

Dr. Hans-Georg Moldenhauer
Vize-Präsident des DSB und DFB

Sport in der heutigen Gesellschaft

Sport ist in unserer Gesellschaft so präsent wie nie zuvor. Sportübertragungen von Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften vereinen einen Großteil unserer Nation vor dem TV-Gerät. Keine anderen Sendungen erreichen diese Einschaltquoten. Ein anderes Indiz für die Bedeutungssteigerung des Sports zeigt sich optisch. Wer einen modernen und aktiven Lebensstil demonstrieren möchte, der greift am besten auf sportliche Kleidung zurück. Ein sportliches Outfit drückt Lebensfreude, Erfolg, Dynamik und Jugendlichkeit aus.

Sportlichkeit und ein gesundheitsorientierter Lebensstil haben sich in der Gegenwart als neues kulturelles Phänomen fest etabliert. Das schließt natürlich auch die Sportaktivitäten selbst ein. Ein immer größerer Teil der Menschen treibt Sport: Mann und Frau, Jung und Alt, in Stadt und Land. Durchschnittlich sind es 50 bis 60 Prozent der Erwachsenen zwischen 15 und 75 Jahren, die regelmäßig mindestens 1x pro Woche sportlich aktiv sind. Der Anteil der sportaktiven Erwachsenen in unserer Bevölkerung war noch nie so hoch. Sport hat somit schon lange das Attribut einer männlichen Domäne und die Merkmale eines reinen Jugendphänomens verloren. Dieser Trend zu einer sportlichen Massenbewegung ist und war nur möglich, weil sich die Sportmotive und -einstellungen drastisch verändert und ausdifferenziert haben. Parallel dazu erweitert sich das Sportangebot stetig, so dass jeder Mensch genau die Sportaktivität findet, die seine Interessen und Bedürfnisse abdeckt. Dabei ist der traditionelle, primär auf Leistung und sportliche Erfolge ausgerichtete Vereinssport nur noch ein Sportmodell unter vielen.

Der Siegeszug des Sports zu einem festen Teil unserer Kultur und zu einem Lebensbaustein vieler Menschen basiert jedoch vorrangig auf veränderten Motiven. Die meisten „neuen Sportler“ haben ganz eigene Vorstellungen vom Sport: Sporttreiben wird heute von vielen Menschen als Freizeitaktivität bewertet, die der Gesundheit dient (also Ausgleich, Fitness und Beweglichkeit fördert), Spaß bietet, Spontaneität zulässt, Sozialkontakte ermöglicht und Eigeninitiative fördert. Leistung und Wettbewerbe rangieren weiter hinten in der Bedeutungsskala, wobei dieses traditionelle Sportmodell vor allem für junge Sportler und Sportlerinnen weiterhin höchst attraktiv ist. Diese veränderten Sportmotive bringen gleichzeitig neue oder anders gewichtete **Organisationsformen der Sportaktivitäten** hervor. Nur 20 Prozent der sportaktiven Erwachsenen sind primär im Sportverein aktiv, etwa 10 Prozent bei anderen Sportanbietern wie Volkshochschulen, Betrieben oder kommerziellen Studios. Der allergrößte Teil (über 50 Prozent) nimmt überhaupt keine Organisation in Anspruch, sondern treibt Sport im ungebundenen privaten Bereich.

Nach allen Umfragen nimmt heutzutage der Gesundheits-, Freizeit- und Seniorensport die wichtigste Rolle für die Menschen ein. Dabei bedeuten vor allem die Sportinteressen und -motive der „Alten von morgen“, der heute 35- bis 45jährigen, die wesentlich sportaktiver altern als noch eine Generation zuvor, inhaltlich, organisatorisch und infrastrukturell die größte Herausforderung für alle Sportanbieter!

Sport ist für viele Menschen das probate Mittel der individuellen Gesundheitssicherung. Sportliche Aktivitäten sind ein wirkungsvolles Gegenrezept zum weitverbreiteten Bewegungsmangel inklusive der daraus resultierenden Zivilisationskrankheiten. Für andere hat der Sport nicht nur diesen Zweck der Gesundheitssicherung. Für sie wird Sport (etwa als Extremsportler oder als engagierter Vereinsmitarbeiter) zu einem zentralen Lebensinhalt. Sie verwirklichen sich im und durch Sport. Sport ist für viele ein Instrument der Selbstfindung und des individuellen Selbsterlebens in einer modernen Gesellschaft, die diese Identitätsbildung und Sinnggebung in anderen Lebensbereichen erschwert.

Zusammengefasst steigert der Sport in seinen vielen Facetten die Lebensqualität vieler Menschen in der heutigen Zeit. Sport ermöglicht soziale Kontakte in einer rundum immer anonymen Gesellschaft, Sport ermöglicht Aktivitäten in einer bewegungsfeindlichen Umwelt, Sport ermöglicht Spaß als Ausgleich zum „Ernst des Arbeitslebens“. Kurzum: Sport bedeutet Lebensfreude, Lebensgenuss und Lebensqualität.

Kooperationen von Sportvereinen und Kommune

Sport steigert somit die Lebensqualität und das Zusammenleben in einer Stadt. Aus diesem Grund muss die Förderung der sportlichen Aktivitäten der Menschen ein wichtiges Element kommunaler Daseinsfürsorge sein.

In allen Konzepten zur öffentlichen Gesundheitsförderung spielt dabei die Selbstaktivierung der Menschen durch Bewegung und Sport unter dem Leitbild einer „sport- und bewegungsfreundlichen Stadt“ eine herausragende Rolle.

