Fry, 2007)

Målet for Aktiv Ferie er at skabe en forandringsproces for både idrætsopfattelse og aktivitetsniveauet blandt børn i teenagealderen med særligt fokus på de foreningsuvante. Derfor mener Aktiv Ferie at markedsføringskampagnen er af største vigtighed i arbejdet med at få børnenes opmærksomhed.

Her kan markedsføring være relevant for inaktivitetsproblematikken i kommunen. Dette i kraft af at børnene har adskillige muligheder for fysisk aktivitet i Mariagerfjord Kommunen, hvor fx kommunens foreningsportal; Conventus (2015) beretter om intet mindre end 125 idrætsforeninger i Mariagerfjord Kommune, samt en række selvorganiserede idrætsklubber og centre. Her findes et bredt spænd af aktiviteter fra dykning, parkour, løb, karate, dans og mange flere med skiftende træningstider og niveauer, så børnene har forholdsvis mange og alsidige muligheder for fysisk aktivitet. Aktiv Ferie antager derfor at kendskabet til og formidlingen af alternative idrætsforeningstilbud kan være en af udfordringerne i forhold til denne målgruppes inaktivitet, og derfor har Aktiv Ferie valgt at fokusere på PR. (Conventus, 2015)

Markedsføringsplan

Nedenstående PR-indsatser, er valgt, i kraft af at det kun er de ressourcemæssigt stærkeste, der tager imod tilbud fra almindelige sundhedskampagner. De almindelige kampagner er typisk begrænset til plakater og flyers mm. Derfor må PR'en i dette projekt tilrettelægges efter at målgruppen af idrætsforeningsuvante børn kan være sværere at nå. Aktiv Ferie udvider derfor reklamekampagnen fra plakater til at indeholde følgende elementer: (Troelsen, 2008; Nielsen et al, 2008)

- Udviklingen af **postkort, flyers og plakater** til målgruppen.
- Oprettelse af en ny **hjemmeside**, hvor børnene kan finde informationer om alle hold.
- Oprettelse af en **facebookside**, hvor børnene kan 'like' og få informationer løbende.
- **Skolebesøg** på alle kommunens folkeskoler, hvor der uddeles postkort.
- Rekruttering og anvendelse af **ambassadører** der personligt håndplukker foreningsinaktive eller overvægtige børn til tilbuddet.
- Uddelingen af **gadgets**, så børnene mindes projektet og laver reklame andre steder efterfølgende.
- Brugen af **alternative reklame-arrangementer**, såsom genopfind legepladsen med parkour.
- Køb af **Biograf-reklamefilm**, for at have deres uddelte opmærksomhed i få øjeblikke og præsentere dem for dynamikken ved sport.
- Tryk af **annoncer** og brugen af **pressemeldelser**. Disse initiativer er særligt rettet mod forældrene.
- Tilbud om **biografbilletter**, hvis man medbringer en ven der ikke har været på Aktiv ferie.
- **Konkurrencer** om biografbilletter, Iphones og Ipads.

Her er særligt brugen af ambassadører en nytænkning, hvor de unge skeler til eksperterne og rollemodellerne for at udvide deres aktuelle udviklingszone. Disse eksperter er ofte andre end forældrene, og betegnes af mediesociologien som sociale udlejningsmekanismer. Her er essensen at de unge stoler på deres eksperter og netop søger ny viden for konstant at udvikle sig selv. (Busch m.fl., 2011)

Validering

For at validere Aktiv Feries markedsføringsfremgangsmåde, har Aktiv Ferie inkluderet en brugerundersøgelse, som undersøger hvordan unge har reageret på nogle af reklamekampagnes delelementer fra et lignende projekt. Undersøgelsen viser, at personlig kontakt og skolebesøg med mundtlig præsentation er den mest effektive markedsføring, da de unge selv har peget på disse platforme som de foretrukne. (Olsen, 2014)

Derudover anbefaler de unge at der hænges materiale op der hvor de unge i forvejen færdes, og her nævnes fx bibliotekerne, uddannelsesstederne mm. De unge sætter desuden fokus på, at det skal fremhæves at det er gratis at deltage, samt at udbyttet skal fremgå tydeligt. (Olsen, 2014)

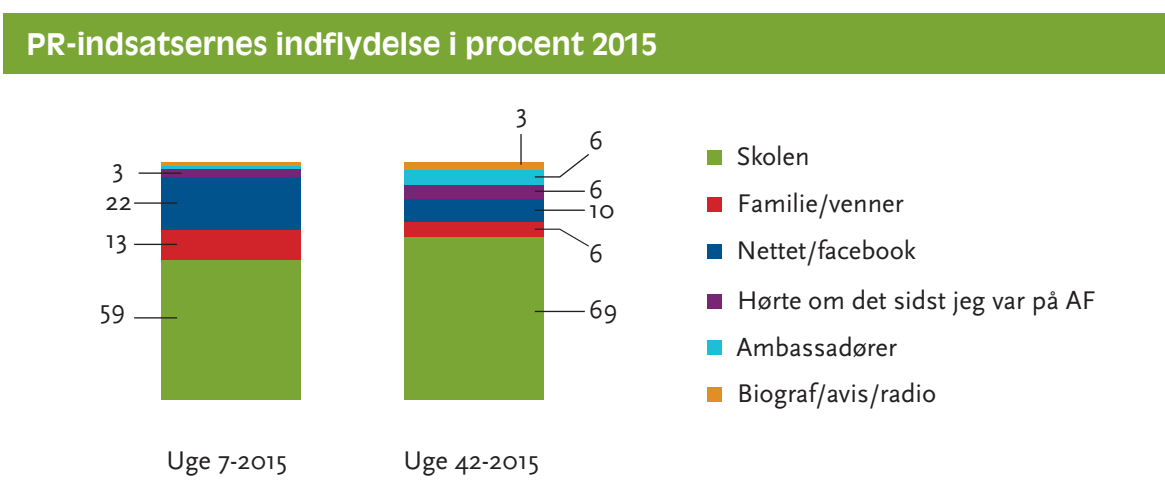
De unge forholder sig meget neutralt ift. at vurdere markedsføringsmateriale, såsom postkort og artikler i aviser. Her vurderer 13 %, at aviser er en positiv formidlingsplatform, 21 % forholder sig negativt til denne form for formidling og 70 % svarer 'ved ikke'. Her har Aktiv Ferie valgt at inkludere brug af avisannoncer, hvilket kan være effektivt som indirekte markedsføring gennem forældrene. (Olsen, 2014)

Når de unge skal vurdere brugen af sociale medier, er de på samme måde i tvivl. Her viser undersøgelsen at 33 % af de unge anbefaler brug af facebook og twitter, men igen svarer 58 % 'ved ikke'. (Olsen, 2014)

Undersøgelsen bekræfter således nogle af de initiativer Aktiv Ferie har valgt i markedsføringsdesignet, mens der stilles spørgsmål ved effekten af andre initiativer. Samlet håber Aktiv Ferie at elementerne kan skabe opmærksomhed om tilbuddet og at flere unge vil få lyst til det aktive liv. Det vil derfor blive undersøgt hvilke indsatser der har effekt for Aktiv Ferie.

Resultater fra tilmeldingsblanketter

Aktiv Ferie adspurgte i 2015 alle deltagende børn, om hvor de har set tilbuddet, for at følge PRens indflydelse på børn og unge. Her ses det tydeligt at skolen er en vigtig aktør, for at børnene opdager markedsføringen. Søjlerne viser dog ikke om børn, der ikke har deltaget i tilbuddet, har valgt tilbuddet fra aktivt eller aldrig har opdaget Aktiv Ferie.



Spørgeskema

En del af kampagnen er at nå børnene på flere platforme, samt at alle kommunens børn skal have haft mulighed for at se tilbuddet. Derfor blev der investeret i mange forskellige platforme og forskellige virkemidler i efteråret 2015, og endnu et spørgeskema blev efterfølgende udviklet med nedenstående spørgsmål med sigte på at snakke med tilfældige børn i kommunen om de har set kampagnen. Spørgsmålene så ud som følgende:

Kender du Aktiv Ferie? Ja/nej

Hvor har du set reklamen for Aktiv Ferie?

1. Flyers
2. Plakater
3. Hjemmeside
4. Facebook
5. Skolen/klassen
6. **Ambassadører (se nedenfor)**
 7. Ungdomsskolen
 8. Juniorklubben
 9. Bibliotek
 10. Sundhedsplejerskerne,
 11. Julemærkehjemmet,
 12. Broen Mariagerfjord,
 13. Kulturskolen,
 14. Ressourcecenter,
 15. Ungdomskonsulent
 16. Socialrådgiverne,
 17. Sund By,
 18. Krisecenteret,
 19. Frivillighedscenteret,
 20. PPR
 21. Ergoterapeut
22. Vandflasker
23. Parkour-show
24. Biograf-reklamefilm
25. Annoncer eller artikler i avisen
26. Familie
27. USB-stiks
28. Konkurrencer
29. Venner/skolekammerat
30. Radio
31. Gratis biografbilletter, hvis man kom med en ven
32. Jeg var med sidst, og kunne huske tilbuddet
33. Andet



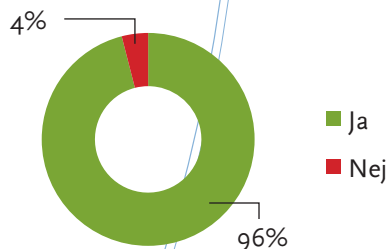
Skriv evt. hvorfor du kom/hvorfor du ikke kom?

Hvis du kom på Aktiv Ferie, tilmeldte du så dig selv? Ja/nej (hvis nej, hvem tilmeldte dig)

Har markedsføringen virket?

