

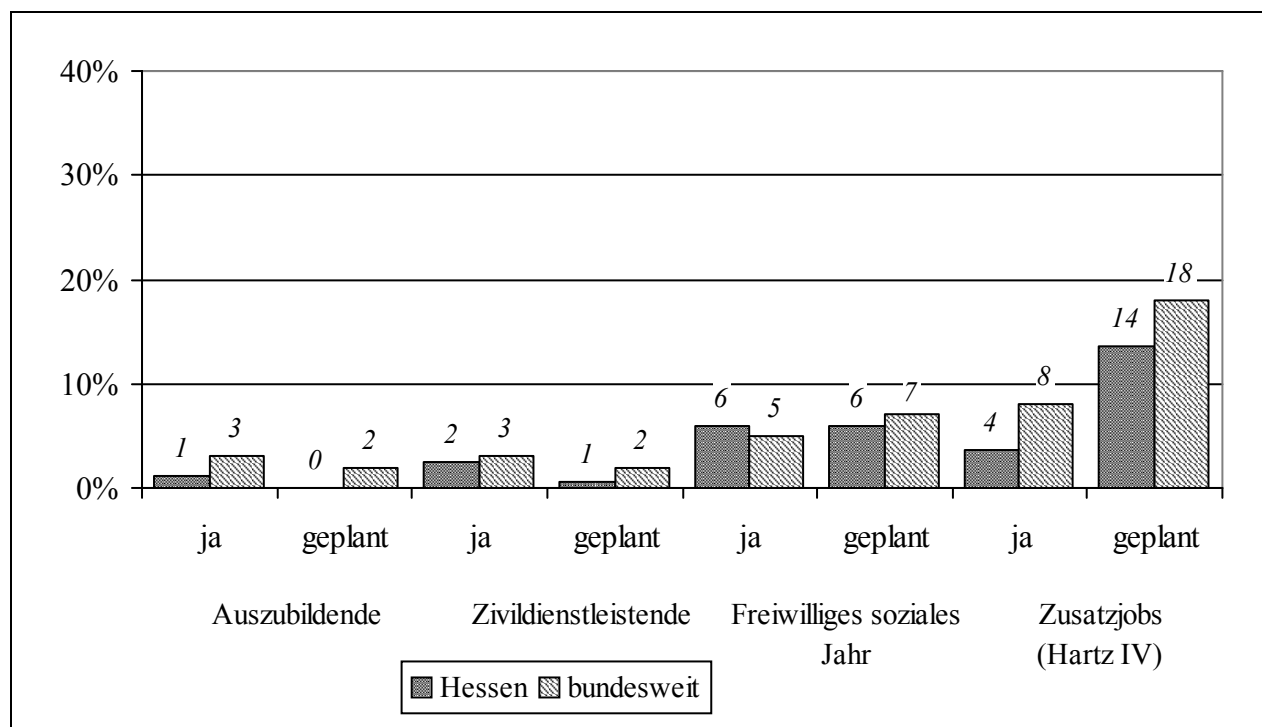


Abb. 2: sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.8.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.8.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Hessen darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Hessen im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler sowie (3) von Mitgliedern und (4) die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften dar (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier vonnöten zu sein.

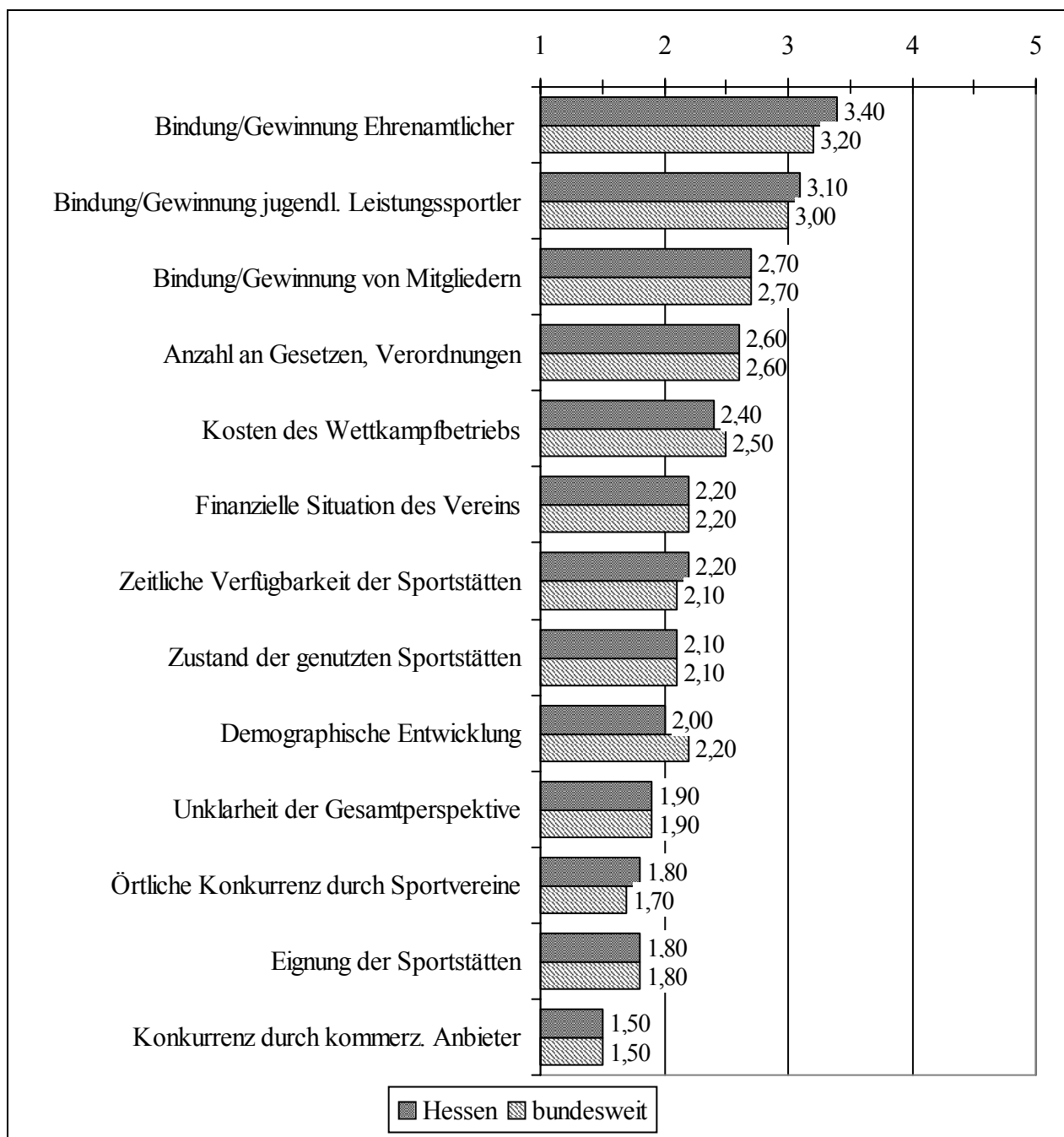


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben. Dies sind 13 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet fast 1.000 von 7.760 Vereinen in Hessen.

Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter, von jugendlichen Leistungssportlern

sowie von Mitgliedern und die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem drei weitere Problembereiche virulent: (a) die finanzielle Situation des Vereins, (b) der Zustand der genutzten Sportanlagen sowie (c) die zeitliche Verfügbarkeit von Sportanlagen (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Hessen vor.

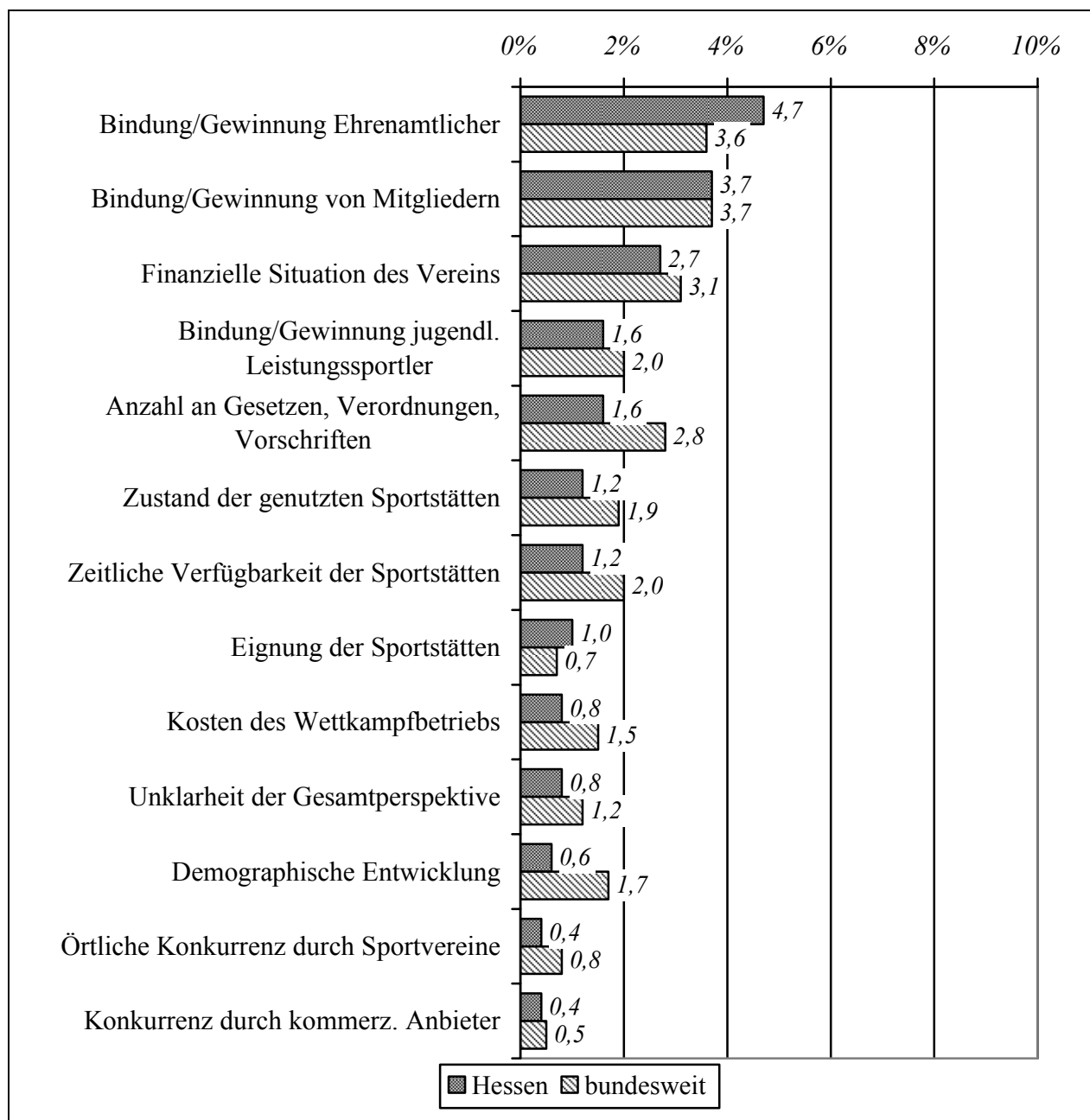


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.8.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Hessen aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen 67 % der hessischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Hessen sind dies 5.200 von 7.760 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. Dennoch ist für 37 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 47 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 20 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: *Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)*

	Hessen	(D)	Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	67	(68)	5.200
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	37	(28)	1.900
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	20	(48)	1.000
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	47	(52)	2.400

3.8.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der hessischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 91 % der Sportvereine in Hessen der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

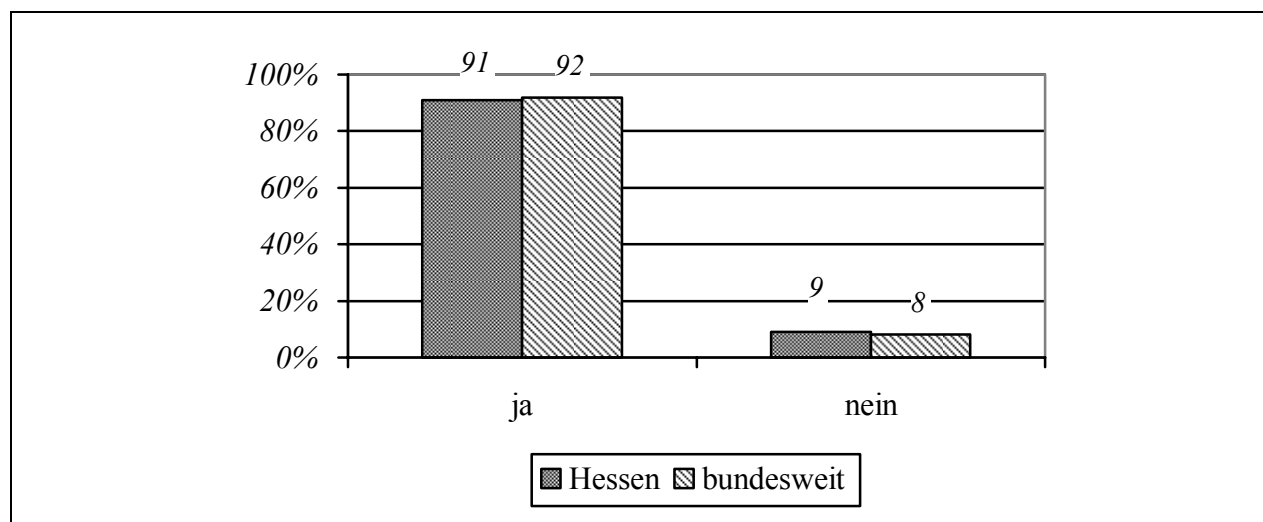


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der hessischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum genannt. Allerdings sollte auch die Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung verbessert werden (vgl. Abb. 6).

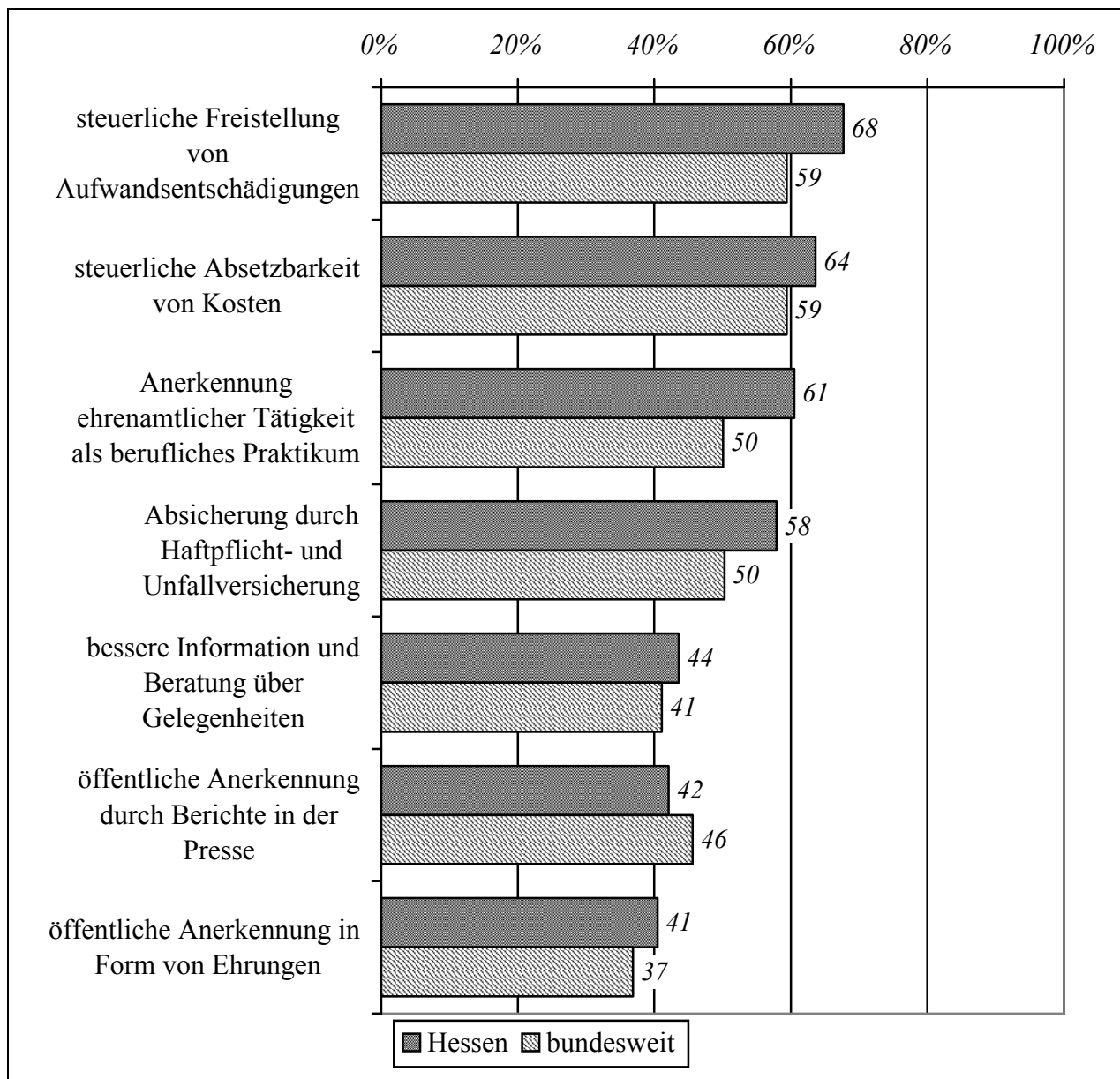


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.8.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Hessen

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportbundes Hessen von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		Hessen	(D)	Hessen	(D)
1	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,72	(2,67)	2,37	(2,23)
2	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,70	(2,69)	2,82	(2,72)
3	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,69	(2,67)	2,25	(1,96)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,66	(2,57)	2,36	(2,24)
5	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,60	(2,52)	2,39	(2,43)
6	Information und Beratung der Vereine generell	2,57	(2,50)	2,53	(2,41)
7	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,54	(2,45)	2,36	(2,01)
8	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,53	(2,44)	2,27	(2,36)
9	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,49	(2,42)	2,33	(2,02)
10	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,36	(2,29)	2,19	(2,19)
11	Information und Beratung in Sachen Mitglieder- bindung und -gewinnung	2,32	(2,30)	1,82	(1,79)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,18	(2,15)	2,10	(1,96)
13	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,10	(2,07)	2,51	(2,50)
14	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,04	(1,96)	1,84	(1,92)
15	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,01	(2,09)	1,92	(1,89)
16	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,99	(1,94)	2,21	(2,14)
17	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,98	(1,97)	2,24	(1,99)
18	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	1,95	(2,02)	2,05	(1,94)
19	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,85	(1,87)	2,07	(1,69)
20	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,82	(1,74)	2,15	(2,09)
21	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,79	(1,74)	2,04	(1,98)
22	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,78	(1,73)	2,04	(1,94)
23	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,77	(1,73)	2,06	(1,87)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,63	(1,67)	2,00	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Hessen seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig

bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

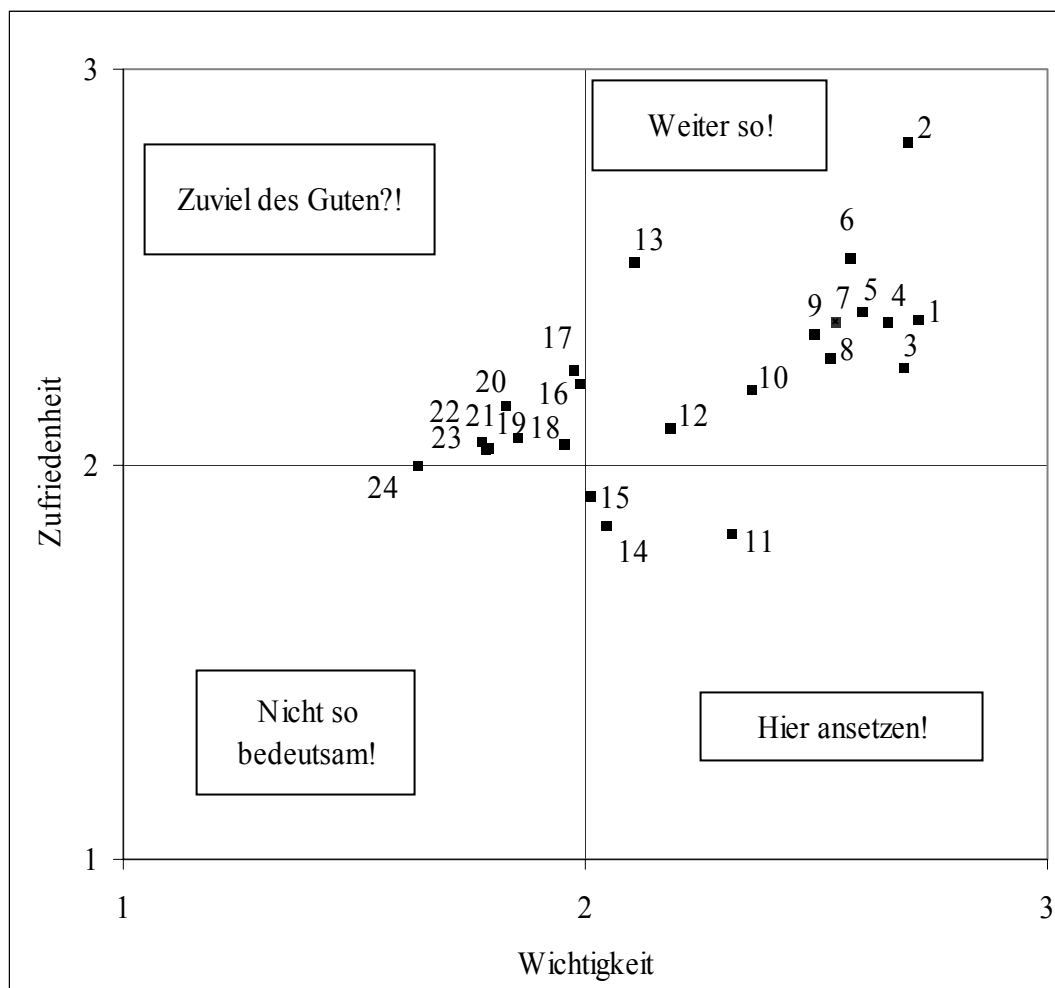


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der hessischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung (11), (b) Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung (14) sowie (c) Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport (15).

Optimal bzw. gut positioniert ist der Landessportbund Hessen gegenwärtig auf den Feldern (1) Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer, (2) Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, (3) Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell, (4) Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport, (5) Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen, (7) Finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten, (8) Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern und (6) Information und Beratung der Vereine generell.

Ebenso ist der Landessportbund Hessen in den Bereichen (9) Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen, (10) Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein, (12) Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit, (13) Lehrgänge im Vereinsmanagement und (16) Information und Beratung bei Organisation und Planung gut positioniert.

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportbund Hessen in den Bereichen (19) Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse, (17) Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage und (20) Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen. Ebenso trifft dies auf (23) die Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement, (22) Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement, (21) Information und Beratung in Sachen Frauenförderung und (24) Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen zu.

3.8.3.5 *Kampagne „Sport tut Deutschland gut“*

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 50 % der hessischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat, Anzeige oder in Form von Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. 50 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 14 % sind sich diesbezüglich unsicher. 36 % der hessischen Vereine ist dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Mehr als 74 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 9 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 30 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 30 % haben 27 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 4 % aller Vereine in Hessen und 8 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)

	Hessen	(D)
Bekannt	50	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	70	(64)
... Anzeige	57	(52)
... Arbeitsmaterialien	50	(39)
... Kino-/TV-Spot	20	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	36	(33)
Ja	50	(45)
weiß nicht	14	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	9	(11)
Ja	74	(73)
weiß nicht	17	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	30	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	27	(23)

3.8.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportbund Hessen zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 3.113 Email-Adressen hessischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Hessen treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 263 beteiligte Vereine erforderlich. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u.a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 2.624 Vereine. Davon konnten insgesamt 486 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 18,5 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Durch die erfreulich hohe Beteiligungsquote wurden weit mehr Vereine als erforderlich befragt (Quotenerfüllung: 184,8 %).

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	7.760		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	263		
Stichprobe I	3.113	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	486	15,6	
Person nicht im Verein tätig	1	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	5	0,2	
Verbände	2	0,1	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	2.624	84,3	100,0
Absagen	6	0,2	0,2
Realisierte Interviews	486	15,6	18,5
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	184,8 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 43 % der beteiligten hessischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 51 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

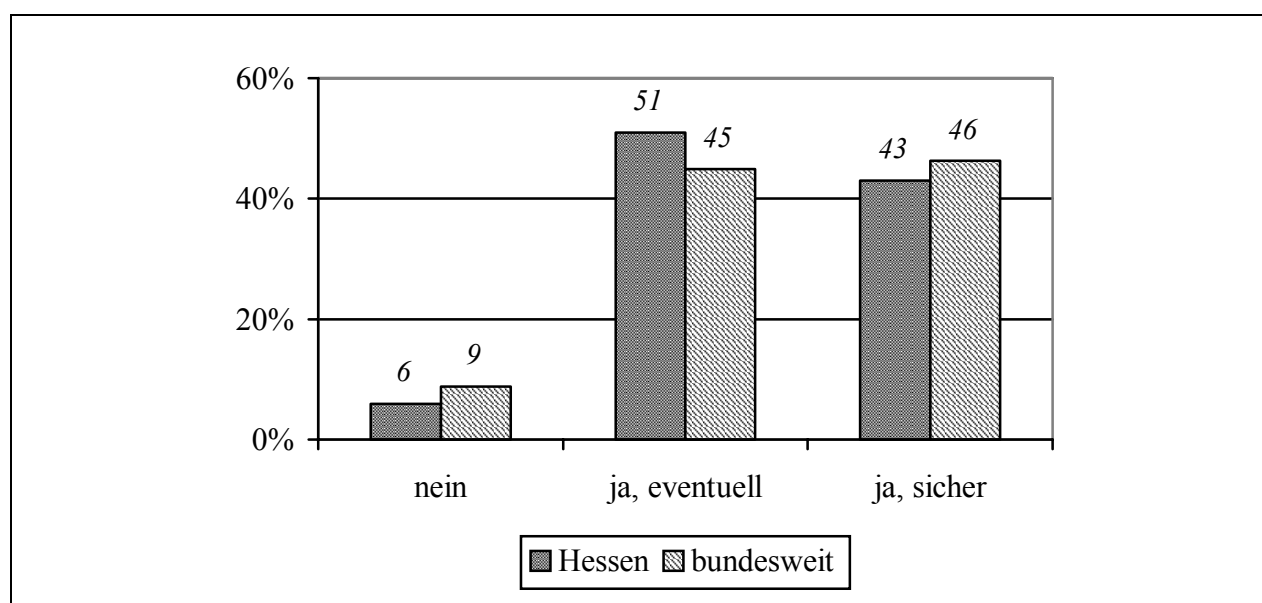


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.9 Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern

Gregor Hovemann, Heinz-Dieter Horch & Manfred Schubert

3.9.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl in Mecklenburg-Vorpommern. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Mecklenburg-Vorpommern ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer Anzahl (knapp 2000 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern garantieren preisgünstige Sportangebote und vermeiden ökonomische Barrieren der Nutzung von Sportangeboten. Mit eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. Knapp 40 % aller Vereinsangebote (dies sind fast doppelt so viel wie im Bundesdurchschnitt) zielen explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 650 Sportvereine erstellen gemeinsame Angebote mit Schulen und 300 mit Kindergärten. Dies unterstreicht sehr deutlich die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Mecklenburg-Vorpommern darstellen. Vereinsmitglieder in etwa 34.500 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 450.000 Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von ca. 6,7 Mio €. Zudem beschäftigt gut ein Fünftel aller Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern bezahlte Mitarbeiter und rd. 100 Vereine bilden aus.

19 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern haben existenzielle Probleme. Existenz bedrohende Probleme bestehen insbesondere im Hinblick auf die finanzielle Situation des Vereins, die Bindung/Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter/innen, die Kosten des Wettkampfbetriebs und die demographische Entwicklung in der Region. Gut 95 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern sind der Meinung, dass der Staat und die Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten. Dabei sind es vor allem die folgenden vier Bereiche, in denen Verbesserungen als wichtig erachtet werden: Steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum, öffentliche Anerkennung durch Berichte in der Presse und bessere Informationen und Beratung über Gelegenheiten zum ehrenamtlichen Engagement. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren:

Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer, Information und Beratung bei der Mitgliederbindung und -gewinnung, finanzielle Unter-

stützung beim Bau bzw. der Modernisierung von Sportanlagen, Information und Beratung in Sachen Finanzen/ Steuern, Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung, Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit und bei den Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüssen.

Die Rücklaufquote lag in bei dieser Befragung unter den Sportvereinen in Mecklenburg-Vorpommern bei rd. 18 %. In Bezug auf eine Beteiligung an einer zweiten Welle äußerten 38 % die Bereitschaft, mit Sicherheit an einer erneuten Befragung teilzunehmen.

3.9.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Mecklenburg-Vorpommern

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Mecklenburg-Vorpommern. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 2.000 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.9.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den mecklenburg-vorpommerischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten, (3) sich vor allem als Freizeit- und Breitensportverein zu verstehen und (4) Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

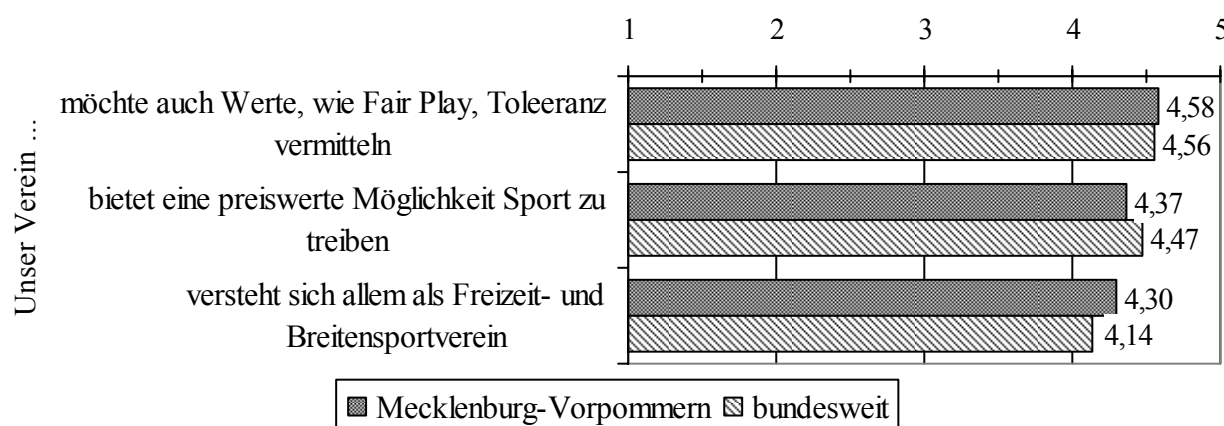


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

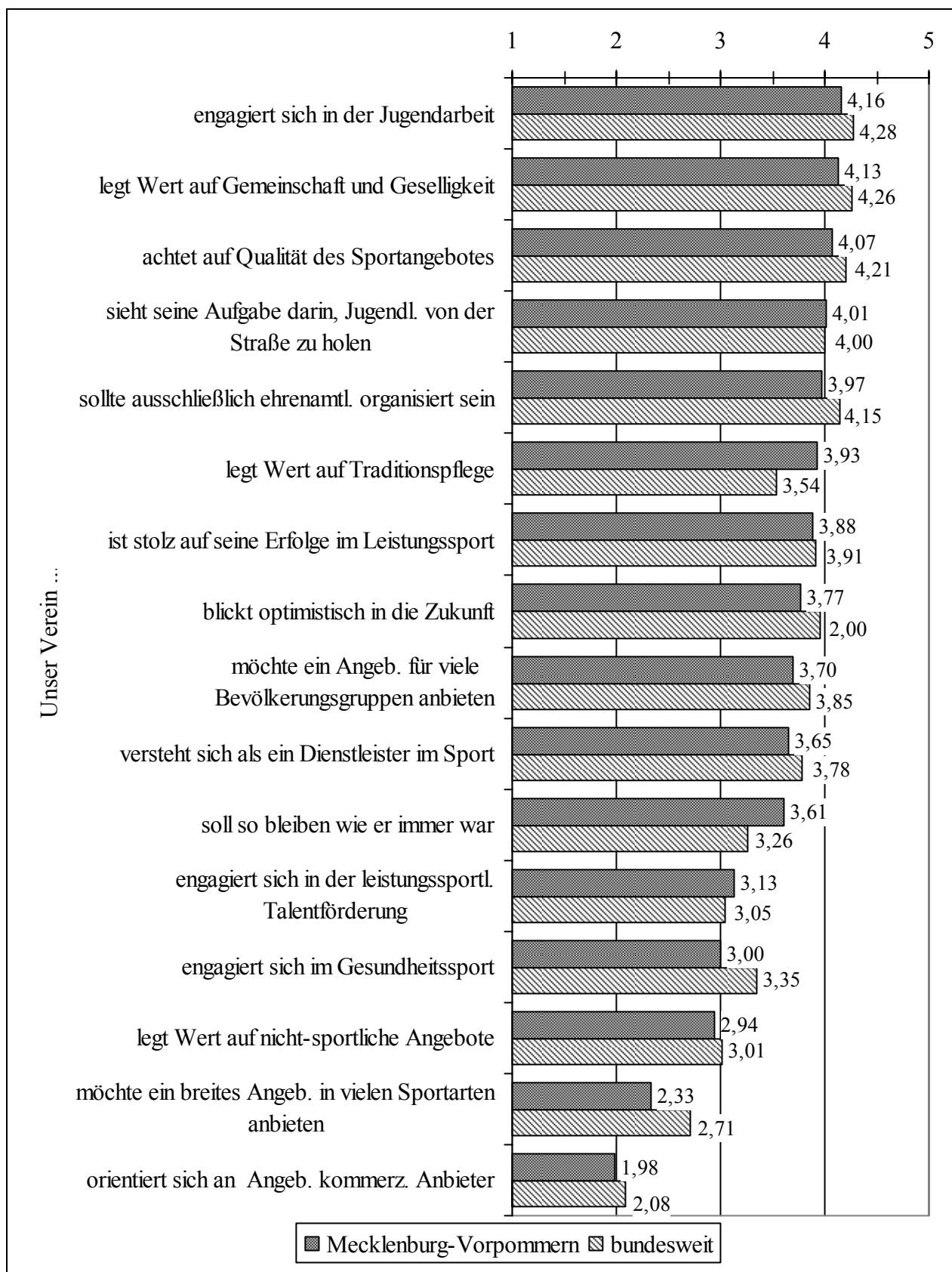


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.9.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern verlangen lediglich einen Monatsbeitrag von bis zu € 2,50,- für Kinder, von bis zu € 3,63,- für Jugendliche und von € 7,00 oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 40 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern (61 % in Deutschland) bieten überdies spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine liegen diese bei maximal € 11,63,- (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	MV	(D)	MV	(D)	MV	(D)	MV	(D)
Median	2,50 €	(3,00 €)	3,63 €	(3,60 €)	7,00 €	(6,50 €)	11,63 €	(12,00 €)
Mittelwert	7,01 €	(6,24 €)	8,75 €	(8,38 €)	15,50 €	(15,56 €)	48,23 €	(27,22 €)

Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern können somit als besonders preisgünstige Anbieter gelten. Ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement können auch nicht darin gesehen werden, dass gut ein Viertel der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern Aufnahmegebühren für Kinder erhebt, 40 % für Jugendliche und fast die Hälfte für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Damit zeigt sich allerdings in allen Kategorien, dass im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern im Gegensatz zum bundesdeutschen Durchschnitt häufiger Aufnahmegebühren erhoben werden. Bei 50 % jener mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegt dieser bei € 15,- oder weniger für Kinder, € 16,50 oder weniger für Jugendliche und € 26,- oder weniger für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	MV	(D)	MV	(D)	MV	(D)
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	26 %	(22 %)	40 %	(26 %)	48 %	(33 %)
Median	15,00 €	(10,00 €)	16,50 €	(10,00 €)	26,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	66,00 €	(36,64 €)	56,33€	(44,71 €)	107,19 €	(125,11 €)

3.9.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern aber auch dadurch, dass sie einen Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Mecklenburg-Vorpommern etwa 30 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, 140 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey sowie etwa 40 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). 300 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine damit 30 Turn- und Sporthallen bereit, 330 Sportplätze für Fußball und Hockey, 200 Tennisplätze, 110 Fitnessstudios/Krafträume, 300 Vereinsheime sowie 460 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in MV	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in MV
Turn- und Sporthallen	30	30
Sportplätze für Fußball/Hockey	140	330
Sportplätze für Leichtathletik	0	0
Kegelbahn	0	0
Tennisplätze	40	200
Fitnessstudio/Kraftraum	80	110
Vereinsheim	300	300
weitere Anlagen	380	460

3.9.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Mecklenburg-Vorpommern wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. 11 % aller Vereinsangebote in Mecklenburg-Vorpommern beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, 6 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und 22 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielen somit knapp 40 % aller Sportvereinsangebote in Mecklenburg-Vorpommern explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	MV	(D)	MV	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	11	(12)	3	(5)
Rehabilitation	6	(4)	1	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	22	(6)	3	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	39	(22)	7	(10)

3.9.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. Kooperationen werden dabei in erster Linie mit anderen Sportvereinen eingegangen. Immerhin mehr als die Hälfte der Sportvereine kooperiert mit einer Schule, 33 % erstellen im Rahmen dieser Kooperationen gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämtern bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch 650 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, knapp 300 mit Kindergärten, knapp 150 mit Krankenkassen sowie gut 300 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)			Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	MV	(D)	Hochrechnung	MV	(D)	Hochrechnung
... anderem Sportverein	77	(70)	1500	23	(19)	400
... Schule	65	(62)	1200	33	(25)	650
... Kindergarten/Tagesstätte	23	(24)	400	15	(9)	300
... Wirtschaftsunternehmen	38	(21)	700	17	(7)	850
... kommerziellen Sportanbietern	24	(11)	500	2	(3)	30
... Krankenkasse	27	(18)	500	8	(9)	150
... Jugendamt	33	(15)	600	17	(5)	300
... Gesundheitsamt	3	(3)	60	0	(1)	0

3.9.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde:

Im Durchschnitt nimmt in den Sportvereinen Mecklenburg-Vorpommerns mehr als jedes zweite Mitglied an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2004 239.109 Personen an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	MV	(D)
Mittelwert Anteil in %	62	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	130.000	(14,4 Mio.)

3.9.2.7 Bürgerschaftliches Engagement

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Mecklenburg-Vorpommern dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern engagieren sich dort Vereinsmitglieder in etwa 34.500 ehrenamtlichen Positionen, 15.500 auf der Vorstandsebene und 19.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). 25.500 sind Männer, 9.000 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Mecklenburg-Vorpommern darstellen.

Tab. 7: Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung MV
	MV	(D)	
... auf der Vorstandsebene	8	(13)	15.500
... auf der Ausführungsebene	10	(18)	19.000
... männlich	13	(21)	25.500
... weiblich	5	(10)	9.000
... gesamt	18	(31)	34.500

Durchschnittlich ist in den mecklenburg-vorpommerschen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 13 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von rd. 450.000 Stunden, die in den Sportvereinen Mecklenburg-Vorpommerns Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden.

Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den mecklenburg-vorpommerischen Sportvereinen in Höhe von ca. 6,7 Mio. €.¹

Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.9.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. Diese Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche sind in den mecklenburg-vorpommerischen Sportvereinen insgesamt recht ausgeprägt. So hat in über 49 % der Sportvereine Mecklenburg-Vorpommerns ein Jugendvertreter einen Sitz im Gesamtvorstand. In 26 % der Vereine wird die Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt. In 21 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt. In 52 % der Vereine haben die Jugendlichen Stimmrecht in der Hauptversammlung und in 8 % der Vereine existiert sogar ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine somit über 1.400 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	MV	(D)	Hochrechnung
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	49	(49)	900
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	26	(35)	500
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	21	(27)	400
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	52	(34)	1.000
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	8	(20)	150
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleitersebene durch die Jugendlichen	3	(11)	50
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	26	(33)	500

3.9.2.9 *Arbeitsplätze*

Angesichts der Krise des Arbeitsmarkts stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtli-

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

che Arbeit hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Mecklenburg-Vorpommern spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts.

So beschäftigen 22 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 4 % (D: 5 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. 111 Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern bilden aus. Auch im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern zunehmend als ein wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

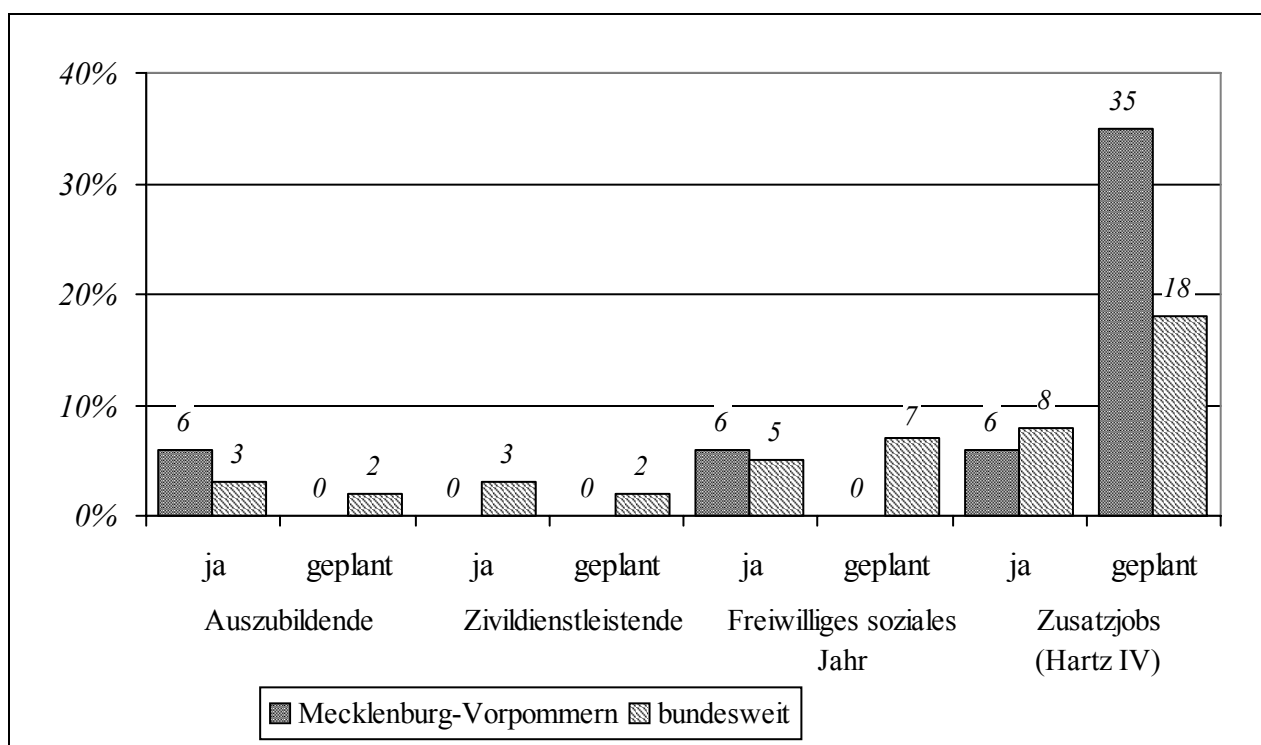


Abb. 2: Sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.9.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.9.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch (1) die Bindung bzw. Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) die Kosten des Wettkampfbetriebs, (3) die Bindung/Gewinnung jugendlicher Leistungssportler, (4) die demographische Entwicklung

in der Region, (5) die Bindung/Gewinnung von Mitgliedern und (6) die finanzielle Situation des Vereins (vgl. Abb. 3) dar.

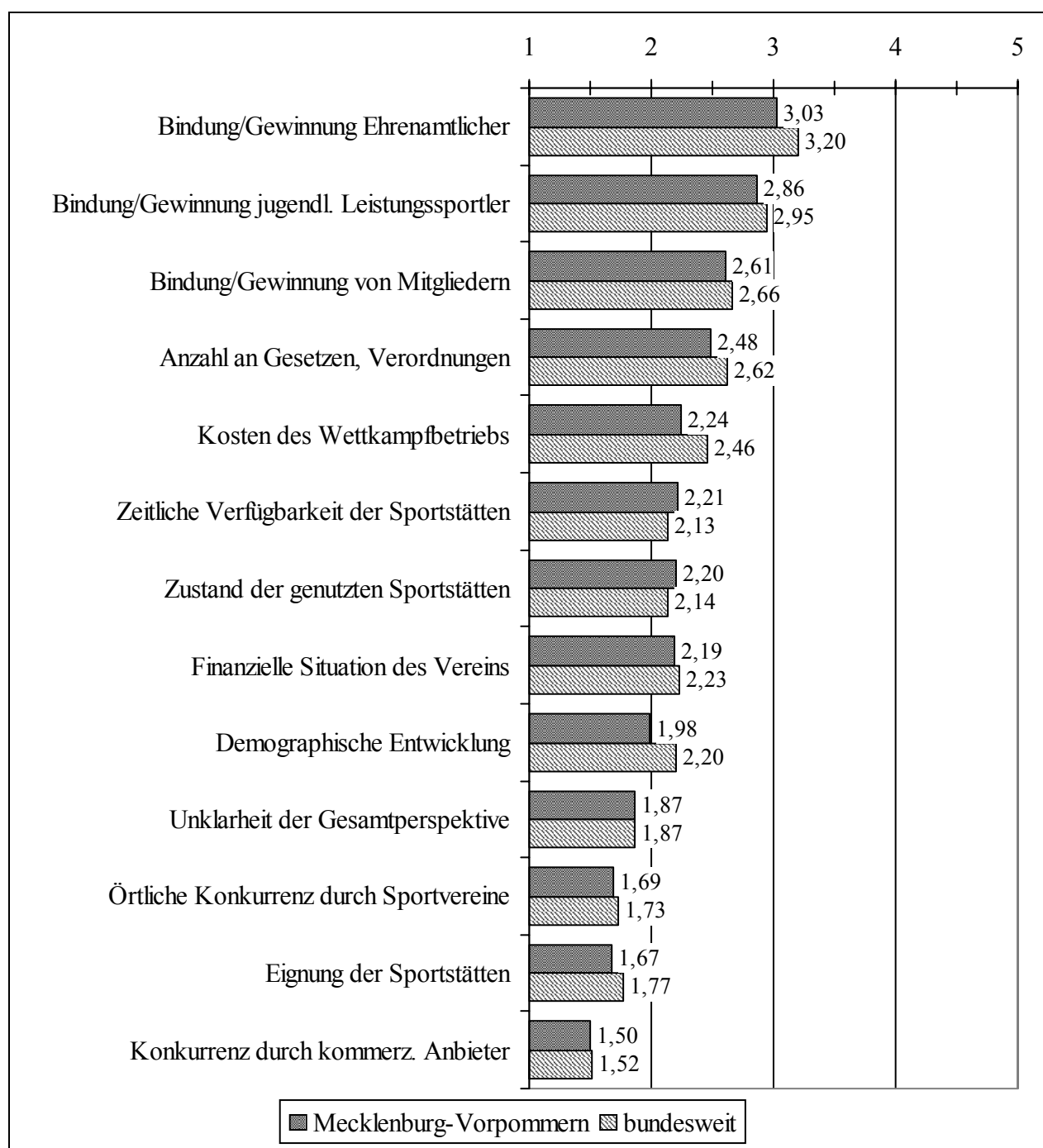


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle

Probleme haben. Dies sind 19 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet mehr als 300 von 1.894 Vereinen in Mecklenburg-Vorpommern. Blickt man auf die Problemursachen, so sind vor allem vier Problembereiche virulent:

(a) die finanzielle Situation des Vereins, (b) Bindung/Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter (c) Kosten des Wettkampfbetriebs und (d) die demographische Entwicklung in der Region (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Mecklenburg-Vorpommern vor, da alle Werte deutlich über denen des Bundesdurchschnitts liegen.

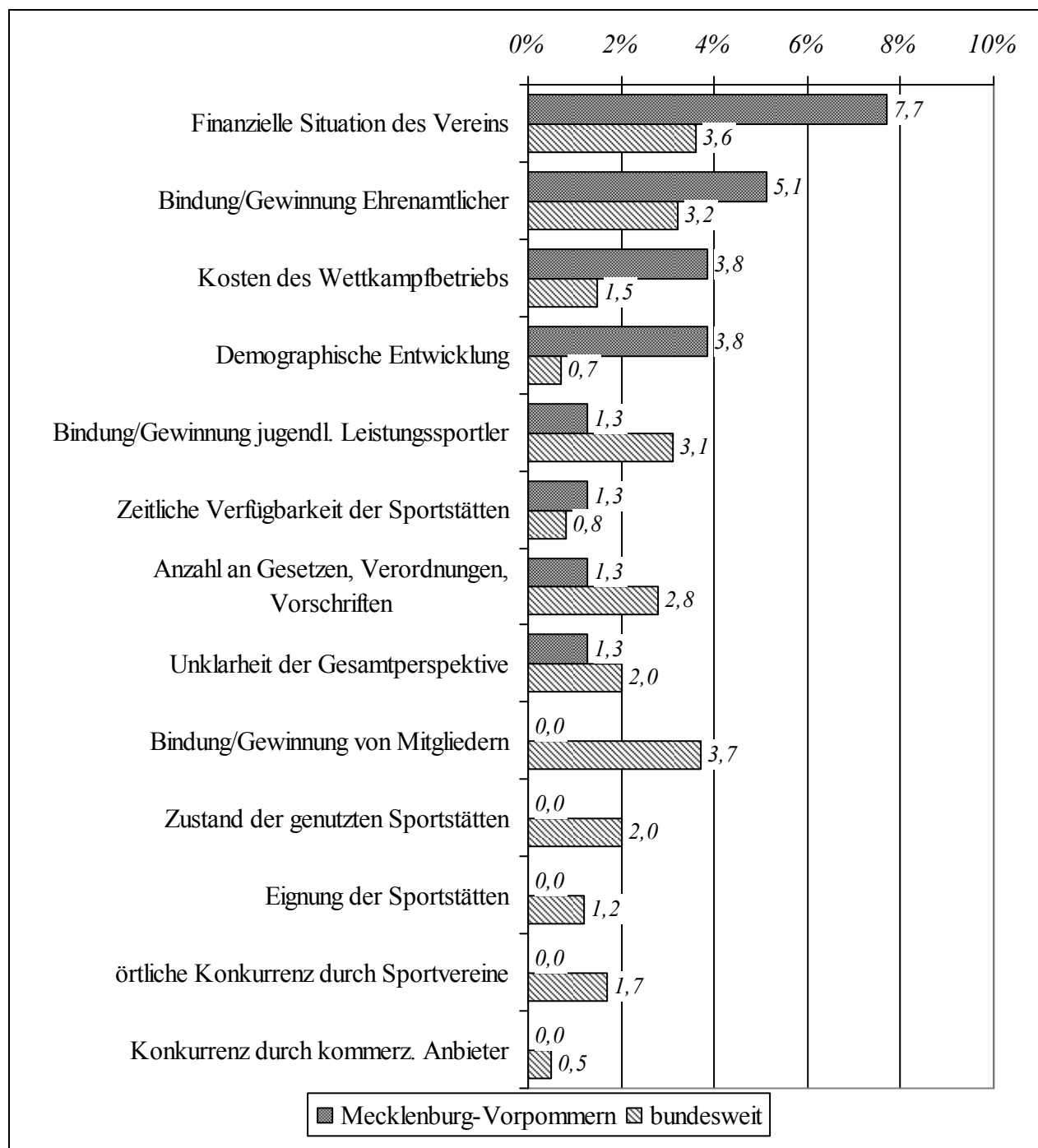


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.9.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen 61 % der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern sind dies mehr als 1.100 von 1.894 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. So ist lediglich für 21 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung zumindest teilweise kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 54 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 37 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	MV	(D)	Hochrechnung MV
Nutzung kommunaler Anlagen	61	(68)	1.150
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	21	(28)	240
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	37	(48)	430
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	54	(52)	620

3.9.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 95 % der Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

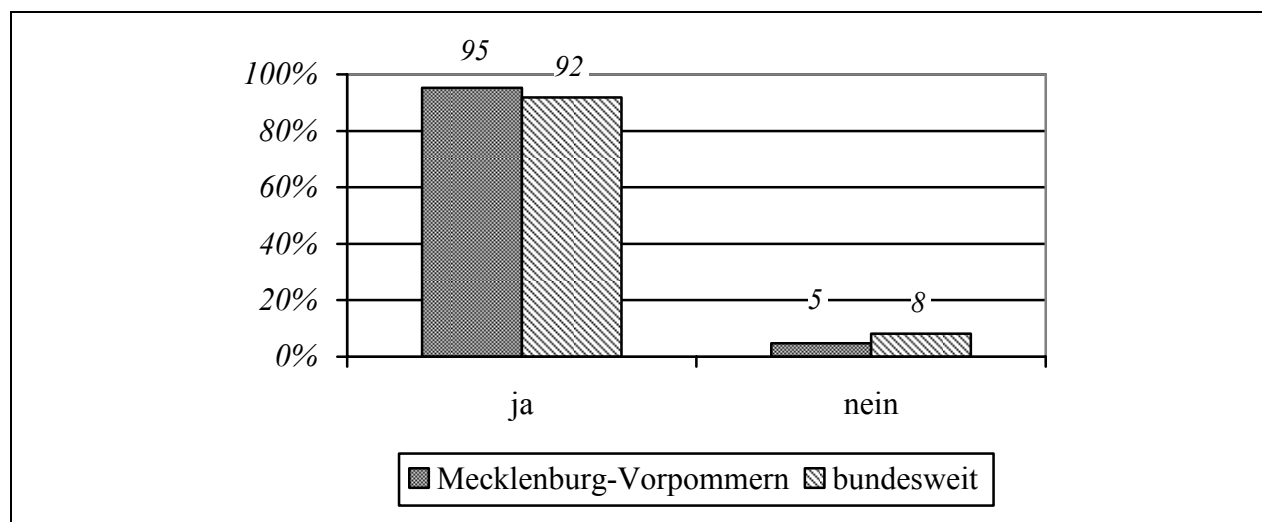


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die (bessere) steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, die (bessere) Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum, die (bessere) öffentliche Anerkennung durch Berichte in der Presse und die bessere Information über Gelegenheiten zum ehrenamtlichen oder freiwilligen Engagement genannt (vgl. Abb. 6).

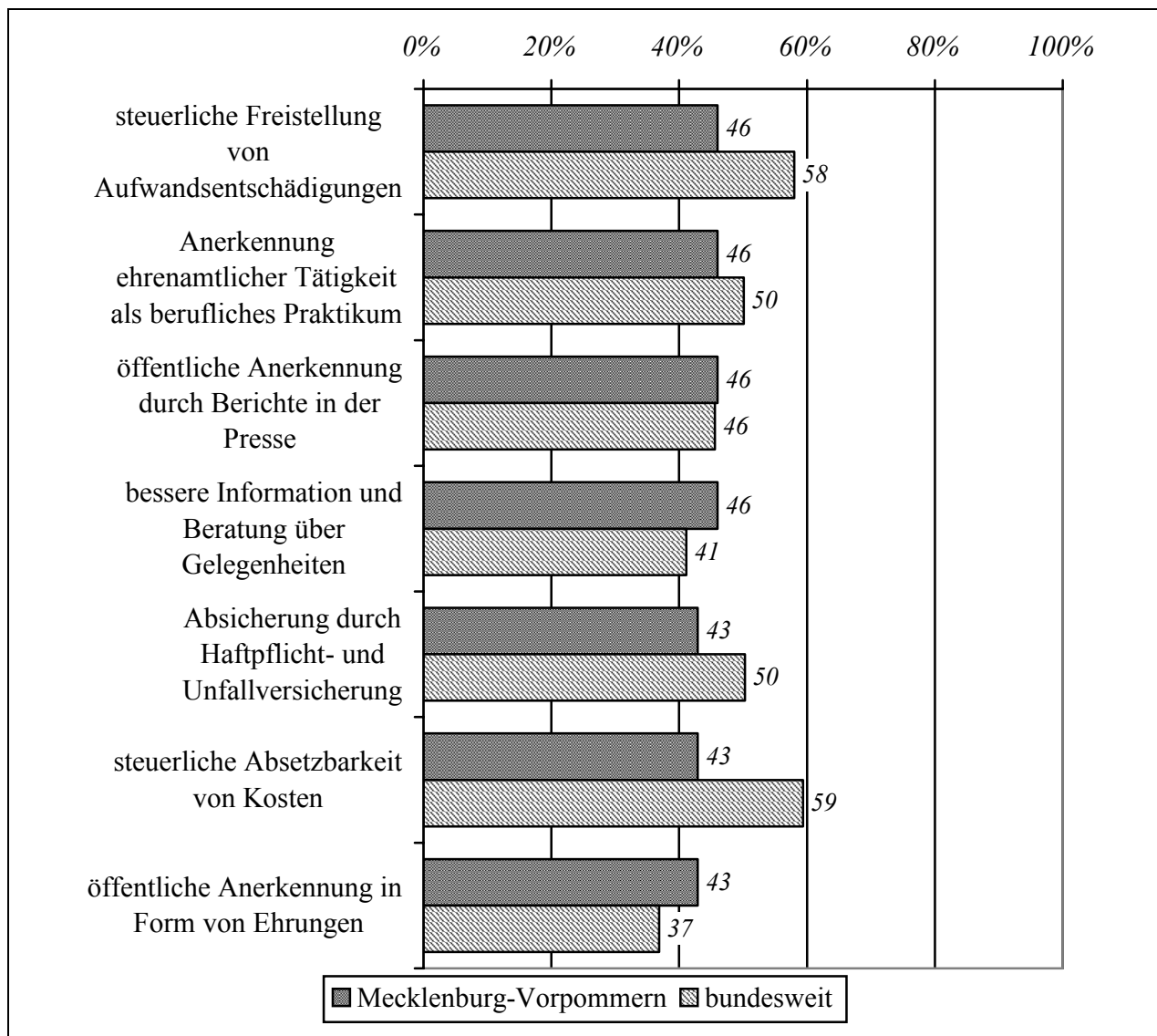


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.9.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportbundes Mecklenburg-Vorpommern von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen wie die finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, die Zuschüssen für Übungsleiter und Trainer, die Aus- und Fortbildung der Übungsleiter und die Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		MV	(D)	MV	(D)
1	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,75	(2,67)	2,00	(1,96)
2	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,65	(2,67)	1,94	(2,23)
3	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,62	(2,69)	2,62	(2,72)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,52	(2,57)	2,20	(2,24)
5	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,40	(2,45)	2,09	(2,01)
6	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,40	(2,52)	2,22	(2,43)
7	Information und Beratung der Vereine generell	2,31	(2,50)	2,27	(2,41)
8	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,29	(2,29)	2,27	(2,19)
9	Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung	2,26	(2,30)	1,41	(1,79)
10	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,25	(2,42)	1,88	(2,02)
11	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,23	(2,44)	2,17	(2,36)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,18	(2,15)	1,79	(1,96)
13	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,05	(1,96)	1,76	(1,92)
14	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,03	(2,02)	1,68	(1,94)
15	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	2,00	(1,87)	1,44	(1,69)
16	Lehrgänge im Vereinsmanagement	1,97	(2,07)	2,30	(2,50)
17	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	1,97	(2,09)	1,71	(1,89)
18	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,86	(1,94)	1,78	(2,14)
19	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,86	(1,97)	1,68	(1,99)
20	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,77	(1,67)	1,56	(1,79)
21	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,77	(1,74)	1,94	(1,98)
22	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungsmanagement	1,72	(1,73)	1,83	(1,94)
23	Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement	1,63	(1,73)	1,61	(1,87)
24	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,62	(1,74)	1,82	(2,09)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Iden-

tifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

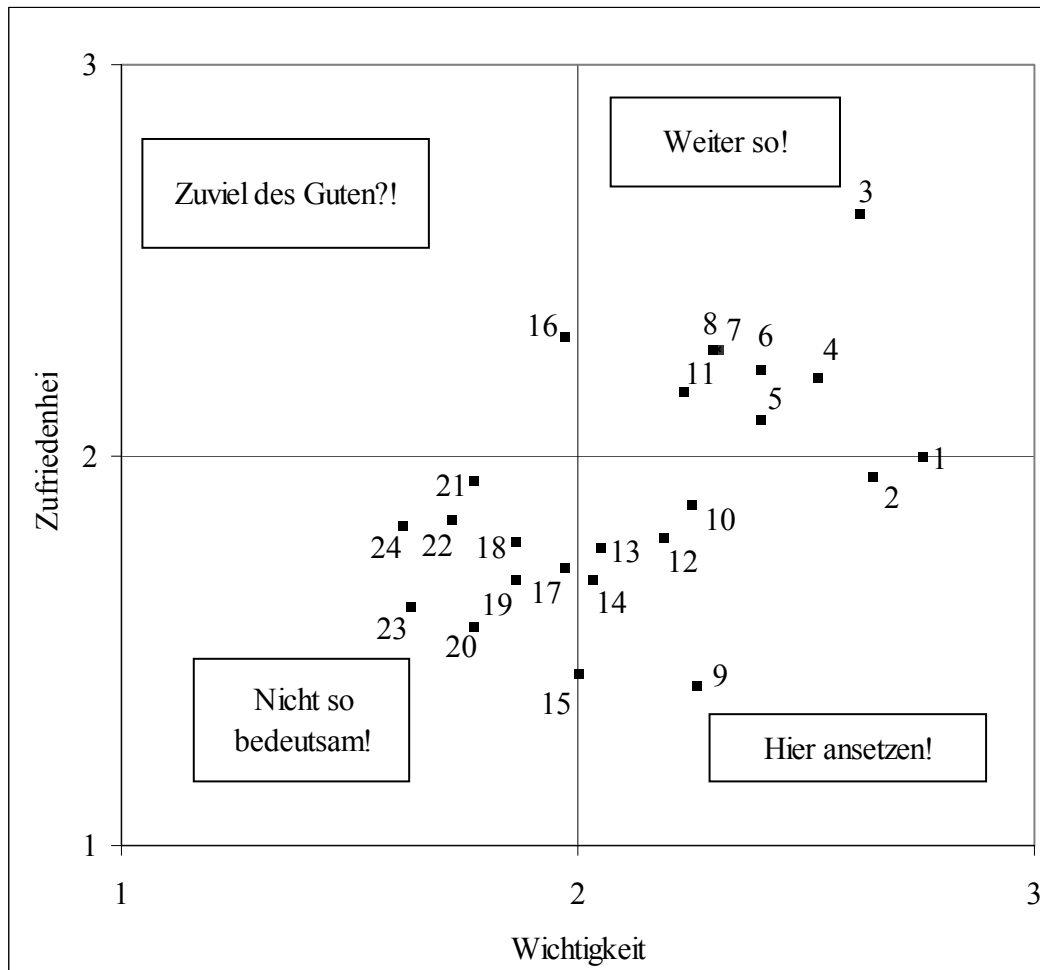


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der mecklenburg-vorpommerischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit (1), (b) Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer (2), (c) Information und Beratung bei der Mitgliederbindung und -gewinnung (9), (d) finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen (10), (e) Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern (11), (f) Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung (13), (g) Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (12) und (h) bei den Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse (15).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind (17) die politische Lobbyarbeit für den Vereinssport, (18) Information und Beratung bei der Organisation und Planung, (19) bei EDV/Internet/Homepage, (21) in Sachen Frauenförderung, (20) in Sachen Übernahmekommunaler Sportanlagen, (22) beim Veranstaltungsmanagement, (23) in Sachen Qualitätsmanagement und schließlich (24) im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen.

Optimal bzw. gut positioniert ist der Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern gegenwärtig auf den Feldern (3) Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, (4) Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport, (5) Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen, (6) finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten, (7) Information und Beratung der Vereinen generell, (8) Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein und (11) Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern.

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern nur im Bereich (16) Lehrgänge im Vereinsmanagement.

3.9.3.5 *Kampagne „Sport tut Deutschland gut“*

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 50 % der mecklenburg-vorpommerischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat oder Anzeige wahrgenommen, weniger in Form von Arbeitsmaterialien oder Kino- bzw. TV-Spots. 28 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 17 % sind sich diesbezüglich unsicher. Gut die Hälfte der mecklenburg-vorpommerischen Vereine ist dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Die Hälfte der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmt dem zu. 19 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 11 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 11 % haben allerdings wiederum 25 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 1,4 % aller Vereine in Mecklenburg-Vorpommern und knapp 3 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: *Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)*

	MV	(D)
Bekannt	50	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	58	(64)
... Anzeige	58	(52)
... Arbeitsmaterialien	33	(39)
... Kino-/TV-Spot	22	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	56	(33)
Ja	28	(45)
weiß nicht	17	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	19	(11)
Ja	56	(73)
weiß nicht	25	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	11	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	25	(23)

3.9.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 567 Email-Adressen. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Mecklenburg-Vorpommern treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 238 beteiligte Vereine erforderlich. Bei einer erwarteten Antwortrate von 15 % wären somit 1587 Vereine zu befragen gewesen. Es wurden daher alle 567 bekannten Vereinsadressen angeschrieben. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u.a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 425 Vereine. Davon konnten insgesamt 78 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 18,4 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % übertroffen.

Trotz der erfreulich hohen Beteiligungsquote konnte die angestrebte Zahl der Interviews nicht erreicht werden (Quotenerfüllung: 32,8 %). Daher sind Verzerrungen in den Analysen nicht auszuschließen.

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	1.894		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	238		
Stichprobe I	567	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	140	24,7	
Person nicht im Verein tätig	1	0,2	
Stichprobenneutrale Ausfälle	1	0,2	
Verbände	1	0,2	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	425	75,0	100,0
Absagen	1	0,2	0,2
Realisierte Interviews	78	13,8	18,4
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	32,8 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 38 % der beteiligten mecklenburg-vorpommerischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 48 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

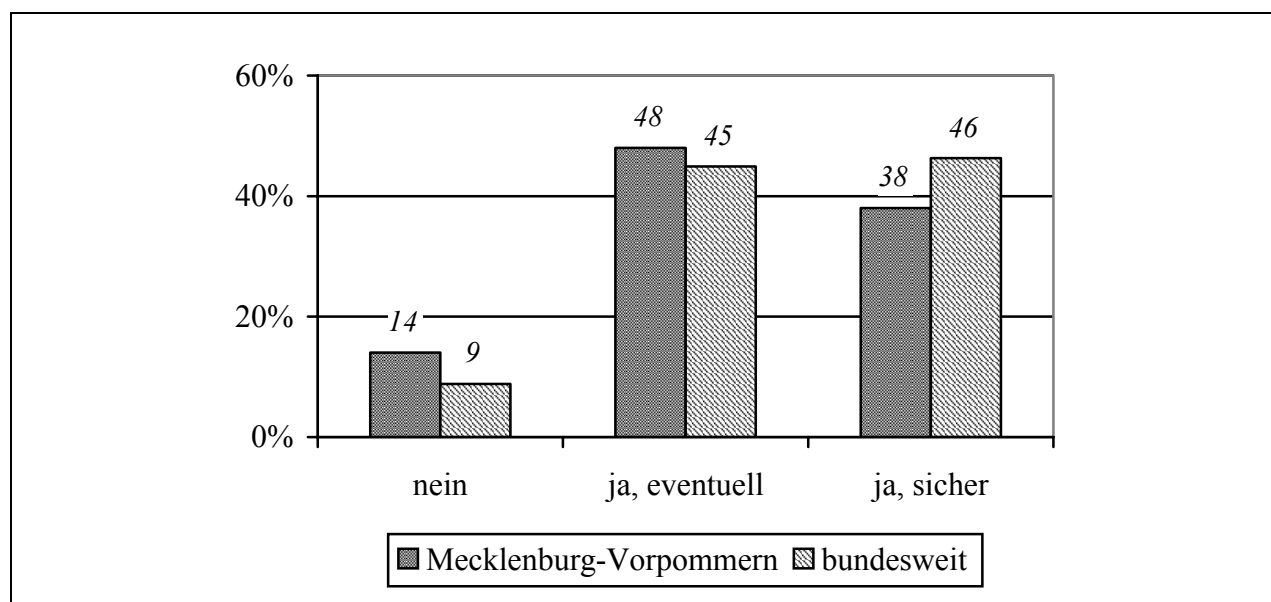


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.10 Sportvereine in Niedersachsen

Christoph Breuer & Antje Haase

3.10.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Land Niedersachsen. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Niedersachsen ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (mehr als 9.500 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die niedersächsischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote. Mit etwa 20.000 eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. 16 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. Mehr als 2.000 gemeinsame Sportangebote mit Schulen und 700 mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Niedersachsen. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Niedersachsen darstellen. Vereinsmitglieder in 321.000 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 5,4 Mio. Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von 81,6 Mio. €. Zudem beschäftigt mehr als 44 % aller Sportvereine in Niedersachsen bezahlte Mitarbeiter. Etwa 160 Vereine bilden aus, 250 planen, dies zukünftig zu tun.

