





# Akademie-Gespräch Demographie und Sportverein



Hier geht was! – Wie Sportvereine die Menschen im Harz bewegen (können)	 Mi. 06.04.2016	 Akademie des Sports <small>im LandesSportBund Niedersachsen e. V.</small>
	 51 Teilnehmende	 Umdenken, Synergien und vorhandene Potenziale nutzen

## Ausgangslage

Die Bevölkerungsstruktur ändert sich merklich. Wir werden weniger, älter und bunter. Besonders stark vom Bevölkerungsrückgang ist der Landkreis Goslar betroffen, aber auch die weiteren an den Harz grenzenden Landkreise. Sportvereine haben bereits darauf reagiert oder müssen in den kommenden Jahren passende Antworten finden. Welche können das sein?

## Das geschah

Das nahm die Akademie des Sports zum Anlass, im von *Andreas Rietschel* (Goslarische Zeitung) moderierten Akademie-Gespräch über mögliche Lösungsansätze zu diskutieren. Für einen die Diskussion anregenden Einstieg sorgte *Gabriele Wach* (Ostfalia – Hochschule für angewandte Wissenschaften), indem sie über eine Konzeptstudie von Studierenden der Ostfalia aus dem Jahr 2015 referierte. Als eine mögliche neue Organisationsform von Sportvereinen wird die „Sportgenossenschaft“ angeführt. Danach schließen sich Sportvereine mit mehreren Partnern mit dem Ziel zusammen, eine Region zu entwickeln. Es sollen Synergien



genutzt werden, um das aktuelle Sportangebot zu erhalten und perspektivisch neue Angebote für neue Zielgruppen zu schaffen.

In der anschließenden Podiumsdiskussion wies *Matthias Wunderling-Weilbier* (Landesbeauftragter für regionale Landesentwicklung Braunschweig) darauf hin, dass Sportvereine wahrscheinlich nicht um neue Formen der Sportvereinsarbeit und -organisation herum kommen. Im Südniedersachsenprogramm gibt es z. B. das Angebot der „Dorfmoderation“, die Akteure eines Ortes zusammenbringt und angeleitet Synergien zur Förderung des Ortes nutzen soll. Weiter wies *Volker Bäcker* (Vorsitzender KSB Goslar) darauf hin, dass im Kreissportbund bereits viele Sportvereine Partner haben und Synergien nutzen. Diese könnten ausgebaut und andere Sportvereine hinzugenommen werden. *Peter Wehr* (Peter Wehr Consulting GmbH), selbst Vorsitzender eines Sportvereins, betonte, dass sich nicht nur mit den eigenen Sportarten beschäftigt werden darf. Auch die Gedankengänge der im Sportverein Tätigen müssten sich ändern.



Es müssen Ideen vorhanden sein, wie bisher nicht erreichte Zielgruppen gewonnen werden können. Zum Beispiel mit gesunder Lebensführung als Schwerpunkt.



*Dr. Arne Göring* (Universität Göttingen) unterstrich, dass sich das Bewegungsverhalten der Menschen nachweislich ändert und nicht mehr nur tradierte Sportangebote gefragt sind. Sportvereine müssen sich die Frage stellen, ob sie diesen Entwicklungen folgen und sich den veränderten Erwartungen an sie stellen oder ihre bisherigen Angebote beibehalten. Auch *Gabriele Wach* betonte, dass bei dem heutigen veränderten Sporttreiben neue Lösungen an Angeboten entwickelt werden müssen. Egal in welcher Form, da das Sporttreiben in der Gesellschaft aktuell einen anderen Weg geht als der organisierte Sport in Vereinen.



v.l.n.r.: Karl-Heinz Steinmann (Akademieleiter), Peter Wehr, Volker Bäcker, Dr. Arne Göring, Matthias Wunderling-Weilbier, Gabriele Wach, Matthias Beushausen, Andreas Rietschel

Ein positives Beispiel gab der Geschäftsführer des KSB Harz aus Sachsen-Anhalt. *Jörg Augustin* berichtete, dass sich in einem Ort mit 800 Einwohnern der Sportverein, die Kindertagesstätte, die Senioreneinrichtung, die freiwillige Feuerwehr und andere Akteure zusammengeschlossen haben. Durch die Zusammenarbeit konnte der Sportverein seine Mitgliederzahl innerhalb kürzester Zeit von 80 auf 225 Mitglieder steigern. Auch *Matthias Beushausen* (Vorstandsmitglied KSB Göttingen-Osterode) unterstrich dasselbe Problem. In seinem Heimatort gäbe es viele Ältere, die jedoch nicht im Sportverein Mitglied sind. Könnten für diese Angebote geschaffen werden, würde auch der Sportverein evtl. mehr Mitglieder gewinnen können.



Das Plenum

Die diskutierten Aspekte wurden von dem Plenum sehr unterschiedlich aufgefasst. So gingen Sportgenossenschaften an den Möglichkeiten z. B. des Kreises Goslar vorbei, da es sehr viele kleine Sportvereine gibt. Oder aber, dass Zugezogene gar keine Informationen über die Sportvereine und ihre Angebote finden. Egal ob in Papierform oder digital. Konsens bestand darin, dass sich jeder Sportverein die „Gretchenfragen“ stellen sollte: Wo will ich hin? Wen will ich wie und womit erreichen? Zusätzlich kam ein interessanter Beitrag aus dem Plenum. Anstatt Geld zu geben, sollten Sponsoren eher Zeit spendern, indem ehrenamtlich Tätige von der Arbeit teilweise freigestellt werden, um ihr Ehrenamt intensiver ausüben zu können.

### Das haben wir mitgenommen

- Zielsetzungen und Angebote der Sportvereine müssen sich ändern, um neue Zielgruppen zu erreichen und neue Mitglieder zu gewinnen.
- Sportvereine sollten aktiv auf (neue) Zielgruppen zugehen.
- In kleineren Orten kann es sinnvoll sein, die Sportangebote in wenigen Sportvereinen zu bündeln.
- Es gibt keine Patentlösung: Jeder Sportverein muss die für ihn geeignetste Lösung erarbeiten. Sportgenossenschaften können ein mögliches Zukunftsmodell sein.

Fotos (8): Andre Bertram

### Ansprechpartner:

Marco Vedder

E-Mail: [mvedder@akademie.lsb-nds.de](mailto:mvedder@akademie.lsb-nds.de)

Gefördert durch

Niedersächsische  
**LOTTO-SPORT-STIFTUNG**  
Bewegen · Integrieren · Fördern