

2016-2020



Strategi for gadeidræt

DGI

Indhold

Formål	3
Baggrund	4
Udfordring	5
Former for gadeidræt	6
Organisering	7
Typologier	8
Feltet i Danmark	8
Proces	9
Vision og opgave	10
Fokusområder	10
1. Organisering	11
2. Uddannelse	12
3. Brobygger til det offentlige	13
4. Synlighed	14
N1. DGI etablerer ikke nye fællesskaber	15
N2. DGI laver leverer ikke puljemidler	15

Formål

Gadeidrætten kan ses som en forlængelse – omend fornyelse – af den danske idrætstradition omkring fællesskaber, som forpligter, demokratisk involvering, frivillighed og samfundssind.

DGI's Strategi for Gadeidræt lægger sig dermed naturligt ind under DGI's 2020 mål 3 og 4, for hhv. ikke-foreningsmedlemmer og unge, og løber derfor også frem til 2020. I forlængelse deraf, spiller strategien naturligt ind i 'Bevæg dig for Livet' ved netop at definere nogle nye og klare positioner i spændingsfeltet mellem de "50" og de "75".

Vedrørende dansk ungdomsidræt generelt, ønsker strategien at afstedkomme nye, progressive og bæredygtige bud på forpligtende fællesskabsformer, som inkluderer nye forslag til medlemsbegreber, kontingentformer, sprogbrug, demokratiske strukturer, vedtægtsformer mv. Derfor har strategien to formål:

- 1) At fokusere DGI's support til gadeidrætten
- 2) At understøtte nye forpligtende fællesskabsformer i dansk ungdomsidræt



Baggrund

4

www.dgi.dk

Dansk idræt er under forandring, og det gælder ikke mindst ungdommen. Spontane løbefællesskaber, kreative aktiviteter i byen osv. peger alt sammen mod en slags "do it yourself" tilgang, ofte også kaldet selvorganisering.

Det gælder ikke mindst gadeidrætten, der op igennem 00'erne har udviklet nye typer af fleksible idrætsfællesskaber. Siden er gadeidrætten blevet en mainstream-kultur og man sætter nu "street" foran en række forskellige aktivitetsformer.

Ifølge IDAN er gadeidræt Danmarks 6. største børneidræt ("Danskernes Motions- og Sportsvaner 2011"). Hvad angår teenagere og voksne dyrker i alt 102.261 danskere gadeidræt (Wilke, "Potential for gadeidræt", 2015"). Samlet set anslås det, at 195.000 dyrker gadeidræt i aldersgruppen 7-35 år.

Gadeidræt forbindes ofte med en uafhængig modkultur. Men en desk research udført af DGI i 2015 tegner et mere broget billede. Bl.a. fordi, at a) hovedparten af gadefodboldspillere også er foreningsmedlemmer, b) op mod 50% af skatehallerne er organiseret som foreninger samt, at c) en væsentlig del af aktørerne indenfor parkour er organiseret som foreninger. Med andre ord fremstår den traditionelle foreningskultur ganske stærk indenfor gadeidrætten.

Som i mange andre nyere idrætskulturer er foreningen dog langt fra eksklusiv, f.eks. gør også kommercielle aktører sig gældende. Derudover findes der små grupper samt egentlige communities. Communities betegner fuldt ud forpligtende fællesskaber, om end forpligtelserne er udprægede uformelle, f.eks. væremåde, personlig stil mv.



Udfordring

Ifølge Wilke-analysen "Potentialet for Gadeidræt" (2015) er op mod 43 % af de unge, som ikke dyrker gadeidræt nysgerrige over for sporten. Spørgsmålet er så, hvad forhindringerne for denne deltagelse beror på, og her slog New Moves konferencen – april 2015 – sig fast på en række særlige udfordringer.

For det første, favoriseres to bestemte udøvere: a) den dygtige og b) den stærke. Det kan betyde at det sårbare begynder-niveau ofte ekskluderer f.eks. "den stille dreng", piger og andre borgergrupper.

New Moves slog samtidigt fast, at gadeidrætten kan styres i snævre kredse som ikke inkluderer bredden i beslutningsprocesserne. Med andre ord, ligger der en demokratisk udfordring i gadeidrætten.

I forlængelse deraf peger en desk research fra DGI Underground i 2015 på, at både crews, foreninger og communities identificerede en markant efterspørgsel efter udvikling af deres organisering, adgang til træningstider, regnskabskompetencer, træneruddannelser, proceslæring mv. Med andre ord, ydelser som er identiske med DGI's traditionelle tilbud.



