

Præsentation

Gruppe nr.: 1
Indsatsområde: STORBYEN

BEVÆGELSESHUB
- Et samlingspunkt der 24/7
forbinder mennesker og bevægelse!



Ambition - hvorfor

Overordnet ambition/mål:

- **At skabe øget mangfoldighed i storbyens idrætsfaciliteter mhp. at skabe mere og bedre idræt og bevægelse**

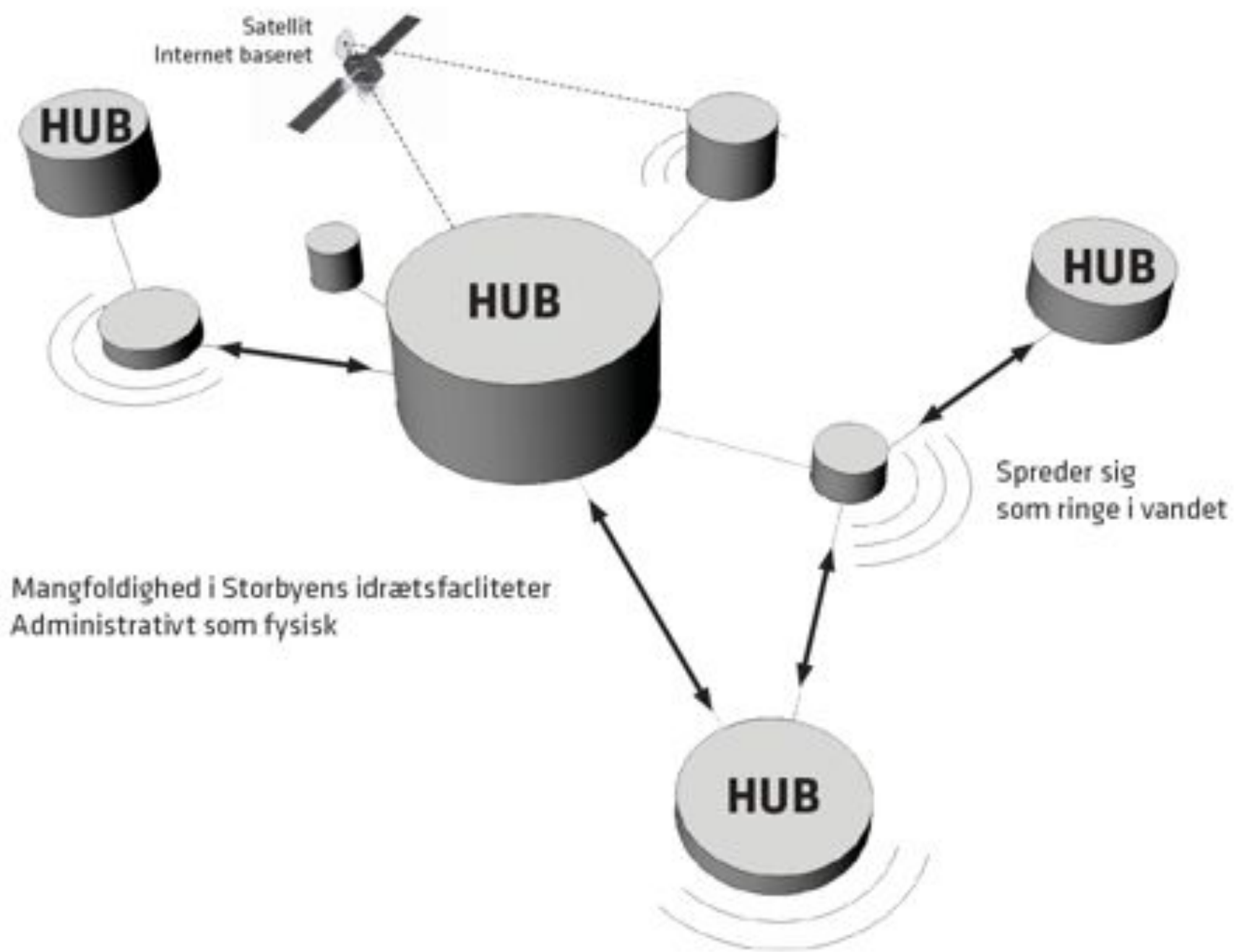
Opgave:

- **Samfundsmæssig udfordring: Livsstilsrelaterede problemer vedr. sundhed, kulturel og social forståelse, tryghed**

Middel:

- **Udvikle idrætsfacilitet der påtager sig en mere offensiv rolle i forhold til at skabe og udvikle aktivitet**
- **Udvikle ny drifts- og finansieringsmodel / nye partnerskaber omkring bevægelse/idræt**
- **Etablere flere faciliteter med øget funktionalitet**
- **Skabe tilbud for de idrætssvage**
- **Involvere de selvorganiserede**





Mangfoldighed i Storbyens idrætsfaciliteter
Administrativt som fysisk

Spredt sig
som ringe i vandet

Koncept - hvad

BEVÆGELSESHUB - en urban invitation til deltagelse i fysiske aktivitet
En multifunktionel udveksling mellem bydele, kvarterer, mellem forskellige typer af brugere, aldersgrupper og livsformninger. – Idrætten som en innovativ kulturel og social platform.

Inspirationen hentes fra den digitale hub, der både udsender og trækker aktivitet til sig, samler, spreder og forbinder.

Mål: åbent, inkluderende og foranderligt afhængig af kontekst



KONCEPT HVAD

TYOLOGIER:

- 1. Overskudsrum - Fysiske eksisterende rumligheder, bygninger**
- 2. Infrastrukturelle strukturer som er fysisk indtagelige**
- 3. Eksisterende offentlige rum, pladser, passager, p.kældre etc.**
- Hubs kompletterer hinanden i et urbant netværk

INVITATIONEN

- 1. Lys, lyd, aktivitet, specialarrangement, synlig og tilgængelig**
- 2. Motivationsmedarbejder, opsøgende og igangsættende**

