

# Evaluationsbericht

Pilotprojekt

Bewegung ein Leben lang! -

Bewegungsförderung für die Generation  
60plus

Projektzeitraum: Jänner bis Dezember 2014

Projektträger: LOGIN – Verein zur Gesundheitsförderung und  
sozialen Integration

Fördergeber: Sportministerium

Evaluation und Bericht:  
Dr. Alexandra Kofler

Unter Mitarbeit von:  
Dr. Gudrun Wolfgruber

<b>Einleitung .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Kurzdarstellung des Projekts .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Fragestellungen der Evaluation .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Ergebnisse der Evaluation .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1. Gesamtüberblick.....</b>	<b>5</b>
<b>3.2. Das Projekt aus der Sicht des Projektteams.....</b>	<b>6</b>
3.2.1. Erreichung und Aktivierung der Zielgruppe.....	6
3.2.2. Heterogenität der Zielgruppe .....	7
3.2.3. Setting und Angebotsgestaltung .....	8
3.2.4. Wirkungsweisen des Projekts .....	10
3.2.5. Freiwilligkeit und Verbindlichkeit .....	12
3.2.6. Projektstruktur und Team.....	13
<b>3.3. Das Projekt aus der Sicht der Zielgruppe.....</b>	<b>15</b>
3.3.1. Beweggründe zur Teilnahme .....	15
3.3.2. Erfahrungen mit den Projektangeboten .....	16
3.3.3. Erfahrungen mit den ÜbungsleiterInnen .....	19
3.3.4. Information und Kommunikation .....	20
3.3.5. Auswirkungen des Projekts auf die Zielgruppe .....	20
<b>4. Zusammenfassung .....</b>	<b>22</b>
<b>5. Praxisempfehlungen.....</b>	<b>22</b>

# Einleitung

Der vorliegende Bericht evaluiert das Projekt „Bewegung ein Leben lang!“ das von Jänner bis Dezember 2014 von Verein LOGIN mit Unterstützung des Sportministeriums im 15. Wiener Gemeindebezirk umgesetzt wurde. Neben einer Überprüfung der Zielerreichung thematisiert der Bericht ausführlich die unterschiedlichen Praxiserfahrungen der Projektbeteiligten, da es sich um ein Pilotprojekt mit explorativem Charakter handelte. Neben der Überprüfung der Zielerreichung zielte die Evaluation darauf ab, aus dem gegenständlichen Projekt Praxis- und Lernerfahrungen zu generieren.

Grundlage der Evaluation bilden Leitfadeninterviews mit den zwei Projektleiterinnen, den vier ÜbungsleiterInnen und neun TeilnehmerInnen. Weitere Quellen für die Evaluation waren die Besprechungsprotokolle des Projektteams, die Projektdokumentationen in Form von TeilnehmerInnenblättern und Kursdokumentationen, das Projektkonzept, der Förderantrag, sowie der Bericht zur Bedarfserhebung im Projektvorfeld (Jänner bis März 2014).

## 1. Kurzdarstellung des Projekts

Zielsetzung des Projekts war es, Menschen der Generation 60plus im Raum Wien zu mehr Bewegung zu aktivieren und vor allem bewegungsfernen Personen durch einen niedrigschwelligen Zugang Bewegungsaktivitäten näherzubringen.

Um möglichst lange gesund zu leben ist Bewegung die beste Voraussetzung. Älteren Menschen fehlen häufig die Möglichkeiten und Anreize für mehr Bewegung – einerseits sind Bewegungsangebote häufig einfach nicht bekannt, andererseits gibt es eine Vielzahl an Hemmschwellen und Barrieren, die ältere Menschen daran hindern, sich organisierten Aktivitäten anzuschließen. Umso wichtiger ist es, neue Zugangsweisen über die alltäglichen Lebenswelten älterer Menschen zu entwickeln und neue Bewegungsangebote zu setzen (Quelle: Projektantrag). Dies hat sich das Projekt „Bewegung – ein Leben lang!“ zum Ziel gesetzt. Als Projektumsetzer fungierte Verein LOGIN, der seit mehr als zehn Jahren im Bereich Gesundheitsförderung und soziale Netzwerkintervention tätig ist, und sich vor allem sozial und materiell benachteiligten Personengruppen widmet. Daher standen auch bei diesem Projekt Personen, die etwa eine Mindestpension beziehen, oder denen soziale Netzwerke und Tagesstrukturen fehlen, als Hauptzielgruppe im Fokus. Als Projektfördergeber fungierte das Sportministerium, das sich die Stärkung von Initiativen im Bereich des Breitensport zum Ziel gesetzt hat.

Die konkreten Zielsetzungen des Projekts lauteten:

- Erhebung von Bewegungsgewohnheiten und Bewegungsbedürfnissen der Generation 60plus in Form einer qualitativen Studie
- Konzeption von Bewegungsangeboten auf der Basis der Ergebnisse der qualitativen Studie
- Erreichung der Zielgruppe (Männer und Frauen ab 60 Jahren)
- Aktivierung der Zielgruppe zu mehr Bewegung
- Verbesserung des physischen Gesundheitszustandes der Zielgruppe
- Empowerment fördern durch Einbindung der Zielgruppe in die Angebotsgestaltung

- Erweiterung der sozialen Netzwerke der Zielgruppe durch Einbindung in das aktive, gesundheitsfördernde Projekt-Netzwerk

Am Beginn des Projekts (Jänner bis März 2014) stand die Durchführung einer Bedarfserhebung in Form einer qualitativ-empirischen Studie zum Bewegungsverhalten der Generation 60plus durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie liegen in Form eines Berichts vor. Befragt wurden 30 Männer und Frauen aus der Altersgruppe 60plus, sowie 5 ExpertInnen aus dem Bereich des SeniorInnensport sowie der Altenarbeit. Auf der Grundlage der Aussagen in den Interviews wurde folgendes Projektangebot für die Zielgruppe erstellt:

- Nordic Walking (wöchentliches Angebot)
- Bewegung im Park (wöchentliches Angebot)
- Wirbelsäulengymnastik (wöchentliches Angebot)
- Rückengymnastik (wöchentliches Angebot)
- Wanderungen und Ausflüge (monatliches Angebot)

Das Projektangebot sowie die Ergebnisse der Studie wurden Anfang April 2014 im Rahmen der Projekt-Auftaktveranstaltung vorgestellt. Sowohl die Studie als auch die Auftaktveranstaltung erwiesen sich als geeignetes Instrument zur Herstellung von fachlichen Netzwerken und Kooperationen, sowie zur Erreichung der Zielgruppe. Als KooperationspartnerInnen wurden zu Projektbeginn vor allem SeniorInnenzentren, PensionistInnenclubs sowie Kontaktbesuchsdienste angesprochen. Durch das Verteilen von Informationen via Print- und Onlinemedien, Aushänge am Projektstandort, die Durchführung von Infoveranstaltungen, sowie die Weitergabe von Informationen an SeniorInneneinrichtungen in Wien wurde der Zugang zur Zielgruppe gesucht. Laut Projektvorhaben sollten mindestens 200 Personen über die Projektangebote informiert werden, ca. 50-60 verschiedene Personen sollten zur Teilnahme an den Projektangeboten aktiviert werden. Die Umsetzung der Projektangebote erfolgte von Mai bis Dezember 2014. Neben der Projektleitung sorgten vier ÜbungsleiterInnen – darunter zwei SeniorInnengesundheitstrainerInnen – für die Durchführung der Projektaktivitäten.

## 2. Fragestellungen der Evaluation

Entsprechend den Zielsetzungen des Projekts wurden für die Evaluation folgende Fragestellungen an das Projektteam entwickelt:

- Wurden die Projektziele erreicht?
- Wie bzw. wodurch wurden die Ziele erreicht?
- Welche Projekthürden gab es und wie wurde darauf reagiert?
- Was waren die zentralen Lernerfahrungen des Projektteams?