Former for gadeidræt

Man kan inddele gadeidrætten i to overordnede grupper, nemlig klassisk "subkulturel gadeidræt" på den ene side og "mainstream gadeidræt" på den anden.

Hvad angår den klassiske forståelse af gadeidræt, er der tale om aktiviteter, som har en subkultur omkring sig, f.eks. skateboard, parkour, BMX og street soccer. Omgangsformen, bevægelseskulturen og træningsformen kendetegner den subkulturelle gadeidræt ved at være fleksibel og fokuseret på personligt fremstilling.

Den subkulturelle gadeidræt har inspireret til en bredere ungdomsdræt, hvilket man ser i tendensen til at sætte ordet "street" foran en række aktiviteter. Både street handball, street tennis osv. er "blot" aktiviteter som foregår udendørs og som har lånt enkelt-elementer fra de subkulturelle gadeidrætstendenser.

Med andre ord er der tale om "mainstream gadeidræt", som også inkluderer løbehjul på villa-vejen, og skateboard på legepladsen.

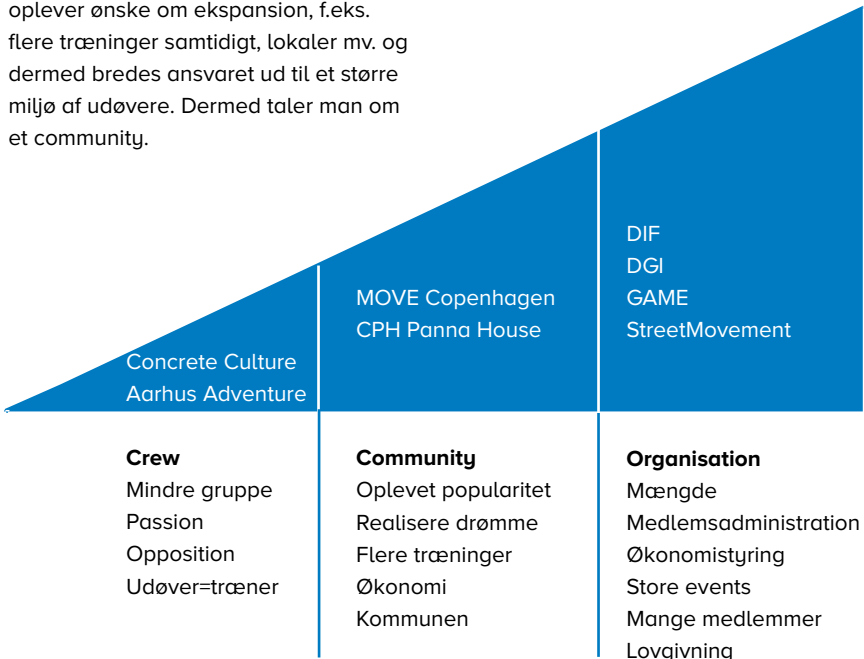


Organisering

Den subkulturelle gadeidræt kan som den eneste form beskrives som selvorganiseret. Den bliver typisk til i små spontane grupper, som samles omkring en aktivitet, de brænder for.

Nogle grupper vil formalisere sig og skal man bruge målgruppens egen terminologi kan man lave tre inddelinger, nemlig et såkaldt crew, som er den lille og organiske gruppe af udøvere, som fungerer face-to-face og drives af iverigdom, passion og venskab. Nogle crews oplever ønske om ekspansion, f.eks. flere træninger samtidigt, lokaler mv. og dermed brederes ansvaret ud til et større miljø af udøvere. Dermed taler man om et community.

Til sidst en veletableret organisation, som betegner aktører med en mangeårig historie, omfattende økonomi og indflydelse. F.eks. er skateboarding et større millionforetagende med store organisationer, internationale stævner, stærke partnerskaber samt udsigt til at komme på OL-programmet. NB: Hvorvidt grupperingerne er foreninger eller ej, har ikke betydning i forhold til selvorganisering, og alle tre organisationstyper kan både være forening, virksomhed, kommunalt forankret, uregistreret mv.