Genau hier decken sich aber die Ziele und Visionen einer menschengerechten Stadtkonzeption mit den Leitbildern einer zeitgemässen und zukunftsorientierten Vereinsphilosophie.

Der freizeit- und gesundheitsorientierte Sport läuft zwar zu einem großen Teil außerhalb traditioneller Strukturen vorhandener Sportvereine und -anlagen ab. Dennoch haben gerade die Vereine die Expansion des modernen Sports in die Lebenswelt der Menschen mitbegleitet. Von 1950 bis heute hat sich die Quote an Vereinsmitgliedern im Deutschen Sportbund von 3 Millionen auf über 27 Millionen Mitglieder explosionsartig ausgeweitet.

Sportvereine sind dabei unter allen gesellschaftlichen Institutionen unverwechselbare Organisationen mit vielfach langen Traditionen. Der einzelne Sportverein knüpft dabei in seinen gewachsenen demokratischen Strukturen ein Netzwerk zwischen den Generationen und unterschiedlichen sozialen Gruppen. In dieser Hinsicht ist der organisierte Sport nicht nur größter Gesundheitsförderer in unserer Gesellschaft, sondern ein unverzichtbarer Stabilisator unseres Sozialsystems.

Kommune und Vereine haben also das identische Leitbild, Menschen zu sportlichen Aktivitäten zu motivieren, um deren körperliches, psychisches und soziales Befinden positiv zu beeinflussen.

Diese immens wichtige Zukunftsaufgabe lässt sich dabei im engen Zusammenwirken von Kommunen, Sportvereinen und Sportverbänden (als übergeordnete Interessenvertreter der Vereine) viel besser meistern.

Der organisierte Sport ist das dichteste „Vertriebsnetz“ für Sport und Bewegungsangebote in Deutschland. Nur im Sportverein finden sportinteressierte Menschen eine soziale Heimat, unabhängig von Alter, Herkunft, Nationalität oder sozialer Klasse. Nur hier finden die Menschen finanzierbare und verlässliche Sportangebote über kurzfristige und oberflächliche sportliche Modetrends hinaus. Sportvereine bieten somit eine personelle (engagierte Vereinsmitarbeiter, Übungsleiter, Trainer...), infrastrukturelle (Sportanlagen) und organisatorische Basis, um einen noch größeren Kreis an Menschen zu erreichen und zu regelmäßigen, dauerhaften Sportaktivitäten zu animieren.

Das bedeutet nicht, dass Kommunen in dieser engen Kooperation mit dem organisierten Sport einseitig in traditionelle Sportstrukturen, -angebote und -anlagen der Vereine investieren und dabei die öffentliche Förderung offener Bewegungs- und Sporträume vernachlässigen sollen.

Denn um diese Korrektur traditioneller Strukturen, Konzepte und Programme kommen die Sportvereine selbst nicht umhin. Die generelle Aufwertung des Gesundheitsmotivs, Sport als Gelegenheit für soziale Kontakte oder der Spaß an Spiel und Bewegung anstelle systematischen Trainings müssen über kurz oder lang in eine zukunftsichernde Vereinsreform einfließen.

Diese identische Zielperspektive von Verein und Kommune erleichtert das kooperative Planen und Gestalten der sportlichen Zukunft.

Die Sportverbände schließlich haben in diesem Prozess als dritter „Verbündeter“ soziale Wandel inklusive der Auswirkungen auf die SportEinstellungen und die Sportlandschaft systematisch zu begleiten und in konkrete Strategien für zukunftsorientierte Vereinskonzpte und -modelle zu übertragen. Denn die Sportvereine dürfen vor dem Hintergrund der komplexen Zukunftsaufgaben nicht alleine gelassen werden. Der DFB beispielsweise übernimmt hierzu eine

Dienstleistungs- und Beratungsfunktion gegenüber seinen Vereinen und hilft bei nötigen Veränderungsprozessen.

Die Zukunft der Sportvereine am Beispiel Fußball

Ursachen, Ziele und Ablauf zukunftsorientierter Anpassungen von Sportvereinen werden nun am Beispiel des Fußballs konkretisiert und veranschaulicht. Sicherlich ist der Fußball als eindeutige „Nummer 1“ im deutschen Sport nicht immer prototypisch und genießt gegenüber anderen Sportarten vor allem eine bessere finanzielle Startposition, dennoch verpflichtet gerade diese Spitzenposition zu einer differenzierteren Strategiediskussion über die zukünftige Ausrichtung des Fußballs in Verein und Verband, um die Substanz des Vereinsfußballs auch für die Zukunft abzusichern. Außerdem sind vor allem im mitgliederstärksten Sportfachverband der Welt effiziente Informations- und Kommunikationswege unerlässlich, um diese strategischen Leitideen bis an die Vereinsbasis zu transportieren und in konkrete Aktionen vor Ort zu übertragen.

Der Ablauf dieser Strategiediskussion sowie Projekte der Informationsvermittlung und Mitarbeiter-Qualifikation bieten deshalb auch anderen Sportverbänden vielleicht einige hilfreiche Impulse und Ideen.

Analyse der aktuellen Situation des DFB-Vereinsfußballs

Basis der Erarbeitung einer Strategie zum Aufbau zukunftsorientierter Fußball-Angebote in Verband und Verein ist zunächst eine differenzierte Analyse der aktuellen Situation der Vereine im deutschen Fußball. Dabei können hier in aller Kürze nur Trends skizziert werden, in der konkreten Praxis ist die Situation der Vereine je nach Größe, Altersstruktur, sozialer Umgebung usw. spezifisch zu untersuchen.