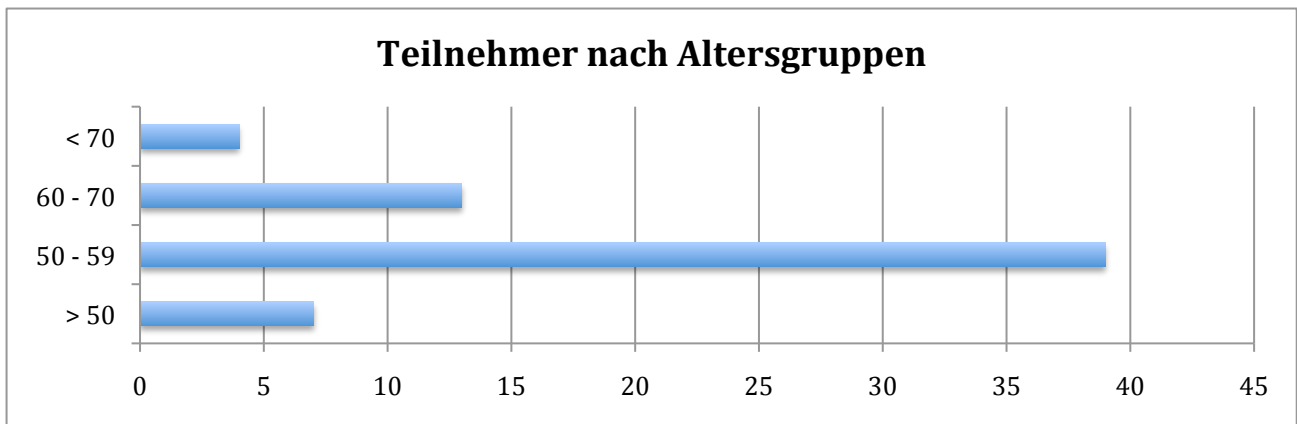
Für die Zielgruppe bzw. die ProjektteilnehmerInnen wurden folgende Leitfragen entwickelt:

- Was war Ihre Hauptmotivation zur Teilnahme am Projekt?
- Wie haben Sie vom Projekt bzw. den Angeboten erfahren?
- Wie bewerten Sie die Projektangebote und die ÜbungsleiterInnen?
- Was hat sich für Sie durch die Teilnahme am Projekt verändert?

# 3. Ergebnisse der Evaluation

## 3.1. Gesamtüberblick

Laut Projektzielsetzung sollten 50-60 verschiedene Personen als TeilnehmerInnen akquiriert werden. Dieses Ziel wurde erfüllt. In der projektinternen TeilnehmerInnendokumentation sind 66 teilnehmende Personen erfasst. Die Gesamtzahl der TeilnehmerInnen setzte sich wie folgt zusammen:



Den größten Anteil machte die Gruppe der 50-59jährigen aus. Darunter fanden sich 22 Frauen und 17 Männer. In der Altersgruppe 60-70 Jahre waren 7 Frauen und 6 Männer vertreten. Unter 50 Jahren waren 4 Frauen und 3 Männer, unter den über 70jährigen waren 4 Frauen als TeilnehmerInnen im Projekt. Insgesamt nahmen 37 Frauen und 29 Männer an den Projektangeboten teil.

Die überwiegende Mehrzahl der TeilnehmerInnen gab an, über Freunde und Bekannte von den Projektangeboten erfahren zu haben, an zweiter Stelle wurden das Internet und Flyer, die bei unterschiedlichen Einrichtungen auflagen, als Informationsquelle genannt. Jene TeilnehmerInnen, die in der Nähe des Projektzentrums wohnen, gaben an, über die Aushänge im Schaufenster von den Angeboten erfahren zu haben.

Bei der Frage nach der Hauptmotivation zur Teilnahme, ergab sich in der Gesamtgruppe der TeilnehmerInnen folgendes Ranking:

1. Bewegung, aktiv sein
2. Sozialkontakte
3. geringe Kosten

Auch im Hinblick auf die soziale Treffsicherheit wurde das Projektziel erfüllt, da rund zwei Drittel der TeilnehmerInnen von finanzieller oder sozialer Benachteiligung betroffen waren.

Die Daten für den Gesamtüberblick wurden der internen Projektdokumentation entnommen, die in Form von TeilnehmerInnendatenblättern vorliegt. Um einen Einblick in die inhaltlichen Schwerpunkte und Projekterfahrungen zu erlangen, wurden im Rahmen der Evaluation das Projektteam, bestehend aus zwei Projektleiterinnen und vier ÜbungsleiterInnen, sowie neun TeilnehmerInnen, zu ihren Projekterfahrungen befragt. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

## 3.2. Das Projekt aus der Sicht des Projektteams

### 3.2.1. Erreichung und Aktivierung der Zielgruppe

Am Beginn des Projekts stand eine qualitativ-empirische Bedarfserhebung zum Bewegungsverhalten der Generation 60plus, die sowohl Indikator für die Programmgestaltung war, als auch eine erste Möglichkeit zur Erreichung der Zielgruppe bot. Obwohl auf diesem Wege schon mehr als 30 Personen der Generation 60plus sowie 5 MultiplikatorInnen angesprochen wurden, kamen aus dieser Gruppe nur 2 Personen als TeilnehmerInnen zum Projekt. Zudem zeigte sich, dass vor allem jene angefragten MultiplikatorInnen, die selbst in SeniorInneneinrichtungen tätig waren, wenig Interesse daran hatten, die von Ihnen betreuten SeniorInnen an ein externes Angebot – wie das gegenständliche Projekt - zu vermitteln und dadurch „ihr Klientel zu verlieren.“ Dieser Umstand führte dazu, dass zum Startzeitpunkt der Projektangebote erneut eine Offensive zur Zielgruppen-Erreichung gestartet werden musste. Gezielt wurden Flyer verteilt, Plakate platziert und Vereine sowie Seniorenverbände wurden gebeten, das Projektprogramm auf ihren Webseiten zu platzieren bzw. via e-mail weiterzuleiten.

Auf diese Weise wurde zwar eine Vielzahl an Personen erreicht, dennoch machte das Projektteam die Erfahrung, dass die Aktivierung der Zielgruppe am besten auf direktem, persönlichen Weg funktioniert. Infoveranstaltungen und Impulsworkshops, bei denen sich potentielle TeilnehmerInnen über die Projektangebote informieren und die ÜbungsleiterInnen kennenlernen können, eignen sich dafür besonders gut:

*„Die Aktivierung funktioniert gut über den persönlichen Kontakt, weil Vertrauen und Respekt eine große Rolle spielen. Viele Menschen haben eine Hemmschwelle, ein neues Angebot in einem ihnen unbekanntem Setting zu besuchen. Die meisten trauen sich auch nicht alleine hinzugehen. Veranstaltungen, bei denen die ÜbungsleiterInnen anwesend sind und der Zielgruppe das Angebot vorstellen können, eignen sich daher besonders gut, um die Zielgruppe zur Teilnahme zu aktivieren.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

*„Das Format Workshop eignet sich in unterschiedlichen Projektphasen sehr gut, um neue Teilnehmer zu erreichen. Diese können das Angebot unverbindlich kennenlernen, ohne sich gleich zur Teilnahme verpflichten zu müssen. Auch für den Abbau von Schwellenängsten ist dieses Format sehr geeignet.“ (Zitat Projektleitung)*

Gemäß der Erfahrungen des Projektteams braucht das Akquirieren von TeilnehmerInnen Zeit, die im konkreten Projektverlauf einzuplanen ist. Vor allem bei dieser Zielgruppe wurde deutlich, dass es eine Hemmschwelle gibt, alleine an einem Angebot teilzunehmen. Die Mehrzahl kam in Begleitung oder auf Empfehlung von Bekannten zum Projekt. Auch hinsichtlich der Auswahl geeigneter MultiplikatorInnen zur Zielgruppen-Erreichung zeigte die Erfahrung des Projektteams, dass Vertrauenspersonen wie Ärzte oder Apotheken hilfreich sein können. Vielen Betroffenen wurde bereits vom Hausarzt mehr Bewegung empfohlen. Besonders wichtig ist es dabei, auf körperliche Einschränkungen und Bedenken der Zielgruppe einzugehen.

Als ein weiterer zentraler Faktor bei der Erreichung und Aktivierung der Zielgruppe erwies sich die Kommunikation der Projektinhalte. Bei drei von vier Projektangeboten hat eine

Namensänderung des Angebots eine Steigerung der Teilnehmer-Zahlen bewirkt. Wichtig ist es, dass schon im Titel der Inhalt klar und deutlich kommuniziert wird. Die ursprünglichen Titel sorgten bei den TeilnehmerInnen für Unklarheiten bezüglich Inhalt und Zielsetzung oder waren einfach nicht ansprechend genug. Folgende Änderungen wurden im Projektverlauf vorgenommen:

- „Bewegungstreff im Park“ wurde umbenannt in „Bewegung im Park“
- Ein Workshop mit dem Titel „Wirbelsäule in Theorie und Praxis“ wurde zusätzlich angeboten und von mehr als 10 TeilnehmerInnen besucht
- „Musikgymnastik“ wurde umbenannt in „Wirbelsäulengymnastik“
- „Rückenschule“ wurde umbenannt in „Rückengymnastik“

### **3.2.2. Heterogenität der Zielgruppe**

Eine weitere zentrale Erfahrung des Projektteams zeigte, dass die Zielgruppe in mehrfacher Hinsicht heterogen ist und insofern von einer Homogenisierung – wie diese etwa im Titel „Generation 60plus“ angesprochen wird - Abstand genommen werden sollte. Anhand von Alter, Leistungsniveau und Motivation machte das Projektteam zentrale Praxiserfahrungen mit der Zielgruppe:

- Alter

Im Hinblick auf die altersspezifische Definition der Zielgruppe wurde im Projektzeitraum mehrmals eine Anpassung vorgenommen. Ursprünglich sollten mit den Bewegungsangeboten Personen der „Generation 60plus“ erreicht werden. Das Projektteam machte jedoch die Erfahrung, dass weder der Begriff der „Generation“ noch die Altersgruppe „60plus“ eindeutig bzw. homogen sind. Vielmehr produzierte der Titel „Bewegungsangebote für die Generation 60plus“ eine ungewollte Einschränkung. Bestätigt wurde dies u.a. auch durch Rückmeldungen aus der Zielgruppe. Die TeilnehmerInnen wollten sich keiner vermeintlich homogenen Altersgruppe zuordnen lassen, sie empfanden dies eher als Stigmatisierung. Im Gegenteil, wurden generationenübergreifende Bewegungsangebote von der Zielgruppe als motivationsfördernd erlebt. Aus diesem Grund wurde die altersspezifische Einschränkung der Projektangebote zuerst auf 55plus geändert, später wurden auch einige jüngere TeilnehmerInnen zugelassen.