KONCEPT HVAD

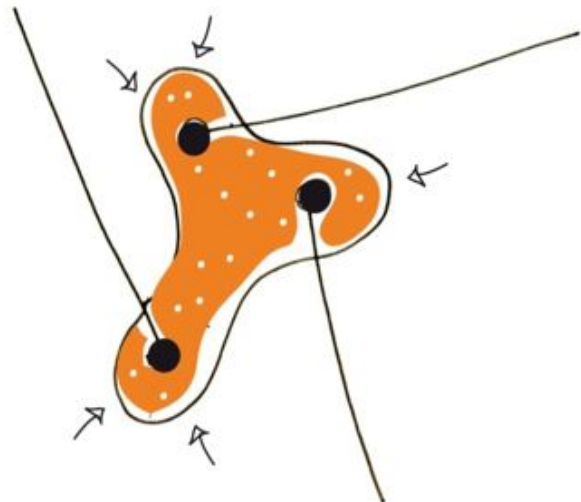
KRAV TIL HUBBEN

Anvendelse/programmering

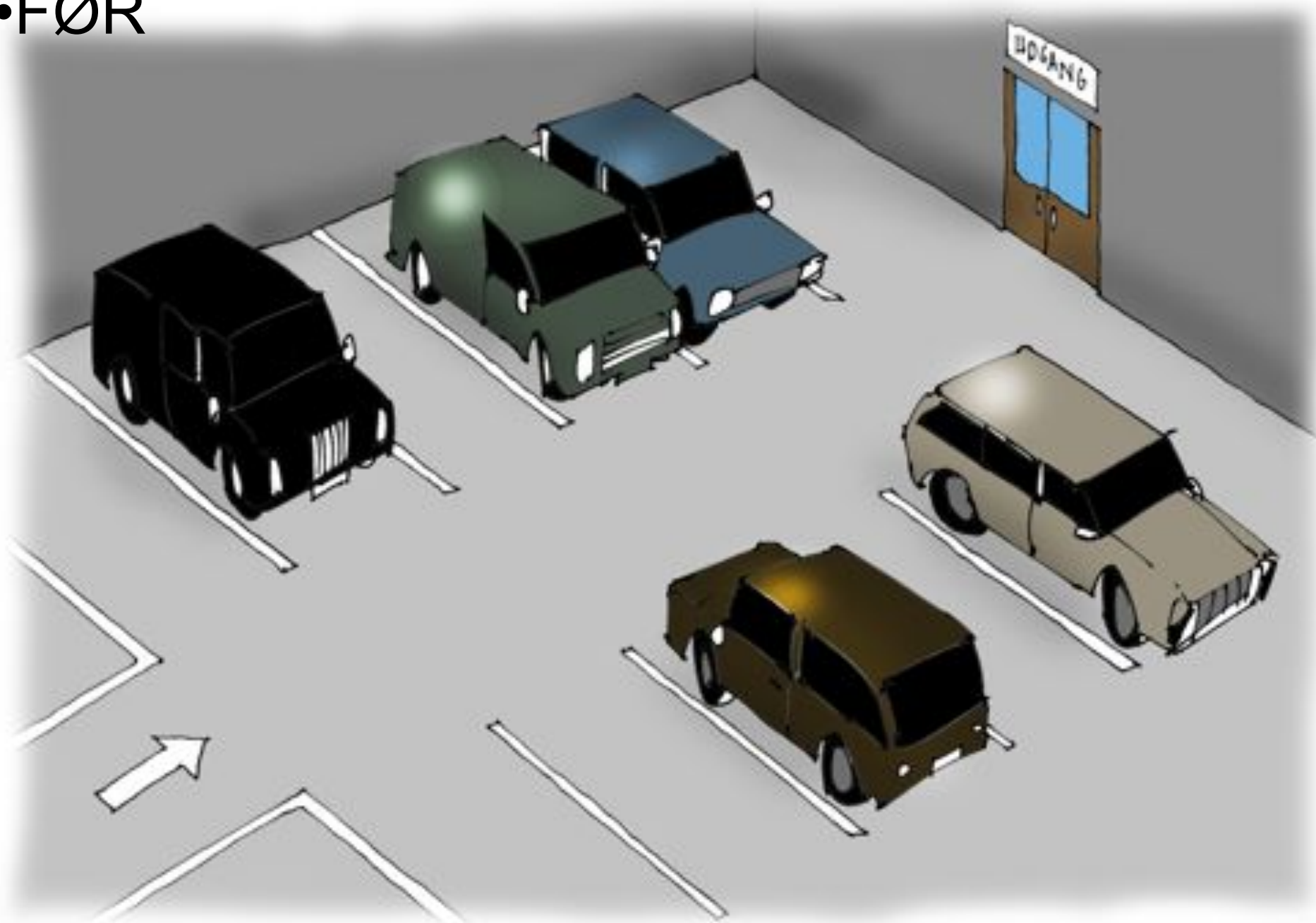
Legalt - synlighed i behandling overflader, opstregning, inspiration

MÅLGRUPPE: Hubbens forskellige rumligheder og felter retter sig mod forskellige brugergrupper med mulighed for potentielle brugsscenerier.

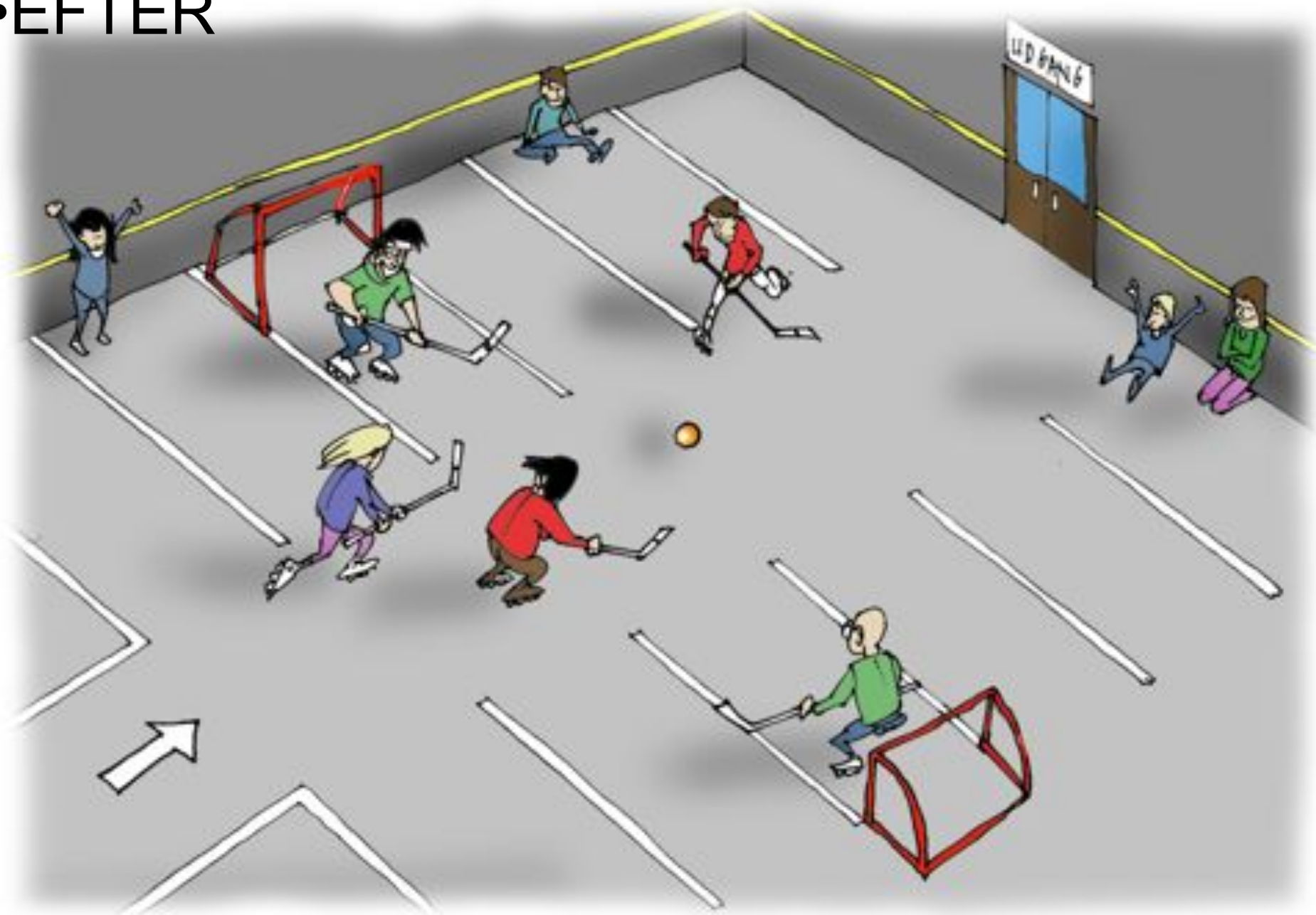
MIDLERTIDIGT – Hubben er både/og – rammen brugspotentialet midlertidigt og fleksibelt



•FØR



- EFTER



Koncept - hvad

Hvad er unikt ved konceptet?