Stärken des DFB-Vereinsfußballs

- Der DFB-Vereinsfußball ist attraktiv! Noch nie zuvor waren so viele Menschen Mitglied in einem Fußballverein. Momentan sind im DFB über 6 Millionen Vereinsfußballer organisiert.
- Bei **Kindern** ist Fußball klar die Einstiegssportart Nummer 1, bei Jungen über 50%!
- Jeder 3. Junge unter 14 Jahren ist Mitglied in einem Fußballverein!
- Der traditionelle, stärker leistungsorientierte Vereinsfußball ist gerade für die Zielgruppe Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene bis 35 Jahren modern. Sie wollen in erster Linie in einer Meisterschaftsrunde um Punkte spielen, dafür trainieren und die eigene Leistung verbessern!
- Die in Kindheit und Jugend geweckte Faszination ist die beste Zukunftsversicherung für die Vereine. Denn die jungen Spieler

und Spielerinnen bleiben dem Fußball nicht nur als Aktive, sondern darüber hinaus in vielen anderen Funktionen positiv verbunden, sei es als Vereins- oder Verbandsmitarbeiter, Trainer, Betreuer, Schiedsrichter, Fan, Fußball-TV-Zuschauer oder als Elternteil, das mit seinem „Fußballvirus“ die nächste Generation ansteckt...

Chancen des DFB-Vereinsfußballs

- Die WM 2006 wird als überragendes Sport- und Medienevent einen Boom auch für den Vereinsfußball auslösen – unzweifelhaft eine einmalige Chance für die DFB-Vereine...
- 7,5 Millionen vereinsungebundene Freizeit-Fußballer bedeuten ein enormes Potenzial, um diese Zielgruppe für den organisierten Vereinsfußball zu gewinnen!
- Mädchen lassen sich leicht für den Fußball begeistern. Das Potenzial fußballinteressierter Mädchen ist noch von viel zu wenigen Vereinen durch adäquate Angebote erfasst.
- Fußball spricht wie keine andere Sportart alle sozialen Gruppen gleichermaßen an. Diese Integrationskraft sowie weitere Bildungs-, Gesundheitseffekte des Vereinsfußballs sind gerade in finanz- und gesellschaftspolitisch schwierigen Zeiten beste Argumente für die politische Lobbyarbeit.

Der Vereinsfußball im DFB kann also auf einem großen Potenzial aufbauen. Dennoch wäre es fatal, angesichts dieser vordergründig komfortablen Situation die Hände in den Schoß zu legen und bei der zukünftigen Vereinsarbeit ausschließlich auf alten Strukturen, Angeboten und Abläufen nach dem Motto „Das haben wir immer so gemacht, dabei bleibt es!“ zu beharren. Das würde über kurz oder lang die Substanz auch momentan noch gesunder Fußball-Vereine angreifen.

Denn für die Zukunft deuten sich nicht unerhebliche Risiken für den DFB-Vereinsfußball an, deren Auswirkungen viele Clubs bereits jetzt zu spüren beginnen. Sie werden demnächst aber noch drastischer die Vereinssituation bestimmen.

Risiken für den DFB-Vereinsfußball

- Die Verschiebung der Bevölkerungspyramide hin zu älteren Menschen läuft traditionellen Stärken des Fußballvereins im Kinder- und Jugendbereich und im leistungsorientierten Amateurfußball zuwider. Denn gerade die Jungen und Männer bis 35 Jahren bilden das Potenzial des traditionellen Spielbetriebs mit seinen Kreis- und Staffeleinteilungen.
- Die Abwanderung gerade der jüngeren Generation verschärft in den neuen Bundesländern die zukünftige Situation der Sportvereine. Gerade hier ist das Szenario einer „Verödung der Fußballlandschaft“ vorstellbar!

- Dieses Risiko existiert auch in anderen Regionen Deutschlands durch die Abwanderung in einige wenige Kernregionen rund um Großstädte.
- Die freie Bewegungs- und Spielwelt der Kinder hat sich extrem verändert. Früher waren für Kinder die Straße, der Wald, Wiesen und Bolzplätze zentrale Orte der Freizeit. Das Klettern auf Bäume, das Springen über Gräben und Hecken oder die vielen variantenreichen Fang-, Versteck-, Abenteuer- und Ballspiele (unter anderem auch der viel zitierte Straßenfußball) förderten Mut, Kreativität, Spielwitz und vor allem die Bewegungsgeschicklichkeit der Jüngsten. Heutzutage sind für viele Kinder die „eigenen vier Wände“ der bevorzugte Spielplatz. Statt aktiver Bewegung wird nun vorrangig konsumiert. Untersuchungen belegen, dass Kinder heute in der Freizeit bis zu 30 Stunden pro Woche vor dem TV-Gerät oder Computer sitzen. Die Folgen sind fatal: Viel zu viele Kinder weisen bereits Übergewicht, psychosomatische Beschwerden, Rückenprobleme oder gravierende Koordinationsprobleme auf. Auf diese Situation müssen sich die Vereine mit einer veränderten „Philosophie des Kinderfußballs“ einstellen, die sich fast zu hundert Prozent von Zielen, Methoden und Inhalten des Erwachsenenfußballs abhebt.
- Die Konkurrenz auf dem Fußball-Markt (kommerzielle Fußballschulen, Turnier-Anbieter, Soccer-Hallen) sowie auf dem sonstigen Sport- und Freizeitanbieter-Markt (z.B. Fitness-Studios) wird größer.
- Bei öffentlichen Sportanlagen nimmt der Renovierungs- und Modernisierungsbedarf kontinuierlich zu. Aufgrund der Finanzsituation kann die öffentliche Hand jedoch nur punktuell Abhilfe schaffen.
- Neben diesen externen Risikofaktoren für den zukünftigen Vereinsfußball müssen die Motivationsstrukturen der Vereinsfußballer systematisch und kontinuierlich untersucht werden. Eine DFB-Studie belegt, dass selbst bei Vereinsfußballern Motive wie „Spaß, Geselligkeit, körperliche Fitness, Gesundheitsförderung, Ausgleich“ vor dem traditionellen Leistungsvergleich mit anderen Fußball-Vereinen dominieren. Diese Interessenverschiebungen müssen die Vereine beachten!