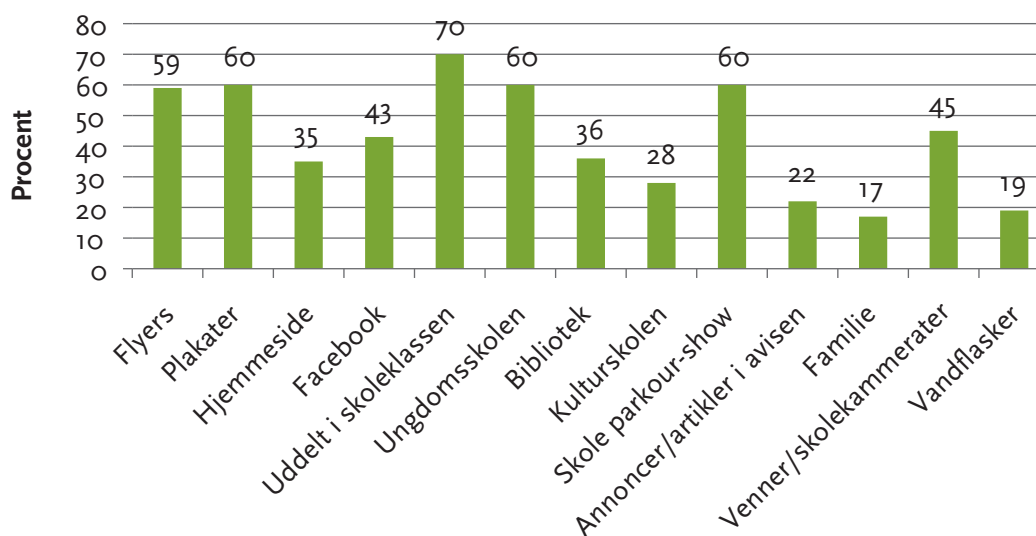
Resultatet blev at 96 %, af 100 tilfældigt adspurgte børn og unge, kendte Aktiv Ferie, dette blev målt 5 uger efter Aktiv Ferie uge 42 2015. Det kan således konkluderes at det er lykket at få de unges opmærksomhed og forankre budskabet.

Kender du Aktiv Ferie?



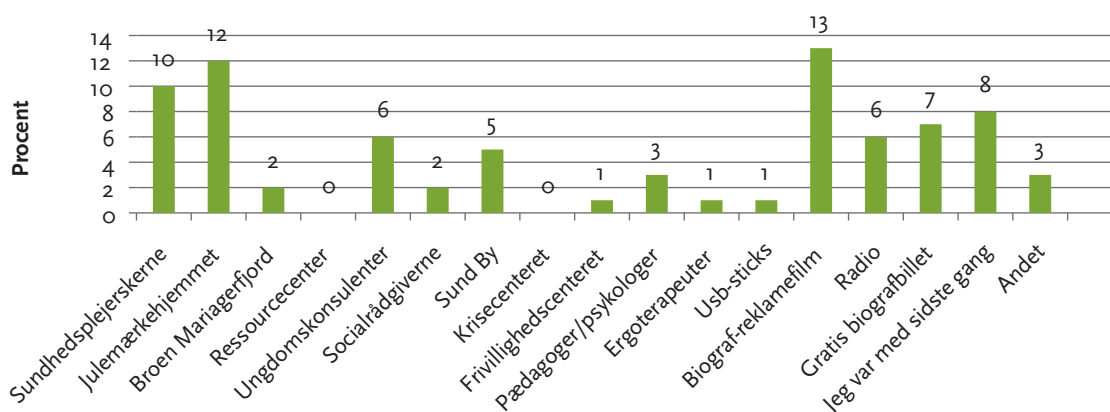
Nedenstående to grafer viser reklameindsatsernes effekt, hvor børnene er blevet bedt om at krydse af hvilke reklameindsatser de er stødt på. Her har de 100 børn i gennemsnit genkendt 6,6 reklameindsatser ud af 32 mulige. Her ses det tydeligt at skolen er den vigtigste aktør, hvilket også bekræftes af tidligere undersøgelser. Børnene møder som udgangspunkt tilbuddet via flyers og plakater (fx distribueret af skolen), men også parkour-showet på nogle af skolerne har gjort indtryk på de unge. Ungdomsskolen har desuden været en vigtig kilde til viden om Aktiv Ferie, efterfulgt af bibliotekerne og kulturskolen. Vandflaskerne genkendes af hvert femte barn, selvom de kun er blevet udleveret på halvdelen af holdene i uge 42 2015. Familie og venner/skolekammerater har også en forholdsvis stor effekt på de unge, og disse to grupper kan være ansvarlige for at børnene har set avisreklamerne, som børnene også har ratet overraskende højt.

Reklameindsatser med effekt 2015



Den næste graf viser, de indsatser der er blevet genkendt af mindre end 15 % af børnene. Her ses det at sundhedsplejerskerne, julemærkehjemmet og biograffilmen er dem med effekt på over 10 %, hvorimod de resterende reklameindsatser alle har en effekt på under 10 %. Her er det dog vigtigt at huske at de børn disse ambassadører får fat i, kan være de børn med størst behov, samtidig med at mange små indsatser, kan bidrage til de samlede gode resultater på PR-området.

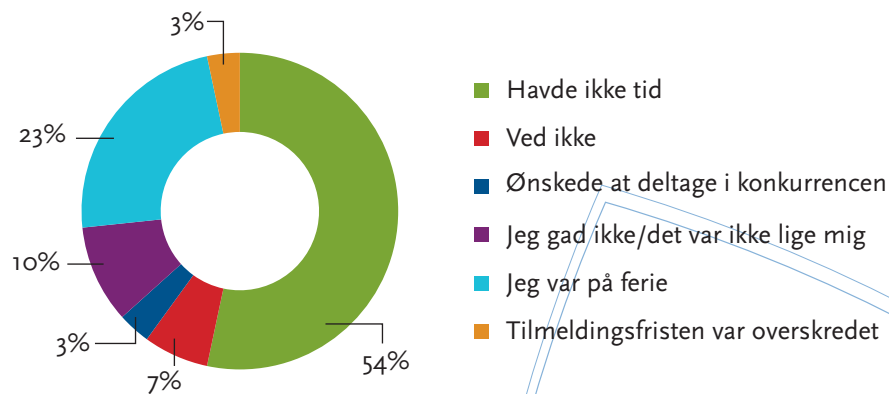
Reklameindsatser med lille eller ingen effekt 2015



Her blev USB-sticks sat ind som et testspørgsmål, for at sikre at børnene ikke har krydset af tilfældigt (der er altså omkring 1 % fejlmargen i undersøgelsen). Efterfølgende blev børnene spurgt om det hovedsageligt er børnene selv eller deres forældre der tilmelder dem på hjemmesiden. Her svarer 81 % af de unge, at de selv er ansvarlige for at tilmelde sig, hvorimod 19 % fortæller at forældrene gør det for dem.

Slutteligt kommenterede de tilfældigt adspurgte unge hvorfor de var eller ikke var kommet på Aktiv ferie. Her svarede størstedelen af de ikke havde tid eller var på ferie, hvis de var udeblevet. Af positive kommentarer om Aktiv Ferie, svarede de fleste at de var kommet, fordi det så sjovt ud.

Grunde for udeblivelse



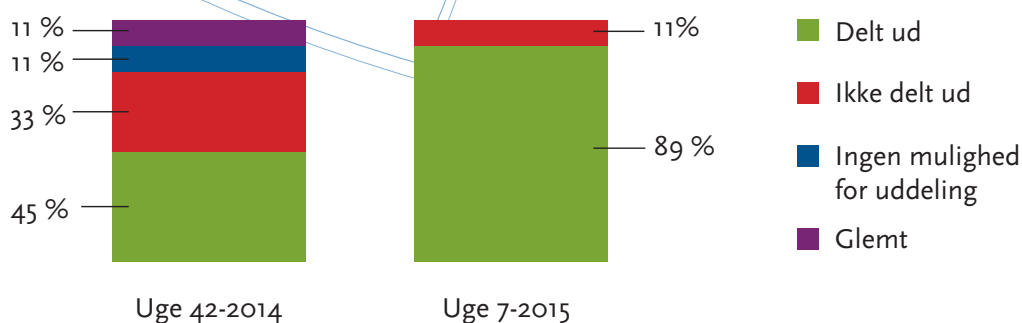
Ambassadørernes indsats

Der har i forbindelse med PR-kampagnen også været en lang række samarbejdspartnere, hvis opgave det er at forstå og videreformidle projektet til de valgte målgrupper af foreningsuvalte børn. Følgende sagde ja til at bidrage til projektet:

Ungdomsskolen og Juniorklubben, Sundhedsplejerskerne, Julemærkehjemmet, alle folkeskoler i området (herunder inddragelse af kulturambassadører og sundhedsambassadører), Broen Mariagerfjord, Kulturskolen, Mariagerfjord Kor, Ressourcecenter, ungdomskonsulenter (SSP'er), bibliotekerne, ergoterapeuter, PPR og socialrådgiverne, Sund By og Krisecenteret.

Vi målte efter de første to Aktiv Ferier om hvorvidt de havde delt materialet ud efter møderne, det så ud som følgende:

Antallet af ambassadører, der har uddelt materiale 2014-15 opgjort i procent



Der var en meget positiv udvikling i ambassadørernes indsats fra første til anden afholdelse af Aktiv Ferie, hvilket kan skyldes at projektet gentages, samt at der blev fulgt op på uddelingen og at der løbende er kommet mere og mere presse og gode historier ud af projektet.







Følgende kapitel gennemgår erfaringerne fra ferieugerne, for at se hvilke udfordringer teenagerne har eller ikke har i Mariagerfjord Kommune.

KAPITEL 4 - Aktiv Ferie i uge 7 og 42

Nedenfor er et overblik over resultaterne og erfaringerne fra Aktiv Ferie afholdt igennem breddeidrætsperioden.

Aktiv Ferie 1 (efterår 2014)

Antal tilmeldte: 93 børn, hvor 23 % var idrætsforeningsinaktive og ca. 15 % overvægtige.

Foreninger: 8 (Boksning, dykning, motorcross, dans, fitness, kreative tilbud, basket og mountainbike)

Vision: Tilbyde børn et udstillingsvindue af nye og anderledes idrætsformer i kommunen i håb om at flere vil starte et mere aktivt liv. Her med særligt fokus på at undersøge og overkomme praktiske udfordringer.

Resultater:

- Antal tilmeldinger var ikke tilfredsstillende, og arbejdet for tilmeldingerne var meget utilfredsstillende, der kom dog så mange børn til sidst at kun enkelte hold blev aflyst.
- Selve ugen var meget tilfredsstillende.
- Resultaterne efterfølgende var meget tilfredsstillende, hvor 20 % var mere aktive 4 måneder senere, og ingen var mindre aktive, samt at over 15 % er begyndt til en ny sport.

Aktiv Ferie 2 (vinter 2015)

Antal tilmeldte: 170 børn, hvor 36 % var idrætsforeningsinaktive og en del overvægtige børn (det er dog uvist præcis hvor mange overvægtige).

Foreninger: 12 (Dykning, JustDance (sportsgaming), rugby, styrketræning/roning/fitness, vikingekampelege, Parcour, gymnastik, zumba, skydning, friluftsliv, karate og kreative tilbud).

Vision: At finde små og ukendte idrætsgrene og vise dem frem for teenagerne.

