

**Gode idéer til aktiviteter,
der kan styrke partnerskaber i
foreninger og organisation**

Idékatalog

UDVIKLET AF PARTNERSKABSGRUPPEN:



Storebæltsvej 11, 5800 Nyborg
Tlf 65 31 65 60, Fax 65 30 14 26
dfif@dfif.dk



Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger
Vingsted Skovvej 1, 7100 Vejle
Tlf. 79 40 40 40, info@dgi.dk



Hauser Plads 10, 1127 København K.
Tlf: 33 93 17 88, Fax: 33 93 12 45
post@hjertereforeningen.dk



Strandboulevarden 49, 2100 København Ø
Telefon: 35 25 75 00
info@cancer.dk

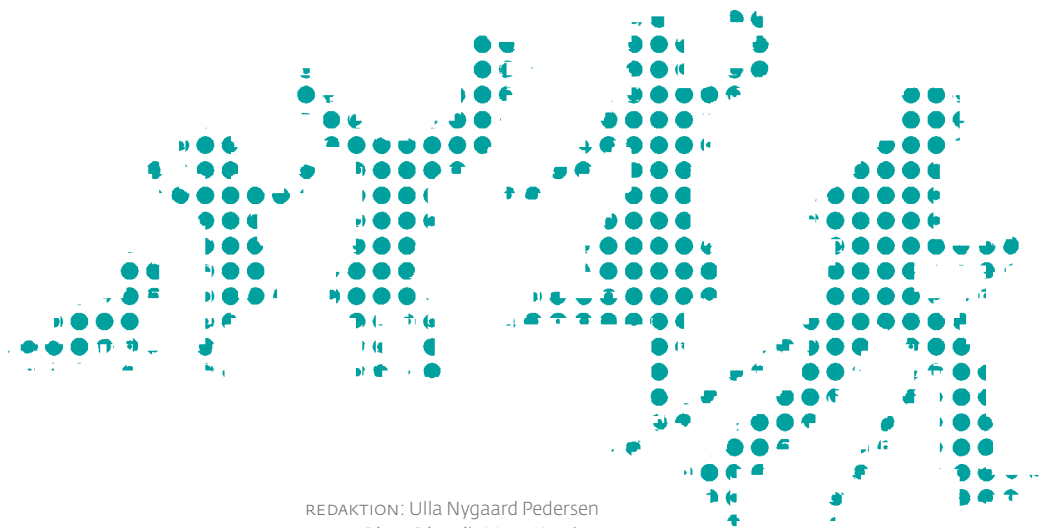
**diabetes
foreningen**



Rytterkasernen 1, 5000 Odense C
Tlf: 66 12 90 06, Fax. 65 91 49 08
df@diabetesforeningen.dk



Gentoftegade 118, 2820 Gentofte
Telefon 39 77 80 00
info@gigtforeningen.dk



REDAKTION: Ulla Nygaard Pedersen
FOTOS: Bjørn Djuvpik, Vagn Knudsen
LAYOUT: Lars Koefoed, EMINENT kommunikationsdesign
TRYK: DGI butik og print

Udgivet af Partnerskabsgruppen Gang i Danmark i 2008.
Initiativet er finansieret af Sundhedsministeriet i samarbejde
med Trygfonden.

Idékatalog

GODE IDÉER TIL AKTIVITETER, DER KAN STYRKE PARTNERSKABER I FORENINGER OG ORGANISATION

Udviklet af Partnerskabsgruppen Gang i Danmark

Tak til alle de frivillige, som har bidraget med deres tid og været en stor inspirationskilde til dette idékatalog.

INDLEDNING

Idékataloget er vores bud på, hvordan frivillige let kan sætte gang i aktiviteter sammen med frivillige fra andre organisationer. Når flere går sammen, så er det nemmere at sætte større aktiviteter i søen. Samarbejde på tværs af organisationer og foreninger skaber også netværk. Netværk, som gør det lettere at finde hjælp og inspiration til de næste aktiviteter i foreningen eller organisationen.

