

DIGITALISIERUNG DES SPORTS

Systeme, Services & Lösungen
für Sportorganisationen



Systeme

- Digitale Mitgliederidentifikation
- Ausspielung in jeder technischen Leseart
- Schnittstellen-Kompatibilität zur Vernetzung aller Datenbanken des Sports

Services & Lösungen

Sportstättensteuerung

- Gebäude/Sportanlagen
- Spind-/Schließfachsysteme
- Arbeits-/Trainingszeiterfassung
- Ticketing

Bargeldlose Bezahlssysteme

- Vereinsheim/Stadion/Events
- Gastronomie/Kiosk/Automaten

Digitale Steuerungssysteme

- Echtzeit-Analysen
- CRM-Lösungen

Möchten Sie mit uns in die Tiefe gehen? Dann sprechen Sie uns an!

Hotline: +49 234 587100-14 oder per E-Mail an vereinsbetreuung@sportausweis.de

INHALTSVERZEICHNIS

RANGLISTE DER TOP-30-SPITZENVERBÄNDE (NACH MITGLIEDERSCHAFTEN)

| # 2018 | # 2017 | Verband | Anzahl Mitglieder 2018 | Anzahl Mitglieder 2017 |
|--------|--------|----------------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | 1 | Deutscher Fußball-Bund | 7.090.197 | 7.043.964 |
| 2 | 2 | Deutscher Tennis-Bund | 4.980.424 | 4.938.125 |
| 3 | 3 | Deutscher Sport-Bund | 1.981.893 | 1.981.986 |
| 4 | 4 | Deutscher Schach-Bund | 1.354.476 | 1.282.298 |
| 5 | 5 | Deutscher Kajak-Verband | 1.167.646 | 1.145.473 |
| 6 | 6 | Deutscher Leichtathletik-Verband | 908.467 | 915.437 |
| 7 | 7 | Deutscher Handball-Bund | 717.501 | 714.917 |
| 8 | 8 | Deutscher Biathlon-Verband | 686.737 | 687.636 |
| 9 | 9 | Deutscher Golf-Verband | 644.941 | 645.106 |
| 10 | 11 | Deutscher Schachmeister-Bund | 542.907 | 543.134 |
| 11 | 10 | Deutscher Birkensportverband | 500.391 | 527.584 |
| 12 | 12 | DFB (Deutscher Fußball-Bund) | 317.807 | 322.987 |
| 13 | 13 | Deutscher Tischtennis-Verband | 310.581 | 313.413 |
| 14 | 14 | DFB (Deutscher Fußball-Bund) | 192 | 116.417 |
| 15 | 15 | DFB (Deutscher Fußball-Bund) | 212.318 | 207.318 |
| 16 | 16 | Deutscher Basketball-Bund | 208.428 | 201.016 |

**MITGLIEDERZAHLEN:
STATUS QUO** **4**



**INTERVIEW MIT DOSB-VICE
ANDREAS SILBERSACK** **8**



**ESPORT – EINE
CHANCE FÜR DEN
BREITENSPORT?** **16**



**INTEGRATION
DURCH SPORT UND
VEREINSARBEIT** **18**

IMPRESSUM

Stadionwelt

Schloßstraße 23
50321 Brühl
Deutschland
Tel.: +49 2232 5772-20
Fax: +49 2232 5772-11
inside@stadionwelt.de
www.stadionwelt.de

Redaktion:

Stephanie Dittebrand
Benedikt Hellmann
Ganesh Pundt

Marketing/Anzeigen:

Julian Biermann
Christopher Pauer
Carsten Ponsar
René Simon

Layout:

Ayman Almazyek
Nicolas Quensell
Yannick Rimkus

Druck:

Onlineprinters GmbH

Copyright © Stadionwelt 2019

Sämtliche Inhalte (Texte, Fotos, etc.) von Stadionwelt INSIDE sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte übernimmt Stadionwelt keinerlei Gewähr noch leistet Stadionwelt Schadenersatz. Die Verantwortung für Anzeigeninhalte (auch Advertorials) liegt allein bei den jeweiligen Autoren/Firmen.



Dieses Special ist eine Beilage zum
Fachmagazin Stadionwelt INSIDE.

MITGLIEDER: ENTWICKLUNGEN UND TENDENZEN

Noch immer ist der **Sportverein** in Deutschland die **beliebteste Organisationsform**. Viele Menschen treiben Sport und wollen sich im Verbund körperlich betätigen. **Ein Überblick über die aktuellen Entwicklungen.**

Sport ist Leidenschaft. Sport verbindet. Sport vereint Menschen und nimmt eine gesamtgesellschaftliche Funktion ein. Laut Schätzungen treiben in Deutschland rund 12 Mio. Menschen mehrmals pro Woche Sport, mehr als 15 Mio. immerhin öfter als ein Mal monatlich. Ein gesunder Lebensstil, Bewegung, Spaß, soziales Miteinander oder aber Wettbewerb: Die Gründe für das Sporttreiben sind so offenkundig wie vielfältig.

Während zahlreiche Bürger der sportlichen Betätigung nicht institutionalisiert nachgehen – sei es beispielsweise beim wöchentlichen Fußballspielen im Park, beim Joggen oder dem Schwimmen – bleibt in Deutschland die wichtigste formale Organisationsform des Sportangebotes immer noch der Sportverein mit seinen Mitgliedern. Das System des Vereinswesens ist historisch auf das 18. Jahrhundert zurückzuführen – es boomte indes ab Mitte des 19. Jahrhunderts. Vereine sollen ein Koordinatensystem bestimmter Werte wie Fair Play und Zusammenhalt vermitteln und eine günstige Möglichkeit des organisierten Sporttreibens anbieten.

Als regierungsunabhängige Dachorganisation des deutschen Sports wurde am 20. Mai 2006 der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) durch Zusammenschluss des Deutschen Sportbundes und des Nationalen Olympischen Komitees für Deutschland gegründet. Walter Schneeloch, ehemaliger DOSB-Vizepräsident Breitensport und Sportentwicklung und mittlerweile Ehrenmitglied des DOSB, erklärt:

„Der unter dem Dach des DOSB organisierte Vereinssport ist heute mit Abstand die größte zivilgesellschaftliche Kraft in Deutschland. Er wirkt mit seinen Aktivitäten weit über die eigentliche Aufgabe hinaus, Sport- und Bewegungsangebote in den Vereinen vorzuhalten, übernimmt gesellschaftliche Verantwortung und erfüllt damit an ihn adressierte Erwartungen.“ Schneeloch weiter: „Mit seinen Angeboten, seiner demokratischen Verfasstheit und seiner Organisationskraft leistet er einen unverzichtbaren Beitrag zur Daseinsvorsorge in den Kommunen. Seine gesellschaftlichen Leistungen werden etwa in der Integrationsarbeit der Vereine ebenso sichtbar, wie in seinen gesundheitsförderlichen und präventiven Funktionen oder auch bei der Vermittlung von gesellschaftlich relevanten Werten.“

Andreas Silbersack, aktueller Vizepräsident für Breitensport und Sportentwicklung und damit Nachfolger von Schneeloch, formuliert die Entwicklungen der letzten zehn Jahre in Bezug auf das Mitgliederspektrum prägnant: „Plakativ gesagt: Fußball hat gewonnen, Tennis verloren.“ Das Gesamtbild sei „aber deutlich vielfältiger“, und das ist tendenziell untertrieben und sehr vereinfacht dargestellt. Insgesamt gibt es in Deutschland gemäß der aktuellen Bestandshebung des DOSB (2018) 89.121 Sportvereine bei rund 27,4 Mio. Mitgliedschaften. Im Jahr 2000 waren es derer 87.717, was ein Plus von 1,6% bzw. 1.404 Vereinen bedeutet. So sind beim DOSB nach Angaben von Silbersack seit 2000 insgesamt 354.000 Vereinsmitglieder neu hinzugekommen. Insbe- →

RANGLISTE DER TOP-30-SPITZENVERBÄNDE (NACH MITGLIEDSCHAFTEN)

| # 2018 | # 2017 | Verband | Anzahl Mitglieder 2018 | Anzahl Mitglieder 2017 |
|--------|--------|--|------------------------|------------------------|
| 1 | 1 | Deutscher Fußball-Bund | 7.090.107 | 7.043.964 |
| 2 | 2 | Deutscher Turner-Bund | 4.980.424 | 4.939.125 |
| 3 | 3 | Deutscher Tennis Bund | 1.383.893 | 1.391.986 |
| 4 | 4 | Deutscher Schützenbund | 1.354.870 | 1.352.356 |
| 5 | 5 | Deutscher Alpenverein | 1.197.049 | 1.145.873 |
| 6 | 6 | Deutscher Leichtathletik-Verband | 809.007 | 815.627 |
| 7 | 7 | Deutscher Handball-Bund | 757.593 | 756.907 |
| 8 | 8 | Deutsche Reiterliche Vereinigung | 686.747 | 687.036 |
| 9 | 9 | Deutscher Golf Verband | 644.943 | 643.158 |
| 10 | 11 | Deutscher Schwimm-Verband | 562.987 | 563.134 |
| 11 | 10 | Deutscher Behindertensportverband | 560.344 | 577.184 |
| 12 | 13 | DLRG (Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft) | 557.867 | 552.967 |
| 13 | 12 | Deutscher Tischtennis-Bund | 550.045 | 553.443 |
| 14 | 14 | Deutscher Skiverband | 540.250 | 547.173 |
| 15 | 15 | Deutscher Volleyball-Verband | 416.417 | 411.579 |
| 16 | 16 | Deutscher Tanzsportverband | 212.208 | 207.828 |
| 17 | 17 | Deutscher Basketball Bund | 208.438 | 203.028 |
| 18 | 19 | Deutscher Badminton-Verband | 191.432 | 187.464 |
| 19 | 18 | Deutscher Segler-Verband | 188.243 | 187.867 |
| 20 | 20 | Deutscher Karate Verband | 156.649 | 155.524 |
| 21 | 21 | Deutscher Judo-Bund | 143.781 | 149.606 |
| 22 | 22 | Bund Deutscher Radfahrer | 140.977 | 139.350 |
| 23 | 23 | Deutscher Verband für modernen Fünfkampf | 127.059 | 122.545 |
| 24 | 24 | Deutscher Kanu-Verband | 120.619 | 119.150 |
| 25 | 26 | Deutscher Aero Club | 105.271 | 104.424 |
| 26 | 25 | Deutscher Motoryachtverband | 104.578 | 107.168 |
| 27 | 27 | Deutscher Schachbund | 89.931 | 89.255 |
| 28 | 28 | Deutscher Ruderverband | 85.819 | 85.020 |
| 29 | 29 | Deutscher Hockey-Bund | 85.575 | 84.951 |
| 30 | 31 | Deutscher Boxsport-Verband | 82.271 | 75.928 |

Quelle: DOSB, Bestandserhebung 2018 (Fassung vom 1. November 2018; Stichtag der Erfassung: 1. Januar 2018)

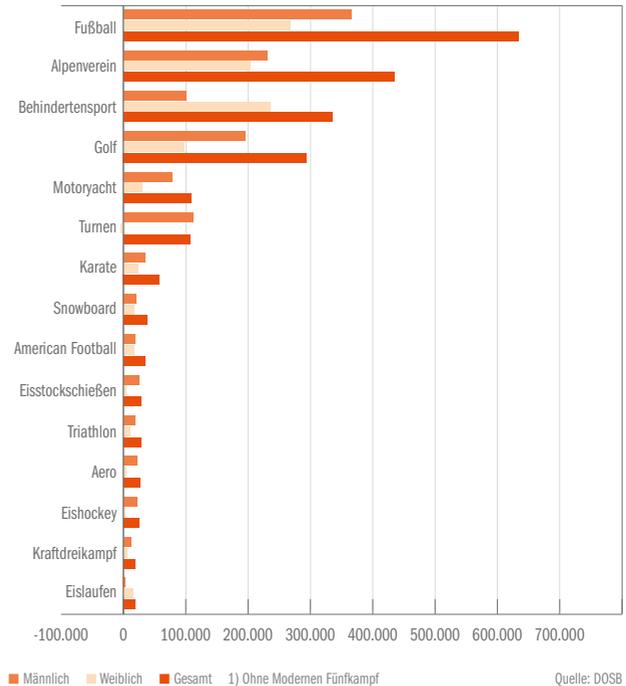
sondere das Interesse der jungen Bevölkerung an einer Vereinsmitgliedschaft hat sich gesteigert. So hat sich die absolute Zahl der Vereinsmitgliedschaften von Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahre in diesem Zeitraum von rund 7,8 Mio. auf 8,3 Mio. erhöht – obwohl die Anzahl der bis 18-Jährigen im selben Zeitraum um rund ein Zehntel abgenommen hat.

FUSSBALL DEUTLICH AN DER SPITZE

Deutschland ist nach wie vor fest in der Hand des Fußballs, das ist nichts Neues. Zum einen ist dies kulturell bedingt, zum anderen zeichnet sich der Sport durch simple Regeln sowie ein besonderes Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Vereine und Mannschaften aus. Und diese besondere Beliebtheit spiegelt sich auch in den Mitgliederstatistiken wider. Bereits im Jahr 2000 waren laut Angaben des Deutschen Fußball-Bundes 6.255.299 Personen Mitglied eines deutschen Fußballvereins. Während der DFB im Jahr 2017 schließlich 7.043.964 Mitglieder verzeichnete, ist der Wert laut der Bestandserhebung 2018 sogar um mehr als 46.000 Vereinsmitglieder auf insgesamt 7.090.107 angestiegen. Das bedeutet, dass beinahe jeder zehnte Deutsche Mitglied eines Fußballvereins ist. Damit belegt der Fußball mit deutlichem Abstand Platz eins der Rangliste aller deutschen Spitzenverbände.