Resultater:

- Antal tilmeldinger og arbejdet for tilmeldingerne var utilfredsstillende, og ledte til mange holdaflysninger.
- Selve ugen var meget tilfredsstillende.
- Resultaterne efterfølgende var meget tilfredsstillende, hvor 20 % var mere aktive 4 måneder senere, og ingen var mindre aktive, samt at over 20 % er begyndt til en ny sport.

Aktiv Ferie 3 (efterår 2015)

Antal tilmeldte: 325 børn

Foreninger: 12 (Dykning, dans, karate, boksning, parkour, ridning, legeland, ridemærkekamp, bowling, golf, futsal, glaskunst).

Vision: At alle børn i kommunen hører om og kender Aktiv Ferie.

Resultater:

- Antal tilmeldinger og arbejdet for tilmeldingerne var meget tilfredsstillende, og ledte kun til 1 holdaflysning.
- Selve ugen var meget tilfredsstillende.

Aktiv Ferie 4 (vinter 2016)

Antal tilmeldte: 553 børn

Foreninger: 13 (aqua action camp, kok i eget køkken, kids volley, kettlebell sport, møller for en dag, fedtstenskursus, Dykning, karate, ridning, Assens legeland, bowling, fodbold, glaskunst).

Vision: At give frivillige på Aktiv Ferie gode muligheder for deres virke som frivillige.

Resultater:

- Antal tilmeldinger og arbejdet for tilmeldingerne var meget tilfredsstillende, og ledte kun til 2 holdaflysninger, samtidig med at der var mange og forskelligartede hold.
- Selve ugen var meget tilfredsstillende.

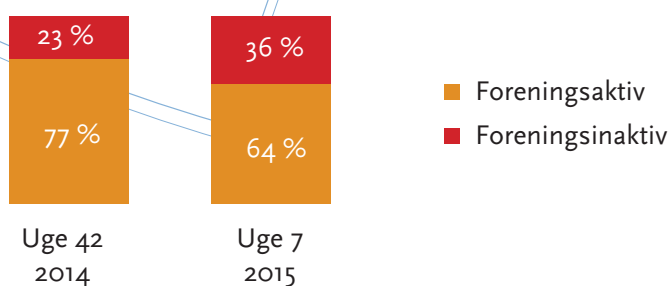
Læring om Aktiv ferie

Nedenfor vil erfaringerne omkring fx tilmelding, transport og målgruppe blive uddybet. Der vil i dette afsnit blive skelnet mellem børn og teenagere.

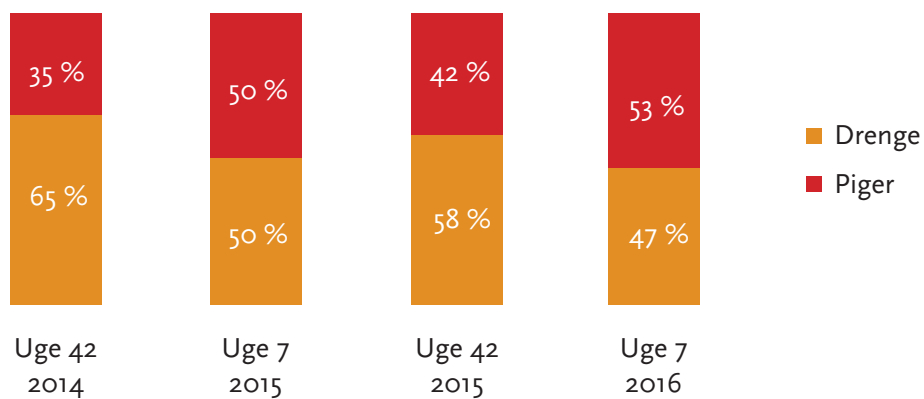
Brugergrupper

Første spørgsmål ved arbejdet med Aktiv ferie, er selvfølgelig om vi rammer de foreningsinaktive børn og unge, som det var tiltænkt. Her er det desuden et ønske at tiltrække teenagere og piger, da disse målgrupper er mindre fysisk aktive end deres modstykker. Derfor blev det undersøgt i opstarten af projektet og løbende, hvem der tilmelder sig projektet. Her tegner der sig følgende billede:

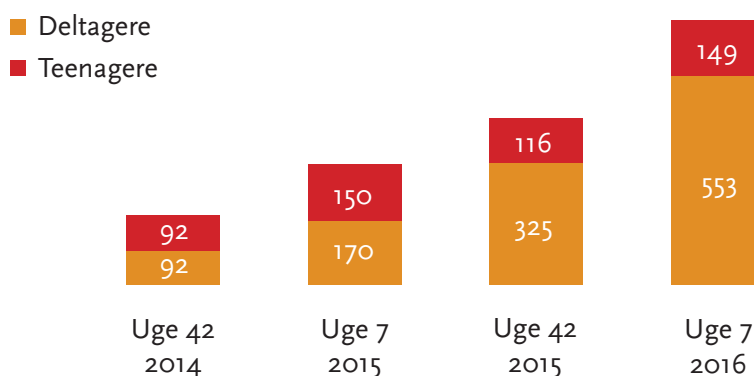
Fordeling mellem foreningsaktive og -inaktive fra 2014-15 i procent



Drenge og piger i procent 2014-2016



Antal deltagere, og heraf antal teenagere



Graferne tegner et billede, hvor foreningsaktive børn og unge møder op og afprøver nye idrætsgrene på Aktiv Ferie, samtidig med at pigerne og teenagerne også er repræsenterede. Teenagerne har dog et fast fremmøde, så måske er deltagelsesgrænsen nået for deres vedkommende.

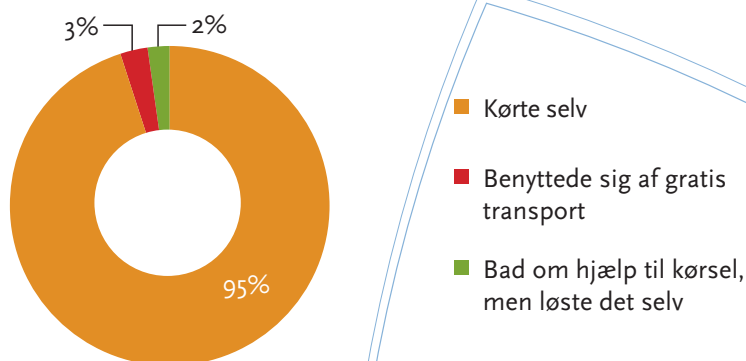
Vi opgav at måle på hvorvidt projektet tiltrækker overvægtige børn. Vi kan konstatere at julemærkehjemmet har brugt vores tilbud ivrigt, og således har en stor gruppe overvægtige skolebørn haft glæde af tilbuddet, men hvorvidt kommunens egne overvægtige børn har benyttet sig af tilbuddet, vides ikke, da det har været for svært at måle.

Det er nu interessant at afkræfte eller bekræfte, hvilke udfordringer der kan møde ovenstående målgruppe.

Transport

Da Mariagerfjord Kommune er en landkommune med meget vand centreret i midten, kan det være en udfordring at komme frem til en aktivitet. Det blev derfor tilbudt børn gratis transport til og fra aktiviteterne på Aktiv Ferie 2014

Børns transport ved Aktiv Ferie 2014

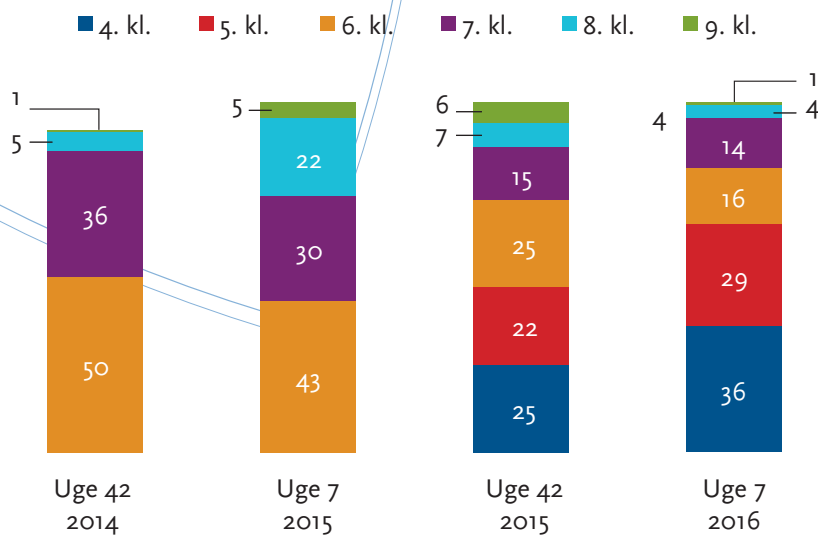


Det viste det sig dog at transport ikke var et problem for de tilmeldte. Nu kan man så blive fristet til at tro at der er forbi børnene så kun har besøgt aktiviteter i egen by, men det er ikke tilfældet. I gennemsnit har 62,5 % af børnene på Aktiv Ferie, flyttet sig til en anden by for at besøge en aktivitet i efteråret 2014.

Alder

Det blev noteret tidligere at teenagerne reagerer på tilbuddet om en aktiv ferie, men jo ældre teenagerne er, jo større risiko for fysisk inaktivitet, så derfor ønsker vi at aktivere mange af de ældste. Her er der plads til forbedringer, hvor især gruppen af 8.-9. klasses elever er for svagt repræsenterede. Samtidig viser grafen at 4. og 5. klasse fylder mere og mere selvom Aktiv Ferie ikke markedsfører sig specifikt til denne målgruppe.

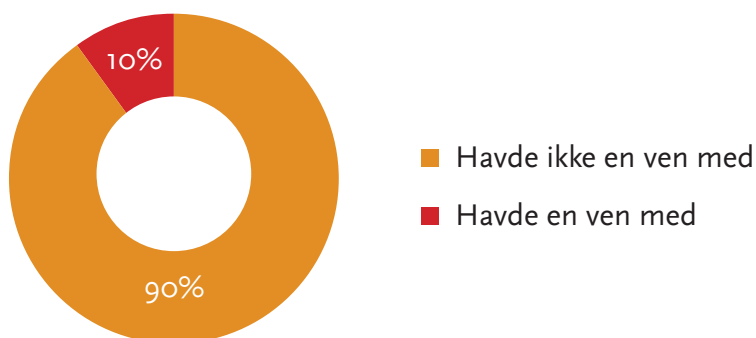
Klassetrin fordelt i procent



Socialt

Der blev desuden sat fokus på det sociale element, hvor teenagerne kunne få en biografbillet, hvis de havde en ven med på Aktiv Ferie i uge 42 2015. Det benyttede ikke en eneste af teenagerne sig af. Derimod noterede enkelte mindre børn at de kom sammen med deres søskende.