Idékataloget udspringer af konkrete erfaringer, som vi har gjort i forbindelse med partnerskabsprojektet Gang i Danmark.

Baggrunden for Partnerskabsgruppen Gang i Danmark er, at seks organisationer og otte kommuner i 2007 gik i partnerskab om at skabe øget fysisk aktivitet.

Partnerskabsgruppen består af seks organisationer – Hjerteforeningen, Gigtforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Diabetesforeningen, Dansk Firmaidrætsforbund (DFIF) og Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger (DGI).

De otte kommuner er Frederikshavn, Ringkøbing-Skjern, Viborg, Esbjerg, Sønderborg, Odense, Holbæk og København.

Aktiviteterne i idékataloget kræver ikke et stort formelt partnerskab, men er samarbejdsaktiviteter, som vi synes, er forholdsvis let at gå til. Aktiviteter kan være forløber til et længerevarende partnerskab, men det er ikke målet.

"Jeg synes, det er utrolig dejligt at have fået et samarbejde på tværs af det hele. Det er ligesom det, vi måske nok har manglet. Vi har været nok i os selv førhen. Og der skulle meget gerne være løst op for noget helt andet nu." (frivillig, patientforening)

INDHOLD

Sundhedsdag	4
Spændende gåture	5
Senioridrætsdag	6
Brug byen på nye måder	7
Månedens motionsfokus	8
På arbejdspladsen	9
Netværk af flere hænder	10
Spar penge på annoncering	11
Flere idéer	13
Lattermotion	13
Styrketræningsuddannelse for ældre	13
Gang i boligforeninger	13
Klippekort	13
Længerevarende samarbejder	13

Sundhedsdag

Et hav af aktiviteter samles på det lokale torv eller i gågaden.

FORMÅL

- at øge borgernes kendskab til de medvirkende organisationer
- at give deltagerne viden om god kost, sundhed, motion og velvære.

AKTIVITETER

Man behøver ikke vælge alle aktiviteter for at lave en god sundhedsdag eller -aften. Der er mange andre aktiviteter, som også kan være en del af sundhedsdagen. Kun kreativiteten sætter begrænsningen.

- Oplysning om patientforeningernes og kommunens tilbud
- Indsamling til en bestemt sag
- DGI's gymnastikkaravane, fairfodboldbane og lignende
- Smagsprøver på sund mad
- DFIF's hoppeborg og lignende
- Opvisning af forskellige idrætter/danse, som folk kan prøve direkte fra gaden - fx linedance
- Test af kondi, balance, blodsukker, blodtryk, osv. Udstyr kan lånes/lejes flere steder: patientforeninger, DFIF, nogle af DGI's landsdelsforeninger og hos flere kommuner
- Motionsbanko fra Hjerteforeningen. Deltagerne skal finde oplysninger i butikernes vinduer. Præmier fra butikkerne eller virksomheder i området
- Konkurrencer med præmier, for eksempel en quiz i viden om patientforeningerne. Vinderne bliver offentliggjort i avisen. Det giver mulighed for at lave en aftale med den lokale avis om en kombination af offentliggørelsen af vinderne og en artikel om arrangementet.

Vær opmærksom på, at det kan kræve kommunale tilladelser at bruge en plads i byen.

TIDSRAMME - 3-5 timer.

MARKEDSFØRING AF SUNDHEDSDAGEN

I god tid før Sundhedsdagen:

- Annoncer i de lokale ugeaviser. Vær opmærksom på, at de primært vil blive læst og set af den ældre del af befolkningen
- Kontakt en journalist på de lokale ugeaviser og få vedkommende til at skrive en artikel om arrangementet. Hovedorganisationen eller sundhedsforvaltningen kan hjælpe med at udarbejde en pressemeddelelse

- Sundhedsforvaltningen kan have mulighed for at få information om Sundhedsdagen med i kommunens egen spalte i ugeavisen
- Invitér ugebladsjournalisten til at deltage på selve dagen
- Plakater og foldere i butikkerne i gågaden.