Fußballvereine auf die Zukunft vorbereiten – die Konzeption des DFB

Mit seinen über 6 Millionen Mitgliedern ist der Deutsche Fußball-Bund eine der größten gesellschaftlichen Gruppierungen in Deutschland. Dabei hat der DFB ein breites Aufgabenspektrum zu erfüllen, das weit über das dominierende Aushängeschild der Nationalmannschaft hinausreicht.

Zentrale Aufgaben sind in seiner Satzung fixiert. Neben Länderspielen mit Nationalmannschaften verschiedener Altersklassen von der U15 bis zur A-Nationalmannschaft, einem breitgefächerten sozialem Engagement und der speziellen Förderung des Frauenfußballs ist dort an erster Stelle formuliert:

„Zweck und Aufgabe des DFB ist es insbesondere, den Fußballsport und seine Entwicklung, vor allem in seinem Jugendbereich, zu fördern und durch fußballspezifische sowie überfachliche Qualifizierung zu sichern...“

Dieses satzungsmäßig verankerte Aufgabenspektrum deckt sich dabei größtenteils mit Erwartungen, die Vereinsfußballer an den Dachverband stellen wie eine DFB-Studie belegt.

Angesichts der komplexen Herausforderungen, die alleine durch traditionelle Vereinsmodelle und -strukturen nicht zu meistern sind, möchte der DFB in enger Kooperation mit seinen Landesverbänden seine Funktion als Dienstleistungs- und Beratungsinstanz in Zukunft stärker betonen und durch verschiedene Projekte und Initiativen praxisrelevant realisieren.

Dieses Profil als Dienstleister umfasst für einen Dachverband wie dem DFB noch weitere Aufgaben wie z.B. Lobbyarbeit in politischen Gremien, Kooperationen mit wissenschaftlichen Instituten...

Im Hinblick auf seine Landesverbände und Vereine gestaltet der DFB seine Dienstleister-Aufgabe dabei stets unter der Leitlinie „Hilfe zur Selbsthilfe“. Zu diesem Zweck ist zunächst ein Problembewusstsein bei Vereinen zu schaffen. Schlimmstenfalls existiert z.B. durch negative Mitgliedertrends bereits ein aktueller Problemdruck. Weitaus chancenreicher ist jedoch eine vorausschauende Analyse der Vereinssituation. Diese Informationsbasis macht es möglich, rechtzeitig innovative Vereinskonzeppte abzuleiten und Schritt für Schritt durch kompetente Mitarbeiter in eine neue oder erweiterte Vereinspraxis zu übertragen.

Für alle diese Stufen benötigen die Vereine praxisorientierte Hilfen und Beratung, die der DFB und seine Landesverbände durch geeignete Informationswege (z.B. Internet, Broschüren, Informationsabende, Experten-Erstberatungen, zentrale Telefon-Hotline, Pool an Vereinsberatern vor Ort) bereitstellen müssen. Für alle diese Beratungsinitiativen gilt: Informationen schnell, einfach, individuell und praxisorientiert bereitstellen!

Bei der Erarbeitung einer zukunftsorientierten Philosophie für Fußballvereine helfen als Orientierungshilfe einige Leitlinien, die jeder Klub bei seiner Neuausrichtung beherzigen muss:

- **Leitlinie 1:** Möglichst alle Vereinsmitglieder in den Prozess einbinden, um Identifikation zu schaffen und zu fördern!
- **Leitlinie 2:** Keinen kurzfristigen Trends nachrennen, aber auf der Basis der Vereinsanalyse offen für neue Ideen, Aktionen und Angebote sein!
- **Leitlinie 3:** Typische Stärken des Vereins bewusst herausstellen und damit ein unverwechselbares Profil gewinnen!

Dieses Profil eines Fußballvereins umfasst in jedem Fall leistungs- und altersgemäße Angebote für ein wettbewerbsorientiertes Fußballspielen in offiziellen Punktspielen und ein interessantes Training, das darauf vorbereitet. Um diesen Mittelpunkt herum lässt sich ein attraktives und buntes Vereinsangebot gestalten!

Potenziale für die Zukunftssicherung der Vereine

Fußballvereine kommen zukünftig nicht umhin, attraktive Fußball-Angebote um weitere sportliche und außersportliche Aktivitäten für alle Altersklassen zu ergänzen. Diese müssen Bewegung, Gesundheitsförderung, soziale Kontakte, Spaß und Abwechslung bieten – alles Bedürfnisse, die Menschen heute in einem Verein suchen.

Bei dieser Aufgabe müssen die Vereine alle vorhandenen Potenziale berücksichtigen, erkennen, aktivieren und optimal ausschöpfen.

Die Menschen

Die Herausforderungen der Zukunft können die Fußballvereine an allererster Stelle nur mit qualifizierten Vereinsmitarbeitern meistern.

Diese müssen auf alle Funktionsbereiche innerhalb einer innovativen, attraktiven, aber auch komplexeren Vereinsarbeit vorbereitet werden – also nicht nur auf das Trainieren und Betreuen einer Mannschaft.