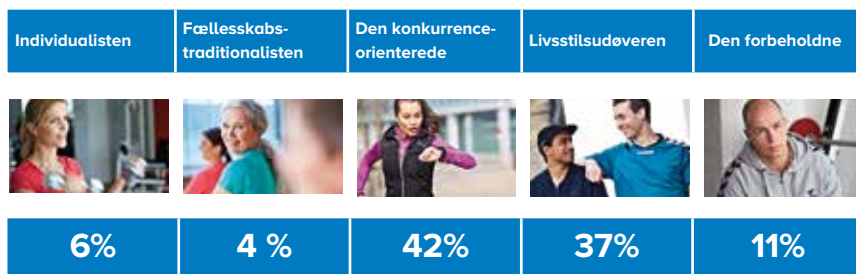
Typologier

Gadeidrætten skriver sig klart ind i DGI's udøvertypologier. Ifølge en repræsentativ undersøgelse, foretaget af Wilke i april 2015, er 79 % sig af udøverne enten konkurrenceorienterede eller livsstilsudøvere.

Træder man et niveau op og kigger på træerniveauet, er det hovedsageligt idealister som præger gadeidrætten.

Dette skyldes deres entreprenante målsætninger om at bringe sporten frem er i højsædet.

Hvad angår lederne, tegner sig et mere broget billede mellem "netværkeren", som ønsker mange relationer og partnerskaber, samt den "professionelle", som går målrettet til værks som del i en levevej.



Feltet i Danmark

Organiseringen af gadeidrætten er broget. Ungdomsskoler arrangerer jævnligt gade fodbold-aftener, skoler laver håndbold i skoletiden, man kører på løbehjul, skatere mødes på ramper, ligesom kommuner og fonde har investeret i multibaner og parkour-anlæg flere steder.

Der er flere toneangivende aktører på gadeidrætten herhjemme. Et forsigtigt skøn er, at GAME aktiverer små 10.000 individer årligt i deres idrætsanlæg samt boligområder. Dertil kommer DGI, som engagerer en anelse mere, nemlig 10.317 individer i 2015.

Tæller man samtlige organisationer sammen, inkl. DIF, StreetMovement mv. – estimeres der at være ca. 35.000 udøvere organiseret i Danmark.

I 2014 blev der taget initiativ til at lave en selvstændig, tredje idrætsorganisation herhjemme, med afsæt i gade- og ungdomsidræt, lanceret som en ”platform”, og som tæller ca. 40 grupper, aktører, haller osv. på feltet.

DGI og DIF har siden ca. 2008 arrangeret gadeidræt baseret på kerneværdierne omkring læring, dannelse, demokrati, inklusion og involvering. Disse værdier har ikke været givne i gadeidrætten, og det er de relevante sider af den danske idrætstradition, som DGI ønsker at aktivere hos gadeidrætten fremover.

Proces

Processen bag DGI's Strategi for Gadeidræt påbegyndtes efter den nationale konference New Moves 10. april 2015.

Herefter pågik dialogmøder mellem DGI-medarbejdere og politikere, gadeidrætsudøvere og kommunale aktører over hele landet, med et organisatorisk omdrejningspunkt i fire udvalgte landsdele med langvarig erfaring indenfor feltet (DGI Østjylland, DGI Nordjylland, DGI Vestjylland og DGI Storkøbenhavn).

Herefter hørtes Projektchefforum samt landsplansafdelinger, hvilket dannede

baggrund for den endelige godkendelse af strategien af DGI's Hovedbestyrelse den 3. november 2015.

DGI's Strategi for Gadeidræt indeholder de overordnede fokusområder. Hvad angår konkrete tiltag og resultatmål, placeres disse i årlige handleplaner, ud fra en inddragende proces med alle landsdele, og i tilnærmelsesvis samme årshjul hvori SPOTA-målene formes.

Vision og opgave

10

www.dgi.dk

Vision

DGI ønsker, at gadeidrætten står centralt placeret i en grundlæggende nytænkning af den danske idrætstradition baseret på progressive engagerende fællesskaber i forhold til unge.

Opgave

Via demokratiske organer, læring og dannelse ønsker DGI at understøtte selvorganiseringen, brobygningen mellem udøvere og det offentlige samt kompetenceniveauet hos gadeidrætsudøvere, –ledere og –grupperinger.