14 % der niedersächsischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Bindung bzw. Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter, jugendlicher Leistungssportler sowie von Mitgliedern. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen sowie die (bessere) Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportbund Niedersachsen kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell, finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten, Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung, Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit, politische Lobbyarbeit für den Vereinssport sowie Information und Beratung bei Sportanlagenbau und -management.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den niedersächsischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.10.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Niedersachsen

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Niedersachsen. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 10.000 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.10.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Niedersachsen als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den niedersächsischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten und (3) sich in der Jugendarbeit zu engagieren (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

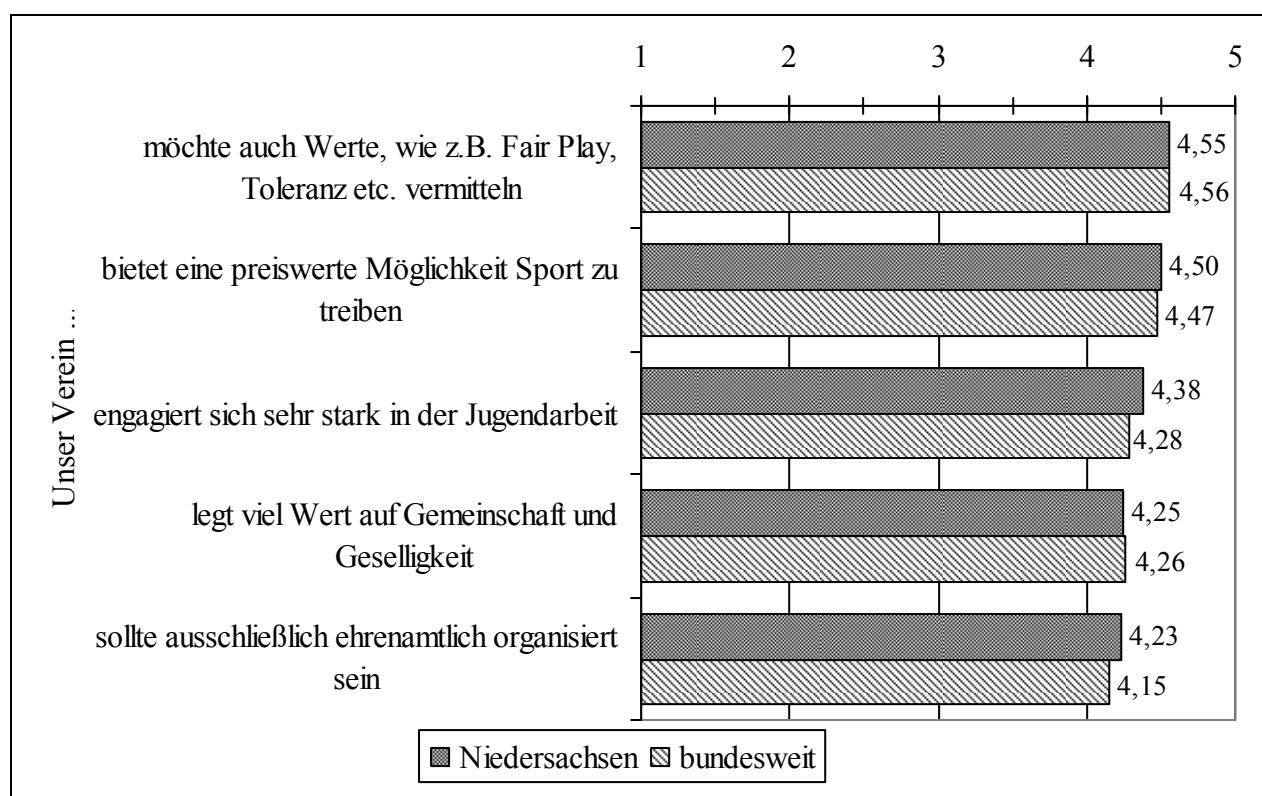


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

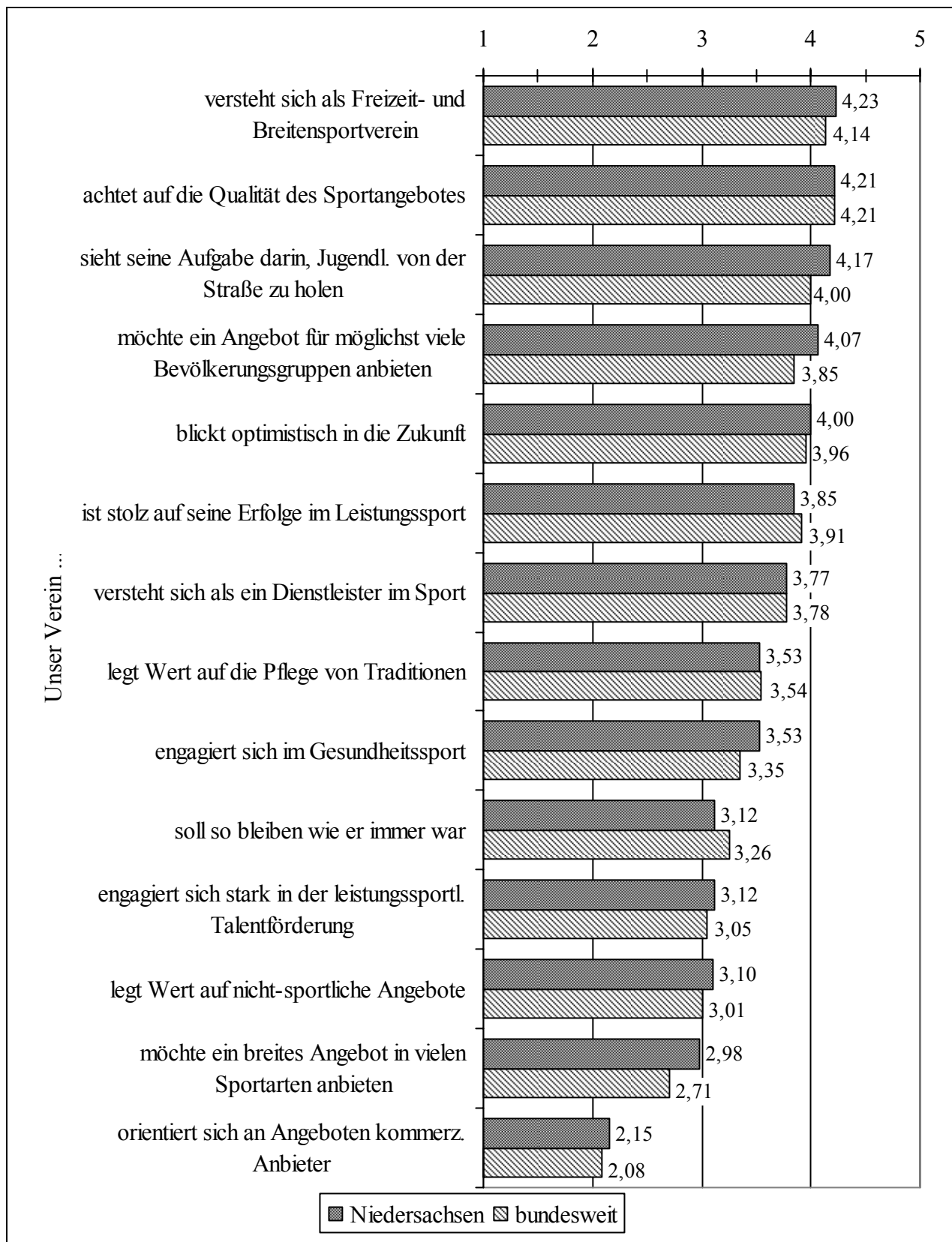


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.10.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der niedersächsischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Niedersachsen verlangen lediglich einen Montagsbeitrag von 2,75 € oder weniger für Kinder, von 3,50 € oder weniger für Jugendliche und von 6,- € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 76 % der Sportvereine in Niedersachsen (61 % in Deutschland) bieten spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % dieser niedersächsischen Sportvereine liegen diese bei 11,50 € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder Nieders. (D)	Monatlicher Beitrag für Jugendliche Nieders. (D)	Monatlicher Beitrag für Erwachsene Nieders. (D)	Monatlicher Beitrag für Familien Nieders. (D)
Median	2,75 € (3,00 €)	3,50 € (3,60 €)	6,00 € (6,50 €)	11,50 € (12,00 €)
Mittelwert	3,89 € (6,24 €)	4,92 € (8,38 €)	10,23 € (15,56 €)	17,64 € (27,22 €)

Dass die Sportvereine in Niedersachsen einen besonders günstigen Sportanbieter typ darstellen und somit ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement vermeiden helfen, zeigt sich auch daran, dass nur 12 % der Sportvereine in Niedersachsen Aufnahmegebühren für Kinder erheben. Weniger als 15 % der Vereine verlangen Aufnahmegebühren für Jugendliche und weniger als 19 % der Vereine Aufnahmegebühren für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Bei 50 % jener niedersächsischen Sportvereine, die eine Aufnahmegebühr erheben, liegt diese bei 8,- € oder weniger für Kinder, 10,- € oder weniger für Jugendliche und 25,- € oder weniger für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren ver- langen	Nieders.	(D)	Nieders.	(D)	Nieders.	(D)
	12 %	(22 %)	15 %	(26 %)	19 %	(33 %)
Median	10,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(10,00 €)	15,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	20,15 €	(36,64 €)	22,19 €	(44,71 €)	122,07 €	(125,11 €)

3.10.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Niedersachsen aber auch dadurch, dass sie einen bemerkenswerten Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Niedersachsen allein etwa 800 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, 1.200 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey sowie 1.200 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). Mehr als 2.500 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Niedersachsen häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die niedersächsischen Sportvereine damit 900 Turn- und Sporthallen bereit, 2.200 Sportplätze für Fußball und Hockey, 6.000 Tennisplätze sowie 5.000 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in Niedersachsen	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in Niedersachsen
Turn- und Sporthallen	800	900
Sportplätze für Fußball/Hockey	1.200	2.200
Sportplätze für Leichtathletik	400	400
Kegelbahn	100	400
Tennisplätze	1.200	6.000
Fitnessstudio/Kraftraum	500	500
Vereinsheim	4.000	4.300
weitere Anlagen	2.600	5.000

3.10.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Niedersachsen wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Niedersachsen nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. Mehr als 8 % aller Vereinsangebote in Niedersachsen beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, 1 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und 7 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielen somit mehr als 16 % aller Sportvereinsangebote in Niedersachsen explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten Niedersachsen (D)		Anteil an Vereinen Niedersachsen (D)	
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	8	(12)	3	(5)
Rehabilitation	1	(4)	1	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	7	(6)	1	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	16	(22)	7	(10)

3.10.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Niedersachsen zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperieren knapp 60 % der Sportvereine mit einer Schule. Fast ein Viertel erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämtern bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch mehr als 2.000 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, knapp 700 mit bzw. für Kindergärten, fast 1.000 mit Krankenkassen sowie etwa 400 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)			Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	Nieders.	(D)	Hochrechn.	Nieders.	(D)	Hochrechn.
... anderem Sportverein	70	(70)	7.000	26	(19)	2.500
... Schule	60	(62)	6.000	23	(25)	2.200
... Kindergarten/Tagesstätte	26	(24)	2.500	7	(9)	700
... Krankenkasse	23	(18)	2.000	10	(9)	1.000
... Wirtschaftsunternehmen	20	(21)	2.000	8	(7)	700
... Jugendamt	17	(15)	1.500	4	(5)	400
... kommerziellen Sportanbietern	12	(11)	1.000	3	(3)	200
... Gesundheitsamt	3	(3)	300	1	(1)	100

3.10.2.6 *Gesellige Angebote*

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen Niedersachsens mehr als 40 % der Mitglieder an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Niedersachsen im Jahr 2004 mehr als 2 Mio. Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: *Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben*

	Niedersachsen	(D)
Mittelwert Anteil in %	42	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	2 Mio.	14,4 Mio.

3.10.2.7 *Bürgerschaftliches Engagement*

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Niedersachsen dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Niedersachsen engagieren sich dort Vereinsmitglieder in 321.000 ehrenamtlichen Positionen, 131.000 auf der Vorstandsebene und 190.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). 211.000 sind Männer, 110.000 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Niedersachsen darstellen.

Tab. 7: *Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht*

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung Niedersachsen
	Niedersachsen	(D)	
... auf der Vorstandsebene	14	(13)	131.000
... auf der Ausführungsebene	20	(18)	190.000
... männlich	22	(21)	211.000
... weiblich	12	(10)	110.000
... gesamt	34	(31)	321.000

Durchschnittlich ist in den niedersächsischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 16,9 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von 5,4 Mio. Stunden, die in den Sportvereinen Niedersachsens Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden.

Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den niedersächsischen Sportvereinen in Höhe von 81,6 Mio. €¹. Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.10.2.8 Demokratiefunktion

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So haben in 45 % der Vereine die Jugendlichen eine Vertretung mit Sitz im Gesamtvorstand. In 28 % der Vereine haben die Jugendlichen ein Stimmrecht in der Hauptversammlung und in 27 % der Sportvereine Niedersachsens wird eine Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt. In 20 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt und in 11 % der Vereine existiert ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die niedersächsischen Sportvereine somit mehr als 6.000 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)

	Niedersachsen	(D)	Hochrechnung
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	45	(49)	4.300
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	28	(34)	2.700
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	27	(35)	2.500
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	20	(27)	1.900
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	11	(20)	1.100
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiter-ebene durch die Jugendlichen	9	(11)	800
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	36	(33)	3.400

3.10.2.9 Arbeitsplätze

Angesichts der Krise des Arbeitsmarktes stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können.

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Tätigkeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Niedersachsen spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. So beschäftigen 45 % der Sportvereine in Niedersachsen bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 5 % (D: 5 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. 160 Sportvereine in Niedersachsen bilden derzeit aus, 260 Vereine planen dies zukünftig zu tun. Im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Niedersachsen als ein wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

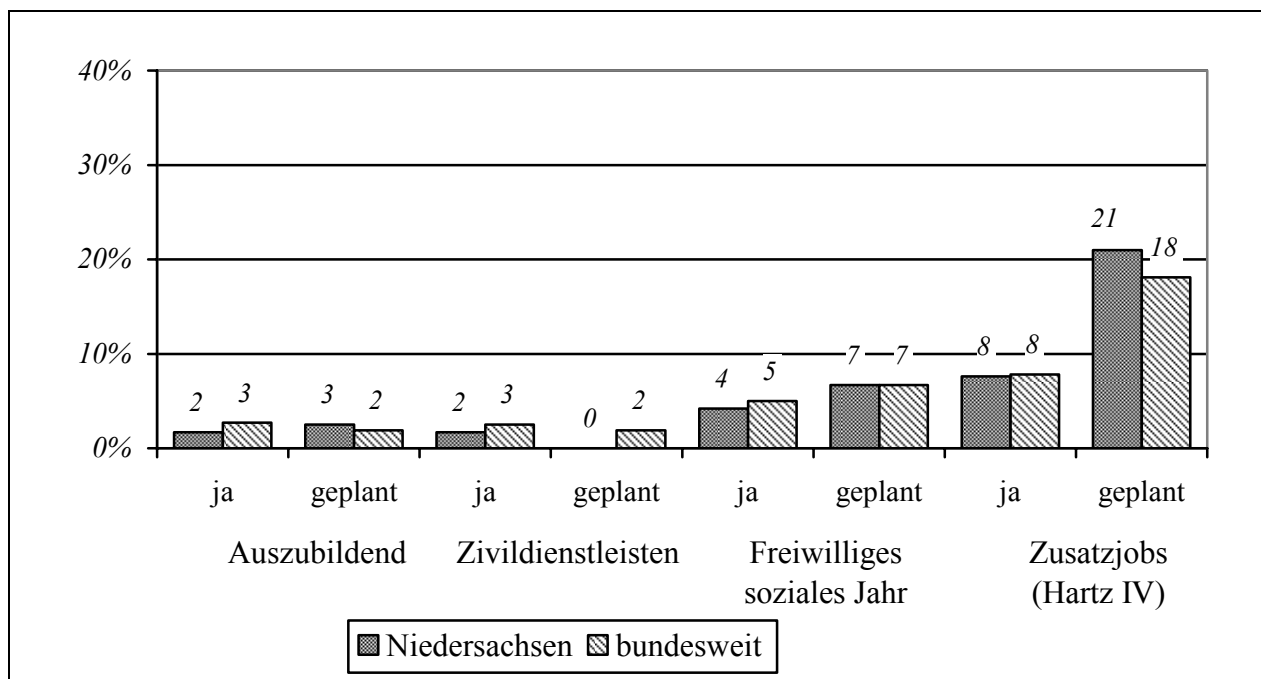


Abb. 2: sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.10.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.10.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Niedersachsen darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Niedersachsen im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler und (3) von Mitgliedern sowie (4) die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften dar (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier nötig zu sein.

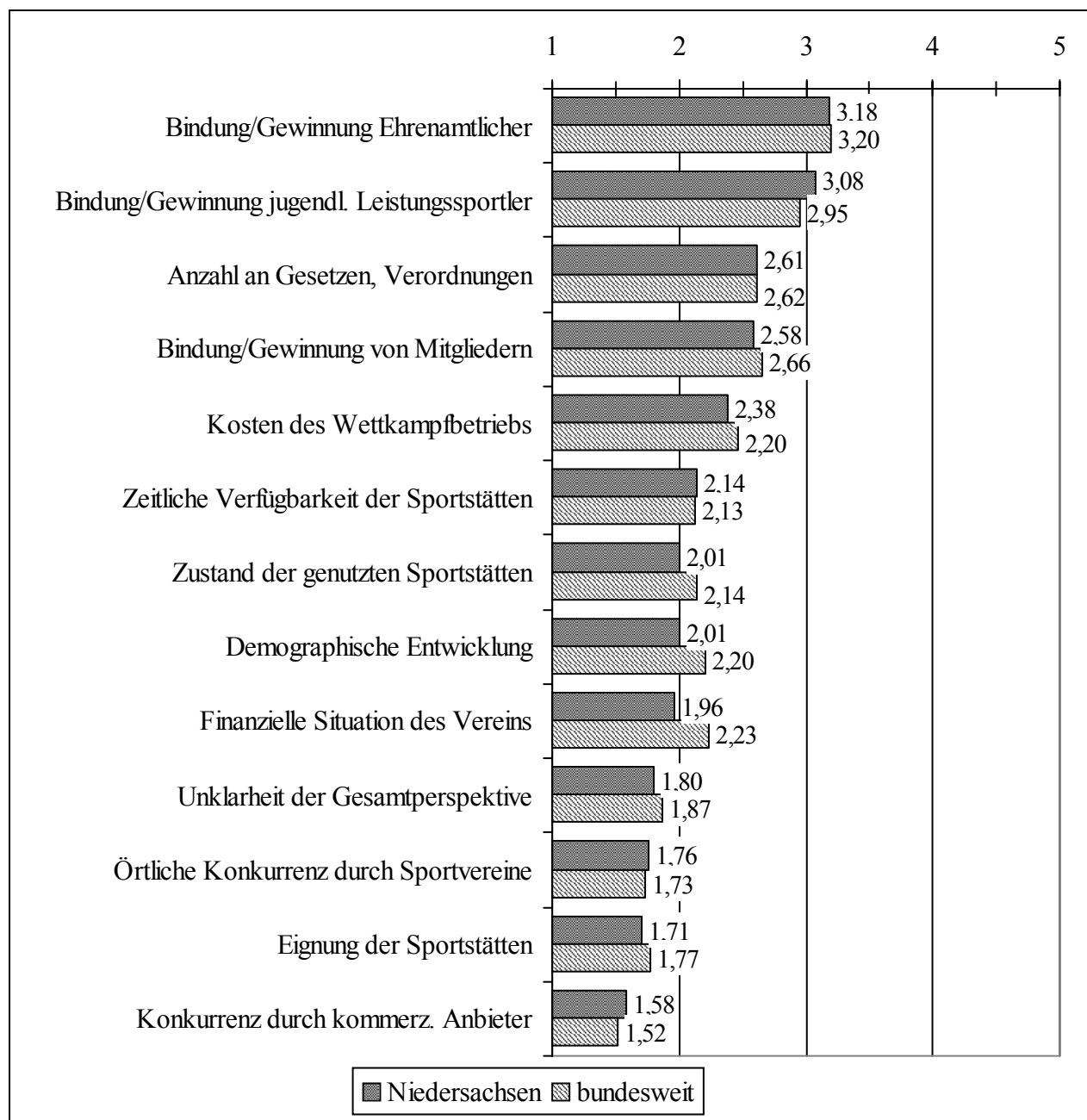


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben. Dies sind 14 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet 1.350 von 9.580 Vereinen in Niedersachsen.

Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung von Mitgliedern und die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem zwei weitere Problembereiche virulent: (a) die zeitliche Verfüg-

barkeit von Sportanlagen sowie (b) die finanzielle Situation des Vereins (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Niedersachsen vor.

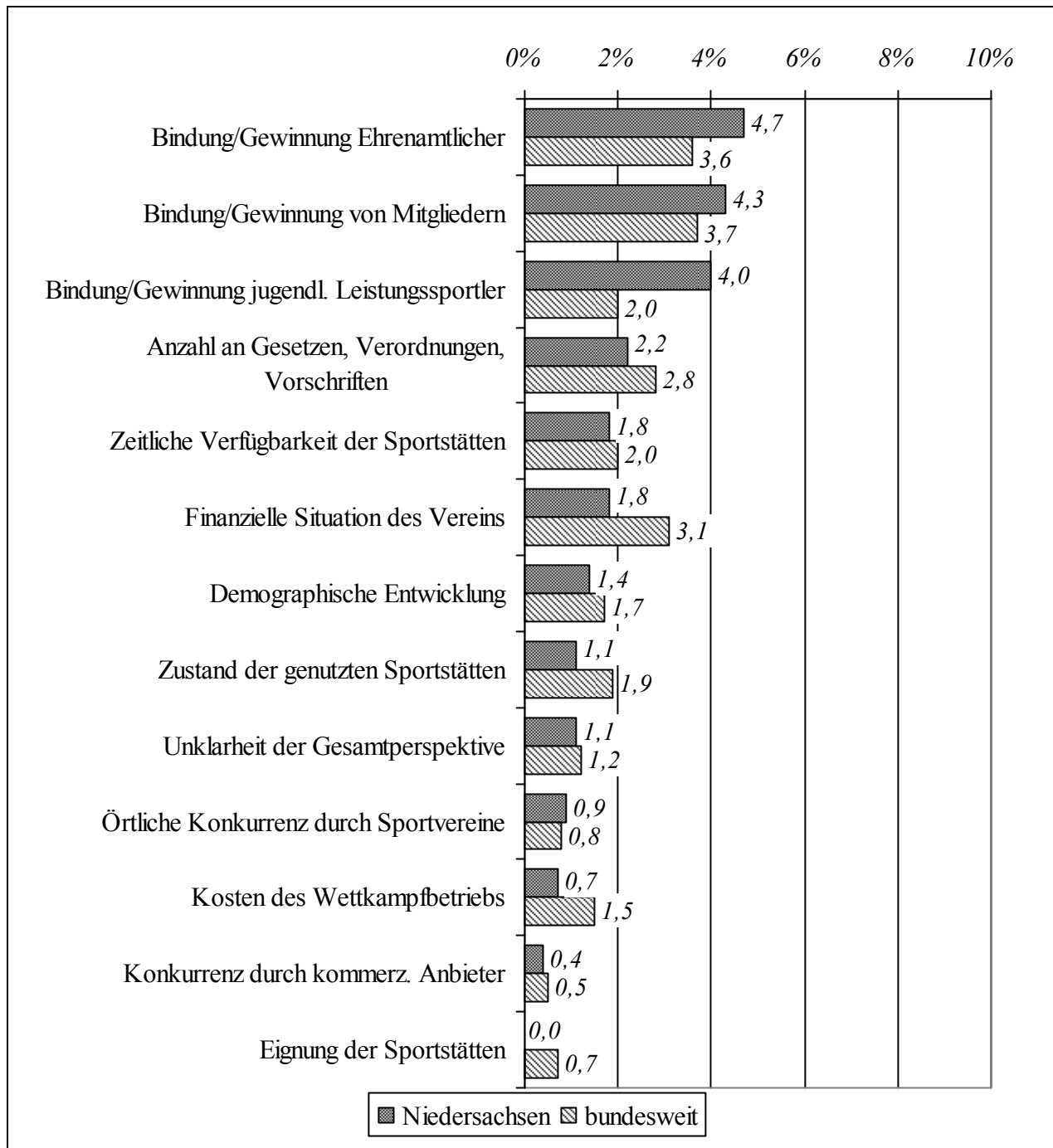


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.10.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Niedersachsen aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen mehr als 61 % der niedersächsischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Niedersachsen sind dies 5.900 von 9.580 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. So ist für 20 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung zumindest teilweise kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 56 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 34 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	Niedersachsen	(D)	Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	61	(68)	5.900
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	20	(28)	1.200
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	34	(48)	2.000
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	56	(52)	3.300

3.10.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der niedersächsischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 93 % der Sportvereine in Niedersachsen der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

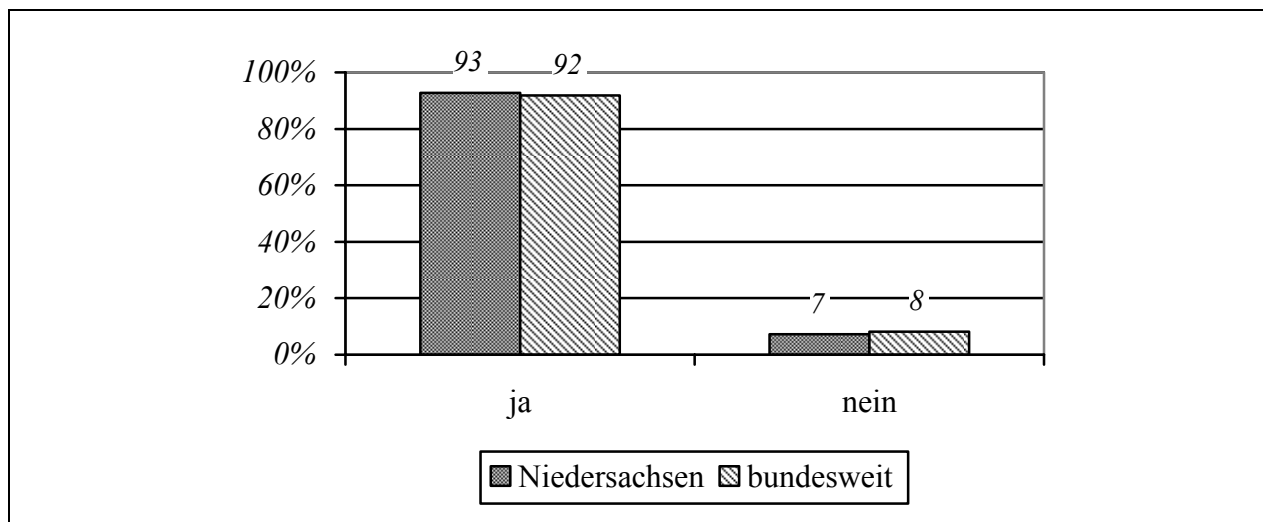


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der niedersächsischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen sowie die (bessere) Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung genannt. Weiterhin sollte auch die steuerliche Absetzbarkeit von Kosten verbessert werden (vgl. Abb. 6).

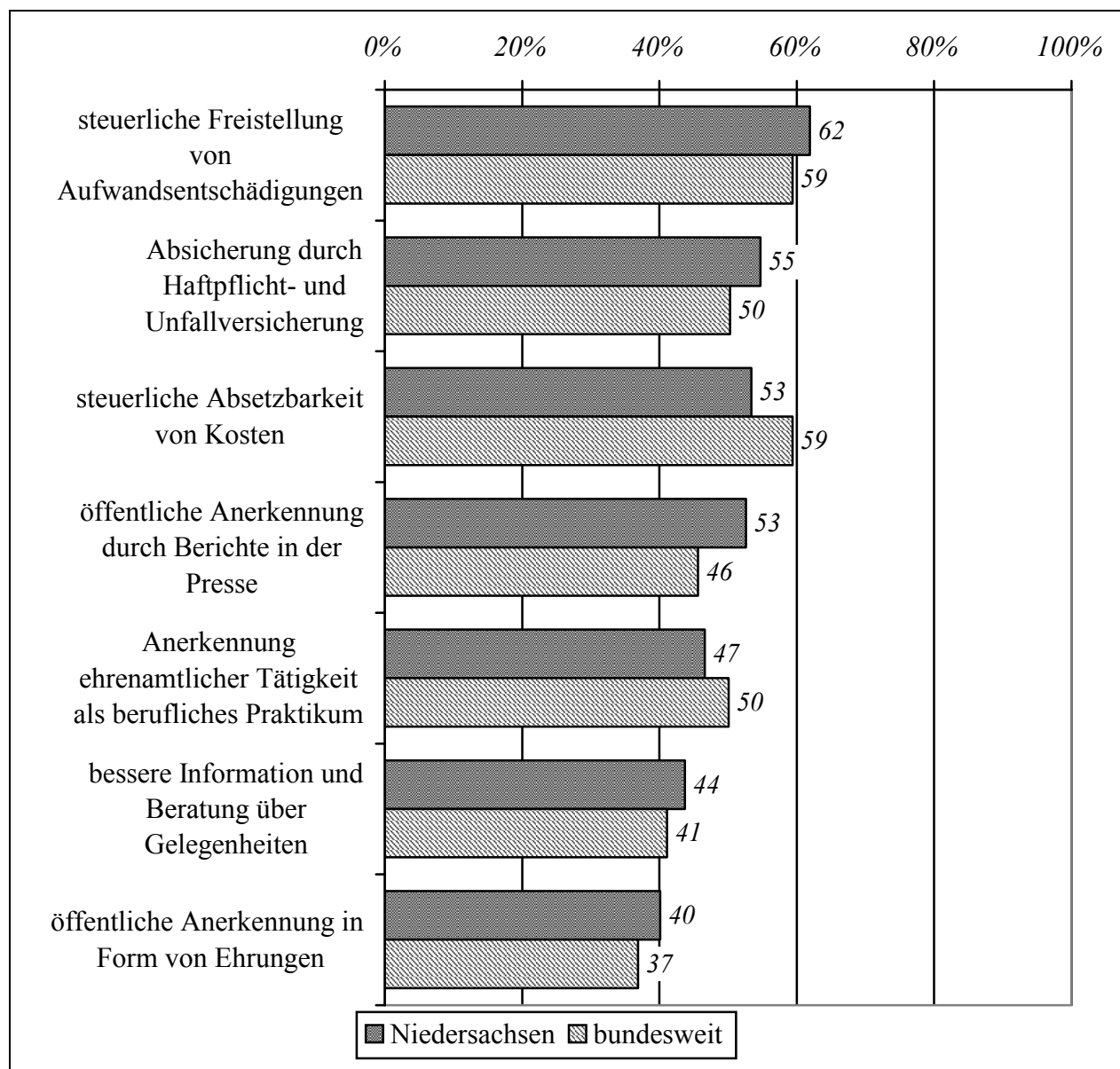


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.10.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Niedersachsen

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportbundes Niedersachsen von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		Nieders.	(D)	Nieders.	(D)
1	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,75	(2,69)	2,72	(2,72)
2	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,73	(2,67)	2,29	(2,23)
3	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,71	(2,67)	1,90	(1,96)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,61	(2,57)	2,19	(2,24)
5	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,54	(2,52)	2,42	(2,43)
6	Finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten	2,52	(2,45)	1,86	(2,01)
7	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,51	(2,42)	2,07	(2,02)
8	Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,51	(2,44)	2,45	(2,36)
9	Information und Beratung der Vereine generell	2,49	(2,50)	2,42	(2,41)
10	Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung	2,44	(2,30)	1,83	(1,79)
11	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,29	(2,29)	2,23	(2,19)
12	Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,22	(2,15)	1,95	(1,96)
13	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,18	(2,07)	2,52	(2,50)
14	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,16	(2,09)	1,92	(1,89)
15	Information und Beratung bei Sportanlagenbau und -management	2,10	(2,02)	1,83	(1,94)
16	Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage	2,10	(1,97)	2,18	(1,99)
17	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	1,97	(1,94)	2,20	(2,14)
18	Information und Beratung bei Organisation und Planung	1,97	(1,96)	2,00	(1,92)
19	Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse	1,87	(1,87)	1,64	(1,69)
20	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen	1,82	(1,74)	2,12	(2,09)
21	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,80	(1,74)	2,12	(1,98)
22	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,79	(1,73)	1,91	(1,87)
23	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,76	(1,67)	1,76	(1,79)
24	Information und Beratung beim Veranstaltungs- management	1,71	(1,73)	2,10	(1,94)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Niedersachsen seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimierte werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

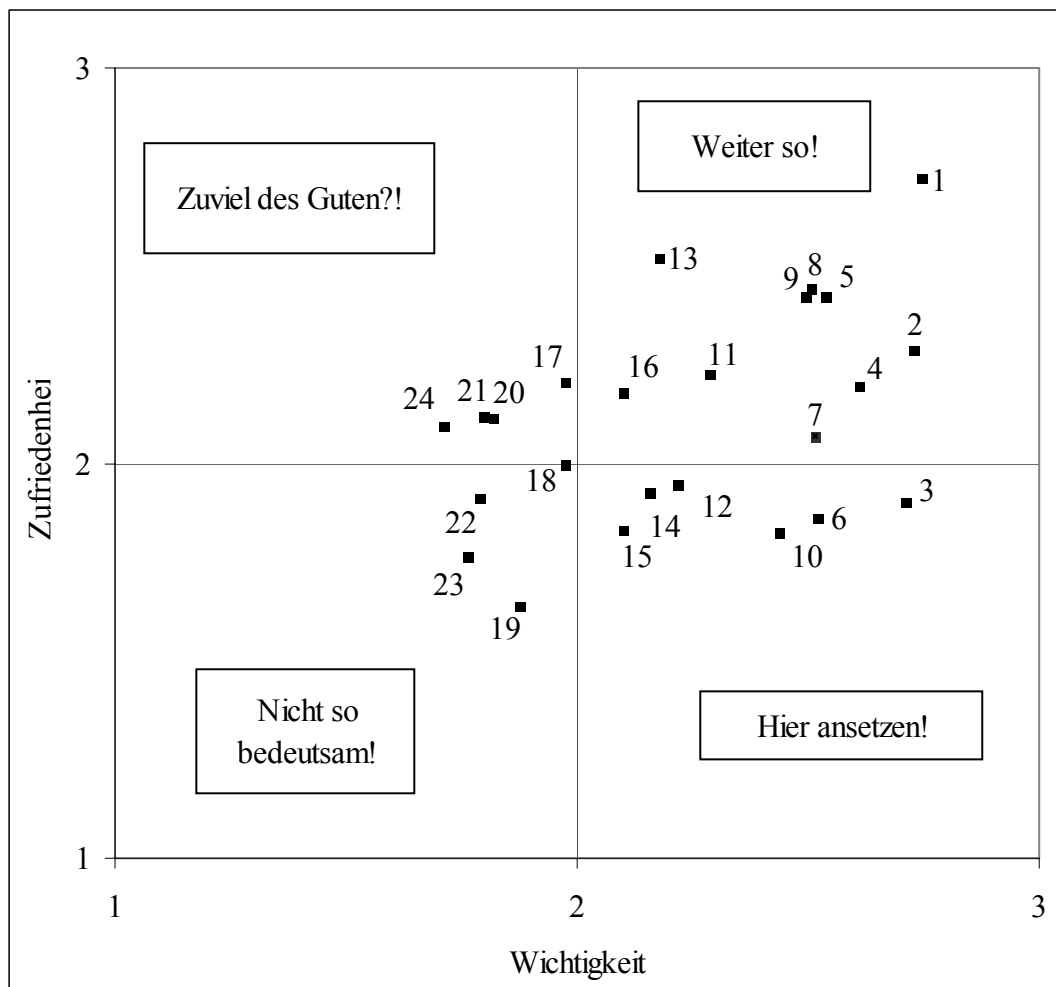


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der niedersächsischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (3), (b) finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten (6), (c) Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung (10), (d) Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (12), (e) politische Lobbyarbeit für den Vereins-

sport (14) sowie (f) Information und Beratung bei Sportanlagenbau und -management (15).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind die Bereiche (18) Information und Beratung bei Organisation und Planung, (20) Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen, (21) Information und Beratung in Sachen Frauenförderung sowie (24) Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement.

Optimal bzw. gut positioniert ist der Landessportbund Niedersachsen gegenwärtig auf den Feldern (1) Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, (2) Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer, (4) Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport, (5) Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen sowie (7) Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern. Ebenso ist der Landessportbund Niedersachsen in den Bereichen (8) Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen, (9) Information und Beratung der Vereine generell, (11) Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein, (13) im Bereich Lehrgänge im Vereinsmanagement sowie (16) Information und Beratung bei EDV/ Internet/Homepage gut positioniert.

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportbund Niedersachsen in den Bereichen (17) Hilfen in Sachen Talentsuche/-förderung, (19) Organisationsleiter- und Vereinsmanagerzuschüsse, (22) Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement sowie (23) Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen.

3.10.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 47 % der niedersächsischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat, Anzeige oder in Form von Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. Mehr als die Hälfte der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 15 % sind sich diesbezüglich unsicher. 27 % der niedersächsischen Vereine sind dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Knapp 79 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 7 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 16 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 16 % haben 43 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 3 % aller Vereine in Niedersachsen und 7 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)

	Niedersachsen	(D)
Bekannt	47	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	66	(64)
... Anzeige	57	(52)
... Arbeitsmaterialien	47	(39)
... Kino-/TV-Spot	18	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	27	(33)
Ja	58	(45)
weiß nicht	15	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	7	(11)
Ja	79	(73)
weiß nicht	14	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	16	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	43	(23)

3.10.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportbund Niedersachsen zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 4.182 Email-Adressen niedersächsischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Niedersachsen treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 265 beteiligte Vereine erforderlich.

Bei einer erwarteten Antwortrate von 15,5 % waren somit 1.696 Vereine zu befragen. Diese 1.696 Vereine wurden per reiner Zufallsauswahl aus den 4.182 Vereinsadressen gezogen.

Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 1.453 Vereine. Davon konnten insgesamt 322 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 22,2 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Durch die erfreulich hohe Beteiligungsquote wurden weit mehr Vereine als erforderlich befragt (Quotenerfüllung: 121,5 %).

Tab. 12: *Stichprobenbeschreibung*

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	9.580		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	265		
Stichprobe I	1.696	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	235	13,9	
Person nicht im Verein tätig	1	0,1	
Stichprobenneutrale Ausfälle	7	0,4	
Verbände	6	0,4	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	1	0,1	
Bereinigte Stichprobe II	1.453	85,7	100,0
Absagen	13	0,8	0,9
Realisierte Interviews	322	19,0	22,2
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	121,5 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 48 % der beteiligten niedersächsischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 42 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

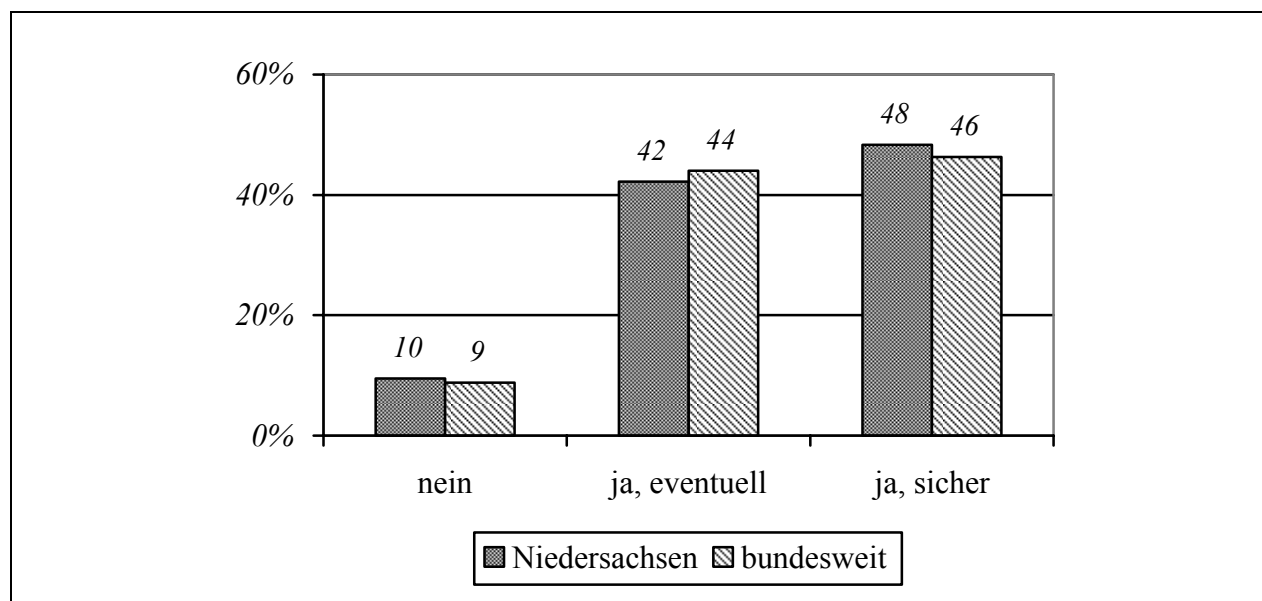


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.11 Sportvereine in Nordrhein-Westfalen

Christoph Breuer & Antje Haase

3.11.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Land Nordrhein-Westfalen. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Nordrhein-Westfalen ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (20.000 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die nordrhein-westfälischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote und vermeiden ökonomische Barrieren der Nutzung von Sportangeboten. Mit eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. 20 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 5.000 gemeinsame Sportangebote mit Schulen und 1.000 mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Nordrhein-Westfalen darstellen. Vereinsmitglieder in 522.500 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 8,1 Mio. Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von 121 Mio. €. Zudem beschäftigt ein Drittel aller Sportvereine in Nordrhein-Westfalen bezahlte Mitarbeiter. 200 Vereine bilden aus. 600 weitere planen, dies zukünftig zu tun.

13 % der nordrhein-westfälischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Gewinnung/Bindung ehrenamtlicher Mitarbeiter, jugendlicher Leistungssportler sowie von Mitgliedern. Des Weiteren verursachen ein Zuviel an Bürokratie sowie die Sportanlagen den Vereinen Probleme. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch Verbesserungen der steuerlichen Freistellung von Aufwandsentschädigungen, der steuerlichen Absetzbarkeit von Kosten sowie der Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallsversicherung zusätzlich unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Mittlerweile zahlen die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen allerdings Sportanlagen-Nutzungsgebühren in Höhe von 19,9 Mio. € pro Jahr. Der LandesSportBund Nordrhein-Westfalen kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren:

Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung, politische Lobbyarbeit für den Vereinssport.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den nordrhein-westfälischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.11.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Nordrhein-Westfalen

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Nordrhein-Westfalen. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 20.000 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.11.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den nordrhein-westfälischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten, (3) auf die Qualität des Sportangebots zu achten und (4) Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

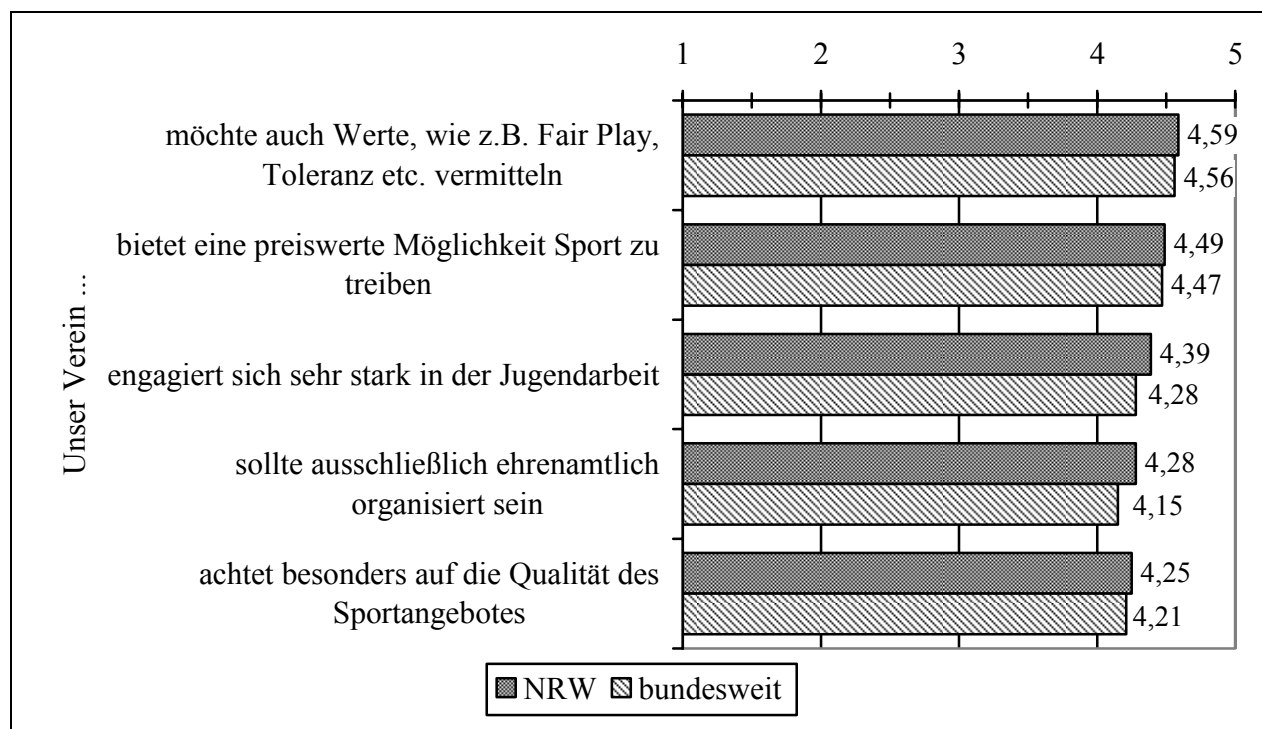


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

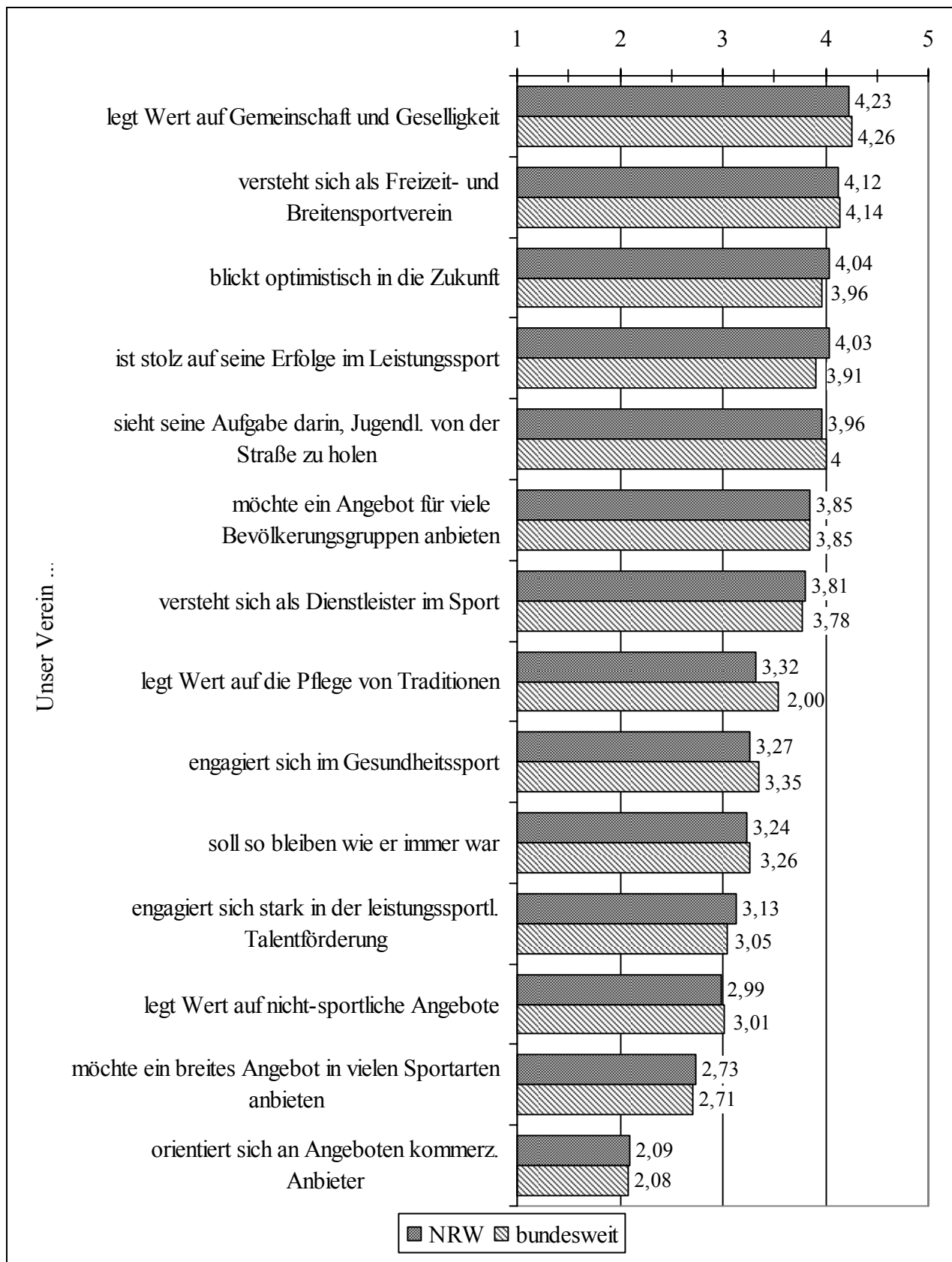


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.11.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der nordrhein-westfälischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen verlangen lediglich einen Montagsbeitrag von 3,- € oder weniger für Kinder, von 4,- € oder weniger für Jugendliche und von 6,46 € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 61 % der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen (61 % in Deutschland) bieten überdies spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % der nordrhein-westfälischen Sportvereine liegen diese bei 13,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	NRW	(D)	NRW	(D)	NRW	(D)	NRW	(D)
Median	3,00 €	(3,00 €)	4,00 €	(3,60 €)	6,46 €	(6,50 €)	13,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	6,43 €	(6,24 €)	7,86 €	(8,38 €)	15,59 €	(15,56 €)	29,88 €	(27,22 €)

Dass die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen ein besonders günstiger Sportanbieter typ darstellen und somit ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement vermeiden helfen, zeigt sich auch daran, dass weniger als ein Fünftel der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen Aufnahmegebühren für Kinder erhebt, nur ein Viertel für Jugendliche und weniger als ein Drittel für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Bei 50 % jener nordrhein-westfälischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegt dieser bei 10,- € oder weniger für Kinder, 15,- € oder weniger für Jugendliche und 22,50 € oder weniger für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	NRW	(D)	NRW	(D)	NRW	(D)
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	19 %	(22 %)	25 %	(26 %)	33 %	(33 %)
Median	10,00 €	(10,00 €)	15,00 €	(10,00 €)	22,50 €	(20,00 €)
Mittelwert	16,50 €	(36,64 €)	23,27 €	(44,71 €)	103,04 €	(125,11 €)

3.11.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen aber auch dadurch, dass sie einen bemerkenswerten Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Nordrhein-Westfalen allein etwa 800 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, 700 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey, 300 Vereine eigene Sportplätze für Leichtathletik sowie 1.800 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). 5.400 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die nordrhein-westfälischen Sportvereine damit 1.100 Turn- und Sporthallen bereit, knapp 1.000 Sportplätze für Fußball und Hockey, 10.000 Tennisplätze sowie 9.000 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in NRW	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in NRW
Turn- und Sporthallen	800	1.100
Sportplätze für Fußball/Hockey	700	1.000
Sportplätze für Leichtathletik	300	300
Kegelbahn	100	100
Tennisplätze	1.800	10.000
Fitnessstudio/Kraftraum	400	500
Vereinsheim	5.400	6.100
weitere Anlagen	3.600	9.000

3.11.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Nordrhein-Westfalen wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. 16 % aller Vereinsangebote in Nordrhein-Westfalen beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, 3 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und ebenfalls 3 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielt somit ein Fünftel aller Sportvereinsangebote in Nordrhein-Westfalen explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	NRW	(D)	NRW	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	16	(12)	6	(5)
Rehabilitation	3	(4)	1	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	3	(6)	1	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	21	(22)	8	(10)

3.11.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperiert mehr als die Hälfte der Sportvereine mit einer Schule, knapp ein Viertel erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämtern bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch knapp 5.000 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, gut 1.100 mit bzw. für Kindergärten, 1.800 mit Krankenkassen sowie 600 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)			Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	NRW	(D)	Hochrechnung	NRW	(D)	Hochrechnung
... anderem Sportverein	61	(70)	11.900	13	(19)	2.500
... Schule	55	(62)	10.700	24	(25)	4.700
... Kindergarten/Tagesstätte	15	(24)	3.000	5	(9)	1.100
... Wirtschaftsunternehmen	19	(21)	3.700	4	(7)	900
... kommerziellen Sportanbietern	16	(11)	3.200	4	(3)	800
... Krankenkasse	15	(18)	2.900	9	(9)	1.800
... Jugendamt	15	(15)	2.900	3	(5)	600
... Gesundheitsamt	2	(3)	400	1	(1)	100

3.11.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde:

Im Durchschnitt nimmt in den Sportvereinen Nordrhein-Westfalens fast jedes zweite Mitglied an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Nordrhein-Westfalen im

Jahr 2004 2,8 Mio. Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	NRW	(D)
Mittelwert Anteil in %	47	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	2,8 Mio.	(14,4 Mio.)

3.11.2.7 Bürgerschaftliches Engagement

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Nordrhein-Westfalen dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Nordrhein-Westfalen engagieren sich dort Vereinsmitglieder in 522.500 ehrenamtlichen Positionen, 236.500 auf der Vorstandsebene und 286.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). 351.500 sind Männer, 171.000 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Nordrhein-Westfalen darstellen.

Tab. 7: Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung NRW
	NRW	(D)	
... auf der Vorstandsebene	12	(13)	236.500
... auf der Ausführungsebene	14	(18)	286.000
... männlich	17	(21)	351.500
... weiblich	9	(10)	171.000
... gesamt	26	(31)	522.500

Durchschnittlich ist in den nordrhein-westfälischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 15,5 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von 8,1 Mio. Stunden, die in den Sportvereinen Nordrhein-Westfalens Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den nordrhein-westfälischen Sportvereinen in Höhe von 121 Mio. €.¹

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlichen wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.11.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. Diese Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche sind in den nordrhein-westfälischen Sportvereinen insgesamt recht ausgeprägt und liegen über dem Bundesschnitt der Vereine. So hat in über 50 % der Sportvereine Nordrhein-Westfalens ein Jugendvertreter einen Sitz im Gesamtvorstand. In 47 % der Vereine wird die Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt. In 38 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt. In 32 % der Vereine haben die Jugendlichen Stimmrecht in der Hauptversammlung und in 29 % der Vereine existiert sogar ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die nordrhein-westfälischen Sportvereine somit über 13.000 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	NRW	(D)	Hochrechnung
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	52	(49)	10.200
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	47	(35)	9.400
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	38	(27)	7.600
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	32	(34)	6.300
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	29	(20)	5.700
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleitererebene durch die Jugendlichen	15	(11)	3.000
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	30	(33)	5.900

3.11.2.9 *Arbeitsplätze*

Angesichts der Krise des Arbeitsmarkts stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Nordrhein-Westfalen spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts.

So beschäftigen 36 % der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 2,9 % (D: 4,7 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. 200 Sportvereine in Nordrhein-Westfalen bilden aus, weitere 600 planen dies zukünftig zu tun.

Auch im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen zunehmend als ein wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

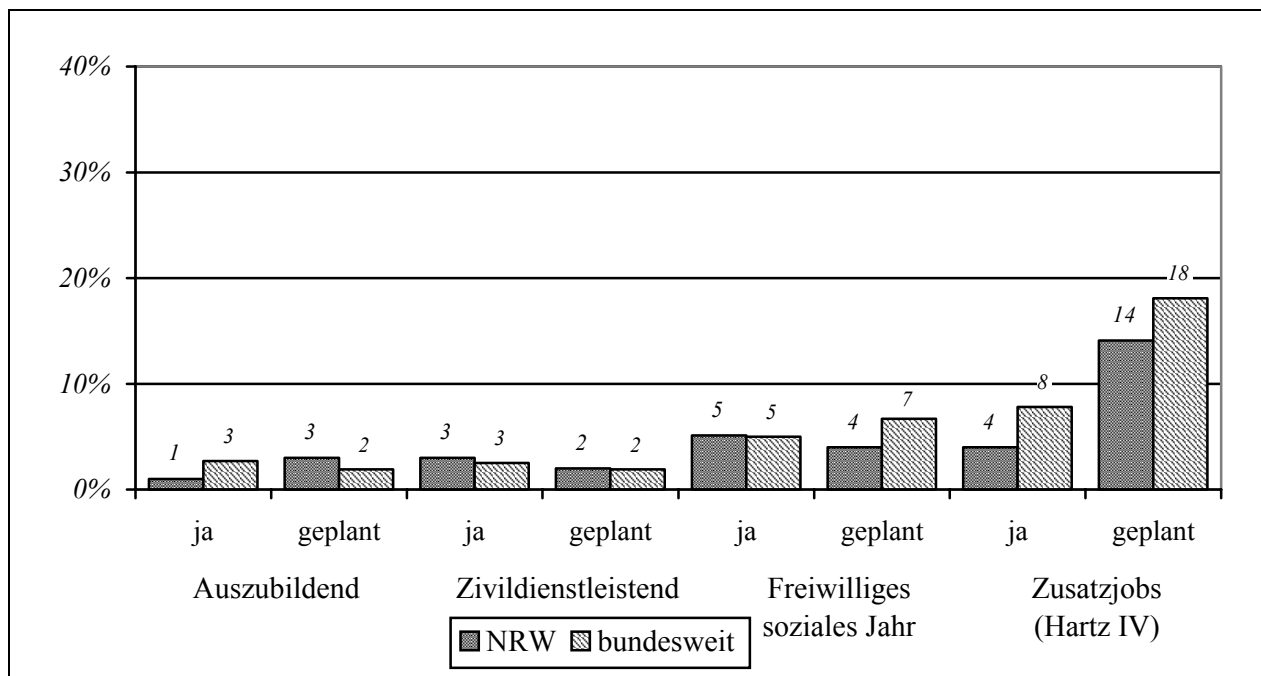


Abb. 2: sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.11.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.11.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler sowie (3) von Mitgliedern dar. Unterstützungsbedarf besteht ferner hinsichtlich (4) der Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften für die Sportvereine, die vielfach als zu hoch bzw. zu belastend eingestuft wird (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier vonnöten zu sein.

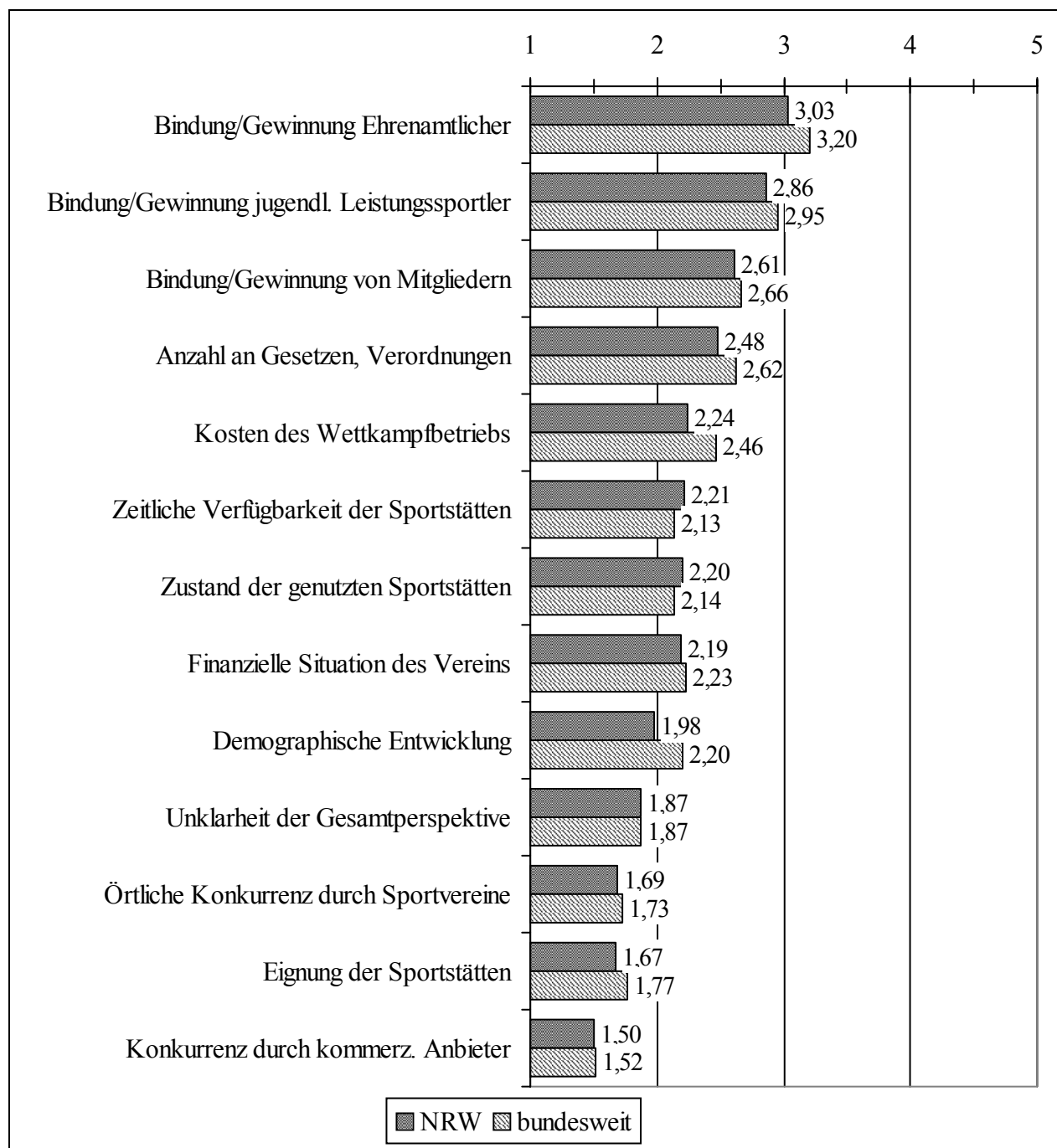


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben. Dies sind 13 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet rund 2.600 von 19.777 Vereinen in Nordrhein-Westfalen.

Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter, jugendlicher Leistungssportler, von Mitgliedern sowie Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem drei weitere Problembereiche virulent: (a) die finanzielle Situation des Vereins, (b) die zeitliche Verfügbarkeit an Sportanlagen sowie (c) der Zustand der genutzten Sportanlagen (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Nordrhein-Westfalen vor.

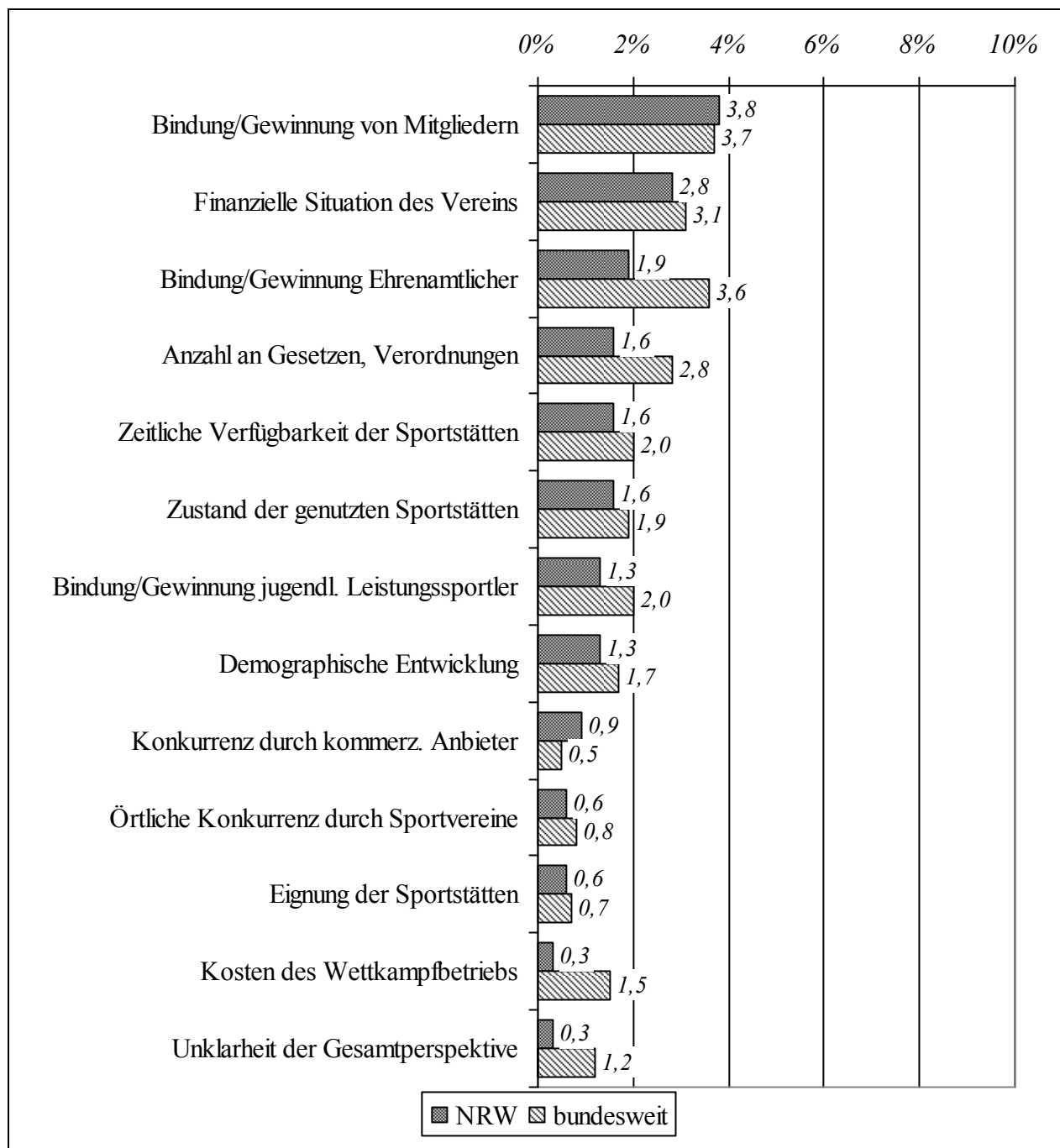


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.11.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Nordrhein-Westfalen aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen 69 % der nordrhein-westfälischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Nordrhein-Westfalen sind dies 13.705 von 19.777 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. So ist lediglich für 29 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 54 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 30 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	NRW	(D)	Hochrechnung NRW
Nutzung kommunaler Anlagen	69	(68)	13.700
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	29	(28)	3.900
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	30	(48)	4.100
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	54	(52)	10.700

3.11.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der nordrhein-westfälischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 87 % der Sportvereine in Nordrhein-Westfalen der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

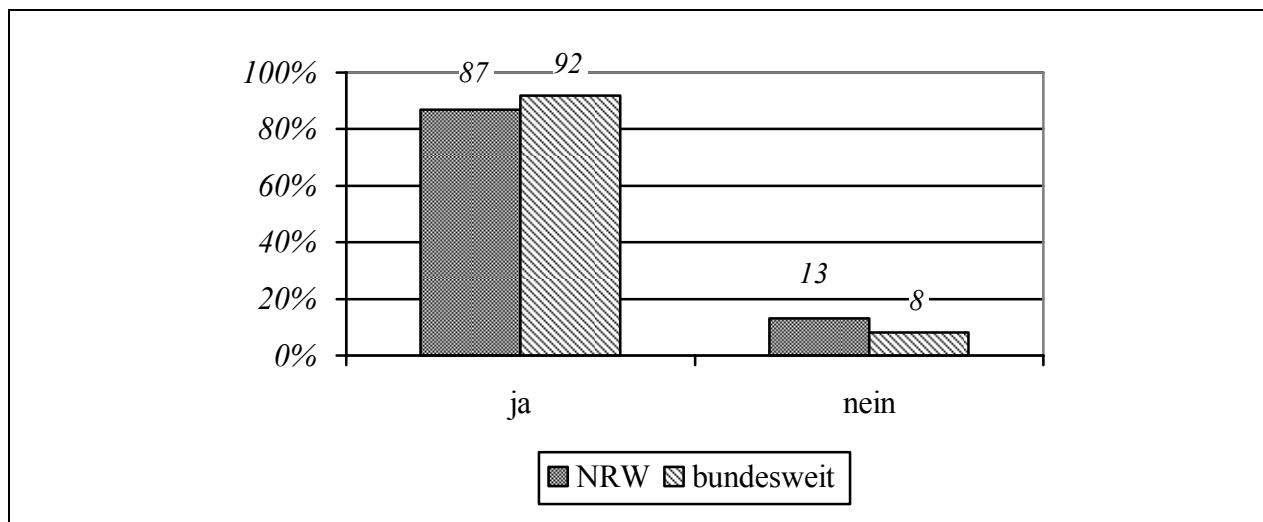


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der nordrhein-westfälischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die (bessere) steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die (bessere) Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung genannt (vgl. Abb. 6).