Der DFB begreift in enger Kooperation mit seinen Landesverbänden diese Ausbildung der Trainer, Übungsleiter, Schiedsrichter, Verbands- und Vereinsfunktionäre sowie Fußball-Unterrichtenden an den Schulen durch eine zeitgemäße, attraktive und zielgruppenspezifische Qualifizierung als eine seiner Kernaufgaben. Zu diesem Zweck startete 2002 eine breit angelegte **DFB-Qualifizierungsoffensive**.

Satzungsmäßige Grundlage hierfür ist die 2002 verabschiedete **Ausbildungsordnung**.

Diese Ausbildungsordnung des DFB und seiner Landesverbände erfüllt alle Anforderungen an eine zeitgemäße Bildungsarbeit im Sport und orientiert sich an konkreten Zielen:

- **Ziel 1:** Eine qualitativ hochwertige Aus- und Fortbildung auf allen Ebenen und für alle Bereiche
- **Ziel 2:** Eine bundesweite Vereinheitlichung und Gleichwertigkeit aller Aus- und Fortbildungen mit gegenseitiger Anerkennung
- **Ziel 3:** Eine leichte Einstiegsmöglichkeit für möglichst viele Interessierte in eine qualitativ hochwertige Trainer- und Fachübungsleiter-Ausbildung
- **Ziel 4:** Ein abgestuftes Lizenzsystem mit einer angepassten Qualifizierung je nach Einsatzfeld und Praxisanforderungen der Lernenden

- **Ziel 5:** Eine Durchlässigkeit von einer Schnell- und Grundinformation für Trainer und Vereinsmitarbeiter via Internet bis zur höchsten Lizenz.

Dabei berücksichtigt ein breites Spektrum an Ausbildungsangeboten einerseits die immer komplexeren Anforderungen im Leistungsfußball – und hier vor allem die zentrale Aufgabe einer perspektivisch ausgerichteten Talentförderung.

Andererseits erfasst die Ausbildungspalette aber auch gesellschaftliche Veränderungen sowie freizeit- und Breitensportlich orientierte Einstellungen und Motive im Sport („Lebenslanger Sport“, „Sport für alle“).

Diese erweiterten Sportinteressen werden durch traditionelle Vereinsangebote bisher vielerorts nicht abgedeckt. Dabei signalisieren diese erweiterten Aufgaben und Funktionen des Sports neue Anforderungen an Vereine und seine Mitarbeiter. Diese sollen deshalb motiviert werden, sich für diese Zukunftsaufgabe zu qualifizieren. Genau auf diese Qualifizierung von Trainern und Trainerinnen, Jugendleitern und anderen Mitarbeitern rund um alle sportlichen und außersportlichen Aufgaben in einem Fußballverein zielt das neue Ausbildungskonzept des DFB und seiner Landesverbände. Letztlich ist das der zentrale Schlüssel zur Zukunftssicherung der Vereine.

Konkret orientiert sich das reformierte Ausbildungssystem im Fußball inhaltlich, methodisch und organisatorisch an bestimmten Leitlinien und Qualitätskriterien, um möglichst viele Interessierte für eine Funktion im Verein zu interessieren, zu motivieren und zu qualifizieren:

- **Klarer Aufbau und transparente Strukturen:** Jeder Interessent muss leicht das Passende für sich finden!
- **Praxistipps für das konkrete Einsatzfeld im Verein:** Alle Informationen müssen direkt weiterhelfen!
- **Leichter Einstieg in eine qualitativ hochwertige Ausbildung:** Die Ausbildung kommt zum Trainer und Vereinsmitarbeiter!
- **Ausbildung muss Spaß machen und ein Erlebnis sein:** Moderne Methoden der Erwachsenenbildung garantieren größtmögliche Attraktivität und Lernerfolge!

Eine erste Leistungsbilanz der DFB-Qualifizierungsoffensive

dokumentiert einerseits die Dimensionen dieser Bildungsarbeit im Fußball. Die Fakten belegen andererseits, dass die Ausbildungspalette und die methodisch-inhaltliche Neuausrichtung die Interessen vieler Vereinsmitarbeiter trifft, die sich für die Zukunft fit machen möchten:

- Über 100.000 Menschen pro Jahr besuchten Bildungsangebote im Fußball
- Über 5.000 Ausbildungen und Kurzseminare, aufgeteilt in 18 verschiedene Ausbildungsbereiche, wurden abgeschlossen

- Über 3.000 Ausbilder waren rund um die Bildungsarbeit im Fußball im Einsatz
- 24 moderne Sportschulen konzentrierten sich vor allem auf zentral organisierte Bildungsangebote
- Bundesweit wurden pro Jahr rund 5.500 neue Lizenzen vergeben.

Trotz oder gerade wegen dieser beeindruckenden Fakten muss die Effizienz und Attraktivität dieser Ausbildungskonzeption kontinuierlich ausgewertet und kritisch hinterfragt werden. Zu diesem Zweck ist die wissenschaftliche Begleitung und Beratung durch ein neutrales Bildungsinstitut angelaufen.

Ein zukunftsweisendes Erfolgsprojekt: Kurzschulungen für Trainer und Vereinsmitarbeiter

Ein Projekt sticht aus der breit angelegten DFB-Qualifizierungsoffensive hervor, gerade weil es wie kaum ein anderes Ausbildungsangebot prototypisch den „neuen Geist“ der Bildungsarbeit im Fußball in die Praxis umsetzt: die Kurzschulungen des DFB und seiner Landesverbände unter dem Motto „Fußball kompakt – an der Basis für die Basis“.