PÅ DAGEN

Sæt store skilte op, som reklamerer for, hvad der foregår i telte eller på pladsen.

ØKONOMI

De største økonomiske poster vil ofte være leje af telt samt markedsføring. Hvis I har planer om at spille musik, så skal I have en tilladelse. Der kan være en KODA-afgift på at spille musik i det offentlige rum.

Et samarbejde med de lokale butikker kan give gratis præmier, prøvesmagninger, uddeling af æbler osv.

TIP

Det er en god idé at leje et telt (man kan jo aldrig være sikker på vejret), hvor man har boderne samlet og kan udføre sundhedstest.

Kontakt Sundhedsforvaltningen i kommunen, og hør om de vil være med. Det giver kommunen mulighed for blive synlig blandt borgerne, og den kan hjælpe med markedsføringen. Nogle kommuner har også testudstyr, som kan bruges.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I Ringkøbing-Skjern samarbejdede en gruppe patientforeninger, DGI og DFIF med den lokale handelsstandsforening om "Sundhed by Night" i fire byer i kommunen. Det gav gratis markedsføring i en husstands-omdelt annonceanvis, som Handelstandsforeningen finansierede.

I Esbjerg samarbejdede den lokale afdeling af Hjerteforeningen med en gruppe patientforeninger, DGI og DFIF om at styrke Hjerteforeningens årlige Hjertedag. Torvet var fyldt med informationsstande, en hoppeborg, fairfodbold og meget mere. En hospitalsklown fik mange forældre med børn til at stoppe op og få oplysninger og blive sundhedstestet.

I Viborg samarbejdede en gruppe patientforeninger, Viborg Kommune, DGI og DFIF med Ældresagen, vægtvogterne og mange flere. Der var foredrag og mulighed for at prøve idrætsaktiviteter som spinning og tæppecurling.

Spændende gåture

FORMÅL

- At opleve glæden ved gåture som motionsform
- At kombinere motion med den gode historie og eksempelvis sætte fokus på de mange kunstværker, der står rundt omkring i byens rum. Det giver befolkningen bevidsthed om, at motion også kan ske i byens rum.

AKTIVITETER

Der er mange flere gode historier i ens by, end mange tror.

- Kirkegårde
- Kunstværker
- Kend din kommune. Udgivelse af pjece med nye gå-, cykel- og løberuter
- Huse, hvor der har boet kendte personer
- Flotte haver
- Historiske voldelige områder og gode historier fra gamle dage, hvor der er sket gysende ting og sager. Bør foregå om aftenen i mørket.

Vejret er essentielt for gåture. Folk gider ikke komme, hvis det regner for meget. Desuden skal man være opmærksom på, at de fleste gåture bør ligge, mens det stadig er lyst. Det vil sige i månederne med lange dage.

TIDSRAMME - 1-2 timer.

MARKEDSFØRING AF SPÆNDENDE GÅTURE

Pressemeddelelse til de lokale aviser.

Pressemeddelelsen og annoncen fra avisen kan komme med i programmet for vandrekлубberne. (Husk de tyske vandrekлубber).

Kontakt det lokale turistbureau, og gå sammen om byvandring. Turistbureauet kan også hjælpe med at markedsføre vandreturen.

Se også under "Sundhedsdag" og "Senioridrætsdag".

ØKONOMI

De største økonomiske poster er typisk betaling til fortælleren og markedsføring af arrangementet.

TIP

Skaf en god fortæller til at stå for gåturen!

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I København tilbød partnerskabsgruppen en interessant tur på Assistenskirkegården, hvor en fantastisk fortæller fortalte en masse levende historier om de spændende, kendte og historiske personer, der ligger begravet her.

I Ringkøbing-Skjern fik partnerskabsgruppen og kommunen byvandring med i programmet for vandrekлубberne.