- Leistungsniveau

Die gewollte generationenübergreifende Zusammensetzung der Zielgruppe stellte für das Projektteam in mehrfacher Hinsicht eine Herausforderung dar. Unterschiedliche Leistungsniveaus und Bedürfnisse galt es in der Angebotsgestaltung zu berücksichtigen. Ursprünglich waren laut Projektplan auch Bewegungsaktivitäten für körperlich eingeschränkte Zielgruppen z.B. Sitzgymnastik eingeplant. Entgegen der Erwartungen des Projektteams kamen als TeilnehmerInnen jedoch überwiegend Personen, die körperlich fit und bereits zu Bewegung motiviert waren. Zudem zeigte sich, dass die älteren TeilnehmerInnen zum Teil körperlich fitter waren als ihre jüngeren KollegInnen. Das Alter der TeilnehmerInnen ist somit kein hinreichendes Kriterium für Rückschlüsse im Bezug auf das Leistungsniveau. Dem Umstand, dass die Zielgruppe sich auch im Bezug auf die körperliche Fitness als heterogen erwies, wurde in der Angebotsgestaltung Rechnung getragen. Die ÜbungsleiterInnen boten den TeilnehmerInnen unterschiedliche Schwierigkeitsstufen der Bewegungsaktivitäten an.

*„Der Gradmesser war die körperliche Fitness, nicht so sehr das Alter, denn es gab unter den TeilnehmerInnen Ältere die sehr fit waren und Jüngere die eher bewegungsfern waren. In der Angebotsgestaltung muss man das als Übungsleiter berücksichtigen und eventuell verschiedene Leistungsniveaus einbauen. Auch die Gruppendynamik kann darunter leiden, weil sich einzelne über- oder unterfordert fühlen. Deswegen ist es als Übungsleiter auch nicht möglich, ein fixes Programm vorzugeben und einfach umzusetzen. Das Feed-Back der TeilnehmerInnen und ein ständiges Adaptieren des Angebots sind unerlässlich.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

#### ➤ Motivation

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass sich die Zielgruppe weniger durch die alterspezifische Ausrichtung der Projektangebote angesprochen fühlte, sondern vielmehr durch die weiteren Merkmale der Projektangebote wie: soziale Vernetzung, geringe Kosten, Nähe zum Wohnort, Gruppenaktivitäten, Suche nach Tagesstruktur usw. In diesem Punkt decken sich auch die Ergebnisse aus der TeilnehmerInnen-Befragung mit den Erfahrungen des Projektteams.

*„Die Motivationen der TeilnehmerInnen sind ganz unterschiedlich: Manche kommen, weil sie einfach Zeit haben. Andere sind innerlich so unruhig und sagen, sie müssen sich bewegen und in der Gruppe macht es ihnen mehr Spaß. Einige sind mehr sportlich orientiert, den anderen geht es mehr um die Freude an der Bewegung. Manche sind einfach neugierig und wollen etwas Neues ausprobieren. Die meisten wollen etwas für Ihre Gesundheit tun oder kommen, weil der Arzt ihnen Bewegung empfohlen hat. Und manche sagen: Ich sitze soviel zuhause, mir tut es gut, unter Leute gehen.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

### **3.2.3. Setting und Angebotsgestaltung**

Als wichtiges Kriterium für den Erfolg und die Zielerreichung des Projekts erwiesen sich das Setting sowie die fortlaufenden Anpassungen in der Angebotsgestaltung. Wie bereits erwähnt, konnte durch eine Änderung des Titels bei den Bewegungsangeboten die Teilnehmerzahl gesteigert werden. Ebenso wirkten sich auch Änderungen der Wochentage und Uhrzeiten aus. Es zeigte sich, dass Aktivitäten am Wochenbeginn (Montags, Dienstags) von den TeilnehmerInnen bevorzugt werden. Vor allem in den Sommermonaten erwiesen sich Nachmittags- oder Abendtermine beliebter als Termine am frühen Nachmittag. Empowerment und Partizipation standen bei den Angeboten „Wandern“ und „Bewegung im Park“ im Vordergrund und erwiesen sich als wichtiger Motivationsfaktor für die Zielgruppe. Gefördert wurde auch ein spielerischer Zugang zu Bewegung, der von den TeilnehmerInnen sehr gut angenommen wurde:

*„Der spielerische Zugang zu Bewegung motiviert die TeilnehmerInnen und fördert den sozialen Austausch untereinander. Der Spaßfaktor, die Freude an der Bewegung, sowie ein lockerer Zugang ohne Leistungsdruck fördert die Bereitschaft zur Teilnahme enorm.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Unter den Projektangeboten besonders hervorzuheben ist das Angebot „Bewegung im Park“ da dieses ein spezifisches Setting aufwies. Wöchentlich suchten dabei die TeilnehmerInnen mit dem Übungsleiter die nahegelegene Parkanlage auf und setzten



spielerische Bewegungsaktivitäten im Freien um. Auch ParkbesucherInnen wurden aktiv angesprochen und zur Teilnahme eingeladen:

*„Das spannende am Angebot „Bewegung im Park“ ist, dass es darum geht, sich den öffentlichen Raum anzueignen. Das Angebot kann gerade für Leute ein Anreiz sein, die sonst gar keine Bewegung machen. Wenn man so ein bewegungsorientiertes Umfeld schafft, dadurch, dass man sich mit einer Aktivität im Park platziert, spricht das schon Leute – auch ältere Leute – an. Wenn man die Leute direkt anspricht, bringt man sie auch dazu, mitzumachen. In einem Park wie dem Auer-Welsbach-Park ist das eigentlich sehr einfach. Da sind Bäume zum Spannen einer Slackline, daneben kann man Boccia spielen oder Federball und es gibt auch die Turngeräte, die man benützen kann. Die Leute brauchen eine Anleitung, aber wenn sie einmal mitgemacht haben, dann wollen sie auch mehr davon. In der Schweiz gibt es die sogenannten Vitaparcours – das sind Stationen, die man durchlaufen kann. Dort wird das sehr stark genutzt. Bei uns ist das nicht so verbreitet. Ich denke, bei uns gibt es da noch eine gewisse Scham davor, sich in der Öffentlichkeit zu bewegen. Außerdem wollen die wenigsten alleine etwas machen und in der Gruppe kommt eben der soziale Aspekt dazu.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Die spielerische Konzeption dieses Bewegungsangebots zielte darauf, bewegungsfernen TeilnehmerInnen einen sanften Zugang zu Bewegung zu bieten, sowie koordinative Fähigkeiten zu schulen. Besonders die Lage des Parks erwies sich durch seine Nähe zum Projektzentrum für die Umsetzung der Aktivitäten als geeignet und könnte auch für eine Fortsetzung in mehrfacher Hinsicht interessant sein:

*„Der Auer-Welsbach-Park ist für mich eine Schnittstelle zwischen dem multikulturellen 15. Bezirk und den etwas gediegeneren 13. Bezirk sowie dem 14. Bezirk. Dort kommen viele Menschen zusammen. Da gibt es Gruppen, die sich mit einer gewissen Selbstverständlichkeit im öffentlichen Raum bewegen und Gruppen, für die das nicht selbstverständlich ist, die man aber mit Angeboten gezielt ansprechen kann. Es wäre eine spannende Herausforderung, eine Durchmischung zu schaffen, dadurch, dass man die unterschiedlichen Parkbesucher über eine Aktivität zusammenbringt. Die Geräte im Park brauchen eine Anleitung und Animation. Sie waren teuer, sind vorhanden, werden aber wenig genutzt. Auch das könnte ein neues Angebot zur Bewegungsförderung im öffentlichen Raum sein. Wichtig ist vor allem die Kontinuität solcher Angebote: Das schafft Routine, und erzeugt einen Wiedererkennungseffekt. Ich denke, dass verstärkte Parkangebote für Erwachsene durchaus spannend sein könnten, denn viele verlassen ihre Wohnungen nicht, weil sie nicht wissen, was sie draußen tun sollen.“ (Zitat Projektleitung)*