- Respekterer og omfavner mangfoldigheden
- Via partnerskaber og nye driftsformer åbnes faciliteter for byens forskellige brugergrupper
- Der etableres nye samarbejdsflader omkring bevægelse mellem eksisterende interessenter (fx facilitet og forening, kommerciel idræt og forening mv.)
- Fokus på at udnytte eksisterende anlæg og bygninger mest muligt i ny organisering.
- Nye driftsformer og øget areal til rådighed -> idræt for alle

Hvilken forskel vil det gøre for borgernes lyst og motivation til mere idræt

og bevægelse i hverdagen?

Motiverende medarbejder i BevægelsesHUB'en øger antallet af aktive og dermed deres sundhed:

- 10 procentpoint flere børn og unge fastholdes i aktivitet
- idrætsaktivitet for marginaliserede grupper via partnerskaber med



Koncept - hvad

Beskriv de behov og aktuelle idrætsmønstre konceptet opfylder?

- Øget **fleksibilitet** og **nytænkning** af organisering
- **Mangfoldighed** i udbudte aktiviteter
- Flere aktivitetsflader til rådighed og øget **tilgængelighed** til eksisterende.
- **Synergieffekter** ved samarbejde og partnerskaber
- Imødekomme særlige behov fra marginaliserede grupper og **forebygge** u hensigtsmæssig adfærd i lokalområdet.

Kommunikation

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til borgerne?

EN HUB DER FORBINDER MENNESKER OG BEVÆGELSE

Bevægelse – Fællesskab – Glæde

Brug hub'en 24/7, book din tid på xxhub.dk, på HUB kontoret eller kom ned og vær med.

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til potentielle partnere?

Virksomheder (offentlige/private)

CSR: Tilbud om sundhed for ansatte

Mulighed for synliggørelse i det offentlige rum

Mulighed for sundhedsbranding

Foreninger

Udvidede/flere mangfoldige muligheder for lokale foreninger

Kommune

Billige kommunale "idrætsarenaer", del af forebyggelsespolitik



Hvem

Hvilke potentielle interessenter og partnere kan eksempelvis

| Opgave | Organisationer | Personer |
|--|--|---|
| Skærpelse af konceptet | DGI DIF Active institute DFHO Fra camp 1 | DGI: Jakob Sander DIF: Preben Astrup Rasmus Johnsen Peter, Evald, Jan, Nanna, Peter, Helle |
| Ejerskab og forankring | Repræsentanter for de 4 største kommuner | Aarhus: Niels Rask Odense: Klaus ? Chef for fritid Kbh.: Carsten Haurum Aalborg: Erik Kristetsen |
| Udarbejdelse af plan og finansieringsmodel | Novo, Trygfonden, Nordea (fonden), Vestas, Danfoss, | |
| Kommunikation og ambassadører af koncept | DR/TV2 | |
| Kontaktperson (fra Camp 1) | Aarhus Kommune | Peter Rasmussen |
| | | |

Gruppe nr.: 2
Indsatsområde: Byen

**Koncept titel:
Motionsmetropolen**

Ambition - hvorfor

Hvad vil vi opnå?

Skole – erhvervsliv – foreningsliv mødes i bymidten omkring idræt og bevægelse:

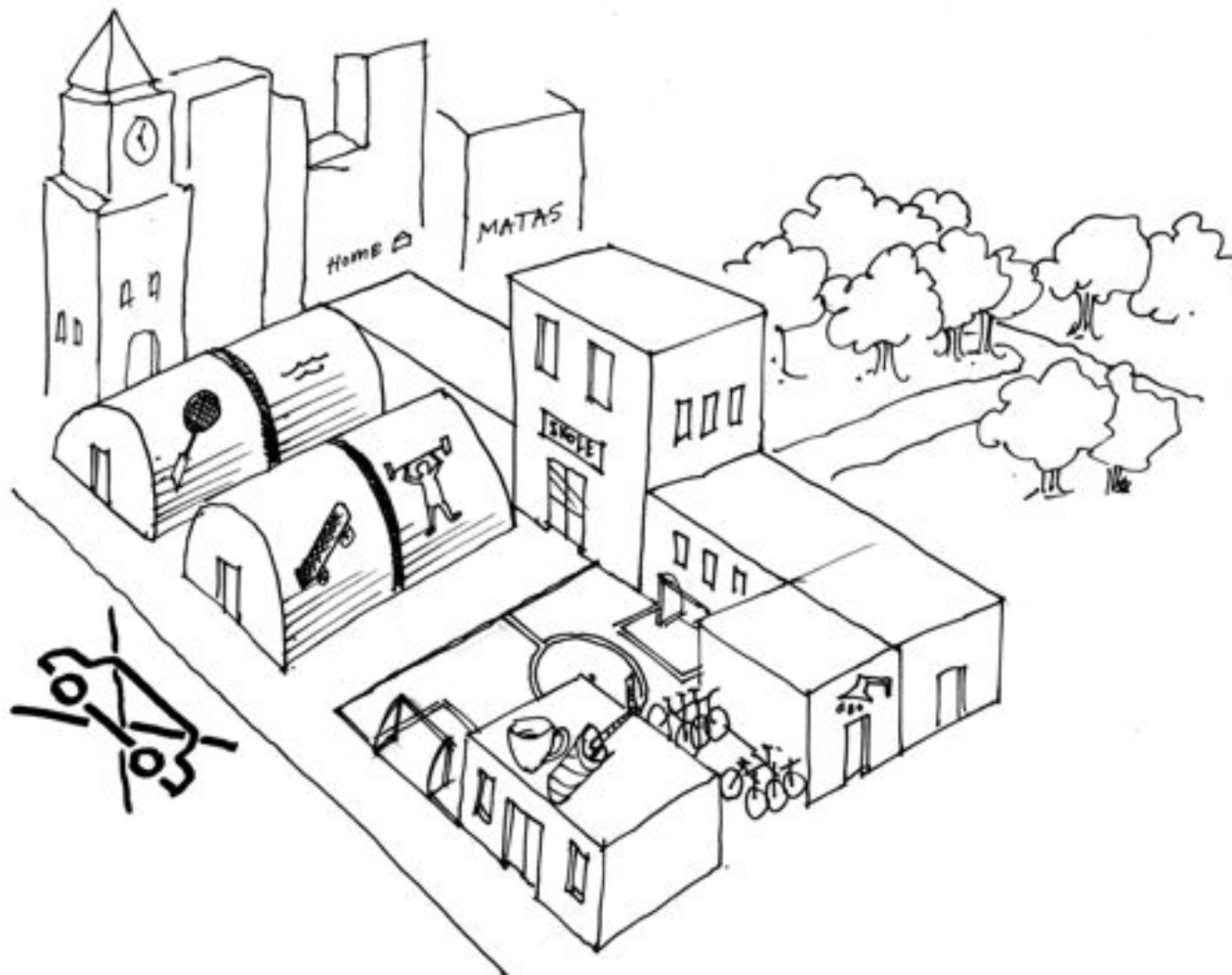
- **Bedre udnyttelsesgrad af eksisterende faciliteter**
- **Inddrage erhvervsliv i medfinansiering af faciliteter/ aktiviteter**
- **Aktivere de inaktive i skoler og erhvervsliv**

Beskriv det problem vi vil løse?