Auf Platz zwei folgt mit großem Abstand der Deutsche Turner-Bund mit 4.980.424 Mitgliedern (2017 waren es 4.939.125 Personen). Trotz eines Rückgangs um circa 8.000 Mitglieder von 1.391.986 (2017) auf 1.383.893 im Jahr 2018 komplettiert der Deutsche Tennis-Bund (DTB) das Treppchen der drei mitgliederstärksten deutschen Spitzenverbände. Laut Angaben des DOSB musste das deutsche Tennis im Zeitraum zwischen 2000 und 2015 jedoch den größten Mitgliederverlust aller Verbände hinnehmen: Im Laufe der 15 Jahre verzeichnete der DTB demnach ein Minus von 145.417 Mitgliedern, davon 84.384 Männer und 61.033 Frauen. Den zweitgrößten Verlust nahmen die Schützenvereine hin. Zwar bedeuten die 1.354.870 Mitglieder für den Deutschen

Mitgliederzuwächse bei den Spitzenverbänden zwischen 2000 und 2015 in absoluten Zahlen ¹⁾

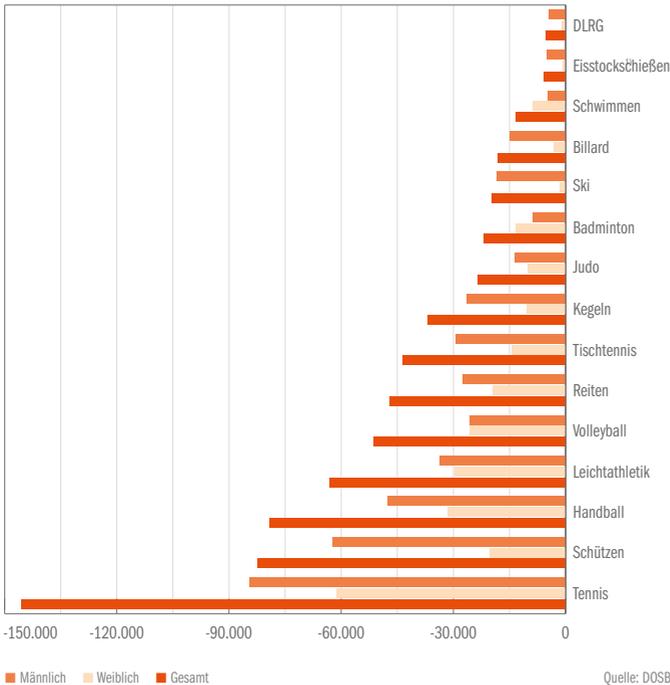


Schützenbund einen gegenüber 2017 unveränderten Platz 4 in der Rangliste der Spitzensportverbände. Dennoch verzeichneten die Schützenvereine 2015 insgesamt 82.211 Mitglieder weniger als im Jahr 2000. 62.101 Männer, 20.110 Frauen schieden aus. Den größten Zuwachs zwischen 2000 und 2015 verzeichnete wenig überraschend der Fußball: 2015 verbuchte der Fußball 633.816 Mitglieder mehr als noch im Jahr 2000. Das Verhältnis der männlichen und weiblichen neuen Mitglieder war dabei mit 365.698 (Herren) bzw. 268.118 (Damen) relativ ausgeglichen. Mittlerweile liegt die Mitgliederzahl des DFB bei dem bereits erwähnten Spitzenwert von beinahe 7,1 Mio. Fußballern.

INTERNATIONALE ERFOLGE: HANDBALL UND EISHOCKEY IM TREND?

Interessant ist ein langfristiger Blick auf das deutsche Eishockey: Zwischen 2000 und 2015 konnte der Deutsche

Mitgliederverluste bei den Spitzenverbänden zwischen 2000 und 2015 in absoluten Zahlen



Eishockey-Bund (DEB) insgesamt 24.722 neue Mitglieder gewinnen, 22.398 Männer und 2.324 Damen. 2011, ein Jahr nach der erfolgreichen Weltmeisterschaft in Deutschland mit dem Halbfinaleinzug und dem vierten Platz, hatte der Wert 28.932 betragen. Dies zeigt den kurzfristigen Einfluss von erfolgreichen Turnieren auf die Sportart und untermauert das steigende Interesse nach internationalen prestigeträchtigen Erfolgen.

Hatte der DEB mit 25.757 Mitgliedern 2017 noch Rang 42 belegt, sank der Wert laut Erhebung 2018 auf 20.490 eingetragene Mitglieder. Nach dem bemerkenswerten Gewinn der Silbermedaille bei den Olympischen Winterspielen 2018 im südkoreanischen Pyeongchang, der erst dritten Medaille überhaupt, entstand in der Folge ein regelrechter Hype. Die deutsche Mannschaft hatte mehr als nur einen Achtungserfolg erzielt, sie hatte Sportgeschichte geschrieben. Einerseits verpuffte dieser Hype ebenso schnell wie

er entstanden war. Die mediale Berichterstattung ließ rasch nach, der Zuschauerschnitt in den Arenen veränderte sich nur unwesentlich (6.215 pro Spiel in der Hauptrunde 2018/19).

Andererseits verbuchte der Verband durch die Silbermedaille Erfolge an der Basis: Das Interesse am Eishockey in Deutschland ist laut DEB „höher denn je“. Die Zahl der Aktiven wachse, gerade bei den Neuanmeldungen. Bei den Kindern unter zehn Jahren zählte der DEB nach eigenen Angaben weniger als ein Jahr nach dem Turnier bereits knapp 15 % mehr Spieler. Ein ähnlicher Effekt könnte dem Handballsport zugutekommen, nachdem die deutsche Nationalmannschaft bei der Heim-Weltmeisterschaft in Deutschland bzw. Dänemark Platz vier holte.

EHRENAMT: CHANCE UND PROBLEM

Eines verbindet die Vereine: ehrenamtliche Arbeit. „Ohne die wertvolle Arbeit unserer Ehrenamtlichen gäbe es keinen Vereinssport“, formuliert DOSB-Präsident Alfons Hörmann drastisch. Insgesamt sind es weit über 8 Mio. Menschen, die sich im Sport und für den Sport auf freiwilliger Basis engagieren. Viele davon auch in den Mitgliedsvereinen des Freiburger Kreises, der eine Umfrage zum Thema Ehrenamt unter seinen Mitgliedern – den mitgliederstärksten Breitensportvereinen Deutschlands – durchgeführt hat.

89 % der 110 Befragten schätzen demnach die Arbeit der Ehrenamtlichen als unverzichtbar ein – 11 % bewerten diese als wichtig. Doch demgegenüber steht eine bedenkliche Entwicklung: Denn rund 43 % der befragten Vereine beklagen, dass die Arbeit der Ehrenamtlichen in den letzten fünf Jahren gesunken sei – und das obwohl knapp 59 % der Vereine die Anzahl an Ehrenamtlichen in den nächsten Jahren eigentlich erhöhen möchten und aufgrund der vielfältigen Aufgaben auch teilweise müssen. ◆

„MITGLIEDERENTWICKLUNG IST ALS QUERSCHNITTAUFGABE ZU VERSTEHEN“

Interview mit Andreas Silbersack, DOSB-Vizepräsident für Breitensport und Sportentwicklung, über die **Mitgliederentwicklung** der Sportvereine in Deutschland sowie **Erfolgsfaktoren bei der Mitgliedergewinnung und -bindung**.



Bild: Frank May, DOSB

Andreas Silbersack

Wie bewerten Sie insgesamt die Mitgliederentwicklung im deutschen Vereinssport in den letzten 15 Jahren?

SILBERSACK: Erfreulich stabil. Die Gesamtbevölkerung wächst weiterhin, die Sportvereine legen deutlicher zu. Seit 2000 haben wir 354.000 Vereinsmitglieder hinzugewonnen, die Anzahl der Vereine stieg um rund 1.400. In der aktuellsten Erhebung 2018

sind 27.430.682 Mitgliedschaften in 89.121 Vereinen dokumentiert. Wir bewegen uns damit besser als andere große gesellschaftliche Kräfte wie Kirchen, Parteien oder Gewerkschaften. Der Sport als sozialer Kitt der Gesellschaft ist intakt, die Angebote der Sportvereine sind für die Bevölkerung nach wie vor attraktiv.

Während der Organisationsgrad von Kindern und Jugendlichen seit 2000 steigt, sinkt die absolute Anzahl der jungen Vereinsmitglieder im Sportverein insgesamt. Womit ist das zu erklären?

SILBERSACK: Nun, die DOSB-Bestandserhebung weist aus, dass sich die absolute Zahl der Vereinsmitgliedschaften von Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahre in diesem Zeitraum von rund 7,8 Mio. auf 8,3 Mio. erhöht hat. Und dies obwohl die Anzahl der bis 18-Jährigen in der Gesamtbevölkerung von 2000 bis 2017 von 16,6 Mio. auf 14,4 Mio., d.h. um 13,3%, gesunken ist. Das erklärt dann auch den deutlichen Zuwachs im Organisationsgrad.

Mit welchen Herausforderungen haben Sportvereine im Jahr 2019 hinsichtlich der Mitgliederzahlen zu kämpfen? Was sind die zentralen Themenfelder?

SILBERSACK: Die Mitgliedszahlen entwickeln sich gut. Die größte Herausforderung besteht vielmehr darin, die Mitglieder zu überzeugen, sich ehrenamtlich im Verein zu engagieren, z.B. als Vorstandsmitglied oder als Trainer/innen und Übungsleiter/innen. Die Mitglieder in den Vereinen sind zwar bereit, sich punktuell einzubringen, etwa beim Kuchenverkauf bei Heimspielen oder beim Vereinsfest. Aber sie sind immer weniger bereit oder in der Lage, sich in langfristigem und regelmäßigem Engagement zu binden. Das ist tatsächlich ein existenzielles Problem, denn ohne Vorstandsmitglieder oder Trainer/innen kann der Verein nicht auf Dauer bestehen. Das ist kein exklusives Problem des Sports, damit haben alle Bereiche der Zivilgesellschaft zu kämpfen. Ein weiteres Problem liegt in der Gewinnung von jugendlichen Leistungssportlerinnen und Leistungssportlern. Häufig werden hier die immer längeren Anwesenheitszeiten von Kindern und Jugendlichen in der Schule als Ursache genannt. Dieser Trend macht es für die Sportvereine in der Tat nicht



Bild: Andrea Bowninkelmann, DOSB NRW

einfacher. Die eigentlichen Ursachen aber sitzen tiefer bzw. beginnen früher. Bewegung spielt eine immer geringere Rolle im Leben von Kindern. Im Kindergarten kommt sie zu kurz, in der Grundschule treffen Kinder kaum noch auf ausgebildete Sportlehrer/innen. Der Talentpool, aus dem Vereine und Verbände schöpfen können, wird immer kleiner, er trocknet aus. Mit fatalen Folgen für die Gesundheit der Gesamtbevölkerung, fehlender Leistungssportnachwuchs ist dann beinahe als Kollateralschaden zu betrachten.

Was sind aus Ihrer Sicht Erfolgsfaktoren bei der Mitgliederbindung und -gewinnung? Und welche Lösungsansätze und Angebote bietet der DOSB, um die Vereine zu unterstützen?

SILBERSACK: Eine gezielte und wirksame Mitgliederentwicklung setzt strategische Grundentscheidungen und systematische Organisationsentwicklung voraus. Auf Vereinsebenen sind hierbei die wichtigsten Fragen: Wollen wir mehr Mitglieder und können wir dies mit unseren ehrenamtlichen Kräften leisten bzw. brauchen wir hauptberufliche Unterstützung? Welche neuen Angebote passen zu unserem Verein, zu den verfügbaren Sportstätten und zu unserer Umgebung?

Im optimalen Falle ergänzen sich Maßnahmen auf Vereins- und Verbandsebene, bauen aufeinander auf und profitieren voneinander. Die Verbände müssen Mitgliederentwicklung als Querschnittsaufgabe verstehen und in allen Bereichen mitdenken. Und sie müssen über den Tellerrand schauen und mitverfolgen, wo andere erfolgreich sind und was nicht funktioniert hat.

Mit der „Vereinsapp“ unterstützen Sie Vereine im gewissen Maße bei der Digitalisierung. Was steckt dahinter und wie kommt dieses Angebot an?

SILBERSACK: Die App ist ein Service- und Kommunikationsmedium und dient der Vereinfachung von Prozessen in der täglichen Vereins- und Verbandsarbeit. Mitgliederverwaltung, Hallen- und Platzbelegung kann sie ebenso wie Interaktion mit Mitgliedern, Sponsoren, Fans und der Öffentlichkeit. 350 Vereine sind in der Startphase mit an Bord, die Zahl steigt langsam, aber stetig an.

Auch der eSport tritt mittlerweile im Breitensport in Erscheinung. Welches Potenzial und welche Gefahren sieht der DOSB im Bereich eSport für den Breitensport und die Vereine?

SILBERSACK: Virtuelle Sportspiele und eGaming haben ihren Platz in Jugend- und Alltagskultur. Auch wenn wir eGaming nicht als eigenständige sportliche Aktivität einordnen, unterstützen wir die Entwicklung von Qualifizierungen und von pädagogischen Konzepten für den Umgang mit elektronischen Sportartensimulationen und eGaming in Vereinen. Vereine können so ihre außersportlichen Angebote erweitern, gesellschaftliche Verantwortung für den Medienkonsum wahrnehmen und einen konstruktiven Umgang mit Computerspielen entwickeln. Dabei werben wir aber dafür, nur diejenigen eGaming-Aktivitäten anzubieten, die den Werten des Sports entsprechen. ◆



Bild: Andrea Bowinkelmann, LSB NRW



IM SCHATTEN DES FUSSBALLS

„**König Fußball**“ stellt alles in den Schatten, zumindest in Deutschland. Gleichwohl macht ein Vergleich mit anderen Sportarten nur bedingt Sinn. Vereine und Verbände müssen **kreative Wege finden**, langfristig Mitglieder zu gewinnen und zu binden.

2.109.683 – so groß ist die Differenz der Mitgliederanzahl zwischen dem Deutschen Fußball-Bund (über 7 Mio.) und dem Deutschen Turner-Bund, dem mit rund 5 Mio. Mitgliedern zweitgrößten Verband hierzulande. „König Fußball“ nimmt, insbesondere in Deutschland, zweifelsohne eine besondere Stellung ein. Das untermauern auch die Zuschauerzahlen der vergangenen Weltmeisterschaften. Mehr als eine Milliarde Fans verfolgte das Finale der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien 2014, als die deutsche Nationalmannschaft gegen Argentinien den vierten Titel gewann. Über das ganze Turnier waren an privaten Fernsehgeräten weltweit sogar insgesamt 3,2 Mrd. zugeschaltet, wie die FIFA mitteilte.

Die Weltmeisterschaft 2018 in Russland sorgte schließlich erneut für Rekorde. Nach Angaben des Welt-Fußballverbandes sahen sich kumuliert 3,572 Mrd. Zuschauer und damit beinahe die Hälfte der Weltbevölkerung (Personen ab vier Jahren) die offizielle Übertragung des Turniers an. Das Finale zwischen Frankreich und Kroatien am 15. Juli zählte demnach weltweit insgesamt 1,12 Mrd. Zuschauer. Zahlen, von denen die Akteure anderer Sportarten nur träumen können.