Insgesamt lässt sich sagen, dass das Projekt mit den unterschiedlichen Angeboten der Zielgruppe ein breites Spektrum an Bewegungsformen und Zugängen bot. Im Unterschied zum Angebot „Bewegung im Park“ zielten etwa die Angebote „Wirbelsäulengymnastik“ und „Rückenschule“ verstärkt auf die Prävention von Haltungproblemen und auf die Verbesserung der Beweglichkeit. Dabei wurde vor allem darauf geachtet, dass die Übungen leicht nachvollziehbar sind, und von den TeilnehmerInnen im Alltag selbstständig umgesetzt werden können:

*„Durch meine langjährige Erfahrung im Bereich der Seniorengesundheit habe ich festgestellt, dass es bei vielen älteren Menschen massive Defizite in der Körperwahrnehmung gibt. Viele spüren sich nur im Schmerz d.h. wenn sie Beschwerden haben. Im Bewegungsangebot „Rückenschule“ geht es mir daher um eine Verbesserung der Selbstwahrnehmung im Sinne einer Sensibilisierung und eines Achtsamkeitstrainings.“*

*Spezielle Übungen stärken die Muskulatur und helfen den TeilnehmerInnen, ihren Körper besser wahrzunehmen und zu reagieren.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Das Angebot „Nordic Walking“ sowie „Wandern“ wurde von jenen TeilnehmerInnen favorisiert, die nach einer aktiven Bewegungsform im Freien suchten. Während bei den Wanderungen neben der Bewegung die Erlebnisorientierung und der soziale Austausch gefördert wurden, konnten die TeilnehmerInnen beim wöchentlichen Nordic Walking Training die Technik sowie den Umgang mit den Stöcken erlernen. Die Teilnahme an Wettbewerben z.B. dem „Wiener 55plus Lauf“ förderte die Motivation der Zielgruppe zusätzlich und führte zu Erfolgserlebnissen:

*„Die Teilnahme an Wettbewerben oder sportlichen Veranstaltungen ist für die Zielgruppe einerseits ein Motivationsfaktor, andererseits steht für viele das gemeinsame Tun dabei im Vordergrund. Da geht es darum: Wir gehen an einem Nachmittag, an dem wir normalerweise nichts tun, gemeinsam dorthin, verbringen Zeit miteinander, erleben etwas, über das wir dann erzählen können.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Beim Angebot „Wandern“ wurde der Zielgruppe die Möglichkeit geboten, Wanderziele und Routen mitzugestalten und sich so aktiv einzubringen. Insgesamt zielten alle Angebote besonders auf Nachhaltigkeit: Die Zielgruppe wurde durch die Projektaktivitäten angeregt, diese auch außerhalb des Projekts selbstständig umzusetzen. Faktoren dafür waren: die erlernten Bewegungstechniken, der Einsatz von Alltagsgegenständen als Trainingsgeräte, die Kenntnis von „Bewegungsplätzen“ in und um die Stadt, sowie die „Bewegungsfreundschaften“ die durch das soziale Projekt-Netzwerk entstanden sind.

Auch das Angebot „Sozialteil“ ist an dieser Stelle als wesentlicher Erfolgsfaktor des Projekts zu nennen. Dieser Zeitraum bietet der Zielgruppe nach der gemeinsamen Bewegungsaktivität Gelegenheit zur sozialen Vernetzung. Es werden Informationen ausgetauscht, Kommunikationen angeregt und Fragen mit den Übungsleitern geklärt. Das Angebot „Sozialteil“ wurde von der Zielgruppe in Anspruch genommen und genutzt. Es bildet ein Spezifikum des Projektangebots, das konkret auf soziale Netzwerkintervention abzielt:

*„Im Sozialteil ist Zeit und Raum für jene Dinge, die bei der gemeinsamen Bewegungsaktivität keinen Platz haben. Die ÜbungsleiterInnen sitzen mit den TeilnehmerInnen nach dem Kurs bei Tee und Kaffee zusammen. Das fördert die soziale Anbindung sehr stark. Meist werden die Kursinhalte nachbesprochen, es wird über Gesundheitsthemen oder Persönliches geredet. Uns ist es wichtig, dass die TeilnehmerInnen nicht quasi anonym zu den Kursen kommen und dann einfach wieder weg sind. Das wäre nicht nachhaltig und die meisten suchen gerade diese soziale Vernetzung und einen Ort, an dem sie andocken können.“ (Zitat Projektleitung)*

### **3.2.4. Wirkungsweisen des Projekts**

Im Hinblick auf die Wirkungsweisen des Projekts kann zwischen der Ebene der Zielgruppe, dem Projektteam sowie der Öffentlichkeit unterschieden werden. Bei der Zielgruppe zeigten sich bei regelmäßiger Teilnahme relativ rasch unterschiedliche Effekte. Wie auch die Ergebnisse der TeilnehmerInnen-Befragung (siehe nächstes Kapitel) sichtbar machen, bemerken viele schon nach wenigen Einheiten eine Steigerung ihrer Fitness oder eine Besserung körperlicher Beschwerden:

*„Bei meinem Kursangebot konnte ich schon nach kurzer Zeit körperliche Verbesserungen bei den TeilnehmerInnen feststellen bzw. wurde mir das auch im Sozialteil von den TeilnehmerInnen persönlich rückgemeldet. Die sichtbaren Verbesserungen betreffen die koordinativen Fähigkeiten, das Gleichgewicht, die Beweglichkeit, den Muskelaufbau, sowie die Steigerung von Motivation und Lebensfreude. Jene, die vor der Teilnahme am Projekt konkrete körperliche Beschwerden wie Rückenschmerzen oder dergleichen hatten, konnten durch die regelmäßige Bewegung eine Verbesserung ihres Zustandes feststellen.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Auch das Erlernen von Bewegungstechniken führte bei der Zielgruppe nicht nur zu Erfolgserlebnissen, sondern steigerte auch deren Motivation zur Bewegung insgesamt:

*„Beim Nordic Walking zum Beispiel werden die Effekte sehr schnell sichtbar. Am Anfang stellen die Stöcke für viele noch ein Hindernis dar, aber sobald die TeilnehmerInnen die Technik beherrschen, merken sie, wie sie dadurch schneller werden und in einen „flow“ kommen. Dann macht es ihnen Spaß und sie freuen sich über den Erfolg. Die meisten sagen: Zuerst war es anstrengend, jetzt ist es leicht und macht Spaß!“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Für einige TeilnehmerInnen war die Teilnahme am Angebot auch ein Neueinstieg in die Bewegung. Sie haben davor gar keine Bewegung gemacht und erlebten im Rahmen des Projekts erstmals wieder Freude an der Bewegung. Eine zentrale Erfahrung des Projektteams war es, dass der Zugang zu Bewegung durch den sozialen Aspekt motiviert wird, d.h. für viele TeilnehmerInnen stand das gemeinsame Tun bei der Bewegungsaktivität im Vordergrund:

*„Viele TeilnehmerInnen erzählten, sie hätten alleine gar nicht die Motivation, ihre Wohnung zu verlassen. Einige gehen zwar auch ab und zu alleine walken oder spazieren, aber sie sagen, dass ihnen die gemeinsame sportliche Betätigung mehr Spaß macht. Von der Gruppe erwartet zu werden, und die Regelmäßigkeit des Angebots sind dabei für viele entscheidende Motivationsfaktoren. Die TeilnehmerInnen werden Teil eines Gefüges, freuen sich darauf, die anderen wiederzusehen und gemeinsam etwas zu tun. Das schafft Verbindlichkeiten und bringt die Menschen nach draußen.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Ein weiterer Aspekt ist das Kennenlernen von Aktivitäten, mit denen viele TeilnehmerInnen vor dem Projekt noch nie in Berührung kamen. Insofern hatte das Projekt auch eine Brückenfunktion, da es den TeilnehmerInnen den Zugang zu für sie neuen Bewegungsformen erschlossen hat:

*„Für viele TeilnehmerInnen waren die Bewegungsangebote etwas Neues. Nordic Walking hatten die wenigsten davor ausprobiert. Beim Angebot „Bewegung im Park“ wurde u.a. Frisbee Golf gespielt, jongliert und eine Slackline gespannt. Das sind Bewegungsformen, mit denen Personen der Altersgruppe 60plus meist nicht in Berührung kommen. Viele sagen am Anfang: „Das kann ich nicht.“ Wenn sie es dann ausprobieren, merken sie schnell Fortschritte. Bei der Slackline z.B. können sie am Anfang nur mit Halten gehen, später alleine. Auch wenn es nur ein paar Schritte sind, haben sie ein enormes Motivationserlebnis dabei.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Im Hinblick auf das Projektteam können unter den Wirkungsweisen des Projekts die hier präsentierten Praxiserfahrungen und Lerneffekte genannt werden. Mit dem Projekt wurde zudem eine Zielgruppe erschlossen, die bisher als schwer erreichbar galt. Durch eine

verstärkte Öffentlichkeitsarbeit wurden im Rahmen des Projekts sowohl Kooperationen und Vernetzungen hergestellt, wie auch neue AnsprechpartnerInnen entdeckt. Diese Kontakte könnten über das Projekt hinaus genutzt und weiter vertieft werden.