Senioridrætsdag

Der udbydes mange forskellige idrætsaktiviteter for seniorer - indendørs eller udendørs. Det kan både være "se på" og "vær med"-aktiviteter.

FORMÅL

- At få flere ældre (+ 50 år) til at dyrke idræt
- At synliggøre patientforeningernes og andre foreningers tilbud til målgruppen.

AKTIVITETER

Man behøver ikke vælge alle aktiviteter for at lave en god senioridrætsdag. Der er mange andre aktiviteter, som også kan være en del af idrætsdagen. Kun kreativiteten sætter begrænsningen.

- Linedance
- Tai-chi
- Golf-simulator
- Petanque
- Gymnastik
- Gamle idrætslege
- Test af kondi, balance, blodsukker, blodtryk etc. Udstyr kan lånes/lejes flere steder: patientforeninger, DFIF, nogle af DGI's landsdelsforeninger og hos flere kommuner
- Motionsbanko fra Hjerteforeningen. Deltagerne skal finde oplysninger i butikernes vinduer. Præmier fra butikkerne eller virksomheder i området
- Konkurrencer med præmier: For eksempel en quiz i viden om patientforeningerne. Vinderne bliver offentliggjort i avisen. Det giver mulighed for at lave en aftale med den lokale avis om en kombination af offentliggørelsen af vinderne og en artikel om arrangementet
- Foredrag om kost, seniorpolitik og lignende. Lav for eksempel et "speakers corner", hvor forskellige indslag kan køre i løbet af dagen.

TIDSRAMME - 3-5 timer.

MARKEDSFØRING AF SENIORIDRÆTSDAG

I god tid før dagen:

- Markedsføring af Senioridrætsdagen gennem det netværk, der er blandt organisationernes medlemmer
- Indrykning af annoncer i de lokale ugeblade
- Information på kommunens hjemmeside
- Uddeling af flyers. Hjemmehjælperne kan hjælpe med at dele dem ud, hvis man har et samarbejde med kommunen

- Opsætning af plakater i kulturhuse, aktivitetscentre, biblioteker og andre steder, hvor de ældre kommer
- Kontakt den regionale tv-kanal. Der er gode muligheder for at komme i regional-tv, da der er levende billeder på selve dagen. Typisk beslutter regional-tv sig først på selve dagen, men ring og tal med programplanlæggeren en uges tid før.

Se også under "Sundhedsdag".

PÅ DAGEN

Kontakt den regionale tv-kanal – igen.

ØKONOMI

De største økonomiske poster er typisk leje af hal, musikanlæg og markedsføring.

Se også under "Sundhedsdag".

TIP

Hvis man vælger at afholde senioridrætsdagen i dagstimerne på en hverdag, så vil det typisk være ældre uden for arbejdsmarkedet, som kommer. Undersøg muligheden for at arrangere fælles buskørsel, da nogle ældre ikke er så mobile.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I København samarbejdede en gruppe patientforeninger, DGI, DFIF, Folkesundhed København, Firma-Klubbernes Boldspil Union/Bowlingafdeling og Københavns Firma Sport/Idræt "Om Dagen" om en senioridrætsdag i dagstimerne fra kl. 10-15. Den blev afholdt indendørs i Grøndalscentret, hvilket gjorde, at man let kunne arrangere en masse forskellige aktiviteter, da centret bl.a. tilbyder bowling og golf. Samtidig gjorde det ikke noget, at det regnede.

I Holbæk samarbejdede en gruppe patientforeninger, DGI, DFIF, Motion & Trivsel, Vej & Park og Holbæk kommune. Senioridrætsdagen blev afholdt udendørs, men man havde sikret sig med pavilloner til boderne. Desuden havde Motion & Trivsel arrangeret en petanqueturnering, så man var sikret et antal deltagere til at fylde op på dagen.