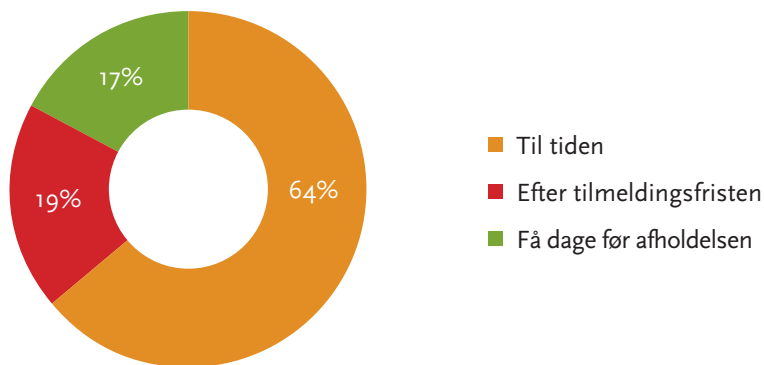
Havde du en ven med?



Tilmelding

Det har igennem perioden været problemer med tilmeldingsfristen, og Aktiv Ferie valgte derfor at tegne et billede over antallet der overholdte tilmeldingsfristen på Aktiv Ferie i uge 42 2015:

Tilmeldinger før og efter tilmeldingsfristen på AF-42-15



Det skal dog siges at ikke en eneste af teenagerne havde tilmeldt sig for sent, men at der derimod var tale om forældre til de yngre børn.

Motivation hos børnene

For at vurdere hvad børnene bliver motiveret af, har breddeidrætskonsulenten besøgt flere skoler og snakket med børnene om aktivitetsvalg og rammer af flere omgange. Det gav følgende konklusioner.

Interview

Fredag den 28. november 2014 blev 20 7.-9. klasses elever på ungdomsskolen interviewet. Den 10. juni 2015 blev 15 unge fra 8.-9. kl. interviewet som opfølgning.

Her viste undersøgelsen følgende:

- > Ca. 80 % af børnene fortalte at de er interesserede i aktivitet/sport generelt.
- > Hvis aktiviteterne skal være i ferien, skal de være over middag. Børnene anbefalede alle starttidspunkter mellem 13-16, men var enige om at formiddag/middag var udelukket, da de vil sove længe i ferien.
- > Børnene mener at de ser reklamer på facebook og i ungdomsklubben, og flere fortæller at de tjekker mails hver dag. Enkelte mener reklamer skal komme med posten eller deles ud på skolen.
- > Der var flere unge der ikke kendte Aktiv Ferie (før den store PR-kampagne), men dem der kendte tilbuddet, havde deltaget og var generelt tilfredse: *"Jeg var af sted, og det var fedt"*.
- > Der var dog nogle udfordringer ift. vedholdenhed: *"Der var meget sjovt [på hjemmesiden], men så passede det ikke lige, så gik jeg fra det igen"*.
- > Børnene anbefaler at reminder-SMS'en skal komme dagen før, ikke på dagen, for der sover de.
- > De synes det er fint med aldersspredning.
- > De er glade for at aktiviteterne tilbydes i ferien, da hverdagen er stresset. Det må dog ikke være i sommerferien, da der er så mange andre tilbud.
- > De fortæller desuden: *"Det må ikke være om fredagen, da vi er til fest om torsdagen"*.
- > Børnene mener det er vigtigt at få vennerne med.
- > De synes det skal stå tydeligt på plakaterne hvad der er af muligheder i den pågældende ferieuge.
- > Børnene anbefaler at aktiviteterne skal foregå tæt på, eller max 10 km væk fra egen bopæl.
- > De vil gerne at deltagelse i aktiviteterne aftales sammen med vennerne, men nogen synes også det er OK at tage af sted alene: *"Så kan man jo møde nogen nye"*.

Unge aktivitetsforslag

Følgende forslag er fra begge interviews og fra spørgeskemaet fra Aktiv Ferie uge 42 2014, og dækker således over omkring 60 børns samlede forslag:

> Alt med motor:

Motorcross, Scooterrace, ATV, crosser, gokart, bokart, traktortræk,

> Holdsport/alm. foreningsaktivitet:

Håndbold, tennis, fodbold, dans, ridning, rugby, svømning, basket

> Friluft/selvorganiseret:

Naturskolen, klatre i træer, bueskydning, skydning, parkour, skatercamp

> Andet:

Minitriathlon, computerspil, fitness, cricket, bowling, cheerleading

> Specielle/ekstrem sport:

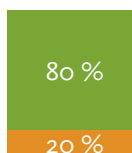
Udvidet dykkerkursus, paintball, lazergame, Long board, rappelling, svævebane.

Resultater

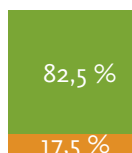
Efter afholdelserne af Aktiv Ferie i 2015 blev der udsendt et spørgeskema 4 måneder efter til udfyldelse af børnene for hvordan deres udvikling havde været siden Aktiv Ferie. Her var flere begyndt på en ny sport og de fleste ville gerne komme igen næste gang. De børn der svarede nej til at komme næste gang, havde noteret: "er på ferie" eller lignende i kommentarfeltet.

Børnenes udvikling (gennemsnit i procent) i 2015-2016

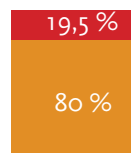
■ Mere/ja ■ Mindre/nej ■ Det samme



Dyrker du mere eller mindre idræt (4 måneder efter AF)?



Er du begyndt til en ny sport siden AF?



Regner du med at komme igen næste gang?

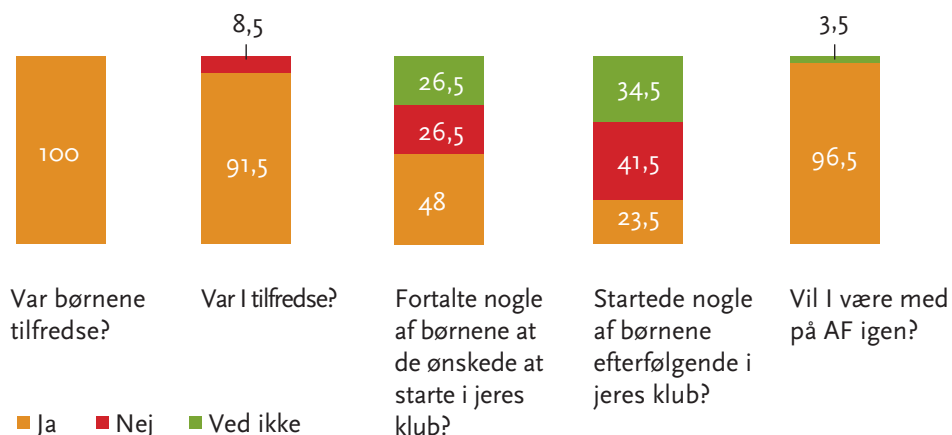
Hvad siger de frivillige?

Generelt har de frivillige været tilfredse med at deltage på Aktiv Ferie, og de fortæller, på evalueringsmødet torsdag d. 20. november 2014, at det blandt andet er håbet om nye medlemmer og at sprede interessen for deres sport der motiverer dem. Derudover er glæden ved at ramme nogle børn som normalt ikke får den oplevelse, og at give børnene nogle gode oplevelser og nye venskaber også vigtigt.

Fra et interview i efteråret 2014 fortalte andre frivillige, at det skal være attraktivt at være frivillig, at man skal brænde for det og have oplevelsen af at det er sjovt, at man er i en god forening, hvor sammenholdet er stærkt. Derudover er anerkendelse og positiv feedback vigtigt, samt at personlig udvikling og uddannelse kan være et trækplaster. På den anden side, fortalte en af de frivillige: "En del børn vil gerne, men det er ikke altid det kan lade sig gøre, både rent geografisk, eller at klubben simpelthen ikke har mulighed for at oprette hold."

Dette suppleres af resultater fra et spørgeskema i 2015-16 udsendt til de 23 foreningers Aktiv Ferie frivillige og hvor 20 foreninger har svaret, hvilket er et repræsentativt, men forholdsvist lille empirisk grundlag:

Frivilliges oplevelser af AF 2015-16 i procent



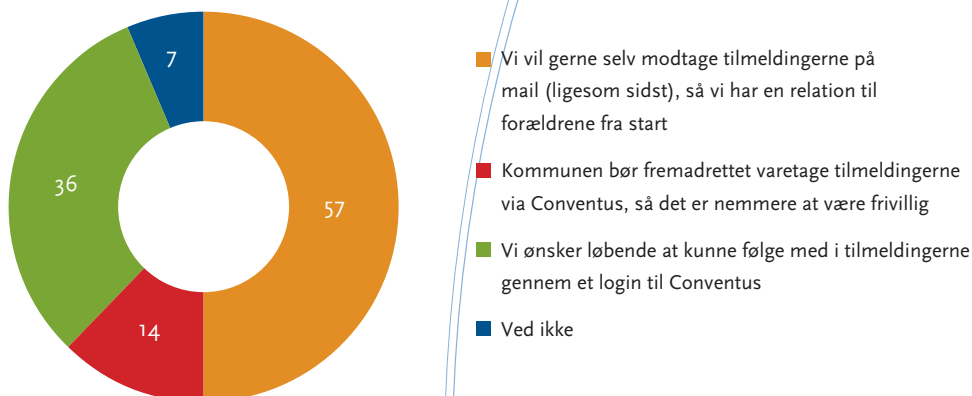
En af de klubber, der skrev at de havde fået nye medlemmer, havde fået 8 medlemmer. En anden klub fortalte i et interview med Nordjyske at de havde fået 6 nye medlemmer, hvilket er en fordobling af deres nuværende ungdomsafdeling. Andre foreninger har fået 2 nye medlemmer, andre 4 eller lignende.

En af de klubber der var utilfredse med ugen, skrev at de var meget tilfredse med den dag hvor de afholdt aktiviteter, men at et af klubbens andre hold var blevet aflyst, og det mente de burde være blevet oprettet.

Tilmeldingsform

I uge 7 2016 har der været særligt fokus på de frivillige og deres ønsker ift. tilmeldingsformer. Før aktivitetsugen blev de spurgt om de var interesserede i at prøve selv at modtage tilmeldingerne på mail i stedet for at de får tilmeldingssedlerne til sidst, hvilket 67 % var interesseret i. Efterfølgende var meningerne delte om den nye tilmeldingsordning, men med overvægt af foreninger der ønsker selv at varetage tilmeldingen (57 %). De frivillige er altså mere tilfredse med selv at varetage tilmeldinger fremfor at al administration køres centralt i kommunen. Dog ønsker de fremadrettet at få telefonnumre på forældrene også.