### **3.2.5. Freiwilligkeit und Verbindlichkeit**

Der freiwillige Zugang zu den Projektaktivitäten hat sich grundsätzlich als Erfolgskriterium erwiesen, da die TeilnehmerInnen aus eigener Initiative die Angebote nutzen und insofern bereits einen gewissen Motivationsgrad aufweisen. Ein einfaches An- und Abmeldesystem sorgte bei der Umsetzung der Projektaktivitäten für den Überblick über die erwartbaren TeilnehmerInnenzahlen. In der Praxis hat sich für das Projektteam gezeigt, dass eine verbindliche regelmäßige Teilnahme sowie eine verlässliche An- und Abmeldung vonseiten der Zielgruppe insgesamt nur schwer erwartet werden kann. Die Kommunikation und Weitergabe von Informationen im persönlichen Kontakt zwischen Übungsleitern und TeilnehmerInnen ist für die Schaffung von Verbindlichkeiten daher unerlässlich, wenn auch herausfordernd:

*„Das offene Setting der Projektangebote ist eine Herausforderung im Hinblick auf die Kommunikation. Dadurch dass laufend neue TeilnehmerInnen kommen und jene, die nicht mehr kommen wollen, sich auch nicht abmelden, ist es manchmal schwierig den Überblick zu bewahren. Die Stamm-TeilnehmerInnen melden sich dagegen verbindlich an und ab, das funktioniert gut.“ (Zitat Projektleitung)*

*„Die Teilnahme ist verbindlicher, wenn sich die TeilnehmerInnen beim Übungsleiter direkt an- und abmelden. Der Übungsleiter hat dann auch einen besseren Überblick, wie viele Leute zum nächsten Kurs kommen. Manchmal hilft es auch, die TeilnehmerInnen mit einem SMS erneut zum Kommen zu motivieren. Das betrifft aber eher die unregelmäßigen TeilnehmerInnen.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

Insgesamt lassen sich für das Projekt drei Nutzergruppen unterscheiden: Die regelmäßigen StammtTeilnehmer sind jene, die ab dem Zeitpunkt ihres Einstiegs in das Projekt bis zum Ende blieben und wöchentlich an den Aktivitäten teilgenommen haben. Die zweite Gruppe sind jene, die die Angebote im gesamten Projektzeitraum mit Unterbrechungen nutzten. Die dritte Gruppe sind jene, die nur ein- bis zweimal teilgenommen haben und dann ohne Abmeldung nicht mehr erschienen sind. Aufgrund dieser unterschiedlichen Nutzergruppen war die Kursbeteiligung für die ÜbungsleiterInnen im Vorhinein nur schwer abschätzbar. Besonders bei der Neuvergabe freier Kursplätze stellte dies ein Problem dar. Hauptzielsetzung war es, eine Kontinuität sicherzustellen. Daher wurden die Projektangebote durchgehend umgesetzt, auch bei einer fallweise geringen TeilnehmerInnenzahl von 1-2 Personen.

Ein mögliches weiteres Kriterium für die verbindliche bzw. nicht-verbindliche Teilnahme der Zielgruppe an den Projektangeboten könnten die Kosten sein. Je teurer ein Angebot, desto eher gibt es die Veranlassung, die getätigten Ausgaben voll auszuschöpfen, so zumindest die Vermutung des Projektteams. Diese Form der Verbindlichkeit wurde im Falle des gegenständlichen Projekts bewusst vermieden. Die Angebote sollten grundsätzlich sozial und materiell benachteiligten Personen zugute kommen. Von den TeilnehmerInnen wurde ein Unkostenbeitrag von fünf Euro monatlich eingehoben, der zur Teilnahme an allen Projektaktivitäten berechnete. Die Einnahmen wurden für die Deckung der Verpflegung im Rahmen des Sozialteils verwendet und kamen auf diese Weise wieder der Zielgruppe zugute. Das Projektteam machte die Beobachtung, dass es seitens der

TeilnehmerInnen ein Bedürfnis gibt, für die Nutzung eines Angebotes auch „etwas zurückzugeben“ und damit eine Wertschätzung auszudrücken. Dies wurde auch anhand der TeilnehmerInnen-Befragung deutlich, wo die Mehrheit einen möglichen Unkostenbeitrag von zehn Euro monatlich nannte. Aufgrund des Settings und der Ausrichtung des Projekts zeigte sich, dass die Zielgruppe ebenso über die Inhalte und die ÜbungsleiterInnen zur verbindlichen Teilnahme motiviert werden konnte.

### 3.2.6. Projektstruktur und Team

Unter den entscheidenden Erfolgskriterien für das Projekt sind weiters die vorhandenen und etablierten Strukturen sowie das Projektteam zu nennen. Einerseits konnte das Projekt auf die räumlichen Ressourcen des Vereins LOGIN zurückgreifen, andererseits war die Lage des Projektstandortes für die Umsetzung der Outdoor-Angebote in ausgezeichneter Weise geeignet. Vor allem AnrainerInnen profitierten von den Projektangeboten – eine Weiterführung in Form von „Grätzelangeboten“ wäre diesbezüglich anzudenken. Zudem ist der Standort mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar, sodass mit den Angeboten Personen aus fast allen Wiener Gemeindebezirken erreicht wurden. Schon seit mehr als drei Jahren setzt der Verein LOGIN an diesem Standort soziale und gesundheitsfördernde Projekte um. Mit dem vorliegenden Projekt wurde diese Position weiter gestärkt, wurden Nachhaltigkeitseffekte erzielt, und das Wissen des Projektteams durch die aktuellen Praxiserfahrungen mit generationenübergreifenden Angeboten erweitert.

Durch das multiprofessionelle Team konnten zudem die Änderungen im Projekt rasch und unkompliziert adaptiert werden. Die ÜbungsleiterInnen verfügen aufgrund ihrer vielfachen Ausbildung über ein Gesundheitswissen, das sie an die Zielgruppe weitergeben konnten. Dieser Aspekt des „Wissenserwerbs“ zeigte sich im Projekt als Nebeneffekt in der Umsetzung bzw. wurde von Seiten der TeilnehmerInnen stark genutzt. Die ÜbungsleiterInnen wurden von der Zielgruppe als ExpertInnen wahrgenommen und angesprochen. Zudem weist das Projektteam eine spezifische Verschränkung von Gesundheitswissen und Erfahrung im Bereich sozialer Arbeit auf, die für weitere Projekte genutzt werden könnte.

Die Zusammenarbeit im Team wurde von allen Teammitgliedern im Rahmen der Befragung als sehr gut beschrieben. Besonders hervorgehoben wurde das gemeinsame Suchen von Lösungsansätzen. Die Treffsicherheit der Projektangebote sowie die Umsetzung wurden gemeinsam erarbeitet und im Laufe des Projekts immer wieder hinterfragt und adaptiert. Vor allem die Gestaltungsfreiheit bei den Angebotsinhalten bewerteten die ÜbungsleiterInnen als sehr positiv. Dies führe auch zu einer gesteigerten Identifikation, was sich wiederum positiv auf die individuelle Motivation auswirke.

*„Für mich als Übungsleiter ist es ganz wichtig, dass ich mich im Angebot wiederfinden kann. Nur so kann ich meine Kompetenzen und Qualifikationen einbringen und mich ganz mit der Sache identifizieren. Gerade bei der Arbeit mit dieser Zielgruppe ist es wichtig, als Übungsleiter authentisch zu sein, um Vertrauen aufbauen zu können. Viele ältere Menschen haben eine Krankheitsgeschichte oder fühlen sich mit ihren Bedürfnissen und Beschwerden zu wenig ernst genommen. Da ist es besonders wichtig, sich mit viel Sensibilität darauf einzustellen. Je mehr ich mich als Übungsleiter mit der Tätigkeit identifiziere, desto besser funktioniert das.“ (Zitat ÜbungsleiterInnen)*