Brug byen på nye måder

Rundt om i landet er der afmærkede stier og opsat træningspavilloner, som ikke bliver brugt nok. Primært fordi borgerne ikke er opmærksomme på, at de er der, og hvad de kan bruges til.

FORMÅL

- At skabe aktiviteter i byens rum.
- At skabe opmærksomhed på de muligheder der er.

AKTIVITETER

- Gå sammen flere organisationer om at tilbyde løb-, cykel- og gangstævner på Hjertestier eller andre egnede stier. Stævnerne kan tilbydes som mulighed for at støtte en eller flere gode sager
- Gåture til en udendørs træningspavillon. Lad en instruktør give instruktion i, hvordan man bruger den. Tilbyd det til alle medlemmer og interesserede i en eller flere patientforeninger
- Åben træning med instruktør til træningspavilloner i fx otte uger
- Skovtur.

TIDSRAMME - 1-2 timer.

MARKEDSFØRING AF BRUG BYEN PÅ NYE MÅDER

Regionalradio bliver hørt af mange til og fra og på arbejde. Derfor er brug af regionalradioen effektiv, når det arbejdende folk er målgruppen.

Se også under "Senioridrætsdag".

ØKONOMI

De største økonomiske poster er instruktørlønning og markedsføring.

TIP

Aktiviteterne kan også kombineres med "Gåture".

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

Der er ingen grund til, at løb og gåture skal være kedelige. I Esbjerg tilbød partnerskabsgruppen i samarbejde med lokale løbeklubber flere lysløjpeleb, hvor deltagere nogle steder løb med tændte fakler.



Månedens motionsfokus

En gang om måneden tilbydes en bestemt idrætsaktivitet, som man kan prøve forskellige steder i kommunen. Det skal efterfølgende være let at tilmelde sig aktiviteten i foreninger.

FORMÅL

- Gennem prøvetimer sætter man fokus på, at det er vigtigt at bevæge sig
- Den enkelte borger bliver opmærksom på aktiviteten og kan let komme i gang med at dyrke motion i en forening.

AKTIVITETER

Foreninger med forskellige aktiviteter kontaktes og spørges, om de vil være med til en åbenthusdag/-aften, med fokus på en bestemt idrætsgren.

- Senioridræt
- Gymnastik
- Dans
- Aerobic
- Gåture
- Løb
- Etc.

Efter åbenthusdagen skal det være nemt for den enkelte at begynde at dyrke de valgte idrætsgrene. Der skal være plads på relevante hold. Der bør udleveres information (flyers eller foldere) om tilbud på træning.

TIDSRAMME - 2-4 timer.

MARKEDSFØRING AF MÅNEDENS MOTIONSFOKUS

Markedsfør "åbenthus" og aktiviteterne på alle de involverede foreningers og kommunens hjemmeside.

- Send en mail rundt i dit personlige netværk, og bed alle om at sende den videre til venner og bekendte
- Annoncer og omtale i avisen og opslag i byen.

Se også under Sundhedsdag og Senioridrætsdag.

ØKONOMI

De største økonomiske poster er typisk markedsføring, instruktørlønninger og evt. leje af lokaler. Leje af lokaler og instruktørlønninger kan minimeres ved at involvere de foreninger, der har aktiviteterne.

TIP

Sæt fokus på nogle af de aktiviteter, som er moderne - hvis der er plads til nye udøvere.

Det er meget nemmere at komme i gang, hvis man ved hvordan og hvornår, og at man kan prøve en enkelt gang, inden man tilmelder sig.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I Sønderborg havde partnerskabsgruppen og kommunen stor succes med de fleste af de månedlige aktiviteter. Her kan nævnes "Bevæg dig, bevar dig - motion for +50", hvor mere end 250 personer deltog.



På arbejdspladsen

Motion og foredrag kan også foregå på arbejdspladsen. Her opholder de fleste sig jo fem dage om ugen.

FORMÅL

- At tilbyde motions- og foredragsaktiviteter, der hvor deltagerne gerne vil have dem.