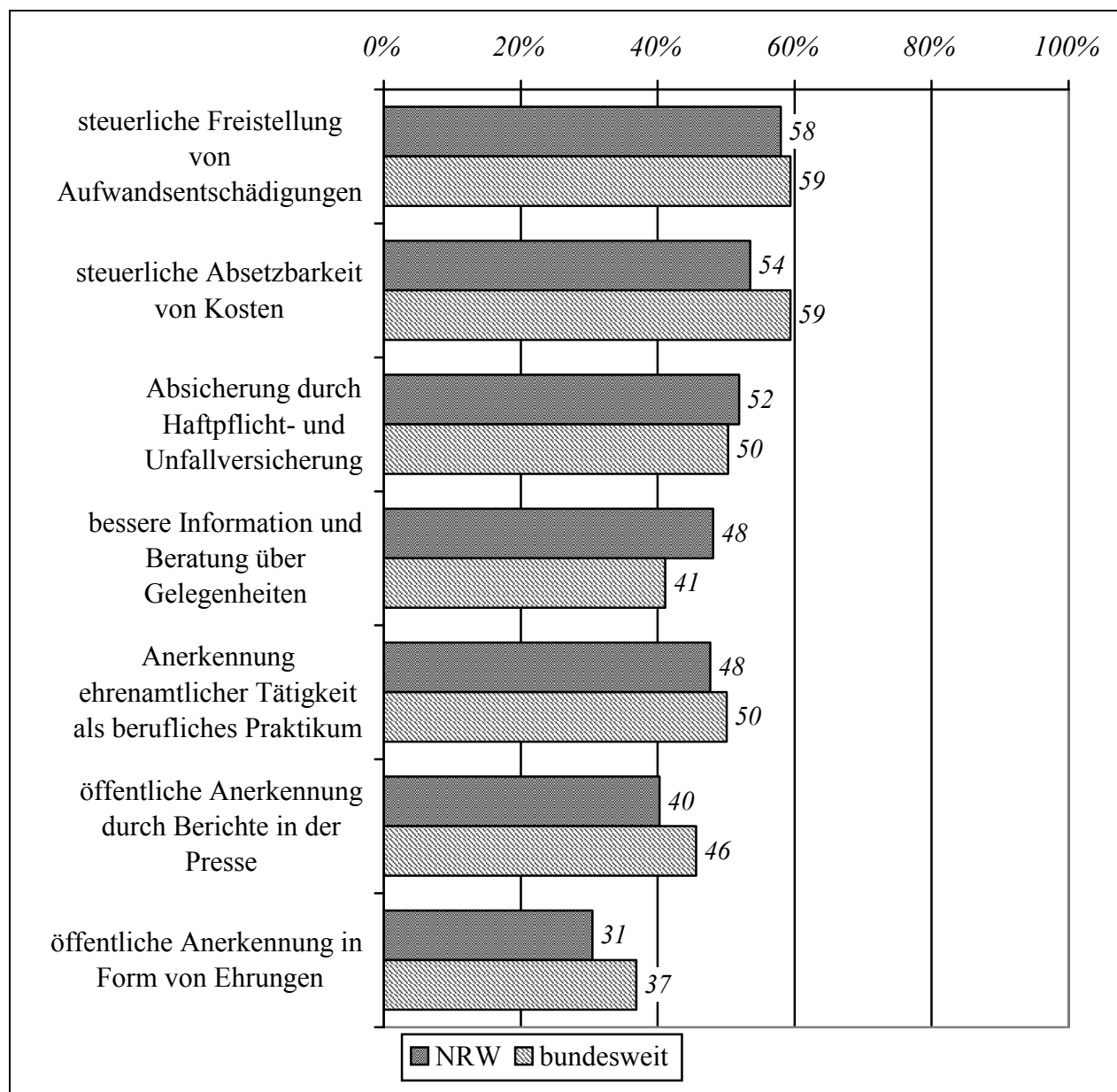


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.11.3.4 Unterstützung durch den LandesSportBund Nordrhein-Westfalen

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des LandesSportBundes Nordrhein-Westfalen von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		NRW	(D)	NRW	(D)
1	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,59	(2,69)	2,69	(2,72)
2	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,58	(2,67)	1,96	(1,96)
3	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,56	(2,67)	2,11	(2,23)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,53	(2,57)	2,18	(2,24)
5	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,42	(2,52)	2,50	(2,43)
6	Information und Beratung der Vereine generell	2,40	(2,50)	2,48	(2,41)
7	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,35	(2,45)	2,28	(2,01)
8	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,28	(2,44)	2,37	(2,36)
9	Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung	2,26	(2,30)	1,97	(1,79)
10	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,24	(2,42)	1,89	(2,02)
11	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,18	(2,29)	1,81	(2,19)
12	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,07	(2,09)	1,90	(1,89)
13	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,06	(2,15)	2,22	(1,96)
14	Lehrgänge im Vereinsmanagement	1,97	(2,07)	2,49	(2,50)
15	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,94	(1,97)	2,09	(1,99)
16	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	1,91	(2,02)	1,83	(1,94)
17	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,87	(1,87)	1,60	(1,69)
18	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,87	(1,94)	2,34	(2,14)
19	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	1,86	(1,96)	1,79	(1,92)
20	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,77	(1,74)	2,23	(2,09)
21	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,75	(1,73)	1,97	(1,87)
22	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,73	(1,74)	1,90	(1,98)
23	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,71	(1,73)	2,04	(1,94)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,70	(1,67)	1,61	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der LandesSportBund Nordrhein-Westfalen seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann.

Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

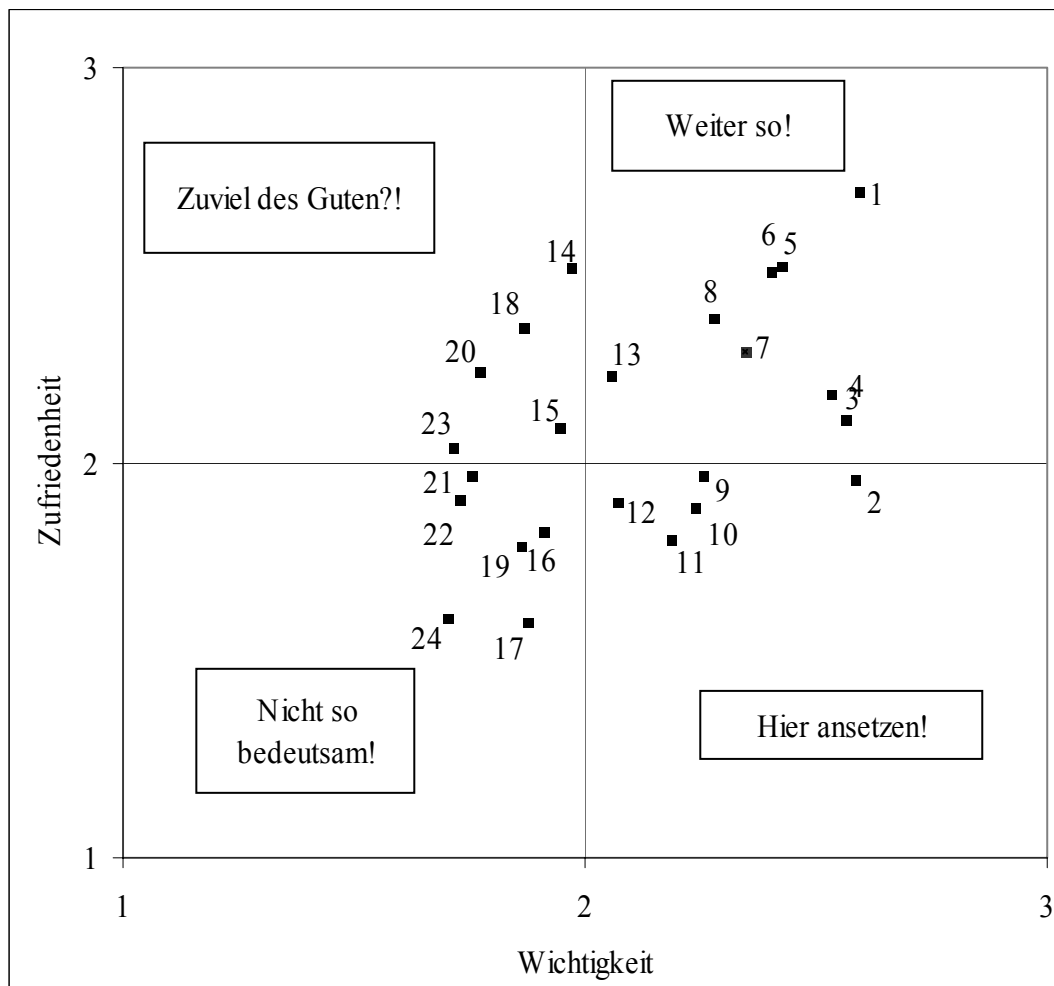


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der nordrhein-westfälischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) Hilfen im Bereich Kooperation Schule – Verein (11), (b) finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (2), (c) finanzielle Unterstützung beim Bau/bei der Modernisierung von Sportanlagen (10), (d) Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung (9) sowie (e) politische Lobbyarbeit für den Vereinssport (12).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind Optimierungen der Unterstützungsleistungen auf den Feldern Information und Beratung bei Sportanlagenbau und –management (16), Information und Beratung bei Organisation und Pla-

nung (18), Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung (19), Information und Beratung in Sachen Frauenförderung (22) sowie Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen (24).

Optimal bzw. gut positioniert ist der LandesSportBund Nordrhein-Westfalen gegenwärtig auf den Feldern Aus- und Fortbildung der Übungsleiter (1), Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen (5), generelle Information und Beratung der Vereine (6), Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern (8), finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten (7), Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (13), Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport (4) sowie Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer (3).

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der LandesSportBund Nordrhein-Westfalen in den Bereichen Lehrgänge im Vereinsmanagement (14), Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage (15), Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse (17), Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (20) sowie Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement (23).

3.11.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 45 % der nordrhein-westfälischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat oder Anzeige wahrgenommen, weniger in Form von Arbeitsmaterialien oder Kino- bzw. TV-Spots. 41 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 27 % sind sich diesbezüglich unsicher. Ein Drittel der nordrhein-westfälischen Vereine ist dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Knapp drei Viertel der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 10 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 15 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 15 % haben allerdings wiederum nur 15 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 1 % aller Vereine in Nordrhein-Westfalen und 2 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: *Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)*

	NRW	(D)
Bekannt	45	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	69	(64)
... Anzeige	48	(52)
... Arbeitsmaterialien	38	(39)
... Kino-/TV-Spot	17	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	33	(33)
Ja	41	(45)
weiß nicht	27	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	10	(11)
Ja	75	(73)
weiß nicht	15	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	15	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	15	(23)

3.11.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom LandesSportBund Nordrhein-Westfalen zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 9.536 Email-Adressen nordrhein-westfälischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Nordrhein-Westfalen treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 269 beteiligte Vereine erforderlich. Bei einer erwarteten Antwortrate von 15 % waren somit 1.749 Vereine zu befragen. Diese 1.749 Vereine wurden per reiner Zufallsauswahl aus den 9.536 Vereinsadressen gezogen. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 1.496 Vereine. Davon konnten insgesamt 317 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 21,2 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Durch die erfreulich hohe Beteiligungsquote wurden weit mehr Vereine als erforderlich befragt (Quotenerfüllung: 117,8 %).

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	19.777		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	269		
Stichprobe I	1.749	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	248	14,2	
Person nicht im Verein tätig	0	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	5	0,3	
Verbände	5	0,3	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	1.496	85,5	100,0
Absagen	10	0,6	0,7
Realisierte Interviews	317	18,1	21,2
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	117,8 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 51,4 % der beteiligten nordrhein-westfälischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 40 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

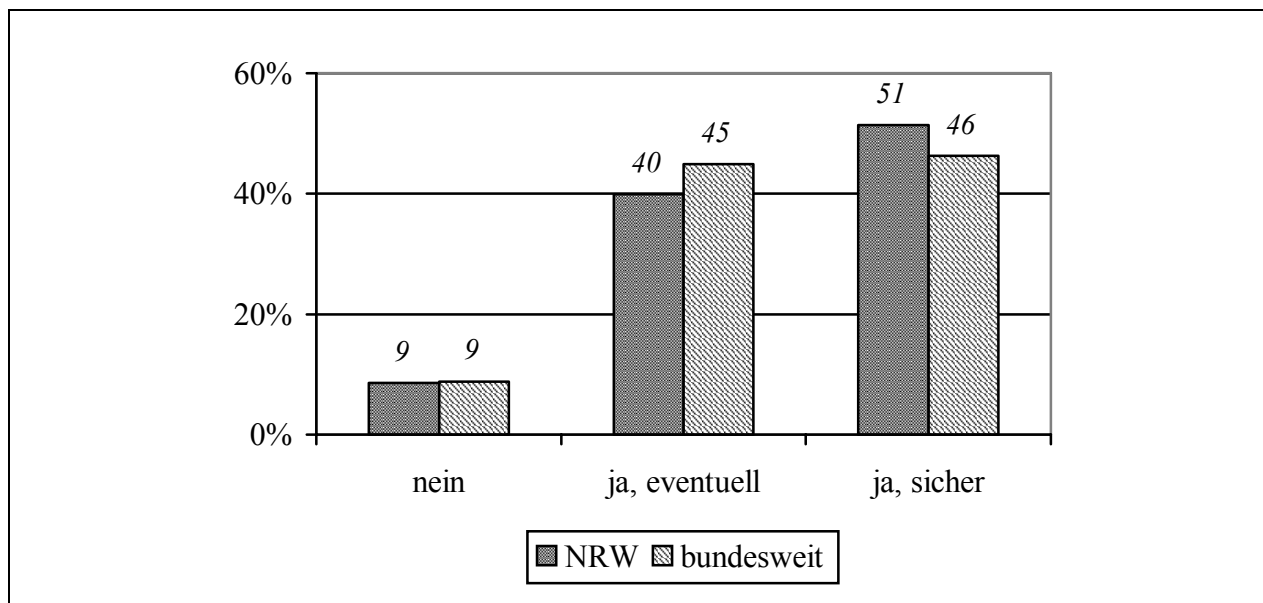


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.12 Sportvereine in Rheinland-Pfalz

Christoph Breuer & Antje Haase

3.12.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Land Rheinland-Pfalz. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Rheinland-Pfalz ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (knapp 6.300 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die rheinland-pfälzischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote. Mit mehr als 11.000 eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. Etwa 11 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. Rund 1.200 gemeinsame Sportangebote mit Schulen und etwa 450 mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Rheinland-Pfalz. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Rheinland-Pfalz darstellen. Vereinsmitglieder in 180.000 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 2,9 Mio. Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von 44,6 Mio. €. Zudem beschäftigt mehr als 46 % aller Sportvereine in Rheinland-Pfalz bezahlte Mitarbeiter.

14 % der rheinland-pfälzischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Bindung bzw. Gewinnung von ehrenamtlichen Mitarbeitern, die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften sowie den Zustand der genutzten Sportanlagen. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportbund Rheinland-Pfalz kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung sowie politische Lobbyarbeit für den Vereinssport.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den rheinland-pfälzischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.12.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Rheinland-Pfalz

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Rheinland-Pfalz. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 6.300 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.12.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Rheinland-Pfalz als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den rheinland-pfälzischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten und (3) sich in der Jugendarbeit zu engagieren (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

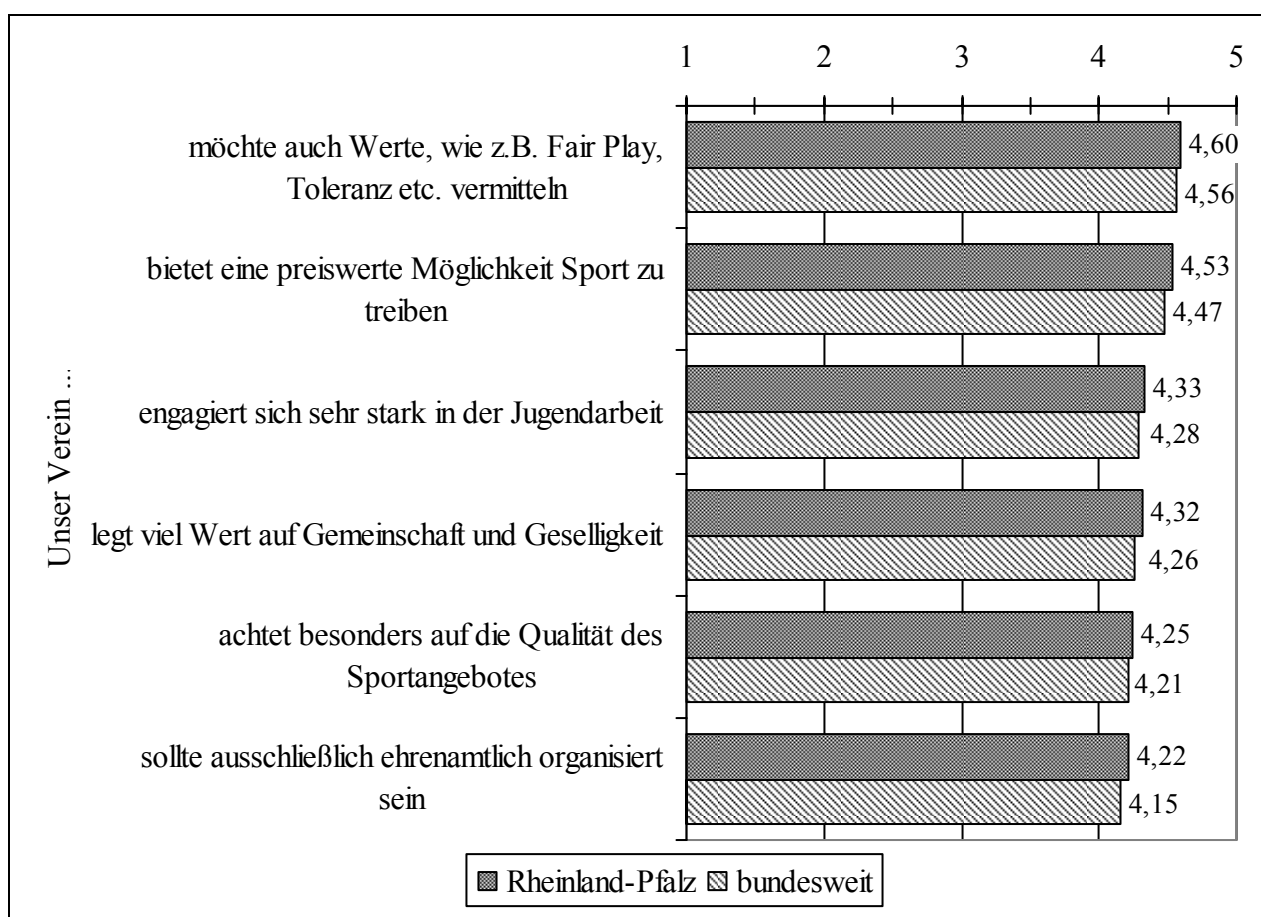


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

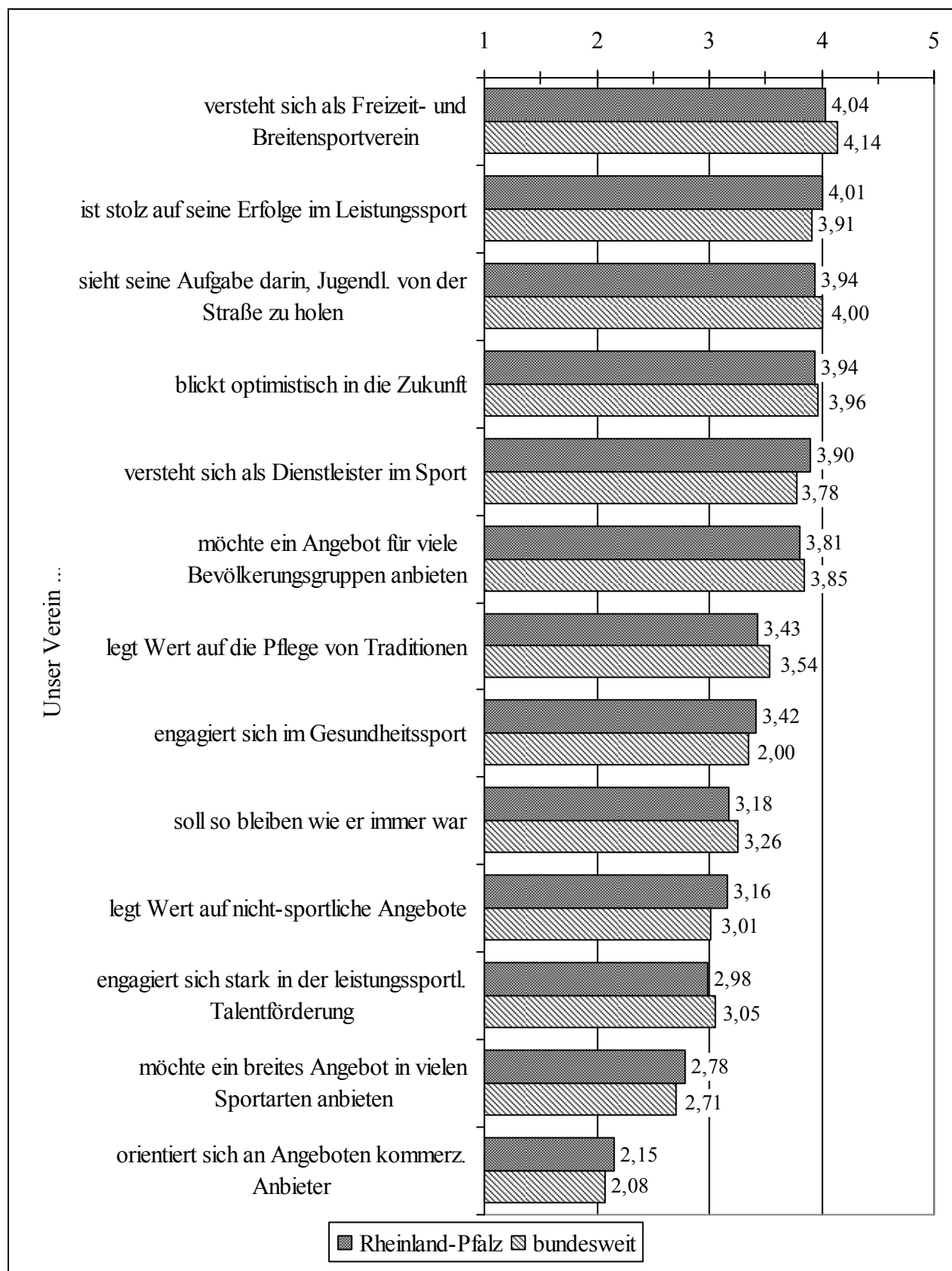


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.12.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der rheinland-pfälzischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz verlangen lediglich einen Monatsbeitrag von 2,50 € oder weniger für Kinder, von 3,- € oder weniger für Jugendliche und von 4,50 € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 78 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz (61 % in Deutschland) bieten spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % dieser Sportvereine liegen diese bei 8,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	RLP	(D)	RLP	(D)	RLP	(D)	RLP	(D)
Median	2,50 €	(3,00 €)	3,00 €	(3,60 €)	4,50 €	(6,50 €)	8,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	5,34 €	(6,24 €)	7,87 €	(8,38 €)	13,39 €	(15,56 €)	21,05 €	(27,22 €)

Dass die Sportvereine in Rheinland-Pfalz einen besonders günstigen Sportanbieter typ darstellen und somit ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement vermeiden helfen, zeigt sich auch daran, dass nur etwa 10 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz Aufnahmegebühren für Kinder erhebt. Nur knapp 12 % der Vereine verlangt Aufnahmegebühren für Jugendliche und rund 18 % der Vereine für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Bei 50 % jener rheinland-pfälzischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegt dieser bei 15,- € oder weniger für Kinder, 20,- € oder weniger für Jugendliche und 24,- € oder weniger für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	RLP	(D)	RLP	(D)	RLP	(D)
Anteil der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	10 %	(22 %)	12 %	(26 %)	18 %	(33 %)
Median	15,00 €	(10,00 €)	20,00 €	(10,00 €)	24,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	29,05 €	(36,64 €)	44,61 €	(44,71 €)	119,89 €	(125,11 €)

3.12.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Rheinland-Pfalz aber auch dadurch, dass sie einen bemerkenswerten Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Rheinland-Pfalz allein etwa 700 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, ca. 1.000 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey sowie etwa 800 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). Annähernd 2.700 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Rheinland-Pfalz häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die rheinland-pfälzischen Sportvereine damit hochgerechnet 700 Turn- und Sporthallen bereit, 1.400 Sportplätze für Fußball und Hockey, 3.400 Tennisplätze sowie 2.500 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in Rheinland-Pfalz	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in Rheinland-Pfalz
Turn- und Sporthallen	700	700
Sportplätze für Fußball/Hockey	1.000	1.400
Sportplätze für Leichtathletik	250	250
Kegelbahn	150	300
Tennisplätze	800	3.400
Fitnessstudio/Kraftraum	400	400
Vereinsheim	2.700	2.800
weitere Anlagen	1.600	2.500

3.12.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Rheinland-Pfalz wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Rheinland-Pfalz nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. Etwa 9 % aller Vereinsangebote in Rheinland-Pfalz beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, 0,6 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und knapp 2 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielen somit mehr als 11 % aller Sportvereinsangebote in Rheinland-Pfalz explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	RLP	(D)	RLP	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	9	(12)	5	(5)
Rehabilitation	1	(4)	0,5	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	2	(6)	1	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	11	(22)	6	(10)

3.12.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Rheinland-Pfalz zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperieren 59 % der Sportvereine mit einer Schule. Knapp ein Fünftel erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämtern bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch etwa 1.200 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, 450 mit bzw. für Kindergärten, ca. 400 mit Krankenkassen sowie ebenfalls etwa 400 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)			Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	RLP	(D)	Hochrechnung	RLP	(D)	Hochrechnung
... anderem Sportverein	71	(70)	4.400	16	(19)	1.000
... Schule	59	(62)	3.700	19	(25)	1.200
... Kindergarten/Tagesstätte	27	(24)	1.700	7	(9)	450
... Krankenkasse	17	(18)	1.000	7	(9)	400
... Wirtschaftsunternehmen	16	(21)	1.000	5	(7)	300
... Jugendamt	14	(15)	900	6	(5)	400
... kommerziellen Sportanbietern	11	(11)	700	4	(3)	200
... Gesundheitsamt	1	(3)	100	0,5	(1)	50

3.12.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen in Rheinland-Pfalz 42 % der Mitglieder an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Rheinland-Pfalz im Jahr 2004 mehr als 1,2 Mio. Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	Rheinland-Pfalz	(D)
Mittelwert Anteil in %	42	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	1,2 Mio.	(14,4 Mio.)

3.12.2.7 Bürgerschaftliches Engagement

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Rheinland-Pfalz dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Rheinland-Pfalz engagieren sich dort Vereinsmitglieder in etwa 180.000 ehrenamtlichen Positionen, ca. 76.000 auf der Vorstandsebene und 104.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). Etwa 116.500 sind Männer, 63.500 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Rheinland-Pfalz darstellen.

Tab. 7: Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung Rheinland-Pfalz
	Rheinland-Pfalz	(D)	
... auf der Vorstandsebene	12	(13)	76.000
... auf der Ausführungsebene	17	(18)	104.000
... männlich	19	(21)	116.500
... weiblich	10	(10)	63.500
... gesamt	29	(31)	180.000

Durchschnittlich ist in den rheinland-pfälzischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 16,5 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von etwa 2,9 Mio. Stunden, die in den rheinland-pfälzischen Sportvereinen Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den rheinland-pfälzischen Sportvereinen in Höhe von rd 44,6 Mio. €. ¹ Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.12.2.8 Demokratiefunktion

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So haben in mehr als 50 % der rheinland-pfälzischen Vereine die Jugendlichen eine Vertretung mit Sitz im Gesamtvorstand. In fast 39 % der Vereine haben die Jugendlichen ein Stimmrecht in der Hauptversammlung. In mehr als 35 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz wird eine Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt und in 24 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt. Weiterhin existiert in 18 % der Vereine ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss. (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die rheinland-pfälzischen Sportvereine somit etwa 4.200 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	RLP	(D)	Hochrechnung
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	51	(49)	3.200
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	39	(34)	2.400
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	35	(35)	2.200
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	24	(27)	1.700
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	18	(20)	1.200
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiterebene durch die Jugendlichen	16	(11)	1.000
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	31	(33)	2.000

3.12.2.9 Arbeitsplätze

Angesichts der Krise des Arbeitsmarktes stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit Hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Rheinland-Pfalz spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. So beschäftigen 46 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 6 % (D: 5 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. Etwa 100 Vereine bilden derzeit aus, weitere 100 Vereine planen, dies zukünftig zu tun. Im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Rheinland-Pfalz als ein zunehmend wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

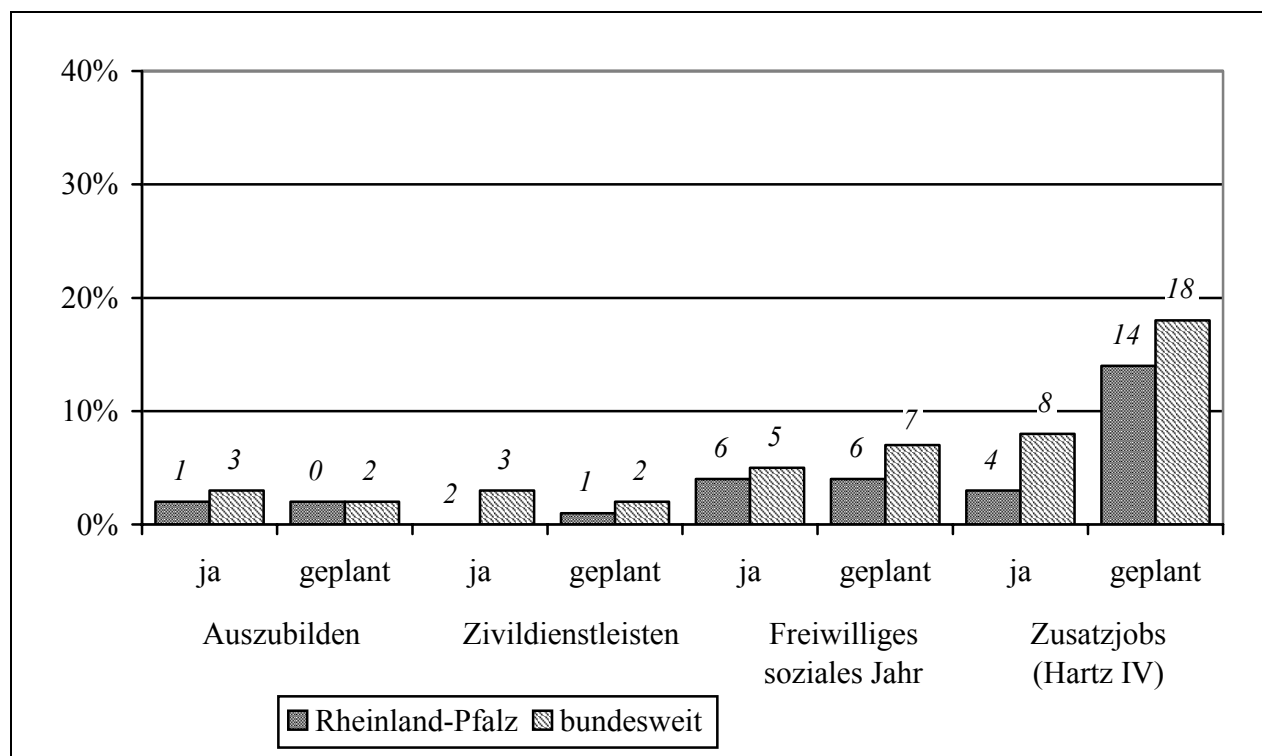


Abb. 2: Sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.12.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.12.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Rheinland-Pfalz darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Rheinland-Pfalz im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler sowie (3) von Mitgliedern und (4) Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften dar (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier nötig zu sein.

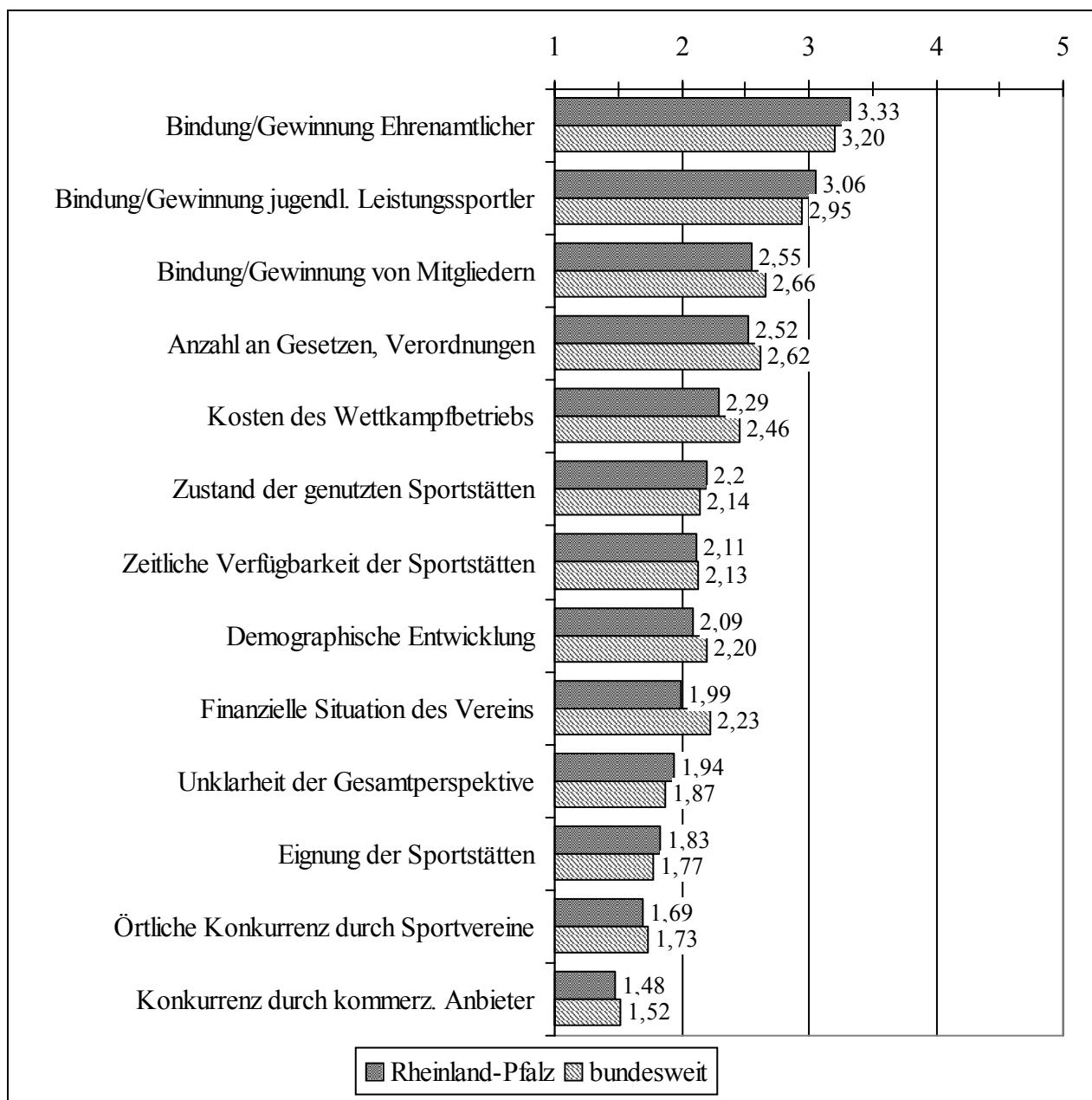


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben. Dies sind 14 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet etwa 860 von 6.268 Vereinen in Rheinland-Pfalz. Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung von ehrenamtlichen Mitarbeitern und von Mitgliedern sowie die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem zwei weitere Problembereiche virulent:

(a) der Zustand und (b) die zeitliche Verfügbarkeit der genutzten Sportanlagen (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Rheinland-Pfalz vor.

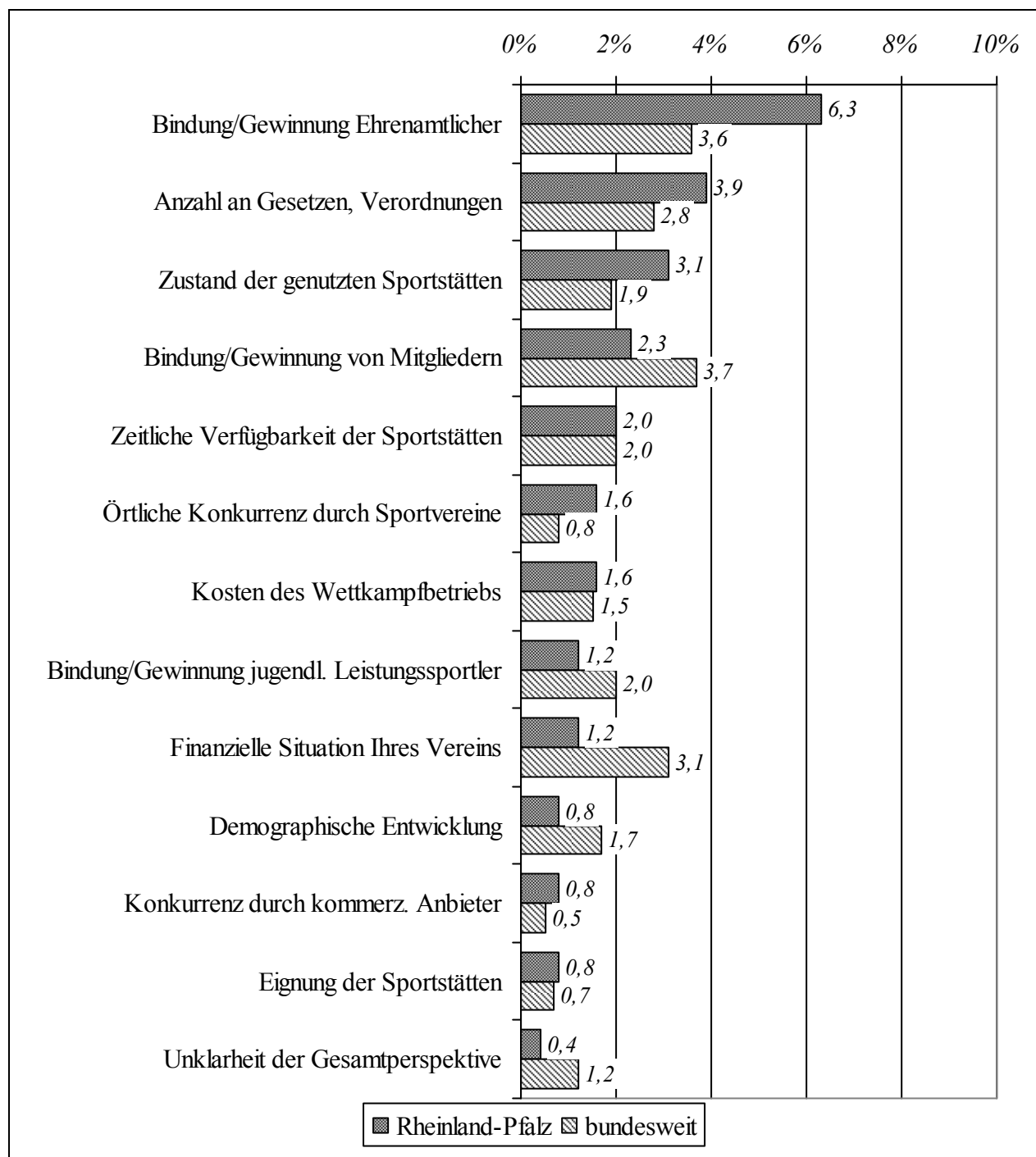


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.12.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Rheinland-Pfalz aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen knapp 70 % der rheinland-pfälzischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Rheinland-Pfalz sind dies etwa 4.200 von 6.268 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. Dennoch ist für mehr als 40 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung zumindest teilweise kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. Knapp 50 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 13 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	Rheinland-Pfalz	(D)	Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	68	(68)	4.200
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	41	(28)	1.700
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	13	(48)	600
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	48	(52)	2.000

3.12.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angesichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der rheinland-pfälzischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind mehr als 95 % der Sportvereine in Rheinland-Pfalz der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

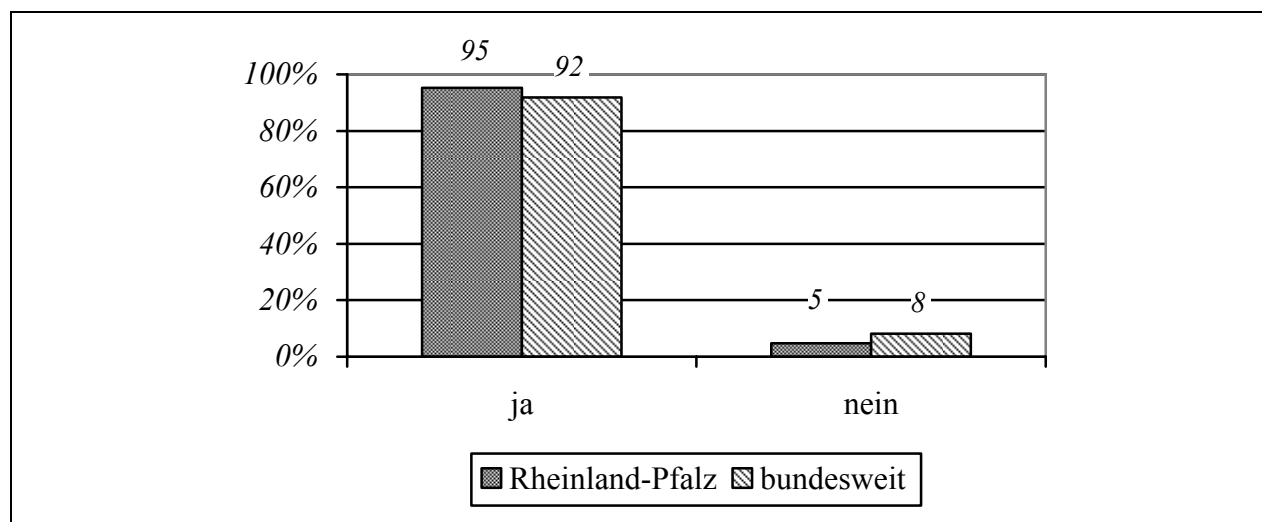


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der rheinland-pfälzischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen genannt. Allerdings sollte auch die Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung verbessert werden (vgl. Abb. 6).

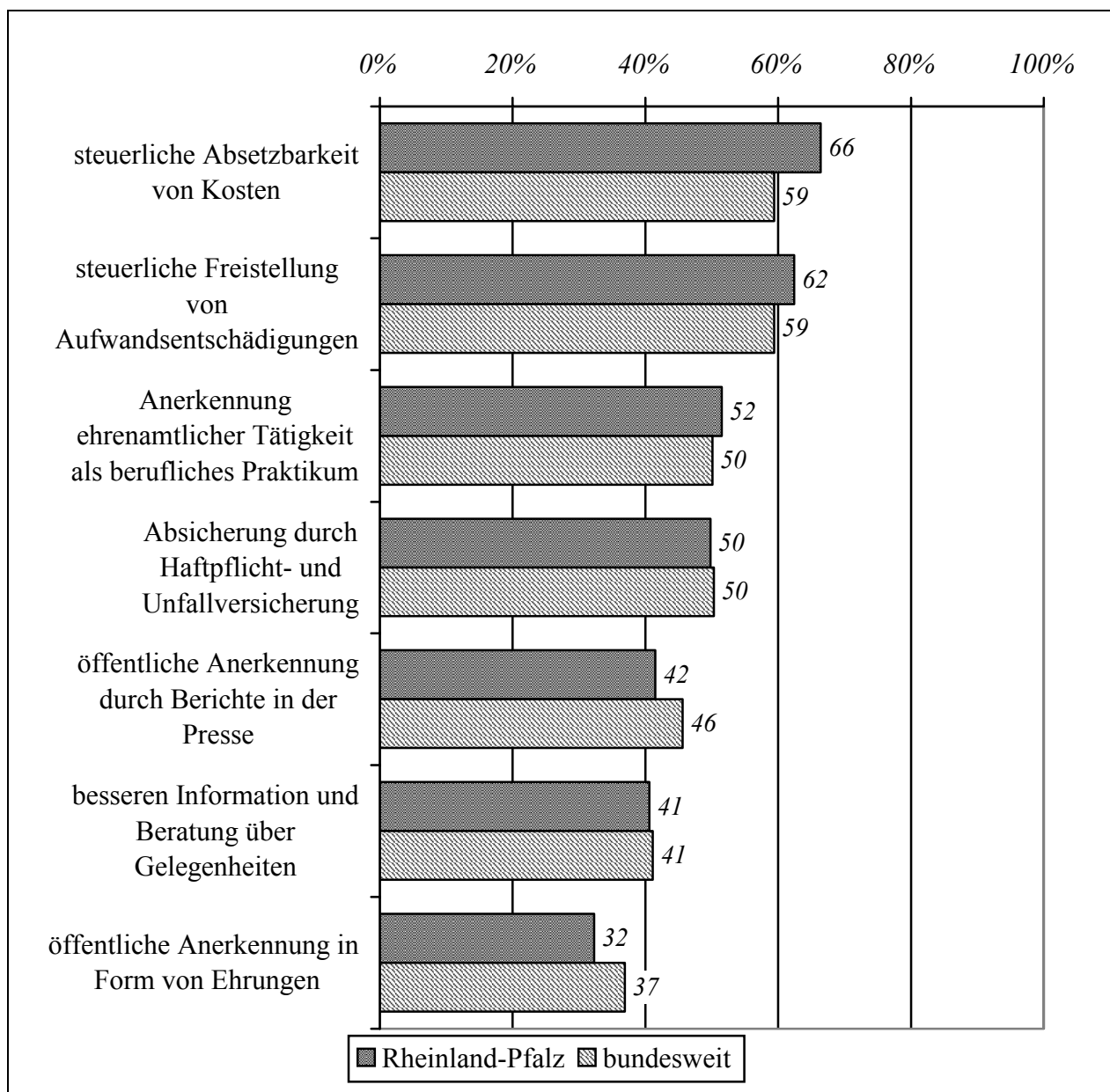


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.12.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Rheinland-Pfalz

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportbundes Rheinland-Pfalz von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		RLP	(D)	RLP	(D)
1	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,76	(2,69)	2,77	(2,72)
2	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,71	(2,67)	2,37	(2,23)
3	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,68	(2,67)	2,13	(1,96)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,60	(2,57)	2,38	(2,24)
5	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,58	(2,42)	2,24	(2,02)
6	Information und Beratung der Vereine generell	2,58	(2,50)	2,52	(2,41)
7	Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen	2,56	(2,52)	2,53	(2,43)
8	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,49	(2,44)	2,45	(2,36)
9	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,46	(2,45)	2,27	(2,01)
10	Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung	2,36	(2,30)	1,94	(1,79)
11	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,24	(2,29)	2,16	(2,19)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,15	(2,15)	2,27	(1,96)
13	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,14	(2,07)	2,70	(2,50)
14	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	2,09	(1,87)	2,30	(1,69)
15	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,07	(2,09)	1,91	(1,89)
16	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,07	(2,02)	2,11	(1,94)
17	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	2,03	(1,94)	2,32	(2,14)
18	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	1,97	(1,96)	2,09	(1,92)
19	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,96	(1,97)	2,12	(1,99)
20	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,86	(1,74)	2,09	(2,09)
21	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungsmanagement	1,79	(1,73)	2,14	(1,94)
22	Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement	1,76	(1,73)	1,98	(1,87)
23	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,71	(1,74)	2,00	(1,98)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,65	(1,67)	2,03	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Rheinland-Pfalz seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann.

Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

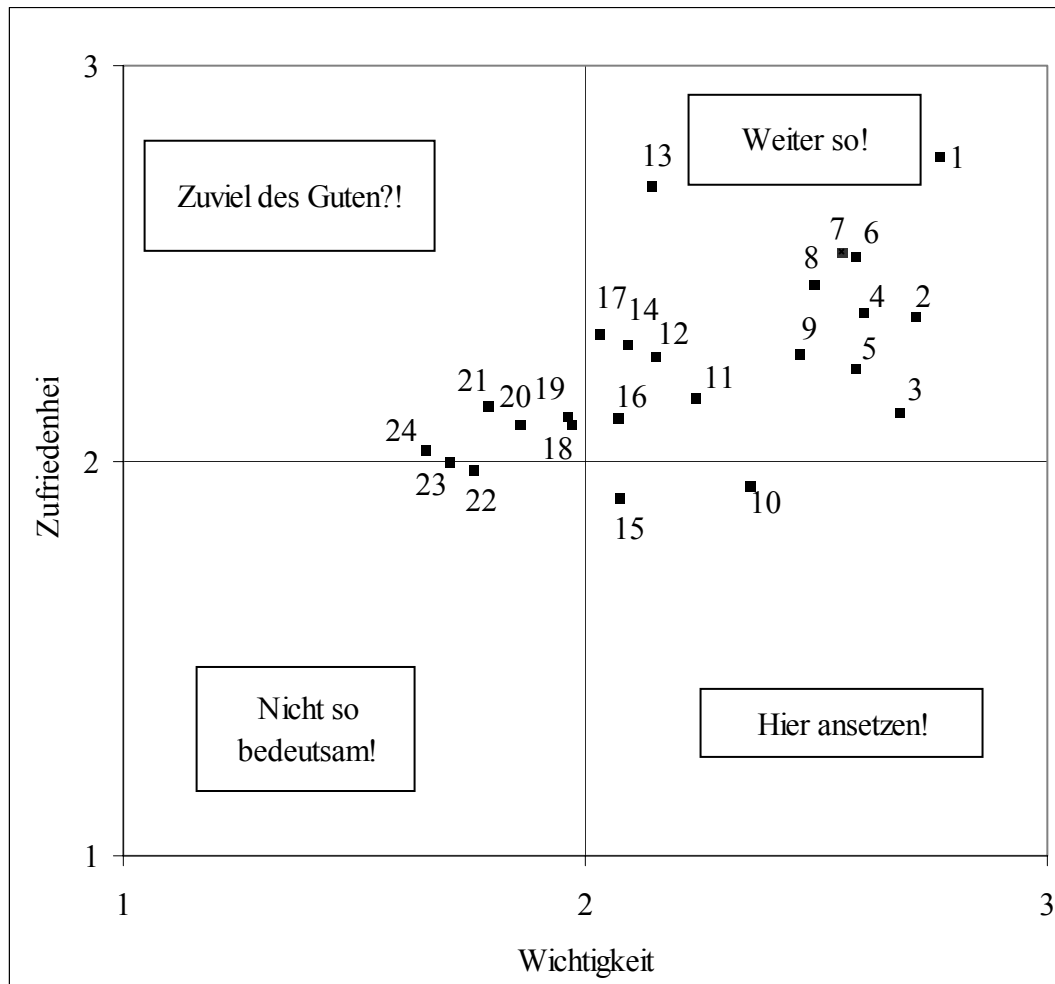


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

In 15 der 24 abgefragten Bereiche ist der Landessportbund Rheinland-Pfalz optimal bzw. gut positioniert.

Zu optimieren sind aus Sicht der rheinland-pfälzischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung sowie (b) politische Lobbyarbeit für den Vereinssport.

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind die Bereiche Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement (22) und Information und Beratung in Sachen Frauenförderung (23).

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportbund Rheinland-Pfalz bei den Hilfen in den Bereichen Talentsuche/-förderung (18), Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage (19), Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (20), Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement (21) sowie Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen (24).

3.12.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. Knapp 50 % der rheinland-pfälzischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Tab. 11: Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)

	Rheinland-Pfalz	(D)
Bekannt	50	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	59	(52)
... Anzeige	55	(64)
... Arbeitsmaterialien	49	(39)
... Kino-/TV-Spot	20	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	25	(33)
Ja	54	(45)
weiß nicht	22	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	7	(11)
Ja	80	(73)
weiß nicht	13	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	30	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	13	(23)

Von diesen wurde sie zumeist als Anzeige, Plakat oder in Form von Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. 54 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 22 % sind

sich diesbezüglich unsicher. 25 % der rheinland-pfälzischen Vereine sind dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. 80 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 7 % verneinen dies.

Allerdings weiß nur knapp ein Drittel der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 30 % haben 13 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 2 % aller Vereine in Rheinland-Pfalz und 5 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

3.12.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die von den Sportbünden Rheinland, Pfalz und Rheinhessen zur Verfügung gestellten Adressdatenbanken der Vereine genutzt. Sie umfassten 1.613 Email-Adressen rheinland-pfälzischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Rheinland-Pfalz treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 261 beteiligte Vereine erforderlich. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 1.426 Vereine. Davon konnten insgesamt 284 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 19,9 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Da die Beteiligungsquote erfreulich hoch lag, konnten mehr Vereine befragt werden, als gewünscht (Quotenerfüllung: 108,8 %).

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	6.268		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	261		
Stichprobe I	1.613	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	185	11,5	
Person nicht im Verein tätig	1	0,1	
Stichprobenneutrale Ausfälle	1	0,1	
Verbände	1	0,1	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	1.426	88,4	100,0
Absagen	7	0,4	0,5
Realisierte Interviews	284	17,6	19,9
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	108,8 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass mehr als 40 % der beteiligten rheinland-pfälzischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 50 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

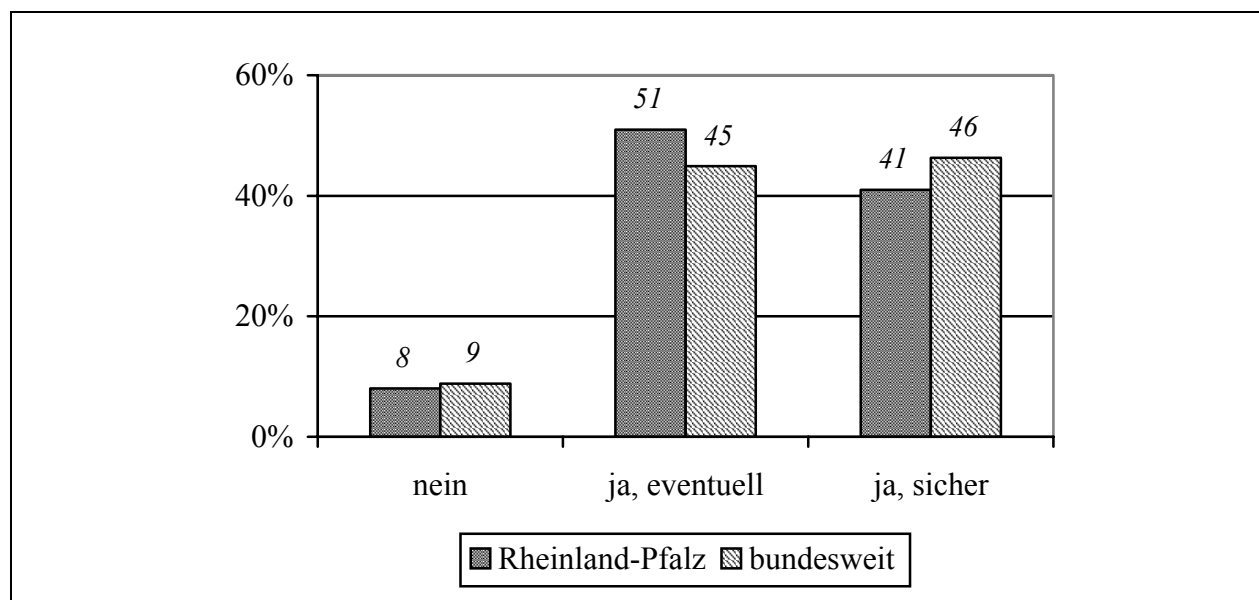


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.13 Sportvereine im Saarland

Christoph Breuer & Antje Haase

3.13.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Saarland. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Saarland ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (knapp 2.200 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die saarländischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote. Mit eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Saarland bei. Etwa 18 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. Zahlreiche gemeinsame Sportangebote mit Schulen und mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine im Saarland. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Saarland darstellen. Vereinsmitglieder in 43.500 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 615.000 Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von 9,2 Mio. €. Zudem beschäftigen 28 % aller Sportvereine im Saarland bezahlte Mitarbeiter.

Knapp 8 % der saarländischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Bindung bzw. Gewinnung von Mitgliedern, die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften sowie die zeitliche Verfügbarkeit der genutzten Sportanlagen. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten, die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, die Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung sowie die öffentliche Anerkennung ehrenamtlicher Arbeit durch Berichte in den Medien unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportverband für das Saarland kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell, Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer, Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit, finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten, finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen sowie Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den saarländischen Sportvereinen gut an. Die Rücklaufquote fiel leider vergleichsweise niedrig aus, die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen ist hingegen ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.13.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Saarland

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Saarland. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 2.200 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.13.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine im Saarland als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den saarländischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten und (3) Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

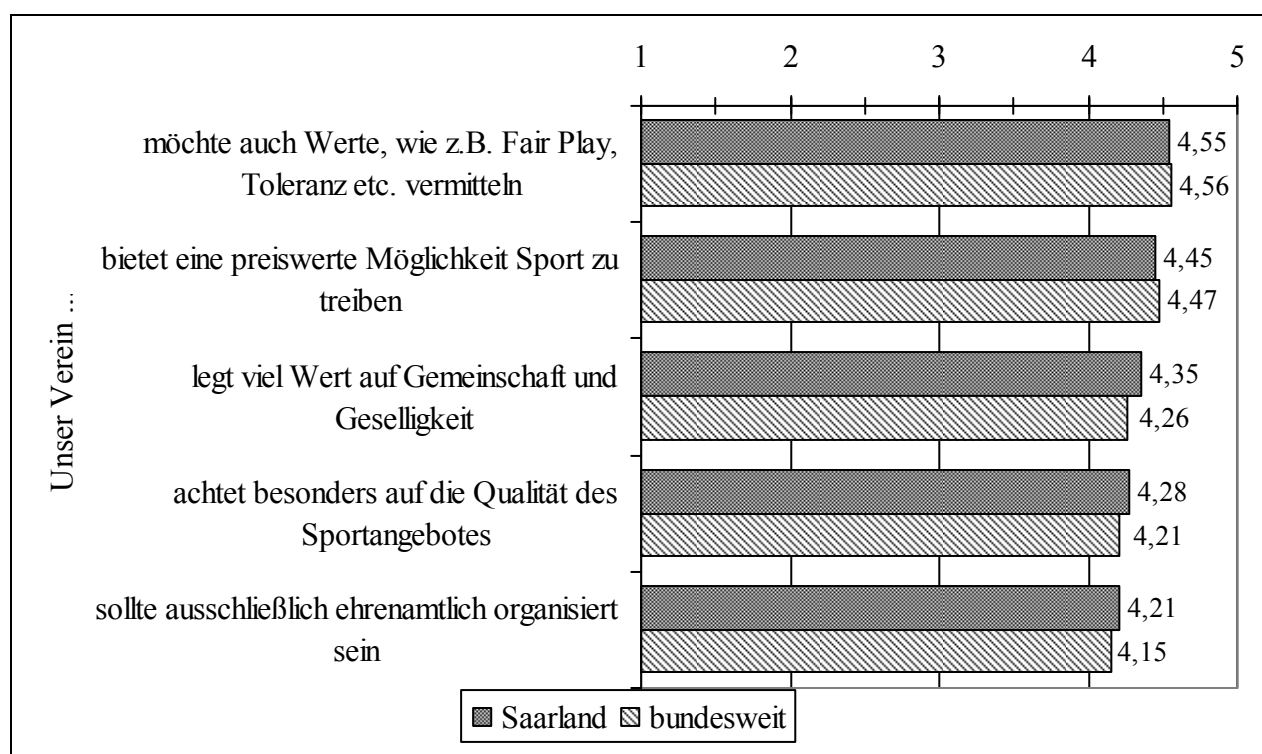


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

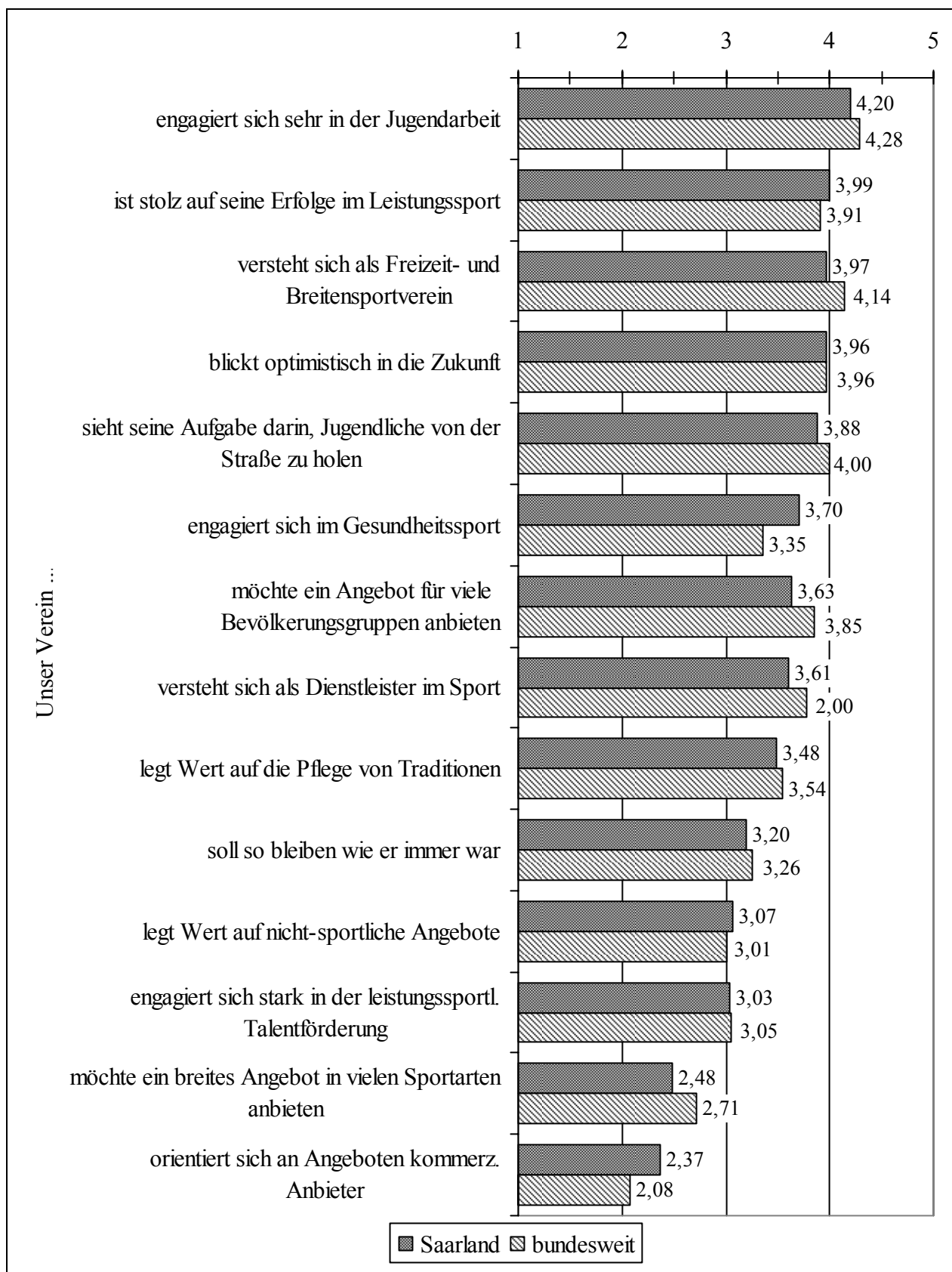


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.13.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der saarländischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine im Saarland verlangen einen Monatsbeitrag von 1,50 € oder weniger für Kinder, von 2,09 € oder weniger für Jugendliche und von 3,62 € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 76 % der Sportvereine im Saarland (61 % in Deutschland) bieten spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % dieser Sportvereine liegen diese bei 6,67 € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte etwas höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: *Monatliche Beiträge (€/Monat)*

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	Saarland	(D)	Saarland	(D)	Saarland	(D)	Saarland	(D)
Median	1,50 €	(3,00 €)	2,09 €	(3,60 €)	3,62 €	(6,50 €)	6,67 €	(12,00 €)
Mittelwert	3,61 €	(6,24 €)	4,73 €	(8,38 €)	7,44 €	(15,56 €)	14,22 €	(27,22 €)

Dass die Sportvereine im Saarland einen besonders günstigen Sportanbieter typ darstellen und somit ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement vermeiden helfen, zeigt sich auch daran, dass nur etwa 7 % der Sportvereine im Saarland Aufnahmegebühren für Kinder erhebt. Rund 8 % der Vereine verlangt Aufnahmegebühren für Jugendliche und ebenfalls 8 % der Vereine für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Bei 50 % jener hamburgischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegt dieser bei 10,- € oder weniger für Kinder und jeweils 15,- € oder weniger für Jugendliche und Erwachsene.

Tab. 2: *Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)*

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	Saarland	(D)	Saarland	(D)	Saarland	(D)
Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	7 %	(22 %)	8 %	(26 %)	8 %	(33 %)
Median	10,00 €	(10,00 €)	15,00 €	(10,00 €)	15,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	21,25 €	(36,64 €)	31,00 €	(44,71 €)	31,00 €	(125,11 €)

3.13.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine im Saarland aber auch dadurch, dass sie einen Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen im Saarland etwa 20 % der Vereine eigene Sportanlagen. Knapp 6 % der Vereine verfügen über eigene Tennisplätze. 14 % der Vereine besitzt ein eigenes Vereinsheim (vgl. Tab. 3). Dies verdeutlicht überdies, dass die Sportvereine im Saarland häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

Anteil der Vereine mit Sportanlagenbesitz in Saarland	
Turn- und Sporthallen	1,4
Sportplätze für Fußball/Hockey	1,4
Sportplätze für Leichtathletik	1,4
Kegelbahn	0
Tennisplätze	5,6
Fitnessstudio/Kraftraum	1,4
Vereinsheim	13,9
weitere Anlagen	11,1

3.13.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Saarland wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine im Saarland nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. Etwa 15 % aller Vereinsangebote in Saarland beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen. Insgesamt zielen mehr als 18 % aller Sportvereinsangebote im Saarland explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: Angebotsformen nach Zielgruppen in %

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	Saarland	(D)	Saarland	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	15	(12)	7	(5)
Rehabilitation	0	(4)	0	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	3	(6)	1	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	18	(22)	8	(10)

3.13.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine im Saarland zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperieren mehr als die Hälfte der Sportvereine mit einer Schule. 13 % erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Jugendämtern und Krankenkassen bestehen zahlreiche Kooperationen. (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)		Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)	
	Saarland	(D)	Saarland	(D)
... anderem Sportverein	81	(70)	30	(19)
... Schule	54	(62)	13	(25)
... Kindergarten/Tagesstätte	16	(24)	7	(9)
... Wirtschaftsunternehmen	14	(21)	6	(7)
... kommerziellen Sportanbietern	16	(11)	4	(3)
... Jugendamt	20	(15)	6	(5)
... Krankenkasse	10	(18)	4	(9)
... Gesundheitsamt	1	(3)	0	(1)

3.13.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen im Saarland 50 % der Mitglieder an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben im Saarland im Jahr 2004 fast 220.000 Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	Saarland	(D)
Mittelwert Anteil in %	50	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	220.000	(14,4 Mio.)

3.13.2.7 *Bürgerschaftliches Engagement*

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement im Saarland dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine im Saarland engagieren sich dort Vereinsmitglieder in etwa 43.500 ehrenamtlichen Positionen, jeweils knapp 22.000 auf der Vorstandsebene und auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). Etwa 28.000 sind Männer, 15.500 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements im Saarland darstellen.