„EIN VERGLEICH MIT DEM FUSSBALL MACHT FÜR KEINE SPORTART SINN“

Allerdings ist ein Hinaufblicken zum Fußball, speziell in Deutschland, ohnehin wenig sinnvoll. „Ein Vergleich mit dem Fußball macht in Deutschland wohl für keine Sportart Sinn“, betont Christoph Büker, Leiter Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Basketball Bund e.V., und ordnet ein: „Wir konkurrieren eher mit dem Handball oder Volleyball. Da geht es schon in den Kindergärten und Schulen darum, die Kinder vom Basketball zu begeistern und ihnen attraktive Einstiegsangebote zu machen.“

Der DBB zählt (Stand Januar 2018) insgesamt 208.438 Mitglieder. Büker stimmt diese Dimensionen äußerst positiv: „Angesichts der stark veränderten Rahmenbedingungen – etwa die Demographie, Ganztagschulen, die Entwicklung elektronischer Medien etc. – sind wir mit den Zahlen, die einen bisherigen Höchststand kennzeichnen, zufrieden“, sagt er. „Unsere Mitgliederzahlen steigen leicht an. Das ist entgegen vieler anderer Sportverbände eine erfreuliche Tendenz.“ Wie auch bei anderen Randsportarten muss sich auch der Basketball-Sport dem Thema Mitgliedergewinnung annehmen und dabei langfristig innovative Wege gehen. Dabei kommt es laut Büker auch



auf eine gelungene Zusammenarbeit an: „DBB, Ligen und Landesverbände ziehen an einem Strang und setzen Schwerpunkte ihrer Aktivitäten vor allem im Bereich der Schule, manchmal sogar bereits im Kindergarten. Das können Patenschaften, Schulsportbesuche, Grundschulligen, die Minitrainer-Offensive und viele andere Projekte und Aktionen sein. Erfreulich ist, dass sich die Mitgliederzahlen besonders im ganz jungen Bereich steigern. Aber natürlich geht es auch darum, bereits in den Strukturen präsente Mitglieder zu halten und nicht nur für die Minis gute Angebote zu haben“, erläutert Büker. „Auch durch den Spielbetrieb bei den Seniorinnen und Senioren halten wir viele Mitglieder im Verband. BBL und DBB möchten künftig aber auch ganz neue Zielgruppen ansprechen und erschließen und sich nicht nur um den ‚Bestand‘ kümmern.“ Das sei, wie so häufig, allerdings „natürlich auch immer eine Frage der Ressourcen und finanziellen Mittel.“ ◆

„IN DER DIGITALEN KOMMUNIKATION GIBT ES FÜR VEREINE KEINE GRENZEN“

Interview mit **Boris Schmidt**, Vorstandsvorsitzender des Freiburger Kreises und Vorsitzender der TSG Bergedorf, über **Digitalisierung, alternative Mitgliederkommunikation** und **Sprechstunden via Facebook**.



Boris Schmidt

Bild: Freiburger Kreis

Ihr Verein beschäftigt sich intensiv mit der Digitalisierung und hat eine Strategie mit der Alexander Otto Sportstiftung entwickelt. Wann haben Sie angefangen, die Vereinsarbeit digital zu gestalten?

Schmidt: Wann genau wir angefangen haben, uns mit dem Thema zu beschäftigen, kann nicht genau terminiert werden. In den letzten Jahrzehnten ist die Digitalisierung

immer wichtiger geworden, auch in der Vereinsarbeit. Und wir möchten diesen Entwicklungen nicht hinterher laufen – sondern treffen zeitgemäße Entscheidungen. Wir müssen unser Angebot attraktiv gestalten und viele Umstellungen in der täglichen Arbeit sind gewachsen. Alle Mitarbeiter haben hier immer an einem Strang gezogen und den Verein mit voran getrieben.

Und wo stehen Sie aktuell? Welche Projekte setzen Sie gerade um bzw. was steht auf Ihrer To-Do-Liste?

Schmidt: Gemeinsam mit der Alexander Otto Sportstiftung haben wir als erste Maßnahme eine Bestandsaufnahme gemacht. Wo steht der Verein? Wo wollen wir hin? Außer-

dem haben wir Maßnahmen entwickelt, die Auswirkungen auf die nächsten zehn Jahre haben – und auch einen Kostenplan erstellt. In diesem Jahr werden wir zwei Maßnahmen umsetzen.

Wie sehen diese Maßnahmen aus?

Schmidt: Wir befinden uns gerade in der Entwicklung eines Mitgliederportals, das es bis jetzt so nicht gibt. Wir sind mit 11.000 Mitgliedern ein großer Verein und der Verwaltungsaufwand ist enorm. Allein zwei Vollzeitkräfte sind derzeit für Kursanmeldungen, die Mitgliederorganisation und die Pflege der Datenbanken zuständig. Wir wollen diese Verwaltungsarbeit mit einer entsprechenden Software vereinfachen. Die Mitglieder sollen sich über ein Online-Portal anmelden können, um beispielsweise Adressänderungen direkt online vornehmen zu können. Entsprechend dieser Angaben können unsere Mitarbeiter dann mit den Änderungen arbeiten, ohne ein ausgedrucktes Formular zu bekommen und in verschiedenen Listen Aktualisierungen vornehmen zu müssen. Das Portal soll aber noch mehr können, u. a. die Reservierung von Tennisplätzen, An- und Abmeldungen zu Kursen und die Auslastungsanzeige von Sportkursen. So sehen wir und die Mitglieder in Echtzeit, ob ein Kurs schon voll ist oder ob Teilnehmer kurzfristig

absagen mussten. Die zweite Maßnahme betrifft insbesondere unser Fitnessstudio.

Was genau planen Sie hier?

Schmidt: Eigentlich stehen hier gleich zwei Neuerungen an, die sowohl die Vereinsmitglieder betreffen als auch neue Mitglieder anziehen könnten. Wir wollen eine App für Sportler anbieten, die sich eher auf die drei Individualsportarten Laufen, Radfahren und Schwimmen konzentrieren. Sportler ohne Vereinsmitgliedschaft bei uns können sich für ein virtuelles Personal Training anmelden und werden über eine App von unseren Trainern beraten, bekommen Trainingspläne und Empfehlungen. Wer über eine Testphase hinaus weiter unser Studio und die App benutzen möchte, kann Mitglied werden.

Die zweite Neuerung ist eine Mitgliedskarte für unser Fitnessstudio. Mit dieser Karte kann man einchecken, die Umkleiden nutzen und im besten Fall auch bezahlen. Wir wollen ein bargeldloses Haus werden. Und alles soll über diese eine Mitgliedskarte laufen. Doch bei der Chipkarte hört es nicht auf. Eine Alternative dazu ist auch das Smartphone, deshalb hängen bei uns auch viele QR-Codes aus. Ganz ferne Zukunftsmusik ist der eingepflanzte Chip, der die Karte und das Smartphone ablöst. Ein Kollege im Freiburger Kreis hat sich einen solchen Chip zwischen Zeigefinger und Daumen einsetzen lassen – und kann damit alle Funktionen nutzen, für die dieser Chip freigeschaltet ist.

Haben Sie keine Angst, mit diesen Angeboten Ihre Mitglieder zu verschrecken?

Schmidt: Nein, denn der Chip in der Haut ist nur eine Möglichkeit. Es wird immer möglich sein, mit dem Ausweis oder dem Smartphone in die Halle zu kommen. Wir nehmen aber Trends wahr und stellen uns darauf ein. Es ist ja auch nicht sicher, ob diese Technologie in den nächsten Jahren noch ein Thema ist oder von einem anderen Trend abgelöst wird.



„Die Digitalisierung ist ein Thema, das alle Bereiche betrifft.“

Welche Kosten kommen bei diesen Projekten auf Sie zu und was werden Sie in den nächsten Jahren investieren (müssen)?

Schmidt: Wir wollen in den nächsten zehn Jahren jährlich rund 100.000 Euro investieren. In diesem Jahr werden für dieses Geld das Online-Portal und der Chip in der Mitgliedskarte umgesetzt und eingeführt.

Wie hoch ist der personelle Aufwand für Ihren Verein im Hinblick auf die Schaffung digitaler Angebote?

Schmidt: Vor einiger Zeit haben wir eine AG Digitalisierung gegründet, in der alle Verwaltungsbereiche vertreten sind. Die Digitalisierung ist ein Thema, das alle Bereiche betrifft und vieles vereinfachen kann. Deshalb ist auch die Beteiligung von allen gefragt. In der Arbeitsgruppe sitzen zwölf Personen, die auch jeweils einer kleineren Unter-AG angehören. So findet unter allen Mitarbeitern ein unter- und auch übergeordneter Austausch statt. Hauptamtlich gibt es derzeit eine halbe Stelle – die unseres Digitalisierungsmanagers. Diese Stelle wollen wir aber in der nächsten Zeit auf eine volle Stelle erhöhen.

Der DOSB bietet Vereinen Unterstützung bei der Entwicklung einer Vereins-App an. Haben Sie bereits eine App oder wäre dies ein nächster Schritt für die TSG Bergedorf?

Schmidt: Über den DOSB haben wir vor Jahren eine Vereins-App bekommen. Die genügt aber längst nicht →

mehr unseren Bedürfnissen und denen unserer Mitglieder. Im Zuge der Einführung des Online-Portals soll auch eine neue App die alte ablösen. Auch unsere Homepage ist immer im Wandel. Da aber sehr viele Mitglieder nur mobil auf die Seite schauen, müssen wir zusätzlich auch hier reagieren. Eine mobile Version unserer Homepage ist geplant und eben die neue App, die im Laufe dieses Jahres kommen wird.

Welche Vorteile bietet der digitale Sportverein? Welche Veränderungen gab es in der Kommunikation mit den Mitgliedern?

Schmidt: Unser Ziel ist nicht nur der bargeldlose Verein, sondern auch der papierlose. Mit unseren Mitgliedern kommunizieren wir ausschließlich via E-Mail. Wir haben unsere Satzung geändert, damit wir unsere Mitglieder mit einer E-Mail zur Jahreshauptversammlung einladen oder die Rechnun-

gen und er holt diese ab. Wir sparen mit der digitalen Kommunikation eine Menge Porto.

Wo sind Grenzen in der digitalen Kommunikation mit Mitgliedern?

Schmidt: Derzeit ist keine Grenze erkennbar. Auch die älteren Mitglieder kommen gut mit der digitalen Variante klar. Zwar ist der Aushang im Verein längst noch nicht ausgestorben, aber viele Mitglieder bekommen über E-Mails und die sozialen Netzwerke schon vorab mit, wenn sich etwas ändert.

Sie haben im März die erste Sprechstunde über Facebook angeboten. Wie kamen Sie auf diese Idee und wie wurde das Angebot genutzt?

Schmidt: Die ganz klassische Sprechstunde haben wir immer vierteljährlich angeboten, sie wurde aber kaum genutzt. Wahrscheinlich war kein Problem oder keine Frage so dringend oder groß, um zum Vorstand zu gehen. Deshalb wollten wir die Sprechstunde über Facebook ausprobieren. Und die kam gut an und wurde gut genutzt. Insgesamt wurden 15 Fragen gestellt und unser Live-Video hat über 800 Menschen erreicht. Das Interesse ist also da und wir werden diese Variante der Sprechstunde weiter anbieten.

Was raten Sie kleinen Vereinen, die sich zwar mit der Digitalisierung auseinandersetzen, aber keine großen finanziellen Mittel haben?

Schmidt: In digitale Kommunikationswege und eine Software zum Mitgliedermanagement zu investieren lohnt sich! Denn viele Strukturen und Arbeitsschritte werden einfacher, schneller oder fallen ganz

weg. Wenn beispielsweise Mitglieder ihre Daten selbst pflegen können. Das ist insbesondere für die Ehrenämter eine große Erleichterung, da die Belastung durch die Verwaltung minimiert werden kann. Das schafft Zeit, um sich anderen Dingen zu widmen. ◆

„Unser Ziel ist nicht nur der bargeldlose Verein, sondern auch der papierlose.“



Bild: Patrick Ronnebaum

gen zustellen können. Außerdem informieren wir über einen Newsletter über Aktuelles. Das klappt wunderbar, nur ein einziges Mitglied bekommt noch gedruckte Post. Und das ist einer unserer Ehrenvorsitzenden, der mit 85 Jahren kein digitales Postfach hat, sondern ein analoges hier in den Vereinsbüros. Dort legen wir seine Post hinein



SOCIAL MEDIA, APPS & CO.

Mit den sozialen Medien und Smartphones hat sich die Kommunikation im Alltag sehr verändert. Deshalb müssen sich auch Vereine den aktuellen Trends anpassen – und sollten hierfür eine eigene Strategie entwickeln.

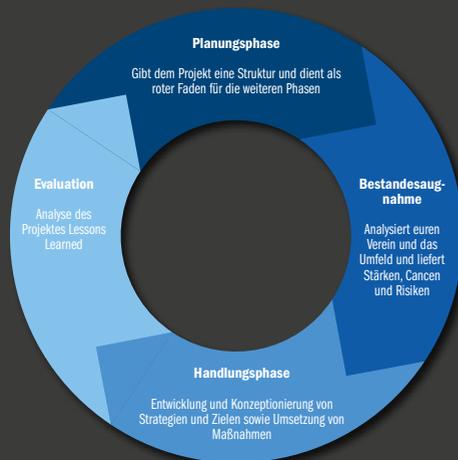
Über die sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram und Co. haben Vereine heute die große Chance, sich ihren Mitgliedern und auch Fans besonders offen und nah zu präsentieren. Man kann einen exklusiven Einblick in die Vereinsarbeit und die Mannschaften geben, in Echtzeit über Spiele und Ergebnisse berichten und Hintergrundinformationen liefern. Nicht nur die großen Profi-Clubs können so mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen, sondern auch der

Breitensport. Doch das passiert nicht einfach von heute auf morgen – nur wer eine Kommunikationsstrategie entwirft und verfolgt, kann erfolgreich im Netz unterwegs sein.

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG WICHTIG

Damit sich ein Verein digital zielgerichtet positionieren kann, müssen vier Phasen durchlaufen werden:

1. **Planungsphase:** In dieser Phase wird eine Struktur festgelegt, die sich wie ein roter Faden durch das Projekt zieht. Das Projektteam, das idealerweise aus Personen verschiedener Vereinsbereiche besteht, sollte sich hier immer auf ein einzelnes Projekt konzentrieren und einen Projektplan entwerfen.
2. **Bestandsaufnahme:** Hier sollte das Team den Verein und sein Umfeld genau analysieren, Stärken und Schwächen identifizieren. Nach dieser Analyse werden die Stärken bzw. Schwächen den Chancen und Risiken der digitalen Ausrichtung des Vereins gegenübergestellt.
3. **Handlungsphase:** Diese Phase ist der Kern des Projekts. Aus der Bestandsaufnahme in der zweiten Phase werden nun konkrete Ziele und Maßnahmen abgeleitet – und auch umgesetzt.
4. **Evaluation:** Nach der Umsetzung der Maßnahmen müssen diese evaluiert werden. Was ist gut gelungen? Was kann verbessert werden? Diese Reflexion der verfolgten Strategie zeigt Verbesserungspotenzial und Erfolge auf, die in die Digitalisierungsstrategie einfließen.