AKTIVITETER

En undersøgelse på fem produktionsvirksomheder i Odense viste, at medarbejderne gerne vil dyrke motion i direkte forlængelse af deres arbejde – på selve arbejdspladsen.

- Geocaching
- Spinning
- Dans
- Foredrag om sund levevis, kost osv.
- Sundhedscaféer med test af medarbejdernes sundhed (DFIF)
- Konkurrencer for deltagerne om den dårligste undskyldning for ikke at dyrke motion
- Konkurrence om den mest motionsaktive virksomhed.

Tag kontakt til udvalgte virksomheder, og hør, om de vil samarbejde om at tilbyde motionsaktiviteter til deres medarbejdere. Måske har de allerede nogle aktiviteter, men har brug for aktiviteter til de medarbejdere, som ikke er til gængse idrætter (som fodbold, løb osv.), men som har brug for hensynstagen motion.

Nogle virksomheder vil også gerne have foredrag om motion eller forebyggelse af sygdomme. Det kan være en god anledning til at hverve nye medlemmer eller samle ind til et godt formål.

TIDSRAMME - 1-2 timer pr. aktivitet.

MARKEDSFØRING AF PÅ ARBEJDSPLADSEN

Tilbyd virksomhederne plakater, som de kan sætte op i kantinen og andre relevante steder. Udarbejd en mail, som virksomheden kan sende rundt til medarbejderne eller en tekst, som virksomheden kan lægge på sit intranet.

ØKONOMI

Sundhedstest indbefatter ofte både konditest, blodtryksmåling m.m. Det kan være en dyr aktivitet. Det samme kan foredragsholdere. Ofte er medarbejderne så interesserede i sundhedstesten, at de er villige til selv at betale et mindre beløb – det samme gælder virksomhederne. Nogle kommuner har selv udstyr, og måske vil de være med i projektet og stille deres testudstyr til rådighed.

TIP

Geocaching er en moderne form for skattejagt, hvor man kan køre, løbe eller gå rundt efter poster ved hjælp af en gps-modtager. Derved får gåturen et sjovt formål, så man ikke "opdager", at man får motion.

Det kan anbefales, at flere organisationer går sammen efter Odenses version, da det kan være forholdsvis dyrt, at gennemføre projektet alene. En anden mulighed er at vælge den lille udgave med fx foredrag.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I Odense bestod Partnerskabet også af Jobcentret Odense, Odense Kommunes fritidsforvaltning og Odense Kommunes sundhedssekretariat. Projektet havde så stor succes, at kommunen har besluttet at fortsætte projektet på nye virksomheder.

Netværk af flere hænder

Om at oprette et uformelt netværk mellem lokale patientforeninger, idrætsforeninger, kommunale forvaltninger osv.

FORMÅL

- At oprette et selvkvørende netværk, så selv små foreninger aldrig står alene, men i netværket blandt andet får adgang til et større antal frivillige.

AKTIVITETER

- Kalenderymnastik. Man mødes en til to gange om året og fortæller om, hvilke aktiviteter man har planlagt seks måneder frem. På den måde sikrer man, at der ikke er sammenfaldende aktiviteter. Samtidig har man mulighed for netop at lægge aktiviteter sammen, så de bliver større og bedre
- Visionsmøde. Invitation til foreninger som aftenskolen, patientforeninger, idrætsorganisationer, kommunale forvaltninger osv. Overskrift på mødet: Hvordan kan vi bedst muligt hjælpe hinanden?

Det er vigtigt, at man får viden fra møder, hvor flere organisationer er samlet, men som man ikke har tid til at deltage i. Hvis man kender hinanden organisationerne imellem, så kan man sikre sig, at der altid er én deltager, som man kan få oplysninger fra – efter mødet.