- **Opgradere nedslidte/forældede faciliteter – samt udvikling af pladser, stier, veje og markerede ruter der binder pladser og parker sammen omkring skolen.**
- **Manglende tilbud om idræt og motion til medarbejdere i mindre erhverv (detail, service, håndværkere o.a.)**
- **Aktivere skolens inaktive elever og motivere til bevægelse efter skoletid**

Koncept - hvad

Beskriv konceptet:



Koncept - hvad

Beskriv konceptet:

Skolen som motionsmetropol: Strukturelt og organisatorisk løft af de eksisterende faciliteter omkring skole og bymidten.

Bedre udnyttelse og nye muligheder ved inddragelse af andre aktører – erhvervsliv og foreningsliv – som også skal have mulighed for at benytte disse steder og faciliteter.

Skolen skal danne udgangspunkt for aktiviteter, ruter og stier som inddrager byrum, grønne områder, parker.

På baggrund af borgerinddragelsesproces etableres en ny drift/ organisationskultur, som forbinder flere aktører – skoler, erhvervsliv, foreningsliv.

Eksempler: Bedre muligheder for aktiv undervisning, centrum for aktiv transport – banegård for cyklister, badefaciliteter, erhvervsmotionsdating,

Koncept - hvad

Hvad er unikt ved konceptet?

Udvikling og opgradering af eksisterende rammer med skolen som centrum i samarbejde mellem kommune, erhvervsliv, skole og foreningsliv.

Koncept - hvad

Hvilken forskel vil det gøre for borgernes lyst og motivation til mere idræt og bevægelse i hverdagen?

Skoler: Hjælp til økonomi – genopretning, udvikling af faciliteter, bedre rammer til elever i skolen og motivere aktivitet uden for skolen

Erhvervsliv: Adgang til idræt, evt. instruktører, fleksible og mange muligheder for idræt. Cykelparkering, muligheder for bad, netværk med mindre erhvervsdrivende

Forening: Klublokaler, faciliteter, synlighed, medlemsrekruttering, potentielle frivillige

Borgerne generelt: Nærhed, socialt samlingspunkt for motion og aktivitet

Kommunen: Branding, fastholdelse af ressourcer stærke familier, idræt for



Koncept - hvad

Beskriv de behov og aktuelle idrætsmønstre konceptet opfylder?

Aktivere inaktive børn og unge i kontekst, hvor de i forvejen opholder sig i hverdagen.

Erhvervsliv får motionsmuligheder i nærområde (forældrefase)

Kommunikation

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til borgerne?

Tilgængelighed i lokalområde for idræt og bevægelse

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til potentielle partnere?

2+2 = 5

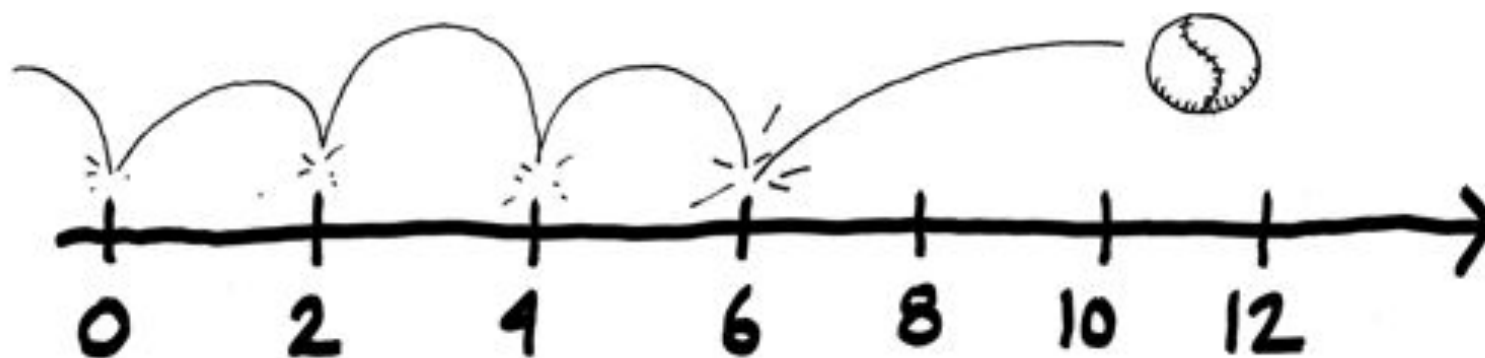
Hvem

Hvilke potentielle interessenter og partnere kan eksempelvis inddrages på Camp 2 - og hvor kan I selv bidrage?

| Opgave | Organisationer | Personer |
|--|-----------------|--------------|
| Skærpelse af konceptet | | |
| Ejerskab og forankring | Erh. råd | |
| Udarbejdelse af plan og finansieringsmodel | | |
| Kommunikation og ambassadører af koncept | | |
| Kontaktperson (fra Camp 1) | Herning Kommune | Jørgen Krogh |
| | | |

Gruppe 3

Bolden ruller...



Ambition - hvorfor

Hvad vil vi opnå?

Kontakt til ikke-brugerne i udvalgte byområder.

Gode vaner fra barndomsalderen.

Bevidst forældreinddragelse.

Beskriv det problem vi vil løse?

15-20% i de hårde områder er ikke-brugere.

Det vil vi gerne ændre på og få 6-8% af gruppen i gang.

Koncept - hvad

Konceptet:

- **”Badebolden”**
- At møde barn og forældre i hjemmet omkring barnets motoriske udvikling – dvs. fra 3 måneders alderen. Tilbud om babysvømmebillet og sponsorerede ”baby-bade-bukser og badebold” (sundhedsplejersken + lokale svømmeklub/hal)
- **”Trillebolden”**
- Fra 1 års alderen tilbydes konceptet: ”Mor/far og barn aktiviteter”. Motion for tumlinger.
- **”Fodbolden”**
- Fra 2 års alderen tilbydes konceptet ”Bolden ruller” – hvor en frivillig foreningsleder sammen med sundhedsplejersken kommer på besøg i hjemmet og fortæller om lokale muligheder (idrætsforening m.v.). Der afleveres en sponsoreret bold til det enkelte barn ved besøget.