Quelle: Alexander Otto Sportstiftung

ESPORT – EINE CHANCE FÜR DEN BREITENSORT?

Noch immer wird darüber diskutiert, ob man **eSport und eGames** als Sportart akzeptieren sollte oder nicht. **Doch offenbar wünschen sich viele eSportler den Eintritt in einen Verein.** Eine Chance für kleine Vereine, um hier Mitglieder zu werben?

Viele Menschen haben eine konkrete Vorstellung vor Augen, wenn sie sich oberflächlich mit dem Thema eSport beschäftigen: Junge Männer und Frauen, die an Konsolen oder am Computer sitzen und „zocken“. Dabei ist das nur ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit. Eine Untersuchung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz zeigt, dass sich fast drei Viertel der aktiven eSportler die Professionalisierung ihres Sports und die Zugehörigkeit zu einem Verein wünschen – egal ob dieser lediglich eine einzelne Abteilung anbietet oder sich komplett auf eSports fokussiert.



©: Maria Hameck / Magdeburg eSports e.V.

„Wenige Menschen wissen, was und wer genau hinter diesem Sport steckt“, sagt Jonas Raltschitsch, der Verfasser der Studie. „Viele der befragten Spieler wünschen sich die Strukturen eines traditionellen Vereins, um ihren Sport professioneller zu betreiben.“ Dazu gehören die gemeinsame Vorbereitung in einem Trainingsraum, eine organisierte Teilnahme an einem Ligabetrieb und der direkte Austausch miteinander. „Bei diesem Wunsch besteht kein Unterschied zu Vereinsmitgliedern anderer Sportarten. Das Miteinander und die sozialen Beziehungen stehen hier im Vordergrund. Die Spieler wollen am Vereinsleben teilhaben – und das offline.“

Für Vereine könnte sich hier also die Chance bieten, neue Mitglieder zu gewinnen. Denn in Deutschland gibt es nach Einschätzung des eSport-Bund Deutschland e.V. (ESBD) drei bis vier Millionen eSport-affine Menschen – und die Mehrheit möchte sich im Amateurbereich organisieren. Mit geringem (finanziellen) Aufwand wäre die Einführung oder der Testlauf einer eSport-Abteilung für kleine Vereine zu realisieren: Computer oder Konsolen könnten leihweise angeschafft oder von den Interessierten mitgebracht werden, ein kleiner Trainingsraum mit Tischen und Stühlen dürfte in jedem Vereinsheim zu finden sein.

„Wichtig ist bei dem Angebot die Wahl der Spiele und Plattformen, auf denen aktiv trainiert werden soll bzw. die in das Portfolio eines Vereins aufgenommen werden“, sagt Martin Müller, Vizepräsident des ESBD. „PC-basierte Teamspiele eignen sich für die Gewinnung neuer Mitglieder im Besonderen, da sie eine gewisse Grundkenntnis von Technik voraussetzen und einen sehr hohen Kommunikationsanteil aufweisen. Ist ein Verein auf eine Sportart fokussiert, beispielsweise Fußball, bietet sich eher ein auf Konsolen und Sportspiele ausgerichtetes Konzept an, wie EA FIFA SPORTS 19. Hierbei steht eher die Mitgliederbindung im Vordergrund.“

Die Integration von eSport in Sportvereine bietet jedoch noch weitere Möglichkeiten, die für den Breitensport wichtig sein können. „Neben dem Wissen der Mitglieder hinsichtlich der Nutzung von Social-Media-Kanälen können Streaming-Angebote aufgebaut oder eSport-Events abgehalten werden. Damit ist die Steigerung der Attraktivität des Vereins für Sponsoren aufgrund steigender Reichweite und einer jungen Zielgruppe verbunden, die langfristig zu steigenden Einnahmen und neuen Erlösquellen führen kann“, findet Müller. ◆

„ESPORT KANN EIN TOOL ZUR MITGLIEDER-GEWINNUNG SEIN“

Martin Müller, Vizepräsident des **eSport-Bund Deutschland e.V.** und Vorsitzender des **Magdeburg eSports e.V.**, über die **Professionalisierung** der neuen Sportart und ihr **Potenzial** für traditionelle Vereine.



Bild: Jonas Junge

Martin Müller

Wie sieht aktuell die Zusammenarbeit von DOSB und dem eSport-Verband aus?

MÜLLER: Aus Sicht des ESBD besteht das Angebot an den DOSB zu einer institutionalisierten Zusammenarbeit.

Auf verschiedenen Ebenen wird heute schon zwischen eSport und organisiertem Sport kooperiert, auf der Bundesverbandsebene ist jedoch noch eine Annäherung notwendig. Aktuell ist die Position des DOSB sehr auf den Bereich der Sportspiele begrenzt, der jedoch nur einen kleinen Teil des eSport ausmacht und sich nicht mit unserer ganzheitlichen Auffassung unseres Sports deckt. Wir sehen insgesamt ein hohes Potenzial Wissen zwischen den Welten auszutauschen und so zu einer positiven Entwicklung von eSport – und auch Sportvereinen – beizutragen.

Welches Potenzial sehen Sie im eSport für den Breitensport? Warum sollten sich Vereine eSport gegenüber offen zeigen?

MÜLLER: In Deutschland werden etwa 3 bis 4 Millionen eSportler gezählt, die größtenteils unter 35 Jahren alt sind. Diese Spieler, die sich an Wettbewerben in Videospiele betätigen, sind aktuell eher lose und häufig online organisiert. Sportvereine können hier Mehrwerte bieten, die in der bisherig vorherrschenden Online-Organisation nicht umsetzbar sind. Wird ein Trainingsraum geschaffen, eine lokale Infrastruktur aufgebaut und ein organisiertes Training angeboten, besteht für einen Sportverein die Möglichkeit eSportler aus der Umgebung zu binden, eigene Teams aufzubauen und auch die Spieler

positiv in ihrer Entwicklung zu begleiten. Je nach Ausrichtung des Vereins kann eSport damit ein Tool zur Gewinnung neuer Mitglieder sein, die eine hohe Motivation zur Organisation und gleichzeitig umfangreiches Digitalisierungs- sowie eSport-Wissen mitbringen.

Welche Herausforderungen kommen auf Vereine zu, wenn sie eine eSport-Abteilung gründen wollen? Was müssen die Vereine vorab wissen?

MÜLLER: Die größte Herausforderung für einen Verein ist die Aufstellung eines tragfähigen Konzeptes unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen. Insbesondere die ersten Schritte in den eSport sind für traditionelle Vereine nicht immer einfach, da der Bereich in vielfacher Hinsicht komplex ist. Es ist also wichtig, sich zuerst einen Überblick über die Sportart als Ganzes zu verschaffen und die Ziele des Vereins zu definieren. Darauf aufbauend sollte das Vereinsumfeld auf vorhandenes Know-How geprüft werden. Die größte Herausforderung ist in der Folge der Betrieb und die Aufrechterhaltung von Mehrwerten für Spieler und Verein. Dabei ist der Trainingsraum ein zentraler Punkt, der letztendlich finanziert und auch betrieben werden muss.

Wie hoch ist der finanzielle und zeitliche Aufwand? Und lohnt sich dieser Aufwand?

MÜLLER: Der zeitliche und finanzielle Aufwand hängt stark vom Konzept des Vereins ab. In der einfachsten Variante mit zwei Konsolen in einem Vereinsheim ist der Aufwand, wie auch die Chancen für den Verein, überschaubar. Organisiertes Training in Team-Spielen jedoch erfordert zwei bis drei Trainingseinheiten je Woche, idealerweise in einem Vereinstrainingsraum, der zudem gewartet werden muss.

Grundsätzlich kann jeder Verein den finanziellen und zeitlichen Aufwand selbst steuern. Mit einem umfassenden Wissen über eSport und engagierten Vereinsmitgliedern ist der Start einer eSport-Sparte fast ohne finanzielle Mittel möglich.

Welche Unterstützungsmöglichkeiten können Sie anbieten?

Müller: Wir können grundsätzlich Wissen zur Verfügung stellen und Kontakt zu anderen Vereinen mit eSport-Erfahrung herstellen. Abhängig von freien personellen Kapazitäten beraten wir zusätzlich Vereine bei konkreten Fragen. Die Vereine der Abteilung Breitensport des ESBD befinden sich zudem im beständigen Austausch miteinander und unterstützen sich beispielsweise bei Events. Unser Verband als solcher arbeitet derweil am Ausbau der eSport-Strukturen und ist eine zentrale Anlaufstelle für die Anliegen von Vereinen. ♦

INTEGRATION DURCH SPORT UND VEREINSARBEIT

Sport verbindet – und kann Brücken bauen. Deshalb engagieren sich viele Vereine in der **Arbeit mit geflüchteten Menschen**. Bei den damit verbundenen Herausforderungen werden sie **von den Sportverbänden in vielen Bereichen unterstützt** – auch im Mitgliedermanagement.

Nicht erst seit 2015, als fast eine Million Menschen nach Deutschland geflüchtet sind und das Thema hoch politisch wurde, beschäftigen sich die Vereine hierzulande mit der Integration Geflüchteter. Seit Herbst 2006 ist die Integration fest in den Strukturen des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) verankert, der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) hat schon 1989 das Projekt „Sport für alle – Sport mit Aussiedlern“ ins Leben gerufen, um Menschen mit Migrationshintergrund am Vereinsleben teilhaben zu lassen. Heute gibt es das DOSB-Programm „Integration durch Sport“ und die DFB-Initiative „2:0 für ein Willkommen“, die vom Bund gefördert werden und jährlich Tausende Vereine und Projekte unterstützen.

Über alle Sportarten hinweg können bei dem gemeinsamen Sporttreiben Vorurteile abgebaut und gesellschaftliche Hürden überwunden werden. Vereine

übernehmen in der Integrationsarbeit eine große gesellschaftliche Verantwortung. „Fußball kann vieles schaffen, was man durch Politik und andere Bereiche nicht schafft“, sagt der ehemalige Fußballprofi und DFB-Integrationsbeauftragte Cacau, der 1999 aus Brasilien nach Deutschland kam und seit 2009 auch einen deutschen Pass besitzt. Wichtig sei sagt er, die Sprache zu lernen und sich anzupassen. Er wünscht sich Herzlichkeit und Offenheit im Umgang miteinander. „Damit erreichen wir sehr viel. Es ist nicht die Frage ob, sondern wie man die Vereine bei diesen Fragen unterstützt. Der DFB tut sehr viel, um die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit Integration besser gelingt.“ In der Saison 2017/18 haben sich fast 45.000 Ausländer neu in deutschen Fußballvereinen angemeldet. Zudem nehmen viele Flüchtlinge am Trainingsbetrieb teil und beantragen eine Spielerlaubnis. Ein Beleg für die Integrationskraft des Fußballs.



Bild: SC Condbr

Auch der DOSB findet, dass auch andere Sportarten sehr gut dafür geeignet sind, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. „Die 16 Programmleitungen in den Landessportbünden und -jugenden beraten und begleiten Vereine und Verbände, bieten interkulturelle Qualifizierungen an und unterstützen sie mit einer angemessenen Finanzierung“, sagt Andreas Silbersack, DOSB-Vizepräsident für Breitensport und Sportentwicklung. „Das versetzt bundesweit mehrere Tausend Sportvereine in die Lage, Menschen mit Migrationshintergrund und Geflüchteten konkrete und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote zu machen,

die oft über reine Sportkurse oder Trainingsgruppen hinausreichen.“

Doch nicht immer reicht die finanzielle Unterstützung durch die Bundesverbände aus, um dem großen Interesse der geflüchteten Menschen an Sportangeboten gerecht zu werden. Susanne Gleeson, Integrationsbeauftragte beim SC Condor von 1956 e.V., und Kerstin Philipp, Leiterin des Sportbüros bei Condor, sind seit Jahren in der Flüchtlingsarbeit aktiv. Von 2010 bis 2013 und seit 2017 hat der Hamburger Verein den Status eines Stützpunktvereins im Bundesprogramm „Integration durch Sport“. „Schon bevor wir Stützpunktverein waren gab es über den Hamburger Sportbund (HSB) eine kostenlose Beratung mit externen Beratern, damit wir konstruktiv an das Thema Integration herangehen konnten“, sagt Kerstin Philipp. „Es gab eine finanzielle Unterstützung und Fortbildungen, Workshops und Stützpunktvereinstreffen.“

Seit 2017 gibt es die Stelle der Integrationsbeauftragten, deren Amt Susanne Gleeson innehat. „Wir leben die Integration. Bei uns hat fast die Hälfte der Mitglieder einen Migrationshintergrund – einschließlich mir“, sagt Susanne Gleeson. Die beiden Frauen stecken gemeinsam mit etwa 30 ehrenamtlich Tätigen viel Herzblut und Zeit in Projekte, die sowohl für Vereinsmitglieder als auch geflüchtete Menschen angeboten werden. Von Fußballtrainings für Jungs über Bewegungsangebote in Unterkünften und einem Sportprogramm für Frauen aus aller Welt.