Kender du allerede mulige foreninger i dit område, så er det bare at ringe til dem. Hvis du ikke har overblikket over foreningerne, så kan du ofte finde dem på din kommunes hjemmeside. Ellers ring til kommunen, så er der helt sikkert en, som kan hjælpe dig videre.

TIDSRAMME - Ca. 3 timer pr. møde.

MARKEDSFØRING AF NETVÆRK AF FLERE HÆNDER

Det er vigtigt, at man gør en indsats for at få organisationerne til at komme til møderne. Send en indbydelse, og følg op med en opringning.

ØKONOMI

Den største økonomiske post er bespisning, men også en meget vigtig post. Lav en aftale med kommunen om at stå for mødelokaler og bespisning. Alternativt kan der laves en aftale med cafeteriet i den lokale hal.

TIP

Kommunen er ofte interesseret i, hvad der foregår i foreningslivet, så ring og hør, om de vil være med på idéen. Måske findes der allerede noget tilsvarende, hvor din forening kan være med. Forhør dig hos kommunen, om de er interesseret i at være afsender på en mødeindkaldelse.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I København var et medlem fra Diabetesforeningen til møde i Valby om øget fysisk aktivitet i kvarteret. Vedkommende var også med i Gang i Danmarks partnerskabsgruppe og havde derigennem lært DGI Storkøbenhavn at kende. Han undrede sig over, at DGI ikke var med til mødet i Valby. Hvilket resulterede i, at DGI efterfølgende deltog i at planlægge fysisk aktivitet i Valby.

I Sønderborg havde en frivillig fra en patientforening brug for hjælp. Efter hun var kommet ind i Gang i Danmark-netværket, fik hun adgang til endnu flere frivillige. Hun fortæller - "Nu stod vi og manglede nogle frivillige til vores stafet. Jeg har aldrig taget telefonen før og ringet til Jonny (fra en Firmaidrætsforening). Men jeg sagde til ham - Jonny, jeg synes, at du skal komme og hjælpe os - og han gjorde det".



Spar penge på annoncering

Annoncering er ofte dyrt for en lille forening med få aktiviteter. Derfor kan man gå sammen om annoncering af aktiviteter.

FORMÅL

- At spare penge på annoncering.

AKTIVITETER

Der kan annonceres fælles om:

- Foredrag
- Gymnastik
- Vandaktiviteter
- Stavgang
- ... og meget mere.

I Sundhedsforvaltningen i kommunen har man ofte aktivitetstilbud til motionsuvante. Mange af patientforeningerne har også aktiviteter til netop denne målgruppe. Kontakt kommunen, og hør om fælles annonceringsmuligheder.

ØKONOMI

Det er meget forskelligt, hvor meget det koster at købe annonceplads. Prøv at få en redaktionel artikel med i bladet i forbindelse med annoncen.

TIP

I flere kommuner kender lokalavisen slet ikke din organisation. Ring til dem og fortæl, hvem I er, og hvad I kan. Der er stor mulighed for, at de vil lave en artikel om jer – og den er gratis!

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I Frederikshavn gik tre patientorganisationer sammen om en fælles annonce med aktiviteterne: Stavgang, ryggymnastik og vandaktiviteter.

I Ringkøbing-Skjern udarbejdede organisationerne en fælles plakat med årets aktiviteter, som blev hængt op på centrale steder i kommunen.





Flere ideer ...

LATTERMOTION

Motion skal være sjov. Derfor har Partnerskabsgruppen i Ringkøbing-Skjern Kommune udgivet en mappe med titlen Lattermotion. Hvis du for eksempel er instruktør i motion, så kan du bruge nogle af øvelserne til opvarmning eller som et helt forløb. Øvelserne kan også bruges, hvis du er ude og holde et foredrag og gerne vil løse forsamlingen lidt op undervejs.

Mappen kan downloades på: www.sundhedscenter-vest.dk under bjælken: Tilbud til dig som borger.

