

Festival des Sports in Göttingen (Mission Olympic)

Termin:

- 13. Juni 2009: Stadtsport-Festival (Samstag)
- 14. Juni 2009: Familiensport-Festival (Sonntag)
- 15. Juni 2009: Schulsport-Festival (Montag)

Ziele:

- alle Göttinger sollen sportlich aktiv werden
- Ansprechen aller Zielgruppen
- Sammeln möglichst vieler Aktivitätspunkte (Ziel: 250.000)
- Entwickeln einer Nachhaltigkeit für den Sport über die drei Festivaltage hinaus
- Mitgliederzuwächse für Sportvereine
- Verstärkung der Netzwerkarbeit des SSB
- Sport muss die Chance nutzen, sich weiter als tragende Säule in der Gesellschaft zu verankern

Offizielle Wertung des Festivals des Sports:

Um dem Gewinn von 100.000 € realisieren zu können, müssen wir ein möglichst breites Sportangebot der Bevölkerung präsentieren (Qualität) und es müssen möglichst viele Menschen zum Mitmachen aktiviert werden (Quantität)

- Grundsätzlich: „Jede Bewegung, jede Aktivität zählt!“
- Grundlage ist die Sportstation oder die Sportart, bei der sich die Besucher bewegen können

Quantitative Bewertung:

- Jede vom DOSB genehmigte Sport - Station wird eingeteilt in:
Zählbare oder Nichtzählbare Station
- Einfach zählbare Station:
 - Kletterwand rauf und runter entspricht 1 Aktivität/Aktion
 - Fußball-Parcour – 1x durchlaufen 1 Aktivität/Aktion
- mehrfach zählbare Station:
 - Hüpfburg: alle 5 Min. werden die Aktiven auf der Hüpfburg gezählt
 - Fußball (bzw. andere Ballsportarten): auch hier werden alle 5 Min. die Spielerinnen oder Spieler gezählt, die sich auf dem Spielfeld in diesem Augenblick aktiv am Spiel beteiligen (Spiel 2x15 min mit je 5 Mitspielern pro Mannschaft ergibt 60 Aktivitäten)
- Zählmodus:
 - für jede Zählstation müssen wir 1 – 2 Zähler melden, die jeden Teilnehmer zählen
- es wird in der Zeit von 11 Uhr bis 17 Uhr am Samstag (13.06.) und am Sonntag (14.06.) gezählt
- das Schulsport-Festival geht nur in die quantitative Bewertung ein

Qualitative Bewertung:

- Vielfalt der eingebundenen Sportarten
- Zielgruppen, welche Gruppierungen werden angesprochen (Schüler, Senioren, Familien, Migranten, Menschen mit Behinderungen),
- Präsentation von innovativen Trendsportarten oder historischen Sportarten,
- Darstellung des sportlichen Regionalbezugs.

Die sportlichen Angebote sollen daher:

- Im Sinne des Wettbewerbs Mission Olympic gezählt, gemessen und verglichen werden;
- Lehrgerecht aufbereitet sein;
- Zur Teilnahme animieren;
- Zum Ausprobieren und unverbindlichen Mitmachen einladen;
- Den ersten Schritt zum Sport erleichtern;
- Kontakte schaffen;
- Spaß, Freude und Erfolgserlebnisse vermitteln;
- Werbung für den Breitensport in den Vereinen sein.