Ein zeitlich überschaubares „Schnupperangebot“ von 4 bis 8 Unterrichtseinheiten vermittelt interessierten Trainern und Vereinsmitarbeitern vor Ort im eigenen Clubheim (oder bei einem Nachbarverein) viele Praxistipps und Grundwissen für ein altersgemäßes Training mit den jüngsten Fußballern an die Hand. Als Ergänzung bekommen die Trainer kostenlose Broschüren ausgehändigt, in denen sie weitere Informationen für das Vereinstraining finden.

Die Kurzschulungen sind dabei nach dem Motto: „Die Ausbildung kommt zum Trainer“ anstelle „Der Trainer kommt zur Ausbildung in die zentral gelegene Sportschule!“ organisiert. Der zeitliche Aufwand bleibt damit überschaubar. Denn für viele potenziell Interessierte sind traditionelle, wochenweise Ausbildungen mit langen Anreisewegen einfach zu aufwendig.

Über 20.000 Vereinstrainer haben im ersten Jahr diese Kurzschulungen in ganz Deutschland besucht. Bei knapp 850 dieser „Schnupperkurse“ waren etwa 400 Honorar-Referenten im Einsatz.

Diese Erfolgsquoten sind ein Argument, dieses Ausbildungsprojekt in Zukunft weiter auszubauen und mit einer breit gefächerten Themenpalette alle relevanten Zielgruppen rund um den Fußball zu erreichen. Weitere Inhaltsbausteine der Kurzschulungen können beispielsweise sein: Sport für Ältere/Gesundheitssport, Schulfußball, Mädchen- und Frauenfußball, Jugendarbeit im Verein, Vereinsmanagement, Freizeitfußball...!

Die Technik

Dezentrale Strukturen der Ausbildung sind geeignet, auf kurzem Wege Vereinsmitarbeiter weiterzuqualifizieren.

Darüber hinaus bieten moderne Informations- und Kommunikationstechnologien ganz neue Möglichkeiten, alle Zielgruppen im Fußball auf direktem Wege zu erreichen und mit allen relevanten Informationen sowie Service-Dienstleistungen zu versorgen.

Diese Chance erkennen der DFB und seine Landesverbände und bauen seit 2000 Internet-Portale mit zielgruppenspezifischen Schwerpunkten und Funktionen auf.

Der öffentliche Internet-Auftritt des DFB (www.dfb.de) richtet sich an alle Zielgruppen rund um unseren Fußball und bietet Fußball-Fans, aktiven Fußballern, Talenten, Trainern, Vereinen oder Journalisten ein grosses Spektrum an Information, Unterhaltung, Kommunikation und Unterhaltung. Gleichzeitig ist der Internet-Auftritt auch ein wichtiges Instrument der Eigenpräsentation und Imagewerbung.

Mit Blick auf Talentförderung, Qualifizierungsoffensive und Service-Funktion für die Verbände und Vereine als zentrale Zukunftsaufgaben des DFB sind auf dem Sektor der Neuen Medien vor allem vier Projekte von Interesse.

Projekt „Ballzauber“: Motivation und Anleitung für junge Fußballer/Fußballerinnen

Mit der 2001 produzierten und mittlerweile millionenfach verteilten CD-ROM „Ballzauber“ wurden tausende von jungen Kickern dazu animiert, über das Vereinstraining hinaus in der Freizeit mit dem Ball zu üben.

Das interaktive Lernprogramm basiert hierbei auf der Grundidee einer Kombination von virtueller Animation per Computer – der heutzutage das Leben der Kinder und Jugendlichen mitprägt – und praktischem Eigentraining. Einen größeren Aufforderungscharakter kann es kaum geben.

Spielerisch werden auf der CD-ROM 64 Techniken unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade in Worten der „Kids“ erklärt und anhand von Bildern und Video-Sequenzen von Jugendlichen demonstriert. Darüber hinaus präsentiert Nationalspieler Sebastian Deisler Techniken aus seinem persönlichen Repertoire. Rudi Völler gibt weitere hilfreiche Tipps. Die Talente bekommen somit viele Anregungen, wie sie das Eigentraining selbst vorbereiten, steuern und auswerten können. Begleitend zur CD-ROM werden alle 6 Wochen neue Übungen im Internet präsentiert!

Projekt „Training Online“: Praxishilfen für alle Vereinstrainer

Im August 2001 startete der DFB des weiteren einen einzigartigen Service für die Vereinsbasis. Alle DFB-Trainer versorgen seitdem interessierte Juniorentainer mit Internetanschluss auf www.dfb.de im 14-Tage-Rhythmus mit Muster-Trainingseinheiten.

Alle Trainingspläne helfen Juniorentrainern dabei, jungen Spielern und Spielerinnen mit viel Spaß und einer zeitgemäßen Methodik das Fußballspielen zu vermitteln.

Zu jeder Trainingsform bieten die DFB-Trainer viele Zusatzinformationen wie technisch-taktische Erklärungen, Korrekturtipps sowie Spiel- und Übungsvarianten. Flash-Animationen und Video-Sequenzen bieten darüber hinaus die Möglichkeit, Übungsabläufe oder technisch-taktische Details viel anschaulicher zu vermitteln als es durch Printmedien möglich ist.

Mittels einer Suchfunktion lassen sich aus dem großen Archiv (mittlerweile bieten über 100 Trainingseinheiten je Altersklasse einen unerschöpflichen Übungspool) je nach aktueller Situation, Altersklasse und Trainingsziel unkompliziert und in kürzester Zeit eigene Trainingseinheiten zusammenstellen.