Tab. 7: *Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht*

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung Saarland
	Saarland	(D)	
... auf der Vorstandsebene	10	(13)	21.750
... auf der Ausführungsebene	10	(18)	21.750
... männlich	13	(21)	28.000
... weiblich	7	(10)	15.500
... gesamt	20	(31)	43.500

Durchschnittlich ist in den saarländischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 14,1 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Insgesamt ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von mehr als 615.000 Stunden, die in den Sportvereinen im Saarland Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den saarländischen Sportvereinen in Höhe von ca. 9,2 Mio. €. ¹ Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.13.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So haben in mehr als 40 % der saarländischen Vereine die Jugendlichen eine Vertretung mit Sitz im Gesamtvorstand. Weiterhin haben in 32 % der Vereine die Jugendlichen ein Stimmrecht in der Hauptversammlung. In knapp 17 % der Sportvereine in Saarland wird eine Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt und in 8,5 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

(vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die saarländischen Sportvereine somit etwa 1.300 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	Saarland	(D)
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	44	(49)
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	32	(34)
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	17	(35)
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	9	(27)
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	7	(20)
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	39	(33)

3.13.2.9 Arbeitsplätze

Angesichts der Krise des Arbeitsmarktes stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit Hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement im Saarland spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. So beschäftigen 28 % der Sportvereine im Saarland bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 3 % (D: 5 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. Im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine im Saarland als ein zunehmend wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

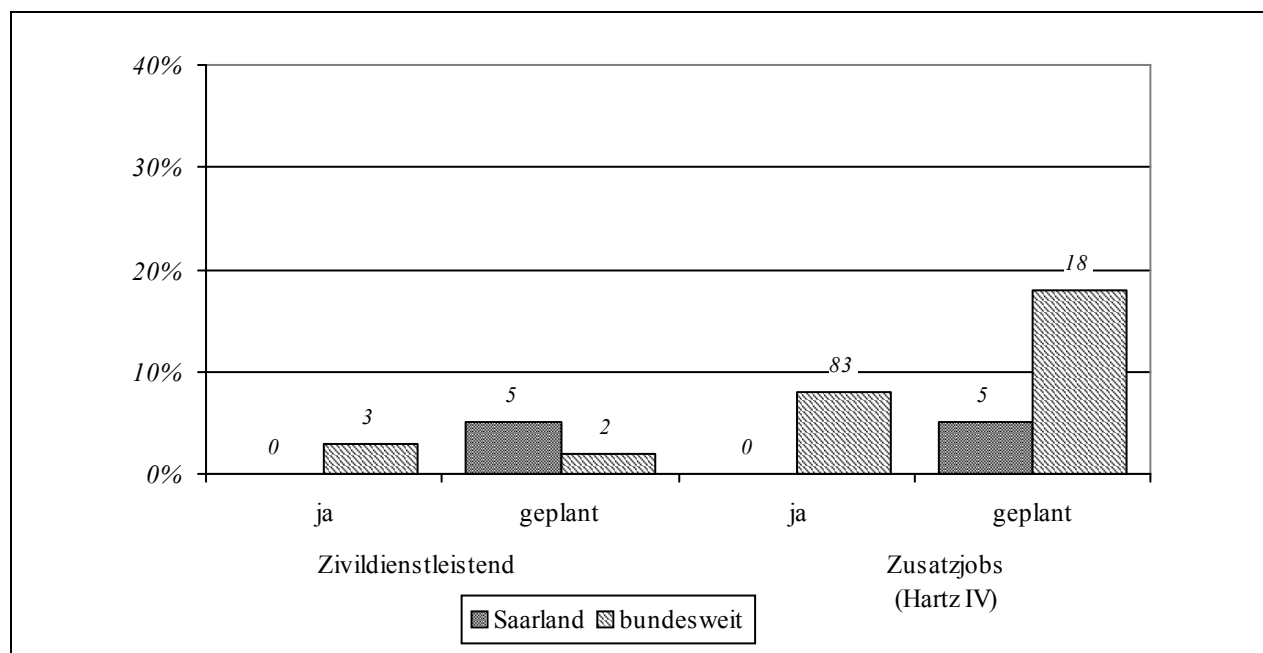


Abb. 2: *sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)*

3.13.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.13.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine im Saarland darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine im Saarland im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler sowie (4) von Mitgliedern und (3) die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften dar (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier nötig zu sein.

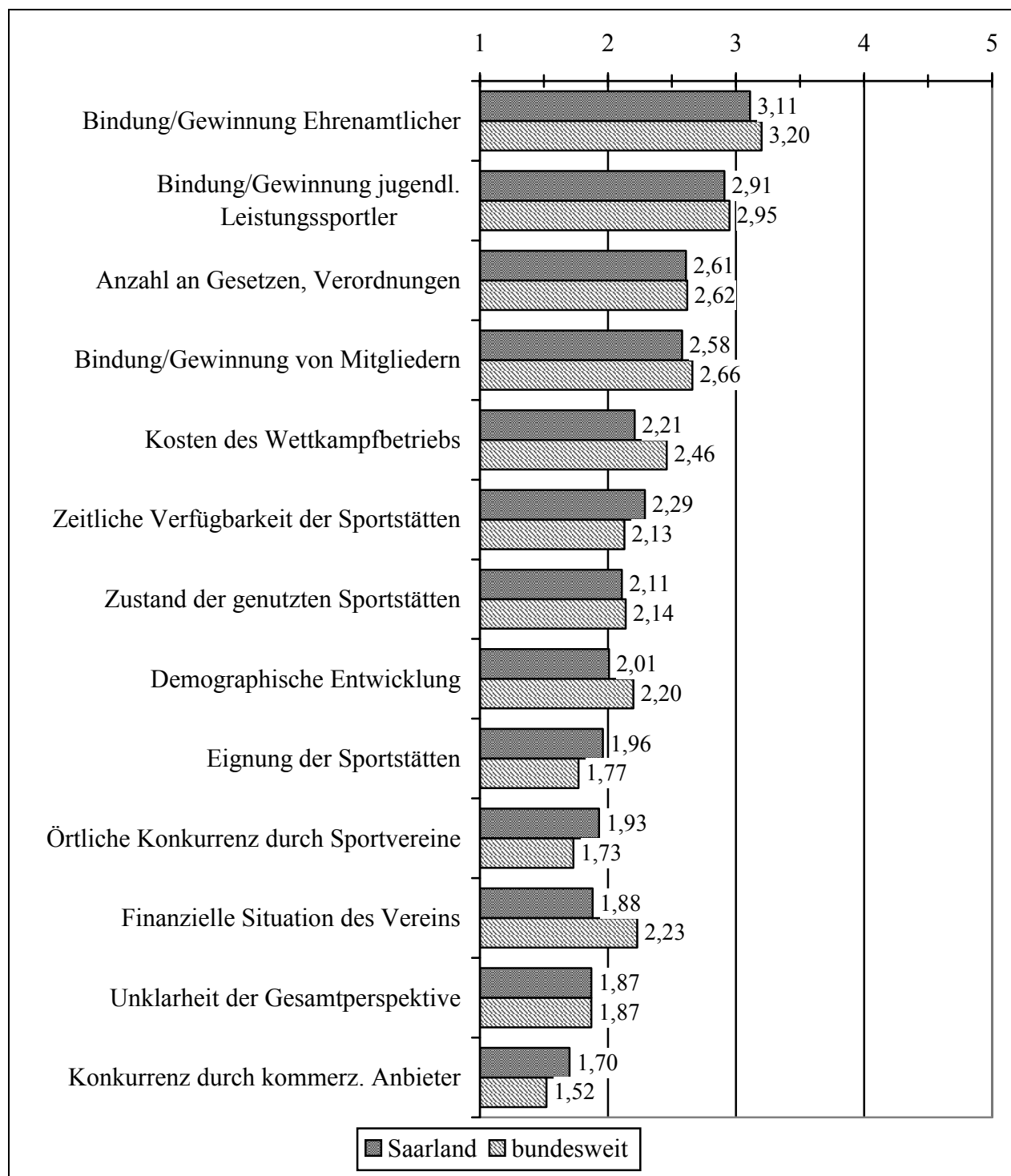


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben.

Dies sind fast 8 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet etwa 170 von 2.193 Vereinen im Saarland. Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung von Mitgliedern und die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem ein Problembereich virulent: die zeitliche Verfügbarkeit der genutzten Sportanlagen. Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports im Saarland vor.

3.13.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine im Saarland aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen reichlich 60 % der saarländischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine im Saarland sind dies etwa 1.400 von 2.193 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. So ist nur für knapp 20 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung zumindest teilweise kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. Knapp 30 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 65 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48,0 %).

Tab. 9: *Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)*

	Rheinland-Pfalz	(D)	Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	64	(68)	1.400
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	20	(28)	280
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	65	(48)	910
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	28	(52)	390

3.13.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der saarländischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind mehr als 85 % der Sportvereine im Saarland der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

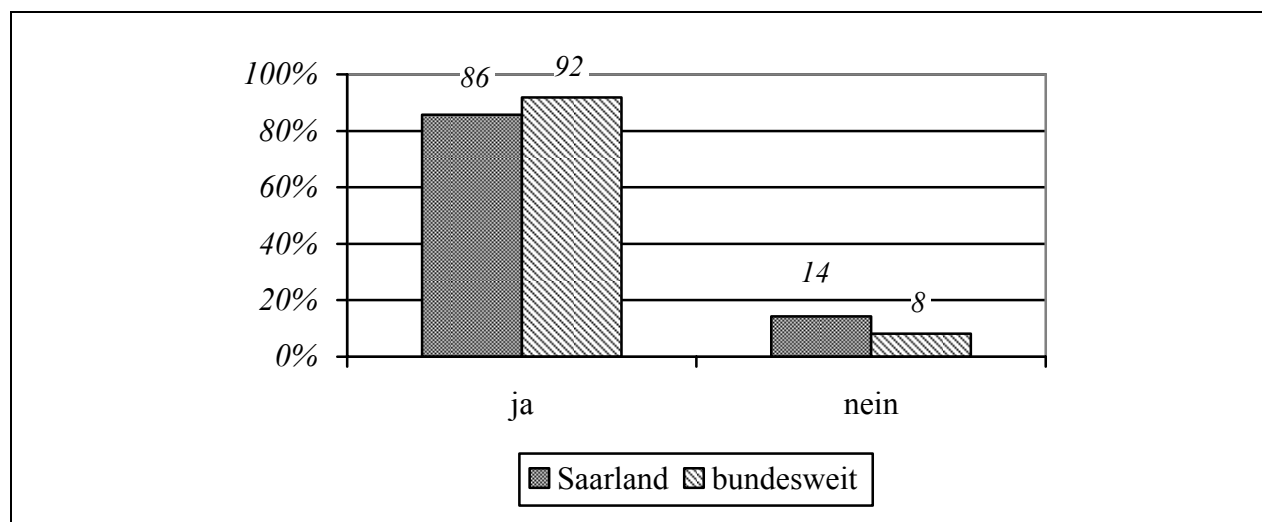


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der saarländischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen genannt. Allerdings wäre auch die Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung sowie die öffentliche Anerkennung ehrenamtlicher Arbeit durch Berichte in den Medien zu verbessern (vgl. Abb. 6).

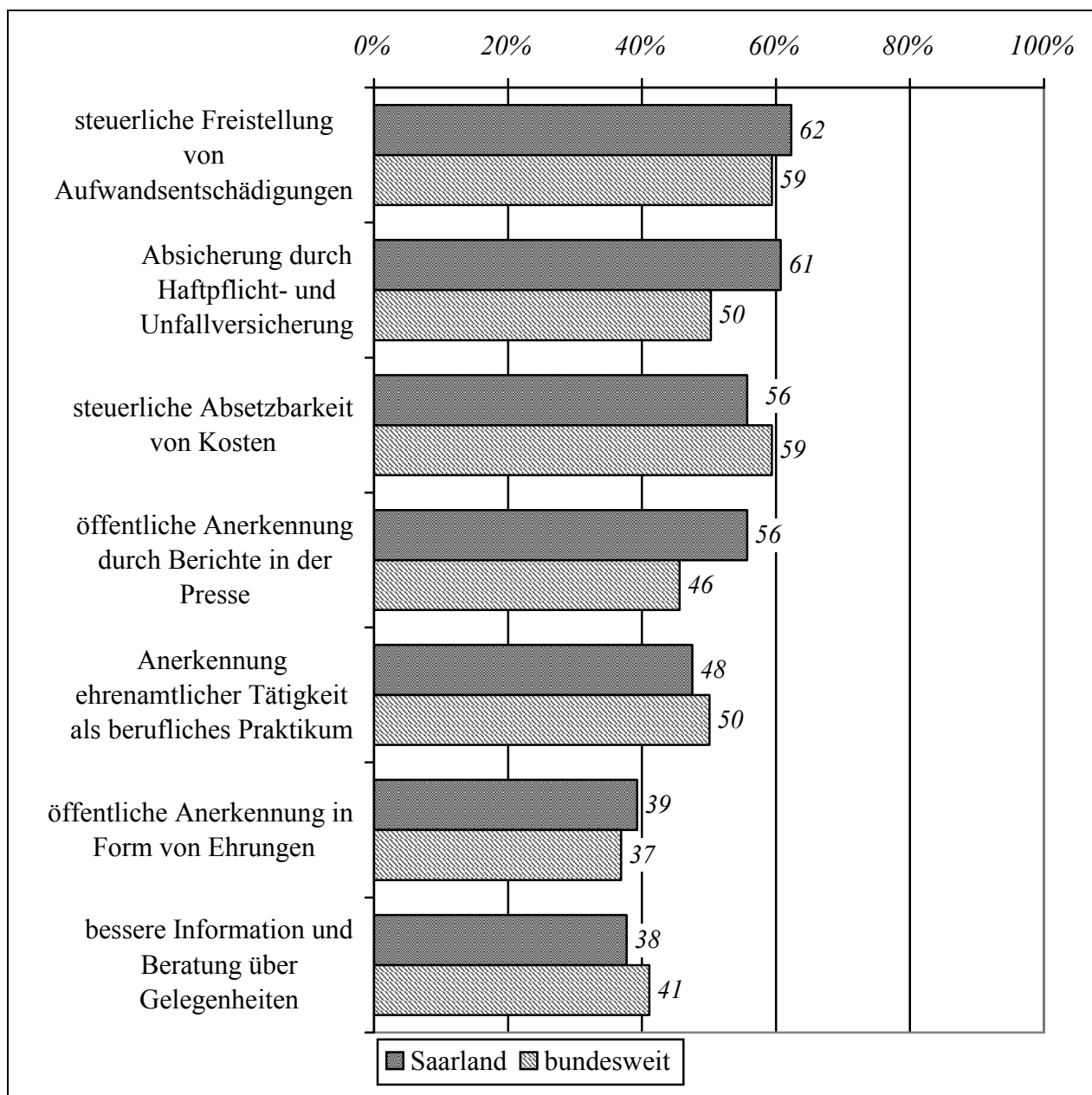


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.13.3.4 Unterstützung durch den Landessportverband für das Saarland

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportverbandes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportverbandes von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter und finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		Saarland	(D)	Saarland	(D)
1	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,69	(2,69)	2,73	(2,72)
2	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,59	(2,52)	2,32	(2,43)
3	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,59	(2,67)	1,83	(1,96)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,56	(2,57)	2,30	(2,24)
5	Information und Beratung der Vereine generell	2,54	(2,50)	2,13	(2,41)
6	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,44	(2,44)	2,15	(2,36)
7	Information und Beratung in Sachen Mitglieder- bindung und -gewinnung	2,37	(2,30)	1,77	(1,79)
8	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,35	(2,29)	2,36	(2,19)
9	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,34	(2,67)	1,67	(2,23)
10	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,23	(2,15)	2,00	(1,96)
11	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,18	(2,45)	1,72	(2,01)
12	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,14	(2,07)	2,25	(2,50)
13	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,06	(2,42)	1,83	(2,02)
14	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	2,06	(1,97)	1,91	(1,99)
15	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,04	(1,96)	2,30	(1,92)
16	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,92	(1,94)	1,87	(2,14)
17	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	1,86	(2,09)	2,00	(1,89)
18	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,83	(1,73)	1,67	(1,87)
19	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,82	(1,74)	1,89	(2,09)
20	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,79	(1,73)	1,67	(1,94)
21	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	1,76	(2,02)	1,93	(1,94)
22	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,72	(1,87)	1,67	(1,69)
23	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,69	(1,74)	1,70	(1,98)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,52	(1,67)	1,25	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportverband Saarland seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Opti-

miert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

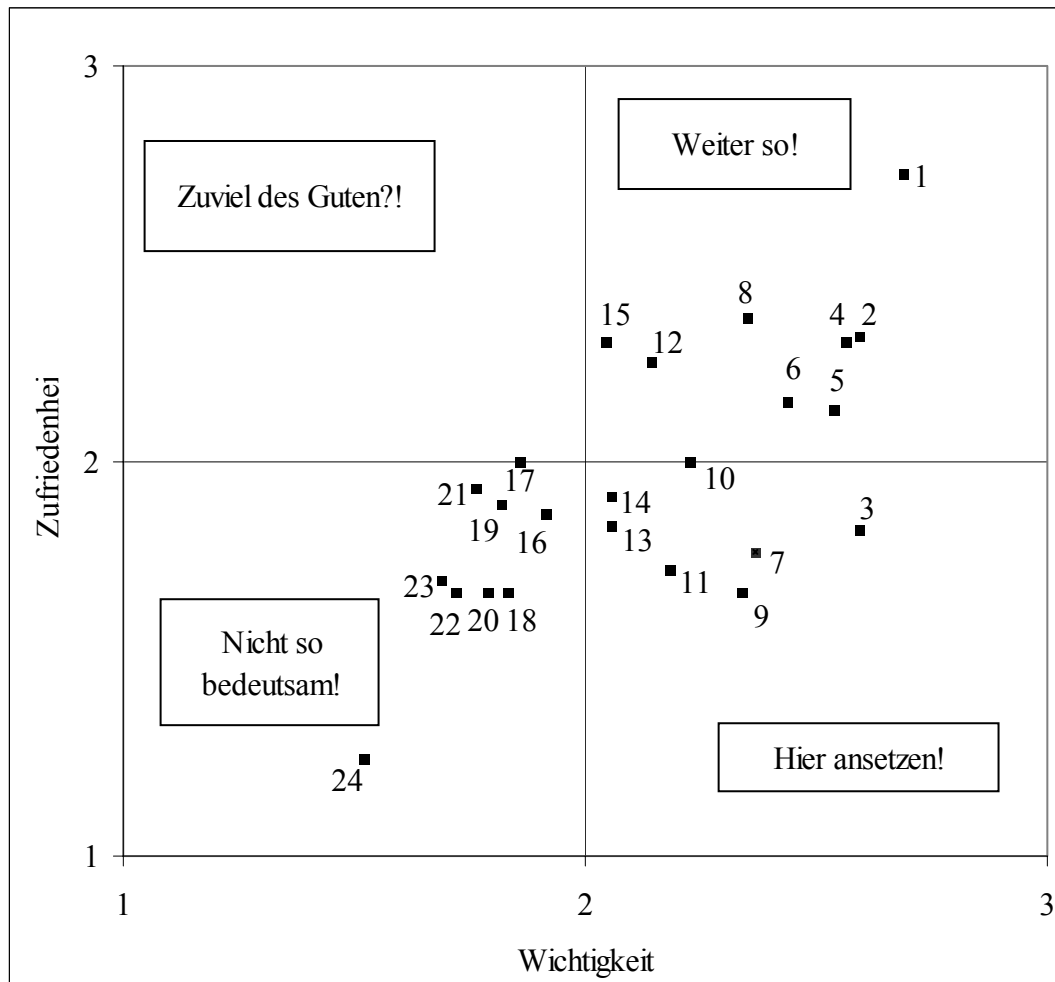


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der saarländischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (3), (b) Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung (7), (c) Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer (9), (d) Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (10), (e) finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten (11), (f) finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen (13) sowie (g) Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage (14).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind die Bereiche Information und Beratung bei Organisation und Planung (16), politische Lobbyarbeit für den Vereinssport (17), Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement (18), Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (19), Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement (20), Information und Beratung bei Sportanlagenbau und -management (21), Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse (22) sowie Information und Beratung in Sachen Frauenförderung (23) und in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen (24).

Optimal bzw. gut positioniert ist der saarländische Landessportverband gegenwärtig auf den Feldern Aus- und Fortbildung der Übungsleiter (1), Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen (2), Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport (4), Information und Beratung der Vereine generell (5), Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern (6), Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein (8), Lehrgänge im Vereinsmanagement (12) sowie Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung (15).

3.13.3.5 *Kampagne „Sport tut Deutschland gut“*

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 47 % der saarländischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurde sie zumeist als Plakat, als Anzeige oder in Form von Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. 56 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 21 % sind sich diesbezüglich unsicher. Fast ein Viertel der saarländischen Vereine sind dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Mehr als 80 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 9 % verneinen dies.

Allerdings weiß nur etwa ein Fünftel der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen haben 14 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 5 % aller Vereine im Saarland und 8 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: *Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)*

	Saarland	(D)
Bekannt	47	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	47	(64)
... Anzeige	44	(53)
... Arbeitsmaterialien	35	(39)
... Kino-/TV-Spot	12	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	24	(33)
Ja	56	(45)
weiß nicht	21	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	9	(10)
Ja	82	(73)
weiß nicht	9	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	21	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	14	(23)

3.13.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportverband des Saarlandes zur Verfügung gestellten Adressendatenbanken der Vereine genutzt. Sie umfassten 662 Email-Adressen saarländischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine im Saarland treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 242 beteiligte Vereine erforderlich. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 524 Vereine. Davon konnten insgesamt 78 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 15,1 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % leicht übertroffen. Obwohl die Beteiligungsquote erfreulich hoch lag, konnten weniger Vereine befragt werden, als gewünscht (Quotenerfüllung: 32,6 %). Daher sind Verzerrungen in den Analysen nicht auszuschließen.

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	2.193		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	242		
Stichprobe I	662	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	130	19,6	
Person nicht im Verein tätig	0	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	3	0,5	
Verbände	3	0,5	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	524	79,2	100,0
Absagen	3	0,5	0,6
Realisierte Interviews	79	11,9	15,1
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	32,6 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 58 % der beteiligten saarländischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 31 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

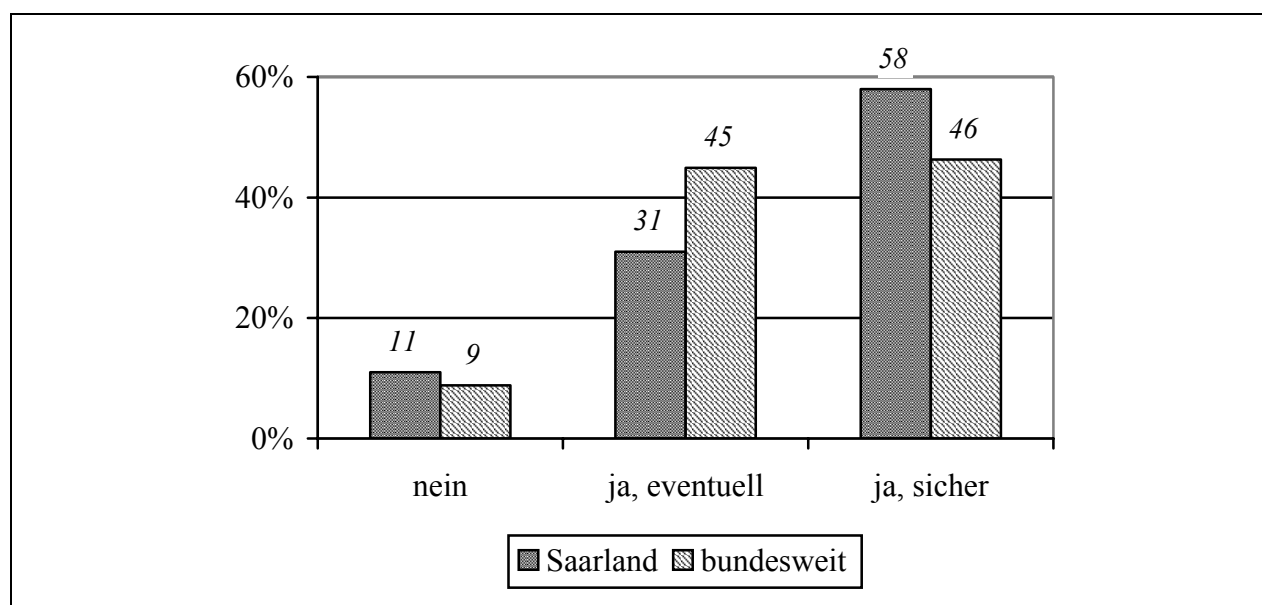


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.14 Sportvereine in Sachsen

Christoph Breuer & Antje Haase

3.14.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Land Sachsen. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Sachsen ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (4.000 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die sächsischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote. Mit eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. 26 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 1.100 gemeinsame Sportangebote mit Schulen und 680 mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Sachsen. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Sachsen darstellen. Vereinsmitglieder in 101.500 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 1,6 Mio Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von 23,4 Mio. €. Zudem beschäftigt mehr als ein Drittel aller Sportvereine in Sachsen bezahlte Mitarbeiter und gut 520 Vereine bilden aus.

14 % der sächsischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Bindung/Gewinnung von Mitgliedern und die demographische Entwicklung in der Region. Des Weiteren verursachen ein Zuviel an Bürokratie, die finanzielle Situation sowie der Zustand der genutzten Sportanlagen den Vereinen Probleme. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch Verbesserungen der steuerlichen Absetzbarkeit von Kosten, durch die Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum sowie durch die öffentliche Anerkennung in Form von Ehrungen zusätzlich unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportbund Sachsen kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung, Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein, Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit sowie politische Lobbyarbeit für den Vereinssport.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den sächsischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.14.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Sachsen

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Sachsen. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit mehr als 4.000 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.14.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Sachsen als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den sächsischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten und (3) Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

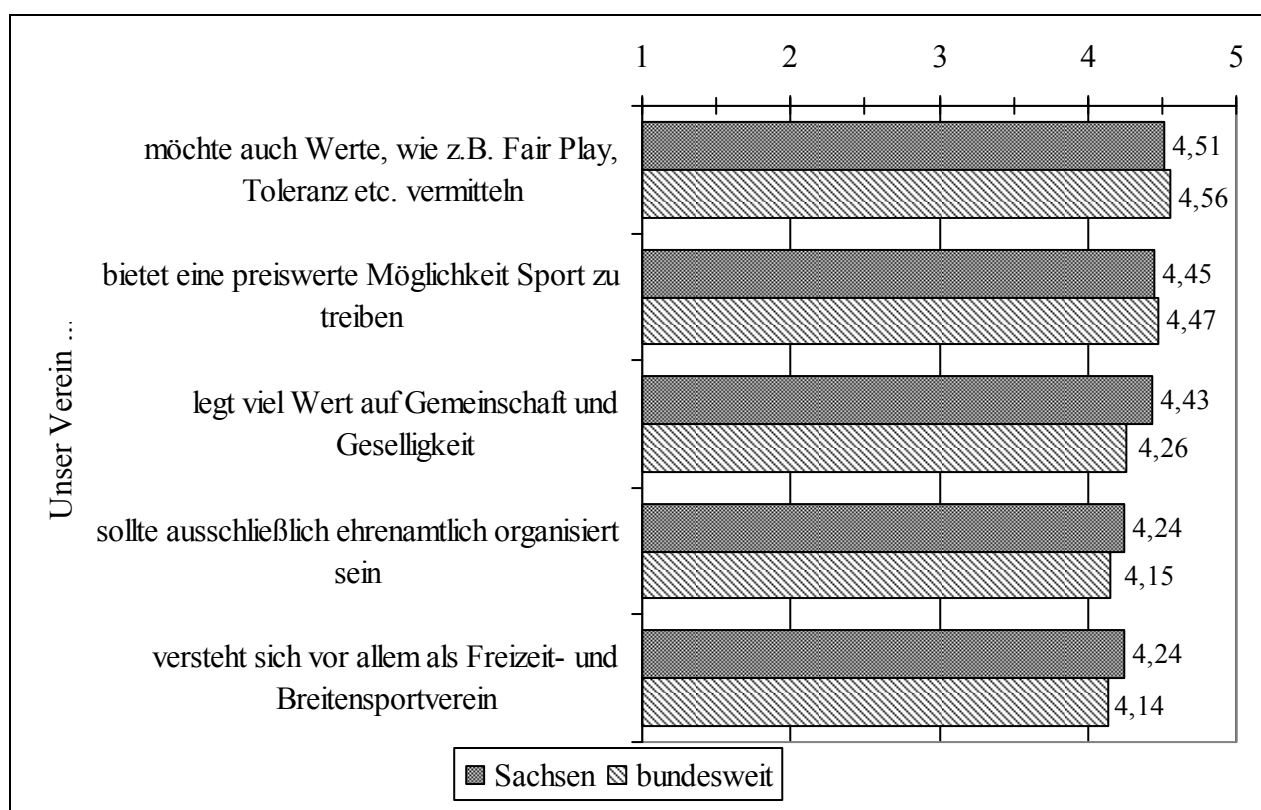


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

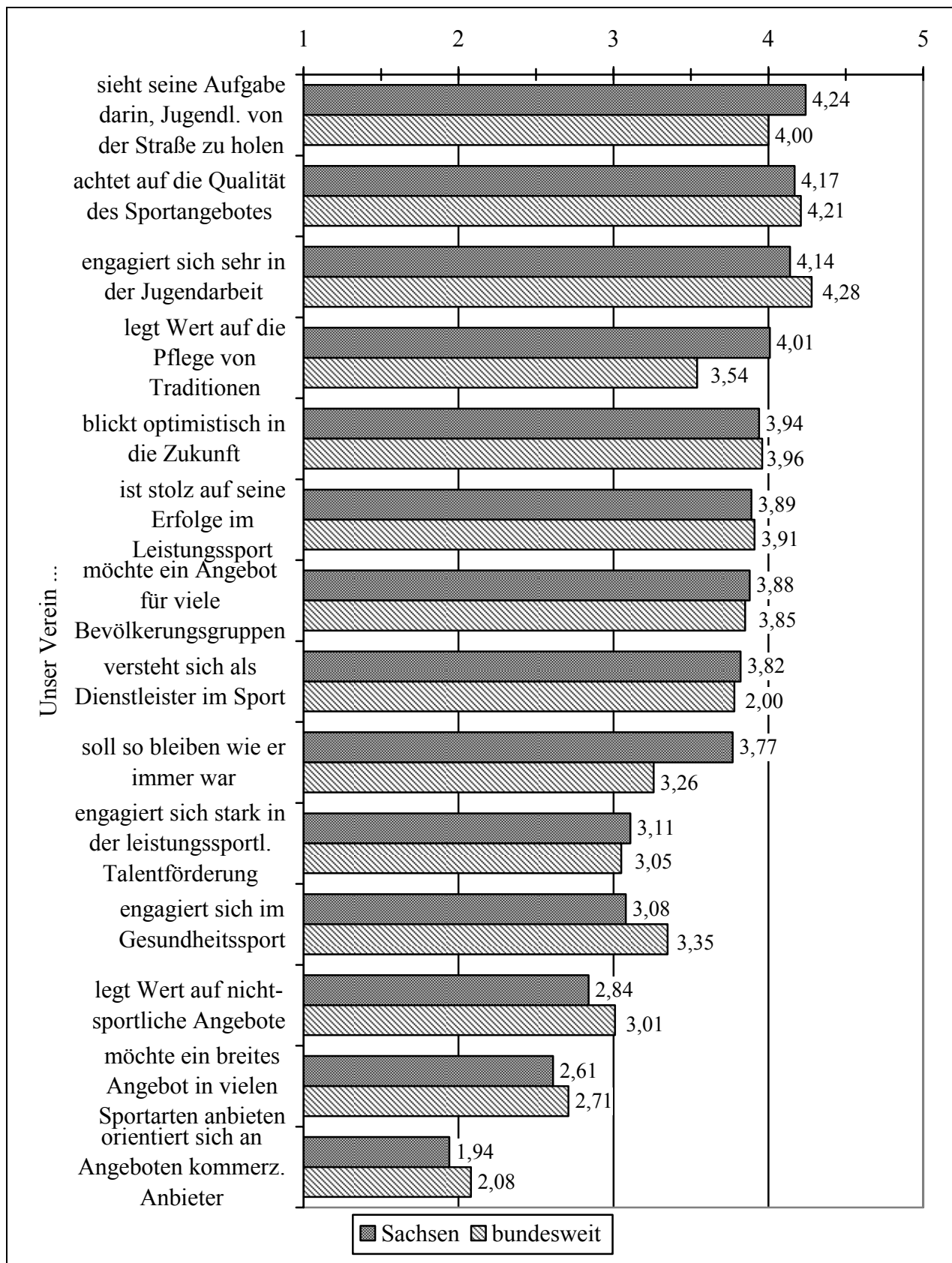


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.14.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der sächsischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Sachsen verlangen lediglich einen Montagsbeitrag von 2,96 € oder weniger für Kinder, von 4,- € oder weniger für Jugendliche und von 6,00 € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 32 % der Sportvereine in Sachsen (61 % in Deutschland) bieten spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % der sächsischen Sportvereine, die entsprechende Tarife anbieten, liegen diese bei 12,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)
Median	2,96 €	(3,00 €)	4,00 €	(3,60 €)	6,00 €	(6,50 €)	12,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	5,27 €	(6,24 €)	7,10 €	(8,38 €)	11,02 €	(15,56 €)	27,22 €	(27,22 €)

Die Sportvereine in Sachsen stellen einen preisgünstigen Sportanbieter dar. Allerdings erheben bereits mehr als ein Drittel aller Sportvereine in Sachsen Aufnahmegebühren für Kinder. Knapp 42 % der Vereine verlangen Aufnahmegebühren für Jugendliche und 46 % für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Damit liegt Sachsen deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Bei 50 % jener sächsischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegen diese bei 9,50 € oder weniger für Kinder und bei jeweils 10,- € oder weniger für Jugendliche und für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	38 %	(22 %)	42 %	(26 %)	46 %	(33 %)
Median	9,50 €	(10,00 €)	10,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	15,86 €	(36,64 €)	17,72 €	(44,71 €)	28,70 €	(125,11 €)

3.14.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Sachsen aber auch dadurch, dass sie einen bemerkenswerten Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst

spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Sachsen allein etwa 200 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, 200 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey sowie 150 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). 700 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Sachsen häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die sächsischen Sportvereine damit 200 Turn- und Sporthallen bereit, 300 Sportplätze für Fußball und Hockey, 600 Tennisplätze sowie 650 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: *Sportvereine und Sportanlagenbesitz*

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in Sachsen	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in Sachsen
Turn- und Sporthallen	200	200
Sportplätze für Fußball/Hockey	200	300
Sportplätze für Leichtathletik	0	0
Kegelbahn	150	350
Tennisplätze	150	600
Fitnessstudio/Kraftraum	150	150
Vereinsheim	700	800
weitere Anlagen	450	650

3.14.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Sachsen wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Sachsen nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. Knapp 8 % aller Vereinsangebote in Sachsen beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, rund 5 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und über 13 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielt somit mehr als ein Viertel aller Sportvereinsangebote in Sachsen explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	Sachsen	(D)	Sachsen	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	8	(12)	2	(5)
Rehabilitation	5	(4)	1	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	14	(6)	2	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	26	(22)	5	(10)

3.14.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Sachsen zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperiert zwei Drittel der Sportvereine mit einer Schule, mehr als ein Viertel erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämtern bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch etwa 1.100 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, gut 700 mit bzw. für Kindergärten, 300 mit Krankenkassen sowie 300 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)		Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	Sachsen (D)	Hochrechnung	Sachsen (D)	Hochrechnung	
... anderem Sportverein	77 (70)	3.100	20 (19)		800
... Schule	67 (62)	2.700	28 (25)		1.100
... Kindergarten/Tagesstätte	35 (24)	1.400	17 (9)		700
... Wirtschaftsunternehmen	31 (21)	1.300	13 (7)		500
... Jugendamt	20 (15)	800	6 (5)		300
... Krankenkasse	17 (18)	700	6 (9)		300
... kommerziellen Sportanbietern	11 (11)	400	4 (3)		200
... Gesundheitsamt	3 (3)	100	0 (1)		0

3.14.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen Sachsens mehr als 65 % der Mitglieder an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Sachsen im Jahr 2004 fast 500.000 Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	Sachsen	(D)
Mittelwert Anteil in %	65	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	470.000	(14,4 Mio.)

3.14.2.7 *Bürgerschaftliches Engagement*

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Sachsen dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Sachsen engagieren sich dort Vereinsmitglieder in über 100.000 ehrenamtlichen Positionen, 40.500 auf der Vorstandsebene und ca. 61.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). 69.500 sind Männer, 32.000 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutendsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Sachsen darstellen.

Tab. 7: *Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht*

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Sachsen	Mittelwerte (D)	Hochrechnung Sachsen
... auf der Vorstandsebene	10	(13)	40.500
... auf der Ausführungsebene	15	(18)	61.000
... männlich	17	(21)	69.500
... weiblich	8	(10)	32.000
... gesamt	25	(31)	101.500

Durchschnittlich ist in den sächsischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche rund 15,4 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von 1,6 Mio. Stunden, die in den Sportvereinen Sachsens Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den sächsischen Sportvereinen in Höhe von 23,4 Mio. €.¹ Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

3.14.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden.

Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. Diese Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche sind in den sächsischen Sportvereinen im Vergleich zum Bundeschnitt insgesamt recht unterschiedlich ausgeprägt. So haben in 45 % der Vereine die Jugendlichen Stimmrecht in der Hauptversammlung. In 41 % der Sportvereine Sachsens hat ein Jugendvertreter einen Sitz im Gesamtvorstand. In 19 % der Vereine wird die Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt und in 13 % aller Vereine wird ein

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt. Nur in 9 % der Vereine existiert ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die sächsischen Sportvereine somit über 1.500 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)

	Sachsen	(D)	Hochrechnung
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	45	(34)	1.800
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	41	(49)	1.700
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	19	(35)	800
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	13	(27)	500
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	9	(20)	400
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiterebene durch die Jugendlichen	3	(11)	100
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	38	(33)	1.600

3.14.2.9 Arbeitsplätze

Angesichts der Krise des Arbeitsmarkts stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Sachsen spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. So beschäftigen 19,3 % der Sportvereine in Sachsen bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 38 %) und 3 % (D: 5 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. Rund 500 Sportvereine in Sachsen bilden derzeit aus. Im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Sachsen als ein sehr wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

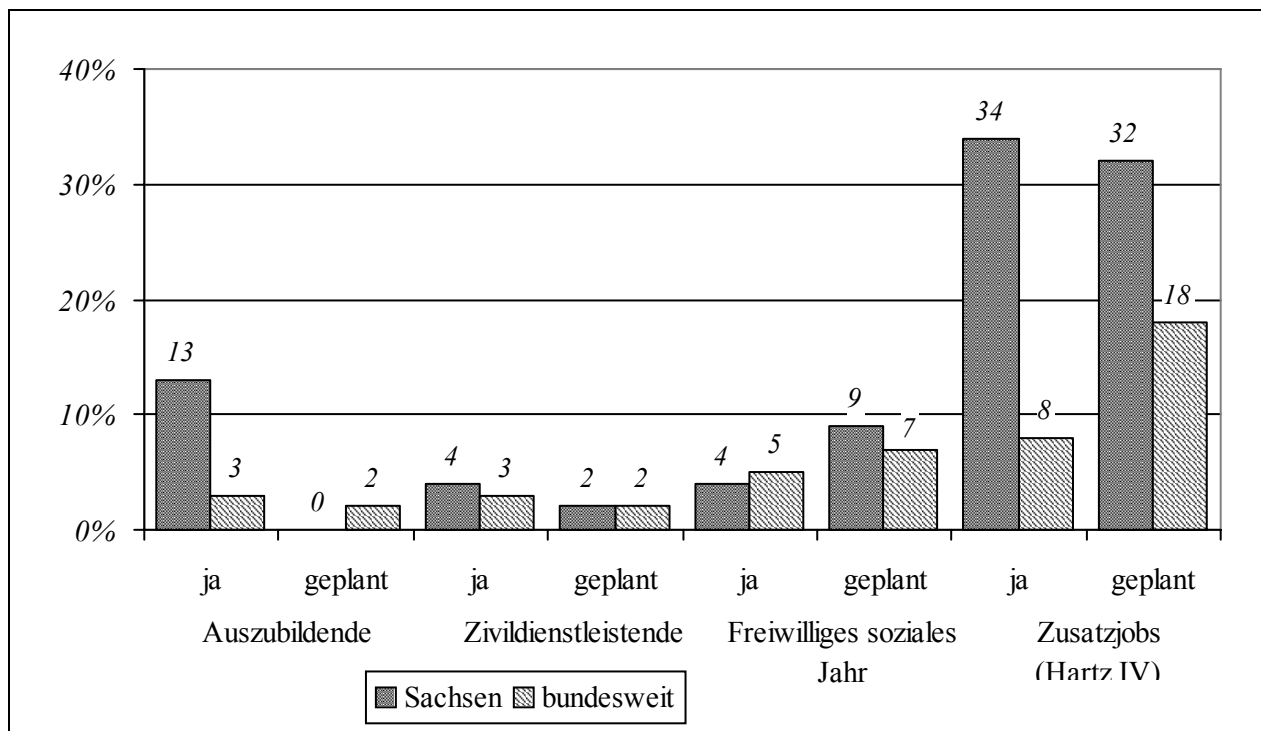


Abb. 2: Sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.14.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.14.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Sachsen darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Sachsen im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler, (3) die demographische Entwicklung in der Region und (4) die Kosten des Wettkampfbetriebes dar. Unterstützungsbedarf besteht ferner hinsichtlich (5) der Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften für die Sportvereine, die vielfach als zu hoch bzw. zu belastend eingestuft wird (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier vonnöten zu sein.

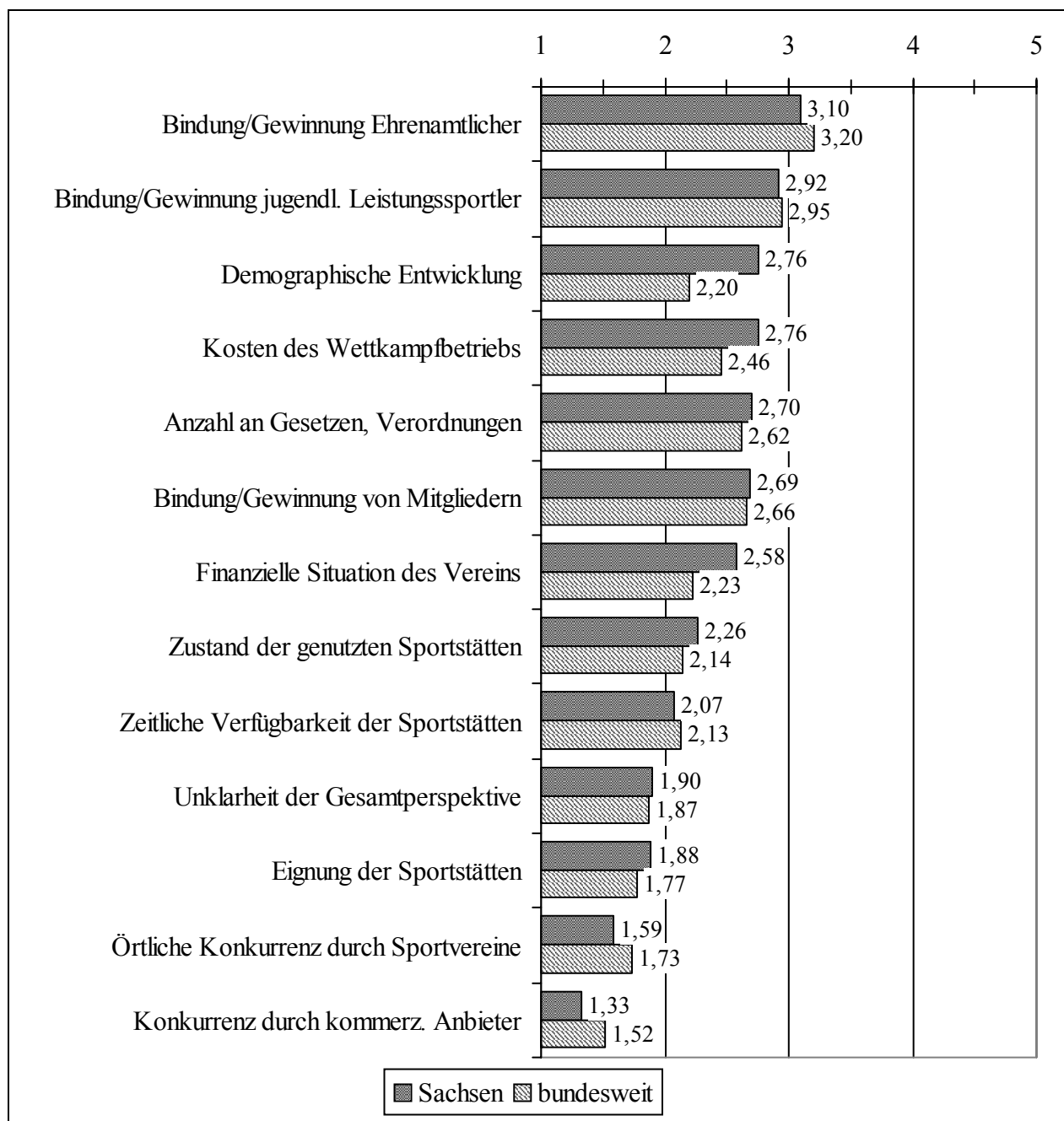


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme hat. Dies sind 14 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet rd. 560 von 4.072 Vereinen in Sachsen. Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften, demographische Entwicklung in der Region und Kosten des Wettkampfbetriebs vor allem drei weitere Problembereiche virulent:

(a) die finanzielle Situation des Vereins, (b) die Bindung/Gewinnung von Mitgliedern sowie (c) der Zustand der genutzten Sportanlagen (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Sachsen vor.

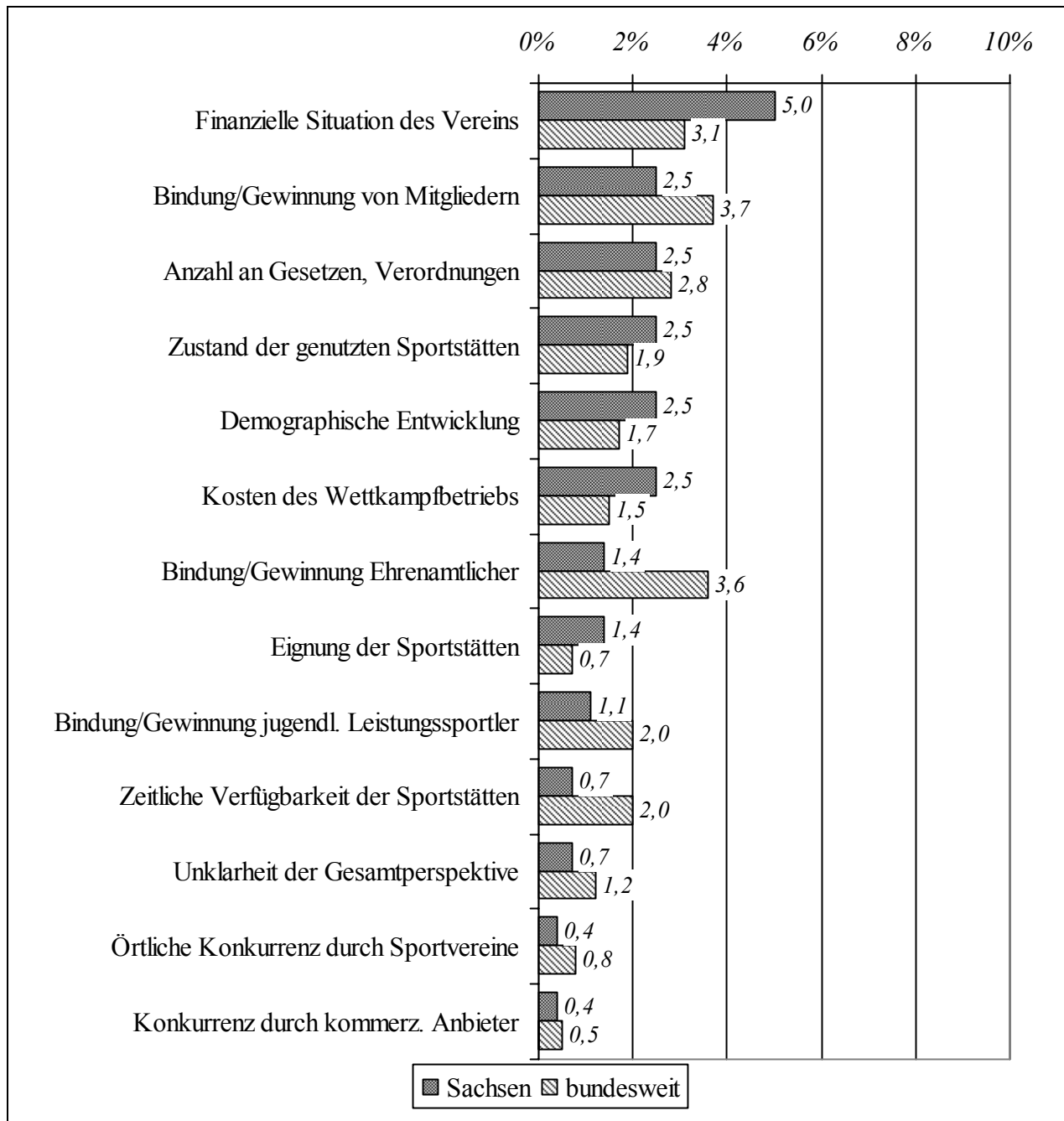


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen)

3.14.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Sachsen aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen 77 % der sächsischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Sachsen sind dies 3.140 von 4.072 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. So ist lediglich für 12 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 59 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 77 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: *Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)*

	Sachsen	(D)	Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	69	(68)	2.800
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	12	(28)	300
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	77	(48)	2.200
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	59	(52)	1.700

3.14.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angeichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der sächsischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 92 % der Sportvereine in Sachsen der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

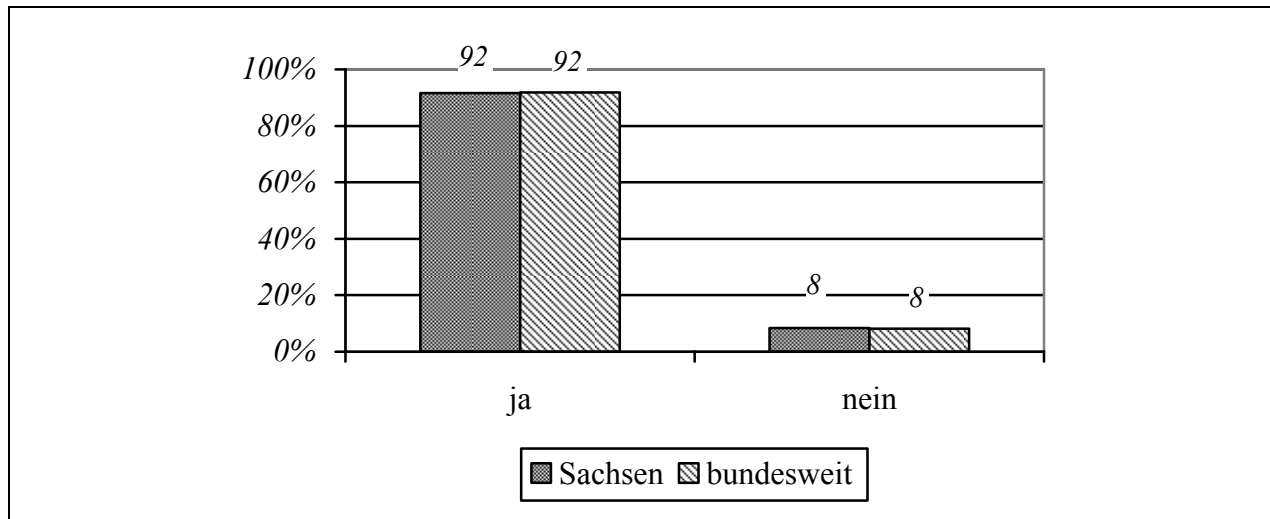


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der sächsischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen nicht nur ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum und die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten genannt. Allerdings sollte auch die öffentliche Anerkennung von ehrenamtlicher Tätigkeit in Form von Ehrungen oder durch Berichte in den Medien verbessert werden (vgl. Abb. 6).

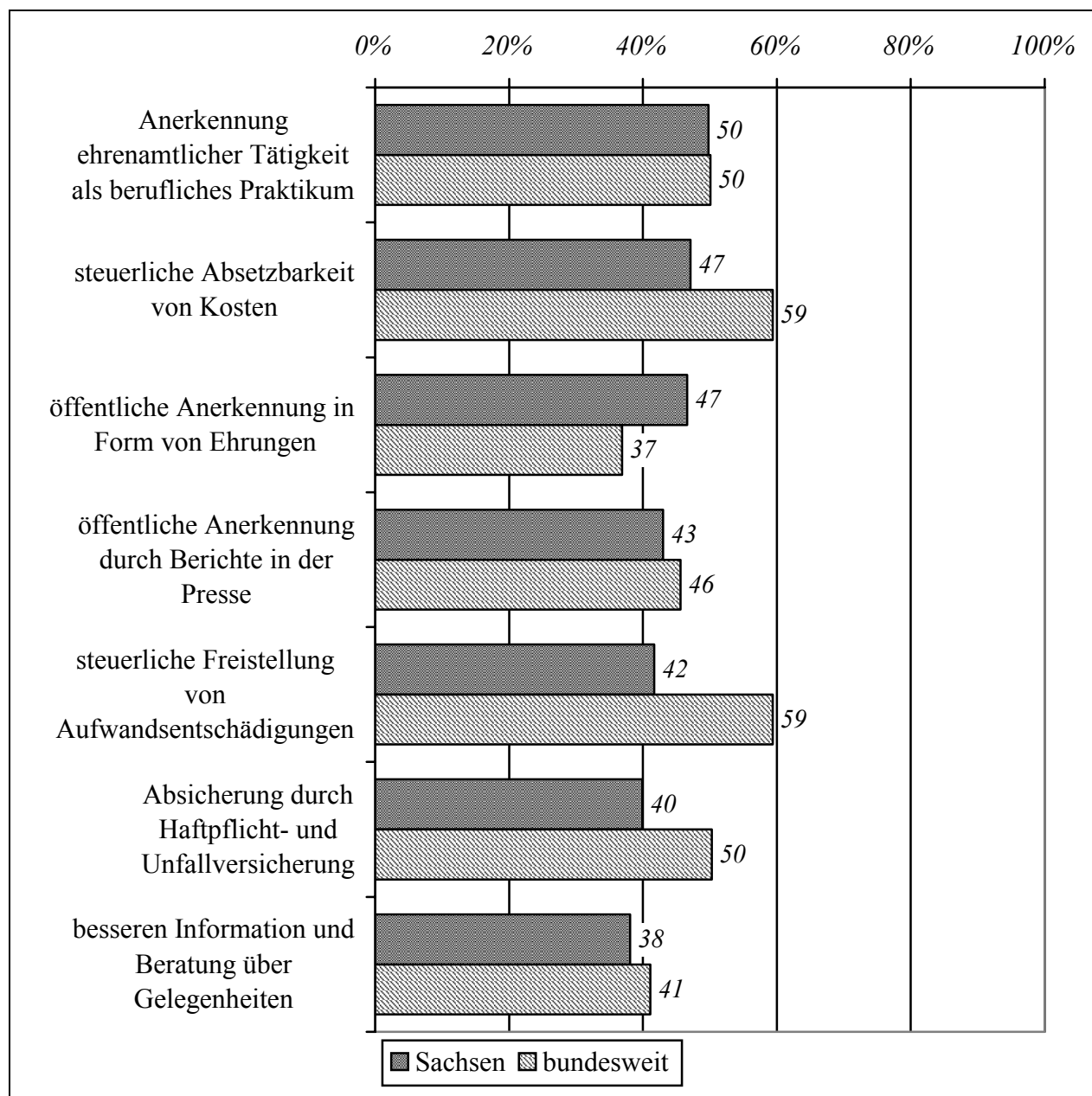


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.14.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Sachsen

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportbundes Sachsen von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden.

Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		Sachsen	(D)	Sachsen	(D)
1	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,81	(2,67)	2,11	(1,96)
2	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,75	(2,67)	2,43	(2,23)
3	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,74	(2,69)	2,81	(2,72)
4	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,59	(2,52)	2,57	(2,43)
5	Information und Beratung der Vereine generell	2,57	(2,50)	2,55	(2,41)
6	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,51	(2,57)	2,19	(2,24)
7	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,49	(2,44)	2,48	(2,36)
8	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,47	(2,45)	2,10	(2,01)
9	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,42	(2,42)	2,11	(2,02)
10	Information und Beratung in Sachen Mitglieder- bindung und -gewinnung	2,34	(2,30)	1,93	(1,79)
11	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,27	(2,29)	2,00	(2,19)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,20	(2,15)	2,00	(1,96)
13	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,06	(1,96)	2,04	(1,92)
14	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,03	(2,02)	2,10	(1,94)
15	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,00	(2,09)	1,98	(1,89)
16	Lehrgänge im Vereinsmanagement	1,97	(2,07)	2,60	(2,50)
17	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,86	(1,94)	2,25	(2,14)
18	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,86	(1,87)	1,73	(1,69)
19	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,82	(1,97)	1,93	(1,99)
20	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,77	(1,67)	2,05	(1,79)
21	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,68	(1,73)	2,03	(1,94)
22	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,65	(1,74)	1,97	(1,98)
23	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,61	(1,73)	1,91	(1,87)
24	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,52	(1,74)	2,10	(2,09)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Sachsen seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimierte werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

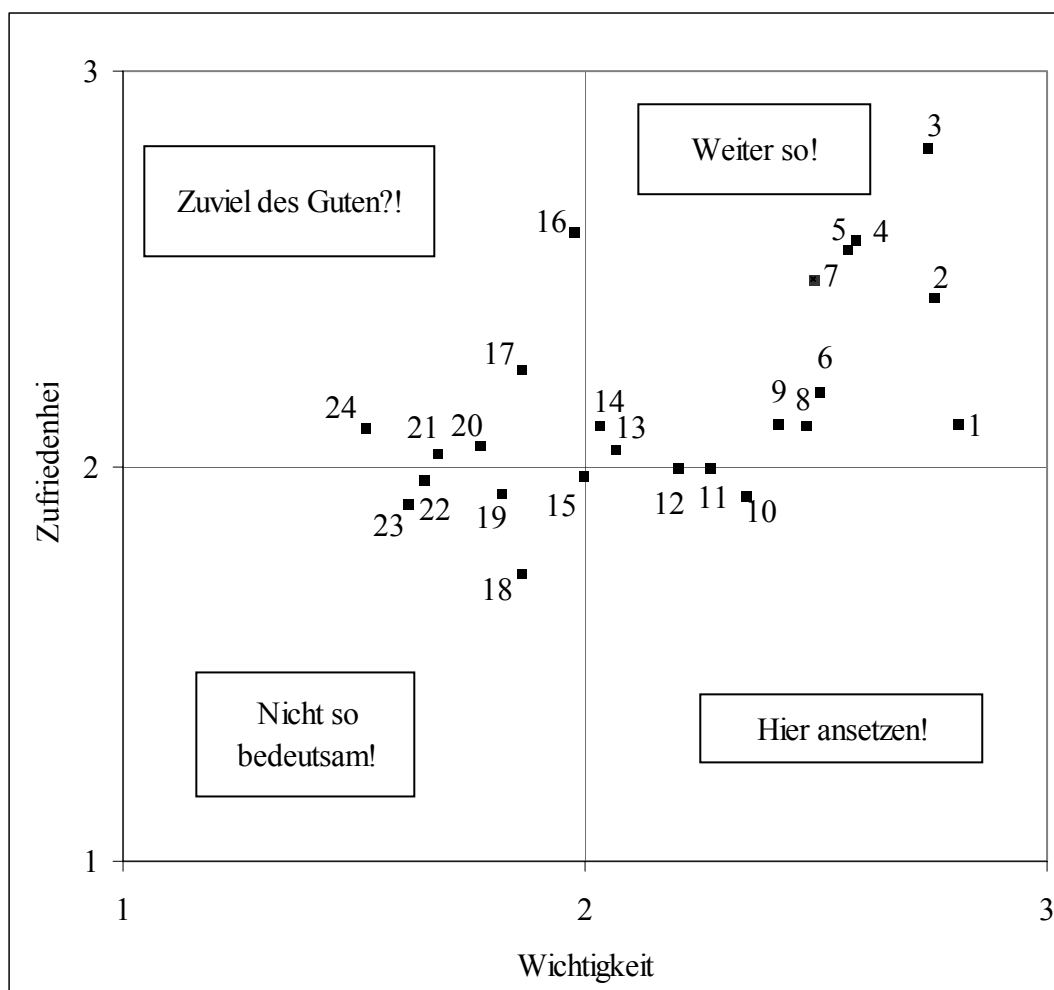


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der sächsischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) Information und Beratung bei Mitgliederbindung und -gewinnung (10), (b) Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein (11), (c) Information und Beratung bei Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (12) sowie (d) politische Lobbyarbeit für den Vereinssport (15).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam, sind Optimierungen der Unterstützungsleistungen auf den Feldern Organisationsleiter-/ Vereinsmanager-

zuschüsse (18), Information und Beratung bei EDV/Internet/Homepage (19), Information und Beratung in Sachen Frauenförderung (22) und Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement (23).

Optimal bzw. gut positioniert ist der Landessportbund Sachsen gegenwärtig auf den Feldern finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (1), Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer (2), Aus- und Fortbildung der Übungsleiter (3), Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen (4), Information und Beratung der Vereine generell (5) und Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern (7). Ebenso ist der Landessportbund Sachsen in den Bereichen Finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten (8), Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen (9), Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung (13), Information und Beratung bei Sportanlagenbau und -management (14) und Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport (6) gut positioniert.

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportbund Sachsen in den Bereichen Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen (20), Information und Beratung beim Veranstaltungsmanagement (21), Lehrgänge im Vereinsmanagement (16), Information und Beratung bei Organisation und Planung (17) und Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (24).

3.14.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 48 % der sächsischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat, in Form von Arbeitsmaterialien oder als Anzeige wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. 33 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 26 % sind sich diesbezüglich unsicher. 41 % der sächsischen Vereine ist dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Knapp 69 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 14 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 20 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 20 % haben allerdings nur 17 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt knapp 2 % aller Vereine in Sachsen und 3 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: *Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)*

	Sachsen	(D)
Bekannt	48	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	62	(64)
... Anzeige	41	(39)
... Arbeitsmaterialien	36	(52)
... Kino-/TV-Spot	20	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	41	(33)
Ja	33	(45)
weiß nicht	26	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	14	(11)
Ja	69	(73)
weiß nicht	17	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	20	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	17	(23)

3.14.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportbund Sachsen zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 1.656 Email-Adressen sächsischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Sachsen treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 255 beteiligte Vereine erforderlich. Bei einer erwarteten Antwortrate von 15 % waren somit 1.700 Vereine zu befragen. Daher wurde eine Vollerhebung durchgeführt. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 1.405 Vereine.

Davon konnten insgesamt 282 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 20,1 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Durch die erfreulich hohe Beteiligungsquote wurden weit mehr Vereine als erforderlich befragt (Quotenerfüllung: 110,6 %).

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	4.072		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	255		
Stichprobe I	1.656	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	241	14,6	
Person nicht im Verein tätig	0	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	5	0,3	
Verbände	4	0,2	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	1	0,1	
Bereinigte Stichprobe II	1.405	84,8	100,0
Absagen	9	0,5	0,6
Realisierte Interviews	282	17,0	20,1
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	110,6 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 40 % der beteiligten sächsischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 49 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

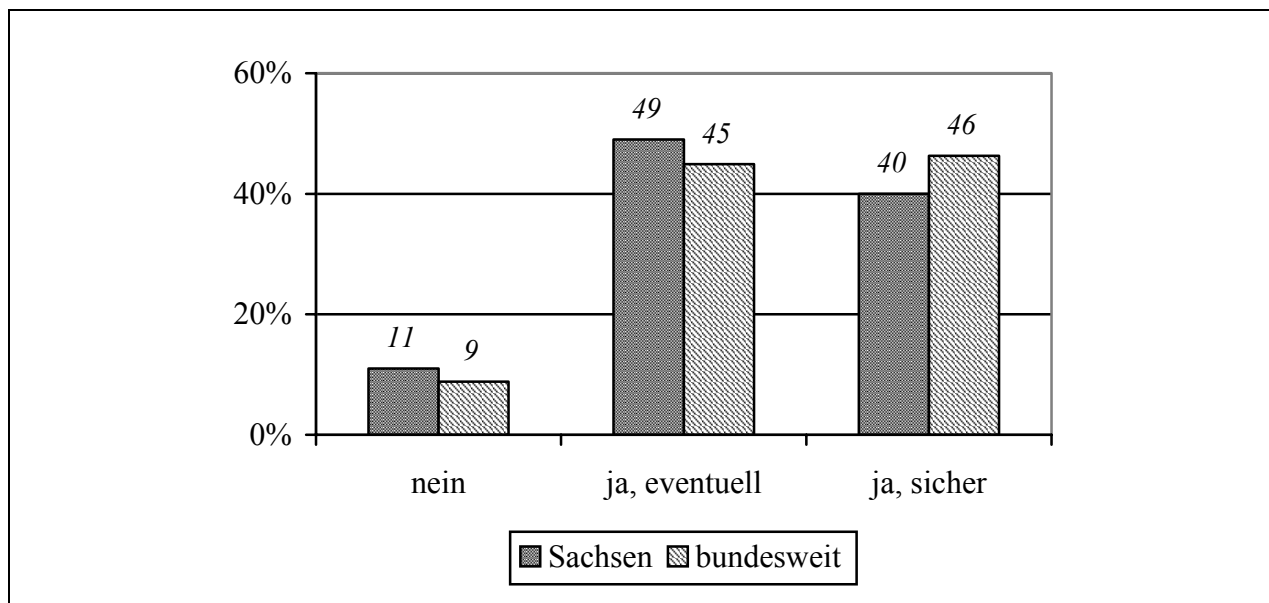


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.15 Sportvereine in Sachsen-Anhalt

Manfred Schubert, Heinz-Dieter Horch & Gregor Hovemann

3.15.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine Sachsen-Anhalts leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl des Landes. Dafür ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung verantwortlich. Den Sportvereinen Sachsen-Anhalts ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (ca. 3.200 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Sie stellen ein sehr preisgünstiges Sportangebot bereit und vermeiden damit ökonomische Barrieren des Zugangs zum Sport. Fast 20 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 2/3 der Vereine Sachsen-Anhalts kooperieren inzwischen mit Schulen, 1/3 mit Kindergärten, was ihre herausragende Bedeutung im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit unterstreicht. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Sachsen-Anhalt darstellen. Vereinsmitglieder in 80.500 ehrenamtlichen Positionen erbringen ca. 1,3 Mio. unentgeltlich geleistete Arbeitsstunden pro Monat für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem jährlichen Beitrag zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung des Bundeslandes von ungefähr 233 Mio. €.