Den Virtuelle Organisation

SkateSpot Fællesskabet Forenings-IT.dk

AKTIVERE FYSISK BEVÆGELSE MED EN VIRTUEL ARKITEKTUR

Virtuelt fælleskab omkring faciliteter og/eller et Brand

Det Virtuelle Fællesskab - Den Virtuelle Organisation - Det Virtuelle Klubhus

Generelle

Social status

- Vidensdeling
- Booking: aktiviteter, lokaler, personale/ administration
- Effektiv envejs og tovejs kommunikation

Det virtuelle Klubhus

For Lederen/ Teamet/ Organisationen

AKTIVERE OG DOKUMENTERE FYSISK BEVÆGELSE OG SOCIAL MØDER

Det organisatoriske lag

information om...

Viden: opsamling, forankring,

Hjælp til ...

Det Virtuelle Rum - Bruger Aktivering

3 kerne funktioner:

SkateSpot.dk

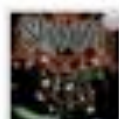
- Faciliteter
 - Spot Guide: Hvor og hvad er det fede?
 - How to get a ...
 - Hvilke brugere og aktiviteter
- Bruger Community
 - Bruger guide: Hvem er og hvad kan de fede?
 - How to become a (selvorganiseret læring)
- Aktiviteter
 - Aktivitets Guide: Hvor og hvad er det fede?
 - How to make a

[People](#)[Forums](#)[Blogs](#)[Photos](#)[Polls](#)[Videos](#)[Events](#)[Groups](#)[Store](#)[Home](#)[Hello, Guest!](#) [Join](#) [Login](#)

Welcome to the community!

[Join](#)[Login](#)

Members

[Latest](#) [Top](#) [Online](#)[jaka](#)[TheKid69](#)[linrain](#)[Deanska](#)[gonikedunki](#)[Verooo](#)[zyy87910](#)[indrasouca](#)[jean](#)[mongouse](#)[creasyhuhu](#)[Noodle](#)[bimmwan](#)[mywhole](#)[loveme](#)[zyy117](#)[View All \(562\)](#)[»](#) [»](#) [»](#) [»](#)

Blogs

[Latest](#) [Top](#)

Join Us

Welcome to Skaters.com! Just choose **Facebook connect** from the **Auth type** below and log in directly with your Facebook account ...

facebook



Skaters.com - Largest Skaters Community

[Synes godt om](#)

211 personer synes godt om Skaters.com - Largest Skaters Community.

[Andrej](#)[Pazoma](#)[Gabriel](#)[Eiv](#)[Obed](#)

Games - Brugeraktivering

Primær aktivering:

Virtual Reality SpotGames

Skater på SkateSpot

- Achievements

- Games

- Collect S.K.A.T.E
- King of the Road
- Game of S.K.A.T.E

Fishing Achievements

Achievements on FellowFishermen.com are awards that you automatically receive for doing cool things on the site. You earn achievements for adding catches, making friends, posting in the forums, connecting your account with Facebook, and much more. Go ahead and browse this list to see what you need to do to earn different achievements.

| Achievement | Earners |
|------------------------------------|---------|
| First Blog Post | 17 |
| 5 Blog Posts | 2 |
| 10 Blog Posts | 1 |
| 20 Blog Posts | 0 |
| 50 Blog Posts | 0 |
| 100 Blog Posts | 0 |
| Hat Trick | 10 |
| Five in One Day | 6 |
| Ten Spot | 2 |
| But I Love to Fish | 0 |
| Luck of the Irish | 0 |
| April Fool | 4 |
| Stars and Stripes | 2 |
| Shiver Me Timbers | 0 |

Recent Achievements



[About Achievements](#)

Latest Fishing Album Photos



[Show All](#)

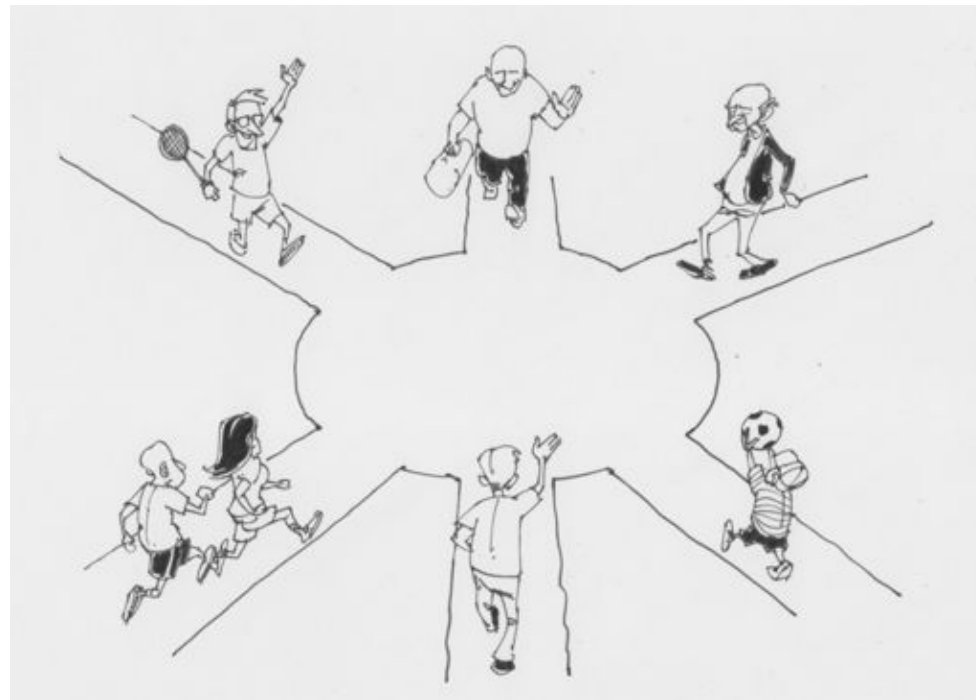
Det Virtuelle Rum

... er del elementer af igangværende projekter under SkateCity

Gruppe nr.: 4
Indsatsområde: Den pæne forstad



Koncept titel: Stillevej i bevægelse



Ambition - hvorfor

Hvad vil vi opnå?

Vi vil frigøre potentialer for aktivt naboskab, ved at motivere villavejen til bevægelse og sociale netværk

Beskriv det problem vi vil løse?

De pæne forstæder skal have aktiveret børnefamilierne og +50 år mere. De bevæger sig for lidt og de tilbud der i dag eksisterer er for traditionelle og for få i forhold til målgruppens behov om fleksibilitet, tilgængelighed 24/7.

Koncept - Hvem

Målgruppe

Konceptet henvender sig til alle målgrupper.

Eksempel:

13 – 19 årige:

Mødested hvor venskaberne kan dyrkes. Foregår på det grønne område. Hvor de kan

passer sig selv uden voksen indblanding. SMS-møde

30 – 39 årige

Motionsløb med mulighed for fleksibel start. Løb via stier som i forvejen er oplyst.