GROSSE BELASTUNG FÜR DAS EHRENAMT

Aber trotz einer finanziellen Förderung durch den HSB oder den DÖSB kämpft der Verein mit der Kostenintensität der Integrationsarbeit. „Das Ehrenamt ist am Limit und der Verein zahlt jedes Jahr drauf, um die Menschen an unserem Vereinsleben teilhaben zu lassen“, erzählt Susanne Gleeson. Damit die Kinder, Männer und Frauen an sportlichen Aktivitäten und am Spielbetrieb teilnehmen können, überlegt der Verein die entsprechenden Beiträge zu reduzieren. „Für die Erwachsenen erhalten wir keine finanzielle Unterstützung oder Bezuschussung. Und die Bei-



träge decken sich längst nicht mit den Kosten für unsere Übungsleiter. Doch die Menschen haben nicht das Geld, um selbst für die Mitgliedschaft aufkommen zu können.“

Aktuell nehmen 20 bis 25 Frauen wöchentlich an einem kostenlosen Sport- und Fitnesskurs am Vormittag teil – über zwei Drittel der Teilnehmerinnen sind ausländische Frauen. Das Interesse an diesem Angebot ist so groß, dass sich eine zweite Gruppe lohnen könnte. „Hier haben wir aber das Problem, dass die Frauen nur am Vormittag Zeit haben, denn am Nachmittag haben sie familiäre Verpflichtungen“, sagt Kerstin Philipp. „Und zu dieser Uhrzeit bekommen wir keine Halle. Dabei ist gerade die Regelmäßigkeit und Struktur besonders wichtig für die Teilnehmerinnen.“ Denn nicht nur der Sport steht hier im Vordergrund, sondern auch der Austausch untereinander und mit den Übungsleiterinnen. „Die sind auch Ernährungsberaterinnen. Weil viele Frauen die deutsche Küche und die deutschen Supermärkte nicht kennen, haben sie es mit ihren Gerichten hier schwierig – und leben ungesünder.“

Der Wunsch nach mehr Unterstützung – ob in finanzieller oder personeller Hinsicht – ist groß. „Das Thema Integration wird das Thema der nächsten 10 bis 15 Jahre“, sagt Susanne Gleeson. „Unser Verein wird hier weiter aktiv sein und allen Mitgliedern vermitteln, dass die Geflüchteten unsere Vielfalt bereichern und dies auch eine Chance für die Zukunft ist.“

KERNAUFGABEN: MITGLIEDER- UND FINANZ- MANAGEMENT

Weit über 20 Mio. Menschen beteiligen sich als Mitglieder in deutschen Sportvereinen. In kleinen wie auch großen Vereinen zählt das Management der Mitglieder sowie das Rechnungswesen und Controlling zu den zentralen Aufgaben der Vereinsführung.

Das Spektrum der Bearbeitungstiefe orientiert sich sicher wesentlich an der Anzahl der Mitglieder aber auch an anderen Einflussfaktoren. Hierzu zählt im Wesentlichen der Wunsch, die Mitglieder sowohl individualisiert als auch automatisiert anzusprechen und einzubinden. Die Verbindung zu anderen Bereichen stellt weitere Herausforderungen an innovative Softwarelösungen, wie z.B. Zugangssysteme im Aktiviensport oder die Anbindung an übergreifende CRM-Module im Zuschauersport.

Ausgangspunkt der meisten speziellen Softwareprogramme sind die Kernprozesse der Kundenbearbeitung: Mitgliedsdaten erfassen, -status festlegen und -gebühr möglichst automatisiert einziehen. Variable Zahlungsoptionen, variierende Mitgliedschaftsmodelle und -gebühren, automatisierte Mahnverfahren, Anbindung an das Onlinebanking oder sogar die nahtlose Einbindung in eine vereinseigene Finanzbuchhaltung zählen weiterhin zu den wichtigsten Anforderungen des Mitgliedermanagements, welche eine Software beinhalten muss. Genauso sollen die sportverbändlichen Meldungen einfach erfolgen können.

Mit der Vereinsgröße und dem Wunsch nach zeitgemäßem Beziehungsmanagement steigen die Anforderungen sukzessive

an. Auf der einen Seite möchten Vereine mittels statistischer Analysen mehr über ihre Mitglieder erfahren. Darüber hinaus sollten die Mitgliederdaten sortiert und gefiltert für einzelne Sparten und Gruppen im Verein zugänglich sein, um so auch das Management in den Abteilungen oder Mannschaften zu optimieren. Mitglieder sollen nicht nur durch einen Geburtstagsgruß aktiv angesprochen, sondern auch zielgerichtet über Angebote und Ereignisse informiert werden.

Der digitale Wandel wird offensichtlich das Mitgliedermanagement zunehmend in eine technologische CRM-Welt aufgehen lassen. Hier zählen einzelne, große Fußballbundesligisten zu den Vorreitern. Dennoch scheint es wenig spekulativ, dass kleinere zuschauerorientierte Clubs, Großsportvereine und anschließend auch kleine Vereine des Breiten- und Leistungssports folgen werden.

Neben der Integration und Weiterentwicklung hin zu CRM-Plattformen modernisiert sich die Mitgliederverwaltung durch die Anbindung und Integration an weitere Bereiche der Administration. Zukünftige sollen nicht nur Mitgliedsbeiträge in ein digitales Dokumentenmanagement überführt werden. In Kombination mit digitalen Chip- bzw. Smartcards und Zugangssystemen zu Sportstätten sollen das Facilitymanage-

ment vereinfacht und Auslastungen besser gesteuert werden. Integrative Vereinsapps auf den Mitgliederhandys vereinfachen zukünftig die Mitgliederverwaltung und eröffnen Administrations-, Kontroll- und Kommunikationspotenziale.

BUCHHALTUNG UND RECHNUNGSWESEN: MAKE OR BUY?

Wie bei vielen kleinen und mittelgroßen Unternehmen stellt sich diese Frage bei zahlreichen Sportorganisationen im Finanzbereich. Buchen die Vereine ihre Geldein- und -ausgänge inhouse oder wird die Buchführung durch einen Steuerberater erledigt? Gleichzeitig operieren viele Vereine neben dieser „Ganz-oder-gar-nicht“-Entscheidung mit Zwischenschritten hinsichtlich einzelner Teilaufgaben. Hierbei müssen die Prozesse der Buchführung, genauso wie deren wichtigste Inhalte sowie die Erweiterungen hinsichtlich komplexerer Controlling- oder Rechnungslegungsfragen separiert betrachtet werden.

Final bucht die Finanzbuchhaltung alle Vorgänge, die zur Bilanzierung sowie zur Gewinn- und Verlustrechnung notwendig sind. Vereine, die diesen Anforderungen gegenüberstehen, beschäftigen sich demnach nicht nur mit dem Einzug von Mitgliederebühren, sondern auch mit Fragen zur Lohn-, Debitoren-, Kreditoren- und Anlagenbuchhaltung. Des Weiteren müssen steuerrechtliche Zuordnungen der Einnahmen und Aufwendungen beachtet werden. Geeignete Softwareprogramme vereinfachen auch die Administration etwa von Spenden oder Sponsoringeinnahmen. Für die externe Datenaufbereitung und weitere Fragen zur Rechnungslegung bieten Softwareprogramme auf Basis der doppelten Buchführung und geeigneter Kontenrahmen unterschiedliche Optionen. Diese reichen von automatisierten Reports zur GuV, der EÜR, der Vermögensaufstellung bis hin zur Bilanz, inklusive der automatischen Zuordnung zu den steuerlichen Vereinsphä-

ren (ideeller Bereich, Vermögensverwaltung, Zweckbetrieb oder wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb).

Notwendige wie auch gewünschte Instrumente des Finanzmanagements bzw. Controllings können das Spektrum der Finanzsoftware abrunden. So kann etwa der Haushaltsplan auf die Vorjahresdaten aufbauen und damit schneller geplant werden. Von ganz besonderer Bedeutung sind sicher auch rollierende Soll-Ist-Analysen, die zugleich Basis für Liquiditätsprognosen darstellen. Ebenfalls kann der Kontenplan zielgerichtet durch Kostenstellen und -arten Zuordnungen erweitert werden, um Angebote und Produkte im Kontext einer Kosten- und Leistungsrechnung zu überprüfen.

WELCHE TECHNOLOGISCHEN WEGE ERÖFFNEN SICH IM FINANZMANAGEMENT?

Dem Wunsch, alle vorgenannten Funktionen zu nutzen, stehen einige technische wie natürlich auch personelle Herausforderungen im Weg. Doch auch dem, der aufgrund geringer Ressourcen, die Buchhaltung und den Jahresabschluss durch einen Steuerberater abwickelt, stehen technische Optionen zur Verfügung. Controllingsoftware oder spezielle BI (Business-Intelligence)-Programme ermöglichen die automatisierte Integration und damit Nutzung der Buchhaltungs- sowie ggfs. weitere Mitglieder, Zuschauer- oder Sponsorendaten. So können weitreichendere Analysen erstellt und individuellere Planungsfunktionen etwa für unterschiedliche Szenarien aufbereitet werden. Berichte automatisiert zu erstellen, Plan- und Ist-Daten ezu sammeln und vielfältige Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung zu nutzen, wird durch spezielle Softwaredienstleister ebenfalls vereinfacht. Diese Anbieter können das Leistungsspektrum der Berichterstattung →

| Produktgruppe | Mitgliedermanagement | | |
|----------------------|--|--|--|
| Ausgewählte Anbieter | Anbieter X | Anbieter Y | Anbieter Z |
| Funktionen | Mitgliederverwaltung, Rundschreiben, Bestandserhebung, Beitragseinzug, Ehrungen, Jubiläen, Rechnungswesen, Beitragseinzug, Verwaltung von Ämtern + Abteilungen, flexible Exportmöglichkeiten | Mitgliederverwaltung, Mitgliederdaten, Mitgliederlisten, Mitgliederstatistik, Beitragseinzug, Finanzen, Vereinsdaten | Mitgliederverwaltung, Mahnwesen, Beitragseinzug, Terminplaner, Studioverwaltung, Statistiken, Arbeitszeiterfassung |
| Kernfunktionen | Mitgliederverwaltung, Beitragseinzug | | |

eines Steuerberaters oder der üblichen Buchhaltungsprogramme erheblich erweitern. Regelmäßig Reports können so beispielsweise für die Vereinsführung oder für die Lizenzierungsverfahren der DFL, HBL oder BBL quasi auf Knopfdruck erstellt werden.

Auch wenn die reinen Kaufkosten solcher Programme überschaubar sind, führt die Kombination aus Schulungs- bzw. Personalaufwand bzw. Kauf- und Betriebskosten sowie ständiger Überprüfung von Schnittstellen zu anderen Systemen zu erneuten Hürden für die Nutzung entsprechender Programme.

Die Verbindung von Buchhaltungsfragen mit Kassensystemen, Absatzdaten und/oder auch der Warenwirtschaft erfordert ebenfalls umfassendere und integrativere IT-Systeme. Im Abschnitt „ERP-Systeme“ zeigen wir auf, welche Funktionen, Weggabelungen und Herausforderungen es in diesem Kontext zu beachten gilt.

WEITERE ADMINISTRATION: PROJEKTE, TERMINE, UND VERTRAGS-, FACILITY-, ZUGANGSMANAGEMENT

Die weiteren Automatisierungen und Vereinfachungen des Managements können über spezielle Mitglieder- und/oder Finanzwirtschaftssysteme hinausgehen. Neben den Technologien die (un)mittelbar die Wertschöpfung bzw. Verkaufsprozesse stützen, stehen eine Reihe von Softwareprodukten zur Verfügung.

Ein geeigneter Ausgangspunkt für die Steuerung interner Aufgaben können bereits Online-Kalender sein, die um modulare Projektplanungen erweitert werden können. Google, Doodle bis Trello zählen zu Plattformen, die kostenfrei kleine Erweiterungen darstellen. Final können auch Projektsteuerungstools und Personaleinsatzpläne bei großen Clubs und Events die Organisation vereinfachen.

Neben der „Allzweckwaffe“ Excel können insbesondere bei größeren Sportclubs und -verbänden Verträge mit Dienstleistern, Zulieferer, Kunden, Spielern oder Mitarbeitern durch Softwareprogramme vereinfacht werden.

Eine Gruppe von Softwareapplikationen bietet sich an, wenn Stadien, Hallen oder andere Sportanlagen durch die Sportorganisationen betrieben werden müssen. Hierzu gehören insbesondere Zugangssysteme für Zuschauer oder Sportler. Diese Systeme umfassen zwar zunächst die notwendige Hardware wie Drehkreuze und Scanner, jedoch müssen hier Schnittstellen zu anderen Datenbanken hergestellt werden, um keine doppelten Daten zu produzieren.

Zahlreiche Buchungsprogramme für Sportstätten etwa beim Tennis, Golf oder vor allem in der Fitnessbranche zählen zu einem weiteren wachsenden Softwareteilmarkt im Sport. Auch hier wächst die Bedeutung a) der Vernetzung zu anderen Systemen, wie dem Mitglieder- oder Finanzmanagement sowie b) zukünftig über alle Kundendevice erreichbar zu sein. Für die Administration sollten Raumplanungs- und Auslastungsanalysemodule angebunden werden. ◆

| Produktgruppe | Buchhaltung | | |
|----------------------|---|---|---|
| Ausgewählte Anbieter | Anbieter X | Anbieter Y | Anbieter Z |
| Funktionen | Mitgliederverwaltung, unbegrenzte Mitgliederanzahl, Beitragsrechnungen, SEPA-Lastschriften, Online-Banking, Mahnläufe, Spendenverwaltung, Haushaltsplan, doppelte Buchführung, Vereinsbuchhaltung | Mahnläufe, Buchhaltung + Finanzen, Auftrag + Warenwirtschaft, Personalabrechnung + HR, Marketing + Vertrieb, Unternehmenslösungen, Abrechnungsservice, Formular-Service, SEPA-Lastschriften, Vereinsbuchhaltung | Beitragsrechnungen, Mahnläufe, Vereinskasse managen, Veranstaltungen organisieren, Auswertungen, Übersichten + Statistiken erzeugen, SEPA-Lastschriften, Mitgliederverwaltung, unbegrenzte Mitgliederanzahl |
| Kernfunktionen | Mahnläufe, Vereinsbuchhaltung, Kontenpläne, Reports für GuV und Haushaltsplan | | |

„AKTENORDNER UND EXCEL-TABELLEN SIND NICHT MEHR DER GANGBARE WEG“

campai tourt durch Deutschland und stellt sich den Vereinen vor.

Die Vereinssoftware campai startet seine Tour durch Deutschland. Gemeinsam mit der Unterstützung von Landessportbünden und Kreissportbünden präsentiert das Berliner Startup seinen Service zur Digitalisierung der Vereinsverwaltung den Vereinsvertretern vor Ort. Zusammen mit dem jeweiligen Kreissportbund demonstriert campai derzeit in Sachsen, wie man Vereinsmitglieder modern und effizient verwaltet und organisiert.

Den Auftakt bildete eine Veranstaltung im mittelsächsischen Frankenberg. Benjamin Kahlert, Geschäftsführer des KSB Mittelsachsen, unterstützt campai bei der Mission, den Vereinen viel Zeit und Aufwand bei der Organisation und Kommunikation abzunehmen. „Wir wissen, dass die Digitalisierung viele Vereine berührt und viele Vereine haben es auch auf dem Schirm. Aktenordner und Excel-Tabellen sind eigentlich nicht mehr der gangbare Weg. Es braucht eine allumfassende Vereinssoftware, was campai auch bietet.“

Im Anschluss an die Präsentation in Frankenberg waren sich die Zuhörer einig, dass es Lösungen wie die von campai braucht, um die Vereinsverwaltung einfacher zu gestalten. Junge Menschen für ein Ehrenamt zu gewinnen ist schwer. Eine moderne Vereinssoftware reduziert den Aufwand erheblich und damit kommt Frust erst gar nicht auf bei Jüngeren. Aber es gebe eben noch Berührungspunkte bei einigen älteren Mitgliedern.