Allerdings verweist ein Fünftel der sachsen-anhaltinischen Vereine auch auf existenzielle Probleme. Die Ursachen hierfür liegen vor allem in der ungünstigen demographischen Entwicklung der Region und den hohen finanziellen Belastungen bzw. der finanziellen Lage des Vereins. Aus Sicht der Vereine könnte bzw. sollte das ehrenamtliche Engagement in den Sportvereinen vor allem durch eine Verbesserung der steuerlichen Freistellung von Aufwandsentschädigungen, der steuerlichen Absetzbarkeit von Kosten sowie der Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung gestärkt werden. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Mittlerweile ist jedoch nur noch für rd. 1/5 der Vereine Sachsen-Anhalts die Nutzung von kommunalen Sportanlagen ganz oder teilweise kostenfrei. In Bezug auf die Unterstützungsleistungen seitens des Landessportbundes wünschen sich die Vereine mehr finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit und mehr Information und Beratung in den Bereichen Mitgliedergewinnung und -bindung, Sportanlagenmanagement und Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den sachsen-anhaltinischen Sportvereinen gut an. Die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Erhebungswellen ist ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.15.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Sachsen-Anhalt

Die Sportvereine Sachsen-Anhalts leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl des Landes. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung dieses Bundeslandes kaum denkbar. Die rd. 3.200 Vereine erfüllen dabei eine überaus wichtige Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.15.2.1 Ziele

Neben der rein quantitativen Bedeutung der Sportvereine Sachsen-Anhalts dokumentiert sich deren Gemeinwohlorientierung in qualitativer Hinsicht in den verschiedenen Ausprägungen von Vereinszielen und -werten. So ist es den Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) „Werte wie z. B. Fair Play, Toleranz etc. zu vermitteln“, (2) eine „preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten“, (3) sich „vor allem als Freizeit- und Breitensportverein zu verstehen“ und (4) „viel Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen“. In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden. Vergleichsweise unwichtig sind dagegen die Ziele „ein möglichst breites Angebot in vielen Sportarten anbieten“ und „sich an den Angeboten kommerzieller Sportanbieter orientieren.“ Insgesamt unterscheiden sich die Vereine Sachsen-Anhalts in der Hierarchie der Wertigkeit bzw. Wichtigkeit verschiedener Vereinsziele kaum vom Bundesdurchschnitt. Ausnahmen hiervon bilden eine geringere Bedeutsamkeit der Ziele eines starken Engagements in der Jugendarbeit und der leistungssportlichen Talentförderung. (Vgl. Abb. 1a/b)

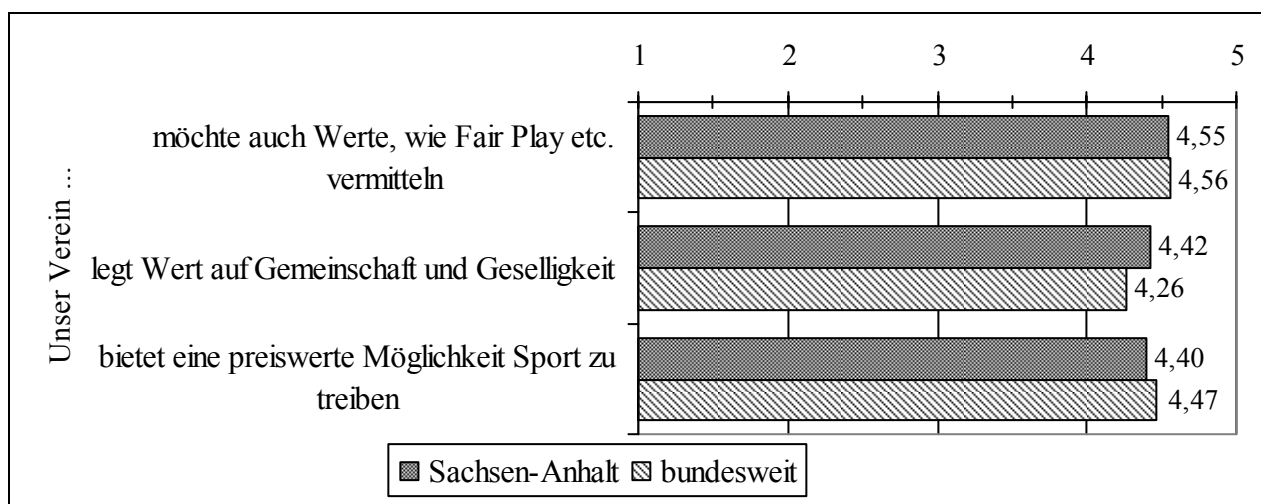


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

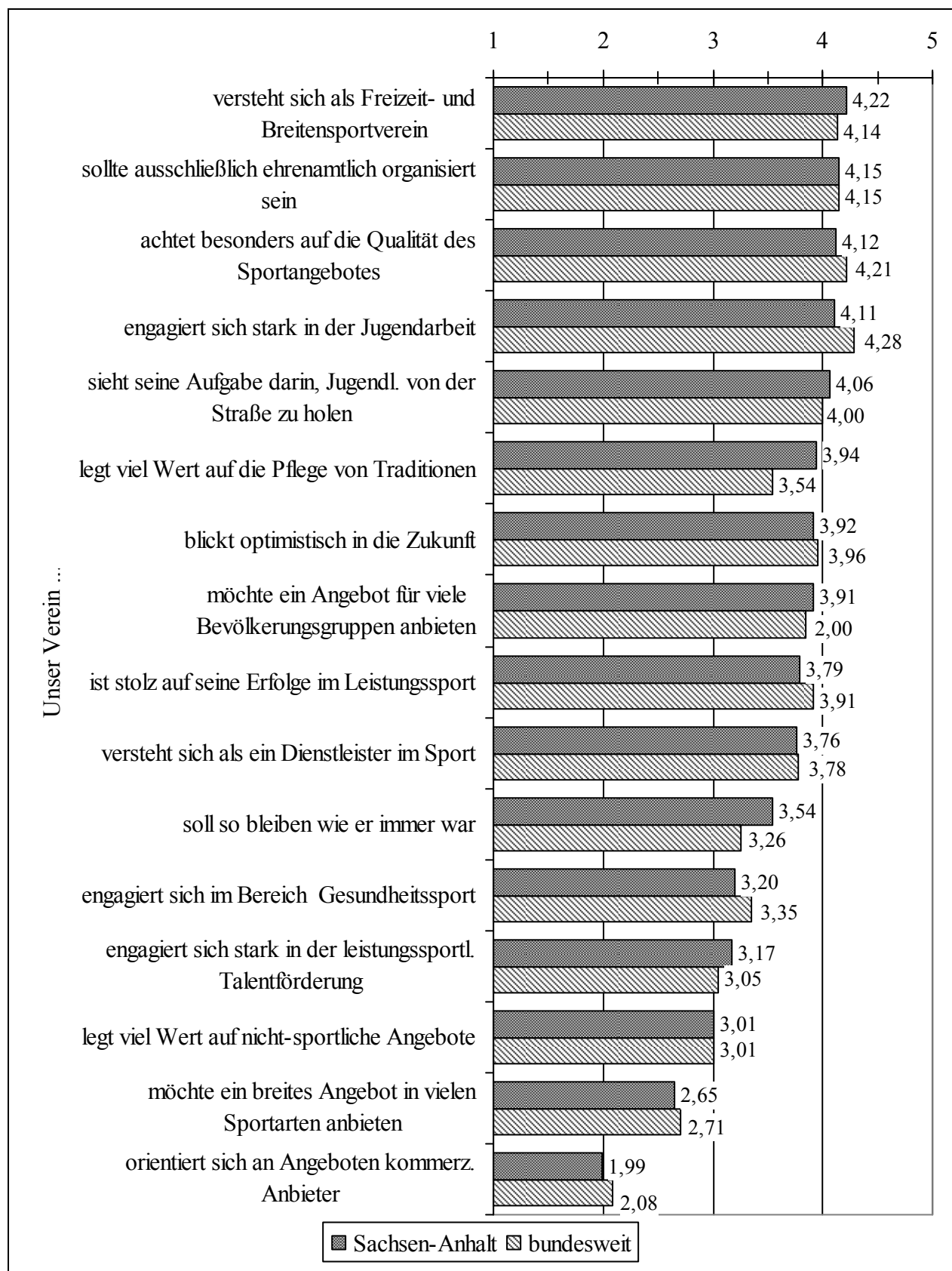


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.15.2.2 Beiträge

Das gemeinwohlorientierte Grundverständnis der Sportvereine als Anbieter eines „Sports für Alle“ dokumentiert sich auch in den Beitragsstrukturen. 50 % der Sportvereine Sachsen-Anhalts verlangen lediglich einen Monatsbeitrag von 2,50 € oder weniger für Kinder, von 3,- € oder weniger für Jugendliche und von 6,- € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 32 % der Sportvereine in Sachsen-Anhalt (61 % in Deutschland) bieten überdies spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % der sachsen-anhaltinischen Sportvereine liegen diese bei 11,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte der Vereinsbeiträge in allen Tarifgruppen deutlich über den Medianwerten liegen, ist darauf zurück zu führen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Tennis-, Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Mitgliedsbeiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	SA	(D)	SA	(D)	SA	(D)	SA	(D)
Median	2,50 €	(3,00 €)	3,00 €	(3,60 €)	6,00 €	(6,50 €)	11,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	4,13 €	(6,24 €)	5,99 €	(8,38 €)	10,63 €	(15,56 €)	19,15 €	(27,22 €)

Dass es sich bei Sportvereinen um einen preisgünstigen Typ von Sportanbieter handelt, kommt auch darin zum Ausdruck, dass nur eine Minderheit von ihnen Aufnahmegebühren verlangt. Dies sind in Sachsen-Anhalt allerdings anteilig deutlich mehr Vereine als im Bundesdurchschnitt. 39 % der Vereine verlangen Aufnahmegebühren für Kinder (im Bundesdurchschnitt 22 %), 44 % für Jugendliche (D: 26 %) und 51 % für Erwachsene (D: 33 %). Bei 50 % jener Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegen diese bei 10,- € oder weniger für alle Altersgruppen.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	SA	(D)	SA	(D)	SA	(D)
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	39 %	(22 %)	44 %	(23 %)	51 %	(33 %)
Median	10,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	9,24 €	(36,64 €)	14,92 €	(44,71 €)	33,86 €	(125,11 €)

3.15.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Sachsen-Anhalt aber auch dadurch, dass einige von ihnen auch als Träger (eines Teils) der Sportanlageninfrastruktur fungieren. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Sachsen-Anhalt rd. 3 % der Vereine eigene Turn- und Sporthallen, rd. 6 % eigene Sportplätze für Fußball/Hockey, rd. 1 % eigene Leichtathletikanlagen sowie rd. 3 % eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). Fast ein Fünftel der Vereine ist darüber hinaus in der Lage die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt ist die Ausstattung mit eigenen Anlagen allerdings deutlich geringer als im Bundesdurchschnitt.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

Anlagentyp	Anteil der Vereine mit Sportanlagenbesitz (Angaben in %)		Zahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz je 100 Vereine	
	Sachsen-Anhalt	(D)	Sachsen-Anhalt	(D)
Turn- und Sporthallen	3	(9)	6	(12)
Sportplätze für Fußball/Hockey	6	(11)	8	(20)
Sportplätze für Leichtathletik	1	(4)	3	(4)
Kegelbahn	4	(4)	8	(10)
Tennisplätze	3	(13)	14	(55)
Fitnessstudio/Kraftraum	3	(6)	3	(6)
Vereinsheim	20	(35)	21	(37)
weitere Anlagen	15	(22)	20	(43)

3.15.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Sachsen-Anhalt wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. Rd. 1/5 aller Sportangebote weist einen expliziten Gesundheitsbezug auf, zielen also auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen. Aus einem Vergleich der Ergebnisse für die Vereine Sachsens-Anhalts und Deutschland gesamt ergeben sich zwei Besonderheiten bzw. Auffälligkeiten (vgl. Tab. 4): a.) Wenngleich der Anteil an Angeboten mit Gesundheitsbezug in den Vereinen Sachsens-Anhalts fast auf BRD-Niveau liegt (18 % vs. 22 %), konzentrieren sich diese auf deutlich weniger Vereine. Während 10 % der Vereine in Deutschland auf gesundheitsorientierte Sportangebote verweisen können, sind es in Sachsen-Anhalt nur 3 %. b.) Der Anteil von Angeboten mit einer expliziten Ausrichtung auf rehabilitative Zwecke liegt deutlich über (7 % vs. 4 %) und der Anteil der Angebote mit einem allgemeinen Bezug zur Gesundheitsförderung oder zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (7 % vs. 12 %). (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	SA	(D)	SA	(D)
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	7	(12)	1	(5)
Rehabilitation	7	(4)	2	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	4	(6)	1	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	18	(22)	3	(10)

3.15.2.5 Kooperationen

Für den ausgeprägten Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Sachsen-Anhalt zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren eingegangen sind. Wie die Werte in Tab. 5 zeigen, sind die Vereine Sachsen-Anhalts dabei in Bezug auf eine Reihe von Akteuren (insbesondere andere Sportvereine, Kindergärten/-tagesstätten, Wirtschaftsunternehmen, Jugendamt) noch „kooperationsfreudiger“ als die Vereine im Bundesdurchschnitt.

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)		Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)	
	SA	(D)	SA	(D)
... anderem Sportverein	84	(70)	23	(19)
... Schule	67	(62)	24	(25)
... Kindergarten/Tagesstätte	33	(24)	16	(9)
... Wirtschaftsunternehmen	40	(21)	11	(7)
... kommerziellen Sportanbietern	11	(11)	0	(3)
... Krankenkasse	20	(18)	8	(9)
... Jugendamt	23	(15)	8	(5)
... Gesundheitsamt	4	(3)	1	(1)

3.15.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nimmt in den Sportvereinen Sachsen-Anhalts zwei Drittel der Mitglieder (68 %) an geselligen Veranstaltungen teil. Dies sind deutlich mehr als im Bundesdurchschnitt (49 %).

3.15.2.7 *Bürgerschaftliches Engagement*

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Sachsen-Anhalt dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine¹ in Sachsen-Anhalt engagieren sich dort Vereinsmitglieder in rd. 80.500 Personen ehrenamtlichen Positionen, ca. 37.000 auf der Vorstandsebene und ca. 43.500 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). Von den Ehrenamtlichen sind ca. 53.000 männlichen und ca. 27.500 weiblichen Geschlechts (vgl. Tab. 6). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutendsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Sachsen-Anhalt darstellen.

Tab. 6: *Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht*

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung für Sachsen-Anhalt (gerundet)
	Sachsen-Anhalt	(D)	
... auf der Vorstandsebene	12	(13)	37.000
... auf der Ausführungsebene	14	(18)	43.500
... männlich	17	(21)	53.000
... weiblich	9	(10)	27.500
... gesamt	26	(31)	80.500

Durchschnittlich ist in den sachsen-anhaltinischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 16 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig (Bundesdurchschnitt: 16 Stunden). Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von 1,3 Mio. Stunden, die in den Sportvereinen Sachsens-Anhalts Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in Höhe von rd. 19,4 Mio. € pro Monat bzw. 233 Mio € pro Jahr². Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Sportveranstaltungen, Pflege und Renovierung von Anlagen etc.).

¹ Die Werte basieren auf einer Hochrechnung von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit aller Vereine in Sachsen-Anhalt (3.157). Bei einem Konfidenzintervall von 90 % bedeutet dies, dass z. B. die faktische Zahl der Ehrenamtlichen von dem hochgerechneten Wert von 81.000 zwischen der Untergrenze von 73.000 und der Obergrenze von 89.000 liegt.

² Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

3.15.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So hat in 43 % der Sportvereine Sachsen-Anhalts ein Jugendvertreter einen Sitz im Gesamtvorstand. In jeweils 17 % der Vereine werden durch die Jugendlichen eine Jugendvertretung und/oder ein Jugendsprecher gewählt. In 46 % der Vereine haben die Jugendlichen Stimmrecht in der Hauptversammlung und in 9 % der Vereine existiert sogar ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	SA	(D)
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	43	(49)
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	17	(35)
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	17	(27)
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	46	(34)
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	9	(20)
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiterebene durch die Jugendlichen	4	(11)
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	35	(33)

3.15.2.9 *Arbeitsplätze*

Angesichts der Krise des Arbeitsmarkts wird häufig die Frage gestellt, ob und welche Beschäftigungseffekte von einer Übertragung ehrenamtlicher Arbeit an bezahlte Fachkräfte in Sportvereinen ausgehen (können). Wenngleich die Daten belegen, dass die Sportvereine primär ein Ort des ehrenamtlichen, bürgerschaftlichen Engagements darstellen, so erfüllen sie daneben eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. 19 % der Sportvereine in Sachsen-Anhalt bezahlen einen oder mehrere Mitarbeiter für ihre Tätigkeit (bundesweit: 38 %). Im Durchschnitt (der Vereine mit bezahlten Mitarbeitern) handelt es sich dabei um 8 Personen bzw. Stellen pro Verein (bundesweit: 17 Personen). Diese Diskrepanz ist im Wesentlichen darauf zurück zu führen, dass in den Vereinen Sachsen-Anhalts deutlich weniger bezahlte Kräfte im Bereich des Übungs- und Trainingsbetriebs eingesetzt werden als im Bundesdurchschnitt (Vgl. Tab. 8). 8 % der Sportvereine in Sachsen-Anhalt bilden aus. Besonders stark ausgeprägt ist in Sachsen-Anhalt der Einsatz bezahlter Kräfte im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs (vgl. Abb. 2).

Tab. 8: Bezahlte Mitarbeit

	Sachsen-Anhalt	(D)
Vereine mit bezahlten Mitarbeitern in %	19 %	(38 %)
Vereine mit bezahlten Führungskräften in %	0,1 %	(5 %)
Durchschnittl. Anzahl bezahlter Stellen	8	(17)
... davon Führung & Verwaltung	1	(1)
... davon Sport-, Übungs-Trainingsbetrieb	6	(15)
... davon Technik, Pflege, Wartung	1	(1)
... davon Honorarkräfte	6	(13)
... davon Teilzeitkräfte	1	(3)
... davon Vollzeitkräfte	2	(1)

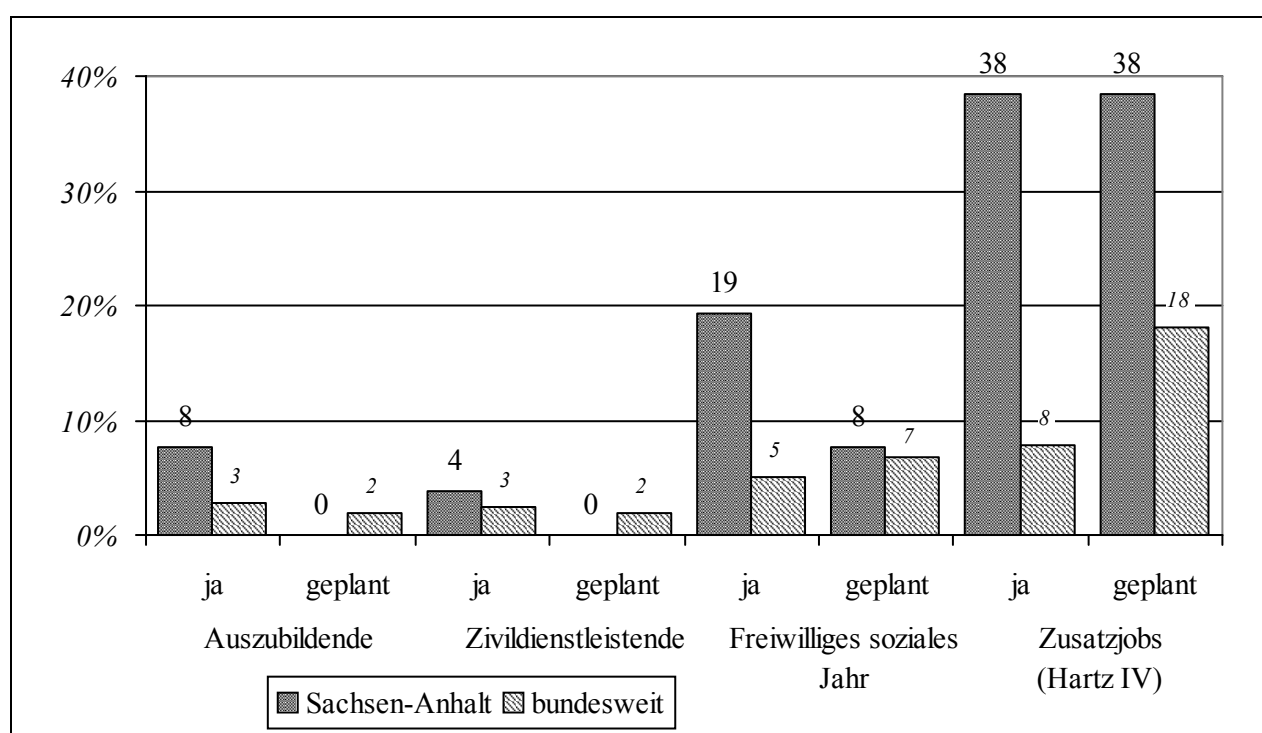


Abb. 2: Sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.15.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.15.3.1 Allgemeine Probleme

Trotz der vielfältigen Funktionen und Leistungen, die die Vereine Sachsen-Anhalts erbringen, darf nicht übersehen werden, dass die Situation für sie nicht völlig problemfrei ist.

Die größten Herausforderungen sind dabei mit den Aufgaben der „Gewinnung bzw. Bindung jugendlicher Leistungssportler“ und der „Gewinnung bzw. Bindung ehrenamtlicher

Mitarbeiter“ verbunden, gefolgt von den Problemen der „Gewinnung bzw. Bindung von Mitgliedern (allgemein)“ und – als eine zentrale Ursache hierfür – den negativen Folgen der „demographischen Entwicklung in der Region“ (vgl. Abb. 3).

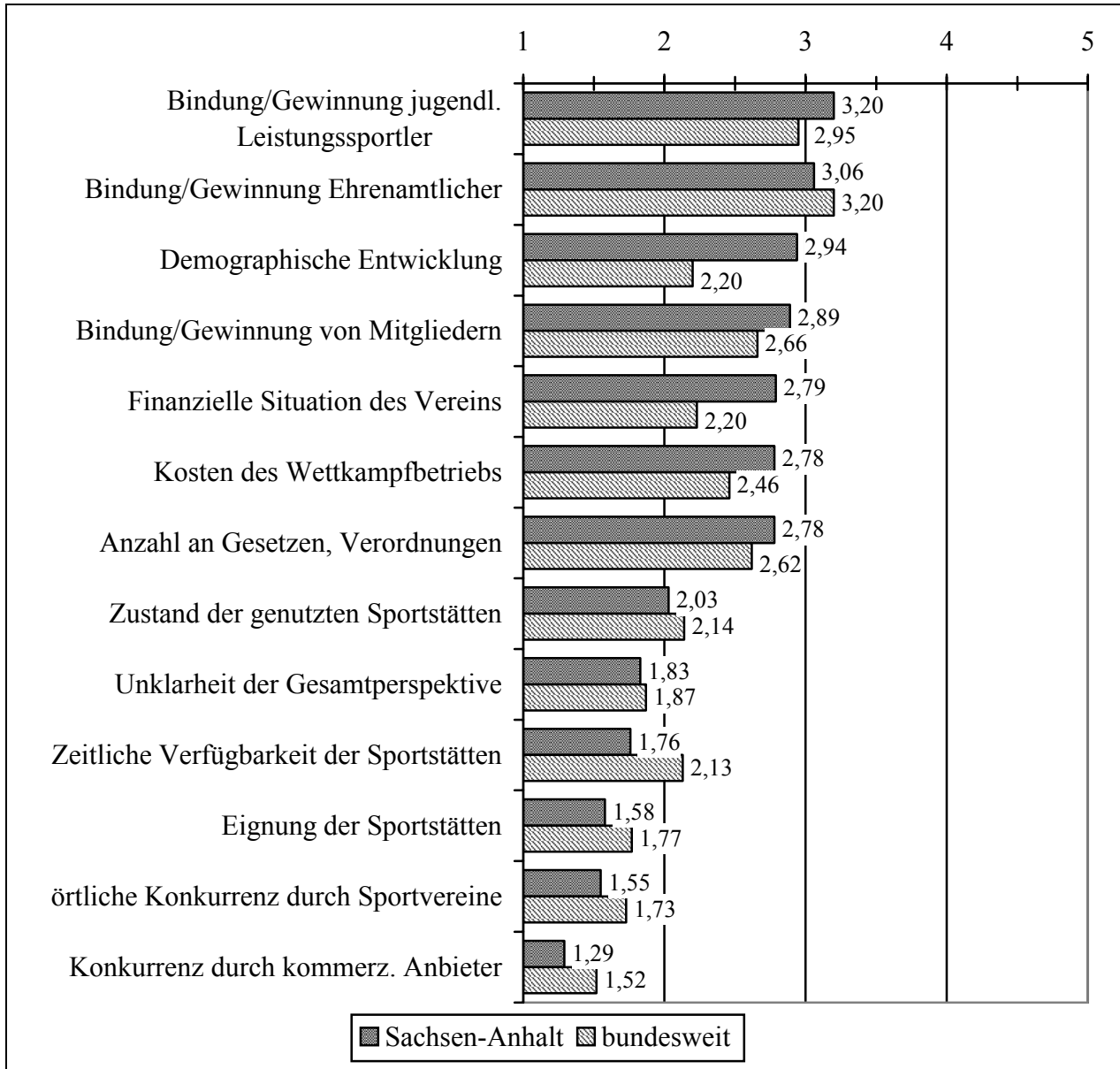


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte, die das Bild eines eher geringen bis allenfalls mittleren Problemdrucks vermitteln, dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, bei denen die Probleme eine existenzielle Bedrohung darstellen.

Immerhin 22 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine gaben an, dass eines oder mehrerer dieser Probleme von existenzbedrohender Bedeutung für ihren Verein sind. Rechnet man dies auf die Gesamtzahl der Vereine in Sachsen-Anhalt hoch, sind dies zwischen 650 und 700 Vereine.

Blickt man auf die Ursachen, so fällt auf, dass für die Sportvereine Sachsens-Anhalts die Probleme der demographischen Entwicklung des Landes und die Finanzierbarkeit des Sportbetriebs bzw. die finanzielle Lage des Vereins besonders virulent sind (vgl. Abb. 4).

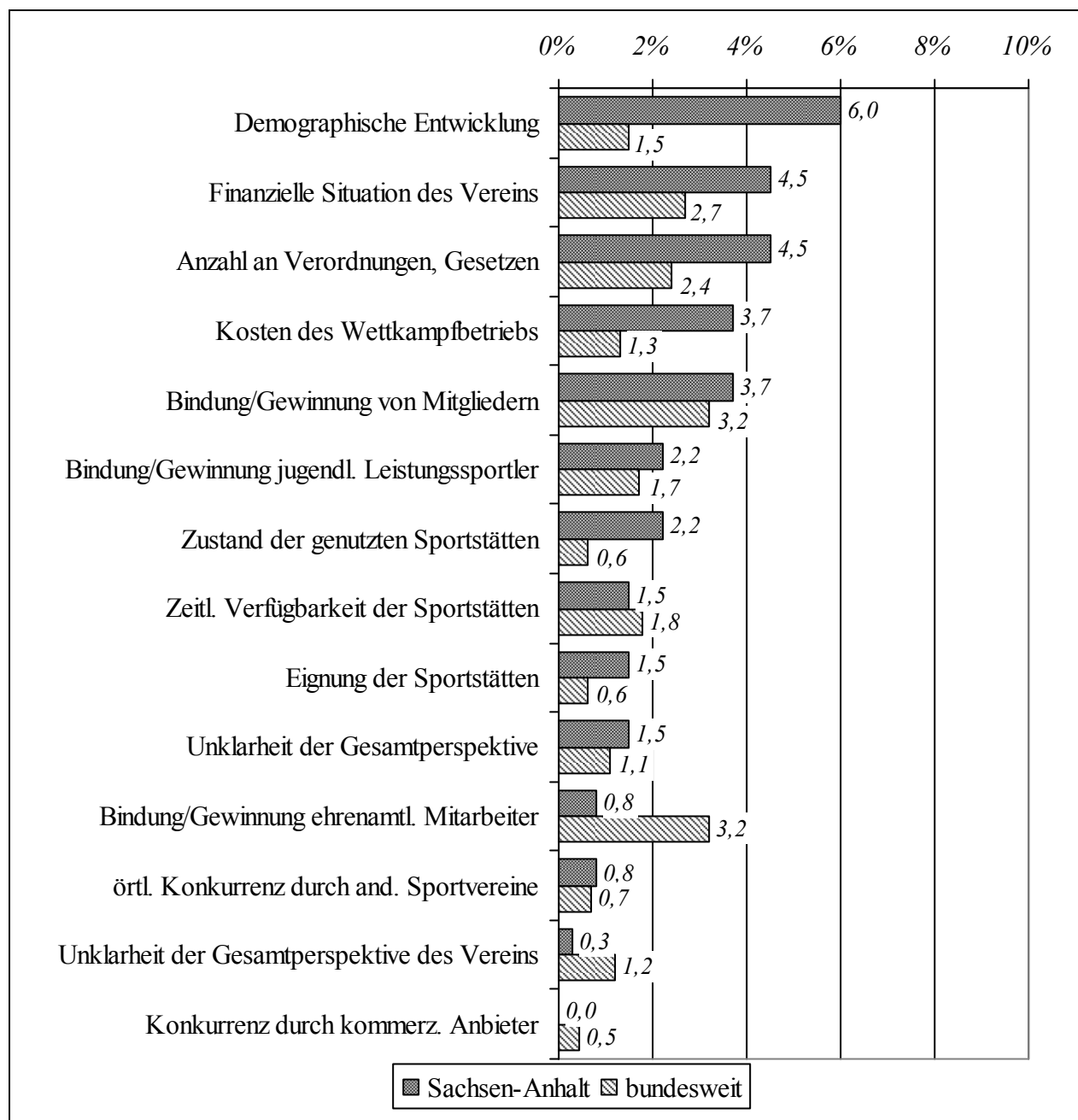


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.15.3.2 Öffentliche Sportanlagen

69 % der sachsen-anhaltinischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) nutzen kommunale Sportanlagen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Form der Subventionierung des Vereinssports aus Steuermitteln zu wandeln. So ist lediglich für 21 % der Vereine (bundesweit: 28 %) die Nutzung kommunaler Sportanlagen noch ganz oder zumindest teilweise kostenlos bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 24 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %). 68 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	Sachsen-Anhalt	(D)
Nutzung kommunaler Anlagen	69	(68)
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	21	(28)
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	24	(48)
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	68	(52)

3.15.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angesichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter andererseits stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 94 % der Sportvereine in Sachsen-Anhalt der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

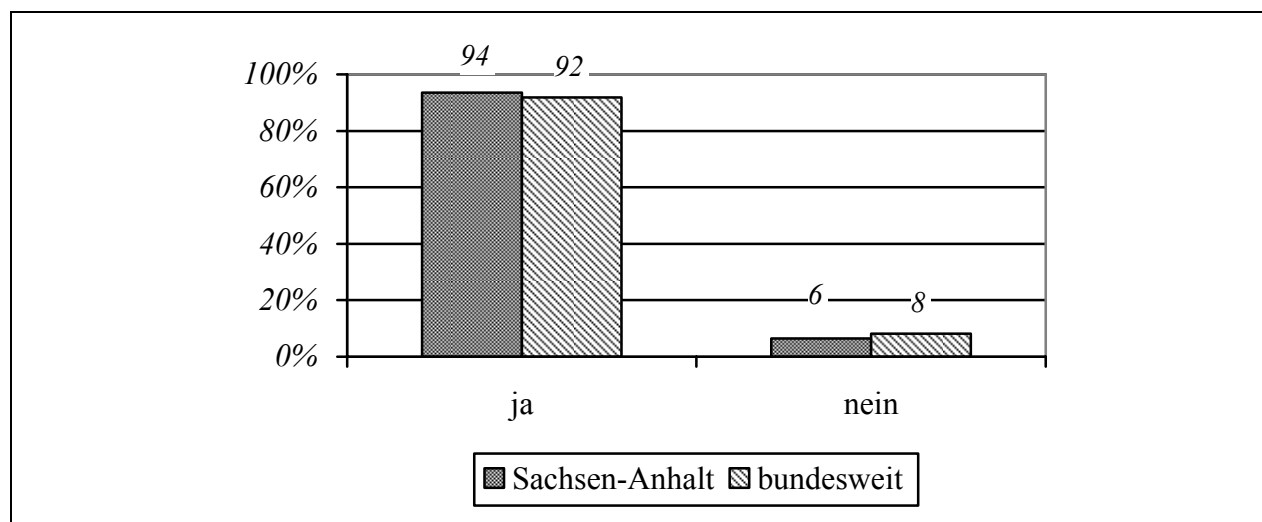


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Gefragt nach den Formen einer vermehrten bzw. besseren Unterstützung ehrenamtlich geleisteter Arbeit stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten, die (bessere) Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung sowie die (bessere) Freistellung von Aufwandentschädigungen genannt. Aber auch eine bessere öffentliche Anerkennung von Ehrenamtlichen in Form von Ehrungen und Medienberichterstattung werden von der Hälfte der befragten Vereinsvertreter gefordert (vgl. Abb. 6).

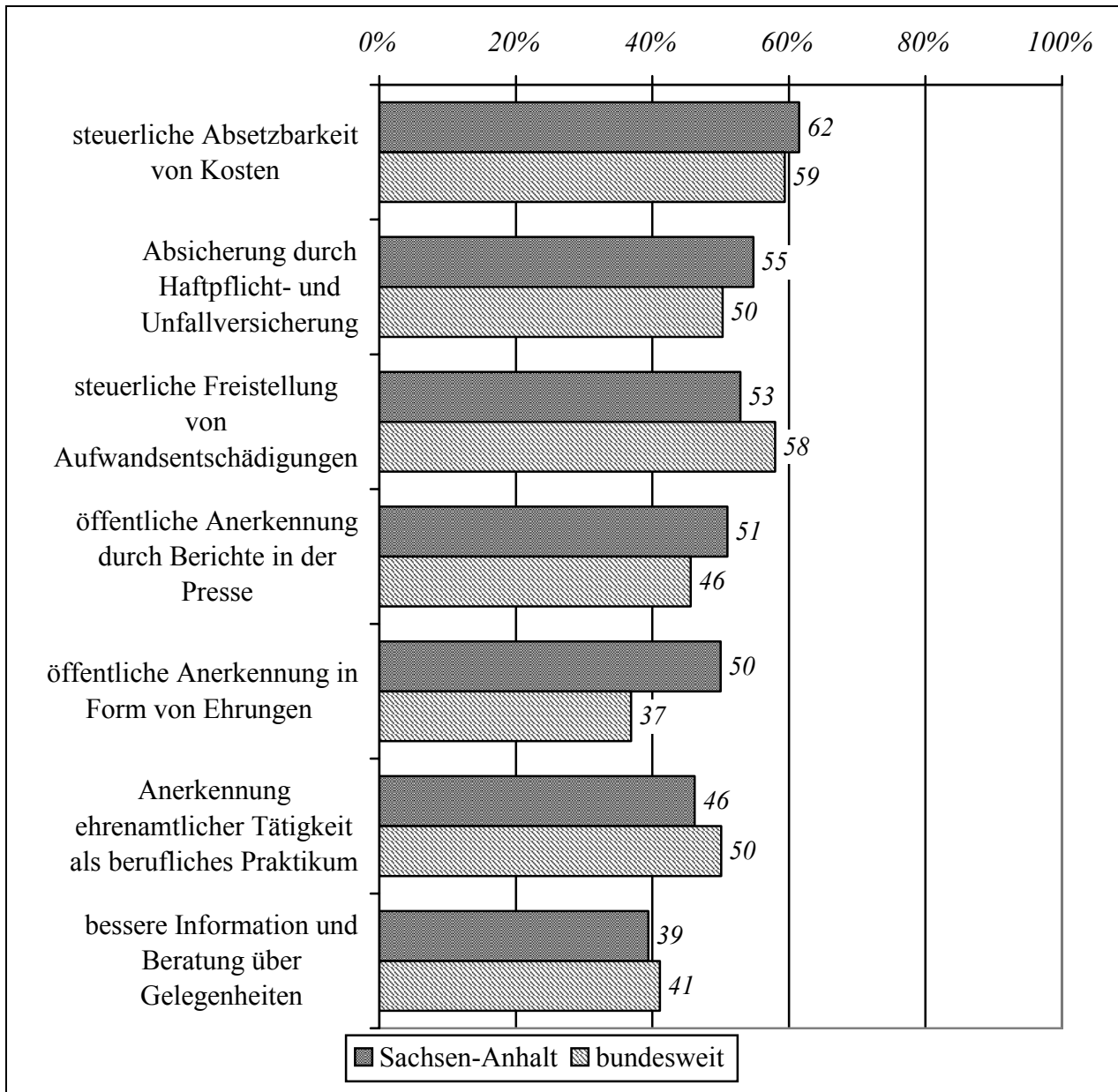


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.15.3.4 Unterstützung durch den Landessportbund Sachsen-Anhalt

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landes-SportBundes Sachsen-Anhalt von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Leistungen in Form der finanziellen Unterstützung der Vereinsarbeit, Informations- und Beratungsangeboten und der Aus- und Fortbildung von Trainern und Übungsleitern (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		SA	(D)	SA	(D)
1	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,82	(2,67)	1,74	(1,96)
2	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,63	(2,52)	2,54	(2,43)
3	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,61	(2,69)	2,73	(2,72)
4	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,61	(2,67)	2,28	(2,23)
5	Information und Beratung der Vereine generell	2,57	(2,50)	2,55	(2,41)
6	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,55	(2,45)	1,73	(2,01)
7	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,55	(2,57)	2,33	(2,24)
8	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,53	(2,44)	2,38	(2,36)
9	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,53	(2,42)	1,85	(2,02)
10	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,36	(2,29)	2,21	(2,19)
11	Information und Beratung in Sachen Mitglieder- bindung und -gewinnung	2,34	(2,30)	1,69	(1,79)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,19	(2,15)	1,94	(1,96)
13	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,19	(2,02)	1,84	(1,94)
14	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,11	(2,09)	2,03	(1,89)
15	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,10	(1,96)	1,86	(1,92)
16	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,01	(2,07)	2,41	(2,50)
17	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	1,97	(1,97)	2,03	(1,99)
18	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,95	(1,94)	2,16	(2,14)
19	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,92	(1,74)	1,97	(1,98)
20	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,71	(1,73)	1,88	(1,94)
21	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,69	(1,87)	1,62	(1,69)
22	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,62	(1,74)	1,96	(2,09)
23	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,61	(1,73)	1,77	(1,87)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,59	(1,67)	1,79	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportbund Sachsen-Anhalt seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann. Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das folgende Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster (Abb. 7). Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber tendenziell eher unzufrieden sind (der Quadrant rechts unten: „Hier ansetzen!“).

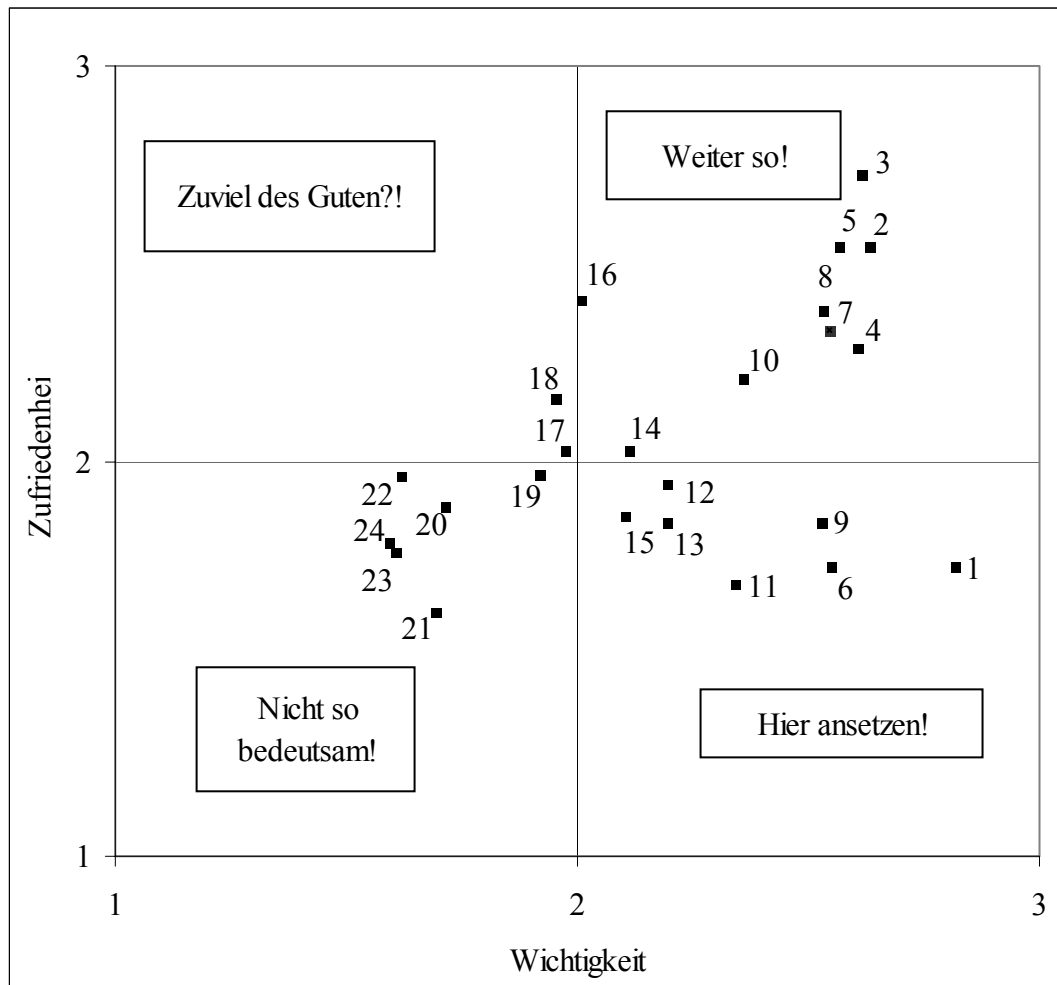


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren wären demnach aus Sicht der Sportvereine Sachsens-Anhalts a.) die finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (1), b.) die finanzielle Unterstützung der Vereine beim Erwerb von Sportgeräten (6), c.) die finanzielle Unterstützung der Vereine beim Bau/der Modernisierung von Sportanlagen (9), und d.) mehr Beratung und Information der Vereine in Fragen (11) der Mitgliedergewinnung und -bindung, (13) des Sportanlagenbaus und -managements und (12) zu dem Aufgabenbereich „Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit“.

Die im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bei den Vereinen Sachsen-Anhalts besonders ausgeprägte Erwartungshaltung nach „finanzieller Unterstützung der Vereine“ wirft allerdings auch die Frage auf, ob hier nicht eine gewisse „Anspruchssillusion“ bzw. eine „Anspruchsmentalität“ seitens der Vereine vorliegt, denen der Verband durch eine bessere Aufklärungsarbeit über seine (begrenzten) Ressourcen und Unterstützungsmöglichkeiten begegnen sollte.

Wünschenswert, aber im Durchschnitt der Vereine weniger bedeutsam (das Feld „nicht so bedeutsam!“) sind eine Optimierung der Unterstützungsleistungen auf den Feldern (19) Information und Beratung in Sachen Frauenförderung, (20) Veranstaltungsmanagement und (23) Qualitätsmanagement, (21) Organisationsleiterzuschüsse und (22) Hilfe bei der Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen.

Optimal bzw. gut positioniert ist der LSB Sachsen-Anhalt gegenwärtig auf den Feldern (5) Information und Beratung der Vereine allgemein und den Bereichen (2) Recht/ Versicherungen und (8) Steuern/Finanzen, (3) Aus- und Fortbildung von Übungsleitern, (4) Zuschüsse für Trainer und Übungsleiter und (7) Hilfen im Bereich Jugendarbeit und bei dem Thema (10) Kooperation mit Schulen.

3.15.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportverbände stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage nach der Effektivität. 59 % der sachsen-anhaltinischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen (= 100 %) wurden sie zumeist in Form der Plakataktion oder der Kenntnis der Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger in Form von Anzeigen oder Kino- bzw. TV-Spots. 41 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als eine geeignete Form der Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 21 % sind sich diesbezüglich unsicher. Allerdings sind auch immerhin 38 % der Vereine der Ansicht, dass diese Kampagne keine geeignete Form der Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Drei Viertel der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 14 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 18 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 18 % (= 100 %) haben wiederum 31 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 3 % aller Vereine in Sachsen-Anhalt und 6 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: *Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)*

	Sachsen-Anhalt	(D)
Bekannt	59	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	66	(64)
... Anzeige	32	(52)
... Arbeitsmaterialien	59	(39)
... Kino-/TV-Spot	20	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	38	(33)
Ja	41	(45)
weiß nicht	21	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	14	(11)
Ja	76	(73)
weiß nicht	10	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	18	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	31	(23)

3.15.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom LandesSportBund Sachsen-Anhalt zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 967 Email-Adressen sachsen-anhaltinischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Sachsen-Anhalt treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 261 beteiligte Vereine erforderlich. Bei einer erwarteten Antwortrate von 15 % waren somit 962 Vereine zu befragen. Diese 962 Vereine wurden per reiner Zufallsauswahl aus den 967 Vereinsadressen gezogen. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u.a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 774 Vereine. Davon konnten insgesamt 134 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 17,3 % entspricht. Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Trotz dieser guten Beteiligungsquote konnten damit in Sachsen-Anhalt nur 53,4 % der erforderlichen 251 Befragungen realisiert werden. Eine von der Projektleitung zum Ausgleich vorgeschlagene Nacherhebung wurde vom LSB Sachsen-Anhalt nicht in Anspruch

genommen. Aufgrund der dadurch eingeschränkten Repräsentativität sind gewisse Verzerrungen in den Ergebnissen der Analyse nicht auszuschließen. Für zukünftige Erhebungen sollten daher Maßnahmen ergriffen werden, um die Antwortbereitschaft der Vereine zu erhöhen.

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung der Vereinserhebung in Sachsen-Anhalt

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	3.157		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	251		
Stichprobe I	962	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	187	19,4	
Person nicht im Verein tätig	1	0,1	
Stichprobenneutrale Ausfälle	0	0,0	
Verbände	0	0,0	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	774	80,5	100,0
Absagen	5	0,5	0,6
Realisierte Interviews	134	17,3	17,3
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	53,4 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 49 % der beteiligten Vereine Sachsen-Anhalts mit Sicherheit an der zweiten Befragungswelle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 47 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

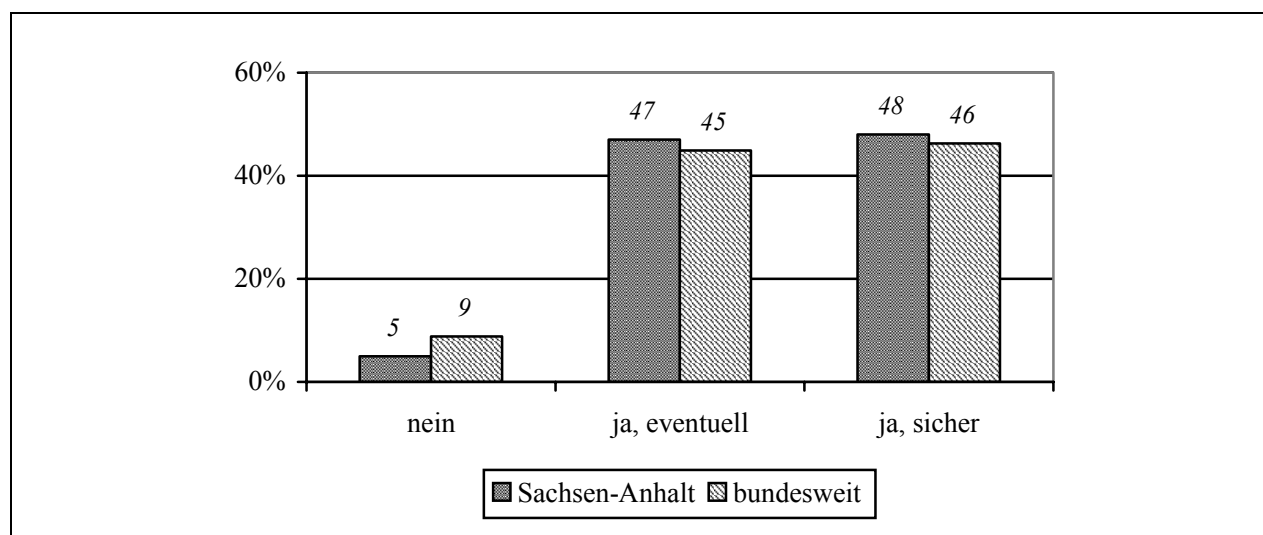


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.16 Sportvereine in Schleswig-Holstein

Christoph Breuer & Antje Haase

3.16.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl im Land Schleswig-Holstein. Dafür verantwortlich ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung. Den Sportvereinen in Schleswig-Holstein ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (knapp 3.000 Sportvereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Die schleswig-holsteinischen Sportvereine garantieren preisgünstige Sportangebote. Mit eigenen Anlagen tragen sie maßgeblich zur Sportanlagenversorgung im Land bei. 25 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 800 gemeinsame Sportangebote mit Schulen und 200 mit Kindergärten unterstreichen die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine in Schleswig-Holstein. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Schleswig-Holstein darstellen. Vereinsmitglieder in 108.000 ehrenamtlichen Positionen erbringen Monat für Monat 1,9 Mio. Stunden unentgeltliche Arbeit für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem monatlichen Gegenwert von rd. 28 Mio. €. Zudem beschäftigt mehr als 45 % aller Sportvereine in Schleswig-Holstein bezahlte Mitarbeiter. 92 Vereine bilden aus, 122 planen, dies zukünftig zu tun.

9 % der schleswig-holsteinischen Vereine haben existenzielle Probleme. Diese bestehen insbesondere im Hinblick auf die Bindung/Gewinnung von Mitgliedern und die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften. Die öffentliche Hand könnte – aus Sicht der Vereine – ehrenamtliches Engagement in den Sportvereinen vor allem durch die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen, die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten sowie die öffentliche Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit durch Berichte in den Medien unterstützen. Darüber hinaus ist die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Der Landessportverband Schleswig-Holstein kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell, Information und Beratung zu Mitgliederbindung und –gewinnung, Information und Beratung zu Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit sowie politische Lobbyarbeit für den Vereinssport.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den schleswig-holsteinischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.16.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Schleswig-Holstein

Die Sportvereine leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl im Land Schleswig-Holstein. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung kaum denkbar. Mit knapp 3.000 Vereinen bieten sie eine enorme Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.16.2.1 Ziele

Neben der quantitativen Bedeutung ist qualitativ hervorzuheben, dass die Sportvereine in Schleswig-Holstein als Nonprofit-Organisationen ein besonders gemeinwohlorientiertes Sportangebot bereitstellen. So ist es den schleswig-holsteinischen Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) Werte wie Fair Play und Toleranz zu vermitteln, (2) eine preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten und (3) sich in der Jugendarbeit zu engagieren (vgl. Abb. 1a/b). In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden.

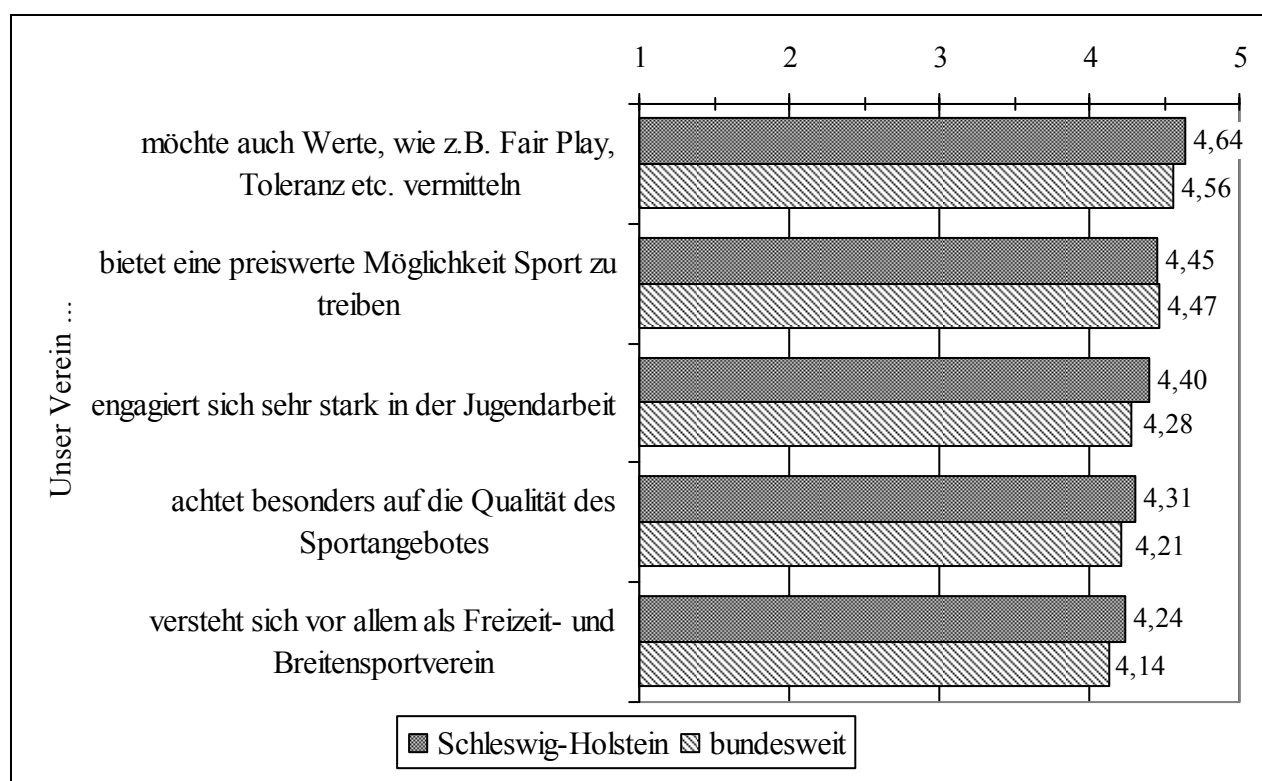


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

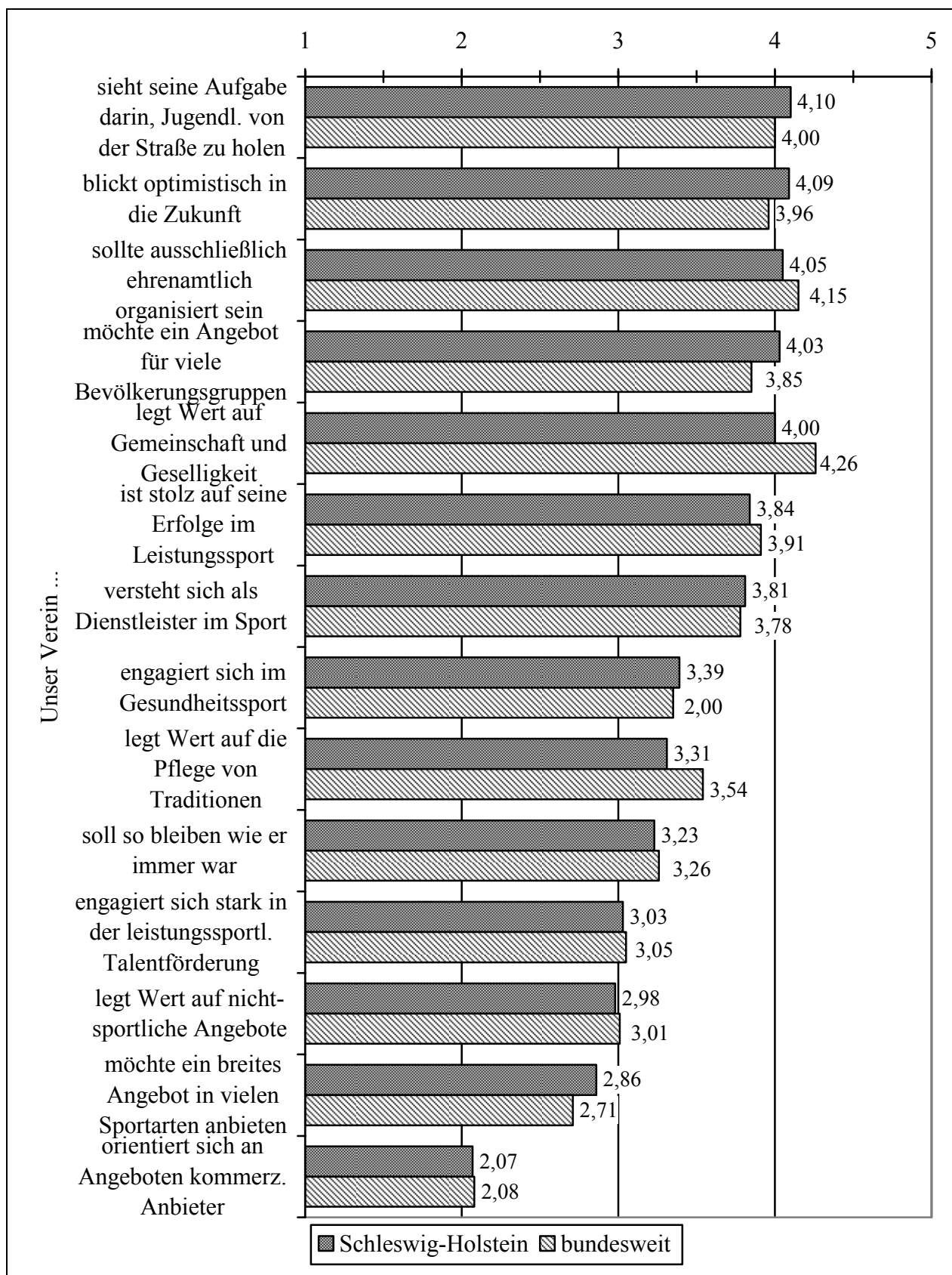


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.16.2.2 Beiträge

Dass diese Ziele nicht nur proklamiert, sondern auch tatsächlich umgesetzt werden, zeigt sich exemplarisch an den Beitragsstrukturen der schleswig-holsteinischen Sportvereine. 50 % der Sportvereine in Schleswig-Holstein verlangen lediglich einen Montagsbeitrag von 3,40 € oder weniger für Kinder, von 4,09 € oder weniger für Jugendliche und von 8,- € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 75 % der Sportvereine in Schleswig-Holstein (60,7 % in Deutschland) bieten spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % dieser Sportvereine liegen diese bei 16,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte gerade bei den Erwachsenenbeiträgen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Beiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	SH	(D)	SH	(D)	SH	(D)	SH	(D)
Median	3,40 €	(3,00 €)	4,09 €	(3,60 €)	8,00 €	(6,50 €)	16,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	5,97 €	(6,24 €)	7,96 €	(8,38 €)	14,47 €	(15,56 €)	23,15 €	(27,22 €)

Dass die Sportvereine in Schleswig-Holstein einen besonders günstigen Sportanbieter typ darstellen und somit ökonomische Barrieren für organisiertes sportliches Engagement vermeiden helfen, zeigt sich auch daran, dass jeweils weniger als ein Viertel der Sportvereine in Schleswig-Holstein Aufnahmegebühren für Kinder erhebt. Weniger als ein Drittel der Vereine verlangt Aufnahmegebühren für Jugendliche und weniger als 40 % der Vereine für Erwachsene (vgl. Tab. 2). Bei 50 % jener schleswig-holsteinischen Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegt dieser bei 8,- € oder weniger für Kinder, 10,- € oder weniger für Jugendliche und 25,- € oder weniger für Erwachsene.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
	SH	(D)	SH	(D)	SH	(D)
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	23 %	(22 %)	30 %	(26 %)	39 %	(33 %)
Median	8,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(10,00 €)	25,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	13,18 €	(36,64 €)	28,62 €	(44,71 €)	74,97 €	(125,11 €)

3.16.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Schleswig-Holstein aber auch dadurch, dass sie einen bemerkenswerten Anteil an der Sportanlageninfrastruktur im Land selbst bereitstellen. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Schleswig-Holstein allein etwa 160 Vereine eigene Turn- und Sporthallen, 250 Vereine eigene Sportplätze für Fußball/Hockey sowie 380 Vereine eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). 1.050 Vereine mit eigenen Vereinsheimen verdeutlichen überdies, dass die Sportvereine in Schleswig-Holstein häufig zugleich auch die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt stellen die schleswig-holsteinischen Sportvereine damit 350 Turn- und Sporthallen bereit, 500 Sportplätze für Fußball und Hockey, 1.800 Tennisplätze sowie 1.400 weitere Sportanlagen.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

	Anzahl der Vereine mit Sportanlagenbesitz in Schleswig-Holstein	Anzahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz in Schleswig-Holstein
Turn- und Sporthallen	160	350
Sportplätze für Fußball/Hockey	250	500
Sportplätze für Leichtathletik	70	70
Kegelbahn	150	350
Tennisplätze	380	1.800
Fitnessstudio/Kraftraum	210	250
Vereinsheim	1.050	1.100
weitere Anlagen	720	1.400

3.16.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für das Land Schleswig-Holstein wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. So begnügen sich die Sportvereine in Schleswig-Holstein nicht mit klassischen Sportangeboten, sondern leisten einen expliziten Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung. Knapp 18 % aller Vereinsangebote in Schleswig-Holstein beziehen sich auf allgemeine gesundheitliche Beeinträchtigungen, 3 % auf spezifische Aspekte der Rehabilitation und 5 % richten sich an Behinderte bzw. chronisch Kranke. Insgesamt zielt somit ein Viertel aller Sportvereinsangebote in Schleswig-Holstein explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten Schleswig-H. (D)		Anteil an Vereinen Schleswig-H. (D)	
Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	18	(12)	8	(5)
Rehabilitation	3	(4)	2	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	5	(6)	3	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	25	(22)	13	(10)

3.16.2.5 Kooperationen

Für den hohen Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Schleswig-Holstein zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren des Gemeinwohls eingegangen sind. So kooperieren mehr als 60 % der Sportvereine mit einer Schule. Mehr als ein Viertel erstellt gemeinsame Angebote mit Schulen. Auch mit Kindergärten, Krankenkassen und Jugendämter bestehen zahlreiche Kooperationen. Landesweit existieren dadurch mehr als 800 gemeinsame Angebote mit bzw. für Schulen, gut 200 mit bzw. für Kindergärten, 330 mit Krankenkassen sowie etwa 180 mit Jugendämtern (vgl. Tab. 5).

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

Kooperation mit	Anteil kooperierender Vereine (%)			Zusammenarbeit bei Angebotserstellung (%)		
	SH	(D)	Hochrechnung	SH	(D)	Hochrechnung
... anderem Sportverein	68	(70)	2.000	24	(19)	700
... Schule	61	(62)	1.800	27	(25)	800
... Krankenkasse	20	(18)	570	11	(9)	330
... Kindergarten/Tagesstätte	19	(24)	570	7	(9)	200
... Wirtschaftsunternehmen	19	(21)	570	7	(7)	200
... Jugendamt	17	(15)	500	6	(5)	180
... kommerziellen Sportanbietern	9	(11)	270	2	(3)	60
... Gesundheitsamt	3	(3)	90	0,5	(1)	15

3.16.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde:

Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen Schleswig-Holsteins mehr als 40 % der Mitglieder an geselligen Veranstaltungen teil. Hochgerechnet haben in Schleswig-Holstein im Jahr 2004 fast 900.000 Menschen an geselligen Veranstaltungen ihres Vereins teilgenommen (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Anteil und Anzahl der Vereinsmitglieder, die 2004 an geselligen Veranstaltungen des Vereins teilgenommen haben

	Schleswig-Holstein	(D)
Mittelwert Anteil in %	41	(49)
Hochrechnung Anzahl der Mitglieder	860.000	(14,4 Mio.)

3.16.2.7 Bürgerschaftliches Engagement

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Schleswig-Holstein dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Schleswig-Holstein engagieren sich dort Vereinsmitglieder in ca. 108.000 ehrenamtlichen Positionen, 39.500 auf der Vorstandsebene und 68.500 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). 68.500 sind Männer, 39.500 Frauen (vgl. Tab. 7). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Schleswig-Holstein darstellen.

Tab. 7: Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung
	Schleswig-Holstein	(D)	Schleswig-Holstein
... auf der Vorstandsebene	13	(13)	39.500
... auf der Ausführungsebene	23	(18)	68.500
... männlich	23	(21)	68.500
... weiblich	13	(10)	39.500
... gesamt	36	(31)	108.000

Durchschnittlich ist in den schleswig-holsteinischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche fast 17,4 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von 1,9 Mio. Stunden, die in den Sportvereinen Schleswig-Holsteins Monat für Monat ehrenamtlich für gemeinnützige Zwecke erbracht werden. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den schleswig-holsteinischen Sportvereinen in Höhe von 28,1 Mio. €.¹

Nicht einberechnet sind dabei jeweils die (Leistungen der) freiwilligen Helfer, die sich bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein unentgeltlich beteiligen (Vereinsfeste, Renovierung des Vereinsheims etc.).

¹ Der durchschnittliche ökonomische Wert einer Stunde ehrenamtlicher Arbeit wird in der wissenschaftlichen Diskussion mit 15,- € beziffert.

3.16.2.8 Demokratiefunktion

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So haben in 64 % der schleswig-holsteinischen Vereine die Jugendlichen eine Vertretung mit Sitz im Gesamtvorstand. In 58 % der Sportvereine Schleswig-Holsteins wird eine Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt. In 39 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt und in 35 % der Vereine existiert ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss. In 29 % der Vereine haben die Jugendlichen ein Stimmrecht in der Hauptversammlung (vgl. Tab. 8). Landesweit stellen die schleswig-holsteinischen Sportvereine somit mehr als 2.400 Orte mit demokratischen Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bereit.

Tab. 8: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	Schleswig-H. (D)		Hochrechnung
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	64	(49)	1.900
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	58	(35)	1.700
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	39	(27)	1.200
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	35	(20)	1.000
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	29	(34)	860
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiterebene durch die Jugendlichen	14	(11)	420
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	19	(33)	570

3.16.2.9 Arbeitsplätze

Angeichts der Krise des Arbeitsmarktes stellt sich vielfach die Frage, ob Sportvereine auch hier eine Gemeinwohlfunktion übernehmen können. Prinzipiell gilt zwar, dass ehrenamtliche Arbeit hauptamtliche ersetzen kann. Doch trotz der bemerkenswerten Beiträge der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Schleswig-Holstein spielen diese auch eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts.

So beschäftigen 45,8 % der Sportvereine in Schleswig-Holstein bezahlte Mitarbeiter (bundesweit: 37,5 %) und 7,9 % (D: 4,7 %) haben bezahlte Führungskräfte angestellt. 92 Sportvereine in Schleswig-Holstein bilden derzeit aus, 122 Vereine planen dies zukünftig zu tun. Im Bereich der Hartz IV-Zusatzjobs erweisen sich die Sportvereine in Schleswig-Holstein als ein wichtiger Akteur für Gestaltungsprozesse der Arbeitsmarktpolitik (vgl. Abb. 2).

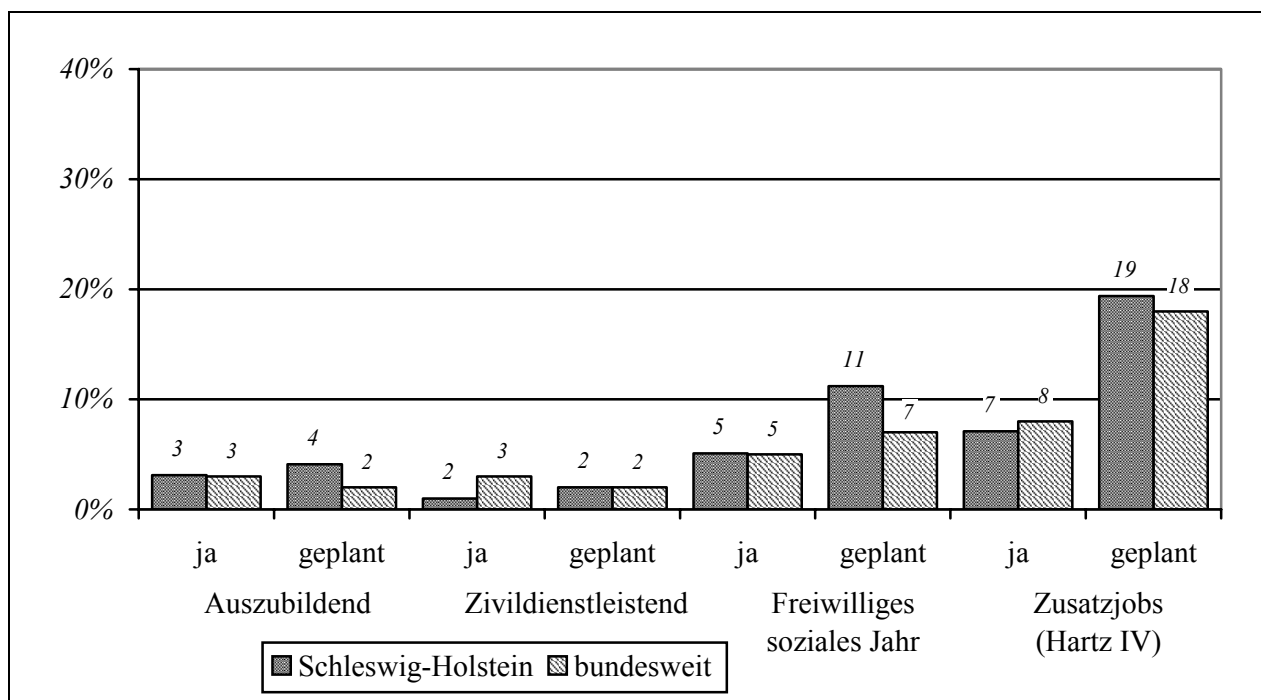


Abb. 2: sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.16.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.16.3.1 Allgemeine Probleme

Bei allen bemerkenswerten Leistungen der Sportvereine in Schleswig-Holstein darf jedoch nicht übersehen werden, dass die Situation der Sportvereine nicht völlig problemfrei ist. Zwar erweist sich die Situation der Sportvereine in Schleswig-Holstein im Durchschnitt als relativ gut. Mittlere Probleme stellen jedoch die Bindung bzw. Gewinnung (1) ehrenamtlicher Mitarbeiter, (2) jugendlicher Leistungssportler sowie (3) von Mitgliedern und (4) Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften dar (vgl. Abb. 3). Bürokratieabbau scheint somit auch hier nötig zu sein.