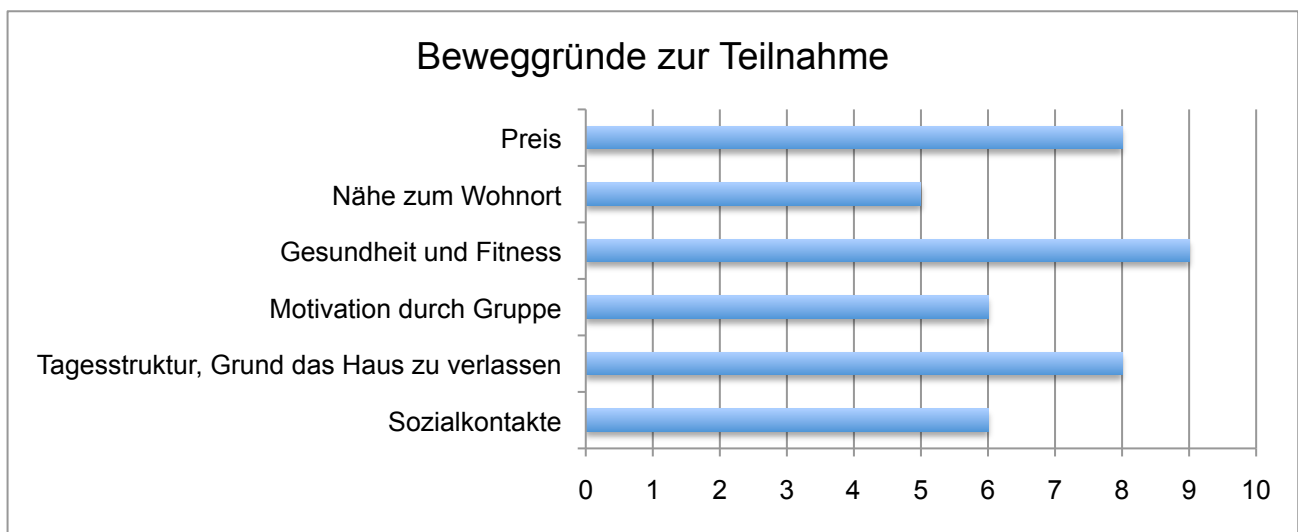
Inwiefern eine Altersgleichheit zwischen ÜbungsleiterInnen und Zielgruppe ausschlaggebend für den Projekterfolg ist, wurde vom Projektteam bei der Befragung mehrfach thematisiert. Ausgehend von der generationenübergreifenden Ausrichtung des vorliegenden Projekts, die sich auch in der Altersdurchmischung der Übungsleiter widerspiegelt, sowie den Aussagen der TeilnehmerInnen ist nicht der Schluss zu ziehen, dass die „Altersgleichheit“ ein zentrales Kriterium darstellt.

### 3.3. Das Projekt aus der Sicht der Zielgruppe

Um einen Einblick in die Wahrnehmungen der Zielgruppe zu erhalten, wurden neun Leitfaden-Interviews mit 4 Männer und 5 Frauen aus der Gruppe der TeilnehmerInnen durchgeführt. Die hier dargestellten Ergebnisse verdeutlichen exemplarisch die zentralen Projekterfahrungen der TeilnehmerInnen sowie die Auswirkungen des Projekts auf die Zielgruppe. Die thematische Gliederung orientiert sich anhand der Fragestellungen im Interviewleitfaden.

#### 3.3.1. Beweggründe zur Teilnahme

Die persönlichen Beweggründe zur Teilnahme an einem Bewegungsangebot waren sehr unterschiedlich. Wie die folgende Übersicht zeigt, gab es bei der Zielgruppe zentrale Themen, die als Hauptgründe für die Motivation zur Teilnahme genannt wurden. In den Interviews wurde beim Thema „Gesundheit und Fitness“ vor allem der Wunsch nach einer Besserung körperlicher und psychischer Beschwerden genannt. Einige nannten Depressionen, das Gefühl der Isolation, oder eine erlebte Antriebslosigkeit, die sie hindert das Haus zu verlassen, als Grund für die Teilnahme am Projekt. Ebenso wurde deutlich, dass viele TeilnehmerInnen – entweder durch ihren Status als PensionistInnen oder aufgrund einer Erwerbslosigkeit – unter dem Fehlen von Tagesstrukturen leiden. Auch der Umstand, dass es sich bei den Projektangeboten um Gruppenaktivitäten handelt, war für viele ausschlaggebend. Ein weiterer zentraler Beweggrund waren die geringen Kosten des Bewegungsangebots.



Auf die Frage „Was hat sie dazu motiviert, die Bewegungsangebote zu nutzen?“ gaben die TeilnehmerInnen folgende offene Antworten:

Ich nehme an den Bewegungsangeboten teil, weil...

„... das für mich ein Grund ist, das Haus zu verlassen und wieder aktiv zu werden.“ (Zitat Teilnehmer A)

„... ich dabei neue Erfahrungen mache, etwas Neues auszuprobieren kann und meine Grenzen überwinden lerne.“ (Zitat Teilnehmer B)

„... es für mich eine Möglichkeit ist, unter Menschen zu kommen und Leute kennenzulernen.“ (Zitat Teilnehmerin H)

„... ich alleine zu faul bin, mich zu bewegen.“ (Zitat Teilnehmerin I)

„... mir mein Arzt mehr Bewegung empfohlen hat.“ (Zitat Teilnehmerin E)

„... es ein wöchentlicher Fixpunkt ist, der mir Struktur gibt und auf den ich mich freuen kann.“ (Zitat Teilnehmer C)

„... ich mich danach insgesamt besser fühle.“ (Zitat Teilnehmer D)

„... ich dafür keine weiten Strecken zurücklegen muss.“ (Zitat Teilnehmerin G)

„... ich mir andere Fitnessangebote in der Stadt nicht leisten kann.“ (Zitat Teilnehmerin F)

### **3.3.2. Erfahrungen mit den Projektangeboten**

#### *Bewertung der Projektangebote*

Die TeilnehmerInnen bewerteten das Projekt und die Angebote durchwegs sehr positiv. Die einzige genannte Kritik betraf den Umstand, dass es aufgrund der räumlichen Situation manchmal zu wenig freie Plätze in den Kursen gab. Daraus lässt sich jedoch ablesen, dass die Nachfrage an den Angeboten groß ist, und durchaus noch mehr Angebote gefragt wären. Die positive Bewertung seitens der TeilnehmerInnen deckt sich auch mit den Aussagen der Projekt- und Übungsleitung, die ein durchwegs positives Feed-Back im Projektverlauf erhielten.

Bei der Frage „Was gefällt Ihnen am Projekt bzw. den Angeboten besonders?“ Gaben die Interviewpartner folgende freie Antworten:

- Vielfalt und Umfang des Angebots
- geringe Kosten
- Freiwillige Teilnahme
- Spaßfaktor statt Leistungsdruck
- respektvoller und wertschätzender Umgang
- gemeinsam aktiv sein
- Möglichkeit zur Mitgestaltung
- lockere, angenehme Atmosphäre
- Spielregeln, die für alle gelten
- Kurse am Morgen sind ein guter Start in den Tag
- Nähe zum Wohnort
- professionelle und sympathische Kursleiter
- Spannende Kursinhalte, gut aufbereitet

#### *Die Gruppe*

Die TeilnehmerInnen gaben an, sich in ihren Bewegungsgruppen sehr wohl zu fühlen. Geschätzt wird der respektvolle und wertschätzende Umgang miteinander sowie die lockere Atmosphäre. Von einigen wurden besonders die Spielregeln hervorgehoben, die



zentrale Werte darstellen und für das Gruppengefüge wichtig sind. Da die ÜbungsleiterInnen auf die unterschiedlichen Leistungsniveaus eingehen, haben die TeilnehmerInnen das Gefühl, akzeptiert zu werden, auch wenn sie die Technik (z.B. Nordic Walking) noch nicht beherrschen oder bei bestimmten Übungen nicht mitmachen können. Bei der Frage nach positiven Erlebnissen mit der Gruppe nannten die TeilnehmerInnen u.a. wohlwollendes Feed-Back erhalten zu haben, den Spaß an der gemeinsamen Bewegung, das Vertrauen und die Sicherheit, die durch eine stabile Kerngruppe vermittelt wird, bleibende Erinnerungen an eindrucksvolle Erlebnisse z.B. bei Wanderungen, und das Gefühl der Zusammengehörigkeit innerhalb der Gruppe.

### Die Altersverteilung

Die Altersverteilung in den Bewegungsgruppen wurde von den TeilnehmerInnen als sehr positiv wahrgenommen. Sie befürworteten einstimmig eine generationenübergreifende Altersdurchmischung und sprachen sich bei der Befragung gegen eine Separierung nach Altersgruppen aus. Vielmehr hielten die TeilnehmerInnen fest, dass Alter keine Rolle spielen sollte, und dass sie vom Austausch mit Menschen unterschiedlicher Altersgruppen persönlich profitieren. Die generationenübergreifende Gestaltung der Projektangebote sahen sie als Ausdruck eines toleranten Klimas, das sie schätzen.

### Geschlechterverteilung

Beim Thema Geschlechterverteilung ergab sich eine ähnliche Wahrnehmung der TeilnehmerInnen wie beim Thema Alter. Einigen war die Geschlechterverteilung bis zur im Interview gestellten Frage nicht bewusst, andere stellten dabei erst fest, dass in ihrem Bewegungskurs überwiegend Frauen anwesend waren. Grundsätzlich wurde von den befragten TeilnehmerInnen ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis begrüßt bzw. erwünscht. Nur eine von neun befragten Personen gab an, lieber in einer gleichgeschlechtlichen Gruppe Bewegung zu machen.