Fokusområder

DGI vil frem mod 2020 have fire overordnede fokusområder i sit arbejde med gadeidræt:

- 1. Organisering
- 2. Uddannelse
- 3. Brobygger til det offentlige
- 4. Synlighed

DGI prioriterer ikke at arbejde direkte med eller prioriterer direkte ressourcer til:

- N1 Etablering af nye fællesskaber
- N2 Puljemidler

1. Organisering

DGI's kernekompetencer indenfor organisering, foreningsudvikling og demokratisk involvering vil blive sat i spil for gadeidrætten, hvoraf 1.1 og 1.2 er konkrete handlinger, og 1.3 og 1.4 er understøttende funktioner. Det sker gennem følgende tiltag:

1.1. Foreningsudvikling

En absolut kerneydelse er bidrag til udvikling af communities i gadeidrætten. Der er et udtalt behov for støtte til organisering på alle klassiske niveauer hos gadeidrætten. Det kan både tage form af foreningsbesøg, konsulentbistand mv. DGI vil stile sin foreningsudvikling skarpt i forhold til de tre stadier i gadeidrætsgrupperinger, nemlig a) crews, b) communities, c) organisationer.

1.2. Forum regionalt

DGI vil versionere sin model for landsdelsudvalg til faciliteringen af gadeidrætsfora i landsdelene. Foraerne er demokratisk legitime grupper for gadeidræt i landsdelen(ene), ligesom foraerne fører viden ind til kommunerne i spørgsmål om byudvikling, viden om faciliteter, organisering, politik, kultur mv. Ønsker de regionale fora et fælles netværk – altså et nationalt forum – vil DGI facilitere dette.

1.3. Tool Kit

DGI vil lægge arbejde i at etablere og/eller versionere administrative systemer således, at de imødekommer fleksible organiseringsformer og selvorganisering, f.eks. et SMS-system, en model for landsdækkende organisering, en Tool Kit for minimumsvedtægter, fundraising-teknikker, PR-redskaber mv.

1.4. Events, turneringer mv.

DGI er ambitiøs i sit aktivitetsudbud til gadeidrætten, ikke mindst med træninger, stævner, events mv. Der ligger en veludviklet og ambitiøs co-creation-metode bag, og alle aktiviteter planlægges og udføres dybest set af gadeidrætsorganiseringerne selv med DGI som facilitator og samarbejdspartner. Initiativet til træninger, stævner, events mv. kan i nogle tilfælde komme fra DGI, men realiseres kun i samarbejde med mindst en gadeidrætsgruppering.

2.

Uddannelse

DGI's kernekompetencer indenfor læring målrettes gadeidrætten, både hvad angår træner-niveau, aktiviteter, events samt bestyrelse, ledelse, administration, fundraising, policy mv. Det sker gennem følgende tiltag:

2.1 Akademi

Der udvikles et nyt selvstændigt uddannelsesprogram for selvorganiseret gadeidræt. Det vil indeholde tre niveauer – Basic, Advanced og Expert – til både trænere og ledere på flere niveauer. Specielt trænerniveauet har form af klassiske kurser. Gadeidrættens tradition for vidensoverførsel direkte mellem udøvere – f.eks. tricks – ligger indlejret som et helt afgørende princip i Akademiet. Med andre ord vil knowledge-transfer-begrebet definere også arbejdet med bestyrelsesudvikling, PR, frivillighåndtering, strategisk ledelse, sociale medier, events mv. Helt centralt i akademiet står desuden træning i både klassisk og strategisk fundraising.

2.2 Internationalt

De sociale medier binder ungdomskulturer sammen i netværk, som dækker Europa og globalt, og det gælder i udpræget grad gadeidrætten. DGI har placeret sig centralt i europæisk streetkultur (via European Street Cup) og dermed aktiveret traditionen med inter-

nationale relationer, herunder Verdensholdet, udvekslinger mv. DGI vil derfor give særligt tryk på den internationale gadeidræt, ikke mindst med det formål at lade internationale trænere, udøvere og organisatorer inspirere bevægelseskulturen i dansk ungdomsidræt. Der laves en offensiv fundraising- og partnerskabsindsats på det internationale område.

2.3 Camps

Sammensmeltningen af læring, livsstil og socialt samvær falder optimalt i hak med camp-konceptet, som derfor vil være en prioriteret metode til læring i DGI's gadeidrætsindsats.

2.4 Kompetencetiltag

Desuden fokuseres tiltag mod løft af DGI ansatte i forhold til viden og kompetence indenfor gadeidrætten. Bl.a. gennem større seminarer.

3.