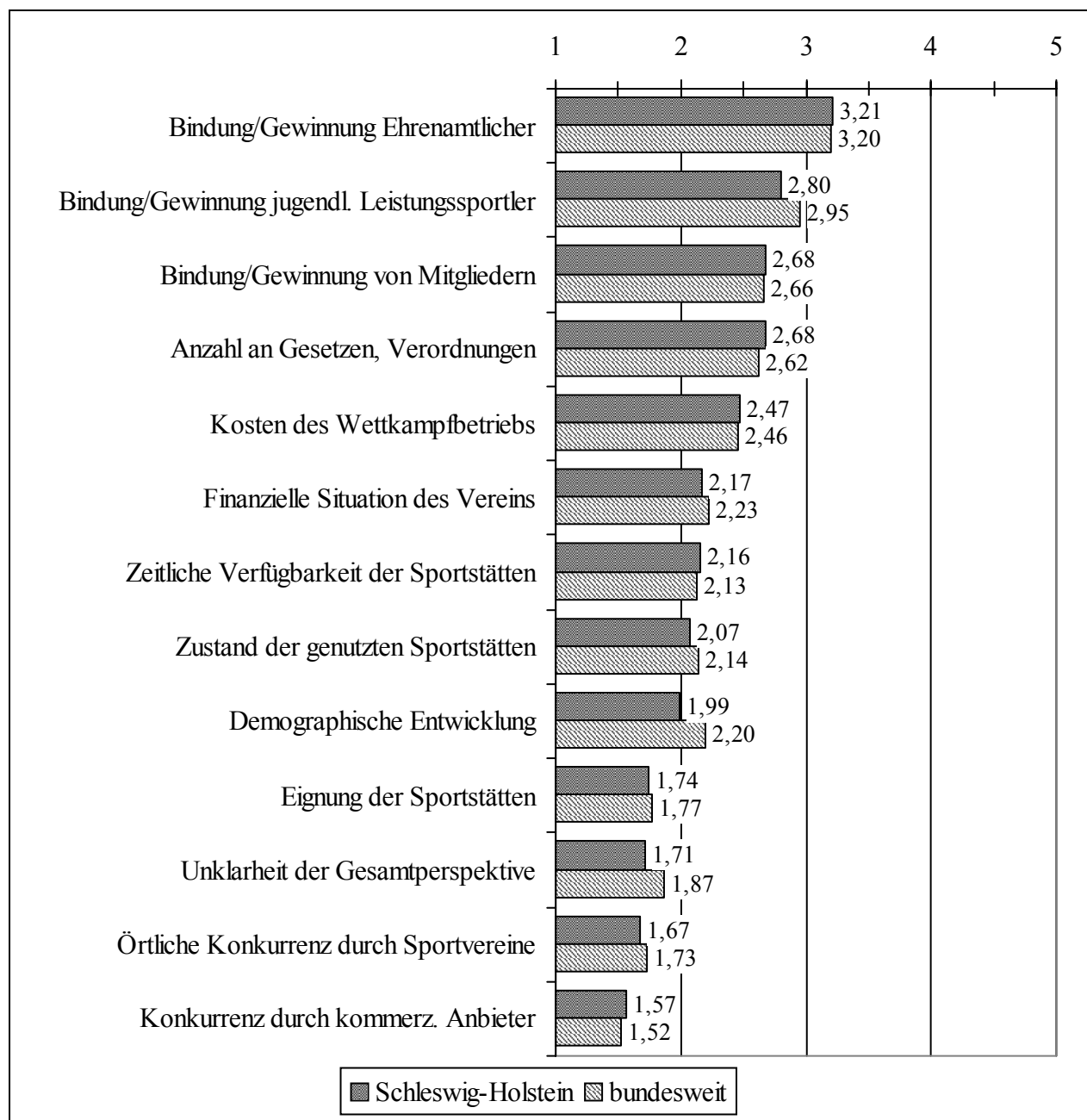


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, die existenzielle Probleme haben. Dies sind 9 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine bzw. hochgerechnet 270 von 2.978 Vereinen in Schleswig-Holstein. Blickt man auf die Problemursachen, so sind neben den bereits genannten Problemen Bindung bzw. Gewinnung von Mitgliedern und die Anzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften vor allem zwei weitere Problembereiche virulent:

(a) der Zustand der genutzten Sportanlagen sowie (b) die zeitliche Verfügbarkeit von Sportanlagen (vgl. Abb. 4). Offensichtlich liegen hier in mehreren Fällen doch massivere Problemlagen des organisierten Sports in Schleswig-Holstein vor.

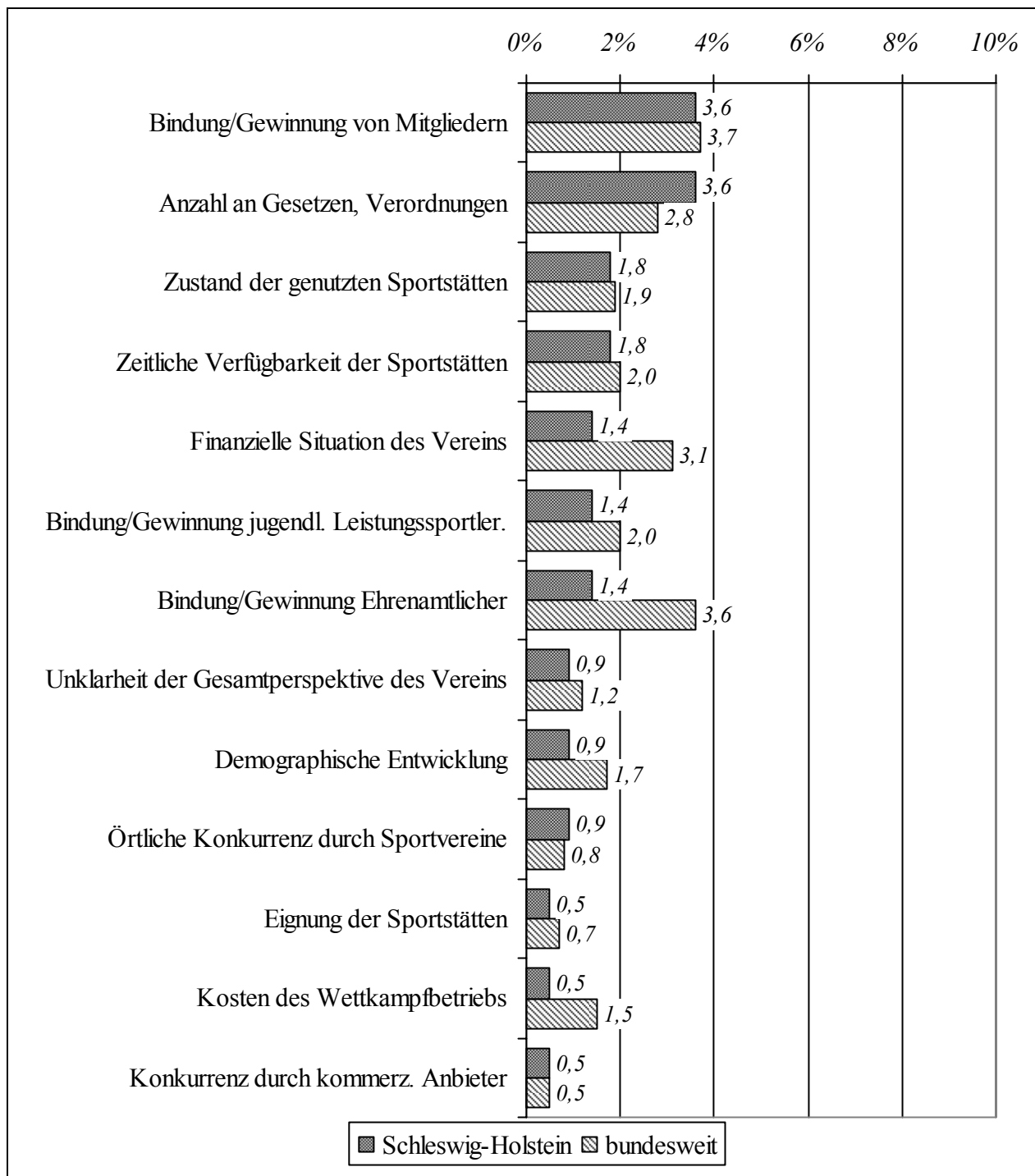


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.16.3.2 Öffentliche Sportanlagen

Die Befunde zu den allgemeinen Problemen machen bereits auf die Bedeutung öffentlicher Sportanlagen für die Sportvereine in Schleswig-Holstein aufmerksam. Weitere Ergebnisse erhärten dies: So nutzen knapp 60 % der schleswig-holsteinischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) kommunale Sportanlagen. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Schleswig-Holstein sind dies fast 1.800 von 2.978 Vereinen, die kommunale Sportanlagen nutzen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Subventionierung zu wandeln. Dennoch ist für 24 % der Vereine (bundesweit: 28 %), die kommunale Sportanlagen nutzen, deren Nutzung zumindest teilweise kostenfrei bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 60 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9). 32 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %).

Tab. 9: Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)

	Schleswig-Holstein (D)		Hochrechnung
Nutzung kommunaler Anlagen	60	(68)	1.800
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	24	(28)	430
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	32	(48)	580
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	60	(52)	1.080

3.16.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angesichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der schleswig-holsteinischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 91 % der Sportvereine in Schleswig-Holstein der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

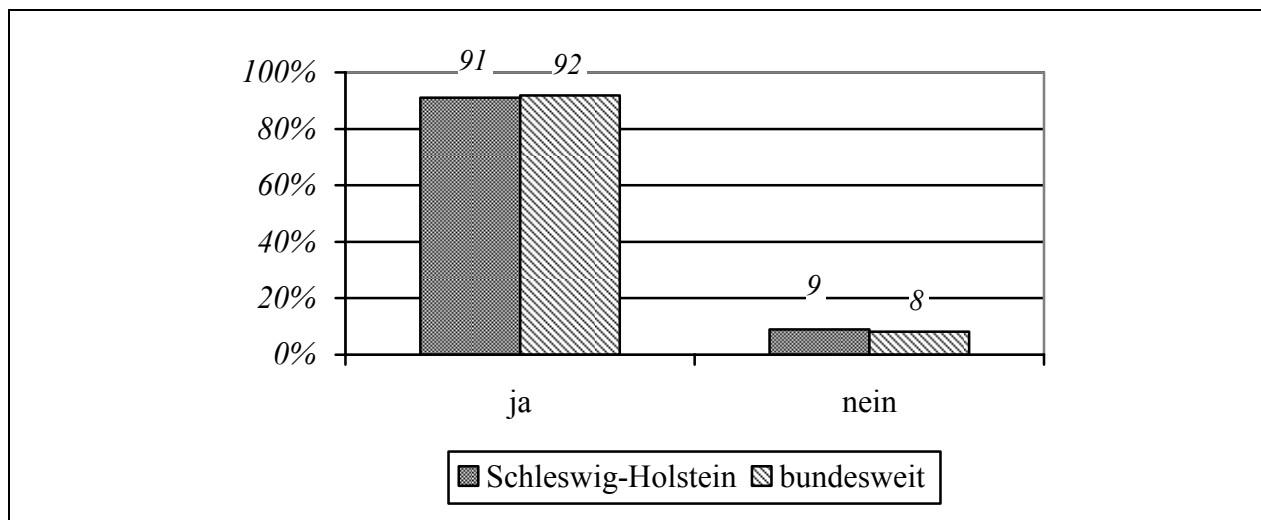


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Blickt man auf die Bereiche, bei denen nach Ansicht der schleswig-holsteinischen Sportvereine Verbesserungen besonders wichtig wären, so stechen ökonomische und rechtliche Aspekte hervor. Als besonders wichtig werden die steuerliche Freistellung von Aufwandsentschädigungen sowie die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten genannt. Allerdings sollte auch die öffentliche Anerkennung ehrenamtlicher Arbeit durch Berichte in der Presse verbessert werden (vgl. Abb. 6).

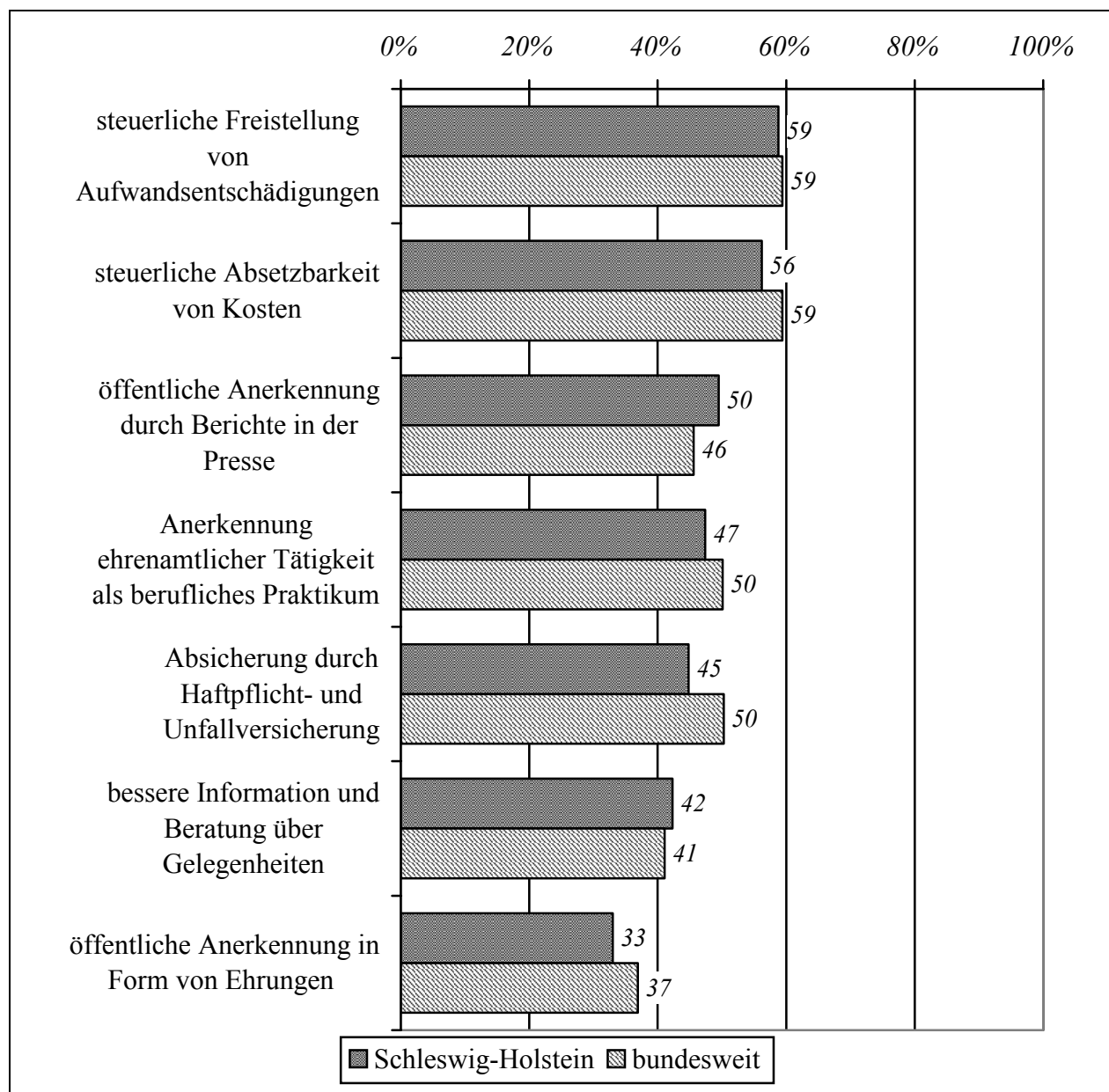


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.16.3.4 Unterstützung durch den Landessportverband Schleswig-Holstein

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportverbandes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des Landessportverbandes Schleswig-Holstein von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen Aus- und Fortbildung der Übungsleiter, finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit, Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer und Hilfen im Bereich Jugendarbeit und Sport (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		SH	(D)	SH	(D)
1	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,63	(2,69)	2,68	(2,72)
2	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,55	(2,67)	1,99	(1,96)
3	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,52	(2,67)	2,09	(2,23)
4	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,49	(2,57)	2,21	(2,24)
5	Information und Beratung in Sachen Recht/ Versicherungen	2,46	(2,52)	2,40	(2,43)
6	Information und Beratung der Vereine generell	2,44	(2,50)	2,26	(2,41)
7	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,39	(2,42)	2,14	(2,02)
8	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei dem Erwerb von Sportgeräten	2,38	(2,45)	2,26	(2,01)
9	Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern	2,35	(2,44)	2,21	(2,36)
10	Information und Beratung in Sachen Mitglieder- bindung und -gewinnung	2,26	(2,30)	1,77	(1,79)
11	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,18	(2,29)	2,27	(2,19)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/ Sponsoring/ Öffentlichkeitsarbeit	2,12	(2,15)	1,91	(1,96)
13	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,06	(2,07)	2,47	(2,50)
14	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,05	(2,09)	1,87	(1,89)
15	Information und Beratung in Sachen EDV/ Internet/ Homepage	2,03	(1,97)	1,67	(1,99)
16	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,00	(2,02)	1,93	(1,94)
17	Information und Beratung in Sachen Organisation und Planung	1,87	(1,94)	2,02	(2,14)
18	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	1,81	(1,96)	1,76	(1,92)
19	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	1,77	(1,87)	1,53	(1,69)
20	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,75	(1,74)	2,06	(2,09)
21	Information und Beratung in Sachen Qualitäts- management	1,74	(1,73)	1,91	(1,87)
22	Information und Beratung in Sachen Veranstaltungs- management	1,70	(1,73)	1,83	(1,94)
23	Information und Beratung in Sachen Frauenförderung	1,59	(1,74)	1,81	(1,98)
24	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,59	(1,67)	1,73	(1,79)

Es stellt sich nun die Frage, wie der Landessportverband Schleswig-Holstein seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann.

Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster. Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber unzufrieden sind (vgl. Abb. 7; Bereich „Hier ansetzen!“).

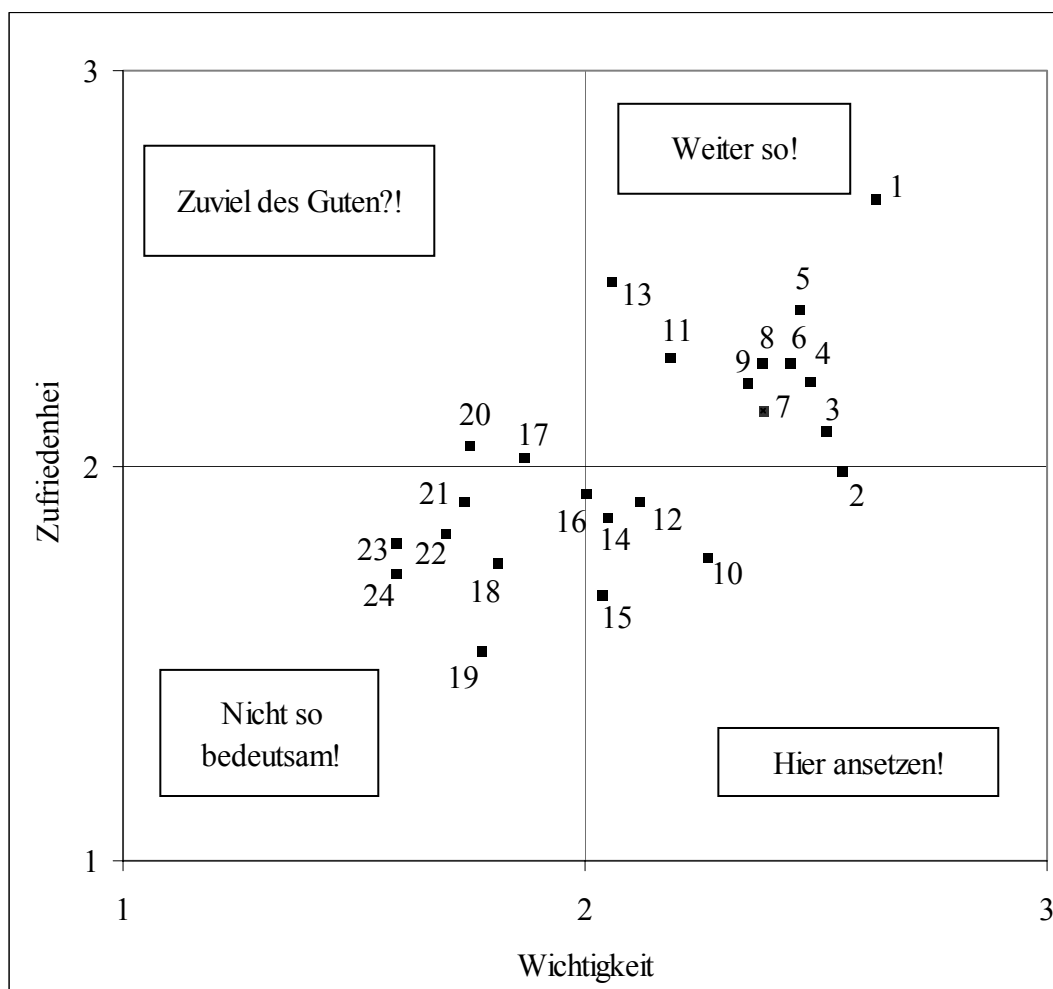


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren sind aus Sicht der schleswig-holsteinischen Sportvereine die Unterstützungsleistungen auf den Feldern (a) finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (2), (b) Information und Beratung zu Mitgliederbindung und -gewinnung (10), (c) Information und Beratung zu Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (12), (d) Information und Beratung zu EDV/Internet/Homepage (15) sowie (e) politische Lobbyarbeit für den Vereinssport (14).

Wünschenswert, aber im Durchschnitt aller Vereine weniger bedeutsam sind die Bereiche Hilfen in Sachen Talentsuche/-förderung (18), Organisationsleiter-/Vereinsmanagerzuschüsse (19), Information und Beratung in Sachen Qualitätsmanagement (21), Informa-

tion und Beratung beim Veranstaltungsmanagement (22), Information und Beratung bei Sportanlagenbau und –management (16), Information und Beratung in Sachen Frauenförderung (23) sowie Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen (24).

Optimal bzw. gut positioniert ist der Landessportverband Schleswig-Holstein gegenwärtig auf den Feldern Aus- und Fortbildung der Übungsleiter (1), Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer (3), Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport (4), Information und Beratung in Sachen Recht/Versicherungen (5) sowie Information und Beratung der Vereine generell (6). Ebenso ist der Landessportverband Schleswig-Holstein in den Bereichen Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen (7), Information und Beratung in Sachen Finanzen/Steuern (9), Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein (11), finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten (8) und im Bereich Lehrgänge im Vereinsmanagement (13) gut positioniert.

Im Hinblick auf die Effektivität der Unterstützungsleistungen gut positioniert, aber aus Effizienzgesichtspunkten eventuell etwas zu stark engagiert ist der Landessportverband Schleswig-Holstein in den Bereichen Information und Beratung bei Organisation und Planung (17) sowie Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (20).

3.16.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportbünde stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage der Effektivität. 45 % der schleswig-holsteinischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen wurden sie zumeist als Plakat, Anzeige oder in Form von Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger als Kino- bzw. TV-Spots. Mehr als 50 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 19 % sind sich diesbezüglich unsicher. 28 % der schleswig-holsteinischen Vereine sind dagegen der Ansicht, dass die Kampagne keine geeignete Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Mehr als 75 % der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 7 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 22 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 22 % haben 27 % bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt 3 % aller Vereine in Schleswig-Holstein und 6 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)

	Schleswig-Holstein	(D)
Bekannt	45	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	67	(64)
... Anzeige	54	(52)
... Arbeitsmaterialien	49	(39)
... Kino-/TV-Spot	13	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	28	(33)
Ja	54	(45)
weiß nicht	19	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	7	(11)
Ja	76	(73)
weiß nicht	18	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	22	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	27	(23)

3.16.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom Landessportverband Schleswig-Holstein zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 1.260 Email-Adressen schleswig-holsteinischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Schleswig-Holstein treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 250 beteiligte Vereine erforderlich. Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 1.018 Vereine. Davon konnten insgesamt 240 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 23,6 % entspricht.

Demnach wurde die Rücklaufquote der einzigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Obwohl die Beteiligungsquote erfreulich hoch lag, konnten auf Grund der geringen Anzahl vorhandener Email-Adressen nicht so viele Vereine befragt werden, wie gewünscht (Quotenerfüllung: 96,0 %).

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	2.978		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	250		
Stichprobe I	1.260	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	190	15,1	
Person nicht im Verein tätig	0	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	52	4,1	
Verbände	50	4,0	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	2	0,2	
Bereinigte Stichprobe II	1.018	80,8	100,0
Absagen	8	0,6	0,8
Realisierte Interviews	240	19,0	23,6
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	96,0 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 49 % der beteiligten schleswig-holsteinischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 38,5 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

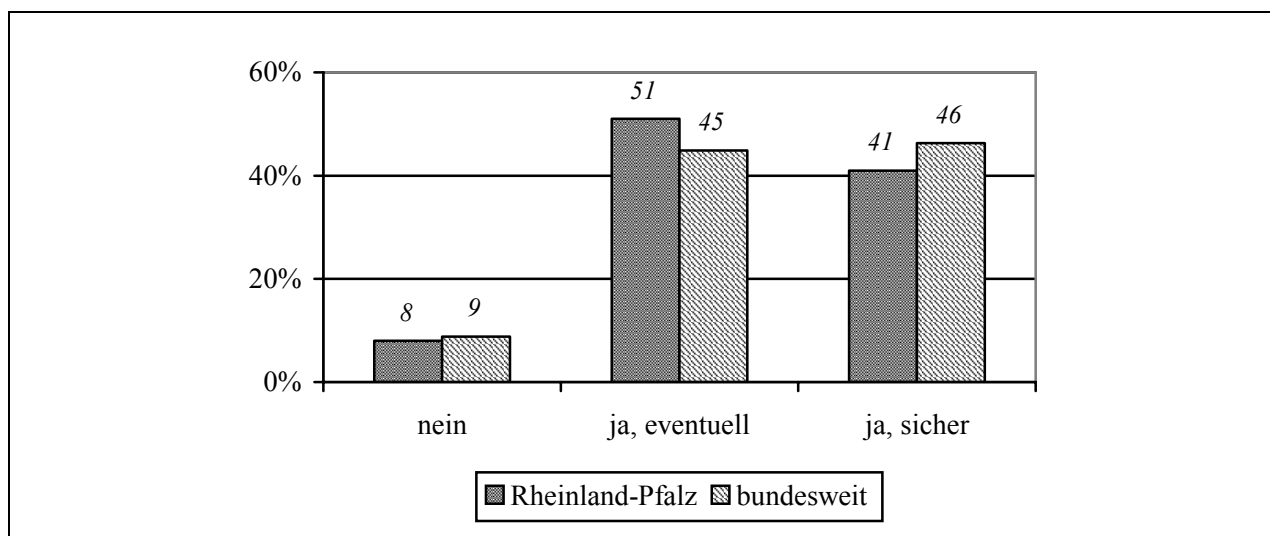


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

3.17 Sportvereine in Thüringen

Manfred Schubert, Heinz-Dieter Horch & Gregor Hovemann

3.17.1 Zusammenfassung

Die Sportvereine Thüringens leisten einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl des Landes. Dafür ist insbesondere ihre gemeinwohlorientierte Grundausrichtung verantwortlich. Den Sportvereinen in Thüringen ist es besonders wichtig, entsprechende Ziele zu verfolgen. Daraus resultieren in Kombination mit ihrer großen Zahl (fast 3.400 Vereine) zahlreiche Gemeinwohleffekte: Sie stellen ein sehr preisgünstiges Sportangebot bereit und vermeiden damit ökonomische Barrieren des Zugangs zum Sport. Rund 40 % aller Vereinsangebote zielen mittlerweile explizit auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab, wodurch ihr Beitrag zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung essentiell ist. 2/3 der Vereine Thüringens kooperieren mit Schulen, 1/3 mit Kindergärten, was ihre herausragende Bedeutung im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit unterstreicht. Daneben dürften die Sportvereine den wichtigsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Thüringen darstellen. Vereinsmitglieder in rund 100.000 ehrenamtlichen Positionen erbringen ca. 1,6 Mio. Arbeitsstunden pro Monat für gemeinnützige Zwecke. Dies entspricht einem jährlichen Beitrag zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung des Bundeslandes von ungefähr 285 Mio. €.

Allerdings verweisen 15 % der thüringischen Vereine auch auf existenzielle Probleme. Die Ursachen hierfür liegen insbesondere in der prekären finanziellen Lage bzw. den finanziellen Belastungen der Vereine, der zeitlichen Verfügbarkeit von Sportanlagen und der demographischen Entwicklung der Region. Aus Sicht der Vereine könnte bzw. sollte das ehrenamtliche Engagement in den Sportvereinen vor allem durch ein Bemühen um mehr öffentliche Anerkennung in Form von Ehrungen und einer entsprechenden Medienberichterstattung gestärkt werden. Für den Vereinssport in Thüringen ist darüber hinaus die Bereitstellung öffentlicher Sportanlagen von zentraler Bedeutung. Mittlerweile ist allerdings nur noch für 1/3 der thüringischen Sportvereine die Nutzung kommunaler Sportanlagen ganz oder zumindest teilweise kostenfrei. Der LandesSportBund Thüringen kann die Unterstützung der Vereine insbesondere auf folgenden Feldern optimieren: finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit in verschiedenen Bereichen (Sportanlagen, Sportgeräte etc.) und Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung, Sportanlagenmanagement und Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit.

Das Konzept der Sportentwicklungsberichte kam bei den thüringischen Sportvereinen gut an. Sowohl die Rücklaufquote als auch die Bereitschaft zur Beteiligung an weiteren Wellen sind als ausgesprochen positiv zu bewerten.

3.17.2 Bedeutung der Sportvereine für das Land Thüringen

Die Sportvereine Thüringens leisten einen bemerkenswerten Beitrag zum Gemeinwohl des Landes. Ohne sie wäre eine adäquate Sportversorgung der Bevölkerung dieses Bundeslandes kaum denkbar. Die rund 3.400 Vereine erfüllen dabei eine überaus wichtige Trägerfunktion für die Bereiche des Leistungs-, Freizeit- und Gesundheitssports.

3.17.2.1 Ziele

Neben der rein quantitativen Bedeutung der Sportvereine Thüringens dokumentiert sich deren Gemeinwohlorientierung in qualitativer Hinsicht in den verschiedenen Ausprägungen von Vereinszielen und -werten. So ist es den Sportvereinen unter einer Vielzahl möglicher Vereinsziele besonders wichtig, (1) „Werte wie z. B. Fair Play, Toleranz etc. zu vermitteln“, (2) eine „preiswerte Möglichkeit zum Sporttreiben anzubieten“, (3) sich „vor allem als Freizeit- und Breitensportverein zu verstehen“ und (4) „viel Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit zu legen“. In dieser Hinsicht dürften sie sich maßgeblich von anderen Sportanbietern unterscheiden. Vergleichsweise unwichtig sind dagegen die Ziele „ein möglichst breites Angebot in vielen Sportarten anbieten“ und „sich an den Angeboten kommerzieller Sportanbieter orientieren.“ Insgesamt unterscheiden sich die Vereine Thüringens in der Hierarchie der Wertigkeit bzw. Wichtigkeit verschiedener Vereinsziele kaum vom Bundesdurchschnitt. Ausnahme hiervon bildet lediglich eine etwas geringere Bedeutsamkeit des Ziels eines starken Engagements in der Jugendarbeit. (Vgl. Abb. 1a/b)

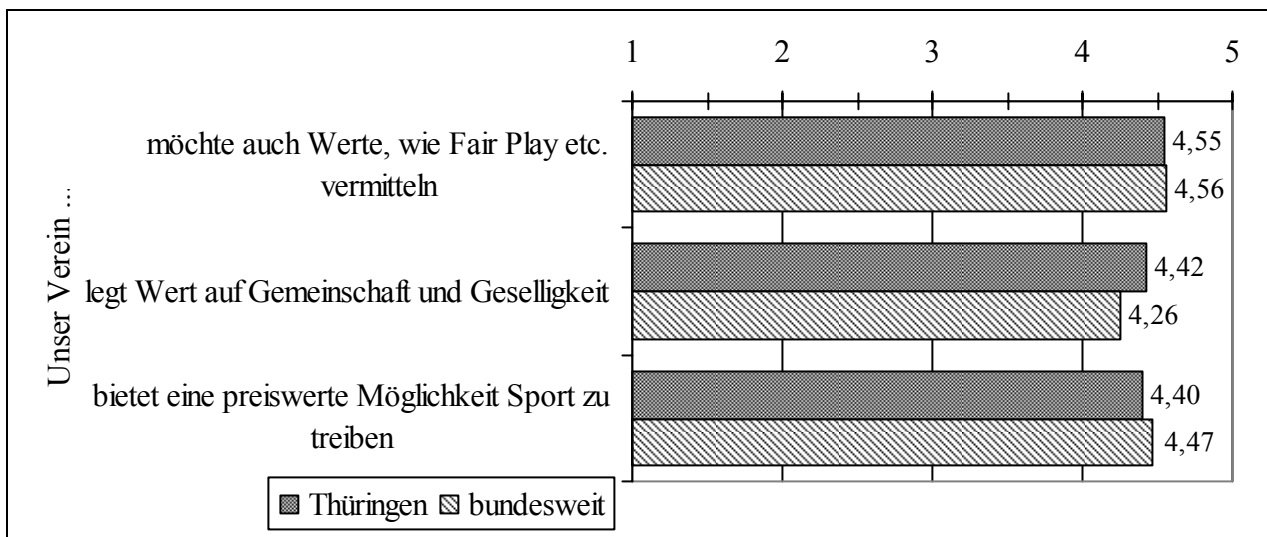


Abb. 1a: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

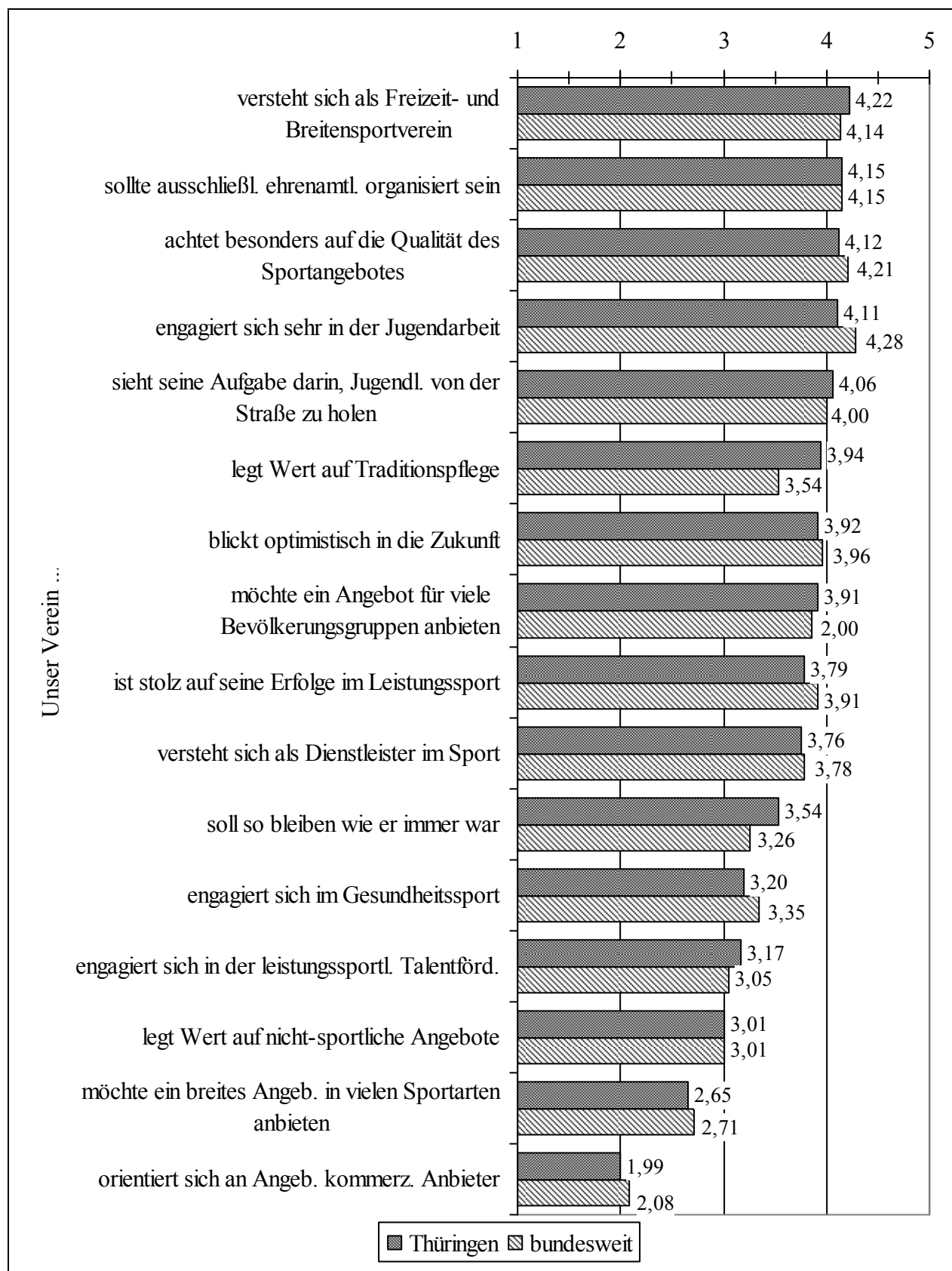


Abb. 1b: Vereinsziele (Mittelwert; 1 = lehne völlig ab bis 5 = stimme völlig zu)

3.17.2.2 Beiträge

Das gemeinwohlorientierte Grundverständnis der Sportvereine als Anbieter eines „Sports für Alle“ dokumentiert sich auch in den Beitragsstrukturen. 50 % der Sportvereine in Thüringen verlangen lediglich einen Montagsbeitrag von 1,84 € oder weniger für Kinder, von 2,50 € oder weniger für Jugendliche und von 5,- € oder weniger für Erwachsene (vgl. Tab. 1). 32 % der Sportvereine in Thüringen (61 % in Deutschland) bieten überdies spezielle Tarife für Familien an. Bei 50 % der thüringischen Sportvereine liegen diese bei 10,- € oder darunter (hier: Beitrag für zwei Erwachsene und zwei Kinder). Dass die Mittelwerte für alle Alters- bzw. Mitgliedergruppen deutlich höher als die Medianwerte sind, ist darauf zurückzuführen, dass wenige Vereine mit hohen Beitragssätzen (z. B. Tennis-, Golf-, Segelklubs) den Mittelwert nach oben verzerren.

Tab. 1: Monatliche Mitgliedsbeiträge (€/Monat)

	Monatlicher Beitrag für Kinder		Monatlicher Beitrag für Jugendliche		Monatlicher Beitrag für Erwachsene		Monatlicher Beitrag für Familien	
	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
Median	1,84 €	(3,00 €)	2,50 €	(3,60 €)	5,00 €	(6,50 €)	10,00 €	(12,00 €)
Mittelwert	5,48 €	(6,24 €)	8,60 €	(8,38 €)	15,54 €	(15,56 €)	23,18 €	(27,22 €)

Dass es sich bei Sportvereinen um einen preisgünstigen Typ von Sportanbieter handelt, kommt auch darin zum Ausdruck, dass nur eine Minderheit von ihnen Aufnahmegebühren verlangt. 24 % der Vereine verlangen Aufnahmegebühren für Kinder (bundesweit: 22 %), 29 % für Jugendliche (bundesweit: 26 %) und 43 % für Erwachsene (bundesweit: 33 %). Bei 50 % jener Sportvereine, die Aufnahmegebühren erheben, liegen diese bei 10,- € oder weniger für alle Altersgruppen.

Tab. 2: Aufnahmegebühren (in % der Vereine bzw. in €)

	Aufnahmegebühren für Kinder		Aufnahmegebühren für Jugendliche		Aufnahmegebühren für Erwachsene	
Anzahl der Vereine, die Aufnahmegebühren verlangen	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
	24 %	(22 %)	29 %	(26 %)	43 %	(33 %)
Median	10,00 €	(10,00 €)	10,00 €	(10,00 €)	25,00 €	(20,00 €)
Mittelwert	20,54 €	(36,64 €)	25,59 €	(44,71 €)	60,43 €	(125,11 €)

3.17.2.3 Sportanlagenversorgung

Ihre Gemeinwohlfunktion im Rahmen der Sportversorgung unterstreichen die Sportvereine in Thüringen aber auch dadurch, dass einige von ihnen auch als Träger (eines Teils) der Sportanlageninfrastruktur fungieren. Dadurch ermöglichen sie häufig erst spezifische sportliche Aktivitäten im lokalen Raum. So besitzen in Thüringen rd. 1 % der Vereine (eine) eigene Turn- und Sporthalle(n), rd. 5 % eigene Sportplätze für Fußball/Hockey, 2,5 % eigene Leichtathletikanlagen sowie rd. 3 % eigene Tennisplätze (vgl. Tab. 3). Fast ein Fünftel der Vereine ist darüber hinaus in der Lage die Infrastruktur für gesellige Angebote selbst bereitstellen. Insgesamt ist die Ausstattung mit eigenen Anlagen allerdings deutlich geringer als im Bundesdurchschnitt.

Tab. 3: Sportvereine und Sportanlagenbesitz

Anlagentyp	Anteil der Vereine mit Sportanlagenbesitz (Angaben in %)		Zahl der Sportanlagen im Vereinsbesitz je 100 Vereine	
	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
Turn- und Sporthallen	1	(9)	1	(12)
Sportplätze für Fußball/Hockey	5	(1)	7	(20)
Sportplätze für Leichtathletik	3	(4)	3	(4)
Kegelbahn	5	(4)	6	(10)
Tennisplätze	4	(13)	10	(55)
Fitnessstudio/Kraftraum	2	(6)	2	(6)
Vereinsheim	21	(35)	22	(37)
weitere Anlagen	16	(22)	22	(43)

3.17.2.4 Gesundheitsversorgung

Die Bedeutung der Sportvereine für Thüringen wird aber auch an ganz anderen Befunden ersichtlich. Über 40 % aller Sportangebote weist einen expliziten Gesundheitsbezug auf, zielen also auf die Vermeidung, Beseitigung oder Linderung gesundheitlicher Beeinträchtigungen ab. Aus einem Vergleich der Ergebnisse für die Vereine Thüringens und Deutschland gesamt ergeben sich zwei Besonderheiten bzw. Auffälligkeiten (vgl. Tab. 4): a.) Der deutlich höhere Anteil an Angeboten mit Gesundheitsbezug in den thüringischen Vereinen (42 % vs. 22 %) geht auf eine überdurchschnittlich hohe Zahl von Angeboten für Behinderte und chronisch kranke Menschen und Angeboten zu rehabilitativen Zwecken zurück; b.) Angebote mit einem Bezug zu gesundheitlichen Problemen allgemein (Gewichtsprobleme, Fitness etc.) sind dagegen in den Sportvereinen Thüringens eher schwach vertreten.

Tab. 4: *Angebotsformen nach Zielgruppen in %*

	Anteil an Angeboten		Anteil an Vereinen	
	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
Bezugnahme auf gesundheitliche Beeinträchtigungen allg.	6	(12)	1	(5)
Rehabilitation	9	(4)	1	(2)
Behinderte/chronisch Kranke	27	(6)	5	(3)
Summe über Kategorien mit Bezug auf gesundheitliche Beeinträchtigungen	42	(22)	8	(10)

3.17.2.5 Kooperationen

Für den ausgeprägten Gemeinwohlcharakter der Vereinsangebote spricht auch, dass die Sportvereine in Thüringen zahlreiche Kooperationen mit anderen Akteuren eingegangen sind. Wie die Werte in Tab. 5 zeigen, sind die Vereine Thüringens dabei in Bezug fast alle Akteure – insbesondere Schulen, Kindergärten/-tagesstätten, Wirtschaftsunternehmen und Jugendamt – noch „kooperationsfreudiger“ als die Vereine im Bundesdurchschnitt.

Tab. 5: *Kooperationen (Mehrfachnennungen möglich; % der Vereine)*

	Anteil kooperierender		Zusammenarbeit bei	
	Vereine (%)		Angebotserstellung (%)	
Kooperation mit	Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
... anderem Sportverein	78	(70)	19	(19)
... Schule	68	(62)	36	(25)
... Kindergarten/Tagesstätte	31	(24)	19	(9)
... Wirtschaftsunternehmen	34	(21)	11	(7)
... kommerziellen Sportanbietern	18	(11)	7	(3)
... Krankenkasse	16	(18)	7	(9)
... Jugendamt	24	(15)	6	(5)
... Gesundheitsamt	5	(3)	2	(1)

3.17.2.6 Gesellige Angebote

Neben dem eigentlichen Sportangebot verstärken gesellige Veranstaltungen und Angebote die Gemeinwohlbedeutung der Sportvereine. Dass derlei Angebote von den Mitgliedern tatsächlich aufgegriffen werden und sich das entsprechende Gemeinwohlpotenzial somit grundsätzlich entfalten kann, belegen folgende Befunde: Im Durchschnitt nehmen in den Sportvereinen Thüringens zwei Drittel aller Mitglieder an geselligen Veranstaltungen ihres Sportvereins teil. Dies sind deutlich mehr als im Bundesdurchschnitt (49 %).

3.17.2.7 *Bürgerschaftliches Engagement*

Ein zentrales und angebotsübergreifendes Gemeinwohlmoment stellt der Beitrag der Sportvereine zum bürgerschaftlichen Engagement in Thüringen dar. Hochgerechnet auf alle Sportvereine in Thüringen engagieren sich dort Vereinsmitglieder in rd. 100.000 ehrenamtlichen Positionen, ca. 33.000 auf der Vorstandsebene und ca. 67.000 auf der Ausführungsebene (z. B. Trainer, Übungsleiter, Schieds- und Kampfrichter). Von den Ehrenamtlichen sind ca. 63.000 männlichen und ca. 27.000 weiblichen Geschlechts (vgl. Tab. 6). Damit dürfte der organisierte Sport den quantitativ bedeutsamsten Träger bürgerschaftlichen Engagements in Thüringen darstellen.

Tab. 6: *Durchschnittliche Anzahl ehrenamtlicher Positionen pro Verein nach Arbeitsbereich und Geschlecht*

Anzahl ehrenamtlicher Positionen	Mittelwerte		Hochrechnung Thüringen
	Thüringen	(D)	
... auf der Vorstandsebene	10	(13)	33.000
... auf der Ausführungsebene	16	(19)	67.000
... männlich	19	(21)	63.000
... weiblich	8	(10)	27.000
... gesamt	27	(31)	100.000

Durchschnittlich ist in den thüringischen Sportvereinen jeder Ehrenamtliche 17,5 Stunden pro Monat ehrenamtlich tätig. Landesweit ergibt sich damit eine Arbeitsleistung von rd. 1,6 Mio. Arbeitsstunden pro Monat. Daraus resultiert eine monatliche Wertschöpfung durch ehrenamtliches Engagement in den thüringischen Sportvereinen in Höhe von 23,7 Mio. € pro Monat bzw. 285 Mio. € pro Jahr. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in dieser Rechnung die Zahl und die Leistung der sonstigen freiwilligen Helfer (ohne Amt), die zu besonderen Anlässen mobilisiert werden (Vereinsfeste, Sportveranstaltungen, Pflege/Renovierung von Anlagen etc.), nicht berücksichtigt werden.

3.17.2.8 *Demokratiefunktion*

Mit den ehrenamtlichen Strukturen geht einher, dass Sportvereine auch als „Schulen der Demokratie“, insbesondere für Jugendliche, bezeichnet werden. Demnach ist die entsprechende Gemeinwohlfunktion umso höher, je umfassender entsprechende Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche bestehen. So hat in fast 48 % der Sportvereine Thüringens ein Jugendvertreter einen Sitz im Gesamtvorstand. In 30 % der Vereine wird eine Jugendvertretung durch die Jugendlichen gewählt. In 21 % aller Vereine wird ein Jugendlicher als Jugendsprecher gewählt. In 52 % der Vereine haben die Jugendlichen Stimmrecht in der Hauptversammlung und in 15 % der Vereine existiert sogar ein eigener Jugendvorstand bzw. Jugendausschuss (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: *Beteiligungsmöglichkeiten für Jugendliche (Mehrfachnennungen; % der Vereine)*

	Thüringen	(D)
Jugendvertreter/in, -wart, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand	48	(49)
Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen	30	(35)
Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in	21	(27)
Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung	52	(34)
eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss	15	(20)
Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsleiterebene durch die Jugendlichen	9	(11)
keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten	29	(33)

3.17.2.9 Arbeitsplätze

Angeichts der Krise des Arbeitsmarkts wird häufig die Frage gestellt, ob und welche Beschäftigungseffekte von einer Übertragung ehrenamtlicher Arbeit an bezahlte Fachkräfte in Sportvereinen ausgehen (können). Wenngleich die Daten belegen, dass die Sportvereine primär ein Ort des ehrenamtlichen, bürgerschaftlichen Engagements darstellen, so erfüllen sie daneben eine nicht zu vernachlässigende Rolle im Bereich des Arbeitsmarkts. 14 % der Sportvereine in Thüringen bezahlen einen oder mehrere Mitarbeiter für ihre Tätigkeit (bundesweit: 38 %). Im Durchschnitt (der Vereine mit bezahlten Mitarbeitern) handelt es sich dabei um 8 Personen bzw. Stellen pro Verein (bundesweit: 17 Personen). Diese Diskrepanz ist im Wesentlichen darauf zurück zu führen, dass in den Vereinen Thüringens deutlich weniger bezahlte Kräfte im Bereich des Übungs- und Trainingsbetriebs eingesetzt werden als im Bundesdurchschnitt (vgl. Tab. 8).

Tab. 8: *Bezahlte Mitarbeit*

	Thüringen	D
Vereine mit bezahlten Mitarbeitern in %	14 %	38 %
Vereine mit bezahlten Führungskräften in %	2 %	5 %
Durchschnittl. Anzahl bezahlter Stellen	8	17
... davon Führung & Verwaltung	1	1
... davon Sport-, Übungs-Trainingsbetrieb	6	15
... davon Technik, Pflege, Wartung	1	1
... davon Honorarkräfte	6	13
... davon Teilzeitkräfte	1	3
... davon Vollzeitkräfte	2	1

Während das Spektrum der gängigen Beschäftigungsverhältnisse (Beschäftigung auf Vollzeit-, Teilzeit- oder Honorarbasis) in den thüringischen Vereinen im Vergleich zum

Bundesdurchschnitt eher schwach ausgeprägt ist, ergibt sich bei den „Sonderformen“ ein umgekehrtes Bild. Deutlich höhere Anteile von Vereinen bilden aus, beschäftigen Zivil-dienstleistende oder bieten Hartz IV-Zusatzjobs an bzw. planen dies für die Zukunft (vgl. Abb. 2).

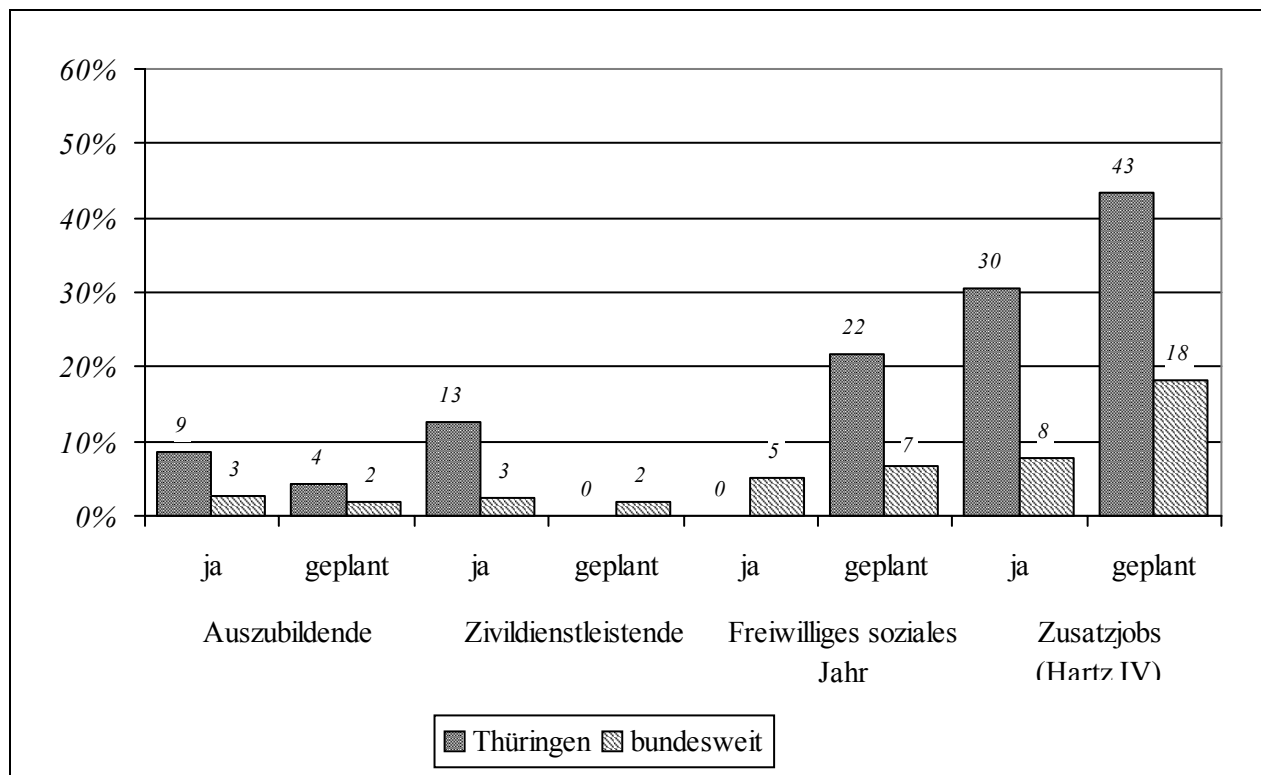


Abb. 2: Sonstige Beschäftigungsverhältnisse (Anteil an Vereinen, die bezahlte Mitarbeiter beschäftigen in %)

3.17.3 Probleme der Vereine und Unterstützungsbedarf

3.17.3.1 Allgemeine Probleme

Trotz der vielfältigen Funktionen und Leistungen, die die Vereine Thüringens erbringen, darf nicht übersehen werden, dass die Situation für sie nicht völlig problemfrei ist. Die größten Herausforderungen sind dabei mit den Aufgaben der „Gewinnung bzw. Bindung jugendlicher Leistungssportler“ und der „Gewinnung bzw. Bindung ehrenamtlicher Mitarbeiter“ verbunden, gefolgt von den Problemen der „Kosten des Wettkampfbetriebs“, der „Gewinnung bzw. Bindung von Mitgliedern (allgemein)“ und – als eine zentrale Ursache hierfür – den negativen Folgen der „demographischen Entwicklung in der Region“ (vgl. Abb. 3).

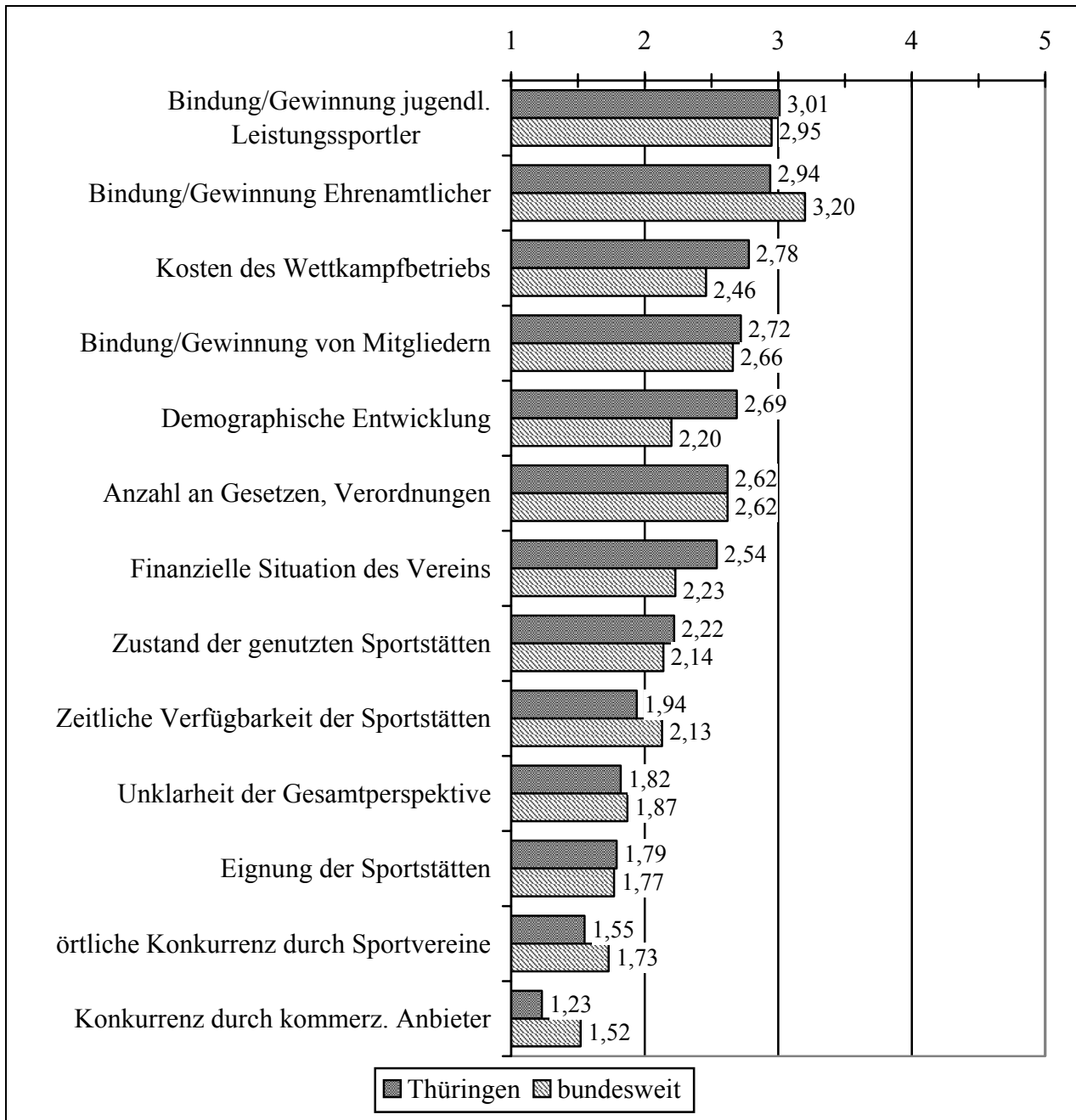


Abb. 3: Problembereiche der Vereine (Mittelwert; 1 = kein Problem bis 5 = ein sehr großes Problem)

Die meist positiven Durchschnittswerte, die das Bild eines eher geringen bis allenfalls mittleren Problemdrucks vermitteln, dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es gleichwohl eine nicht zu vernachlässigende Anzahl an Vereinen gibt, bei denen die Probleme eine existenzielle Bedrohung darstellen. Immerhin 15 % (bundesweit 13 %) aller Sportvereine Thüringens gaben an, das eines oder mehrerer dieser Probleme von existenzbedrohender Bedeutung für ihren Verein sind. Rechnet man dies auf die Gesamtzahl der Vereine in Thüringen hoch, sind dies zwischen 490 und 530 Vereine. Blickt man auf die

Ursachen, so fällt auf, dass die Probleme der Finanzierung des Vereins, die zeitliche Verfügbarkeit von Sportanlagen und die demographische Entwicklung der Region besonders virulent sind (vgl. Abb. 4).

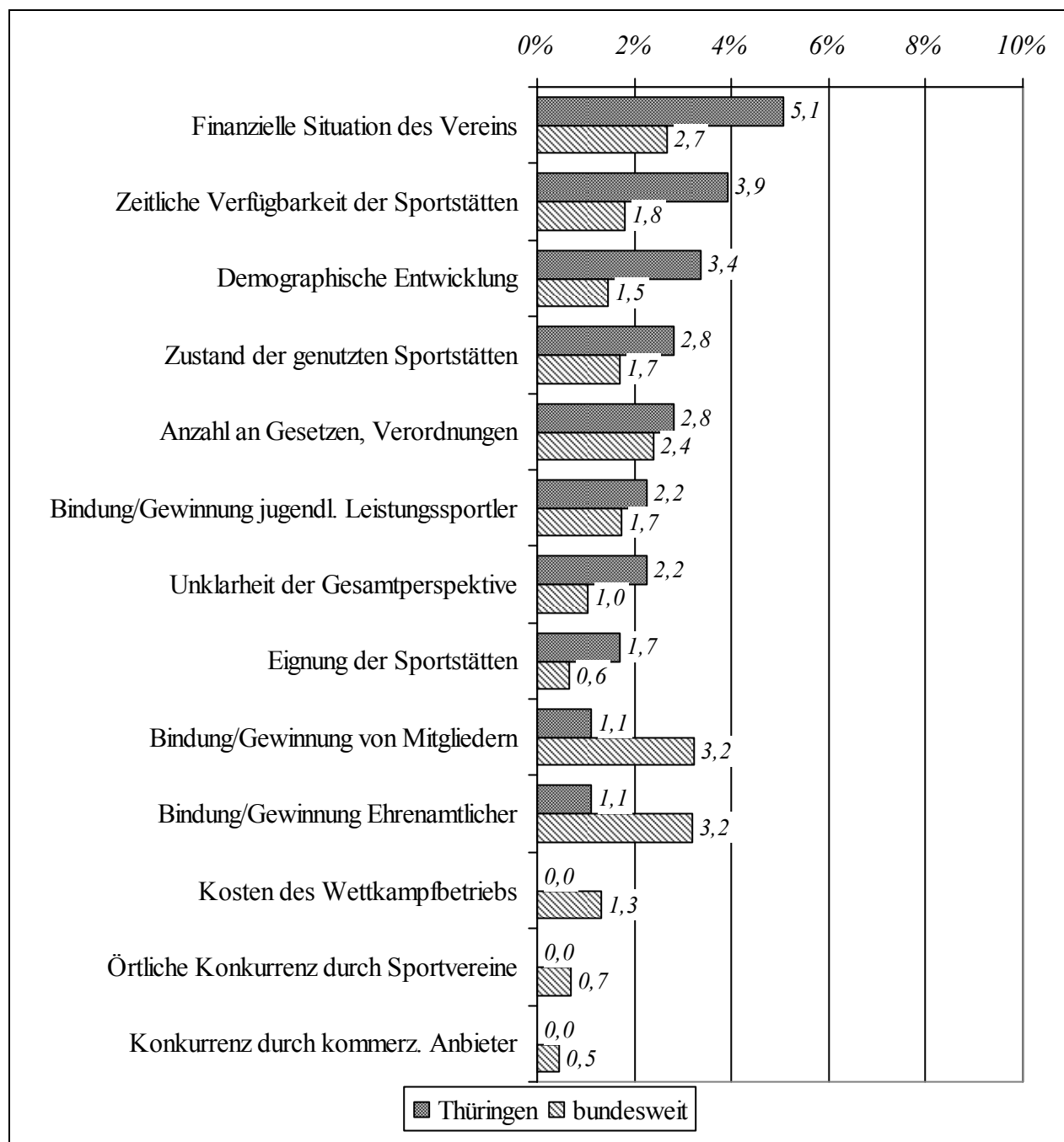


Abb. 4: Prozent der Vereine, bei denen Probleme die Existenz bedrohen

3.17.3.2 Öffentliche Sportanlagen

72 % der thüringischen Sportvereine (bundesweit: 68 %) nutzen kommunale Sportanlagen. Vor dem Hintergrund angespannter öffentlicher Haushalte sowie neuer Steuerungsmodelle scheint sich allerdings die Struktur dieser Form der Subventionierung des Vereinssports aus Steuermitteln zu wandeln. So ist lediglich für 33 % der Vereine (bundesweit: 28 %) die Nutzung kommunaler Sportanlagen noch ganz oder teilweise kostenlos bzw. nicht an Gegenleistungen wie Schlüsselgewalt, Pflegeverantwortung etc. gebunden. 17 % der Vereine bezahlen Nutzungsgebühren für die von ihnen genutzten kommunalen Sportanlagen (bundesweit: 48 %). 57 % (bundesweit: 52 %) der Vereine erbringen sonstige Gegenleistungen für die Nutzung kommunaler Sportanlagen (vgl. Tab. 9).

Tab. 9: *Nutzung kommunaler Sportanlagen (% aller Vereine bzw. der Vereine, die kommunale Anlagen nutzen)*

	Thüringen	(D)
Nutzung kommunaler Anlagen	72	(68)
davon teilweise kostenfreie Nutzung kommunaler Anlagen ohne Erbringung sonstiger Gegenleistungen	33	(28)
davon Zahlung von Nutzungsgebühren	17	(48)
davon Erbringung sonstiger Gegenleistungen	57	(52)

3.17.3.3 Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements durch die öffentliche Hand

Angesichts der hohen Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements einerseits und der markanten Problembekundung im Hinblick auf die Bindung sowie Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter stellt sich die Frage, ob und wie ehrenamtliches Engagement aus Sicht der thüringischen Sportvereine zu fördern ist. Insgesamt sind 92 % der Meinung, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten (vgl. Abb. 5).

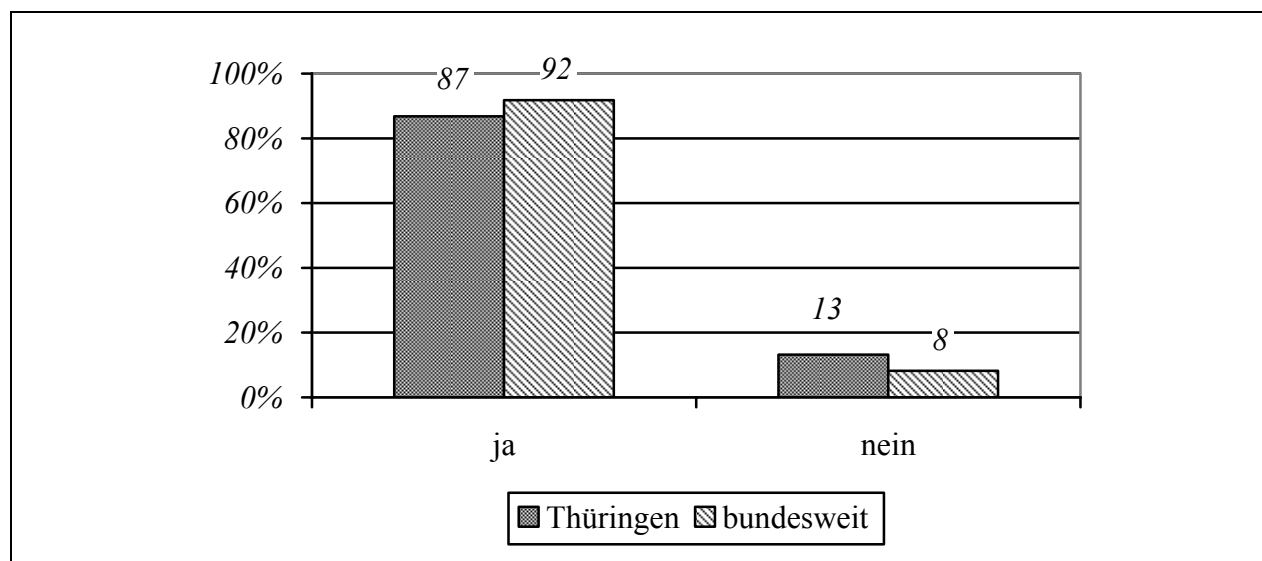


Abb. 5: Sollten Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern? (in % der Vereine)

Gefragt nach den Formen einer vermehrten bzw. besseren Unterstützung ehrenamtlich geleisteter Arbeit betonten die befragten Vereinsvertreter Thüringens insbesondere Formen einer besseren öffentlichen Anerkennung durch Ehrungen und eine entsprechende Medienberichterstattung. Auf ökonomische und rechtliche Möglichkeiten einer Stärkung des Ehrenamtes, wie etwa die (bessere) steuerliche Absetzbarkeit von Kosten, die (bessere) Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung sowie die (bessere) steuerliche Freistellung von Aufwandentschädigungen, wird ebenfalls – allerdings von anteilig etwas weniger Vereinen als im Bundesdurchschnitt – verwiesen (vgl. Abb. 6).