Mulig for måling af egen fysisk formåen. Løbestien kommer forbi mødestedet for de

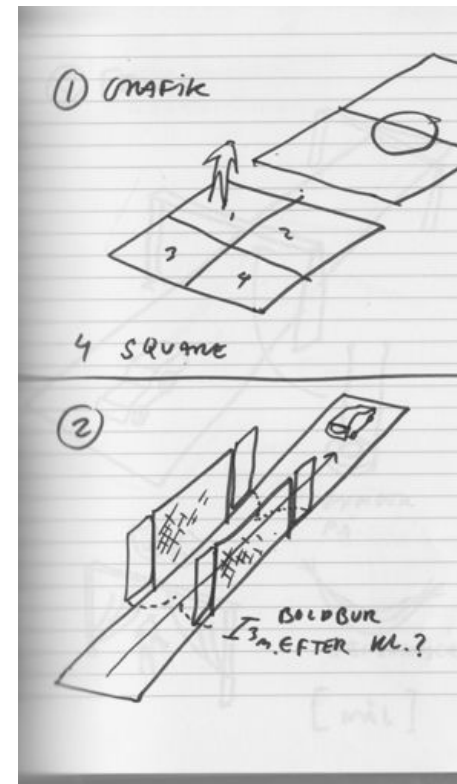
unge, præventiv funktion. Mødestedet har forskellige ruteforslag.

Koncept - hvad

At udfylde mellemrum:

- mellem de fysiske rammer,
- mellem aktiviteter
- mellem aldersgrupper
- i ventetiden

Med henblik på at skabe mere fysisk aktivitet til målgruppen



Koncept - Hvad

Et sted på villavejen, hvor der kan udspringe aktiviteter med udgangspunkt i ”Tingstedet”

Stedet er synligt og lettilgængeligt. Kan ses og høres.

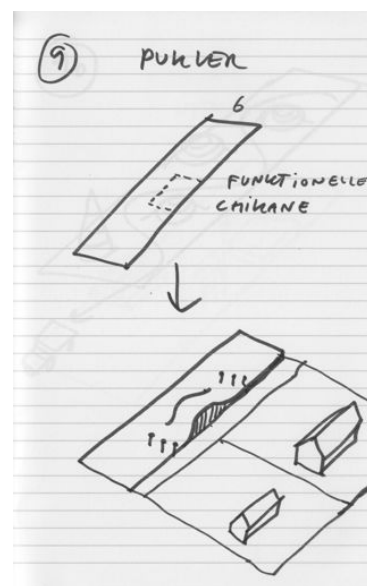
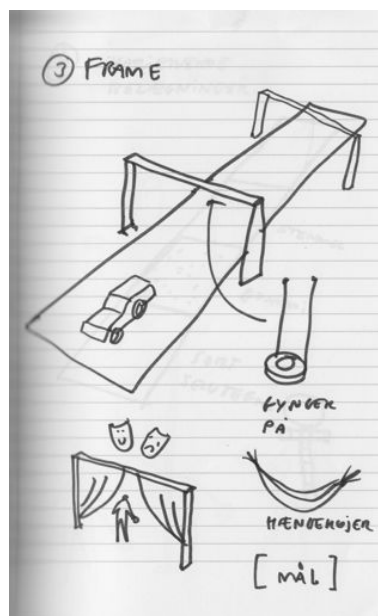
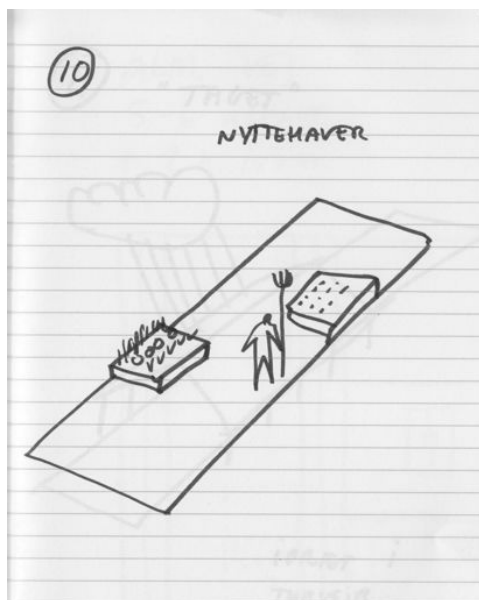
Stedet indeholder aktiviteter tilpasset den enkelte villavejs behov. Aktiviteterne er permanente og vedligeholdelsesfrie.

Midlet

Katalog over aktiviteter som de enkelte villaveje kan vælge mellem så det passer til villavejens målgruppe.

Kataloget indeholder eks.:

- Multifunktionelle mure til catwalk, parkour, boldspil, bæk
- Petanquebane
- Nyttehaver
- Scene til vejfest
- Forslag til løberuter



Organisering

Konceptudvikling (valg af aktiviteter) sker i grundejerforeningen

Konceptet bygger på selvorganisering

Minimal vedligeholdelse, som varetages af grundejerforeningen

Det nære lokale netværk som en styrke.

Villavejen som aktiv ramme for selvorganiseret bevægelse

Samarbejde med teknisk afdeling om vejregulering/vej med henblik på sikkerheden for børn. F.eks. kasser med blomster eller grøntsager, brug af chikaner til skatermiljøet

Koncept - hvad

Hvad er unikt ved konceptet?

Multifunktionelt til mange målgrupper og mange aktiviteter.

Omkostningslet

Anvender det eksisterende på en ny måde

Fleksibel 24/7

Hvilken forskel vil det gøre for borgernes lyst og motivation til mere idræt og bevægelse i hverdagen?

”Som bolden alle har lyst at sparke til”