Projekt Mädchenfußball-Portal

Das Potenzial an zukünftigen Fußballspielerinnen ist gewaltig. Rund 3,4 Millionen Schülerinnen gibt es in Deutschland, von denen nur etwa 220.000 aktiv Fußball in einem Verein spielen. Dabei haben Umfragen ergeben, dass 6 von 10 Mädchen gerne Fußball ausprobieren möchten. Beste Aussichten. Daran zu partizipieren, ist auch eine Chance für die Sportvereine. Zu diesem Zweck startete der DFB ein breit angelegtes Mädchenfußball-Programm.

Wer sich über das Projekt und alles Wissenswerte rund um den Mädchen- und Frauenfußball informieren möchte (z.B. wie sich eine Mädchen-Mannschaft gründen lässt), kann im Januar 2005 eingerichteten Mädchenfußball-Portal des DFB stöbern. Der Internet-Auftritt www.ich-spiele-fussball.de ist somit bestes Beispiel, wie durch die Neuen Medien spezielle Zielgruppen direkt und in kürzester Zeit mit relevanten Informationen versorgt werden können. Neue Projekte bekommen somit eine ganz andere Dynamik.

Projekt „DFBnet“: Internetbasierte Servicemittel für Verbände und Vereine

DFBnet schließlich ist ein einheitliches Informationssystem des deutschen Fußballs, das den Spielbetrieb und andere Bereiche des Fußballs online organisiert. Vorrangiges Ziel ist dabei zunächst der flächendeckende Aufbau eines bundesweit einheitlichen Standards für Spiel- und Schiedsrichter-ansetzungen sowie der Ergebnisdienst. Dieser verbandsübergreifende Online-Dienst wird perspektivisch um weitere Service-Module für Verbände und Vereine ergänzt, so dass sich in Zukunft viele administrativ-organisatorische Aufgaben und Abläufe leichter und kostengünstiger erledigen lassen.

Die Sportanlagen

Nach einer Auswertung Dr. Hans Jägemanns, Abteilungsleiter Umwelt und Sportstätten beim DSB, scheint derzeit ein beängstigender und

weiter steigender Sanierungsbedarf bei vorhandenen Sportstätten **das Problem bei der Sportstättenentwicklung zu sein.**

Als Resultat einer Umfrage zur Erhebung einer bundeseinheitlichen Sportstätten-Statistik werden etwa 70% der Anlagen in den neuen Ländern und etwa 40% derer in den alten Ländern als sanierungsbedürftig eingestuft.

Der Bericht D. Jägermanns beziffert den kompletten Sanierungsbedarf auf etwa 42 Milliarden Euro, der sich zu 34,4 Milliarden Euro auf die alten Bundesländer, zu 6,4 Milliarden auf die neuen Länder und zu 1,5 Milliarden Euro auf die Stadtstaaten verteilt.

Diese immensen Kosten signalisieren ein enormes Finanzierungsproblem, dennoch bietet dieser Sanierungsfall nach Auffassung Jägermanns auch große Chancen. Denn die Sanierungsaufgaben können die nötigen, unaufschiebbaren Impulse für eine zukunftsorientierte Sportstättenentwicklung geben. Dazu müssen die Sanierungen jedoch weit über eine baulich-technische Erneuerung hinausreichen, also den Versuch, den Zustand der Sportanlage zum Zeitpunkt des Neubaus wiederherzustellen!

Denn bei dieser Sanierung alter Substanz würde ein Problem auf Dauer „zementiert“, das die meisten der „in die Tage gekommenen“ Sportanlagen haben. Diese sind zum größten Teil normierte Sportstätten, die nur für wenige wettbewerbsorientierte Sportdisziplinen ausgelegt sind. Möglichkeiten für andere freizeit- und gesundheitsorientierte Sportaktivitäten sind von vornherein ausgeschlossen. Der große Kreis an „neuen Sportlern“ mit anders gelagerten Sportmotiven findet auf diesen herkömmlichen Anlagen damit keine „sportliche Heimat“.

Leitlinie einer zukunftsorientierten Sportstättenplanung ist somit die Schaffung vielfältig verwendbarer, attraktiver Sportanlagen, die für Menschen mit unterschiedlichen Sportinteressen und jedes Alters geeignet sind. Ziel ist ein flächendeckendes Netz an Bewegungs- und Begegnungszentren in jedem Stadtteil, die gleichzeitig für Vereins- und Freizeitsport offen sind. Diese zukunftsorientierten Sport- und Bewegungsareale bieten dabei neben traditionellen Sportangeboten auch Sportgelegenheiten und Bewegungsräume für jedermann und etablieren sich mit der Zeit als informelle, kontaktstiftende Treffpunkte. An diesen Funktionen müssen sich nicht nur Neubauten, sondern auch Modernisierungen von vorhandenen Sportanlagen messen lassen.

Angesichts knapper Finanzmittel sind diese Ziele einer perspektivisch ausgerichteten, zukunftstauglichen Sportstättenentwicklung nur mit viel Kreativität, Eigeninitiative und in einem engen Miteinander aller realisierbar. Bei neuen Projekten und umfassenderen Modernisierungen vorhandener Sportstätten ist zu diesem Zweck ein **kooperativer Planungsprozess** ansässiger Sportvereine, weiterer Interessengruppen und der Kommune von großem Vorteil.

Das Leitziel jeder modernen und perspektivisch ausgerichteten kommunalen Sportstättenplanung muss es somit sein, ein engmaschiges und qualitativ hochwertiges Versorgungsnetz für Sport-, Spiel- und Bewegungsaktivitäten aller Menschen auf- und auszubauen.