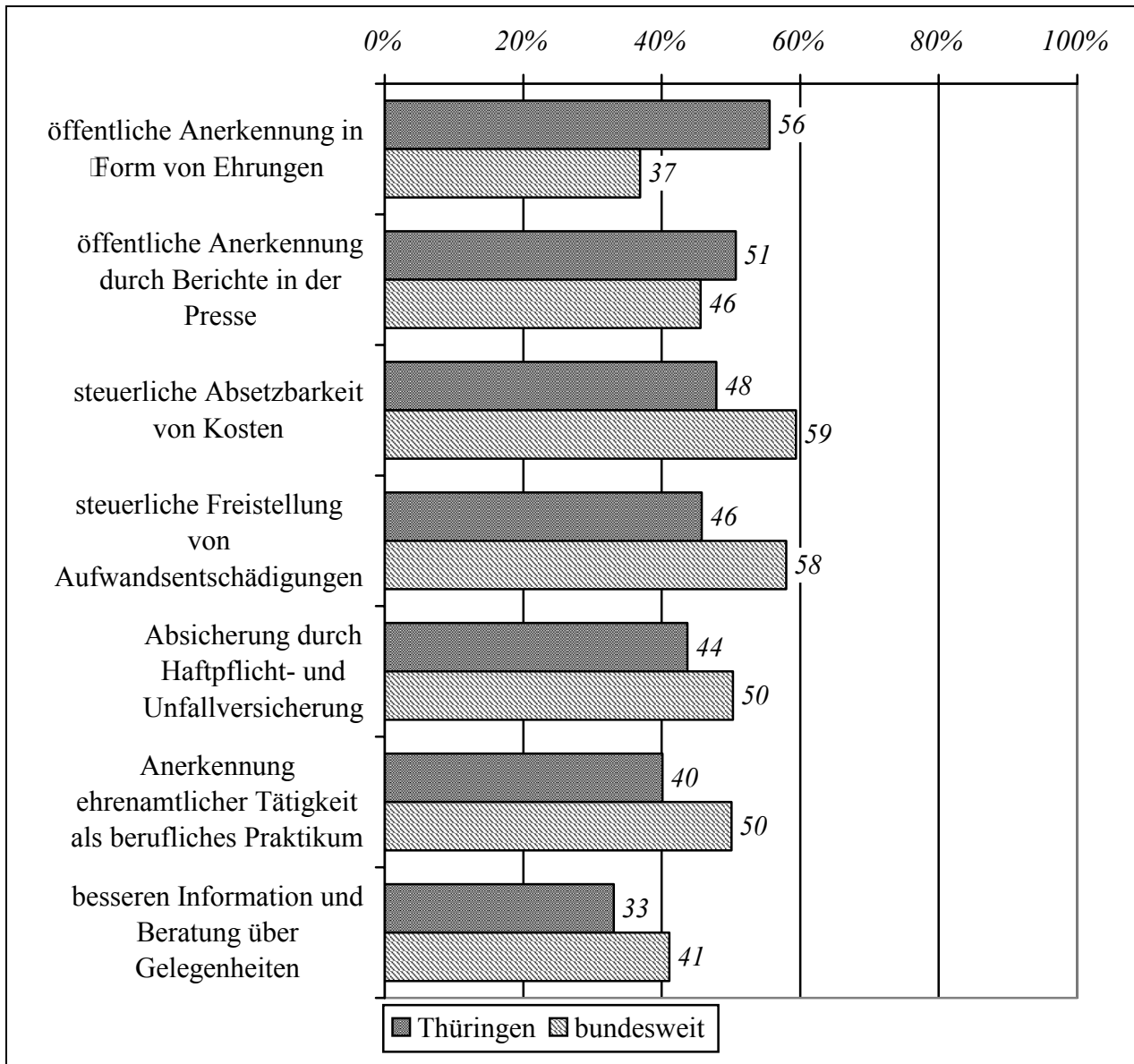


Abb. 6: Gewünschte Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamtes (Mehrfachnennungen; Angaben in % der Vereine, die Verbesserungen wünschen)

3.17.3.4 Unterstützung durch den LandesSportBund Thüringen

Bekanntlich unterstützt nicht nur die öffentliche Hand die Sportvereine. Maßgebliche Unterstützung erhalten sie auch von Seiten des Landessportbundes. Hierbei zeigt sich, dass die abgefragten Beratungs- und Unterstützungsleistungen des LandesSportBundes Thüringen von den Vereinen durchweg als wichtig bzw. sehr wichtig erachtet werden. Dies gilt insbesondere für die klassischen Unterstützungsleistungen der Aus- und Fortbildung von Trainern und Übungsleitern, der finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit und Informations- und Beratungsangeboten im Bereich der Vereinsorganisation und des Vereinsmanagements (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: *Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen nach Wichtigkeit sortiert (Mittelwerte; 1 = unwichtig bis 3 = sehr wichtig bzw. 1 = unzufrieden bis 3 = zufrieden)*

Nr.	Bereich	Wichtigkeit		Zufriedenheit	
		Thüringen	(D)	Thüringen	(D)
1	Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	2,79	(2,67)	1,89	(1,96)
2	Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	2,71	(2,68)	2,31	(2,23)
3	Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	2,69	(2,69)	2,64	(2,72)
4	Information und Beratung zu Recht/Versicherungen	2,61	(2,52)	2,55	(2,43)
5	Information und Beratung zu Finanzen/Steuern	2,55	(2,44)	2,58	(2,36)
6	Hilfen im Bereich Jugendarbeit im Sport	2,54	(2,57)	2,27	(2,24)
7	Information und Beratung der Vereine generell	2,52	(2,50)	2,33	(2,41)
8	Finanzielle Unterstützung beim Bau/Modernisierung von Sportanlagen	2,43	(2,42)	1,53	(2,02)
9	Finanzielle Unterstützung beim Erwerb von Sportgeräten	2,39	(2,45)	1,80	(2,01)
10	Hilfen im Bereich Kooperation Schule-Verein	2,38	(2,29)	2,33	(2,19)
11	Information und Beratung in Sachen Mitgliederbindung und -gewinnung	2,32	(2,30)	1,89	(1,79)
12	Information und Beratung in Sachen Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit	2,27	(2,15)	1,96	(1,96)
13	Information und Beratung in Sachen Sportanlagenbau und -management	2,15	(2,02)	1,72	(1,94)
14	Lehrgänge im Vereinsmanagement	2,13	(2,07)	2,47	(2,50)
15	Politische Lobbyarbeit für den Vereinssport	2,04	(2,09)	2,00	(1,89)
16	Organisationsleiter-/ Vereinsmanagerzuschüsse	2,02	(1,87)	1,69	(1,69)
17	Hilfen im Bereich Talentsuche/-förderung	2,00	(1,96)	1,81	(1,92)
18	Information und Beratung zu EDV/Internet/Homepage	1,93	(1,97)	1,90	(1,99)
19	Information und Beratung zu Organisation/Planung	1,92	(1,94)	2,19	(2,14)
20	Information und Beratung zur Frauenförderung	1,83	(1,74)	2,08	(1,98)
21	Information und Beratung zum Veranstaltungsmanagement	1,77	(1,73)	2,09	(1,94)
22	Information und Beratung in Sachen Übernahme kommunaler Sportanlagen	1,73	(1,67)	1,76	(1,79)
23	Information und Beratung zum Qualitätsmanagement	1,67	(1,73)	2,03	(1,87)
24	Hilfen im Bereich Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppe)	1,61	(1,74)	2,10	(2,09)

Es stellt sich nun die Frage, wie der LandesSportBund Thüringen seine Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Sportvereine optimieren kann.

Zur Identifikation entsprechender Optimierungspotenziale dient das folgende Wichtigkeits-Zufriedenheits-Raster (vgl. Abb. 7). Optimiert werden sollten insbesondere jene Unterstützungsleistungen, die aus Sicht der Vereine wichtig bzw. sehr wichtig sind, mit denen die Vereine zugleich aber tendenziell eher unzufrieden sind (der Quadrant rechts unten: „Hier ansetzen!“).

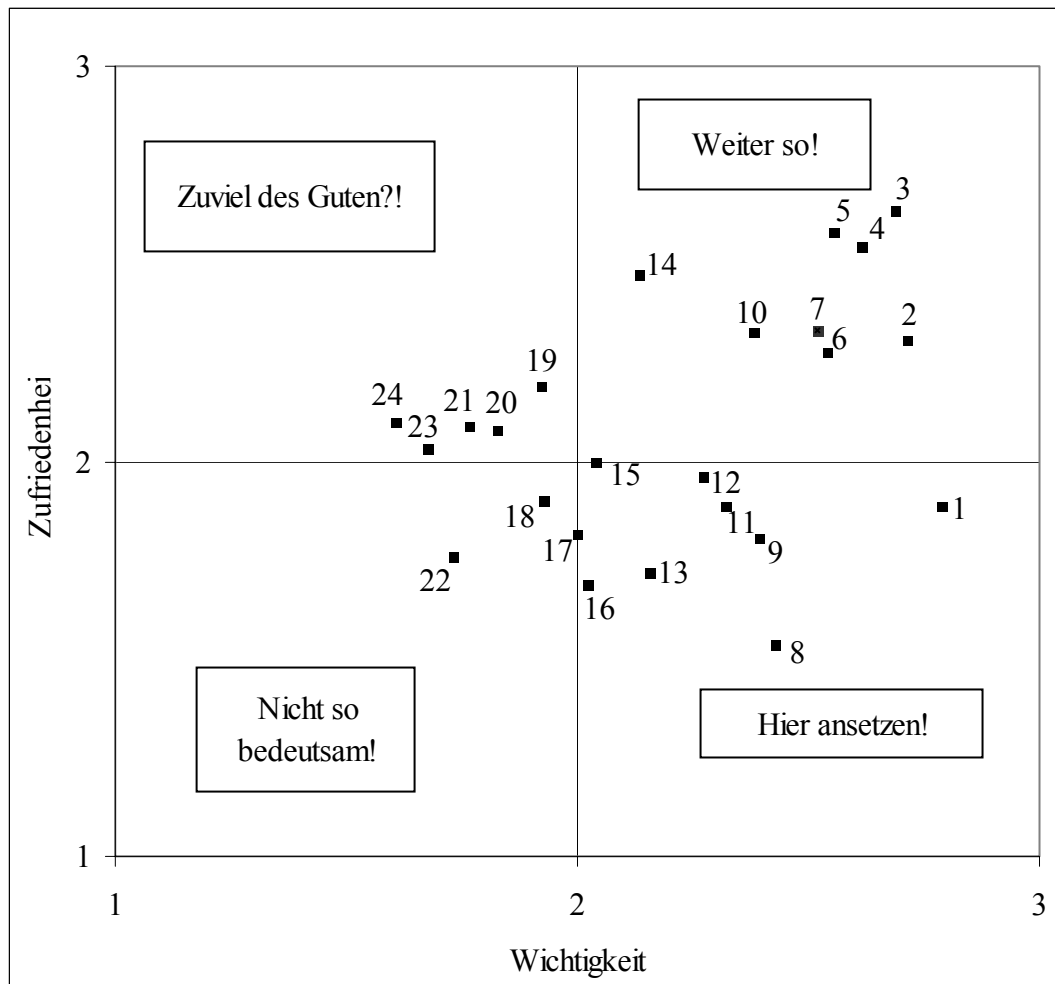


Abb. 7: Matrix der Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Unterstützungsleistungen (Mittelwerte; Legende siehe Tab. 10)

Zu optimieren wären demnach aus Sicht der Sportvereine Thüringens a.) die finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell (1), b.) die finanzielle Unterstützung der Vereine beim Erwerb von Sportgeräten (9), c.) die finanzielle Unterstützung der Vereine beim Bau/der Modernisierung von Sportanlagen (8), und d.) mehr Beratung und Information der Vereine in Fragen der Mitgliedergewinnung und -bindung (11), des Sportanlagenbaus (13) und -managements und zu dem Aufgabenbereich Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit (12).

Die im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bei den Vereinen Thüringens besonders ausgeprägte Erwartungshaltung nach „finanzieller Unterstützung der Vereine“ auf vielen Feldern wirft allerdings auch die Frage auf, ob hier nicht eine gewisse „Anspruchszerrissenheit“ bzw. eine „Anspruchsmentalität“ seitens der Vereine vorliegt, denen der Verband durch eine bessere Aufklärungsarbeit über seine (begrenzten) Ressourcen und Unterstützungsmöglichkeiten begegnen sollte.

Wünschenswert, aber im Durchschnitt der Vereine weniger bedeutsam (das Feld „nicht so bedeutsam!“) sind eine Optimierung der Unterstützungsleistungen auf den Feldern Information und Beratung in Sachen (17) Talentsuche/-förderung, (18) EDV/Internet und (22) Übernahme kommunaler Sportanlagen.

Optimal bzw. gut positioniert (Quadrant rechts oben: „Weiter so!“) ist der LSB Thüringen gegenwärtig auf den Feldern der (7) Information und Beratung der Vereine allgemein und den Bereichen (4) Recht/Versicherungen und (5) Steuern/Finanzen, (3) der Aus- und Fortbildung von Übungsleitern, (2) Zuschüsse für Trainer und Übungsleiter und (6) Hilfen im Bereich Jugendarbeit, dem Thema (10) Kooperation mit Schulen und (14) Lehrgängen zum Vereinsmanagement.

Ebenfalls gut positioniert (allerdings aus der Sicht der Vereine von etwas geringerer Wichtigkeit) ist der LSB Thüringen in Bezug auf die Informations- und Beratungsleistungen zu den Themen (20) Frauenförderung, (21) Veranstaltungsmanagement und (23) Qualitätsmanagement und (24) den Hilfen bei der Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (Quadrant links oben: „Zuviel des Guten?“).

3.17.3.5 Kampagne „Sport tut Deutschland gut“

Eine besondere Form der Unterstützung stellt die aktuelle DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ dar. Aus Sicht der Sportverbände stellt sich bei solchen Kampagnen die Frage nach der Effektivität. 56 % der thüringischen Vereine kennen diese Kampagne (vgl. Tab. 11).

Von diesen (= 100 %) wurden sie zumeist in Form der Plakataktion oder der Kenntnis der Arbeitsmaterialien wahrgenommen, weniger in Form von Anzeigen oder Kino- bzw. TV-Spots. 40 % der Vereine, denen die Kampagne bekannt ist, stufen diese als eine geeignete Form der Unterstützung der Vereinsarbeit ein. 29 % sind sich diesbezüglich unsicher. Allerdings sind auch immerhin 31 % der Vereine der Ansicht, dass diese Kampagne keine geeignete Form der Unterstützung ihrer Vereinsarbeit darstellt. Deutlich positiver fällt das Urteil darüber aus, ob die Kampagne eine sinnvolle Möglichkeit sei, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Zwei Drittel der Vereine, die die Kampagne kennen, stimmen dem zu. Lediglich 12 % verneinen dies.

Allerdings wissen nur 17 % der Vereine, die die Kampagne kennen, über den Internet-Baukasten zur Kampagne Bescheid. Von diesen 17 % (= 100 %) haben wiederum 27 %

bereits damit gearbeitet. Dies entspricht insgesamt fast 3 % aller Vereine in Thüringen und mehr als 4 % jener Vereine, die die Kampagne kennen.

Tab. 11: Bekanntheit der aktuellen DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“ (in % der Vereine bzw. der Vereine, die die Kampagne kennen)

	Thüringen	(D)
Bekannt	56	(49)
davon wahrgenommen als		
... Plakat	76	(64)
... Anzeige	48	(52)
... Arbeitsmaterialien	54	(39)
... Kino-/TV-Spot	18	(18)
davon Einschätzung als		
... geeignete Unterstützung der Vereinsarbeit		
Nein	31	(33)
Ja	40	(45)
weiß nicht	29	(22)
... sinnvolle Möglichkeit, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren		
Nein	12	(11)
Ja	68	(73)
weiß nicht	20	(16)
davon: Kennen des Internet-Baukastens	17	(21)
davon: Arbeit mit Internet-Baukasten	27	(23)

3.17.4 Stichprobe und Rücklauf

Zur Stichprobengenerierung wurde die vom LandesSportBund Thüringen zur Verfügung gestellte Adressendatenbank der Vereine genutzt. Sie umfasste 1.049 E-Mail-Adressen thüringischer Sportvereine. Um repräsentative Aussagen für alle Sportvereine in Thüringen treffen zu können (Kriterium 90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5), waren mindestens 252 beteiligte Vereine erforderlich. Bei einer erwarteten Antwortrate von 15 % waren somit 1.035 Vereine zu befragen. Diese 1.035 Vereine wurden per reiner Zufallsauswahl aus den 1.049 Vereinsadressen gezogen.

Nach Abzug fehlerhafter Adressdaten sowie stichprobenneutraler Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband; Verein hat sich aufgelöst) verblieben 831 Vereine. Davon konnten insgesamt 178 Interviews realisiert werden, was einem Rücklauf von 21,4 % entspricht (Rücklaufquote bundesweit: 20,6 %). Demnach wurde die Rücklaufquote der ein-

zigen Vergleichsstudie, der Online-Befragung der nordrhein-westfälischen Sportvereine durch die IZP GmbH im Jahre 2004, in Höhe von 11,2 % deutlich übertroffen. Trotz dieser guten Beteiligungsquote konnten damit in Thüringen nur 70,6 % der erforderlichen 252 Befragungen realisiert werden. Eine von der Projektleitung zum Ausgleich vorgeschlagene Nacherhebung wurde vom LSB Thüringen nicht in Anspruch genommen. Aufgrund der dadurch eingeschränkten Repräsentativität sind gewisse Verzerrungen in den Ergebnissen der Analyse nicht auszuschließen. Für zukünftige Erhebungen sollten daher Maßnahmen ergriffen werden, um die Antwortbereitschaft der Vereine zu erhöhen.

Tab. 12: Stichprobenbeschreibung für die Vereinserhebung in Thüringen

	N	Anteil an Stichprobe I in %	Anteil an Stichprobe II in %
Grundgesamtheit	3.388		
90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	252		
Stichprobe I	1.035	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	200	19,0	
Person nicht im Verein tätig	2	0,2	
Stichprobenneutrale Ausfälle	2	0,2	
Verbände	2	0,2	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	0	0,0	
Bereinigte Stichprobe II	831	80,1	100,0
Absagen	3	0,3	0,4
Realisierte Interviews	178	17,2	21,4
Anteil (realisierte/notwendige Interviews)	70,6 %		

Im Hinblick auf den Aufbau des Paneldesigns ist erfreulich, dass 50 % der beteiligten thüringischen Vereine mit Sicherheit an der zweiten Welle in zwei Jahren teilnehmen möchten, weitere 44 % eventuell (vgl. Abb. 8). Somit ist die Anwendung der neuen Methode insgesamt als sehr erfolgreich zu bewerten.

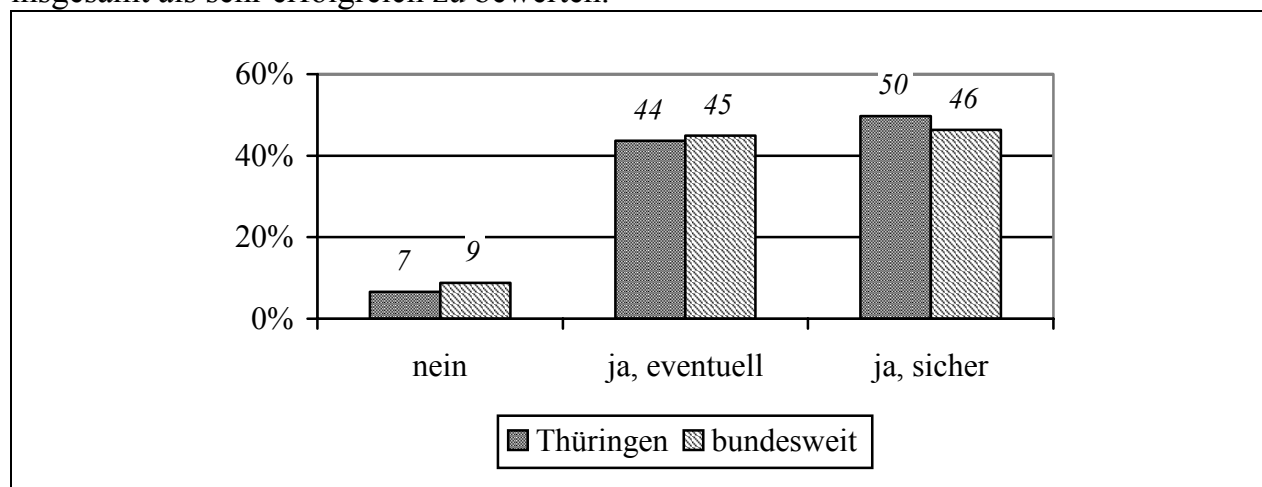


Abb. 8: Teilnahme der Vereine an einer Wiederbefragung (Angaben in % der Vereine)

4 Theoretischer Hintergrund: Produktion von Handlungs- und Legitimationswissen

Christoph Breuer

Im Rahmen des Aufbaus einer Sozialberichterstattung des deutschen Sports sollte eine Sportvereinsuntersuchung konzipiert werden, die die Steuerung sowohl der Außen- als auch der Binnenbeziehung des gemeinwohlorientierten Sports wirkungsvoll unterstützt. Die Auftragstellung impliziert eine Abkehr von dem bisherigen grundlagenwissenschaftlich orientierten Modell der Finanz- und Strukturanalyse des deutschen Sports (FISAS). Stattdessen hatte sich die zu konzipierende Vereinsuntersuchung an Konzepten der Organisationssteuerung und Politikberatung zu orientieren. Hierzu sollten eine Paneluntersuchung entwickelt, Überlegungen zu einem adäquaten Verfahren der Datenerhebung angestellt und die spätere Einrichtung eines Data-Warehouses berücksichtigt werden.

Ein solches Steuerungsinstrument erfordert eine solide steuerungstheoretische Basis. Nur eine entsprechend theoriegeleitete Konzeption stellt sicher, dass (1) die Besonderheiten der Steuerung des gemeinwohlorientierten Sports hinreichend berücksichtigt, (2) Möglichkeiten wie Grenzen der Steuerung der Außen- und Binnenbeziehungen umfassend erkannt und (3) Analyse und Politik- bzw. Organisationsberatung systematisch miteinander verknüpft werden. Zu diesem Zweck wird auf das Modell der wissensbasierten Steuerung von Sportorganisationen zurückgegriffen (Breuer, 2005a), welches für den hier verfolgten Forschungszweck nur leicht modifiziert werden muss. Dieses Modell fußt (a) auf dem Grundverständnis der Optimierung der organisationalen Überlebensfähigkeit als zentraler Aufgabe des Sportmanagements. Dabei wird (b) die systematische Wissensgenerierung als Basis organisationaler Entwicklung verstanden. Eine weitere Besonderheit liegt (c) in der systematischen Verknüpfung von Analyse und Beratung bzw. Intervention.

Durch diesen metatheoretischen Rückgriff wird vermieden, dass (1) die Sozialberichterstattung des deutschen Sports zu einem „Measurement without Theory“ (Wagner, 2002, S. 411) verkommt, wie dies häufig bei Sozialberichterstattungen der Fall ist. (2) Damit geht einher, dass die steuerungstheoretische Leitperspektive maßgeblich dazu beiträgt, dass die Sozialberichterstattung tatsächlich die passenden Antworten auf drängende Fragen des deutschen Sports liefert. (3) Überdies soll damit eine explizit handlungsorientierte Form einer Sozialberichterstattung konzipiert werden – die im Gegenteil zu den klassischen Ansätzen von Sozialberichterstattung Organisations- und Politikberatung als integrale Bestandteile von Sozialberichterstattung betrachtet und auch Monitoring sowie Evaluation von Interventionen ermöglicht.

Somit wird wissenschaftliche Steuerung im Sinne des professionellen Paradigmas der angewandten Sozialforschung (van de Vall, 1993) verstanden, wonach die wissenschaftliche Bearbeitung eines Problems mit der Problemdiagnose keineswegs beendet ist. Vielmehr

wird erst mit der Entwicklung eines Designs verschiedener Handlungsalternativen sowie der Umsetzung von Forschungsergebnissen in konkrete Maßnahmen gewährleistet, dass die Problemdiagnose einen wirksamen Beitrag zur Problemlösung leisten kann.

Grundlegend für ein solches Steuerungsverständnis ist, dass sich der gemeinwohlorientierte Sport stets von neuem an seine Systemumwelt anpassen muss, um seine Überlebensfähigkeit zu optimieren. Dies gilt auch deshalb, da sich der gemeinwohlorientierte Sport ebenso wie andere soziale Systeme in einem Zeitalter von Diskontinuitäten bewegt. Dies impliziert, dass seine Existenzberechtigung nachhaltig und von Grund auf in Frage gestellt werden könnte. Ein erstes Indiz hierfür dürften die vielerorts zu verzeichnenden Kürzungen im Bereich der öffentlichen Sportförderung sein. Dierkes und Marz (1998, S. 8) sprechen gar von einer „langandauernden Fundamentalkrise“ von Organisationen, da die Krise auf drei Ebenen stattfindet: Es handelt sich (1) um eine Krise im Umfeld der Organisationen. Sie erscheint zunächst als ein externes Phänomen und wird als eine mehr oder weniger gravierende Umfeldveränderung wahrgenommen, an die sich die Organisation anpassen muss, um ihre Existenz zu sichern. Weiterhin handelt es sich (2) um eine Fundamentalkrise, da sie keinen Bogen um Organisationen macht, sondern mitten durch sie hindurch geht. Sie greift stets auch – wenn auch in unterschiedlicher Breite und Tiefe – organisationsintern Raum. Schließlich führt die gegenwärtige Krise (3) auch zu einer Erosion und Auflösung der organisationsspezifischen Lernkonventionen, jener bislang gültigen und bewährten Vereinbarungen darüber, was und wie in Organisationen gelernt werden muss, um Krisen zu bewältigen.

Wie durchdringend diese Fundamentalkrise die Überlebensfähigkeit des gemeinwohlorientierten Sports bedroht, wird anhand des Viabilitätsmodells von Sportorganisationen (Breuer, 2005a) sichtbar. Grundsätzlich gilt, dass der gemeinwohlorientierte Sport seine Überlebensfähigkeit bewahrt, indem er seinen Ressourcenzufluss absichert. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass er sowohl Ressourcen aus seiner organisationsinternen als auch aus seiner organisationsexternen Umwelt erhält. Von seinen internen Ressourcengebern (Mitglieder, Mitarbeiter) erhält er Ressourcen in Form von Arbeitskraft, sozialen Beziehungen, moralischer Unterstützung sowie finanziellem Support (z. B. Mitgliedschaftsbeiträge). Von externen Ressourcengebern (z. B. Staat, Kommune, Sponsoren) erhält er primär finanzielle Ressourcen oder geldwerte Leistungen wie direkte Zuschüsse, Steuervorteile oder die Möglichkeit kostengünstiger Nutzung von Sportgelegenheiten und Gruppenräumen.

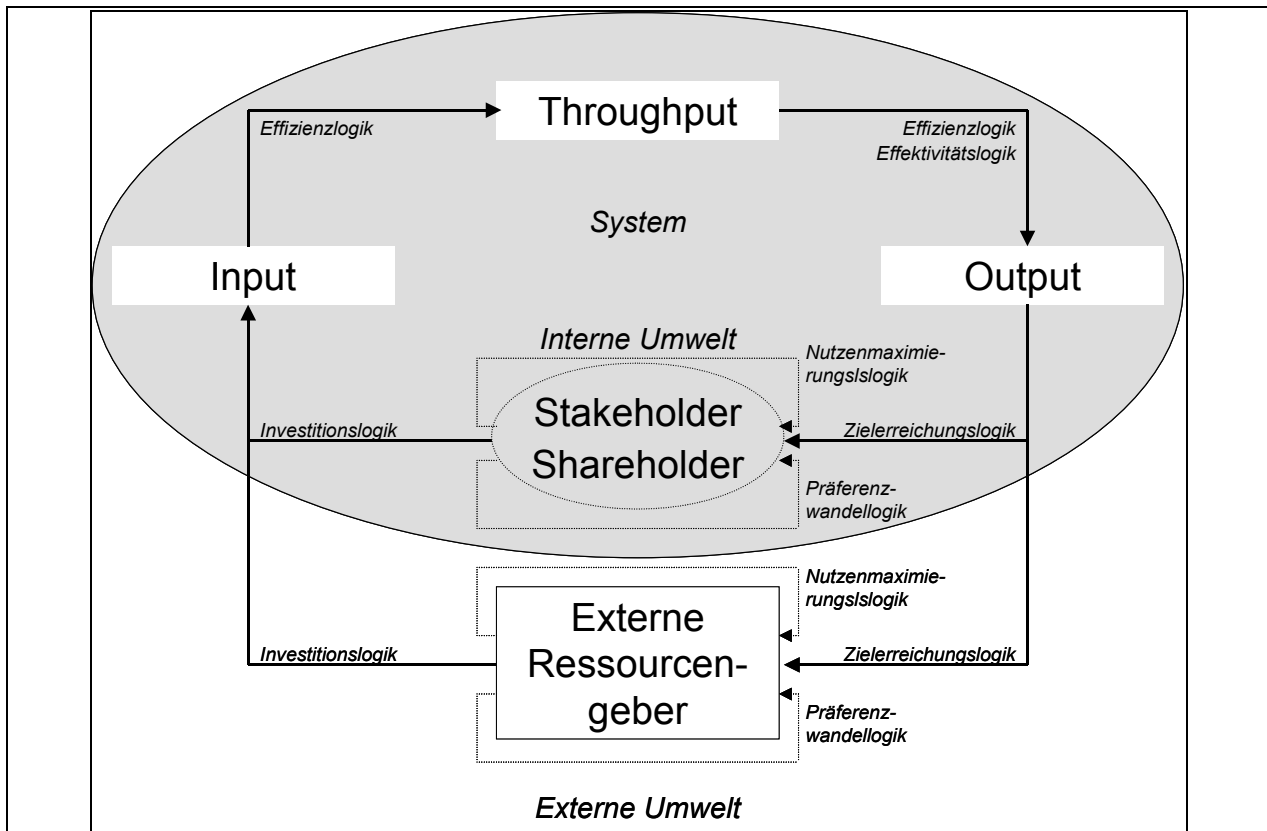


Abb. 1: Modell viabler Organisationen

Allerdings verhalten sich weder interne noch externe Ressourcengeber rein altruistisch, sondern verfolgen mit ihrer Investition ein spezifisches Ziel. Mitglieder investieren z. B. den Mitgliedsbeitrag, um ein Sportprogramm nutzen zu können oder von anderen Produkten des gemeinwohlorientierten Sports zu profitieren wie etwa Geselligkeit. Die externen Ressourcengeber wie Staat und Kommune investieren dagegen in den gemeinwohlorientierten Sport, weil sie sich von ihm einen Beitrag zur Lösung wichtiger gesellschaftlicher Aufgaben erhoffen – etwa im Bereich der Jugendarbeit, der sozialen Integration, der Gesundheitsförderung oder der Gewaltprävention. Gemäß der Wert-Erwartungstheorie (vgl. Esser, 1993, S. 237ff.) handeln die Ressourcengeber aber auch nutzenmaximierend. D. h., die Investition wird nur solange aufrechterhalten, solange eine realistische Aussicht besteht, dass die Organisation diese Erwartungen auch erfüllt. Somit kann die Organisation auch nur solange existieren, wie sie hinreichend Anreize für die Investition von Ressourcen bietet. Verhaltensökonomisch betrachtet muss dabei der in Aussicht gestellte Nutzen der den Ressourcengebern entstehenden Kosten für die Ressourcenabgabe übersteigen (vgl. auch Wilkens, 1996, S. 30ff.). Andernfalls investiert der Ressourcengeber in ein anderes Objekt, von dem er sich einen höheren return on investment verspricht. Und die Organisation besitzt aufgrund des Ressourcenschwundes ein Überlebensproblem.

Zugleich verändern sich aber auch die Präferenzen der Ressourcengeber – und damit die mit der Investition verfolgten Ziele. Daher muss der gemeinwohlorientierte Sport seinen

Output ständig den sich verändernden Anforderungen anpassen. Von Bedeutung ist nun, dass mit dem sozialen Wandel die Beziehungen auf beiden Ebenen zunehmend instabiler werden. So führen auf der einen Seite die sich verändernde Nachfrage nach Sport und Bewegung, die abnehmende Bindung an Sportvereine und der demografische Wandel dazu, dass die Mitgliedschaft in einer Sportorganisation zunehmend zu einem instabilen und kritischen Faktor wird. Auf der anderen Seite führen die Finanzknappheit sowie die gestiegene Effektivitäts- und Effizienzorientierung der öffentlichen Hand (aber auch die Sparmaßnahmen der Wirtschaft) dazu, dass externe Ressourcen ebenfalls zu einem instabilen und kritischen Faktor werden. Die entsprechend umgestellten Steuerungsmodelle der öffentlichen Verwaltungen im Sinne des „New Public Managements“ (Weiß, 2002) machen darüber hinaus unübersehbar darauf aufmerksam, dass den entsprechenden Diskursen um die Zukunft des Staates und der Gesellschaft die Entwicklung neuer Instrumente und Kriterien entspricht, mit denen die Austauschbeziehungen zwischen den öffentlichen Verwaltungen und dem „Dritten Sektor“ problem- und effizienzorientierter betrachtet und präziser erfasst („gemessen“) werden. So ist beispielsweise in Nordrhein-Westfalen im Rahmen der Verwaltungsstrukturreform ein Wirksamkeitsdialog mit der Entwicklung entsprechender Controlling-Instrumente für die Leistungsbeiträge auch der Akteure des gemeinwohlorientierten Sports konstitutiv geworden. Auf einer systemtheoretischen Ebene kann dies auch als Verstärkung staatlicher Supervision bezeichnet werden (zur Funktion von Supervision als Form staatlicher Steuerung vgl. Willke, 1997) bzw. als ein Wink des Staates mit der „Rute im Fenster“ (Mayntz & Scharpf, 1995, S. 29): Mittelentzug und die Lösung struktureller Kopplung drohen, sobald die vereinbarten Kriterien nicht erfüllt werden. Für den gemeinwohlorientierten Sport ist dabei von Bedeutung, dass diese Ansätze nicht auf der konzeptionellen Ebene stehen bleiben, sondern in der Praxis der Jugendhilfe auch verstärkt umgesetzt werden (Flösser & Otto, 1996). So zeigt der „Wirksamkeitsdialog Jugendverbandsarbeit in Nordrhein-Westfalen“ ebenfalls, dass die Sportakteure im Rahmen der Jugendhilfe zunehmend gezwungen sind, entsprechende Kennzahlen ihrer Arbeit zu liefern, wenn sie weiterhin ein gleichberechtigter Akteur des Jugendverbandswesens sein wollen (vgl. Beywl et al., 2001; insbesondere aber Schäfer, 2001; Schneid, 2001). Neokorporatistische Beziehungen werden zunehmend mittels Kontraktmanagement anstatt traditionell mittels Vertrauen gesteuert (Breuer, 2002, S. 11). Folglich dürfte mit den knapper werdenden öffentlichen Mitteln und dem verstärkten Einzug der Effektivitäts- und Effizienzorientierung in das Handeln des politisch-administrativen Systems die Lernunfähigkeit und mangelnde Responsivität von „Dritten-Sektor-Organisationen“ nicht länger belohnt werden wie dies noch Seibel (1992, S. 205) auf Basis von Fallstudien behauptete.

Vielmehr droht im Falle von organisationaler Lernunfähigkeit ein Wegbruch finanzieller Beihilfen der öffentlichen Hand – wie ihn bereits andere Organisationen des Dritten Sektors hinnehmen mussten (vgl. Bode & Graf, 1999, S. 9) – und damit eine zunehmende Ressourceninstabilität. Wie deutlich sich das Ressourcenmanagement der Akteure der Sportregion angesichts der Sparmaßnahmen von Staat und Kommune umorientieren muss,

wird auch daran ersichtlich, dass die klassische Form der Ressourcenstabilisierung der Sportorganisationen über Kooptation und personelle Verflechtung im Sinne von „interlocking directorates“ (Schreyögg, 2000, S. 370) bzw. mittels Umweltkontakten bestimmter Vorstandsmitglieder (vgl. Heinemann & Horch, 1988, S. 113) zunehmend an ihre Grenzen stoßen. Mit steigender Mittelknappheit und Notwendigkeit zum rationellen Wirtschaften auf Seiten der Ressourcengeber sinkt die Effektivität dieser Methode der Ressourcenstabilisierung.

Diese Entwicklungen drängen die Sportorganisationen neben den anderen Trägern des Dritten Sektors in Probleme der Selbstvergewisserung und damit zu Reflexionsleistungen, die mit dem überkommenen Wissensbestand und traditionell bewährten Legitimationsformeln sowie den tradierten Mechanismen der Politikformulierung kaum noch erfolgreich zu bestreiten sein werden.

Folglich muss der gemeinwohlorientierte Sport seine Steuerung der Außen- wie Binnenbeziehungen umstellen von einer traditions- und erfahrungsbasierten Steuerung auf eine stärker wissensbasierte Form der Steuerung. In Zeiten dynamischer Umbrüche ist Wissen das wohl funktionalste Steuerungsmedium, um Außen- wie Binnenbeziehungen stets aufs Neue zu justieren.

4.1 Handlungswissen

So benötigt der gemeinwohlorientierte Sport Handlungswissen, in welchen Feldern Schwachstellen und Optimierungspotenziale der gemeinwohlorientierten Angebotserstellung von Vereinen und Verbänden, aber auch der Unterstützungsleistungen der Verbände für die Vereine bestehen. Um dem gerecht zu werden, muss die Sozialberichterstattung des deutschen Sports (hier: das Teilmodul Vereinsuntersuchung) kompatibel gemacht werden mit Konzepten des organisationalen Lernens. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es zur Sicherung der Überlebensfähigkeit des gemeinwohlorientierten Sports nicht ausreicht, das bisherige immer besser zu machen (Anpassungslernen). Notwendig werden auch Kompetenzen des Veränderungslernens und des Prozesslernens. Veränderungslernen zielt auf eine Zielkorrektur, auf Prioritätenbildung und auf Strategieänderung ab. Es gewinnt mit den brüchigeren Außen- und Binnenbeziehungen des gemeinwohlorientierten Sports zunehmend an Bedeutung. Das gleiche gilt für das Prozesslernen. Zielsetzung sind hier Änderungen in den Managementprozessen selbst. Prozesslernen dient der Flexibilitätserhöhung des gemeinwohlorientierten Sports, die in turbulenten Umwelten ebenfalls immer wichtiger wird (vgl. Abb. 2).

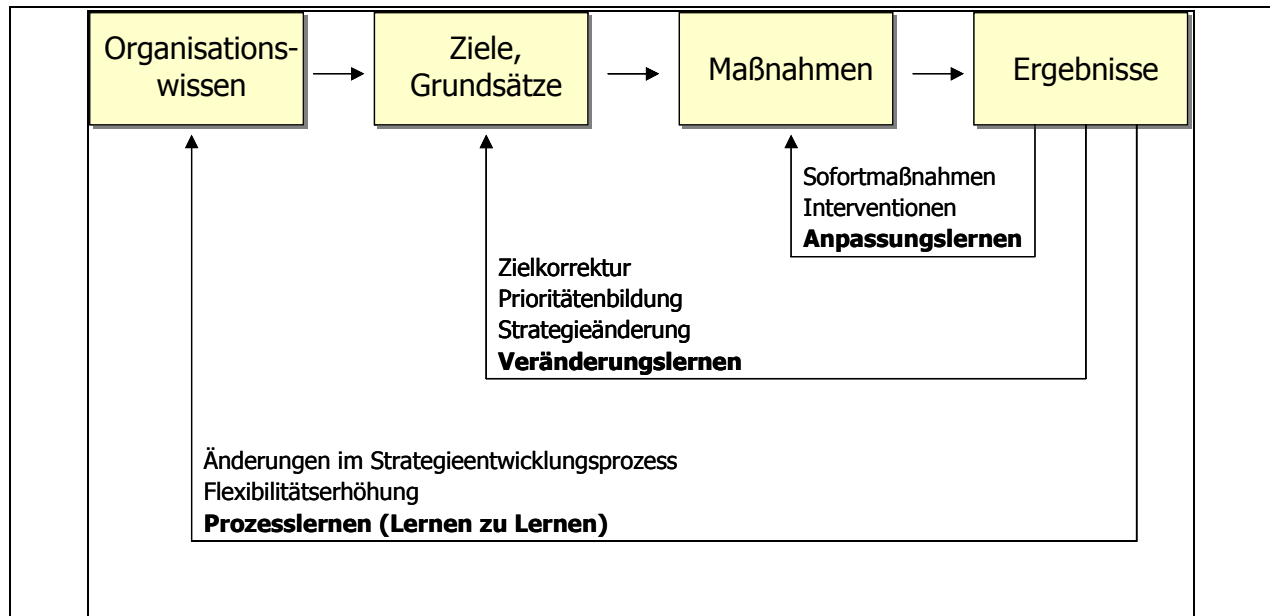


Abb. 2: Notwendige Lernprozesse in turbulenten Umwelten (in Anlehnung an Gmür, 2000, S. 191)

Von Bedeutung ist hierbei, dass die Anstöße zum organisationalen Lernen systematisch in die normativen Entwicklungsziele des gemeinwohlorientierten Sports integriert sind. Die Bereiche an Lernmöglichkeiten sollten somit auch von den Leitbildern des Deutschen Olympischen Sportbundes und der Landessportbünde bzw. –verbände abgeleitet sein (so weit vorhanden; vgl. Deutscher Sportbund, 2002, S. 252ff.).

Dies ist in doppelter Hinsicht funktional: (1) Dieses Vorgehen reduziert die unendliche Zahl an Entwicklungsmöglichkeiten des gemeinwohlorientierten Sport in rationaler Weise auf eine bearbeitbare Komplexität. Somit wird die Sozialberichterstattung des deutschen Sports (hier: der Baustein Vereinsuntersuchung) nicht nur zielgenauer. Sie vermeidet auch ein „information overload“ des Managements des gemeinwohlorientierten Sports. (2) Zudem wird die Sozialberichterstattung des deutschen Sports auf diese Weise so aufgebaut, dass sie auch als Controllingsinstrument zur systematischen Umsetzung von Leitbildern in das organisationale Handeln des gemeinwohlorientierten Sports genutzt werden kann. Damit wird zugleich der Erfolg des organisierten Sports messbar – eine Forderung wie sie der Generalsekretär des Deutschen Sportbundes, Dr. Andreas Eichler, konkret an ein System der Sozialberichterstattung des deutschen Sports gestellt hat (Eichler, 2004).

4.2 Legitimationswissen

Daneben benötigt der gemeinwohlorientierte Sport auch Legitimationswissen zur optimalen Organisationssteuerung. Er muss nicht nur in einem strategischen Sinn wissen, wie er seine Binnenbeziehungen besser steuern kann. Zugleich muss er wissen, wie er sich im Kampf um knapper werdende öffentliche Mittel besser behaupten kann. Da die öffentliche

Förderung des organisierten Sports auf politisch erhofften Gemeinwohleffekten beruht (Rittner & Breuer, 2000b, S. 23ff.), muss dieser hierzu die wissenschaftliche Evidenz seiner Gemeinwohlfunktionen regelmäßig dokumentieren. Wie wichtig das Legitimationswissen gerade für den gemeinwohlorientierten Sport ist, wird an der politischen Diskussion um die Ergebnisse der Studie von Brettschneider und Kleine (2002) deutlich. Mit den für die Politik überraschenden Befunden zu den Effekten sportvereinsbezogener Jugendarbeit, wonach sich ein positiver Sozialisationseffekt von Sportvereinen in vielen Bereichen nicht nachweisen lässt, ist dem Vereinssport ein Legitimationsproblem hinsichtlich seiner gesellschaftspolitischen Funktion und damit seiner Förderungswürdigkeit entstanden. Dies wäre in dieser Form vermutlich nicht geschehen, hätte der gemeinwohlorientierte Sport zu diesem Zeitpunkt bereits über eine leistungsfähige Sozialberichterstattung verfügt, die womöglich in anderen Handlungsfeldern eine Gemeinwohlevidenz des organisierten Sports dokumentiert hätte. Zukünftig wird dieses Legitimationswissen aber wohl noch stärker an Bedeutung gewinnen. So könnte sich mit der drohenden Aushebelung des deutschen Gemeinnützigkeitsrechts durch EU-Recht schon in Kürze die Frage stellen, warum der organisierte Sport weiterhin in den Genuss von Subventionen kommen sollte bzw. warum kommerziellen Sportanbietern diese nicht gleichermaßen zusteht.

Die Sozialberichterstattung des deutschen Sports (hier: der Baustein Vereinsuntersuchung) muss aus Sicht der Autoren somit vier Bedingungen erfüllen: (1) Sie muss die Optimierung der Überlebensfähigkeit des gemeinwohlorientierten Sports zum obersten Ziel haben. (2) Hierzu muss sie die Steuerung der Außen- wie Binnenbeziehungen des gemeinwohlorientierten Sports verbessern helfen. (3) Dies impliziert, dass die Befunde zu einem systematischen Anpassungs-, Veränderungs- und Prozesslernen der Akteure des organisierten Sports beitragen müssen. (4) Um die unendliche Zahl an Entwicklungsmöglichkeiten bearbeitbar zu machen und zugleich Erfolge des gemeinwohlorientierten Sports messbar zu machen, sind entsprechende Lernbereiche und Bewertungen des Ist-Zustandes auch von den normativen Entwicklungszielen bzw. Leitbildern der Sportorganisationen abzuleiten.

5 Methode

Christoph Breuer & Antje Haase (unter Mitarbeit von Daniel Röder)

5.1 Online-Befragung

Als Methode der Vereinsuntersuchung wurde eine Online-Befragung eingesetzt. Bei der Online-Befragung handelt es sich „nicht um eine komplett neue Methode der Sozialforschung, sondern vielmehr um eine neuartige Technik der Übertragung des Fragebogens zum Befragten“ (Pötschke & Simmonson, 2001, S. 7). Bei dieser werden an zuvor ausgewählte Email-Adressen ein Link zu einer URL verschickt, auf der die Vereine ihre Angaben zum Untersuchungsgegenstand machen. Es handelt sich somit nicht um eine selbst-rekrutierte Teilnehmerschaft, sondern um die Befragung einer listenbasierten Stichprobe. Die Website ist so gestaltet, dass die Panelisten nur durch Eingabe eines Passworts auf den Fragebogen zugreifen können. Die generierten Daten werden direkt in eine nachgeschaltete Datenbank aufgenommen.

Vergleichbar ist diese Methode daher der postalischen Erhebung. Jedoch liegen Kosten- und Zeitaufwand weit unter denen einer postalischen Erhebung (vgl. Tab. 1). Der wohl bedeutendste Vorteil der Online-Befragung liegt in den vergleichsweise geringen Kosten. Im Gegensatz zu postalischen Erhebungen entfallen die Druck- und Layout-Kosten sowie die Kosten für den Fragebogenversand und die Dateneingabe. Die anfallenden Kosten für die Programmierung des Online-Fragebogens fallen vergleichsweise gering aus. Weiterhin sind durch die Online-Befragung sehr große Stichproben in kurzer Zeit realisierbar. Es kommt praktisch zu keinem Zeitverlust durch die Übertragung des Fragebogens per Internet im Vergleich zu den Postlaufzeiten. Gleiches gilt für die Erinnerungsschreiben, die per Email versendet werden. Vorteile hat die Online-Befragung aber auch im Befragungsablauf selbst. Wie bei einer face-to-face-Befragung können komplexe Filterführungen eingebaut werden. Da diese Filter in der Programmierung festgelegt wurden, kann es praktisch nicht zu Fehleingaben kommen. Bereits gegebene Antworten des Befragten können in das laufende Interview eingeladen werden. Besonders bei langen Interviews ist eine Unterbrechung und spätere Fortführung des Interviews sinnvoll und ohne Probleme möglich. Die erhobenen Daten stehen dem Forscher sofort zur Verfügung. Die Dateneingabe erfolgt direkt von den Befragten ins Online-Formular. Dadurch werden Übertragungsfehler minimiert.

Tab. 1: *Vorteile der Online-Befragung*

1. Geringe Kosten für Forscher
2. Große Stichproben in kurzer Zeit realisierbar
3. Schnelle Verfügbarkeit der erhobenen Daten
4. Ständige Kontrolle von Antwortraten
5. Durch die direkte Dateneingabe entfallen Übertragungsfehler, daher hohe Datengenauigkeit
6. Computersteuerung von Auswahllisten und Fragerotation
7. Automatische Filterführung
8. Kein Interviewereinfluss
9. Hohe Standardisierung

Trotz dieser Vorteile müssen auch die Nachteile der Online-Befragung beachtet werden (vgl. Tab. 2). Das zentrale Problem der Online-Befragung liegt darin begründet, dass nicht alle Vereine über Internet-Zugang bzw. Email-Adressen verfügen und dass die Emails häufig auch nicht bei potenziellen Entscheidungsträgern des Vereins ankommen, sondern bei einem „EDV-interessierten Mitglied“. Weiterhin kann durch langsame Modems, unzuverlässige Verbindungen und Verbindungskosten die Teilnahmequote beeinträchtigt werden (vgl. Couper & Courts, 2006). Zudem können ebenso Probleme durch limitierte Mailboxkapazitäten bzw. durch abweichende HTML-Formate auftreten, was zu Schwierigkeiten bei der Zustellung führen kann. Darüber hinaus wird die Stichprobengenerierung zusätzlich durch häufig wechselnde und veraltete Emailadressen erschwert. Überdies kann das Vorhandensein einer Vereins-Emailadresse als Indiz für die Außenorientierung eines Vereins gedeutet werden, so dass bei der Online-Befragung mit einer systematischen Verzerrung gerechnet werden muss. Ebenso ist eine Verzerrung in Richtung Internet-Vielnutzer möglich (Bandilla, 1999, S. 12).

Tab. 2: *Nachteile der Online-Befragung*

1. Problematische Stichprobengenerierung durch wechselnde, veraltete Email-Adressen
2. Geringer Anteil an Vereinen mit Email-Adressen (1/3)
3. Systematische Verzerrung: Email-Adresse als Indiz für Außenorientierung des Vereins,
4. Großvereine überrepräsentiert
5. Emails landen häufig nicht beim Vorstand, sondern bei einem EDV-interessierten Mitglied
6. Problematik der Softwarenutzung (Netscape Navigator/ Microsoft Internet Explorer).
7. Technische Schwierigkeiten (z. B. Limitierung der Mailboxgröße)
8. Finanzielle Belastung des zu Befragenden
9. Keine Hilfestellung durch Interviewer möglich
10. Vergleichsweise geringer Rücklauf
11. Schwierige Panelpflege
12. Niedrige Interviewlänge

Um die Nachteile der Methode zu minimieren, wurden folgende Schritte unternommen: (1) Um dem Problem lückenhafter, unsystematischer und häufig inaktueller Email-Verzeichnisse zu begegnen, wurde die Untersuchung so angelegt, dass durch eine Vorkontaktierung der Sportvereine per Email die fehlerhaften und veralteten Email-Adressen ausgesondert werden konnten. (2) Es war beabsichtigt, dass die Vereine den Fragebogen direkt auf der eigens angelegten Untersuchungshomepage online ausfüllen. Dazu wurde eine Email mit dem Link zur Homepage versandt. Um die Bearbeitung des Fragebogens zu erleichtern, befanden sich auf der Homepage ebenso eine Druckversion des Fragebogens sowie Hinweise zum Ausfüllen. (3) Um dem geringeren Rücklauf bei Online-Erhebungen gegenüber postalischen Erhebungen zu begegnen, wurde die Feldzeit auf insgesamt 2 Monate ausgedehnt (vgl. ADM, 2001b). (4) Weiterhin wirkten sich die Vorkontaktierung der Vereine und eine Erinnerungsemail nach 4 Wochen rücklauffördernd aus (vgl. auch Porst, 1999, Pötsche & Simmonson, 2001). (5) Auf weitere Erinnerungskontakte wurde verzichtet, da die Methodenforschung zeigt, dass mehr als ein Erinnerungskontakt kontraproduktiv sein könnte (vgl. Couper & Courts, 2006). (6) Um die finanzielle Belastung für die Vereine so gering wie möglich zu halten, wurde auf Download- bzw. Ladezeiten geachtet (Pötschke & Simmonson, 2001, S. 14ff.). Es wurden in den Fragebogen somit keine aufwendigen Grafiken und Animationen eingebaut und auch auf akustische Signale verzichtet.

Problematisch ist hingegen die Fragebogenlänge. In der aktuellen Literatur (u. a. Gräf, 1999, S. 161ff.) wird für Online-Befragungen eine Länge von etwa 25 Statements bzw. Entscheidungen empfohlen. Der hier eingesetzte Fragebogen umfasste aufgrund der Komplexität des Forschungsgegenstandes hingegen über 500 Statements. Unter Einhaltung der Faustregeln „1 Frage = 1 Bildschirm“ und „1 Scrollseite = 1½ Bildschirmseiten“ (Gräf & Heidingsfelder, 1999, S. 116), umfasste der Fragebogen je nach Filterung etwa 40 Bildschirmseiten. Somit war mit einer relativ hohen Abbrecherquote zu rechnen. Daher wurde die Programmierung so gewählt, dass die Befragung unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt werden konnte. Pro Fragebogen wurde eine Code-Nummer vergeben, mit der sich der Befragte einloggt. Ein Ausfüllen des Fragebogens zu unterschiedlichen Zeiten und von unterschiedlichen Personen war daher möglich. Der Fragebogen konnte somit von den zu Befragenden angesehen, ausgedruckt und auch z. B. mit anderen Personen zusammen per Hand ausgefüllt werden. Die Daten wurden dann nur noch in das Online-Formular übertragen. Dadurch konnte das Risiko der Beantwortung des Fragebogens durch Nicht-Zielpersonen reduziert werden.

5.2 Fragebogen

Der Fragebogen gliedert sich in elf Abschnitte zu den folgenden Bereichen:

1. Fragen 1-6: Allgemeine Angaben zum Verein (Gründungsjahr, Mitglieder, Abteilungen)

2. Fragen 7-8: Aktuelle Fragen (Auswirkungen der demographischen Entwicklung, DSB-Kampagne „Sport tut Deutschland gut“)
3. Frage 9: Vereinsphilosophie
4. Frage 10: Probleme des Vereins
5. Fragen 11-13 Situation der Sportanlagen
6. Fragen 14-19: Finanzen (Mitgliedsbeiträge, Einnahmen, Ausgaben, Probleme im Bereich „Finanzen“)
7. Fragen 20-25: Ehrenamtlich Aktive und freiwillige Helfer (Mitarbeiterzahlen und Arbeitsstunden pro Monat auf den unterschiedlichen Positionen, Probleme im Bereich Ehrenamt, Förderung des Engagements durch Staat und Öffentlichkeit)
8. Fragen 26-29: Bezahlte Mitarbeit (Anzahl der Mitarbeiter in den verschiedenen Aufgabenbereichen, Probleme im Bereich „Bezahlte Mitarbeit“)
9. Fragen 31-33: Management (Probleme in den Bereichen „Arbeitsabläufe“, „Bindung /Gewinnung jugendlicher Leistungssportler“, „Mitgliederbindung- / -gewinnung“)
10. Frage 34: Kooperationen mit verschiedenen Organisationen und Institutionen
11. Frage 35: Unterstützungsleistungen

5.3 Stichprobe und Rücklauf

Grundlage für die Stichprobe waren die von den Landessportbünden zur Verfügung gestellten Email-Adressen der Vereine. Dies variierte sehr stark von Bundesland zu Bundesland. Von den Landessportbünden wurden uns 89.966 Vereine übermittelt. Von 34.278 Vereinen lagen die Emailadressen vor. Auf Basis dieser Daten wurde für jedes Bundesland eine angestrebte Zahl von Interviews berechnet (vgl. Tab. 3). Da teilweise der Anteil der Vereine mit Emailadresse bei nur 20 % der gesamten Sportvereine lag, wurde für alle Bundesländer, außer Niedersachsen, NRW und Bayern eine Vollerhebung vorgesehen. In den restlichen drei Bundesländern wurde eine Zufallsauswahl der Sportvereine getroffen, die in ihrer Anzahl den Anteilen der anderen Bundesländer entspricht.

Tab. 3: Gewünschte Interviewzahl pro LSB

LSB	Vereine (ohne Verbände und aufgelöste Vereine)	90 %iges Konfidenzintervall, Breite 5	Realisierte Interviews	Anteil in %
Bayern	11.679	266	310	116,5
Hamburg	792	203	93	45,8
Berlin	1.742	236	210	89,0
Brandenburg	2.812	248	186	75,0
Bremen	448	170	48	28,2
Hessen	7.760	263	486	184,8
Mecklenburg-Vorpommern	1.894	238	78	32,8
Niedersachsen	9.580	265	322	121,5
Nordrhein-Westfalen	19.777	269	317	117,8
Rheinland-Pfalz	6.268	261	284	108,8
Sachsen	4.072	255	282	110,6
Sachsen-Anhalt	3.157	251	134	53,4
Thüringen	3.388	252	178	70,6
Baden-Württemberg	11.426	266	484	182,0
Saarland	2.193	242	79	32,6
Schleswig-Holstein	2.978	250	240	96,0
	89.966	3.935	3.731	94,8

Tab. 4: Stichprobenbeschreibung

	N	Anteil an Brutto I in %	Anteil an Brutto II in %
Bruttostichprobe I	21.855	100,0	
Fehlerhafte Email-Adressen	3.581	16,4	
Person nicht im Verein tätig	7	0,0	
Stichprobenneutrale Ausfälle	182	0,8	
Verbände	175	0,8	
Verein existiert nicht mehr/ in Auflösung	7	0,0	
Bruttostichprobe II	18.085	82,8	100,0
Absagen	124	0,6	0,7
Nach Vorkontakt	11	0,1	0,1
Nach Befragungsstart	113	0,5	0,6
Realisierte Interviews	3.731	17,1	20,6

Alle ausgewählten Vereine wurden im Februar 2005 per Email vorkontaktiert und über die Befragung informiert. Durch diese erste Kontaktierung konnten 2.891 fehlerhafte Emailadressen identifiziert werden. Ebenso konnten durch die Vorkontaktierung nicht mehr existierende Vereine sowie Sportverbände herausgefiltert werden.

Durch eine Nachrecherche der Email-Adressen bestand die Stichprobe aus insgesamt 21.855 Vereinen. Nach Abzug der stichprobenneutralen Ausfälle (u. a. kein Sportverein, sondern Verband, Verein hat sich aufgelöst) verblieben 18.085 Vereine.

Insgesamt konnten 3.731 Interviews realisiert werden. In Tabelle 5 sind die Antwortraten pro Bundesland dargestellt. Es zeigt sich, dass die Antwortbereitschaft mit durchschnittlich 20 % deutlich höher liegt, als die in der einzigen Online-Vergleichsstudie von Sportvereinen (11 %; IZP GmbH, 2004).

Tab. 5: *Stichprobenbeschreibung nach Bundesländern*

LSB	Email-Adressen	Ange-schrie-bene Vereine (Brutto I)	Email-Fehler	Falsche Person/ kein Sport-verein	Verein auf-gelöst	Brutto II	Absagen	Netto	Ant-wortrate
Bayern	3.986	1.713	302	3	1	1.407	15	310	22,0
Hamburg	501	501	85	5	0	411	10	93	22,6
Berlin	923	918	111	45	0	762	5	210	27,6
Brandenb.	1.326	1.326	202	10	0	1.114	8	186	16,7
Bremen	299	294	54	26	0	214	2	48	22,4
Hessen	3.113	3.113	486	3	0	2.624	6	486	18,5
Mecklenb.	567	567	140	2	0	425	1	78	18,4
Nieders.	4.182	1.696	235	7	1	1.453	13	322	22,2
NRW	9.536	1.749	248	5	0	1.496	10	317	21,2
Rheinland-Pfalz	1.623	1.613	185	2	0	1.426	7	284	19,9
Pfalz	570	565	89	2	0	474	1		
Rheinland	560	560	20	0	0	540	0		
Rhein-hessen	493	488	76	0	0	412	6		
Sachsen	1.656	1.651	241	4	1	1.405	9	282	18,9
Sachsen-Anhalt	967	962	187	1	0	774	5	134	17,3
Thüringen	1.049	1.035	200	4	0	831	3	178	21,4
Baden-W.	2.810	2.800	585	12	2	2.201	19	484	22,0
Würtemb.	1.255	1.250	218	3	1	1.028	9		
Baden-F	789	789	260	9	1	519	4		
Baden-K	766	761	107	0	0	654	6		
Saarland	662	657	130	3	0	524	3	79	15,1
Schleswig-Holstein	1.260	1.260	190	50	2	1.018	8	240	23,6
Gesamt	34.460	21.855	3.581	182	7	18.085	124	3.731	20,6

Tab. 6: Raten nach Bundesländern (in %)

LSB	Anteil Anzahl der Email-Adressen an allen Vereinen	Anteil der Interviews an allen Vereinen	Anteil der Interviews an allen Email- Adressen
Bayern	34,1	2,7	7,8
Hamburg	62,6	11,7	18,8
Berlin	50,4	12,1	23,9
Brandenburg	46,8	6,6	14,1
Bremen	60,9	10,7	17,6
Hessen	40,1	6,3	15,6
Mecklenburg-V.	29,9	4,1	13,8
Niedersachsen	43,6	3,4	7,7
Nordrhein-Westfalen	48,2	1,6	3,3
Rheinland-Pfalz	25,9	4,5	17,5
Sachsen	40,5	6,9	17,1
Sachsen-Anhalt	30,6	4,2	13,9
Thüringen	30,9	5,3	17,0
Baden-Württemberg	24,5	4,2	17,3
Saarland	30,1	3,6	12,0
Schleswig-Holstein	40,6	8,1	19,9

Aufgrund der Online-Methode musste mit Verzerrungen hinsichtlich verschiedener struktureller Vereinsmerkmale gerechnet werden. Die vorliegende Stichprobe besteht aus etwa zwei Drittel kleiner Vereine mit bis zu 300 Mitgliedern. Reichlich 30 % der befragten Vereine haben zwischen 300 und 2.000 Mitglieder und bei etwa 4 % handelt es sich um große Vereine mit mehr als 2.000 Vereinsmitgliedern (vgl. Abb. 1).

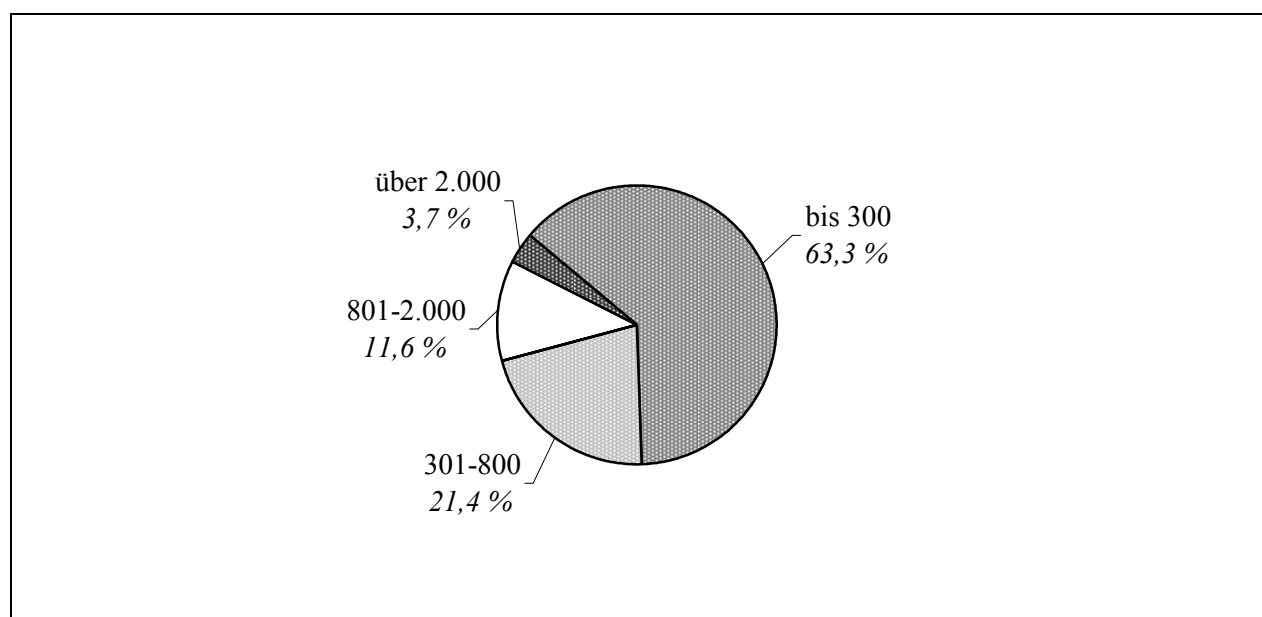


Abb. 1: Mitgliederzahlen

Im Vergleich zur Erhebung von Emrich, Pitsch und Papathanassiou (2001) zeigt sich, dass in der vorliegenden Stichprobe Vereine mit wenig Mitgliedern unterrepräsentiert sind:

- $\frac{1}{4}$ der Vereine hat bis zu 69 Mitglieder (56 Mitglieder bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine hat zwischen 70 und 186 Mitglieder (57 bis 144 Mitglieder bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine hat zwischen 187 und 490 Mitglieder (145 bis 353 Mitglieder bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine hat mehr als 490 Mitglieder (353 Mitglieder bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)

Demgegenüber sind mittelgroße und große Sportvereine überrepräsentiert.

Bezüglich der Anzahl der Abteilungen im Sportverein lassen sich hingegen kaum Unterschiede feststellen (vgl. Abb. 2).

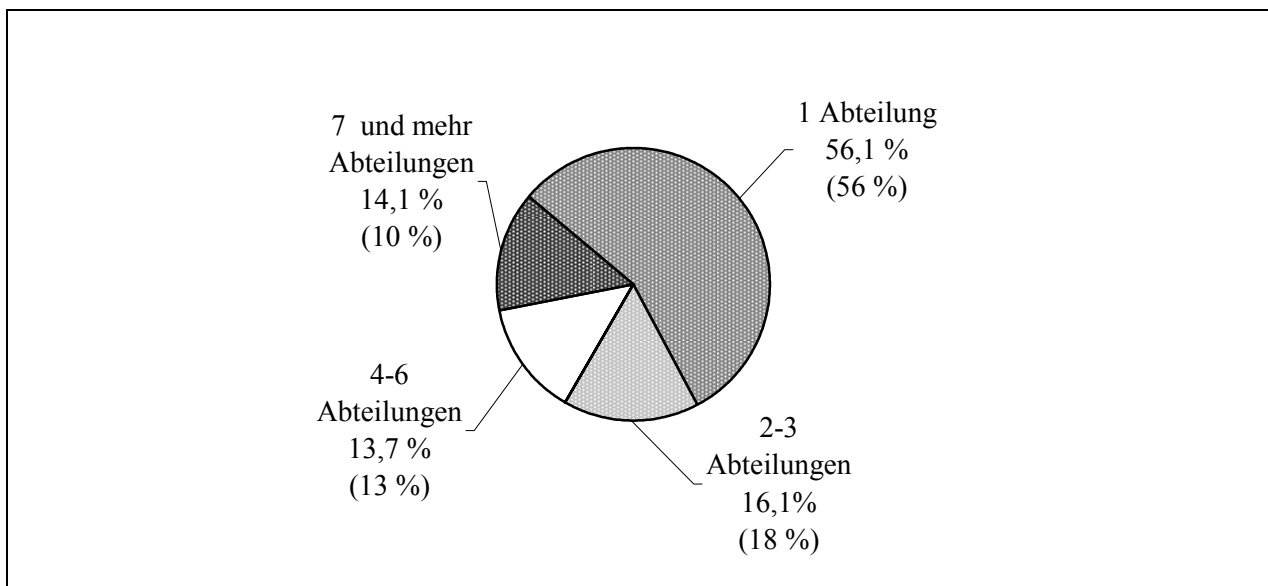


Abb. 2: Anzahl der Abteilungen (Vergleichszahlen Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001 in Klammern):

Ein weiterer struktureller Faktor ist das Alter der Sportvereine. Befragt wurden zu jeweils einem Drittel Vereine, die vor 1945, zwischen 1945 und 1980 bzw. nach 1980 gegründet wurden (vgl. Abb. 3).

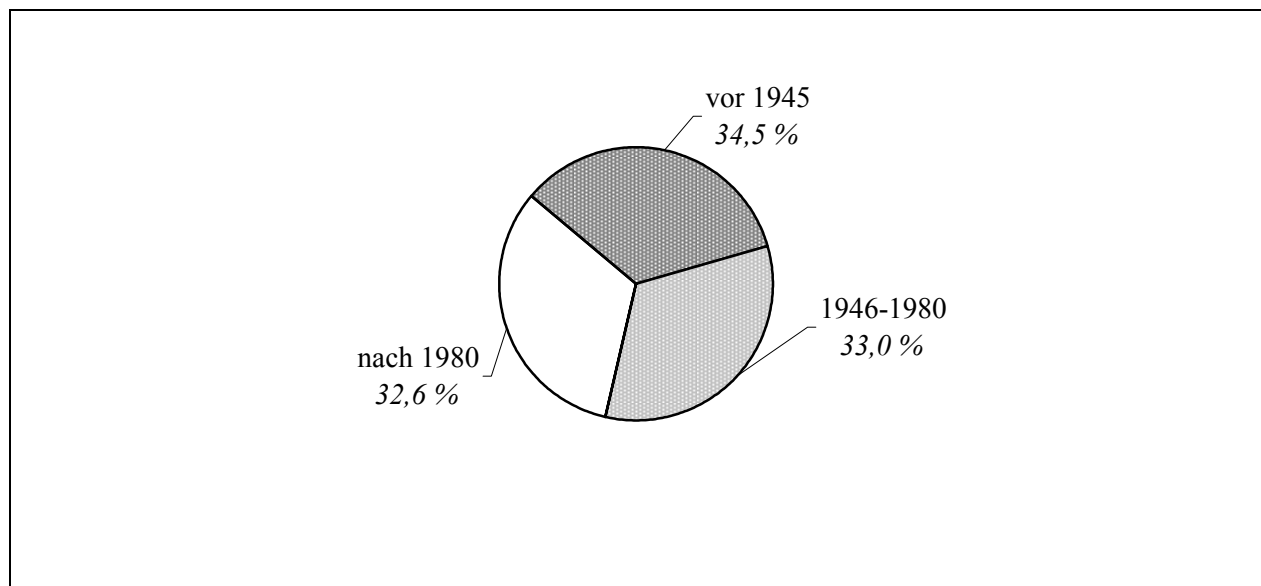


Abb. 3: Gründungsjahr

Insbesondere junge Vereine finden sich in der vorliegenden Stichprobe häufiger, als bei Emrich, Pitsch und Papathanassiou (2001):

- $\frac{1}{4}$ der Vereine wurde vor 1921 gegründet (1926 bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine wurde zwischen 1921 und 1961 gegründet (1926 und 1961 bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine wurde zwischen 1962 und 1989 gegründet (1962 und 1979 bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)
- $\frac{1}{4}$ der Vereine wurde nach 1989 gegründet (1979 bei Emrich, Pitsch & Papathanassiou, 2001)

Diese Diskrepanz ist maßgeblich ein Artefakt dessen, dass zwischen beiden Studien ein Zeitraum von acht Jahren vergangen ist. So konnten bei Emrich, Pitsch und Papathanassiou (2001) keine Vereine auftauchen, die nach 1996 gegründet wurden. Daraus resultiert eine Verschiebung insbesondere der hinteren beiden Quartilsgrenzen.

