



**SPORT
VEREIN
2020**

Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.



© Blend Images/Adobe Stock

POSITIONIERUNG VON SPORTVEREINEN IN DER KOMMUNE – SPORTVEREINE SIND MEHR ALS NUR SPORT

Stand 2016-01



1. Ausgangssituation

Der demografische Wandel bringt vielfältige gesellschaftliche Entwicklungen mit sich und stellt die Sportvereine in Deutschland vor große Herausforderungen. Viele Vereine sind aktuell noch nicht in der Lage, diese Herausforderungen zu bewältigen und ihren Verein auf die Zukunft vorzubereiten.

Die Positionierung und Etablierung der Sportvereine in den Kommunen ist dabei eine der wesentlichsten Herausforderungen für die Vereine. Positionieren bedeutet die aktive Vernetzung des Vereins mit verschiedenen Organisationen innerhalb der Kommune durch den Aufbau entsprechender Kooperationen. Dadurch kann ein Verein langfristig seine Stellung innerhalb der Kommune stärken. Sportvereine können weitere Funktionen innerhalb des kommunalen Lebens einnehmen und sich nicht nur auf das Bereitstellen von Sport- und Gesundheitsangeboten beschränken.

Viele Vereine verfügen noch nicht über passende Ansätze, einen umfassenden Kooperationsaufbau aktiv voranzutreiben. Zudem sind geeignete Plattformen für einen Austausch zwischen allen Beteiligten ebenfalls oftmals nicht vorhanden. All dies kann zu einem Mangel an Integration der Vereine in das kommunale Leben führen.

Um Kooperationen innerhalb der Kommune aufzubauen, ist ein offener Dialog zwischen potenziellen Partnern von großer Bedeutung. Alle Parteien sollten die grundsätzliche Bereitschaft zeigen, sich auch über die eigenen Zuständigkeitsbereiche hinaus zu engagieren. Im Sportverein hängt die Kooperationsfreudigkeit oftmals mit dem Engagement der Mitglieder zusammen.

Die traditionellen Beziehungen zwischen Sportvereinen, Kommune und anderen Interessensgruppen beschränken sich meist auf finanzielle und infrastrukturelle Dimensionen. Im Zuge des demografischen Wandels sind jedoch neue Formen der Kooperation und Vernetzung erforderlich. Dabei sind vor allem Netzwerke gefragt, in denen Akteure aus unterschiedlichen Organisationen und Gesellschaftsgruppen zusammenarbeiten. Das folgende Praxisbeispiel zeigt eine derartige Kooperationsmöglichkeit auf und macht deutlich, wie ein Sportverein sich innerhalb einer Kommune positionieren kann. Gleichzeitig werden durch Kooperationen Mehrwerte für die örtliche Bevölkerung geschaffen.



2. Praxisbeispiel

Geislingen an der Steige

Die Kinderturnstiftung Baden-Württemberg (KTS) hat 2010 die landesweite Kampagne „Bewegte Kommune - Kinder“ ins Leben gerufen. Ziel dieser Kampagne ist es, ein lokales Bewegungsnetzwerk zu schaffen, um das Bewegungsangebot für Kinder in den Kommunen nachhaltig zu verbessern. Im Mittelpunkt stehen die örtlichen Sportvereine. Sie nehmen eine führende Rolle bei der Umsetzung der Initiative ein, um sich als kompetenter Partner im Sport zu präsentieren. Dabei wurden gezielt Strukturen aufgebaut, um die Sportvereine unter anderem mit Schulen und Kindertagesstätten zu vernetzen. Im Rahmen der zweijährigen Kampagne werden verschiedene Aktionen durchgeführt mit dem Ziel, Kindern eine hochwertige motorische Grundlagenausbildung zu ermöglichen.

Die Stadt Geislingen an der Steige ist eine von 19 Städten, die an der Kampagne „Bewegte Kommune - Kinder“ teilnimmt. Neben der Stadt Geislingen und den örtlichen Kindertagesstätten und Grundschulen sind die beiden größten Vereine der Stadt, TG Geislingen und TV Altenstadt, die treibende Kraft der Bewegung. Seit April 2014 übernehmen die beiden Vereine auch die sportliche Leitung der Aktion und lösen die KTS in diesem Bereich ab.

Um auf die Kampagne hinzuweisen und die Projektvereinbarungen festzulegen, wurden in Geislingen zunächst Auftaktgespräche mit allen Beteiligten geführt. Im Anschluss wurden Sportvereine, Kindertagesstätten sowie Schulen hinsichtlich der

Kinder befragt. Zudem wurde durch ein Testverfahren die körperlich-motorische Leistungsfähigkeit der Kinder praktisch überprüft.