Brobygger til det offentlige

Flere kommuner har et ønske om at høre de nye ungdomskulturers behov, mens gadeidrætsgrupperinger har et stort ønske om anerkendelse af deres behov. Netop DGI's placering mellem idrætsfællesskaber og det offentlige system gør, at DGI påtager sig mediatorrollen indenfor gadeidrætten. Samlet set følgende opgaver:

3.1 Kommunekontakt

Herunder viderefremstilling af facilitetsbehov, adgang til eksisterende faciliteter, tilskudsordninger, foreningsgodkendelse, haltider, byudviklingsprocesser mv.

3.2 "Oversættelse" mellem gade og system

DGI samler mængden af grupperingers behov til en overordnet erfarings- og rådgivningsopgave overfor det offentlige. Der kan f.eks. være tale om at foreslå nye begreber indenfor folkeoplysningen, som gadeidrætten kan relatere sig til, og som samtidigt virker i den offentlige administration.

3.3 Faciliteter

DGI vil arbejde for at påvirke inkluderende, demokratiske og frivilligt baserede byrum, inspirerende for æstetikken og bevægelseskulturen i gadeidrætten. DGI placerer sig det rette sted i den stærke

tradition for byrum, som gadeidrætsorganisationer og tegnestuer har opbygget gennem de seneste 10-15 år.



4. Synlighed

Gadeidræt har traditionelt været eksklusivt forbundet med andre aktører end DGI. Der er derfor et stort behov for, at kendskabsgraden til organisationens gadeidrætsarbejde øges markant. Det sker gennem følgende tiltag:

4.1 Kommunikation

Der planlægges en kommunikationsstrategi sammen med DGI kommunikation overfor følgende fire målgrupper.

Målgruppe 1: Politikere, embedsmænd, fonde og øvrige stakeholders på feltet.

Målgruppe 2: Ledere af organisationer, foreninger, communities samt frivillige i gadeidrætten.

Målgruppe 3: Gadeidrætsudøvere.

Målgruppe 4: Den brede offentlighed, mhp. at øge anerkendelse af gadeidrætten.

4.2 Online Tilstedeværelse

I dag er DGI's gadeidrætsengagement svagt repræsenteret online. Kun street soccer er repræsenteret på DGI.dk under fodbold. Der er et behov for at synliggøre vores portefølje af tilbud til gadeidrætsorganiseringer og udøvere online. Der foretages en afdækning af relevant information og relevante informationskanaler i forhold til målgruppen.

4.3 Profil events

DGI har i 2015 har haft et godt udbytte af Danish Street Cup og New Moves konferencen i forhold til image, netværk og kendskabsgrad. En del af positioneringen af DGI på gadeidrætsfeltet vil derfor fortsat ske i form af nationale events og konferencevirksomhed, og altid i partnerskab med relevante aktører i gadeidrætten.



N1. DGI etablerer ikke nye fællesskaber

DGI understøtter gadeidrætten i at lave startups. Dette er væsentligt forskelligt fra, at DGI selv etablerer et gadeidrætsfællesskab. DGI opfatter sin opgave i forhold til gadeidrætten som en støtte til udbyggelse, at bryde til at blive populære, styrkelse af fællesskab mv. snarere end som initiativtager. Med andre ord kan DGI opfattes som en "secondmover" frem for en "firstmover", forstået i positiv forstand. På den måde respekteres DGI's kerneopgave ved at igangsætte startuppet, og derved placere det innovation hos de unge selv.

DGI kan godt tage initiativ til kulturer, aktiviteter eller miljøer – sådan som det er sket i panna-fodbolden – men udelukkende hvis der er et klart formål om overlevering af aktiviteten til at blive selvorganiseret. Samtidigt kan DGI selvsagt bidrage til at understøtte grupperings startups gennem støtte, kursus og konsulentbistand.

N2. DGI leverer ikke puljemidler

DGI fastholder sine kompetencer indenfor foreningsudvikling, kommunekontakt mv. som bærende i sit gadeidrætsarbejde, og undlader derfor at træde ind på støttefeltet med puljemidler. Der er i forvejen en stærk støttestruktur i gadeidrætten omkring organisationen finansieret af Nordeafonden til formidling af ca. 5 mill. kr. om året i støttekroner.

Dette er ikke ensbetydende med, at DGI ikke indtræder stærkt på funding-feltet, men det er primært i forhold til netværk samt uddannelse i fundraising. Samtidigt vil DGI også være både og/eller lead på større strategiske ansøgninger sammen med relevante aktører indenfor gadeidrætten.



www.dgi.dk

DGI