STYRKETRÆNINGSUDDANNELSE FOR ÆLDRE

Styrketræning er ikke kun for unge. Et samarbejde om et styrketræningskursus for ældre kan give både flere deltagere og mere synlighed. DGI har mulighed for at hjælpe med at finde instruktører, måske give tilskud til nogle af deltagerne og finde deltagere. Patientforeningerne kan også have kontakt til målgruppen. Kommunen har formentlig lokaler og kontakt til målgruppen.

Se også under Senioridrætsdag.

GANG I BOLIGFORENINGER

Boligselskaber er ofte meget interesserede i at samarbejde om at sætte gang i idrætsaktiviteter og andre aktiviteter for beboerne. Tilbyd aktiviteter i boligselskabernes egne lokaler eller i udendørsarealet omkring boligblokkene. Det er nemmere at få deltagere til at møde op, når de er på stedet i forvejen.

KLIPPEKORT

Det er ikke altid let at rekruttere flere medlemmer, men hvis man går flere foreninger/organisationer sammen om at reklamere (se mere under Fælles annoncering), så bliver det billigere. Man kan også tilbyde et klippekort, hvor deltagerne kan prøve forskellige aktiviteter i forskellige foreninger et par gange, inden de bestemmer sig for, hvilken aktivitet de vil gå til. Det kan med fordel kombineres med "Månedens motionsfokus".

LÆNGEREVARENDE SAMARBEJDER

Når man først er kommet i gang med at samarbejde om forskellige aktiviteter, så er der ikke langt til et decideret partnerskab.

Formål

- Kontinuerligt at udnytte de muligheder for ekstra ressourcer, der er i at samarbejde.

Aktiviteter

Alle aktiviteterne i dette hæfte passer til et partnerskab. Kontakt kommunen og hør, hvad de er interesseret i at være med til. Læs mere om partnerskaber i Partnerskabskøreplanen, som de seks organisationer: Hjerteforeningen, Gigtforeningen, Kræftens Bekæmpelse, Diabetesforeningen, Dansk Firmaidrætsforbund (DFIF) og Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger (DGI) også har udgivet.

Økonomi

Et længerevarende samarbejde kan bygge på udvikling af nye aktiviteter. Der vil ofte være mulighed for at søge forskellige puljer i kommunen.

TIP

Få de ansatte konsulenter i din organisation til at hjælpe med at formalisere partnerskabet. For eksempel alt det administrative - skriftlige aftaler, økonomi osv. Så er der bedre tid til selve aktiviteterne for dig som frivillig.

Konkrete erfaringer fra Gang i Danmark

I den Københavnske partnerskabsgruppe etablerede man et Gå i gang-projekt. Projektets mål er at tilbyde hensynstagen motion for fysisk inaktive. Målgruppen for projektet var primært patientorganisationernes målgrupper samt inaktive voksne med risiko for at udvikle livstilssygdomme.

I første omgang tilbød man Hensynstagen motion på Nørrebro, men da man havde stor succes, så tilbød man det også i Valby. Det var et samarbejde mellem Kræftens Bekæmpelse, DGI og Diabetesforeningen.

I Viborgprojektet udarbejdede man en omfangsrig folder med Hensynstagen motion og Gå i gang-aktiviteter. I folderen beskrev man både eksisterende aktiviteter fra idrætsforeningerne og nye aktiviteter i partnerskabet. Aktiviteterne styres administrativt fra Sundhedsforvaltningen i Viborg Kommune, men udføres af foreningerne.

I Holbæk har man ud over motionsinstruktører også frivillige værtinder til at tage sig af deltagerne til Gå i gang-aktiviteterne. På den måde sikrer man sig, at nye deltagere føler sig velkomne.

Der er Gå i gang (Hensynstagen motion) 20 steder i landet. Læs mere om Gå i gang på: www.gaaigang.dk



diabetes foreningen



Gigt foreningen



Dansk Firmaidrætsforbund
DFIF



Kræftens Bekæmpelse

HJERTEFORENINGEN



DGI



GANG I DANMARK