Die Ergebnisse machten erhebliche Defizite bei der motorischen Entwicklung der Kinder deutlich. Alle Beteiligten waren sich einig, dass akuter Handlungsbedarf besteht. Um das Bewegungsangebot für die Kinder in der Kommune zu steigern, mussten alle Beteiligten zusammenarbeiten. Die beiden Sportvereine entwickelten dafür ein neues Bewegungsangebot: Ergänzend zu den Sportstunden in den Kindertagesstätten und Grundschulen wurden die Kinder auch in die Sportstunden der TG Geislingen und des TV Altenstadt eingeladen. Zusätzlich berieten die Vereine die öffentlichen Einrichtungen in sportbezogenen Fragen und stellten qualifizierte Übungsleiter für Sportstunden in Schulen und Kindertagesstätten zur Verfügung. Somit wurde Quantität und Qualität der Bewegungsangebote für Kinder in Geislingen nachhaltig gesteigert.

Durch die Kooperationen wurde im Laufe der Kampagne ein lokales Bewegungsnetzwerk aufgebaut, von dem die gesamte Kommune profitiert. Die Sportvereine und lokalen Interessensgruppen haben sich eine Plattform zum weiteren Austausch geschaffen und können diese auch in Zukunft nutzen. In Geislingen ist das Projekt eine „Initialzündung“ für weitere Überlegungen und Projekte im Bereich des Kinder- und Jugendsports. ►

► Die Umsetzung der Kampagne „Bewegte Kommune - Kinder“ in der Stadt Geislingen ist ein sehr gutes Beispiel dafür, was durch den Aufbau von Kooperationen möglich ist. Nicht nur das Sportangebot für Kinder und Jugendliche wurde verbessert, sondern auch eine nachhaltige Plattform innerhalb der Kommune geschaffen.

Die unterschiedlichen Organisationen und Interessensgruppen haben verstanden, wie sie gegenseitig voneinander profitieren können. Auch ohne die aktive Hilfe von Stiftungen oder externen Organisationen kann ein Zusammenspiel mehrerer Akteure in der Kommune viel bewirken.



3. Handlungsmöglichkeiten

Erfolgsfaktor Kooperation

Um sich als Sportverein erfolgreich zu positionieren, ist es von Bedeutung mit der Kommune, lokalen Organisationen und Interessensgruppen zusammenzuarbeiten.

Durch die Bündelung von Ressourcen und die gemeinsame Koordination von Aktivitäten können gesellschaftliche Entwicklungsprozesse vorangetrieben werden. Sportvereine können zeigen, dass ihr gesellschaftlicher Beitrag über das reine Sportangebot hinaus geht. Es profitiert die gesamte Gemeinde.

ERFOLGSFAKTOREN FÜR DEN AUFBAU EINES NETZWERKES

1. Motivieren Sie potenzielle Netzwerkpartner durch das Formulieren einer klaren und eindeutigen Zielstellung – zeigen Sie Mehrwerte für alle Beteiligten auf
2. Sprechen Sie eine gemeinsame Sprache innerhalb des Netzwerkes – wählen Sie direkte Kommunikationswege und suchen Sie den regelmäßigen Erfahrungsaustausch
3. Treffen Sie klare Absprachen und legen Sie eine klare Rollenverteilung zwischen den Netzwerkpartnern fest – Zuordnung von Rollen und Zuständigkeiten für bestimmte Aufgaben nach Qualifikationen und Stärken der Netzwerkpartner
4. Beteiligen und Integrieren Sie die Zielgruppen Ihrer geplanten Initiativen und Projekte – dadurch erfahren Sie konkrete Interessen und inhaltliche Tendenzen
5. Fördern Sie die Bekanntheit und pflegen Sie das Image Ihres Netzwerkes durch regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit
6. Reflektieren und bewerten Sie Ihre Netzwerkarbeit regelmäßig, um für eine kontinuierliche Weiterentwicklung zu sorgen



MÖGLICHE KOOPERATIONSPARTNER

- Andere Sportvereine
- Behinderteneinrichtungen (z.B. Lebenshilfe)
- Betriebssportvereine
- Fördervereine
- Jugendeinrichtungen
- Kindergärten
- Kommerzielle Sportanbieter (z.B. Fitnessstudios)
- Kommunale Unternehmen
- Krankenkassen
- Landessportbünde
- Profisportvereine
- Schulen
- Senioreneinrichtungen
- Sonstigen öffentliche und private Einrichtungen
- Sportschulen
- Stiftungen
- Vereine aus anderen Bereichen (z.B. Musik- und Kulturvereine)
- Universitäten
- Unternehmen aus der Wirtschaft

NOCH MEHR LESEN

www.sportverein2020.de



Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.

Initiative Sportverein 2020

Nielsen Sports Deutschland GmbH
Scheidtweilerstr. 17
50933 Köln

Telefon: 0221 – 43073 201

Fax: 0221 – 43073 612

✉ Mail: team@sportverein2020.de

🌐 Web: www.sportverein2020.de

Eine Initiative von Sportbünden und Wirtschaft

Initiator &
Premium Partner



Partner



Förderer



Projektpartner