Wenn dann junge Menschen dazustoßen würden und sagen, sie haben diese und jene Idee, könne das einige verschrecken. Dabei haben die Älteren ja das wertvolle Funktionswissen über die Abläufe in den Vereinen. Es dürfe nicht so überkommen nach dem Motto 'Was ihr da gemacht habt, ist gut und schön, aber das wollen wir jetzt nicht mehr'. Sondern diese Menschen müssen mitgenommen werden, auch – oder gerade – bei der Digitalisierung.

„Es muss ein Weg skizziert werden, wie dieser Prozess zwischen Älteren und Jüngeren aussehen kann. Bei dem keiner überfordert ist. Und bei dem keiner Angst haben muss, dass er überflüssig wird“, sagte KSB-Geschäftsführer Kahlert.



Bild: campai

Unter den Vereinsvertretern war Denny Haunstein, Vorsitzender des SV Wacker Auerswalde. „Wir haben bei 450 Mitgliedern einiges zu organisieren. Digitalisierung heißt dabei für mich, dass die Dinge einfacher werden und Prozesse uns dabei helfen, als Verein effizienter zu arbeiten. Die Digitalisierung kennt jeder aus seinem Privat- und Berufsleben. Warum sollte das vor dem Vereinsleben halt machen? Wir schauen uns campai nach dieser Präsentation definitiv an, nutzen den Einrichtungsservice zum kostenlosen Testen und werden es im Vorstand besprechen.“ Susanne Lößner, Vorsitzende des SV Schönerstadt, arbeitet beruflich mit komplexen Verwaltungssoftware-Lösungen und lobte, wie sehr bei campai die eigentliche Komplexität einer Vereinssoftware in eine einfach zu bedienende Lösung umgewandelt wurde. Was vielen Nutzern gar nicht auffalle, ihr jedoch aufgrund ihrer Erfahrung sofort ins Auge gefallen ist. ♦



campai GmbH

Klosterstr. 44
D – 10179 Berlin

Tel.: +49 30 12087415
E-Mail: info@campai.com
Internet: www.campai.com

Durchstarten mit Mitgliedsausweisen

Vereinsausweise als Instrument zur Mitgliederbindung

Die Freiluftsaison steht vor der Tür. Ein guter Zeitpunkt, um sich mit der Einführung von Mitgliedsausweisen zu befassen. „Mitgliedsausweise können mehr als man auf den ersten Blick denkt“, sagt Rudolf Ehrlich, Leiter Sportentwicklung beim Deutschen Sportausweis, „nicht nur als Instrument zur Mitgliederbindung kann ein Ausweis das zentrale Element sein.“ Mitglieder haben damit ihren Verein 365 Tage im Jahr bei sich. Gerade das erste Halbjahr eignet sich erfahrungsgemäß bestens, um die Einführung eines neuen, innovativen Mitgliedsausweises bekanntzugeben.

Mitgliedsausweise gibt es in verschiedensten Formen: die Bandbreite reicht von selbstgedruckten Papierkarten bis hin zu hochkomplexen Angeboten mit Chipmodulen. Mit dem Sportausweis haben die Verbände für ihre Vereine einen einheitlichen Standard entwickelt. Er ist ein klassischer Mitgliedsausweis, der aufgrund der Sportausweisfunktion vereins- und verbandsübergreifend einsetzbar ist. Jeder Sportverein, der innerhalb des DOSB organisiert ist, hat das Recht, diese Mitgliedsausweise für den Verein zu beantragen. Es wurden vielfältige Varianten entwickelt, durch die der Ausweis den spezifischen Bedürfnissen eines Vereins angepasst werden kann.

Kern des Gemeinschaftsprojekts des organisierten Sports ist die SportID, eine 16-stellige eindeutige Nummer, die es in dieser Form wohl noch nicht gegeben hat. Da schon viele IT-Systeme die Verarbeitung der SportID in den Programmen vorsehen, ist ein modulares Baukastenprinzip entstanden, das ständig um neue Funktionen und Einsatzzwecke wächst. Somit lassen sich anhand der SportID – ob per Ausweis oder als mobile Anwendung – viele Anforderungen steuern, die ein moderner Verein im Alltag nutzt. Das Spektrum reicht von A wie Authentifizierung bis Z wie Zutrittskontrolle.

„Die Sportausweisfunktion gehört zu den sichersten und modernsten Plattformen im Sport“, führt Rudolf Ehrlich weiter aus. „Durch den einheitlichen Standard ergeben sich völlig neue Potenziale, die bisher nur großen professionellen Vereinen vorbehalten waren. Jetzt kann jeder Verein von diesen Anwendungen profitieren.“ Um für Vereine zusätzliche Einsatzzwecke zu erschließen und eine reibungslose Verarbeitung der Daten zu gewährleisten, werden laufend neue Unternehmen aus verschiedenen Branchen zertifiziert. Elemente dieser Zertifizierung sind ein umfangreiches Datenschutzaudit, die Freigabe von Synchronschnittstellen sowie die Prüfung der Kompatibilität der 16-stelligen Nummer im täglichen Einsatz. So werden laufend neue Anwendungen und Akzeptanzstellen geschaffen um den organisierten Sport zu stärken.

Die vereins- und sportartenübergreifende Einsetzbarkeit der Sportausweisfunktion ist in dieser Form weltweit einzigartig. Auf Basis des einheitlichen Standards wurden bereits viele Anwendungen von teilnehmenden Vereinen entwickelt, realisiert und werden im Alltag regelmäßig genutzt. Vereine mit eigenen Sportanlagen schätzen die maschinelle Lesbarkeit des Ausweises und nutzen dies für Zugangskontrollen zu ihren Sportstätten. „Es ist klar, dass nicht jeder Verein über eigene Sportstätten verfügt und dafür dann eigene Zugangssysteme benötigt“ so Ehrlich, „dafür eröffnen sich kleinen Vereinen völlig andere Mehrwerte, da sie ihren Mitgliedern exklusive Vergünstigungen anbieten können“. Die Vermarktungshoheit bleibt dabei selbstverständlich beim Verein – er erhält sogar ein Werkzeug, um bestehende Sponsoren stärker an den Verein zu binden oder neue Partner zu gewinnen.

Unabhängig davon, ob es um Mitgliederverwaltung, Sponsoring oder um Einkaufsvorteile bei Partnern geht, ein Mitgliedsausweis mit Sportausweisfunktion senkt die Ausgaben des Vereins, wodurch wiederum Geldmittel für andere Projekte frei werden. ◆

ÜBER DEN DEUTSCHEN SPORTAUSWEIS

Der Deutsche Sportausweis ist der offizielle Ausweisstandard des DOSB, von Landessportbünden und Spitzenverbänden zur Förderung des organisierten Sports. Der Sportausweis ist der Mitgliedsausweis für alle Sportvereine, die dem DOSB bzw. seinen Mitgliedsorganisationen angeschlossen sind.

Weitere Informationen: www.sportausweis.de/info



bis
15%
Rabatt

SAXOPRINT fördert Sport und Ehrenamt

-  Transparente Preise
-  Persönlicher Ansprechpartner
-  Kauf auf Rechnung
-  Vorteile für den Sport
-  Druckbrillanz
-  Termintreue

Alle Informationen unter:

www.saxoprint.de/sportausweis

„DIE ZUKUNFT DES SPORTS IST DIGITAL“

Seit mittlerweile 10 Jahren gibt es den Deutschen Sportausweis. Im Interview blickt, **Stephan Penz**, Geschäftsführer der ersten Stunde zurück auf die wichtigsten Meilensteine in der Entwicklung sowie zukünftige Themen wie die **Digitalisierung im Sport**.



Stephan Penz

Vor 10 Jahren wurden die ersten Sportausweise ausgegeben. Wie kamen Sie auf diese Idee?

PENZ: Nach der Fusion des DSB mit dem NOK im Jahr 2006 entwickelte sich im neu gegründeten DOSB unter der Leitung des damaligen Präsidenten Dr. Thomas Bach die Idee, einen Standard im organisierten Sport zu etablieren, um die „Einheit in der Vielfalt“ der deutschen Sportlandschaft zu präsentieren. Dies hat 2007 zum Beschluss der Mitgliederversammlung geführt, einen einheitlichen Ausweis für alle Vereine des DOSB zu entwickeln.

Was hat sich seitdem getan?

PENZ: Viele Vereine haben sich mit dem Thema auseinandergesetzt und Mitgliedsausweise bei uns bestellt. Das Spannende daran ist, dass die Sinnbelegung immer durch den Sport erfolgt und dabei viele neue Einsatzzwecke entstanden sind.

Können Sie diese Einsatzzwecke benennen?

PENZ: Ja selbstverständlich, Der Ausweis wird auf Vereinsebene vielfach in den Bereichen Mitgliederbindung/-gewinnung, Vereinsmanagement oder auch im Bereich der Zutrittskontrolle eingesetzt und dies – soweit wir Rückmeldungen erhalten – mit Erfolg. Insbesondere der vereins-

und verbandsübergreifende Nutzen spielt dabei eine immer stärkere Rolle.

Was kann man sich unter einem vereinsübergreifenden Mitgliedsausweis verstehen?

PENZ: Das Besondere am Ausweissystem des DOSB ist das System im Hintergrund. Schon heute wird dabei nach höchsten Datenschutzkriterien eine SportID und eine BIN vergeben, die dazu führt, dass alle Ausweise mit der Sportausweisfunktion einen kompatiblen Standard haben. Dies ist auch der Schwerpunkt, den wir in Zukunft stärker ausbauen werden, um mit den disruptiven Entwicklungen der Digitalisierung Schritt zu halten. Die Zukunft des Sports ist digital.

Wie meinen Sie das genau und was hat das insbesondere mit Ihrem Ausweisprojekt zu tun?

PENZ: Vor 10 Jahren war von Social Media, Smartphones und Big Data noch nichts zu hören. Diese Bereiche haben unseren Alltag schon in vielen Bereichen revolutioniert. Auch der DOSB hat inzwischen erkannt, dass die Digitalisierung der Verwaltungsprozesse eine große Chance für die Vereine darstellt und dieses Thema entsprechend priorisiert. Hier kommt dann auch wieder die Sportausweisfunktion zum Tragen. Jedes Ordnungssystem braucht eine eindeutige Teilnehmererkennung, die wir ja, wie erwähnt, mit der SportID seit 10 Jahren vorhalten. Wir gehen davon aus, dass bei einer konsequenten Umstellung auf einen einheitlichen Standard, dem Sport enorme Einsparpotenziale entstehen. Selbstverständlich sind dabei auch Investitionen in die digitale Infrastruktur notwendig.

Wie sind Sie heute aufgestellt?

PENZ: Unser Schwerpunkt liegt derzeit auf der Entwicklung einer digitalen Infrastruktur, die wir gemeinsam mit den Verbänden, Unternehmen, Partnern und Anwendern entwickeln. Dies ist eine sehr komplexe Aufgabe, da viele Anforderungen und auch Besonderheiten des Sports zu berücksichtigen sind. Ein zweiter Bereich ist aber auch die Entwicklung von Lösungen, die auf Basis dieser Infrastruktur funktionieren. Die können Bezahlsysteme, App-basierte Anwendungen oder auch Zeiterfassung oder Zugangskontrollen sein. Diese entwickeln wir für Vereine, damit diese sich ihre maßgeschneiderten Lösungen konfigurieren können. Natürlich entwickeln wir auch unseren Ausweis weiter, mit dem Sportausweis 2020 haben wir kürzlich ein chipbasiertes Produkt auf den Markt gebracht, das bis zu 20 Anwendungen auf einem Ausweis vereinen kann. ◆

EINE NEUE GENERATION DER ZUTRITTSKONTROLLE

Zutrittskontrolle, Akkreditierung & Lösungen für Trainingsakademien

In Stadien, Sportstätten, Veranstaltungen und Events

Innovatives Design · Benutzerfreundlich · Anpassbares Design
Eingangs- und Ausgangskontrolle in Echtzeit
Flexibel und einfach einstellbar
Nutzbar mit Barcode, RFID und Smartphone



www.ek-access.com



DSGVO: Mitgliederverwaltung als ein zentrales Thema

Der Stellenwert des Datenschutzrechts hat im Jahr 2018 mit der neuen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) schlagartig an Relevanz gewonnen – auch bei den Vereinen. Ein Gastbeitrag von Rechtsanwalt Timo Lienig nimmt die wichtigsten Aspekte unter die Lupe.

Nach einer vorangegangenen zweijährigen Übergangsfrist müssen seit dem 25.05.2018 alle Dokumente und Prozesse der Regelungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und dem Bundesdatenschutzgesetz neu (BDSG neu) angepasst sein – es sind also beide Regelwerke zu beachten. Und Vereine, die bis jetzt noch nicht gehandelt haben, sollten dies schleunigst nachholen. Die Prüfungsdichte und Sanktionshäufigkeit von Seiten der Aufsichtsbehörden nimmt durch die neue Datenschutzgrundverordnung zu, ebenso steigt mit zunehmender Verbreitung moderner Datenverarbeitungs- und Informationstechnik auch deren Verletzlichkeit.

Hand aufs Herz: welchen Stellenwert hat das Datenschutzrecht in Ihrem Verein in der täglichen Praxis? Oder bleibt es gar gänzlich unberücksichtigt? Diese Fragen sollten Vereine nicht abtun, denn jede einzelne Datenschutzlücke stellt ein nicht (mehr) vernachlässigbares Vereinsrisiko dar.

I. WIE MUSS DER VEREIN VORGEHEN?

Jeder Verein sollte zunächst genau hinterfragen, wann, wie und in welchen Bereichen personenbezogene Daten verarbeitet werden. Entscheidend ist also, welche Prozesse hängen mit der Erhebung, Speicherung, Verarbeitung, Speicherung, Übermittlung und Löschung von personenbezogenen Daten zusammen. Bei sämtlichen Mitgliederdaten sind die genannten Faktoren in der Regel gegeben.

Um das Thema effektiv im Verein zu erarbeiten und umzusetzen, sollte eine Arbeitsgruppe gebildet werden. Bestenfalls sollte diese Arbeitsgruppe mit Personen besetzt sein, die IT-affin bzw. Rechtsaffin sind.