### Regelmäßigkeit

Da die Teilnahme an den Projektangeboten auf Freiwilligkeit basierte, hatten die TeilnehmerInnen keine äußere Verpflichtung zur Teilnahme. Dennoch lassen sich aus der regelmäßigen oder unregelmäßigen Nutzung der Angebote Schlüsse ziehen, weshalb auch in den Interviews danach gefragt wurde. Die Mehrzahl der befragten TeilnehmerInnen gab an, die wöchentlichen Angebote regelmäßig zu nutzen. Jene, die im Projektzeitraum nur unregelmäßig teilnahmen begründeten dies mit Terminproblemen oder einem Ausfall aufgrund von Erkrankungen. Die Regelmäßigkeit in Form eines wöchentlichen Bewegungsangebotes wurde von der Mehrzahl der TeilnehmerInnen begrüßt und in mehrfacher Hinsicht geschätzt. Folgende Aussagen wurden dazu gemacht:

Das regelmäßige (wöchentliche) Bewegungsangebot...

„... gibt mir ein Gefühl von Sicherheit, verschafft mir Wohlbefinden und gibt mir Halt.“ (Zitat Teilnehmer B)

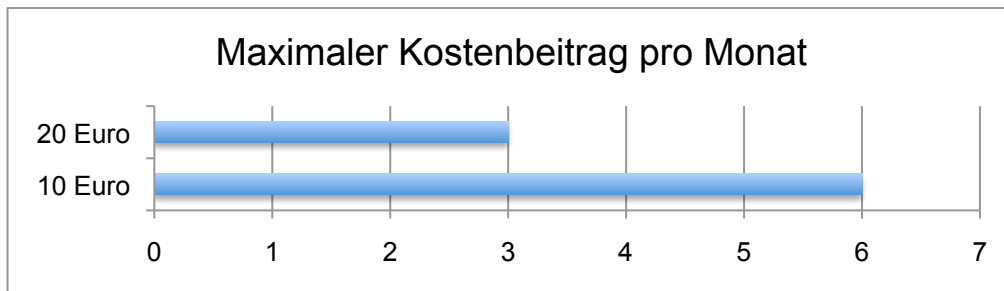
„...führt zu bemerkbaren Fortschritten und ich lerne dabei viel.“ (Zitat Teilnehmer D)

„...macht Sinn, denn nur regelmäßige Bewegung bringt etwas.“ (Zitat Teilnehmerin F)

„...und die Gruppe motivieren mich dazu, jede Woche wiederzukommen und meinen inneren Schweinehund zu überwinden.“ (Zitat Teilnehmerin H)

### Kosten

Die monatlichen Kosten für die Teilnahme betragen fünf Euro pro Monat. 6 von 9 Befragten gaben im Interview an, dass sie bereit wären, 10 Euro im Monat zu bezahlen. 3 von 9 Befragten gaben an, sie würden auch 20 Euro bezahlen. Begründet wurde dies mit der Wertschätzung, die sie dem Angebot und der professionellen Umsetzung entgegenbringen wollen.



### Vergleich mit anderen Bewegungsangeboten im Raum Wien

Die Mehrzahl der TeilnehmerInnen gab an, schon einmal Bewegungsangebote im Raum Wien genutzt zu haben. Unter den Nennungen waren: Fitnesscenter (3), VHS-Kurse (2), Sportvereine (2), private Initiativen (1) und gemeinnützige Angebote z.B. Caritas und Hilfswerk (1). Befragt nach den Gründen, warum diese Angebote nicht (mehr) genutzt werden, ergaben sich folgende Antworten: Kostenpflichtige Angebote wie Fitnesscenter und Krafttrainings sind zu teuer, zu medizinisch ausgerichtet, und wenig persönlich oder man müsse einen Jahresvertrag abschließen. Organisierte Angebote z.B. von Sportvereinen sind zu leistungsorientiert oder werden als monoton erlebt. Auf die Frage, was für sie das Charakteristische an den Projektangeboten sei, antworteten die TeilnehmerInnen folgendes:

„...hier herrscht ein ganz anders Klima als bei anderen Sporteinrichtungen, die Kurse sind auch weniger verschult.“ (Zitat Teilnehmer B)

„...es ist wichtig, dass es Vereine wie LOGIN gibt. Für mich ist die Gruppe schon ein wenig Familie geworden.“ (Zitat Teilnehmer C)

„...hier gibt es keinen Leistungsdruck. Die Motivation kommt über die tolle Stimmung und die ÜbungsleiterInnen. Das funktioniert sehr gut.“ (Zitat Teilnehmer D)

„...ich schätze die Projektangebote, weil es hier locker zugeht, die Atmosphäre ist sehr angenehm und der Preis ist günstig.“ (Zitat Teilnehmerin E)

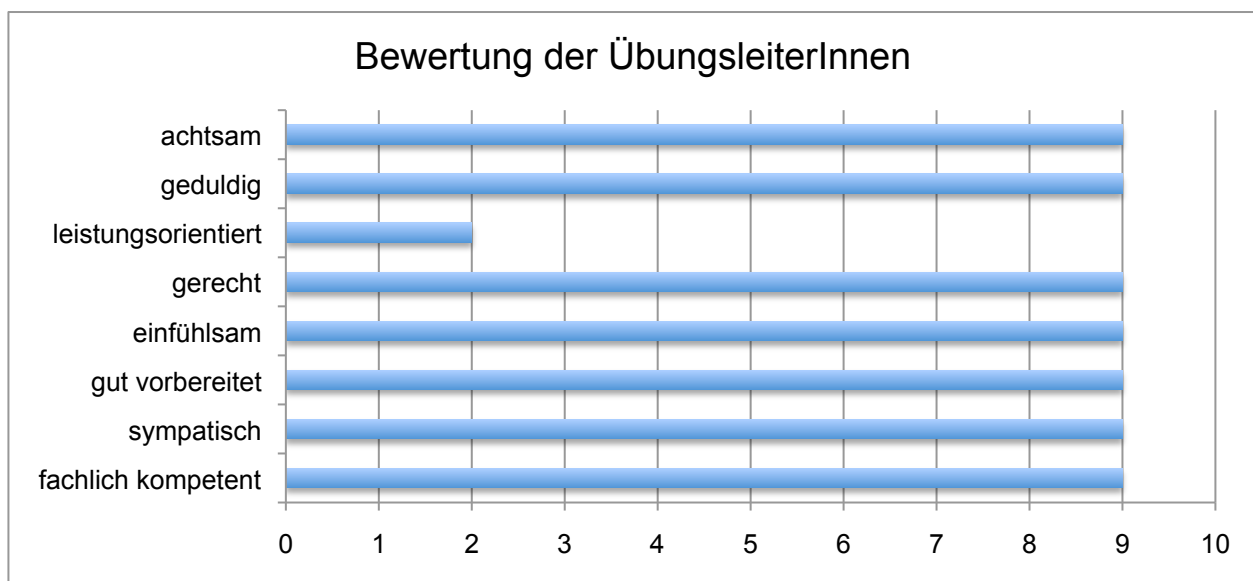
„...ich habe schon viele andere Angebote in Wien ausprobiert, die meisten Kurse waren aber sehr streng oder es wurde jede Stunde dasselbe gemacht. Bei LOGIN ist immer viel Abwechslung und ich habe erst hier gelernt, dass es ohne Druck sogar viel leichter geht.“ (Zitat Teilnehmerin F)

„...ich habe einmal eine zeitlang Krafttraining in einem großen Fitnessclub gemacht, da wird man aber schnell abgefertigt, niemand geht auf dich als Person ein. Bei LOGIN ist das ganz anders. Hier gibt es genügend Zeit, Geduld und eine nette Stimmung.“ (Zitat Teilnehmerin G)

„...mit den Projektangeboten bin ich sehr zufrieden. Ich glaube, dass es so eine Form der Betreuung sonst nirgends gibt!“ (Zitat Teilnehmerin H)

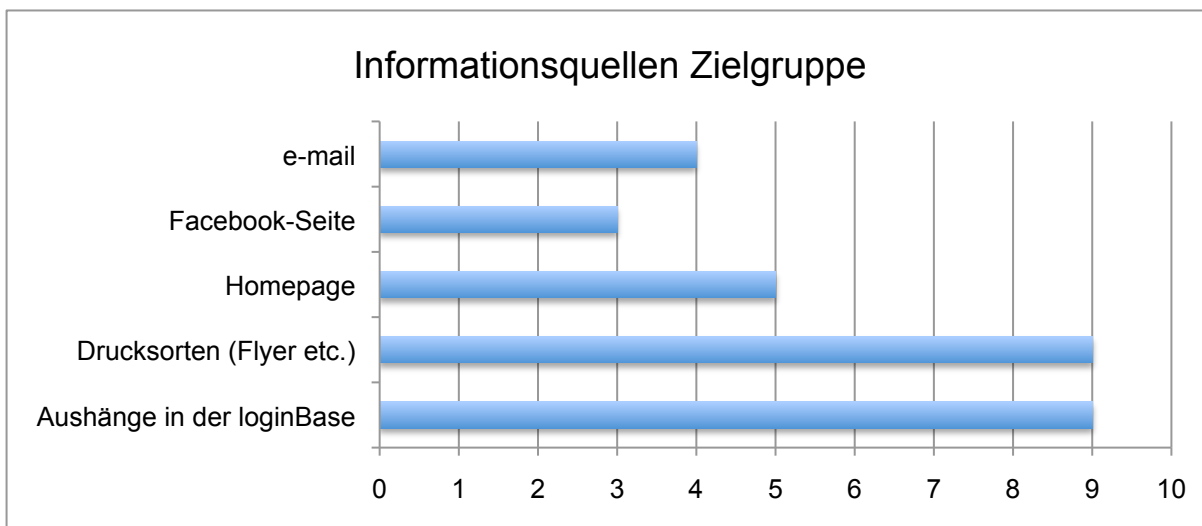
### 3.3.3. Erfahrungen mit den ÜbungsleiterInnen