Genau dieses dichte Nebeneinander von traditioneller vereinsbezogener Sportkultur (inklusive Sportanlagen) und freier, multifunktional verwendbarer Spiel- und Bewegungsmöglichkeiten bietet eine große Chance für die Sportvereine. Sie können nicht nur selber auf diese Sportareale zugreifen, um das Vereinsangebot attraktiv und für neue Zielgruppen zu erweitern. Sie haben darüber hinaus einen unmittelbaren Kontakt zur sportinteressierten Öffentlichkeit und zu vielen Freizeitsportlern. Das bietet ideale Chancen, auf direktem Wege die Vorzüge des Vereinslebens zu präsentieren und beste Mitgliederwerbung zu betreiben.

Ein **Pyramidenmodell der kommunalen Sportstättenentwicklungsplanung** hilft, den Planungsbereich „Bewegungsraum Stadt“ zu strukturieren. Die Ebenen dieses Modells sind vor allem eine Orientierungshilfe bei übergreifenden Planungsprozessen. Trennscharfe Abgrenzungen der Ebenen fallen gelegentlich schwer, sind doch gerade die Schnittstellen und multifunktionalen Verwendungsmöglichkeiten der Sportstätten ein Qualitätskriterium des Konzepts.

Dennoch haben alle 3 Ebenen eine jeweils spezifische Funktion für die Bewegungs- und Sportaktivitäten sowie darüber hinaus für die Lebensqualität in einer Stadt. Eine kommunale Sportstättenentwicklungsplanung muss deshalb alle 3 Planungsebenen gleichrangig bewerten und berücksichtigen.

Die dritte und oberste Ebene umfasst dabei Sondersportanlagen (z.B. Skischanzen, Golfplätze) sowie Großsporthallen und Stadien.

Konzeption und Funktion moderner Großstadien

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 will im Stadionbau internationale Qualitätsstandards auf höchstem Niveau vorgeben. Deutschland wird für die nächste Zukunft eine weltweit einmalige Infrastruktur an Großstadien aufweisen. Die aktuellen Zuschauerrekorde in der Bundesliga signalisieren eine große Fußball-Euphorie in diesen stimmungsvollen und komfortablen Fußball-Arenen.

Alle Stadion-Projekte für die Weltmeisterschaft 2006 wurden dabei als Motoren der Stadtentwicklung begriffen und konzipiert. Die LTU-Arena in Düsseldorf ist leider im Bewerbungsrennen um die Nominierung als WM-Stadion durchgefallen, doch lassen sich an dieser Multifunktionsarena prototypisch alle Qualitätskriterien eines zukunftsorientierten Stadionkonzepts veranschaulichen. Diese Konzeption reicht gegenüber traditionellen Fußballstadien weit über reine Sportzwecke hinaus:

- Das wirtschaftliche Fundament der Arena bildet ein ausgeklügelter Mix an Verwendungsmöglichkeiten. Die unmittelbare Nachbarschaft zum Messegelände macht die Multifunktionsarena neben regelmäßigen Sport- und Showevents zu einem optimalen Ort für große Kongresse sowie für Messen mit speziellem Raumbedarf.
- Mit einem ausgeklügelten Lüftungs- und Klimakonzept wird der Entertainment-Branche eine Verlängerung des Event-Kalenders auch für große Konzerte möglich.
- Ein weiterer Baustein einer lukrativen Vermarktung der Arena bieten die Logen und Business-Seats mit erstklassiger Sicht. Hinzu kommt ein großer Business-Club mit anspruchsvoller Gastronomie. Durch diese First-
- Class-Ausstattung ist die Arena auch für Kunden-Events großer Firmen interessant.
- Der Arena-Komplex umfasst weiterhin Tagungsmöglichkeiten, eine Bowling-Anlage, ein Zentrum für Physiotherapie, Büroflächen von 6.500 qm, ein Hotel mit 288 Zimmern und bis zu 1.150 Parkplätze direkt unter dem Stadion.
- Ein direkter Anschluss an die A44, A3 und A57 sichert reibungslose An- und Abreisen mit dem Pkw. Darüber hinaus ist eine optimale ÖPNV-Anbindung durch einen neuen U-Bahnhof Arena/Messe Nord garantiert.

Moderne Stadien haben somit nicht nur wegen eines immensen Flächenbedarfs von über 20 ha enorme Auswirkungen auf die Stadtplanung. Multifunktionale Großprojekte haben komplexe ökologische, wirtschaftliche, soziale und infrastrukturelle Folgen – vor allem bieten sie aber auch große Chancen für das urbane Leben. Mit dem Bau eines Stadions hat eine Stadt ein effizientes Instrument der Stadtentwicklung in der Hand, wenn die Konzeption auf Basis einer fundierten Bedarfsanalyse

- einen optimal gelegenen Standort
- ein durchdachtes Verkehrskonzept
- einen Mix an Stadion-Funktionalitäten über reine Sportzwecke hinaus
- und nach außen gerichtete Infrastrukturen

umfasst und integriert.

Wege dieser vielen Einflussfaktoren ist es immens wichtig, bei der Planung und Konzeption eines Großstadions die Bevölkerung rechtzeitig und intensiv einzubinden. Nur das schafft Identifikation und Akzeptanz. Regelmäßige Informationstreffen, Planeinsichten für jedermann und verschiedene Festivitäten ermöglichen einen öffentlichen Diskurs.

Fazit

Der Sport und seine Vereine blicken auf vielfältige Herausforderungen einer spannenden Zukunft. Zur Lösung dieser Zukunftsaufgaben sind bereits viele Projekte und Initiativen eingeleitet. Wichtigster

Erfolgsfaktor bleiben aber sportbegeisterte, engagierte, kreative und optimistische Menschen!