I modtog selv tilmeldingerne denne gang, hvad ønsker I fremadrettet?





Følgende kapitel handler om hvorledes en mentorordning vil engagere forenings- og idrætsuvante børn, således at de både kan udsluses og fastholdes i idræts- og foreningslivet fremover.

KAPITEL 5 - Mentorordningen

Mentorordningen

I arbejdet med at inkludere foreningsuvedkommene børn og unge i foreningslivet, er det essentielt at der udvikles et støttende og accepterende læringsrum for børn, hvor det enkelte barn anerkendes for sine forudsætninger, sit udviklingspotentiale, samt dets nuværende formåen. Herefter skal barnet opmuntres og udfordres til at kaste sig ud i læring. (Rønholdt et al, 2007) I forbindelse med fysisk aktivitet, kaldes denne støtte for en social motivationsdimension eller en motivationsfaktor på det relationelle plan. Denne relation kan bestå af et netværk, som bidrager med opmuntring og støtte til fysisk aktivitet, samt én at følges med. Når fysisk aktivitet således kobles med samvær med en ven eller en fortrolig, kan det fremme lysten til aktiviteten. (Ottesen og Skjerk, 2006)

Børns motiver for fysisk aktivitet kan derved være at de gerne vil være sammen med venner i deres sport, og hvis dette ikke sker, demotiveres de i så høj grad at den sociale motivationsdimension, menes at have størst betydning for børns udeblivelse i idræt. (Edwards and Tsouros, 2008, Ottesen og Skjerk, 2006)

Der er således argumenter for at børn, der står uden for fx foreningslivet og andre ressourcetilgængeligheder, skal hjælpes til nemmere adgang ind i den sociale ramme. Derfor er nedenstående en undersøgelse af hvorledes dette kan gribes an.

Viborg Idrætsråd om IdrætsZen

Viborg Idrætsråd fortæller om deres oplevelser og erfaringer om at opbygge en mentorordning for plejebørn. Her har fokuset især været på rekruttering af frivillige og deres motivation for opgaven. De frivillige kan her inddeles i tre grupper:

1. De unge der gerne vil hjælpe, og ønsker penge eller noget på CV'et som modydelse.
2. De voksne med egne børn vil gerne hjælpe, hvis det er let og passer med at de ikke skal bruge ekstra tid på opgaven end den tid de bruger i foreningen i forvejen.
3. Pensionisterne vil gerne give en hånd med blot for at gøre en god gerning

Viborg Idrætsråd fortæller at der skal sættes mange ressourcer af til matchingsarbejdet, hvor de fortæller at de har oprettet en 'mentor'-bank.

Syddansk Universitet v. Jan Toftegaard Strøckle (evaluering af IdrætsZen)

Ved samtale med Jan Toftegaard Strøckle fra Syddansk Universitet om evalueringen af IdrætsZen, kom følgende kommentarer.

Jan Strøckle fortæller at kommunen skal være opmærksom på, ved oprettelsen af en mentorordning, at det er vigtigt at holde på børnene længe nok i foreningen, til at de knækker koden for deltagelse i foreningslivet. Det kan desuden forventes at det er svært at finde frivillige, og at det tager lang tid at finde ud af hvad det vil sige at være 'mentor', her er Jan Strøckles erfaring at de yngre mentorer er de bedste, da de har hjertet på rette sted. Han ser også en udfordring i at holde på de frivillige mentorer, og at det kræver synliggørelse af deres indsats og en målsætning. Derudover har de frivillige brug for en del opsamling og koordinering. Jan Strøckle siger at der skal holdes jævnlige ERFA-møder, hvor der samles op siden sidst, med mulighed for at fortælle om hvad der går godt og skidt og at der er plads til sparring fra de øvrige mentorer.

DGI om mentorordningen

Vi ansøgte herefter om et tilbud om feedback fra DGI på projektproblemstillingerne. Her blev problemstillingen om rekruttering af mentorer godkendt, hvorefter følgende projektfeedback blev tilsendt:

Rekruttering af frivillige

"Generelt om rekruttering af frivillige oplever mange foreninger, at det er svært at finde frivillige. Samtidig viser undersøgelser dog, at mange gerne vil være frivillige, men bare ikke er blevet spurgt.

Når du henvender dig til foreningerne (sikkert til formanden/ eller anden ansvarlig) og beder om "deres" frivillige. Så er der sikkert mange som trækker på det, idet de selv oplever at det er svært og tordenskjoldssoldater.

Når du henvender dig til foreningen, skal du derfor være klar på følgende:

*- **Hvad får foreningen ud af det?** Flere medlemmer, bedre ledere, noget økonomi, andet?*

Du skal også være meget skarp på det produkt du tilbyder. Mentorordningen har nok småt med konkurrence, men det skal gøres tydeligt for foreningen, at det skaber værdi i forhold til flere medlemmer, snarere end bliver et ekstra stykke arbejde.

En mulig fremgangsmåde kunne være:

- 1) Telefonisk kontakt til foreningerne, aftal evt. et møde, tilbyd at du i opstarten står for rekrutteringen blandt foreningens medlemmer*
- 2) Kontakt medlemmerne (personlig kontakt er ofte det bedste), men mange ønsker også mail.*
- 3) Gør det klart hvad den frivillige får ud af at deltage, personlig udvikling, socialt sammenhold mv.*
- 4) Start småt og byg op. Det er lettere at rekruttere til en succes*
- 5) Skab løbende bevågenhed om projektet, især succeserne*

Forældre til ikke-ressourcesvage børn i samme klasse eller forening, kan måske bruges som frivillige, da de ofte skal køre deres egne børn. Det skal altså bruges minimalt af ekstra tid på mentorbarnet."

Ungdommens Røde Kors

Herefter opsøgte vi, Ungdommens Røde Kors for at få hjælp og sparring på udviklingen af mentorordningen, hvilket udmøntede sig i nedenstående:

Ungdommens Røde Kors så værdi i en mentorordningen, og ville gerne hjælpe med sparring, samt at de i øjeblikket ikke har noget ungdomsarbejde i MFK. De besluttede derfor at deres sekretariat skulle undersøge mulighederne for at oprette en sektion i Mariagerfjord med hovedfokus på at understøtte og udvikle på mentorordningen som deres første opgave, da de havde erfaringer med at det er lettere at oprette en afdeling, hvis der allerede er en opgave klar. Vi aftalte at de kunne låne lokaler i Hadsund Ungdomsklub til deres arrangementer, da det ville give en naturlig kobling for de unge og bidrage med flere aktiviteter og muligheder samme sted. Tidshorizonten for oprettelsen af en afdeling blev dog ikke fastsat.

Opsamling

Der tegner sig et billede, hvor børn kan have glæde af at være en del af en mentorordning, samtidig med at der er en række erfaringer der bør tages i betragtning ved oprettelsen af en kommunal mentorordning. Her kan fx nævnes at det kan være svært at finde frivillige, at matchningsarbejdet er tidskrævende og at det skal være klart for både de frivillige og foreningen hvad de får ud af det. Til gengæld har Ungdommens Røde Kors udtrykt interesse for at hjælpe med opgaven, der er dog indikationer på at hjælpen ikke kommer inden for breddeidrætsprojektets løbetid.

Første forsøg: Just2nice

Ambition for mentorordning

Ønsket er at etablere en mentorordning bestående af et korps af mindst 15 mentorer, gerne unge mennesker eller skolelærere. Her skal foreningerne gerne hjælpe til udvælgelse.

Rekruttering og beskrivelse

Alle foreninger får, som udgangspunkt, besøg for at sikre den personlige kontakt. Dette kræver besøg hos bestyrelsen og en præcis beskrivelse for hvad det vil sige at være mentor.

Nedenstående mentorbeskrivelse (kaldet just2nice) blev udviklet og forklaret til bestyrelser rundt om i hele kommunen, som så kunne give den videre til særlige ressourcepersoner, samt at breddeidrætskonsulenten spurgte de frivillige hun mødte.

Reklame til Foreningerne om Just2nice (mentorordning 1)

• Hvad er det?

1. En Just2nice er en hjælp til svage børn, så de har en ven når de starter i foreningen, og en som har særlig øje for barnet. Opgaven kan bestå i at skrive en sms til barnet om det har lyst til at komme i foreningen i aften, hjælpe med transport (evt. hente), altid hilse på barnet, spørge til barnet, sætte sig ved siden af barnet i pausen.

• Hvad får I ud af det?

1. Fastholdelse af nye medlemmer + økonomi til godtgørelse for både forening og den der er just2nice.

• Hvilke forventninger er der til jer?

1. Evt. hjælpe med at udpege et foreningsmedlem der kunne brænde for opgaven som just2nice. Personen skal være glad for at være sammen med andre (og særligt børn i 6-9. klasse), have to timer om ugen til rådighed, meget gerne den person som mange af de andre i foreningen lytter til, men samtidig har øjne for andre. Helst kørekort.

Ungdomsrådet MFK

Det var dog svært at finde nogle mentorer og derfor blev ungdomsrådet rådført, da de netop er i en målgruppe, som projektet sigter mod som mentorer. Her hjalp 11 unge mellem 15 og 18 år med at vurdere projektet.

De mente at just2nice er et super koncept, som de fleste ikke syntes man skulle have løn for, i så fald var det fint med biografbilletter eller en tur i et sommerland, men flere ville nok også gøre det gratis.

De mente transporten var en udfordring i projektet, og derfor blev dette taget ud. Derudover mente de at det skulle gøres så let og overskueligt som muligt for at flere havde tid og lyst. Enkelte ville endda godt være med, men går ikke til noget og var derfor ikke interesserede.

Resultat af første forsøg

Mange frivillige i foreningslivet blev præsenteret for opgaven, og **efter ét år havde to frivillige sagt ja, en i én roklub og én i en karateklub. Udfordringen var så bare at der ikke var nogle børn på Aktiv Ferie der ønskede at deltage eller starte til netop de to sportsgrene.**

Generelt er det vores oplevelse at de frivillige indenfor idræt ikke er motiveret af eller interesseret i at løfte en social frivillig indsats. De brænder i stedet for deres idræt, og for at vise den frem. Det betyder også at den social frivillige indsats godt må være et biprodukt af en allerede eksisterende indsats, men at have det sociale arbejde som formål alene, fremelsker ikke engagement og interesse hos frivillige i idrætslivet.