Die ÜbungsleiterInnen wurden von den TeilnehmerInnen sehr positiv bewertet. Sie wurden als überaus kompetent, authentisch und motivierend erlebt. Die TeilnehmerInnen betonten, dass die erlernten Bewegungsübungen sehr gut vermittelt wurden und auch im Alltag leicht umsetzbar waren. Zudem hoben sie hervor, dass seitens der ÜbungsleiterInnen anatomisches Wissen vermittelt wurde, was sie besonders interessant fanden. Vor allem der Sozialteil bot dabei oftmals die Gelegenheit das Erlernte nachzubesprechen, Antworten auf Fragen zu bekommen oder das eigene Gesundheitswissen zu erweitern.



### 3.3.4. Information und Kommunikation

Die Weitergabe von Informationen, Änderungen von Terminen und die allgemeine Kommunikation seitens des Projektteams bewerteten die TeilnehmerInnen als überwiegend gut. Nur einmal habe es Unklarheiten in der Kommunikation von Terminverschiebungen gegeben. Dies war der einzige Kritikpunkt, den die TeilnehmerInnen bei der Befragung vorbrachten. Bei der Frage nach den am häufigsten genutzten Informationsquellen ergab sich folgendes Bild, das auch für die zukünftige Arbeit mit dieser Zielgruppe relevant sein könnte:



Obwohl einige TeilnehmerInnen durchaus Internet und e-mail nutzen und für Informationen auf die Website und Facebook-Seite des Projekts zugreifen, verwendet der Großteil der Zielgruppe scheinbar lieber analoge Informationsquellen wie Aushänge oder Drucksorten. Ein Großteil der Information wurde auch persönlich, durch die ÜbungsleiterInnen in den Bewegungsgruppen weitergegeben. Bedenkt man auch den Umstand, dass die meisten TeilnehmerInnen über Freunde und Bekannte von den Projektangeboten erfahren haben bzw. zur Teilnahme ermutigt wurden, wird deutlich, wie zentral die persönliche Kommunikation bei der Erreichung und Aktivierung dieser Zielgruppe ist. Insgesamt lässt sich sagen, dass die Zielgruppe überwiegend persönliche sowie analoge Informationsquellen und weniger digitale Quellen bzw. das Internet nutzt.

### 3.3.5. Auswirkungen des Projekts auf die Zielgruppe

Um einen Einblick in die Wirkungsweise der Projektangebote auf die Zielgruppe zu bekommen, wurden die TeilnehmerInnen danach gefragt, was sich für sie durch die Teilnahme im Projektzeitraum verändert hat. Bei dieser offenen Frage kamen folgende Antworten, die einen guten Einblick verschaffen:

„...es tut mir gut, ich habe viel mehr innere Ruhe gefunden.“ (Zitat Teilnehmer A)

„...mein körperliches Wohlbefinden hat sich verbessert. Ich versuche jetzt auch, mich im Alltag mehr zu bewegen und gehe öfter mal zu Fuß oder nehme die Treppe statt den Lift.“ (Zitat Teilnehmerin E)

„...ich mache zwar auch alleine Sport, aber die Gruppenaktivitäten sind eine Bereicherung für mich. Man lernt hier etwas und bekommt auch viele Ideen, was man in Wien alles so sportlich unternehmen kann.“ (Zitat Teilnehmer D)

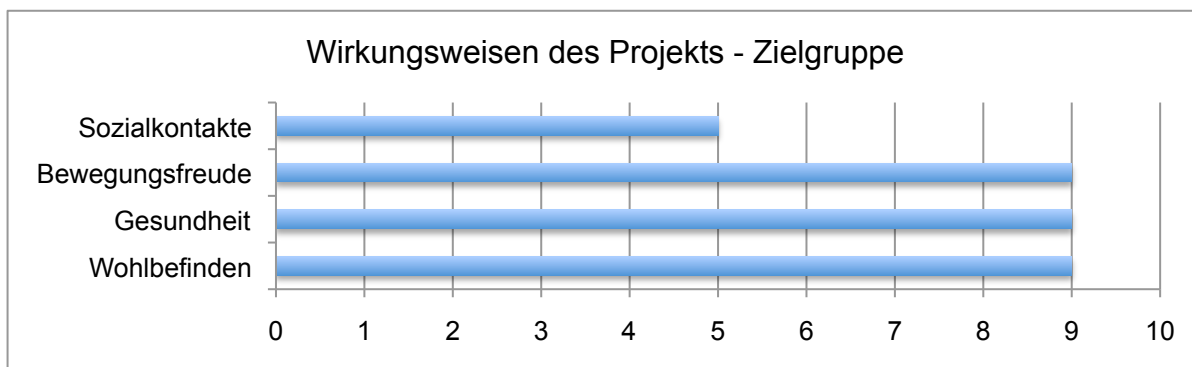
„...manchmal ist das Herkommen eine Überwindung für mich, aber ich bin dann jedes Mal sehr stolz, es geschafft zu haben.“ (Zitat Teilnehmer B)

„...schon nach ein paar Wochen habe ich gemerkt, dass ich wieder beweglicher werde und mehr Muskelkraft habe. Das ist ein tolles Gefühl!“ (Zitat Teilnehmerin G)

„...ich spüre, dass es mir durch die Bewegung nicht nur körperlich, sondern auch psychisch besser geht: Ich bin öfter wieder gut gelaunt und freue mich jede Woche darauf, die anderen TeilnehmerInnen und die Übungsleiterin wiederzusehen.“ (Zitat Teilnehmerin H)

„...durch die Gruppenaktivitäten fühle ich mich nicht mehr so allein. Die gemeinsame Bewegung verbindet sehr und ich habe viele nette Menschen hier kennengelernt.“ (Zitat Teilnehmerin I)

Alle befragten TeilnehmerInnen gaben an, dass sich durch die Teilnahme an den Projektangeboten sowohl ihr Wohlbefinden, ihre körperliche Fitness, wie auch ihre Bewegungsfreude gesteigert haben. Auch die Zunahme an Sozialkontakten, im Rahmen des Projekts, nannten sie als wahrgenommene positive Auswirkung:



## 4. Zusammenfassung

Die Projektergebnisse machen deutlich, wie wichtig der soziale Aspekt von Bewegung im Hinblick auf Motivation der Zielgruppe ist. Dies stellte eine zentrale Lernerfahrung dar. Auf der Grundlage der Gespräche mit den TeilnehmerInnen lässt sich zudem festhalten, dass die mit dem Projekt etablierten Strukturen und sozialen Netzwerke als Orte der Zugehörigkeit und Sicherheit empfunden werden. Die zentrale Leistung des Projekts lag darin, Personen anzusprechen, die in den gängigen SeniorInnenkursen nicht angesprochen werden. Die meisten erfahren sich in einer eher kapitalistisch-konsumistisch orientierten, und öffentlich propagierten „SeniorInnenfitness“ als Außenstehende. Sei es, weil sie mit Isolation und Krankheiten oder mit ökonomischen Problemen zu kämpfen haben, also mit Voraussetzungen, die ihnen eine Teilhabe an öffentlichen Programmen verwehren. Diese Barrieren hat das vorliegende Projekt erfolgreich überwunden.

## 5. Praxisempfehlungen

- Workshop-Format und Infoveranstaltungen als Maßnahme zur Aktivierung der Zielgruppe nutzen
- Öffentlichkeitsarbeit forcieren
- Informationsverhalten der Zielgruppe berücksichtigen (analoge und digitale Medien)
- Homogenisierungen vermeiden
- Umgebung des Projektstandorts stärker in die Projektgestaltung einbinden (Parkanlagen, Grätzler, Bezirk)
- Interesse der Zielgruppe an Gesundheitswissen verstärkt ansprechen
- Netzwerke und Kooperationen mit relevanten Einrichtungen aufrecht erhalten
- Potential des Angebots „Bewegung im Park“ weiter ausbauen und nutzen?
- GesundheitsexpertInnen (Ärzte) verstärkt einbinden