Udenfor organiseret tilbud/foreninger/institutioner

Inspiration til bevægelse hver dag – animerende

Det er nært, tilgængeligt 24/7

Hvem

Hvilke potentielle interessenter og partnere kan eksempelvis

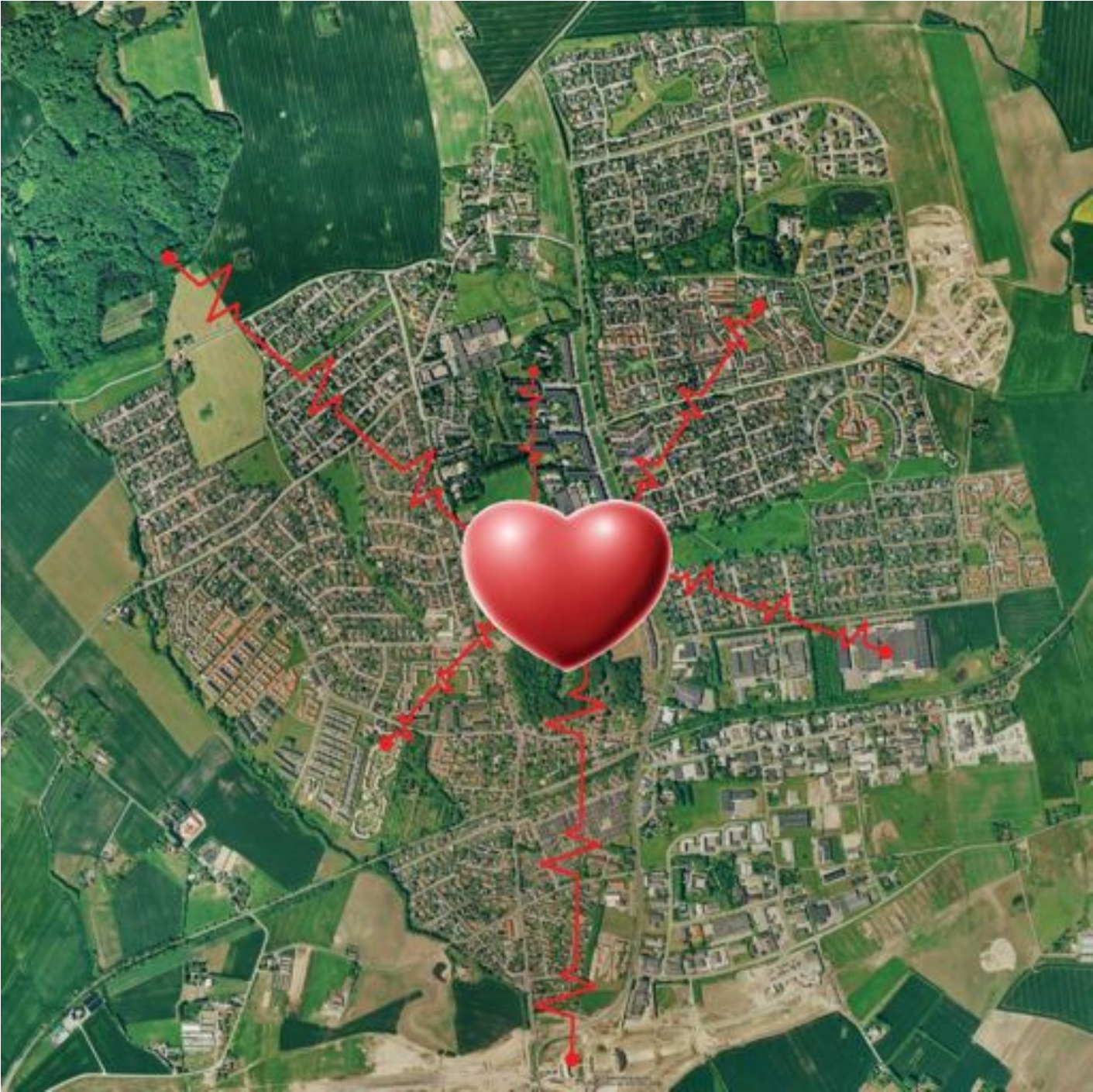
| Opgave | Organisationer | Personer |
|--|---|--------------|
| Skærpelse af konceptet | Cebra | |
| Ejerskab og forankring | Grundejerforeningerne | |
| Udarbejdelse af plan og finansieringsmodel | TrygFonden Forebyggelsesfonden Parcelhusejernes landsforening | |
| Kommunikation og ambassadører af koncept | | |
| Kontaktperson (fra Camp 1) | CEBRA | Mikkel Frost |
| | | |

Gruppe nr.: 5
Indsatsområde:
Det bynære landdistrikt

Bevægelse i centrum

Bevægelse i centrum

- Udgangspunkt – samlet centralt center for alle byens borgere
- Samler sport og kultur
- Trækker naturen ind til byen og byen ud i naturen
- Multifunktionelle rammer både ude og inde



Målsætning og vision

- Skabe mere fællesskab, liv og bevægelse for alle byens borgere
- Samarbejder på tværs af organisationer, forvaltninger mellem offentlig og privat
- Bedre løsninger for de samme penge
- Tilgængelighed, fleksibilitet og kvalitet
- Skyd med riffel frem for haglgevær
- Kommunes bedste område for teenagere

**Bliv hængende –
i stedet for at hænge ud**

Ambition - hvorfor

Hvad vil vi opnå?

Skabe rum for fællesskab i teenagegruppen

Fastholde og øge deltagelse for aldersgruppen 12-18 år

Større mangfoldighed i tilbud på deres egne præmisser

Blive hængende i stedet for at hænge ud

Beskriv det problem vi vil løse?

Stort frafald i foreningslivet

Nuværende tilbud opfylder ikke i tilstrækkelig grad teenagernes behov

Fritidstilbud efter 4. klasse er meget begrænset



Koncept - hvad

Beskriv konceptet:

Baggrund: Unge tiltrækker flere unge.

Bevægelsesguider fra efterskole, ungdomsskole, 10. klassecenter, gymnasium om at

skabe attraktive motionstilbud i samarbejde med de unge. (Teenagere hjælper teenangere)

Hallen faciliteter opgraderes så den også er "up to date" for de unge.

Hængeud

Faciliteter.

Samle ungdomsinstitutioner ét sted – 10. classes center på stedet

Attraktive aktivitetsformer med fokus på fællesskab, sjov og motion (ikke udskillelse og

elite)

Samle alle foreningsaktiviteter for unge på bestemte dage

Ressourceperson, der igangsætter, koordinerer mv. SMS service / Facebook

Partnerskaber med andre – kommercielle, private - om attraktive aktiviteter for de



Koncept - hvad

Hvad er unikt ved konceptet?

De unge vil have fællesskab vi prioriterer ét samlingssted.

Vi skaber rammerne i en by med få muligheder for dem.

Vi samler og øger kvaliteten

Vi samarbejder på tværs i byen

Hvilken forskel vil det gøre for borgernes lyst og motivation til mere idræt

og bevægelse i hverdagen?

Vi skaber adgang og nærhed.

Beskriv de behov og aktuelle idrætsmønstre konceptet opfylder?

- Forhindrer frafald efter 13-års alderen.
- Skaber rammer for det ønskede fællesskab
- Nye former for idræt – der opfylder målgruppens ønske om mindre udskillelse og mere fællesskab

Kommunikation

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til teenagerne?

Vi tager jer alvorligt

Vi giver jer ansvar

Fleksible tilbud (rammer, tidspunkter mm)

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til potentielle

Partnere?