Andet Forsøg: Kontaktpersonsordning/Så lidt skal der til

Derfor blev der valgt en ny og mere praksisnær model for de folkeoplysende foreninger, som hedder 'Så lidt skal der til', hvor ambitionen fremover er at alle foreninger skal være en del af konceptet. Disse tanker, ses i den video Aktiv Ferie har produceret for at sætte skub i mentorordningen:

'Så lidt skal der til – Aktiv Ferie': <https://www.youtube.com/watch?v=gOEZxs9Yog0>

Videoen blev taget godt imod, da den havde præmiere på idrætsrådets årlige prisuddelingen i marts 2015, og efterfølgende har blandt andet DGI og DIF adopteret filmen til deres hjemmeside og kurser. Derudover bliver filmen jævnligt bragt op på møder omkring inklusion, den gode modtagelse, integration og lignende i Mariagerfjord Kommune. Samtidig har filmen modtaget stor ros fra foreningslivet, hvor en studentermedhjælper har undersøgt filmen og mentorordningens effekt ude i foreninger, og her har filmen spillet en central rolle.



Ungdomsråd

Filmene viser altså en ny fortolkning af mentorrollen, og det nye koncept blev derfor vendt i et nyt interview med ungdomsrådet, hvor de unge igen gav deres respons på projektet. Deres oplevelse var at det var en nemmere måde at få nye med på end det forrige forslag. De udtrykte dog bekymring for om foreningerne har mandskab til opgaven, da det ofte kræver en bestemt type menneske at tage imod nye. De synes derfor det var godt at foreningen selv kunne fortolke størrelsen af opgaven, som nok ville løse udfordringen omkring mandskab, samtidig med at der er mange fordele ved konceptet.

De mente også nogle af de klubber de kendte ville tage positivt imod sådan en hjælp, især når fokuset er på at de får flere medlemmer og et godt sammenhold fra start. De pegede derefter på en forening, hvor de så særlige vanskeligheder ved at starte, og som de mente der med fordel kunne gøres en ekstra indsats for at vise dem mulighederne ved projektet.

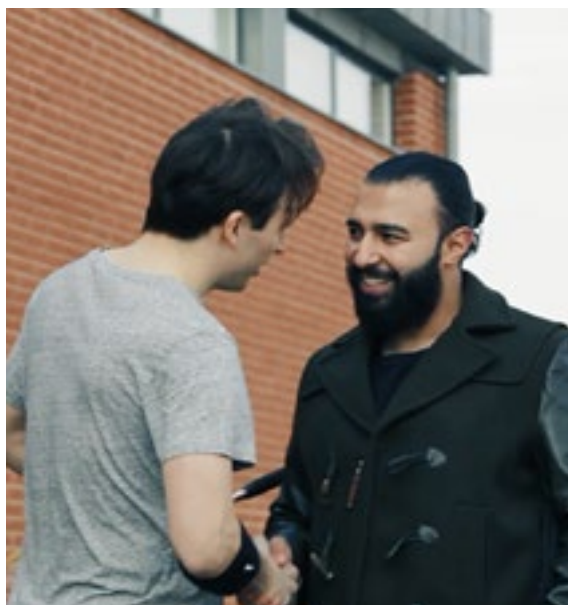
Foreningsråd

Vi konsulterede også foreningsrådet omkring projektet. Her var responsen at mange foreninger har problemer med at fastholde, og at det er et stort problem, hvis foreningerne oplever at have nok i sig selv. Foreningsrådet er således af den mening at *"De fleste må kunne se meningen i projektet, da alle selvfølgelig ønsker at tage godt imod nye"*. Andre var dog af den mening at der er mange kontaktoplysninger på hjemmesiden, og derefter vælger nye medlemmer selv hvem de vil ringe til, så projektet kan blive lidt søgt. De var dog enige om at foreningerne ikke skal gøre det her for kommunes skyld, men for foreningernes egen skyld, og at både video og ordningen skal op på bestyrelsesmødet, så alle ser den og forholder sig til konceptet.

Beslutning

Næste skridt var således at få foreningerne til at overveje, hvordan de vil tage imod nye (ligesom i videoen) og hvordan de ønsker at gøre det fremover. Ved et møde med kultur og fritidsudvalget blev det besluttet, at alle skal have mulighed for at starte i en forening, netop i kraft af folkeoplysningen. Derfor blev der lavet en tilskudsændring, hvor det blev et krav at have en kontaktperson ala. Kenneth i filmen (se billedet nedenfor).

Sigtet med dette krav er ikke at kritisere det eksisterende, men at skabe debat om 'den gode opstart', samt udvikle og nytænke den. Det er vigtigt at understrege at Udvalget og kommunen har et klart indtryk af at foreningerne allerede gør en stor indsats på området. Det nye i kravet er dog at ALLE skal have lige kendskab, adgang og mulighed til foreningslivet.



Foreningsrespons

Efter at have udsendt en mail om beslutningen og filmen for at vise intentionen, kom nedenstående respons i form af mail, telefonopkald eller kommentarer. Dette er således den samlede respons der kom fra kommunens foreninger efter modtagelse af mailen om en kontaktperson (i anonymiseret form).

"Vi er oprettet i Conventus og har også indsat en kontaktperson"

"Vi tog det op på bestyrelsesmøde, og blev enige om at det var en god ide."

"Tak for din mail.

Kontaktpersoner for nye medlemmer hos os er enten undertegnede som formand eller vores kasserer. Vores oplysninger er vist allerede i Conventus.

Jeg er ikke helt sikker på at jeg overhovedet forstår Kultur og fritidsudvalgets motivation for deres beslutning. Alle klubber har vel en interesse i at tage godt imod nye medlemmer (=brede sporten ud til flere og indtægt til klubben i form af øget kontingent). Når Kultur og Fritidsudvalget begynder at stille krav om at vi registrerer dette i Conventus, så bliver det pludselig en 'skal' opgave, som ingen ekstra værdi giver i klubberne, men blot virker som endnu et bureaukratisk krav. Jeg tror at alle interesserede borgere kan finde frem til en relevant kontaktperson på klubbernes hjemmesider på under 5 minutter - og skulle det ikke være den rigtige de får fat i i 1. forsøg, så er jeg sikker på at den de har kontaktet vil hjælpe dem videre til den rette kontaktperson med det samme. Jeg tror det er vigtigt - trods alle de gode intentioner der ligger bag Kultur og fritidsudvalgets beslutning - at prøve at anskue beslutningen fra klubbernes perspektiv. I mine øjne ligger det på grænsen til formynderi. I klubberne er vi selv i stand til at lave gode indgangskanaler for nye medlemmer, og en indtastning af kontaktpersonerne i Conventus kommer blot til at virke som en effektløs ekstraopgave."

"Vi synes det er et godt initiativ."

"Her er, hvad vi allerede gør:

- Der er allerede navn, tlf. og mailadresse på vores hjemmeside.

Der er opslag ved porten til anlægget med det samme.

Der er opslag på skolen, som henvender sig til både børn og forældre også med det samme.

Ved henvendelser, tager jeg ned og møder folk i klubben, viser dem til rette og fortæller dem om deres muligheder for at spille.

Ved indmeldelse får de et velkomstbrev, hvor vi byder dem velkommen. De praktiske oplysninger og vores tilbud gentages der.

Når de begynder på en aktivitet, præsenterer jeg dem for de øvrige deltagere/medlemme, og alle i klubben er med til at nye føler sig velkomne.

Det er i øjeblikket mig, der er kontaktperson. Hvis det ændres, vil det fremgå af hjemmesiden.

Vi er, med den bestyrelse vi har nu, ikke aktive på Conventus, ud over at vi er registreret med formand og kasserer. Jeg har ikke tid og lyst til at sætte mig ind i at bruge det, og der er heller ingen i bestyrelsen, der har. Jeg synes vores forening er af en sådan størrelse, at det er for besværligt, og hvis folk selv skulle registrere sig der, ville vi have meget få medlemmer. Jeg kontakter alle personligt ved sæsonstart. Vi har i år 119 medlemmer."

Vi er en velfungerende klub, og jeg kan ikke se hvorfor vi skal bruge tid på at få de sidste 5 % med, når vi fungerer så godt med over 200 medlemmer."

"Det er folks egen skyld, hvis de har svært ved at komme."

Overvejelser

Det er interessant i forhold til tilbagemeldingerne at én af de negative henvendelser om at det her er unødvendigt, er den samme klub som ungdomsrådet pegede på med navn som en klub det er svært at starte i som nyt medlem.

Vi har altså to meget forskellige oplevelser af hvordan det er at starte i en forening, selv i den samme klub. Det betyder også at bare det at spørge til modtagelsen af nye medlemmer, kan være effektiv for overvejelserne af hvad der bliver gjort nu, og hvad der skal ske fremover.

Resultater

Alle foreninger burde have forholdt sig til nye medlemmers opstart i deres klub, samt hvorledes de ønsker at dette skal udfolde sig i kraft af den nye tilskudsændring. Alle foreninger i kommunen skal uploade en kontaktperson med egen fortolkning af hvad denne opgave indeholder inden 2017, hvilket er en måleparameter for om de har forholdt sig til opgaven.

I starten af 2016, hvor beslutningen lige var blevet meldt ud til foreningslivet, havde 61 ud 174 reageret og oprettet en kontaktperson på Conventus. Derefter blev en sociologistuderende ved Aalborg Universitet, ansat til at ringe rundt til foreningerne midtvejs i 2016 for at følge op på de frivilliges oplevelse af at være en del af mentorordningen. Dette i kraft af at breddeidrætskonsulenten anså mentorordningen som særligt udfordret, og at en ekstern evaluering derfor ville være hensigtsmæssig for at foreningerne kunne give feedback på projektet anonymt.

Den studerende, Cecilie Sønderby, skrev følgende d. 13.6.16 om mentorordningen efter at have interviewet 12 tilfældigt udvalgte foreningsformænd:

"I forhold til tiltaget „Så lidt skal der til“, oplever foreningerne ikke at være blevet hørt af kommunen igennem måden tiltaget er implementeret på, fordi de enten synes at det er en dårlig idé, eller fordi de ikke føler sig anerkendt i den indsats de gør i forvejen. Det må dog også siges, at selvom det desværre er de færreste af foreningerne, der har set videoen med Hassan, er den blevet modtaget meget positivt og har sat en snak i gang - især om modtagelsen af flygtninge i foreningerne.