II. WELCHE KONKRETEN AUFGABEN UND MASSNAHMEN MÜSSEN UMGESETZT WERDEN?

1. DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER

Sobald in einem Verein mindestens zehn Personen ständig mit elektronischer Datenverarbeitung befasst sind, ist ein Datenschutzbeauftragter zu bestellen. Vereine, die bestellpflichtig sind, bislang aber keinen Datenschutzbeauftragten haben, sollten dies schnellstmöglich nachholen. Bei der Auswahl des Datenschutzbeauftragten sollte darauf geachtet werden, dass keine Interessenskollision besteht. Dies bedeutet, dass weder ein Mitglied des Vorstands im Sinne des § 26 BGB noch die Person, die im Verein für Hardware / Software zuständig ist, bestellt werden sollte. Der Verein kann entweder einen internen Datenschutzbeauftragten, also einen Datenschutzbeauftragten aus den eigenen Reihen des Vereins bestellen oder aber einen externen Datenschutzbeauftragten. Durch die DSGVO ist neu, dass der Datenschutzbeauftragte gemäß Art. 37 Abs. 8 DSGVO der jeweiligen zuständigen Aufsichtsbehörde gemeldet werden muss. Dies erfolgt mithilfe von Formularen, die auf den Internetseiten der jeweiligen Aufsichtsbehörden zur Verfügung stehen.

2. VERARBEITUNGSVERZEICHNIS

Das frühere „Jedermanns-Verfahrensverzeichnis“ wurde in der Datenschutz-Grundverordnung nicht mehr berücksichtigt. Hingegen findet man das frühere Verfahrensverzeichnis in modifizierter Form und unter dem Begriff „Verarbeitungsverzeichnis“ in Art. 30 DSGVO wieder. In diesem Verarbeitungsverzeichnis müssen sämtliche Prozesse, die im Zusammenhang mit der

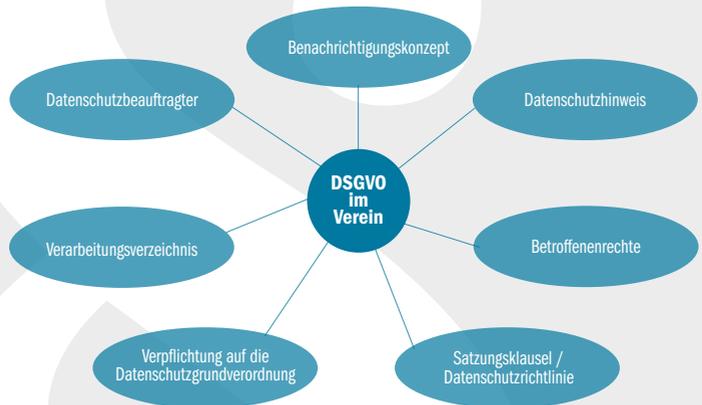
Verarbeitung von personenbezogenen Daten bestehen, aufgeführt und genau beschrieben werden. Folgenden Inhalt muss das Verarbeitungsverzeichnis aufweisen:

- a) den Namen und die Kontaktdaten des Verantwortlichen und gegebenenfalls des gemeinsamen mit ihm Verantwortlichen, des Vertreters des Verantwortlichen sowie eines etwaigen Datenschutzbeauftragten;
- b) die Zwecke der Verarbeitung;
- c) eine Beschreibung der Kategorien betroffener Personen und der Kategorien personenbezogener Daten;
- d) die Kategorien von Empfängern, gegenüber denen die personenbezogenen Daten offengelegt worden sind oder noch offengelegt werden, einschließlich Empfänger in Drittländern oder internationalen Organisationen;
- e) gegebenenfalls Übermittlungen von personenbezogenen Daten an ein Drittland oder an eine internationale Organisation, einschließlich der Angabe des betreffenden Drittlands oder der betreffenden internationalen Organisation, sowie bei den in Artikel 49 Absatz 1 Unterabsatz 2 genannten Datenübermittlungen die Dokumentierung geeigneter Garantien;
- f) wenn möglich, die vorgesehenen Fristen für die Löschung der verschiedenen Datenkategorien;
- g) wenn möglich, eine allgemeine Beschreibung der technischen und organisatorischen Maßnahmen gemäß Artikel 32 Absatz 1. U. a. muss sichergestellt sein, dass datenschutzrechtliche Belange bei Beginn oder Änderung eines jeden Prozesses im Verein und Verband Berücksichtigung finden.

3. VERPFLICHTUNG AUF DIE DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG

In § 5 BDSG (alt) mussten vom Verein alle Personen, unabhängig, ob diese für den Verein entgeltlich oder ehrenamtlich tätig waren auf das Datenschutzgeheimnis verpflichtet werden. Eine solche konkrete Verpflichtung gibt es in der DSGVO nun nicht mehr. Jedoch ist in Art. 5 DSGVO verankert, dass der Verein dafür rechenschaftspflichtig ist, dass die

Grundsätze der DSGVO (Transparenz, Zweckbindung, Integrität und Vertraulichkeit, Speicherbegrenzung, Richtigkeit, Datenminimierung, Rechtmäßigkeit und Treu und Glauben) beachtet und eingehalten werden.



Demzufolge empfiehlt es sich, dass der Verein alle diejenigen Personen im Verein, welche in Kontakt mit personenbezogenen Daten kommen, auf die Einhaltung und Beachtung der Datenschutzgrundverordnung verpflichtet, damit der Verein so seiner Rechenschaftspflicht ein Stück weit nachkommt.

4. SATZUNGSKLAUSEL / DATENSCHUTZRICHTLINIE

Damit der Verein auch nach außen sich zum Datenschutz bekennt, empfiehlt es sich, eine Satzungsklausel zum Datenschutz in die Satzung aufzunehmen. Um die internen Prozesse rund um das Thema „Datenschutz im Verein“ individuell für den eigenen Verein zu regeln, sollte der Verein eine eigene Datenschutzrichtlinie erstellen.

5. BETROFFENENRECHTE (U. A. INFORMATIONSRECHT ART. 13 DSGVO)

Durch die Datenschutzgrundverordnung wurden die Betroffenenrechte gestärkt. U. a. wurde in Art. 13 DSGVO geregelt, dass sofern personenbezogene Daten bei der betroffenen Person, also beim Mitglied im Rahmen des Mitgliedsantrages, erhoben werden, der Verein das Mitglied zum Zeitpunkt der Erhebung über folgende Angaben informieren muss:

- a) den Namen und die Kontaktdaten des Verantwortlichen sowie gegebenenfalls seines Vertreters; →

- b) gegebenenfalls die Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten;
- c) die Zwecke, für die die personenbezogenen Daten verarbeitet werden sollen, sowie die Rechtsgrundlage für die Verarbeitung;
- d) wenn die Verarbeitung auf Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f beruht, die berechtigten Interessen, die von dem Verantwortlichen oder einem Dritten verfolgt werden;
- e) gegebenenfalls die Empfänger oder Kategorien von Empfängern der personenbezogenen Daten und
- f) gegebenenfalls die Absicht des Verantwortlichen, die personenbezogenen Daten an ein Drittland oder eine internationale Organisation zu übermitteln, sowie das Vorhandensein oder das Fehlen eines Angemessenheitsbeschlusses der Kommission oder im Falle von Übermittlungen gemäß Artikel 46 oder Artikel 47 oder Artikel 49 Absatz 1 Unterabsatz 2 einen Verweis auf die geeigneten oder angemessenen Garantien und die Möglichkeit, wie eine Kopie von ihnen zu erhalten ist, oder wo sie verfügbar sind.
- g) das Bestehen eines Rechts auf Auskunft seitens des Verantwortlichen über die betreffenden personenbezogenen Daten sowie auf Berichtigung oder Löschung oder auf Einschränkung der Verarbeitung oder eines Widerspruchsrechts gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit;
- h) wenn die Verarbeitung auf Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a oder Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a beruht, das Bestehen eines Rechts, die Einwilligung jederzeit zu widerrufen, ohne dass die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung berührt wird;
- i) das Bestehen eines Beschwerderechts bei einer Aufsichtsbehörde;
- j) ob die Bereitstellung der personenbezogenen Daten gesetzlich oder vertraglich vorgeschrieben oder für einen Vertragsabschluss erforderlich ist, ob die betroffene Person verpflichtet ist, die personenbezogenen Daten bereitzustellen, und welche mögliche Folge die Nichtbereitstellung hätte.

Dies bedeutet, dass die oben aufgeführten Informationen in den Aufnahmeantrag integriert werden müssen. Ein Verweis auf die Homepage oder ein Verweis an eine andere Stelle ist nicht möglich, da der Grundsatz gilt, dass kein Medienbruch stattfinden darf. Für die bereits bestehenden „Alt-Mitglieder“ wird empfohlen, dass diesen die Informationspflichten einmalig übermittelt werden. Dies kann z.B. in einer Rund-E-Mail, Newsletter, Abdruck in der Vereinszeitschrift oder ähnlichem erfolgen. Wichtig ist, da es sich nur um eine

Information handelt, dass der Verein keinerlei Rückantwort von den Alt-Mitgliedern benötigt.

6. AUFTRAGSVERARBEITUNG

Immer dann, wenn der Verein personenbezogene Daten an einen Dritten weitergibt und dieser Dritte die Daten des Vereins nach Weisung des Vereins verarbeitet, liegt eine Auftragsverarbeitung vor. Als Beispiel wäre hier zu nennen die Auslagerung der Mitgliederverwaltung an einen externen Dienstleister oder aber die Druckerei, die für den Verein Mitgliedsausweise drucken soll.

Bei jeder Auftragsdatenverarbeitung besteht für den Verein die Pflicht zum Abschluss von Auftragsverarbeitungsverträgen. Die entsprechende Regelung findet sich in Art. 28 DSGVO. Zukünftig können solche Verträge nicht nur schriftlich, sondern auch elektronisch abgeschlossen werden.

7. DATENSCHUTZHINWEIS AUF INTERNETSEITE

Auf der Internetseite des Vereins muss ein Datenschutzhinweis integriert sein. In diesem müssen u.a. die Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten angegeben werden, hierbei ist eine E-Mail-Adresse ausreichend. Der genaue Datenschutzhinweis richtet sich u.a. nach der Programmierung der vereinseigenen Internetseite.

8. BENACHRICHTIGUNGSKONZEPT

Der Verein sollte sich für eine eventuelle Datenschutzpanne ein genaues Konzept erarbeiten, in welchem die einzelnen Abläufe und Zuständigkeiten geregelt sind. Es gilt, dass jede Datenschutzpanne innerhalb von 72 Stunden bei der zuständigen Aufsichtsbehörde gemeldet werden müssen.

III. FAZIT

Zum 25.05.2018 endete die Übergangsfrist. Vereine sollten die Hinweise ernst nehmen und sich und ihre Mitarbeiter schulen und sensibilisieren. Egal ob man will oder nicht, um das Thema Datenschutz kommen auch Vereine durch die neue Datenschutzgrundverordnung nicht mehr drum herum. ◆

ZUM AUTOR:

Timo Lienig, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht, vertritt Vereine, Verbände und Sportler außergerichtlich und gerichtlich bundesweit und ist Referent und Dozent für Verbände und Organisationen im Vereinsrecht und Vereinssteuerrecht.

Lienig & Lienig-Haller – Kanzlei für Steuern und Recht vertritt gemeinnützige Einrichtungen in allen vereinssteuerlichen, gemeinnützigkeitsrechtlichen und vereinsrechtlichen Fragestellungen und Sachverhalte.



Digitalisierung im Verein

Entlasten Sie Ihre Ehrenamtlichen mit unseren Online-Softwarelösungen zur Vereins-, Kurs- und Platzverwaltung sowie Websitegestaltung. Alle Produkte aus einer Hand, mit einer intuitiven Benutzeroberfläche.

Überzeugen Sie sich selbst und fordern gleich eine kostenlose Demo-Version an.

Vorteile auf einen Blick

- schnelleres Arbeiten
- effiziente Arbeitsteilung
- keine Installation
- kostenlose Updates
- Support per E-Mail

IntelliVerein
Online Mitglieder-
verwaltung für Vereine

IntelliWebs
Websites einfach
selbst gestalten

IntelliEvent
Kurse online buchen
und verwalten

IntelliCourt
Plätze online buchen
und verwalten

Infos und kostenlose Demo-Version: www.intellionline.de
Fragen? Schreiben Sie uns an info@intellionline.de

Alle Produkte aus dem Hause

SPORT BRAUCHT INFRASTRUKTUR

Eine geeignete Infrastruktur ist für ein erfolgreiches Sporttreiben unabdingbar. Die Realität offenbart in Deutschland jedoch einen gravierenden Investitionsstau.

Sport ist ohne geeignete Räume nicht denkbar. Dennoch sind zahlreiche Sportstätten in Deutschland – zum Teil extrem – marode und sanierungsbedürftig. Konkret schätzen der Deutsche Städte- und Gemeindebund, der Deutsche Städtetag sowie der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) den Investitionsstau auf circa 31 Mrd. Euro. In besonderem Maße seien demnach Sporthallen und Bäder davon betroffen. „Der milliardenschwere Sanierungsbedarf ist ein zentraler Engpassfaktor der Sportentwicklung und beeinträchtigt die Lebensqualität vor Ort sowie den Schulsport“, konstatiert DOSB-Vizepräsident Walter Schneeloch. Ein mehrjähriges Konjunkturpaket sei daher „überfällig“, die Kommunen und Vereine seien „förderpolitisch in die Lage zu versetzen, diesem Investitionsbedarf nachzukommen. Der DOSB fordert Bund und Länder auf, mehr Investitionsmittel für kommunale und vereinseigene Sportstätten langfristig zur Verfügung zu stellen“.

Die Förderung von Sportstätten ist indes vielfältig und erstreckt sich auf direkte und indirekte Maßnahmen. So gibt es auf EU-Ebene keine direkte Sportförderung. Während

in Deutschland der Bund für den Spitzensport zuständig ist, liegt die Landeszuständigkeit beim Schulsport und der Förderung auf Landesebene. Für Sportstätten sind die Kommunen (mit Zuschüssen der Länder) verantwortlich. Zuwendungen für den Aufbau und Ausbau von kommunalen Sportanlagen und Freizeitanlagen liegen also in der Verantwortung der Bundesländer und der Kommunen.