Tænk i helheder og kvalitet

Nedbryd grænseflader og samarbejd på tværs

Udvidelse af pædagogiske muligheder og motivation

Her er penge at tjene

Hvem

Hvilke potentielle interessenter og partnere kan eksempelvis

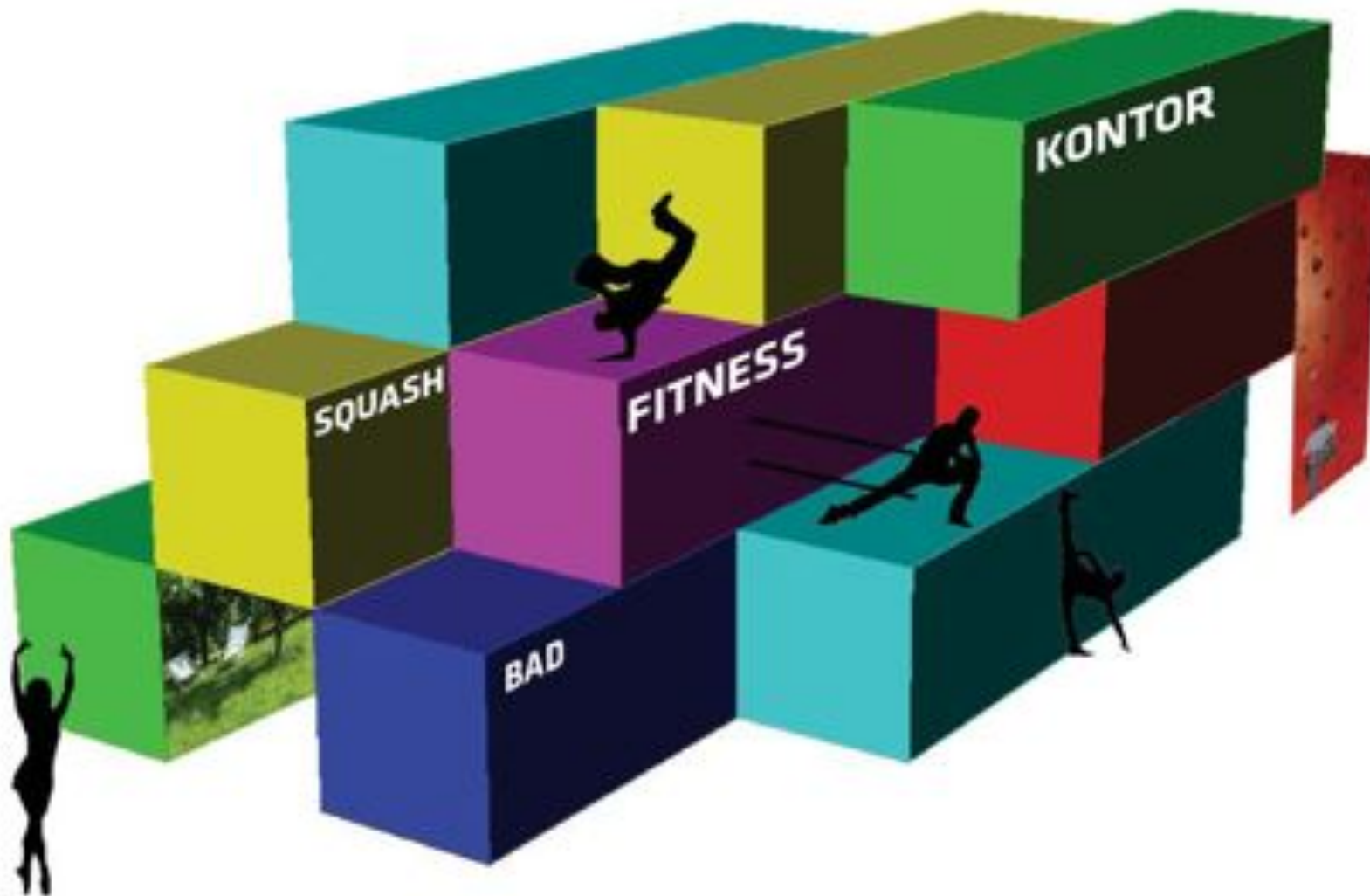
| Opgave | Organisationer | Personer |
|--|--|----------------------------------|
| Skærpelse af konceptet | | |
| Ejerskab og forankring | Idrætsforeninger Kommuner Uddannelsesinstitutioner | De unge!!!!!! Elevrådsformand |
| Udarbejdelse af plan og finansieringsmodel | Kommuner (færre faciliteter – driftsbespareser) | |
| Kommunikation og ambassadører af koncept | | |
| Kontaktperson (fra Camp 1) | | Poul Broberg |
| | | |

Gruppe nr. 6

Yderkantsområder

Landsbyer i bevægelse

- Idrætsaktiviteterne kommer til dig



Ambition - hvorfor

Hvad vil vi opnå?

Vi vil have borgerne i yderkantsområderne til at bevæge sig mere.

Beskriv det problem vi vil løse?

Borgerne i yderkantsområderne motionerer generelt mindre end borgerne i resten af landet.

I store dele af disse områder er idrætsbilledet meget traditionelt.

Der er desuden en udfordring i, at mange af disse borgere ikke selv opfatter, at de har et problem.

Koncept - hvad

Beskriv konceptet:

Vi opstiller mobile enheder, der fungerer som supplement til de idrætsfaciliteter, der allerede findes i forvejen, herunder faciliteter i naturen. Disse opstilles i områder med et særligt behov i op til et år ad gangen.

Organisatorisk skal enheden kunne benyttes af tre brugergrupper: skoler, foreninger samt firmaer og borgere, hvoraf de to sidstnævnte grupper køber sig adgang. Man booker tid via Internettet/mobilen.

Enheden består af moduler, som kan sættes sammen efter områdets behov. Eksempler: Foreningsbaseret motionsrum, mindre bevægelsesrum, bordtennisrum, badmintonbane, squashbane, hockeybane, klatrevæg, rulleskøjtebane, kajakhotel, mødelokale, café, omklædningsrum, administrationslokale, testcenter.

Der skal være en aktivitetsleder, der fungerer som igangsætter af aktiviteter. Det kan enten være den eksisterende halinspektør eller en ny person.

Efter et år evalueres projektet, og der tages stilling til hvilke aktiviteter, der eventuelt skal implementeres mere varigt.

Koncept - hvad

Hvad er unikt ved konceptet?

Man får mulighed for at prøve en masse forskellige aktivitetsformer af uden at investere i varige faciliteter, som risikerer at stå tomme efter få år. Dermed opnås en mere effektiv prioritering.

En anden fordel er, at man undgår at komme i konflikt med de eksisterende brugere af de traditionelle faciliteter.

Hvilken forskel vil det gøre for borgernes lyst og motivation til mere idræt

og bevægelse i hverdagen?

Borgerne får mulighed for at prøve en masse nye faciliteter af og dermed opdage nye aktivitetsformer, som de kan tage til sig.

Beskriv de behov og aktuelle idrætsmønstre konceptet opfylder?

Yderkantsområderne har mange idrætshaller, og dermed et begrænset og meget traditionelt udbud af faciliteter. De har langt fra så mange forskellige tilbud som borgerne i byerne.

Kommunikation

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til borgerne?

I kan afprøve en masse idrætsmæssige muligheder, som I ikke tidligere har haft.

Hvad er det væsentligste budskab at kommunikere til potentielle partnere?

Kommunen er den væsentligste partner, og her er tre hovedbudskaber:

1. Vi indsamler en masse erfaringer, inden kommunen investerer massivt.
2. Det bliver lettere at skabe medfinansiering i forhold til de initiativer, der implementeres permanent, fordi de allerede har bred opbakning i lokalsamfundet.
3. Det bliver lettere at tiltrække nye aktive borgere til kommunen.

Hvem

Hvilke potentielle interessenter og partnere kan eksempelvis

| Opgave | Organisationer | Personer |
|--|--|--|
| Skærpelse af konceptet | Idrætsorganisationerne, LOA, Landdistrikternes Fællesråd, KL, arkitekt | Carsten Blomberg, Landdistrikternes Fællesråd |
| Ejerskab og forankring | Idrætsorganisationerne, LOA, Landdistrikternes Fællesråd, KL, arkitekt, konkret kommune og konkret landsby | Esben Lunde Larsen, Ringkøbing-Skjern Kommune |
| Udarbejdelse af plan og finansieringsmodel | Kulturministeriet, RealDania, Nordea Fonden | Karen Skov, RealDania Jon Gerner, Nordea |
| Kommunikation og ambassadører af koncept | | |
| Kontaktperson (fra Camp 1) | | Erik Kristensen, Troels Rasmussen, Jørgen Møller |

BEVÆ 
ØLSE **TIDEN**
I FREM
IDRÆTSCAMP
2010