Gældende for både breddeidrætsprojektet og „Så lidt skal der til“ lyder det fra foreningerne, at det ikke har gjort en forskel. Alligevel beretter flere af dem om, at de har haft snakket om tiltagene, eller benyttet sig af en eller flere af kommunens tilbud, og har haft en god oplevelse med det. Hermed må det siges, at der ikke nødvendigvis er en sammenhæng mellem foreningernes overvejende negative vurdering af indsatserne og så om hvorvidt indsatserne har levet op til sine formål."

Som en afrunding på evalueringen af mentorordningen, er det desuden bemærkelsesværdigt at DGI og frivilligcenteret begge har kørt en mentorordning magen til i samme periode og med samme resultater, hvor rekrutteringen af mentorer ikke er lykkedes, hvorved projektet ikke kunne sættes i gang.

Det kan således antages at mentorordninger muligvis ikke har de bedste groforhold i idrætsforeningslivet og at et krav herom ikke nødvendigvis er hensigtsmæssig, men at mere viden på området bør forefindes.



På baggrund af rapporten og de snart tre års arbejde og læring om teenagere, kommer her en kort konklusion på paraplyprojekt; Aktiv Ferie.

KAPITEL 6 - Konklusion

Delkonklusioner

Projektet har været opdelt i fem og derfor er der en delkonklusion for hvert af projekterne før den endelige konklusion:

1. Undersøgelsen har bidraget med væsentlige erfaringer om overvægtige børns præferencer i idrætsforeningslivet, som har været til glæde i det videre arbejde med Aktiv Ferie, samt i foreningslivet, hvor resultaterne er blevet præsenteret (se eksternt materiale).
2. Lederforum har givet et meget positivt afkast og feedback fra de frivillige, hvor det er lykkedes at skabe netværk, samarbejde og ny viden og praksis hos frivillige i mange forskellige foreninger inden for en række selvvalgte emner og udviklingsområder. Dog med svingende fremmøde de enkelte arrangementerne imellem.
3. Indsatsen på PR-området har givet næsten alle børn i Mariagerfjord Kommune kendskab til Aktiv Ferie, og det anbefales at kommunen fortsat udvikler sin kommunikative praksis. Det har dog både været dyrt og tidskrævende at oparbejde så omfattende et kendskab til kommunens tilbud blandt børn og unge, men resultatet har været meget tilfredsstillende.
4. Aktiv Ferie i uge 7 og 42 er lykkedes med at aktivere en tung målgruppe af henholdsvis piger, foreningsinaktive og teenagere og til dels overvægtige børn. Der er dog plads til forbedringer på særligt teenageområdet, hvor det har været svært at trække de ældste med, samtidig med at det har været svært at måle på hvorvidt de deltagende børn har været overvægtige. Til gengæld har Aktiv Ferie generelt været velbesøgt, især efter at alle børn har fået kendskab til projektet. Kultur og Fritid har desuden fået en række erfaringer om målgruppen som vil blive sat i spil i flere arenaer fremadrettet.
5. Mentorordningen har ikke givet de resultater som projektet havde forventet, hvor især rekrutteringen af mentorer har været vanskelig. Videoen; 'Så lidt skal der til' er til gengæld blevet modtaget meget positivt af både foreningsliv og idrætsorganisationerne, og har været den mest effektfulde indsats i mentorprojektet.

Der har ikke været sammenhæng mellem hvilke foreninger der har benyttet Lederforum og hvem der har meldt sig på Aktiv Ferie eller indgået aktivt i mentorarbejdet, selvom det oprindeligt var tænkt som en sammenhængende proces, hvor foreninger og børn skulle mødes. Her må der konkluderes at nogle foreningers frivillige brænder for at vise børn nye aktiviteter og nogen brænder for at lære om PR og teambuilding mm., samt at stort set ingen frivillige har haft interesse for mentorarbejdet.

Hovedkonklusion

Aktiv Feries hovedfokus var at sikre generelt øget fysisk aktivitet i Mariagerfjord Kommune. Her må det konkluderes af Aktiv Ferie har tiltrukket 1700-1800 børn igennem breddeidrætsperioden, hvor alle deltagere har afprøvet nye sportsgrene (tallet er inklusiv et estimat for den sidste og endnu ikke afholdte aktive ferie uge 42 2016). Aktiv Ferie har desuden tiltrukket nogle af de 'interessante' unge (teenagere, piger, overvægtige, foreningsinaktive), som er mødt op i kraft af den omfangsrige PR-kampagne. Efterfølgende har 23,5 % af foreningerne meddelt at de har fået flere medlemmer, og 17,5 % af teenagerene meddeler at de er startet til en ny sport, mens 20 % af de deltagende teenagere er blevet mere aktive. Det vides dog ikke om de teenagere, der er startet til en ny sport, er dem med størst behov (overvægtige, foreningsinaktive mm.).

Aktiv Ferie har således sikret generelt øget fysisk aktivitet i Mariagerfjord Kommune gennem aktivering af 1700-1800 børn i ferieugerne, samtidig med at flere teenagere er blevet aktive efterfølgende.

En sociologistuderende ved Aalborg Universitet blev ansat til at evaluere på de delelementer af Aktiv Ferie som breddeidrætskonsulenten pegede på som projekternes største udfordringer, hvor en ekstern evaluering ville være hensigtsmæssig. Den studerende, Cecilie Sønderby, skrev herefter d. 13.6.16:

"Foreningerne er bredt set klar over, at MFK er en breddeidrætskommune, men de ser ikke sig selv som en aktiv del af det. Flere af foreningerne giver desuden udtryk for, at de er skeptiske over for breddeidrætskonceptet. Alligevel er flere af foreningerne reelt set engagerede i breddeidræts tilbuddene [på Aktiv Ferie] uden at vide af det, og disse tilbud er de overvejende positive overfor. ...Flere af dem [beretter] om, at de har haft snakket om tiltagene, eller benyttet sig af en eller flere af kommunens tilbud, og har haft en god oplevelse med det. Hermed må det siges, at der ikke nødvendigvis er en sammenhæng mellem foreningernes overvejende negative vurdering af indsatserne og så om hvorvidt indsatserne har levet op til sine formål."

Det skal dog nævnes, at studentermedhjælpen selv har gjort opmærksom på udfordringen ved kun at evaluere på de udfordrede projekter. Det kan skabe en negativ stemning, som påvirker de frivilliges udtalelser om projektet generelt.

Samlet konklusion for Aktiv Ferie er således at projektet har været vellykket grundet de mange positive resultater, og at flere af indsatserne ønskes fortsat efter afslutningen af breddeidrætsforløbet 2014-2016, samt at alle erfaringer vil blive sat i spil i Mariagerfjord Kommune fremadrettet. Der er dog en udfordring i at foreningerne er positivt stemt overfor de enkelte tilbud, men uengagerede og uimponerede over titlen som breddeidrætskommune.

Samlet set har projektet dog været vellykket og givet resultater som var langt ud over det forventede.



Anbefalinger fra paraplyprojektet; Aktiv Ferie

Praktisk

- De unge er forholdsvis geografisk ubegrænsede, da forældrene gerne kører.
- Det anbefales at afholde aktiviteter efter kl. 13.00 i ferierne, da de unge vil sove længe.
- Det anbefales ikke at afholde aktiviteter fredag, da de unge vil i byen torsdag.
- De unge taler selv for at deres aktivitetsuger afholdes i efterårs- og vinterferierne, men ikke i sommerferien.
- Projektet har tiltrukket idrætssvage målgrupper, men det er uvist om det er fordi det er gratis.

Socialt

- Nogle tilmelder sig gerne alene, men de fleste vil gerne have venner med. De unge kan dog have svært ved selv at koordinere det med vennerne, og derfor lykkes det ofte ikke. Det anbefales at problemet løses organisatorisk (fx gennem brugen af den åbne skole).
- De unge er i et livsstadie, hvor referencegruppens meninger afgør mange af deres beslutninger.
- De unge siger de gerne vil deltage samtidig med børn der er yngre.
- Der deltog færre teenagere på tredje Aktiv Ferie (hvor yngre børn var velkomne), selvom markedsføringensindsatsen var større. Det vides dog ikke om der er en sammenhæng.

Aktiviteter

- Jo mere ekstremt/eksklusivt tilbud, jo mere eftertragtet blandt de unge.
- De unge tilmelder sig ikke aktiviteter de ikke ved hvad er.
- De unge er selektive og meget kvalitetsbevidste.
- Der har været STOR opbakning fra de unge til parkour, glaskunst, dykning, konkurrenceridning, bowling, motorcross, gymnastik.
- Der har IKKE været opbakning fra de unge til karate, roning, vikingekamplege, zumba, danse-workshop, rugby, boksning.
- Der har været middel opbakning til golf, futsal, friluftsliv, dansedag, legeland, mountainbike, fitness, krea-værksted, guitar-hero, skydning og basket.

PR

- De unge kan være interesserede/begeistrede i øjeblikket de ser tilbuddet, men kommer hurtigt fra idéen om deltagelse, hvis andet fanger deres opmærksomhed i mellemtiden. Derfor skal de unges opmærksomhed fastholdes længe nok, til at de får sig tilmeldt. Der kan være lang vej fra en flyer og ind på et link.
- De unge er vant til at sortere reklame fra, og er derfor svære at nå. Det anbefales at skolelærerne og skolen engageres i arbejdet/projektet, da de er en vigtig spiller i de unges liv. Dette projekt er dog ikke kommet i mål med lærerinddragelse pga. skolereformen.
- Det anbefales at lærerne uddeler flyers i klasserne (erfaringer tyder på at lærerne kan være en referencegruppe, som børnene lytter til, og de er stærke formidlere). Kommunen skal dog sikre at flyers rent faktisk bliver delt ud.
- De unge har reageret på reklame der er kommet via: skoleuddeling, flyers, plakater, hjemmeside, facebook, parkourshow, ungdomsskolen, vandflasker, bibliotek, kulturskolen, familie, venner/ skolekammerater, avisartikler/annoncer.
- De unge har reageret mindre på reklameindsatser fra de resterende ambassadører, samt fra radioreklamer, biografbilletter og biografilm.
- Ambassadørerne har ikke fungeret som primære formidlere (som tiltænkt), men ambassadørindsatsen kan have haft en påmindende effekt som så har ledt til tilmeldingerne.