GUTE SPORTANLAGEN ALS „WICHTIGE GRUNDLAGE“ IN HAMBURG

Die Hansestadt Hamburg zum Beispiel investiert aktuell intensiv in die städtische Infrastruktur und damit auch in die öffentlichen und vereinseigenen Sportstätten. Wie aus einer Reihe von Schriftlichen Kleinen Anfragen der SPD-Bürgerschaftsfraktion hervorgeht, werden bis 2020 in Hamburg 610 Mio. Euro in Sportstätten und Sportanlagen investiert. So werden im genannten Zeitraum insgesamt 1.269 Sanierungs- und Neubaumaßnahmen abgeschlossen. Auf öffentliche Sportanlagen entfallen dabei knapp 540 Mio. Euro. Die Summe öffentlicher Investitionen in vereinseigene Anlagen liegt bei mehr als 70 Mio. Euro. „Von den umfangreichen Investitionen in städtische Sportanlagen und Vereinssportstätten profitieren alle Hamburgerinnen und Hamburger – insbesondere die nahezu 600.000 Vereinssportlerinnen und Vereinssportler“, sagt Juliane Timmermann, sportpolitische Sprecherin der SPD-Bürgerschaftsfraktion.

Timmermann führt fort: „Die sehr beeindruckenden Zahlen aus den Hamburger Stadtteilen sind ein Beleg für die lebendige Sportlandschaft mit hochmodernen und umfassend sanierten Sportstätten in unserer Stadt. Es ist auch in Zukunft unser Ansporn, dass möglichst alle Hamburger Sportanlagen systematisch erhalten und modernisiert werden.“ Gute Sportanlagen seien eine „wichtige Grundlage für den Erhalt und die Steigerung der Lebensqualität in Hamburg“. Öffentliche und vereinseigene Sportanlagen seien „Orte der Begegnung und des Zusammenhalts“ und die im-

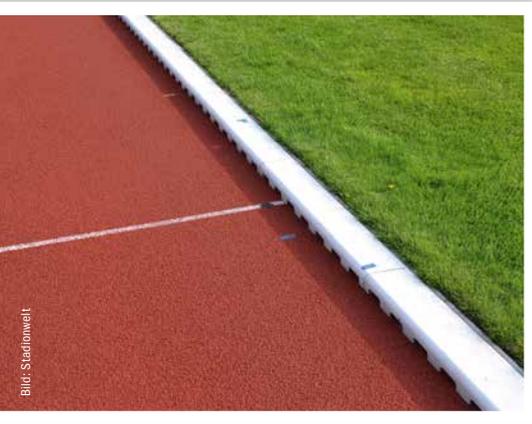


Bild: Stadionwelt

mensen Investitionen in Schulsportanlagen seien dabei „für den Sport in Hamburg ebenso von unschätzbarem Wert wie der Ausbau vereinseigener Sportstätten“. Insgesamt haben über 160 Sportvereine seit 2011 in alle Arten vereinseigener Sportanlagen investiert.

NRW: 300 MIO. EURO IN DREI JAHREN

Das Land Nordrhein-Westfalen kündigte zuletzt umfassende Investitionen an. Zwischen 2019 und 2022 fließen im Rahmen des Förderprogramms „Moderne Sportstätte 2022“ 300 Mio. Euro in die Modernisierung und Sanierung von Sportstätten. Sportvereine und -verbände erhielten, so die Staatssekretärin für Sport und Ehrenamt Andrea Milz, mit dem Sportstättenförderprogramm eine „fundamentale Unterstützung“, die zu einer „deutlichen Verbesserung der Sportstätteninfrastruktur in Nordrhein-Westfalen“ führen werde.

Apropos NRW: Profi-Clubs wie Borussia Dortmund oder der FC Schalke 04 hatten in den vergangenen Jahren ebenfalls mehrfach den regionalen Breitensport finanziell unterstützt. Der BVB stellte 2017 200.000 Euro für Infrastruktur-Projekte im Amateurfußball zur Verfügung – 150.000 Euro kamen von der Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA), 50.000 Euro steuerte der e.V. bei. 2017 und 2018 schüttete Schalke hilft!, die vereinseigene Stiftung des FC Schalke 04, jeweils 1.000 Euro an über 50 Vereine in der Region aus. „Seit Jahren unterstützt der FC Schalke 04 den Amateursport bewusst nicht nur in Gelsenkirchen, sondern auch in der Region“, erklärten die Knappen dazu. Die jeweils 1.000 Euro sollten dem Zweck dienen, in nachhaltige Projekte zu investieren. Dabei reichen

die Verwendungszwecke von der Anschaffung von neuem Trainingsmaterial über Investitionen in die Infrastruktur bis hin zu Maßnahmen im Bereich Bildung und Erziehung. „Wir waren von vielen eingereichten Konzepten sehr beeindruckt. Die Amateurvereine haben sich Gedanken gemacht, wie sie das Geld sinnvoll und nachhaltig investieren können, um ihren Verein vernünftig zu verstärken“, erklärte Peter Peters, Vorstand für Finanzen und Organisation des FC Schalke 04. „Wir nehmen unsere Verantwortung für den Amateurfußball ernst und wollen mit Aktionen wie dieser auch ein Signal senden und zeigen, wie wichtig er uns ist.“

„VORAUSSETZUNG FÜR ERFOLGREICHES SPORTTREIBEN IN DEUTSCHLAND“

Die Wichtigkeit der Infrastruktur gerade für Amateurvereine betont auch Michael Palmen vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp). „Eine gute flächendeckende und bedarfsgerechte Sportinfrastruktur ist Voraussetzung für ein erfolgreiches Sporttreiben in Deutschland – egal ob im Amateur- oder Leistungssport“, sagt Palmen. „Auch die Kaderathleten und -athletinnen im Spitzensport trainieren zumeist auf ihren Heimanlagen und diese wurden nicht für den Spitzensport gebaut, sondern sind in erster Linie reine Schulsportanlagen oder vereinseigene Sportstätten, also Amateursportstätten.“ Palmen mahnt darüber hinaus: „Wenn wir die Infrastruktur im Amateur- und Breitensportsektor verlieren, verlieren wir auch die Basis für den Spitzensport. Nachwuchsförderung und Talentsuche werden nur noch partiell stattfinden und die herausragende Arbeit, die der Sport für die gesamte Gesellschaft leistet, wird nicht mehr möglich sein.“

Auf einen Blick: Beispiele für Kostenpauschalen im Sportplatzbau

Bei der Förderung von Sportstättenprojekten werden Pauschalen angesetzt. Bei der Kostenschätzung von Neu- und Umbauten werden zur groben Kalkulation Richtwerte verwendet. Weiterführende Informationen finden Sie in unserem KOMPENDIUM SPORTHALLE sowie im KOMPENDIUM SPORTPLATZ.

| | |
|---|---------------------------|
| Rasenspielfelder & Tennisplätze | 40,50 €/m ² |
| Verfüllter Kunststoffrasen | 82,00 €/m ² |
| Kunststoff-Allwetterplatz mit Hoch-/Weitsprunganlagen | 140,00 €/m ² |
| Kunststoff-Laufbahn | 122,00 €/m ² |
| Kugelstoß-Einzelanlage ¹⁾ | 8.150,00 € |
| Funktionsgebäude mit Umkleiden, Duschen, WCs etc. | 2.000,00 €/m ² |

1) mit Teilnutzung des Rasenspielfeldes & Sicherheitskäfig, daher kein Bezug zur Fläche

Quelle: Stadionwelt

„NACHHALTIGKEIT HAT HOHE RELEVANZ“

Interview mit **Michael Palmen** vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) über den **Status Quo deutscher Sportanlagen** sowie **Nachhaltigkeit** bei deren Planung, Bau und Ausstattung.



Michael Palmen

Wie bewerten Sie den Status Quo der deutschen Amateur-Sportstätten?

PALMEN: Die meisten Sportstätten wurden in der Bundesrepublik Deutschland in den 1970er und frühen 1980er Jahren gebaut. Förderprogramme wie der ‚goldene Plan‘ waren zuvor aufgelegt worden, um eine flächendeckende Versorgung mit Sportanlagen – größtenteils Schulsportanlagen, die auch vom Vereinssport genutzt wurden – zu gewähr-

leisten. Durch die herausragende Stellung des Sports in der DDR wurde zu dieser Zeit auch dort ein hoher Standard bei den Sportstätten verwirklicht. Bei der damals gebauten flächendeckenden Sportinfrastruktur in Ost- und Westdeutschland handelte es sich fast ausschließlich um wettkampfgerechte, normierte Sportplätze, Sporthallen und Bäder. Diese Sportanlagen sind heute größtenteils sanierungsbedürftig, sofern sie nicht saniert, umgebaut oder bereits zurückgebaut wurden. Berücksichtigt werden muss aber auch, dass die Bedingungen von Region zu Region, von Kommune zu Kommune sehr unterschiedlich sein können. Während in einigen Regionen ein umfassender Sanierungsbedarf besteht, haben wir in anderen weiterhin einen guten Bestand an Sportstätten.

Worauf müssen Breitensportvereine bei der Ausstattung und Infrastruktur achten?

PALMEN: Auf Bedarfsgerechtigkeit, Nachhaltigkeit und ein möglichst vielfältiges Angebot. Um in einer Kommune eine gute Sport- und Sportstättenentwicklung zu ermöglichen, bedarf es der Zusammenarbeit vieler Interessensgruppen. Der Bau oder die Sanierung und auch der Betrieb von Sportanlagen bedeuten nicht unerhebliche Investitionen. Diejenigen, die Sportstätten errichten oder später betreiben, sollten sich nicht scheuen den Rat von Fachleuten einzuholen. Ich halte es für wichtig, dass im Vorfeld einer Planung viele Fragen geklärt oder zumindest bedacht werden. Auch die Fragen nach den Entwicklungsmöglichkeiten müssen beantwortet werden. Welche Zielgruppen will man ansprechen? Sollen eventuell auch neue Zielgruppen für einen Verein erschlossen werden, wie z. B. Kinder, Menschen mit Behinderungen, ältere Menschen, jene,

die an Gesundheitssport interessiert sind oder jene, die bisher hauptsächlich informellen, selbstorganisierten Sport treiben? Ist der Verein in einer Kommune mit steigender oder abnehmender Einwohnerzahl zu Hause? Soll die Sportanlage auf Veränderungen in der Sportnachfrage reagieren können?

Was sind Must-haves? Wofür lohnt es sich, Geld zu investieren?

PALMEN: Ich bin der Meinung, dass für eine gute partizipatorische Sport- und Sportstättenentwicklungsplanung Geld in die Hand genommen werden sollte. Eine multifunktionelle Ausrichtung sollte bedacht werden. Kann es für meinen Verein von Vorteil sein, wenn ich meine Sportanlage auch anderen Nutzern anbieten kann bzw. meine Sportanlage für andere Nutzer interessant gestalte? Wenn ich beispielsweise auf einer freien Fläche neben meiner Sporthalle eine Streetbasketball- oder eine Beachvolleyballanlage oder einen Skaterpark installiere, kann ich Kinder und Jugendliche, die dort ihrer Freizeit verbringen vielleicht für meinen Verein gewinnen? Unterstützen kann hierbei auch die Einbindung eines Nachhaltigkeitskoordinators während der ersten Planungsschritte.

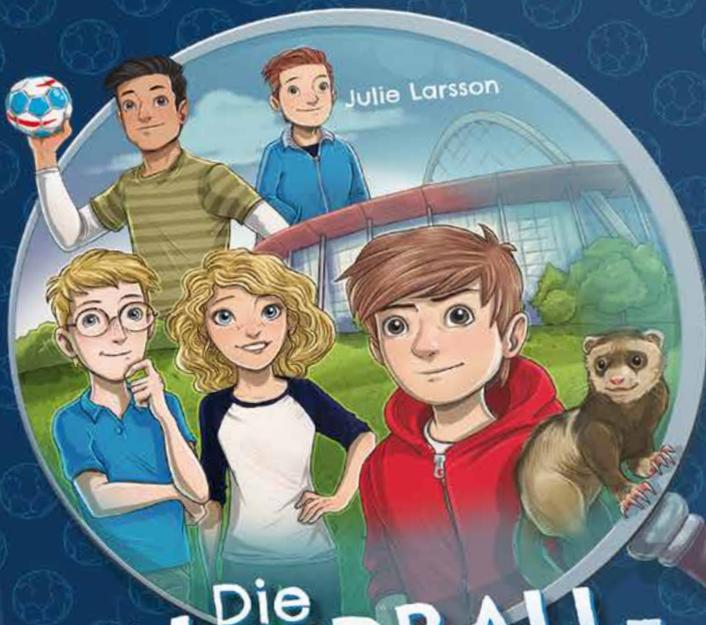
Welche Relevanz hat Nachhaltigkeit bei Planung und Bau von Sportanlagen und -hallen?

PALMEN: Eine hohe Relevanz! Nachhaltigkeit bei der Planung und beim Bau von Sportanlagen bedeutet den Lebenszyklus einer Sportanlage vorab zu durchdenken. Zum Beispiel bei der Auswahl der Bauweisen und der Baustoffe. Hier sind nicht nur die Investitionskosten, sondern auch die Betriebskosten und die Rückbaukosten zu beachten. Ebenso ist bei der Wahl der Bauweisen und Baustoffe selbstverständlich auf deren Umweltverträglichkeit zu achten sowie eine Anpassung an Nutzerbedürfnisse, z. B. durch multifunktional nutzbare Sportflächen, zu berücksichtigen. Demnach werden heute schon die nächsten 30 bis 50 Jahre des Betriebs und der Rückbau der Sportanlage mit beachtet. Dabei sind Planungsoptionen gegeneinander abzuwägen, die unter Umständen gegensätzliche Anforderungen haben. Wichtig ist, dass die drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Sozial-Funktionales – gleichberechtigt nebeneinanderstehen und durch die drei Querschnittsfunktionen – Prozess, Technik und Standort – ergänzt werden. ◆

VELUX



Julie Larsson



Die HANDBALL- Detektive

Alarm in der Arena

HÄRTER
KINDERBUCHVERLAG

**Komm mit auf das Abenteuer
rund um das EHF FINAL4.**

Jetzt erhältlich unter www.philippka.de/shop



www.ehfCL.com www.ehfFINAL4.com ISBN 978-3942906364

**Vernetzte
Organisation
für euren
Verein.**



DSGVO konform

CLUBITY.COM - DIE KOMPLETTLÖSUNG FÜR EUER TEAM

- Eigene Vereins-App
- Online-Mitgliederportal
- Mitgliederverwaltung
- Moderne Kommunikation
- Personalverwaltung
- Zeiterfassung
- Beitragsabrechnung
- Auswertungen und Statistik
- Zugangskontrolle
- Bezahlungsfunktion