Tilmelding

- De unge er tilbageholdne ift. at tilmelde sig (de ved ikke om de har lyst til aktiviteten på dagen eller om der kommer et bedre tilbud, og de har svært ved at planlægge fremadrettet).
- De unge siger de selv tilmelder sig til arrangementerne, og at det ikke er forældrene
- Forældrene har forholdsvis stor indvirkning på børnenes tilmelding/deltagelse, også de store børn (forældrene kan være en referencegruppe).
- De unge siger at de fortrækker at reklame, tilmelding og arrangement afvikles samtidig. Det gør dog planlægningen svær og det vides ikke om de unge i så fald kommer. Dette bør undersøges yderligere.
- Når de unge først er tilmeldt, dukker de også op og honorerer forpligtelsen.
- 1/3 del af børnene tilmeldte sig for sent, men ikke en eneste var teenager.
- Hvis et tilbud er attraktivt nok, kan de unge godt finde ud af at tilmelde sig.

Frivillige

- De frivillige sætter stor pris på en 'personlig' gave, som påskønnelse for deres indsats.
- De frivillige sætter stor pris på at kommunen siger tak og roser dem for deres indsats.
- De frivillige vil meget gerne spørges til råds og fortælle om deres oplevelser.
- De frivillige vil gerne spørges til råds via telefonen. De svarer ikke lige så engageret på spørgeskemaer.
- De fleste vil helst selv modtage tilmeldingerne frem for at kommunen gør det. Der er dog flere meninger.

Arrangementsform til frivillige

- Det er attraktivt at afholde decentrale møder ude i foreningernes egne lokaler, så kan bestyrelsen lægge lederforumet i forlængelse af et bestyrelsesmøde, og det giver højere fremmøde internt i klubben.
- De frivillige efterspørger hjælp til PR.
- Netværksmøder er et effektivt middel til at skabe tværgående foreningsarbejde, også på tværs af sportsgrene, hvis de mødes centralt i kommunale lokaler.
- Det mest givende tidspunkt på et Lederforum, er ofte under aftensmaden, hvor de frivillige mødes og skaber noget sammen udenfor/indenfor den ramme de mødes i. Der sker meget her, og både tid til måltidet og forplejning bør derfor prioriteres.
- Emnet for en central workshop skal være præcis det de frivillige efterspørger og den dag de kan, det prioriteres kun hvis det ser meget spændende ud og hvis der er hul i kalenderen.
- De frivillige dukker op, hvis de er tilmeldt.
- Nogle af de ældste frivillige har svært ved at deltage i workshopsformen, når de er af sted på inspirationsaftner på lederforum. De yngre frivillige er ikke udfordret i samme grad.

Mentorordning

- Det kan være en fordel af have en klar afgrænset målgruppe.
- Det kan være en fordel af have en meget specifik hensigt med oprettelsen af en mentorordning.
- Det kan være en fordel at inddrage foreningerne i konceptudviklingen.
- Det er vanskeligt at rekruttere mentorer i idrætsforeningerne, da de fleste frivillige i idrætsforeningerne brænder for sporten og ikke for den sociale frivillige indsats.
- Skolelærerne er svære at inkludere, da de både skal være interesserede i den sociale frivillige indsats, samt være i en idrætsforening. Hvis den kombination kan findes, skal lærerne samtidig have tid og lyst til at være en del af projektet.
- Det er tidskrævende for en forvaltning at rekruttere frivillige ude i idrætsforeningerne, da bestyrelsen ofte har nok at se til.
- Vi kunne ikke finde mentorer i foreninger, hvor børnene har lyst til at komme.
- Vi kunne godt finde mentorer i foreninger, hvor børnene ikke har lyst til at komme.
- Børnene efterspørger ikke hjælp i forvaltningen til opstart i foreningen, så der er meget lidt kontrol/viden med udviklingen på mentorområdet ude i foreningerne.
- Lovgivning om modtagelse af nye i foreningen kan sætte gang i tankerne i foreningerne om hvorledes opgaven løses. Tilskudsændringen er blevet vendt, og modtagelsen af nye er blevet italesat.
- En lovgivning har dog ikke nødvendigvis den store effekt for de enkelte foreningers praksis, og kan også blive modtaget negativt af de frivillige, da det ikke er en anerkendende tilgang.
- Filmen; 'Så lidt skal der til', har været effektiv til at formidle budskabet om mentorarbejdet og den gode modtagelse for dem der har set den, og filmen har modtaget god respons.
- Filmen kunne være blevet markedsført bedre, så alle foreningerne havde set den.



Kilder

- Boll, F., Alsted, N. og Hald J. (2012) *Frivilligkoordinering – hvorfor og hvordan*, Ankerhus Forlag, 1. udgave, 1. oplag
- Böss, Michael (2014) *Folkestyrets rugekasser og samfundets lim, indledning fra Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Busch, Anne Mette m.fl. (2011) *Kommunikation i multimediedesign*, 1. udgave 2. oplag, Hans Ritzels forlag
- Conventus (2015) *Kommunens digitale platform for foreningskontakt og formidling*, Conventus A/S
- Cavill, Nick, Kahlmeier, Sonja og Racioppi, Francesca (2006), *Fysisk aktivitet og sundhed i Europa – evidens og handling*, Sund By Netværket, Rosendahls Bogtrykkeri A/S
- Edwards, Peggy and Tsouros, Agis (2008), *Fysisk aktivitet og aktiv livsstil i byer – kommunernes rolle*, Sund By Netværket, 2008, Rosendahls Bogtrykkeri A/S
- Fridberg, Henriksen og Boje (2014), *Tendenser og perspektiver i det frivillige arbejde 2004-2012, artikel fra Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Fry, Ben (2007) *Visualizing Data - Exploring and Explaining Data with the Processing Environment*, O'Reilly Media, December 2007
- Fogedby, Jane Lise (2008) *Integrationsteorier: Integration af etniske minoriteter i det danske samfund*, Lunds Universitet, Center for teknologi og religionsvidenskab
- Gullestrup, Hans (2007), *Kulturanalyse – en vej til tværkulturel forståelse*, Akademisk forlag, 4. udgave, 1. oplag
- Hastrup, Kirsten (2004) *Kultur som distinktion, Identitet, grænser og fjendebilleder*, Århus Universitetsforlag
- Haslebo, Gitte og Schnoor, Michala (2007) *Lederen som coach, forskellige vinkler på magt og etik*, Erhvervspsykologi nr. 2, 2. juni
- Ibsen, Bjerne (2014), *Foreninger i Danmark i samspil med det offentlige*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Jørgensen, Kenneth Møller (2007), *Forandringsledelse gennem kommunikation*, rapport udarbejdet i forbindelse med projektet Den nye Industriarbejdsplads-/medarbejder, (80 sider)
- Kulturministeriet (2009), *Idræt for alle*, marts 2009, København
- Kulturministeriet (2011), *Inspirationskatalog, 7 timers idræt og motion om ugen for børn og unge*, marts 2011, 1. Udgave, IDAN, København
- Mariagerfjord Kommune (2015), *Masterplan for indsats i sundhed og træning, 2015-2018*, sundhed og træning, eget oplag
- Møller, Søren (2014), *Folkeoplysning, frivillighed og fitness*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Nielsen, Erik (2014) *Velfærd skabes bedst i fællesskab*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Nielsen, Gert, Toftager, Mette, Troelsen, Jens og Roessler, Kirsten (2008) *De bolignære områders betydning for sundhed*, Syddansk Universitet, Institut for Idræt og Biomekanik
- Nordentoft, Agnethe (2014) *Rugekasser, fixerum eller vedligeholdelsesbane*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Nygaard, Niels (2014) *Frivillighed i idrætsforeningerne*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag
- Olsen, Lars (2014) *Unge vurdering af erhvervsmentorstøtten – 'Bryd unges ledighed nu'*, Evalueringsnotat fra Bryd Unge Ledighed Nu og Foreningen Nydansker, LG Insight

Ottesen og Skjerk (2006) *Inaktivitetsundersøgelse (sammenfatning)*, Institut for Idræt, Københavns Universitet

Pedersen, Ove Kaj (2013) *Fællesskabet er sat på autopilot*, artikel fra *Myndige borgere og forpligtende fællesskaber*, Dansk Folkeoplysnings Samråd (DFS)

Pejstrup, Esben (2013) *Hver ottende er overvægtig ved skolestart*, Kommunernes Landsforening, nyhedsbrev; Momentum

Pilgaard, Maja (2016) *Danskerne motions- og sportsvaner 2016 - nøgletal og tendenser*. Oplæg fra Idrættens Analyse Instituts d. 23-24. maj 2016 på konferencen 'Idrættens største udfordringer' i Vejen

Pilgaard, Maja (2008) *Danskerne motions- og sportsvaner 2007 - nøgletal og tendenser* Idrættens Analyse Institut

Projektbeskrivelse (2013), *"Idræt for alle"* Mariagerfjord Kommune Breddeidrætskommune, 2014-2016

Rasmussen, Bo Morthorst (2008) *Følgeskabet og styringsrelationen i det tværfaglige og tværprofessionelle samarbejde*; Tidsskrift for socialpædagogik nr. 21, Vejlø Print

Rasmussen, Mette, Pagh Pedersen, Trine og Due, Pernille (2015) *Skolebørnsundersøgelsen 2014*, SDU Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet

Ryberg, Bente (2014) *Foreningslivet som demokratiets rugekasse*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag

Rønholdt et al (2007) *„Kvalitet i idrætsundervisningen – en undersøgelse af idræt i 8. – 9. klasse“* 2007, Institut for Idræt, Københavns Universitet

Rasmussen, Mette og Due, Pernille (2016), *Danske skolebørn danner bagtrop i Europa, hvad angår at røre sig i hverdagen*, Ugens tal for folkesundhed, 23. maj 2016, Statens institut for folkesundhed

Stegeager, Nikolaj og Laursen, Erik., (2012) *Organisationer i bevægelse. Læring - udvikling - intervention*, Samfundslitteratur, 1.udgave, 2. oplag

Sundhedsplejerskernes målinger (2014) *Skolebørnsmålinger af BMI i 2014*, Mariagerfjord Kommune

Svendsen og Svendsen (2014) *Gratisme, frivillighed og tillid*, artikel fra *Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag

Toftegaard Støckel, Jan (2008) *Parallel leg eller integreret leg – Partnerskaber om børn, leg og bevægelse*, Syddansk Universitet, Institut for idræt og biomekanik

Torpe, Lars (2014), *Frivillige foreninger og demokrati – Gør et stærkt civilsamfund demokratiet bedre? Artikel fra Folkestyrets rugekasser – frivillige foreninger og folkestyre*, Århus universitetsforlag

Troelsen, Jens (2008), *De bolignære områder - Fysisk aktivitet og aktiv livsstil* Institut for Idræt og Biomekanik, Syddansk Universitet, Tryk oh Sign, Odense

Åkerstrøm Andersen, Niels (2006) *Partnerskabelse*, Hans Reitzels Forlag, okt. 2006