Folglich liegen nur hinsichtlich der Vereinsgröße größere Unterschiede zwischen beiden Studien vor. Allerdings ist unklar, ob daraus Repräsentativitätsdefizite zu schließen sind oder ob der Zeitwandel nicht mit veränderten Größenstrukturen der Vereine einhergeht. Da nicht aus allen Ländern Angaben zur Größe ihrer Sportvereine vorliegen, konnte dieser Sachverhalt nicht hinreichend geprüft werden. Da zudem Gewichtungen zukünftige aggregierte Veränderungsmessungen deutlich erschweren, wurde auf eine Gewichtung verzichtet.

5.4 Cluster- und Faktorenbildung

Die befragten Sportvereine in Deutschland sind in sich eine sehr heterogene Gruppe. Um zielgenaueres Handlungswissen zu generieren, wurden mit Hilfe der Clusteranalyse homogene Gruppen von Vereinen ermittelt. Als Strukturmerkmale dienten die Anzahl der Mitglieder im Jahr 2004, die Anzahl der Sparten und der monatliche Beitrag für Erwachsene. Aus diesen Angaben wurden fünf in sich homogene Vereinstypen identifiziert:

- (1) (kleine) Wenigspartenvereine mit geringem Mitgliedsbeitrag,
- (2) (kleine) Wenigspartenvereine mit mittlerem Mitgliedsbeitrag,
- (3) Wenigspartenvereine mit hohem Mitgliedsbeitrag,
- (4) mittelgroße Mehrspartenvereine (mit geringem Mitgliedsbeitrag) und
- (5) Großvereine (mit mittlerem Mitgliedsbeitrag) (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: *Strukturmerkmale der fünf Vereinstypen (Mittelwerte)*

	Mitgliederzahl	Anzahl der Sparten	monatlicher Beitrag für Erwachsene
(kleine) Wenigspartenvereine mit geringem Mitgliedsbeitrag	119,13	1,24	5,25 €
(kleine) Wenigspartenvereine mit mittlerem Mitgliedsbeitrag	144,98	1,27	24,12 €
Wenigspartenvereine mit hohem Mitgliedsbeitrag	297,08	1,33	149,06 €
mittelgroße Mehrspartenvereine (mit geringem Mitgliedsbeitrag)	500,04	5,58	8,05 €
Großvereine (mit mittlerem Mitgliedsbeitrag)	1.577,87	8,84	12,92 €
Gesamt	449,22	3,42	15,57 €

Knapp zwei Drittel der Sportvereine sind Ein- und Wenigspartenvereine (vgl. Abb. 4). Die monatlichen Beiträge reichen bei diesen Vereinen von durchschnittlich 5,25 € bei den günstigen Wenigspartenvereinen bis zu durchschnittlich 149,06 € bei den teuren Wenigspartenvereinen. Ein Fünftel der Sportvereine sind mittelgroße Mehrspartenvereine (mit geringem Mitgliedsbeitrag) und 16 % der Vereine sind Großvereine.

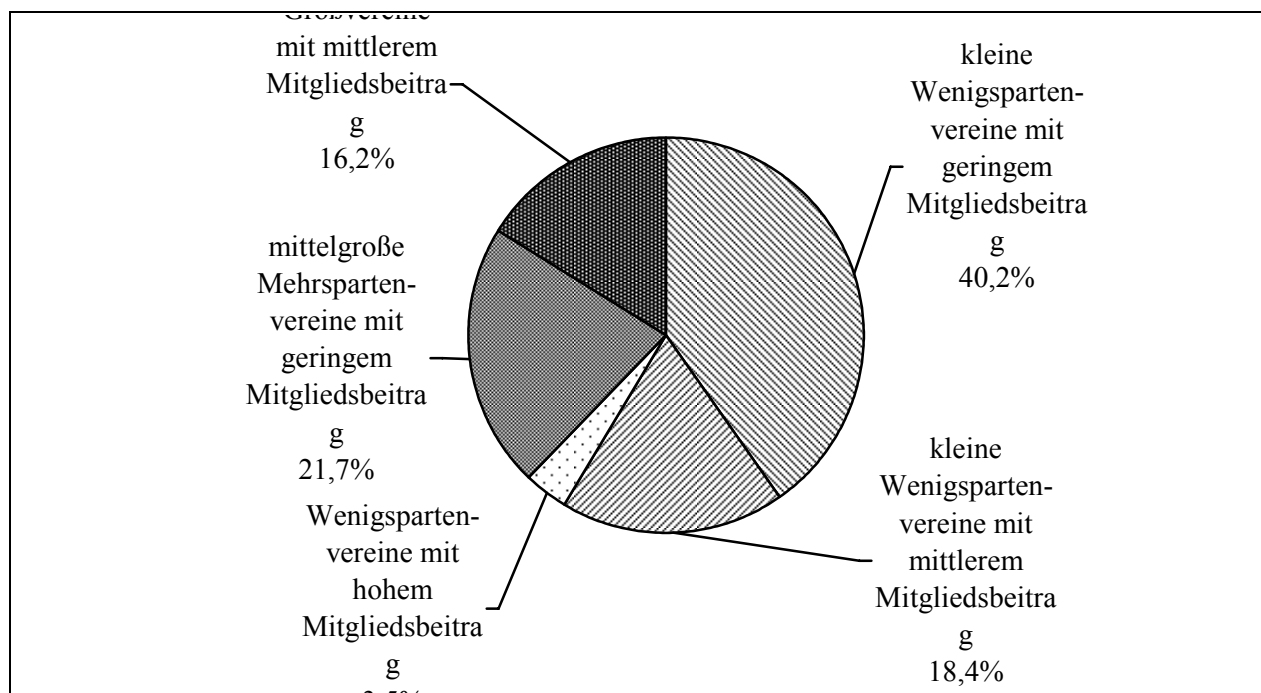


Abb. 4: Anteil der Vereinstypen (in %)

Auch hinsichtlich der Probleme der Vereine war es für einige Analysen hilfreich, eine Dimensionsreduktion vorzunehmen. Die entsprechende Faktorenanalyse liefert vier Eigenwerte über 1, daher können vier Faktoren ermittelt werden (vgl. Tab. 8).

Tab. 8: Faktoranalyse der Problembereiche

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,392	26,092	26,092	3,392	26,092	26,092
2	1,917	14,750	40,842	1,917	14,750	40,842
3	1,251	9,623	50,465	1,251	9,623	50,465
4	1,046	8,044	58,509			
5	,867	6,672	65,181			
6	,822	6,326	71,507			
7	,748	5,752	77,259			
8	,608	4,676	81,935			
9	,575	4,426	86,361			
10	,534	4,108	90,469			
11	,513	3,944	94,412			
12	,375	2,882	97,294			
13	,352	2,706	100,000			

(Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse)

Da einige Items auf zwei Faktoren hoch laden und somit die inhaltliche Zuordnung schwierig war, wurden nur die drei Faktoren (a) Restrukturierungsprobleme, (b) Sportanlagenprobleme und (c) Konkurrenzprobleme gebildet:

Tab. 9: Zuordnung der Problembereiche zu den Problemdimensionen

Problemdimension	Problembereich
Restrukturierungsprobleme	• Bindung/Gewinnung von Mitgliedern • Bindung/Gewinnung jugendlicher Leistungssportler • Bindung/Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter • finanzielle Situation • Kosten des Wettkampfbetriebs • Anzahl an Gesetzen • Unklarheit der Gesamtperspektive des Vereins • demographische Entwicklung in der Region
Sportanlagenprobleme	• zeitliche Verfügbarkeit der Sportanlagen • Zustand der Sportanlagen • Eignung der Sportanlagen für die angebotenen Sportarten
Konkurrenzprobleme	• örtliche Konkurrenz durch Sportvereine • örtliche Konkurrenz durch kommerzielle Sportanbieter

5.5 Panelaufbau

Ein zentrales Ziel war es, die Untersuchung als Panel zu konzipieren. Im Sinne der Generierung von Handlungs-, aber auch von Legitimationswissen ist dies bedeutsam, da längsschnittlich gewonnene Ursachen-Wirkungs-Beziehungen ab dem zweiten Messzeitpunkt erstmals systematische Simulationen ermöglichen, wie sich Umweltveränderungen (z. B. demographischer Wandel), konkretes politisches Handeln (z. B. Rückbau öffentlicher Sportförderung) oder Strategien des Vereinsmanagements (z. B. Angebotserweiterung, Beitragserhöhung, Einstellung eines hauptamtlichen Geschäftsführers) auf die Situation des Sportvereins auswirken (vgl. Abb. 5). Somit lassen sich Folgen und Nebenfolgen konkreter allgemein-, sport- und vereinspolitischer Maßnahmen abschätzen. Eine solide empirische Politikberatung wird damit ermöglicht, wie sie in anderen gesellschaftlichen Handlungsfeldern längst üblich ist (z. B. Wirtschaftssystem).

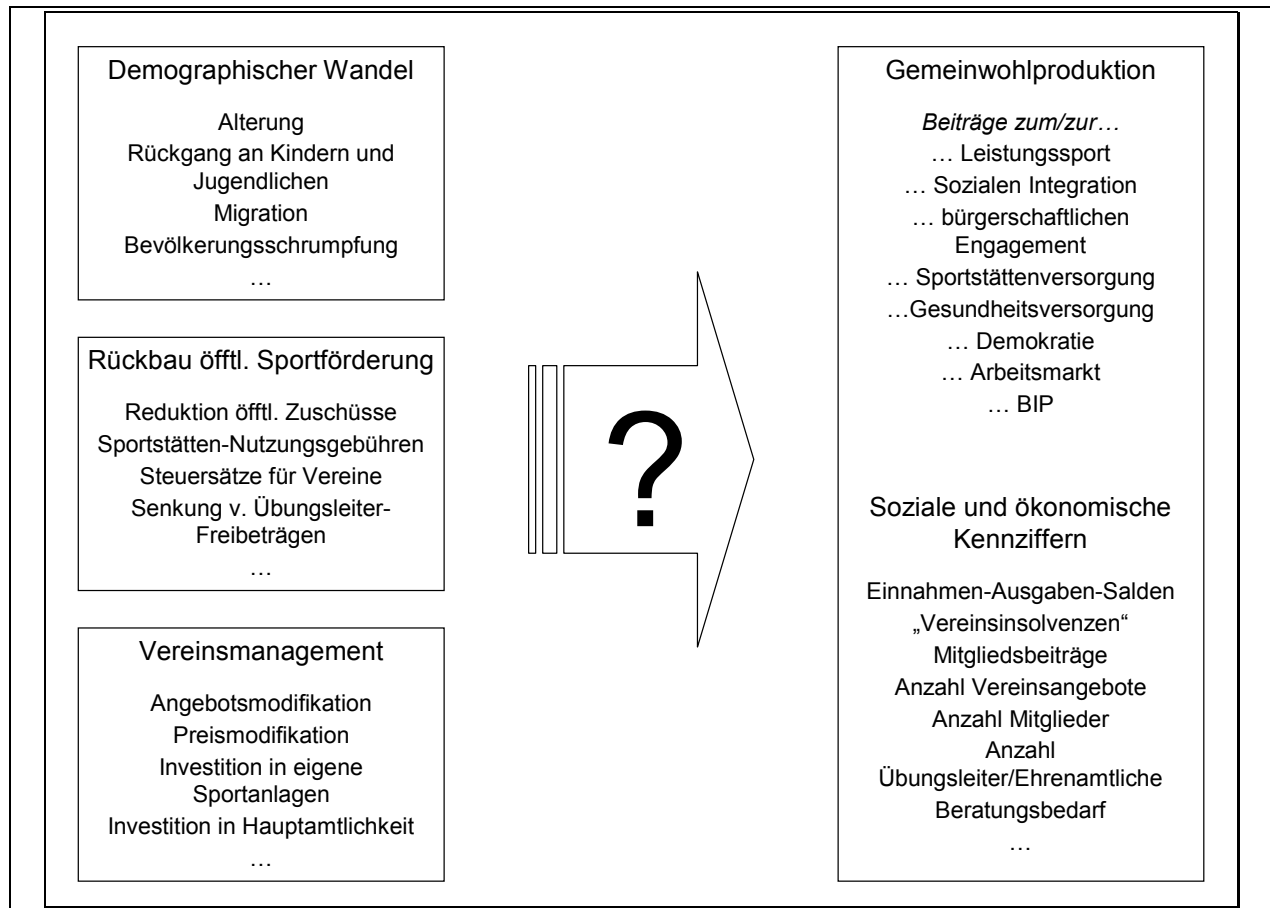


Abb. 5: *Simulationsmöglichkeiten zu Auswirkungen des demographischen Wandels, des Rückbaus öffentlicher Sportförderung oder Maßnahmen des Vereinsmanagements auf die Sportvereine*

Da Panelstudien stark mit dem Problem der Panelmortalität zu kämpfen haben, war es wichtig, in der ersten Welle eine möglichst hohe Akzeptanz für die Studie zu erzielen. Wie Abbildung 7 zeigt, wurden 85 % der Fragebogen online beantwortet.¹ Somit zeigte sich, dass diese Methode für die Sportvereinsbefragung durchaus geeignet ist.

¹ Die Erhebung war als Online-Studie konzipiert, dennoch bestand auf Nachfrage die Möglichkeit, den ausgefüllten Fragebogen per Email, Fax oder Post zurück zu senden. Ebenso wurde in einigen Fällen der Fragebogen als Word-Dokument den Vereinen per Email zugesandt. Die Anteile dieser Ausnahmen an der Gesamtstichprobe waren vergleichsweise gering.

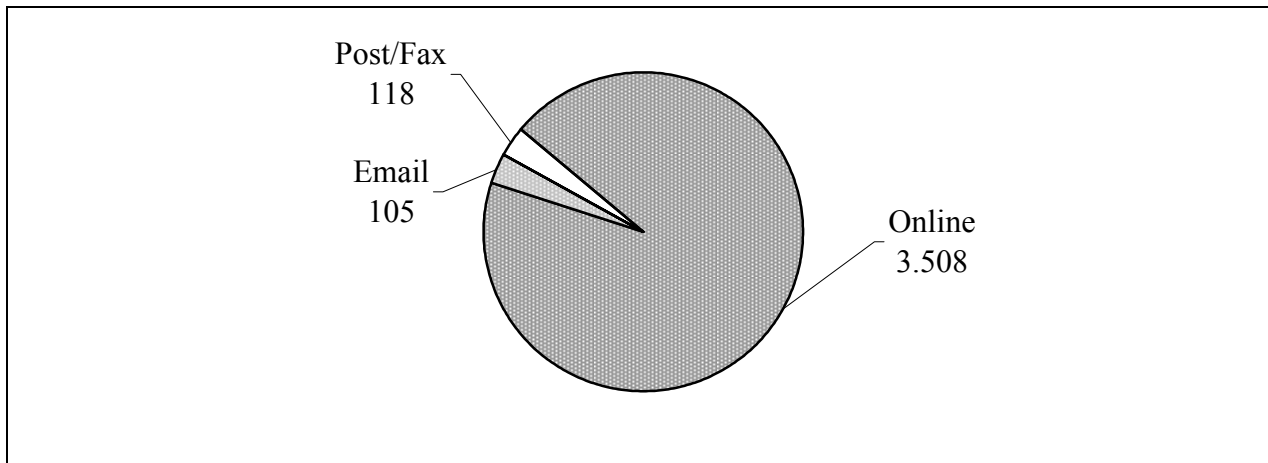


Abb. 6: Art der Fragebogenrücksendung (N=3.731)

Die Akzeptanz der Erhebung zeigt sich auch in Abbildung 7. Über 90 % der beteiligten Vereine haben sich bereit erklärt, auch an Folgeerhebungen teilzunehmen. Mehr als 45 % der Befragten sind sich sogar sicher, dass sie an einer derartigen Befragung wieder teilnehmen werden.

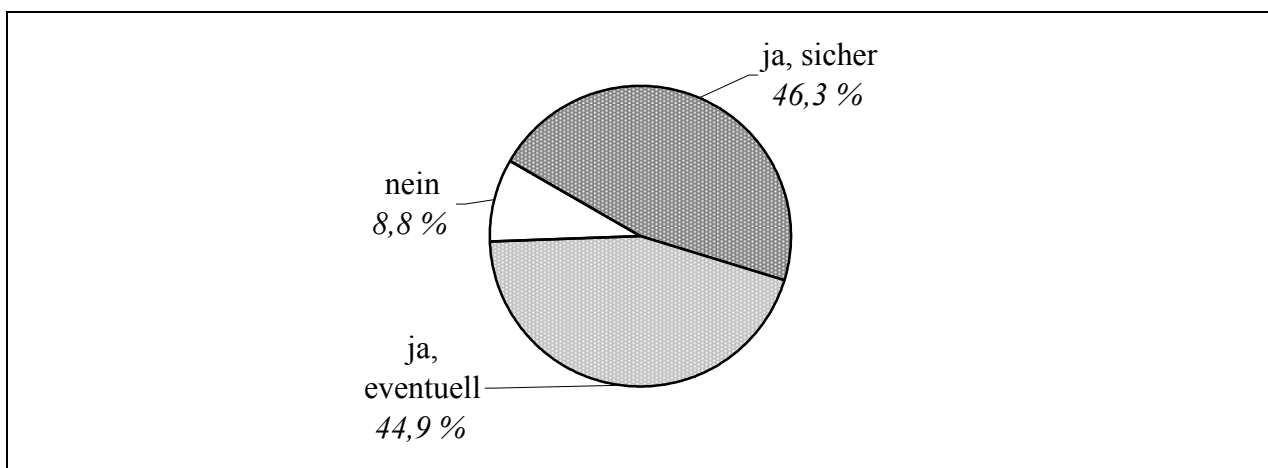


Abb. 7: Wäre Ihr Verein bereit, in etwa 2 Jahren erneut an einer Befragung teilzunehmen? (N=3.138)

Dass die Online-Befragung von den Sportvereinen gut angenommen wurde, zeigt sich auch an den Kommentaren der Vereine. Bis auf zahlreiche Kritiken bezüglich der Fragebogenlänge, mit denen zu rechnen war, waren die Kommentare überwiegend positiv. Hier einige Beispiele:

- „Hat uns gut gefallen, nur so können Verbesserungen und Unterstützungen laufen.“
- „Es war eine sehr Umfangreiche Befragung die die von Ihnen geschätzte Zeit überstiegen hat.“

- „Vielen Dank für Ihre Anfrage, ich finde es sehr Wertvoll, wenn solche Studien einen Einfluss haben, bzw. dass sie überhaupt gemacht werden. Wenn ich den Vorsitz in zwei Jahren noch inne habe beantworte ich gerne Ihre nächsten Anfragen.“
- „Wir sind gespannt auf die Auswertung und vor allen Dingen auf AUSWIRKUNGEN! Vielen Dank für die Umfrage mit freundlichen Grüßen“
- „Ich bin gespannt auf die Ergebnisse!“
- „Aus meiner Sicht ist eine derartige Befragung von Sportvereinen durchaus zeitgemäß und sinnvoll.“
- „Sehr gut strukturierter Fragebogen“
- „Die Teilnahme an solch umfangreichen Frageaktionen sollte honoriert werden. Mich würde besonders interessieren, wie viele ausgewählte Vereine an dieser Befragung nicht teilgenommen haben.“
- „Wir danken ebenfalls, wahrscheinlich als kleinster Verein in der Bundesrepublik!“
- „Entschuldigung, dass wir erst heute geantwortet haben. Es war uns ein Bedürfnis, Ihnen helfen zu können. Mit freundlichem Gruß Vorsitzender“
- „In der Hoffnung dass etwas bewegt wird und auch kleine Vereine weiterhin existieren können.“
- „Auch wir möchten uns bedanken, dass Sie überhaupt eine solche Befragung vornehmen. Echt gut.“

Dazu passt, dass mehr als 95 % der Befragten an den Ergebnissen der Untersuchung interessiert sind (vgl. Abb. 8). Im Sinne der Panelpflege wurde den interessierten Vereinen ein pdf-File mit den zusammengefassten Befunden zugesandt.

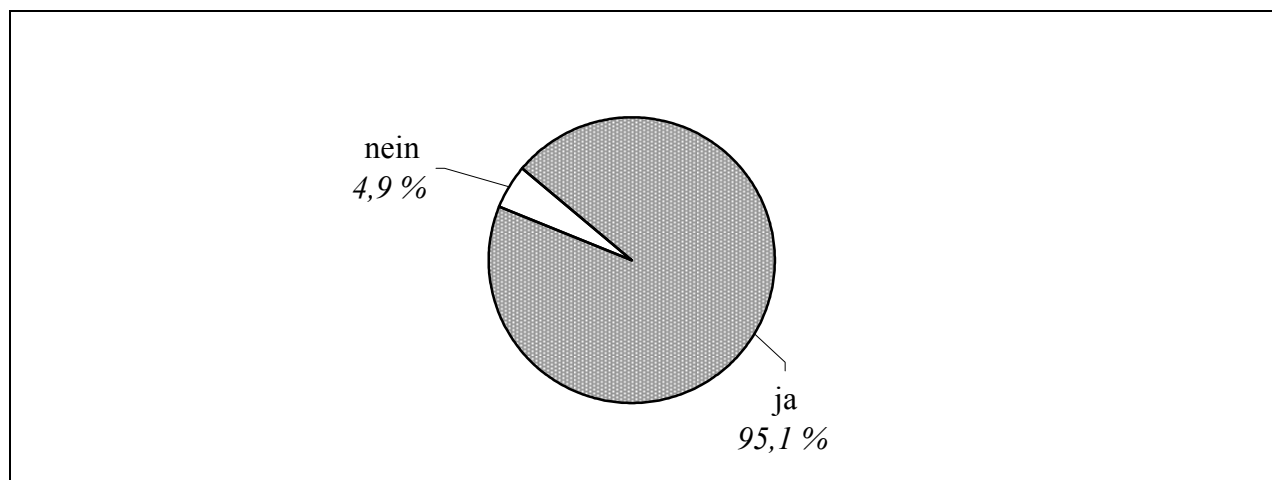


Abb. 8: Wünschen Sie die Zusendung der Ergebnisse als pdf-Datei? (N=3.111)

Für das Panelmanagement sollten jedoch drei Dinge berücksichtigt werden: (1) Der häufige Wechsel von Emailadressen erschwert den Aufbau einer ständig aktuellen Datenbank. Einige Vereine haben Änderungen der Adresse und personelle Wechsel bereits gemeldet.

Für den Aufbau erweist es sich als günstig, auf der Umfragehomepage ein Formular einzufügen, auf dem die Vereine Änderungen selbst eintragen können. (2) Durch die wissenschaftliche Verortung der Survey-Institution kann das Vertrauen der zu befragenden Personen in die Umfrage gesteigert werden. Die Umfrage erscheint seriös, die Angst vor einem Datenmissbrauch wird reduziert. Dadurch wird die Chance zur Teilnahme an der Befragung erhöht. Der seriöse Eindruck wird durch das Anbieten einer Rückrufnummer noch verstärkt. Sehr gut wäre eine kostenfreie 0800er Nummer, aber auch eine Institutsnummer ist hilfreich und fördert das Vertrauen der zu befragenden Personen in die Untersuchung. Bei der vorliegenden Untersuchung wurde für die Vereine eine Handy-Nummer angegeben, über die die Befragten die Möglichkeit hatten, sich bei inhaltlichen oder technischen Problemen mit dem Ausfüllen des Fragebogens an das Institut zu wenden. (3) Eine Befragungsankündigung wirkt sich ebenfalls positiv auf die Teilnahmebereitschaft der Vereine aus. Nach der ADM-Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung (ADM, 2001) sind „die Befragten über den wissenschaftlichen Zweck der Online-Befragung zu informieren. Sie müssen zudem auf die Freiwilligkeit der Teilnahme und die Verwendung ihrer Angaben ausschließlich in anonymisierter Form und nur für Forschungszwecke hingewiesen werden“. Per Email ist es schnell und kostengünstig möglich, die Untersuchung durch ein kurzes Anschreiben an den Verein, anzukündigen. Eine Ergänzung stellen kleine Artikel z. B. in den Verbandszeitschriften dar. Auch dadurch wird den zu befragenden Personen die Wichtigkeit und Vertrauenswürdigkeit der Untersuchung verdeutlicht. (4) Um die Belastung der Vereine zu reduzieren, werden jene Vereinsdaten, die den Landessportbünden vorliegen (z. B. Mitgliedschaftsstruktur der Vereine), direkt in die Datenbank eingespeist. Damit gelingt es zugleich, zusätzlich ein wesentlich umfangreicheres Sample zu generieren, welches rein auf Strukturdaten basiert.

Dies hätte den Charme, dass auch nicht im Panel integrierte Vereine im Hinblick auf Strukturdaten dauerhaft untersucht werden würden. Zudem wären Ausfälle von Vereinen bei einzelnen Wellen weniger problematisch, da dennoch Kerndaten für diese Wellen zur Verfügung stehen.

5.6 Data Warehouse

Um die Möglichkeiten der Sozialberichterstattung des deutschen Sports in analytischer Hinsicht sowie im Hinblick auf die Wissensdisffusion zu erweitern, empfiehlt es sich, ein Data Warehouse aufzubauen. Es bildet die Grundlage für ein Entscheidungssystem, welches Online zur Verfügung gestellt wird, und den Anwendern Informationen zu spezifischen Situationen liefert, um diese richtig einzuschätzen. Dadurch wird eine Entscheidungsfindung zum gegebenen Sachverhalt erleichtert.

Ein Data Warehouse ist ein analytisches Datenbanksystem, auf dem, im Gegensatz zu operationellen Datenbanken, lediglich Lese-Operationen durchgeführt werden. Das Entscheidungssystem arbeitet somit auf einem statischen Datenbestand, der vom Anwender nicht

aktualisiert werden kann. Mit Hilfe folgenden Beispiels soll der Sachverhalt näher erläutert werden. In den meisten Firmen verwendet man für die tägliche Arbeit operationelle Datenbanken, deren Daten durch die Mitarbeiter geändert werden können. Eine solche Datenbank könnte zum Beispiel den gesamten Warenbestand einer Verkaufskette beinhalten. Kauft ein Kunde jeweils einen Artikel A und B, so wird die Anzahl dieser Artikel in der Datenbank je um eins verringert. Dadurch ist es möglich die aktuelle Menge von Artikeln zu bestimmen, und, wenn diese gegen Null tendieren, Nachbestellungen auszulösen. Oft wird in regelmäßigen Abständen eine Momentaufnahme des operationellen Datenbanksystems in einem Data Warehouse (analytische Datenbank) gespeichert. Diese ausschließlich historischen Daten können nun verwendet werden, um Aussagen über die Nachfrage und den Absatz von Artikeln zu bestimmten Zeitpunkten zu treffen. Das Management fällt nun anhand der gegebenen Informationen Entscheidungen, welche Artikel zum Beispiel aus dem Sortiment genommen werden müssen oder welche Produktpalette weiter ausgebaut werden sollte.

5.6.1 Datenbasis

Im Fall der Sozialberichterstattung des deutschen Sports stammen die Daten nicht aus einer operationellen Datenbank, sondern wurden aus den Online-Fragebögen. Darüber hinaus wird die Vereinsdatenbank selbst auch mit anderen simulationsrelevanten Datenquellen verknüpft bzw. um diese ergänzt. Fokussiert werden insbesondere Daten der amtlichen Gemeindestatistik (Finanz-, Sozial- und Wirtschaftsstruktur der Gemeinden) sowie geographischer Datenbanken, so dass Mehrebenenanalysen des Einflusses von wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung sowie Veränderung der Haushaltslage (Verschuldung) auf die Vereinsentwicklung ermöglicht werden. Ergänzt werden diese Daten um weitere relevante Umweltgrößen (z. B. Höhe des Übungsleiterfreibetrags, Steuersätze für Vereine). Gerade Mehrebenenmodelle und -analysen dürften von Bedeutung sein, um Ursachen-Wirkungs-Beziehungen aufzudecken und damit zuverlässige Simulationsmodelle zu entwickeln.

Schließlich dürften Kontextbedingungen eine zentrale Rolle spielen im Hinblick auf Vereinsentwicklungen und die vereinspezifische Gemeinwohlproduktion (zur Notwendigkeit eines Mehrebenenansatzes in der Sozial- und Wirtschaftsforschung vgl. Oberwittler 2003; Langer, 2004; Todd et al., 2005).

Ein wesentlicher Aufgabenbereich besteht nun darin, die verschiedenen Daten einander anzupassen. In folgender Tabelle werden die wichtigsten Punkte aufgeführt, die dabei zu beachten sind.

Tab. 10: Datenanpassung

Faktor	Beispiel
Zeichensatz	utf-8
Fehlzeichen	NULL bzw. -1
Konsistente Namensgebung der Tabellen	<Herkunft>_<Bezeichnung>_[Jahr]
Einheitliche Variablenformatierung	Format der Variablen deren Inhalt anpassen (Zahlen als Integer, Zeichenketten als String)
Integrieren aller Daten in <u>eine</u> Datenbank	Freie Datenbank MySQL

Es gibt, bedingt durch die vielen unterschiedlichen Sprachen, zahlreiche Zeichensätze, in denen die sprachenspezifischen Zeichen codiert werden. Selbst im deutschen Sprachraum sind vielerlei verschiedene vorhanden, utf-8 und iso-8859-15 sind vor allem gebräuchlich. Jedoch sind diese nicht miteinander kompatibel, so werden die Umlaute jeweils unterschiedlich dargestellt. Dies hat zur Folge, dass Text, welcher in dem einen Zeichensatz gespeichert wurde in dem anderen nur unleserlich angezeigt wird, da die Umlaute nicht einheitlich codiert werden. Eine Konvertierung aller Daten in einen Zeichensatz, vorzugsweise utf-8, ist somit unerlässlich, um Lesbarkeit zu gewährleisten.

Ein weiteres Problem stellen leere Einträge in Variablen dar. Diese entstehen vor allem durch unvollständig ausgefüllte Fragebögen. Die Wahl des richtigen Fehlzeichens ist dabei sehr wichtig. Wählt man zum Beispiel die Zahl 0 als ein solches, so kann es vor allem bei Variablen, welche Finanzen darstellen zu Verwirrung kommen, da es durchaus auch „0-Beträge“ geben kann. Viele Datenbanksysteme bieten spezielle Fehlzeichen an, um solchen Komplikationen vorzubeugen. In MySQL wird ein leeres Feld mit „NULL“ gekennzeichnet. Sollte es keine solche systemspezifische Unterstützung geben, so kann beispielsweise auch -1 für inhaltslose Einträge verwendet werden.

Um Tabellen in einer Datenbank schnell zu finden, und um umstandslos deren Quelle und Zugehörigkeit zu erfassen, sollte eine konsistente Namensgebung verwendet werden. Als nützlich hat sich eine Kombination aus Herkunft, Bezeichnung und Jahr, jeweils getrennt durch einen Unterstrich, erwiesen.

Im Tabellennamen „statistik_bevoelkerung_2002“ wird ein Bezug auf die Quelle (Regionale Statistiken), deren Inhalt (Bevölkerungszahlen) sowie das Bezugsjahr (2002) genommen.

An diesem Beispiel soll weiterhin deutlich werden, dass Umlaute möglichst vermieden werden, da es sonst zu Problemen auf englischsprachigen Systemen kommen kann.

Das Format der Variablen in den Tabellen sollte einheitlich gewählt werden, um bei Berechnungen auf keine Unstimmigkeiten zu stoßen. Für ganze Zahlen sollte man den Variablentyp Integer, für reelle Zahlen den Typ Float (Real) und für Zeichenketten den Typ Varchar (String) wählen. Die Länge (in Byte) der Variablen sollte nach dem größtmöglichen Wert gewählt werden, der eingesetzt werden kann. So ist es nicht sinnvoll für

die Variable „Ort“ einen Varchar der Länge 1000 zu deklarieren, wenn lediglich Ortsnamen (max. Länge ca. 100 Zeichen) darin gespeichert werden, da dies Speicherkapazität kosten würde.

Um einen reibenslosen Zugriff auf die Daten zu gewährleisten, sollten alle Daten in einer Datenbank integriert werden. Da MySQL ein kostenfreies Open Source Datenbanksystem mit vielen Vorteilen ist, wurde diesem hier der Vorzug gegeben. In Verbindung mit PHP (Scriptsprache) und Apache (Webserver) werden diese allen Anforderungen für ein Data Warehouse gerecht. Die Scriptdateien werden auf dem Webserver gespeichert, welcher diese Dateien bei Zugriff durch den Benutzer ausführt und die berechneten und ermittelten Daten im html-Format dem Browser, und somit dem Nutzer, übermittelt. Die Scripte greifen auf die Datenbank mittels der Datenbanksprache SQL zu. Der Benutzer hat dadurch keinen direkten Zugriff auf die Daten der Datenbank, da dies der Webserver durch Ausführen der Scripte für ihn erledigt. Damit wird natürlich ein erheblicher Sicherheitsvorteil erreicht, da der Nutzer nicht selbst die Art und Weise des Zugriffs manipulieren kann.

Tab. 11: Übersicht der verwendete Daten

Tabelle	Inhalt
geodb_adm0	Staaten
geodb_adm1	Bundesländer
geodb_areacodes	(leer)
geodb_locations	Stadt/Gemeinde mit Postleitzahlen, Landkreis, geographischen Koordinaten (Länge/Breite), KFZ-Kennzeichen
geodb_locations_code	Verbindung von Regionalcodes der lokalen Statistiken mit den Landkreisen aus geographischer Datenbank
geodb_population	Bevölkerungszahlen (unvollständig)
geodb_typ	Erklärung der Typen in Geo-DB
statistik_alquote_*	regionale Arbeitslosenzahlen unterteilt nach Bevölkerungsgruppen der Jahre 2001/2002
statistik_ausgaben_*	Ausgaben der Gemeinden (zusammengefasst in Landkreise) unterteilt nach Verwaltung und Vermögen der Jahre 1995 bis 2002
statistik_bevoelkerung_*	Population unterteilt nach Bevölkerungsgruppen der Jahre 1995 bis 2002
statistik_einnahmen_*	Einnahmen der Gemeinden (zusammengefasst in Landkreise) unterteilt nach Verwaltung und Vermögen der Jahre 1995 bis 2002
statistik_schulden_*	Schulden der Gemeinden (zusammengefasst in Landkreise) der Jahre 1995 bis 2002
sbe_dsb_*	Daten aus den Fragebögen der Sozialberichterstattung des Jahres 2005

Die Daten der Open Source Datenbank „Geo-DB“ werden von vielen Freiwilligen in deren Freizeit zusammengetragen, aus diesem Grunde sind sie an manchen Stellen nicht vollständig. Die Tabelle geodb_locations, welche für uns von großer Bedeutung ist, um eine Zuordnung der Fragebogendaten zu Regionen zu gewährleisten, ist nahezu lückenlos.

Die Datenbank soll einmal sämtliche geographischen Daten vieler Länder enthalten. Nähere Informationen dazu findet man unter <http://opengeodb.sourceforge.net>. Die statistischen Daten zu Bevölkerungszahlen, Arbeitslosenquoten und Einnahmen/Ausgaben der Gemeinden wurde einer CD des Statistischen Bundesamtes entnommen. Da die Landkreisbezeichnung zwischen der geographischen Datenbank und den regionalen Statistiken nicht konsistent war, musste die Tabelle „geodb_locations_code“ erstellt werden, die diese Inkonsistenz beseitigt. Es wird in dieser Tabelle jeweils der Landkreiscode dem Landkreisnamen gegenübergestellt. Mit Hilfe dieser Tabelle können nun problemlos die verschiedenen Daten verknüpft und ausgewertet werden.

5.6.2 Sichten auf die Datenbasis

Die Datenbasis besteht, wie bereits verdeutlicht, lediglich aus Tabellen gefüllt mit verschiedensten Datensätzen. Um diese Fakten einer breiten Öffentlichkeit sowie spezifischen Personengruppen näher zu bringen, sind verschiedene Blickwinkel auf den Datenbestand unerlässlich.

Dies kann durch eine individuelle Anpassung des Web-Interfaces, welches als Schnittstelle zwischen Benutzer und Datenbank dient, für die verschiedenen Personengruppen erreicht werden. Durch die verschiedenen Interfaces werden nicht nur die Interessengruppen getrennt, und somit eine zu große Komplexität der Web-Oberfläche vermieden, sondern es wird auch ein Grundmaß an Datenschutz, durch Vergabe von Passwörtern, gewährleistet.

Tab. 12: *Verschiedene Sichten auf die Datenbasis*

Personenkreis	Kurze Beschreibung des Blickwinkels
Allgemeine Öffentlichkeit	populärwissenschaftliche Darstellung der Umfrageergebnisse zur Förderung der Öffentlichkeitsarbeit
Sportverein	Betrachtung des eigenen Sportvereins im Vergleich zur Gesamtheit der Vereine, Review der eigenen eingegebenen Daten
Sportwissenschaft	wissenschaftliche Aufarbeitung der Daten
Sportpolitiker	semantische Bearbeitung der Vereinssituation und der regionalen Statistik, um politische Entscheidungen zu fördern
Administrator	Schnittstelle, um Wartungs- und Verwaltungsarbeiten zu erleichtern

Die Informationen, die für jeden zugänglich sein sollen, müssen sorgfältig ausgewählt werden, zum einen, um nicht zu überfordern, zum andern, um geltende Datenschutzrichtlinien nicht zu verletzen. Eine Darstellung der wichtigsten Umfrageergebnisse auf populärwissenschaftliche Art und Weise ist hier am sinnvollsten. Dadurch wird dem Besucher der Internetpräsenz der Sinn und Zweck der Studie vor Augen geführt, was für die Öffentlichkeitsarbeit von Nutzen ist und die öffentliche Akzeptanz für die Umfrage fördert. Dies sollte dem durchschnittlichen „Internetsurfer“ ohne die Hürde einer Anmeldung und Passwortvergabe ermöglicht werden. Aus diesem Grund muss jedoch darauf geachtet

werden, dass personenbezogene Daten nicht abrufbar sind. Da dies sonst durch kriminelle Subjekte ausgenutzt und missbraucht werden könnte.

Den Sportvereinen wird neben dem Zugang zu den allgemeinen Informationen ein weiteres Interface zur Verfügung gestellt, was durch ihr persönliches, in der Studie vergebenes Passwort geschützt ist. In der Kommunikation mit den Vereinsmitgliedern trat oftmals die Frage nach einem Review ihrer eigenen Daten auf. Das Sammeln der für den Fragebogen benötigten Daten erforderte in den meisten Fällen viel Arbeit, und somit wurde häufig eine entsprechende übersichtliche Aufstellung der eingegebenen Daten in Form eines ausgefüllten Fragebogens von den Vereinen gefordert. Leider konnte man den Fragebogen aus technischen Gründen nicht automatisch aus dem Umfragesystem gewinnen, sondern musste die Daten erneut manuell in ein Wordformular eingeben. Mit Hilfe des vereinsspezifischen Interfaces können nun die entsprechenden Daten automatisch aus der Datenbank für den Verein aufbereitet werden. Zusätzlich wird dem Verein eine Möglichkeit geboten, die eigene Vereinssituation mit denen der Anderen zu vergleichen, um den eigenen Standpunkt in der deutschen Vereinslandschaft festzustellen.

In einer tabellarischen Übersicht werden die Fakten aus den einzelnen Gebieten, wie Finanzen und Mitarbeiter, gegenüber gestellt. Durch die gegebenen Daten wird der Verein vor dem Vergleich kategorisiert, damit zum Beispiel ein großer Mehrspartenverein nicht mit einem kleinen Einspartenverein verglichen wird. Die im Vorfeld durchgeführte Clusteranalyse ermöglicht diese Herangehensweise und erlaubt die spezifische Betrachtung der Vereinsgruppen.

Für die Sportwissenschaft wird eine direkte Schnittstelle zur Datenbasis eingerichtet, welche auf der Datenbanksprache SQL basiert. Damit ist es möglich direkt auf die Daten zuzugreifen und diese tabellarisch anzuzeigen. Zusätzlich können die Daten in Spezialprogramme wie SPSS exportiert werden. Dies soll es den Wissenschaftlern ermöglichen umfangreiche analytische Betrachtungen durchzuführen. Da durch den Zugriff auf die Daten mittels SQL viele Daten zur Verfügung stehen, müssen noch verschiedenste Probleme gelöst werden. Zum einen ist auch hier auf den Datenschutz zu achten. Dies geschieht, indem man erst nach Prüfung der Person durch eine vertrauenswürdige Instanz (z. B. Hochschule) und dessen Autorisierung einen Zugang mittels Passwort zu dem Interface gewährt. Jedoch müssen noch die sensiblen personenbezogenen Daten vor Zugriff geschützt werden, da eine Weitergabe an Dritte untersagt ist. Durch eine angepasste Implementierung in der Web-Oberfläche, welche Zugriffe auf die entsprechenden Tabellen unterbindet, kann dies gewährleistet werden. Um den Sportwissenschaftlern einen einfachen Einstieg im Umgang mit dem Interface zu ermöglichen, wird die Struktur der Tabellen sowie deren Zusammenhang durch Tabellen und Grafiken übersichtlich dargestellt. Des Weiteren wird ein Tutorial angeboten, um das Erlernen der SQL-Syntax zu erleichtern.

Im Gegensatz zu den Wissenschaftlern kann den Politikern keine intensive Beschäftigung mit dem SQL-Interface zugemutet werden, da dies aus Zeitgründen meist nicht möglich ist. Es wird ihnen daher ein vorbereitetes semantisches Fragesystem zur Verfügung gestellt, bei dem man aus einer Liste das gesuchte Statement auswählen kann und dieses dann mit der gewünschten Region kombiniert. Das Ergebnis wird mit Hilfe einer Tabelle und dazugehörigen Grafiken präsentiert. Die Erstellung des Fragenkatalogs gestaltet sich jedoch als durchaus kompliziert, da die Anforderungen der Politiker schwer vorhersagbar sind, selbst nach einer Umfrage unter einer repräsentativen Gruppe, kann keine endgültig vollständige Liste von gewünschten Fragen erstellt werden, da die Erfahrung zeigt, dass Benutzer von Datenbanksystemen die möglichen Verwendungsarten sich meist nicht im Voraus vorstellen können. Außerdem ist nicht vorhersagbar, welche Informationen in Zukunft benötigt werden. Aus diesem Grund sollte die Möglichkeit bestehen, gewünschte nicht vorhandene Fragestellungen per Formular den Administratoren mitzuteilen, die diese dann in das Data Warehouse integrieren. Dadurch entsteht mit der Zeit ein umfangreiches und bedarfsorientiertes Entscheidungssystem für Sportpolitiker. Selbstverständlich ist auch hier auf eine Authentifizierung und Autorisierung der betreffenden Personen zu achten. Bei der Vergabe der Passwörter ist auf die Sicherheit der Passwörter zu achten.

So ist eine Länge der Passwörter von mindestens acht Zeichen zu empfehlen, außerdem sollten keine Wörter und Silben, sondern hauptsächlich eine Kombination von Zahlen, Buchstaben und Sonderzeichen verwendet werden.

Für die Administratoren des Data Warehouse ist ebenfalls ein Interface zur Datenbank vorhanden. Es soll dazu dienen Standardaufgaben zu vereinfachen. Zu diesen gehören vor allem die Wartung der Adressdaten der Vereine, die durch die Frequentierung in der Mitgliederstruktur häufig Änderungen unterworfen sind. Durch eine Suchmaske kann der betreffende Verein anhand von spezifischen Daten wie Landessportbund, Vereinsnummer, Vereinsname und Name der Kontaktperson gefunden werden. Die Änderungen können nun über ein einfaches Formular geändert und in die Datenbank übernommen werden. Mit Hilfe der Weboberfläche können auch spezifische Stichproben nach Vereinsmerkmalen und Region erzeugt werden, da diese interessant für Nacherhebungen sind. Da diese Schnittstelle zum Data Warehouse alle Daten zugänglich macht, darf nur ein ausgewählter Personenkreis mit sicheren Passwörtern darauf zugreifen.

5.6.3 Technische Realisierung

Die Tabellen mit den Daten werden in einer MySQL Datenbank gespeichert. Auf diese wird mit Hilfe verschiedener PHP-Skripte zugegriffen, welche die Daten entsprechend formatiert auf der Webseite anzeigen. In folgender Tabelle sollen die verschiedenen Implementierungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

Tab. 13: Implementierungsvarianten des Data Warehouse

Implementierung	Vorteile	Nachteile
Webseite und Datenbank bei Provider	+ Geringer administrativer Aufwand	- Umständliche Wartbarkeit der Webseite
Datenbank bei Provider, Webseite auf eigenem Server	+ Gute Wartbarkeit der Webseite + Datenbanksicherheit nicht in Eigenverantwortung	- längere Verbindungszeiten zu Datenbank
Webseite und Datenbank auf eigenem Server	+ schnelle Anbindung zur Datenbank + Gute Wartbarkeit der Webseite	- hoher administrativer Aufwand

Die Wahl der Implementierung hängt nicht in erster Linie von den Vor- und Nachteilen ab, sondern davon, welche technischen Voraussetzungen bereits erfüllt sind. Ist zum Beispiel bereits ein Server mit entsprechenden Kapazitäten vorhanden, so ist es nicht zweckmäßig, das Data Warehouse bei einem externen Provider einzurichten. Sind hingegen weder Hardware, ausreichende Internetanbindung und entsprechend geschultes Personal vorhanden, so sollten die Angebote der Provider verglichen und genutzt werden. Denn der Aufbau, die Wartung und die äquivalente Sicherung eines Servers mit den geforderten Eigenschaften beanspruchen eine Vielzahl von finanziellen und personellen Ressourcen. Sollte mit dem Aufbau des Data Warehouse ein Institut oder ähnliche akademische Einrichtung beauftragt werden, so können diese günstig die bereits vorhandene Infrastruktur der Hochschule nutzen. Diese fungiert dann als Provider mit allen Pflichten der Sicherung, jedoch wesentlich günstiger als kommerzielle Anbieter. In diesem Fall würde auch der Nachteil der umständlichen Wartbarkeit entfallen, da durch Netzwerkfilesysteme in den Universitätsnetzen ein direkter Zugriff auf die Daten der Webseite möglich ist. Bei externen Providern wird oftmals das „File Transfer Protokoll“ (FTP) genutzt, was den Nachteil der umständlichen Wartbarkeit mit sich bringt, da die Dateien der Internetpräsenz zuerst erstellt und danach auf den Server übertragen werden müssen. Eine Bearbeitung der Daten „on the fly“ ist also nicht ohne weiteres durchführbar. Auf jeden Fall ist auf die Sicherheit der Daten zu achten. Dies kann durch die Verwendung des https-Protokolls zusätzlich verstärkt werden, da die Daten und Passwörter über eine verschlüsselte Verbindung übertragen werden. Um den Server gegen Angreifer, Viren und Trojaner zu schützen sind entsprechende Maßnahmen wie Firewall, Antivirensoftware und regelmäßiges Updaten der Programme zu treffen.

Literatur

- ADM, ASI, BVM, (2001a). *Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung*. Frankfurt/M.: ADM e.V.
- ADM, ASI, BVM, D.G.O.F. (2000). *Richtlinie für Online-Befragungen*. Frankfurt/M.: ADM e.V.
- ADM, ASI, BVM, D.G.O.F. (2001b). *Standards zur Qualitätssicherung für Online-Befragungen*. Frankfurt/M.: ADM e.V.
- Badelt, C. (2002). Zwischen Marktversagen und Staatsversagen? Nonprofit Organisationen aus sozioökonomischer Sicht. In C. Badelt (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management* (S. 107-128). 3. Auflage, Stuttgart: Schäfer/Poeschel.
- Bandilla, W. (1999). WWW-Umfragen – eine alternative Datenerhebungstechnik für die empirische Sozialforschung? In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse* (9-19). Göttingen: Hogrefe.
- Batinic, B. (2003). Internetbasierte Befragungsverfahren. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 28 (4), 6- 18.
- Batinic, B., Werner, A., Gräf, L. & Bandilla, W. (Hrsg.). (1999). *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse*. Göttingen: Hogrefe.
- Baur, J. & Braun, S. (2000). *Freiwilliges Engagement und Partizipation in ostdeutschen Sportvereinen*. Köln
- Baur, J. & Braun, S. (2001). *Der vereinsorganisierte Sport in Ostdeutschland*.
- Baur, J. & Burrmann, U. [unter Mitarbeit von J. Beck & D. Krüger] (2000). *Unerforschtes Land: Jugendsport in ländlichen Regionen* (Sportentwicklungen in Deutschland, 14). Aachen: Meyer & Meyer.
- Baur, J., Koch, U. & Telschow, S. (1995). *Sportvereine im Übergang* (Edition Sport und Wissenschaft, 21). Aachen: Meyer & Meyer.
- Behr, K., Liebig, R. & Rauschenbach, T. (2000). *Strukturwandel des Ehrenamts. Gemeinwohlorientierung im Modernisierungsprozess*. Weinheim/München.
- Beywl, W., Mecklenburg, R., Richard, J. Schneid, T. & Wonik, M. (Hrsg.) (2001). *Evaluation im Alltag. Jugendverbände untersuchen ihre Wirkungen*. Münster: Votum.
- Bode, I. & Graf, A. (1999). *Arbeiten für gute Zwecke. Organisation und Beschäftigung im Dritten Sektor* (Duisburger Beiträge zur soziologischen Forschung, 4). Duisburg: Universität Duisburg, Fachbereich Soziologie.
- Boëbenecker, K.-H. (2005). *Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege. Eine Einführung in die Organisationsstrukturen und Handlungsfelder der deutschen Wohlfahrtsverbände*. Weinheim/München.

- Bosnjak, M. & Batinic, B. (1999). Determinanten der Teilnahmebereitschaft an internet-basierten Fragebogenuntersuchungen. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse* (145-157). Göttingen: Hogrefe.
- Braun, S. (2001). Bürgerschaftliches Engagement – Konjunktur und Ambivalenz einer gesellschaftspolitischen Debatte. *Leviathan*, 29, 83-109.
- Brettschneider, W.-D. & Kleine, T. (unter Mitarbeit von Brandl-Bredenbeck, H.P., Büne-mann, A., Duntz, C., von Einem, B., Klimek, G., Thierer, R.) (2002). *Jugendarbeit in Sportvereinen: Anspruch und Wirklichkeit (Evaluationsstudie)*. Schorndorf: Hofmann.
- Breuer, C. (1999). *Perspektiven des Präventivsports im Gesundheitssystem. Möglichkeiten der Steuerung durch den organisierten Sport*. Berlin: Mensch & Buch Verlag.
- Breuer, C. (2002). *Das System der Sozialen Arbeit im organisierten Sport*. Köln: Sport & Buch Strauß.
- Breuer, C. (2005a). *Steuerbarkeit von Sportregionen* (Reihe Sportsoziologie). Schorndorf: Hofmann.
- Breuer, C. (2005b). Demographischer Wandel als Herausforderung des organisierten Sports. In Deutscher Sportbund (Hrsg.), *DSB-Jahrbuch 2005/2006* (S. 64-66). Dreieich: Kühne.
- Breuer, C. (2005c). Zur Entwicklung des Sportmarkts in einer alternden Gesellschaft. In H.-D. Horch, G. Hovemann, S. Kaiser & K. Viebahn (Hrsg.), *Perspektiven des Sportmarketing. Besonderheiten, Herausforderungen, Tendenzen* (S. 29-41). Köln: Institut für Sportökonomie und Sportmanagement.
- Breuer, C. (2005d). Cohort effects in physical inactivity. A neglected category and its health economical implications. *Journal of Public Health* 13 (4), 189-195.
- Breuer, C. (2005e). Strategische Steuerung von Sportorganisationen. In A. Thiel & C. Breuer (Hrsg.), *Handbuch Sportmanagement (Beiträge zu Lehre und Forschung im Sport)*. Schorndorf: Hofmann.
- Breuer, C. (2006). Sportpartizipation in Deutschland – ein demo-ökonomisches Modell. *Sportwissenschaft* (zur Publikation angenommen).
- Breuer, C., Kusch, R. & Schlesinger, T. (2006). Sicherung öffentlich nutzbarer Sportanlagen für den Schul- und Vereinssport – eine sportökonomische Problembetrachtung mit Lösungsintention. *Sportunterricht* 6 (55), 176-180.
- Büch, M.-P., Emrich, E. & Pitsch, W. (2003). Bevölkerungsentwicklung – Eine Herausforderung für den Fußball? In G. Neumann (Hrsg.), *Fußball vor der WM 2006. Spannungsbogen zwischen Wissenschaft und Organisation* (Wissenschaftliche Berichte und Materialien des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, S. 49-61). Köln: Strauß.
- Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2004). *Bevölkerung. Fakten, Trends, Ursachen, Erwartungen*. Wiesbaden: BiB.

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2005). *Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004*. München 2005
- Cachay, K., Thiel, A. & Meier, H. (2001). *Der organisierte Sport als Arbeitsmarkt. Eine Studie zu Erwerbsarbeitspotenzialen in Sportvereinen und Sportverbänden*. Hofmann, Schorndorf.
- Combrink, C. (2004). *Relevanz und Irrelevanz von Geschlecht in ehrenamtlichen Führungsgremien von Sportjugendverbänden*. Münster
- Couper, M.P. & Courts, E. (2006). Probleme und Chancen verschiedener Arten von Online-Erhebungen. In A. Diekmann (Hrsg.), *Methoden der Sozialforschung* (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 44, S. 217-243). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Deloitte Studie (2006): *Der deutsche Fitness & Wellness Markt, Aktualisierung der detaillierten Marktanalyse 2005*, Düsseldorf 2006, zitiert nach G. Hoevels, Vortrag am 27.4.06 auf der FIBO in Essen.
- Deutscher Sportbund (2002). *Einheit in der Vielfalt. Dokumentation der Workshopreihe zum „Leitbild des deutschen Sports“*. Frankfurt am Main: Eigenverlag.
- Deutscher Sportstudioverband (2004). *Eckdaten - Branchendaten der Fitness-/Wellness-/Racket-Anlagen in Deutschland*. Hamburg.
- Diekmann, A. & Jann, B. (2001). Anreizformen und Ausschöpfungsquoten bei postalischen Befragungen. Eine Prüfung der Reziprozitätshypothese. *ZUMA-Nachrichten*, 25 (48), 18-27.
- Dierkes, M. & Marz, L. (1998). *Wissensmanagement und Zukunft. Orientierungsnöte, Erwartungsfallen und „4D“-Strategie* (WZB-Papers FS II 98-102). Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Eichler, A. (2004). *Aspekte zur Finanzierung des deutschen Sports*. www.sportsnet.de. Letzter Zugriff am 2.4.2004.
- Emrich, E., Papathanassiou, V. & Pitsch, W. (1998). *Sportvereine im Sportbund Pfalz. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung* (Mainzer Studien zur Sportwissenschaft, 20). Niedernhausen: Schors.
- Emrich, E., Papathanassiou, V. & Pitsch, W. (1999). *Sportvereine im Blickpunkt. Strukturelemente, Umweltverflechtungen und Selbstverständnis saarländischer Sportvereine* (Schriftenreihe Geschichte, Politik & Gesellschaft der Stiftung Demokratie Saarland, 3). St. Ingbert: Röhrig.
- Emrich, E., Pitsch, W. & Papathanassiou, V. (2001). *Die Sportvereine. Ein Versuch auf empirischer Grundlage* (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, 106). Schorndorf: Hofmann.
- Engel, U. & Reinecke J. (1994). *Panelanalyse: Grundlagen, Techniken, Beispiele*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Enquetekommission „Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages (Hrsg.) (2002). *Bericht: Bürgerschaftliches Engagement: auf dem Weg in eine zukunftsfähige Gesellschaft*. Opladen.

- Esser, H. (1993). *Soziologie. Allgemeine Grundlagen*. Frankfurt am Main: Campus.
- Evers, A., Rauch, U. & Stitz, U. (2002). *Von öffentlichen Einrichtungen zu sozialen Unternehmen. Hybride Organisationsformen im Bereich Sozialer Dienstleistungen*. Berlin.
- Flösser, G. & Otto, H.-U. (1996). *Neue Steuerungsmodelle für die Jugendhilfe*. Neuwied: Luchterhand.
- Gensicke, T. (2005). *Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999-2004*. München.
- Giddens, A. (1997). *Die Konstitution der Gesellschaft* (Theorie und Gesellschaft, Bd. 1). Frankfurt am Main: Campus.
- Gmür, M. (2000). Strategisches Management für Nonprofit-Organisationen. In S. Nährlich & A. Zimmer (Hrsg.), *Management in Nonprofit-Organisationen. Eine praxisorientierte Einführung* (Bürgerschaftliches Engagement und Nonprofit-Sektor, 2, S. 177-200). Opaten: Leske und Budrich.
- Göriz, A.S. (1999). Online-Panels. In A.S. Göriz, B. Batinic, W. Bandilla & M. Bosnjak (Hrsg.), *ZUMA-Online Research Newsletter, 17*. www.gesis.org/methodenberatung/datenerhebung/online/informationsquellen/newsletter/um17.htm. Letzter Zugriff am 21.4.2004.
- Gräf, L. & Heidingsfelder, M. (1999). Bessere Datenqualität bei WWW-Umfragen – Erfahrungen aus einem Methodenexperiment mit dem Internet-Rogator. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse* (113-126). Göttingen: Hogrefe.
- Gräf, L. (1999). Optimierung von WWW-Umfragen: Das Online Pretest-Studio. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse* (159-177). Göttingen: Hogrefe.
- Hammann, P. & Erichson, B. (2000). *Marktforschung*. Stuttgart: Lucius und Lucius.
- Heinemann, K. & Horch, H.-D. (1988). Strukturbesonderheiten des Sportvereins. In H. Digel (Hrsg.), *Sport im Verein und im Verband* (Texte, Quellen, Dokumente zur Sportwissenschaft, 22, S. 108-122). Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. & Horch, H.-D. (1991). *Elemente einer Finanzsoziologie freiwilliger Vereinigungen*. Stuttgart
- Heinemann, K. & Schubert, M. (1992). *Ehrenamtlichkeit und Hauptamtlichkeit in Sportvereinen. Eine empirische Studie zur Professionalisierung am Beispiel eines ABM-Programms*. Hofmann, Schorndorf.
- Heinemann, K. & Schubert, M. (1994). *Der Sportverein. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung*. (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, 80). Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. & Schubert, M. (1995). Wer zahlt was für wen wofür? Befunde zu den Kosten des Vereinssports und zu ihrer Verteilung. *Sportwissenschaft* Heft 1, 1995, 75 – 89
- Heinemann, K. (2003). *Sportorganisationen – verstehen und gestalten*. Schorndorf

- Heitmeyer, W., Dollase, R. & Backes, O. (1998). *Die Krise der Städte. Analysen zu den Folgen desintegrativer Stadtentwicklung für das ethnisch kulturelle Zusammenleben*. Frankfurt.
- Horch, H.-D. & Schütte, N. (2002). Professionalisierungsdruck und -hindernisse im Management des selbstverwalteten Sports. In M. Friederici, H.-D. Horch & M. Schubert (Hrsg.), *Sport, Wirtschaft und Gesellschaft. Hofmann* (S. 161-174). Schorndorf.
- Horch, H.-D. (1992). *Geld, Macht und Engagement in freiwilligen Vereinigungen. Grundlagen einer Wirtschaftssoziologie von Non-Profit-Organisationen*. Berlin
- Horch, H.-D. (1998). Self-Destroying Processes of Sport Clubs in Germany. *European Journal for Sport Management* 4 (1), 46-58.
- Hujer, R. (Hrsg.). (1997). *Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Panel-Studien. Datenstrukturen und Analyseverfahren*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- I.Z.P. GmbH (2004). *Die große Vereinsbefragung*. Zugriff am 19.4.2004 unter <http://www.izpnet.de/gmbh/>.
- Jütting, D. H. & Jochinke, M. (1994). Selbstverständnis und Sportvereinsbilder. In D. H. Jütting (Hrsg.), *Sportvereine in Münster. Ergebnisse einer empirischen Bestandsaufnahme* (Münsteraner Schriften zur Körperkultur, 20, S. 186-214. Münster: Lit.
- Kerlen, C. (2003). *Problemlos beraten? Die Problemdefinition als Startpunkt organisationalen Lernens*. Berlin: edition sigma.
- Kickbusch, I. (2003). Gesundheitsförderung. In F.W. Schwartz (Hrsg.). *Das Public Health Buch* (2., völlig neu bearbeitete und erw. Aufl.). München/Jena.
- Kloock, J., Sieben, G. & Schildbach, T. (1993). *Kosten- und Leistungsrechnung*. 7. aktualisierte und erweiterte Auflage. Düsseldorf: Werner Verlag.
- Kurscheidt, M. (2005). Finanzwissenschaftliche Analyse des Sport: Empirische Befunde und allokationstheoretische Erklärungen zur staatlichen Sportpolitik. In H.-G. Napp (Hrsg.), *Finanzwissenschaft im Wandel* (S. 211-229). Frankfurt am Main: Lang.
- Kurz, D. & Gomolinsky, U. (1996). Die Ehemaligen – Gründe und Voraussetzungen für den Austritt aus dem Sportverein. In D. Kurz, H.-G. Sack & K.-P. Brinkhoff (Hrsg.), *Kindheit, Jugend und Sport in Nordrhein-Westfalen. Der Sportverein und seine Leistungen. Eine repräsentative Befragung der nordrhein-westfälischen Jugend* (Materialien zum Sport in Nordrhein-Westfalen, 44, S. 161-218). Düsseldorf: Ministerium für Stadtentwicklung, Kultur und Sport.
- Land, K.C. & Ferriss, A.L. (2002). Models for Social Indicator Use and Development. In W. Glatzer, R. Habich & K.U. Mayer (Hrsg.), *Sozialer Wandel und gesellschaftliche Dauerbeobachtung* (S. 337-352). Opladen: Leske und Budrich.
- Langer, W. (2004). *Mehrebenenanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Lapsley, I. (2004). Challenges to nonprofit organisations in a changing world. In D. Witt, R. Purtschert & R. Schauer (Hrsg.), *Funktionen und Leistungen von Nonprofit-Organisationen* (S. 17-26). Wiesbaden: Gabler.
- Leopold, H. (2004). *Rücklauf bei Online Befragungen im Online Access Panel*. (Schriften zur Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie Bd. 10). Hamburg: Verlag Dr. Kovac.
- Littich, E. (2002): Finanzierung von NPOs. In: C. Badelt (Hrsg.). *Handbuch der Nonprofit Organisation. Strukturen und Management* (S. 361-380). 3. Auflage, Stuttgart: Schäfer/Poeschel.
- Mayntz, R. & Scharpf, F.W. (1995). Steuerung und Selbstorganisation in staatsnahen Sektoren. In R. Mayntz & F.W. Scharpf (Hrsg.), *Gesellschaftliche Selbstregulierung und politische Steuerung* (S. 9-38). Frankfurt am Main: Campus.
- Meier, H. (2004). *Mitarbeit im Sport: Bausteine zur Entwicklung einer Theorie des Sportvereins, dargelegt am Beispiel der Mitarbeiterverhältnisse und den strukturellen Bedingungen ihres Wandels*. Dissertation. Universität Bielefeld. <http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2004/537/>
- Mika, T. (2002). Wer nimmt teil an Panel-Befragungen? Untersuchung über die Bedingungen der erfolgreichen Kontaktierung für sozialwissenschaftliche Untersuchungen. *ZUMA-Nachrichten* 26 (51), 38-48.
- Miller, J.J., Veltri, F.R. & Combs, G.M. (2002). An Analysis of Disabled Sport Organizations Resource-Acquisition Strategies. *International Sports Journal* (2), 160-171.
- Oberwittler, D. (2003). Die Messung und Qualitätskontrolle kontextbezogener Befragungsdaten mithilfe der Mehrebenenanalyse – am Beispiel des Sozialkapitals von Stadtvierteln. *ZA-Information* (53), 11-41.
- Pankoke, E. (2002). Sinn und Form freien Engagements. Soziales Kapital, politisches Potential und reflexive Kultur im Dritten Sektor. In H. Münkler & K. Fischer (Hrsg.). *Gemeinwohl und Gemeinsinn. Rhetoriken und Perspektiven sozial-moralischer Orientierung, Bd II* (265-287). Berlin.
- Pitsch, W. (2005). „Brauchbare“ und „unbrauchbare“ Verkürzungen bei der Sportanlagenentwicklungsplanung. *Sportwissenschaft* 35 (3), 310-331.
- Porst, R. (1999). Thematik oder Incentives? Zur Erhöhung der Rücklaufquoten bei postalischen Befragungen. *ZUMA-Nachrichten*, 45, 72-87.
- Pötschke, M. & Simonson, J. (2001). Online-Erhebungen in der empirischen Sozialforschung: Erfahrungen mit einer Umfrage unter Sozial-, Markt- und Meinungsforschern. *ZA-Information*, 49, 6-28.
- Priller, E, Zimmer, A. und Anheier H.K. (1999). Der dritte Sektor im Deutschland. Entwicklungen, Potenziale Erwartungen. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte – Beilage zur Wochenzeitung „Das Parlament“* B9/99, 12-21.
- Rittner, V. & Breuer, C. (2000a). *Kommunale Sportpolitik. Wege aus dem Dornröschenschlaf*. Köln: Sport & Buch Strauß.

- Rittner, V. & Breuer, C. (2000b). *Soziale Bedeutung und Gemeinwohlorientierung des Sports* (Wissenschaftliche Berichte und Materialien des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, 13). Köln: Sport und Buch Strauß.
- Rittner, V. & Breuer, C. (2000c). *Soziale Offensive im Jugendsport*. Frankfurt am Main.
- Rittner, V. & Breuer, C. (2002). Zur Legitimation öffentlicher Sportförderung unter veränderten Rahmenbedingungen. In H.-D. Horch, J. Heydel & A. Sierau (Hrsg.), *Finanzierung des Sports. Probleme und Perspektiven* (Edition Sportökonomie und Sportmanagement, 2, S. 267-282). Aachen: Meyer & Meyer.
- Rittner, V. & Breuer, C. (2004). *Gemeinwohlorientierung und soziale Bedeutung des Sports* (2., aktualisierte und erw. Aufl.). Köln: Sport & Buch Strauß.
- Rittner, V. & Keiner, R. (2006). *Sportbezogene Auswertung der Freiwilligensurveys 1999 und 2004*. Köln.
- Rittner, V. (2003). Das Ideal einer innovativen kommunalen Sportpolitik. Für eine Erneuerung der Sportpolitik. *Der Städtetag*, 7/8, 27-31.
- Schäfer, K. (2001). Aufgaben und Ziele des Wirksamkeitsdialogs. In W. Beywl, R. Mecklenburg, J. Richard, T. Schneid & M. Wonik (Hrsg.), *Evaluation im Alltag. Jugendverbände untersuchen ihre Wirkungen* (S. 36-41). Münster: Votum.
- Schellhaas, H.M. (2005). Die Organisation von Amateurligen bei schrumpfender Bevölkerung. In B. Frick (Hrsg.), *Ökonomie des Breitensports* (Sportökonomie, Bd. 4, S. 73-90). Schorndorf: Hofmann.
- Schmidt, W., Hartmann-Tews, I. & Brettschneider, W.-D. (Hrsg.) (2003). *Erster Deutscher Kinder- und Jugendsportbericht*. Schorndorf: Hofmann.
- Schneid, T. (2001). Die Organisation des Wirksamkeitsdialogs. In W. Beywl, R. Mecklenburg, J. Richard, T. Schneid & M. Wonik (Hrsg.), *Evaluation im Alltag. Jugendverbände untersuchen ihre Wirkungen* (S. 42-49). Münster: Votum.
- Schräpler, J.-P. (2000). Was kann man am Beispiel des SOEP bezüglich Nonresponse lernen? *ZUMA-Nachrichten*, 46, 117-150.
- Schreyögg, G. (2000). *Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung* (3. und erweiterte Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Schubert, M. (1996). Bedingungen für Frauen in Führungspositionen. In G. Anders & E. Braun-Laufers (Red.): *Frauen im Leistungssport*.
- Segal, L. & Weisbrod, B. A. (1998). Interdependence of commercial and donative revenues. In B.A. Weisbrod (Hrsg.), *To profit or not to profit: the commercial transformation of the nonprofit sector* (S. 105-127). Cambridge: Cambridge University Press.
- Seibel, W. (1992). *Der funktionale Dilettantismus. Zur politischen Soziologie von Steuerungs- und Kontrollversagen im „Dritten Sektor“ zwischen Markt und Staat*. Baden-Baden: Nomos.
- Siegrist, J. (1999). Chancen und Grenzen sozialwissenschaftlicher Evaluationsforschung. In B. Badura & J. Siegrist (Hrsg.), *Evaluation im Gesundheitswesen. Ansätze und Ergebnisse* (S. 43-51). Weinheim: Juventa.

- Sigloch, J. (2005): Rechnungslegung. In C. Breuer & J. Thiel (Hrsg.), *Handbuch Sportmanagement* (S. 195-215). Schorndorf: Hofmann.
- Stamm, H. & Lamprecht, M. (1998). *Sportvereine in der Schweiz. Probleme – Fakten – Perspektiven*. Chur: Ruediger.
- Stüdemann, K. (1993). *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. 3. Auflage, München: Oldenbourg Verlag.
- Todd, S.Y., Crook, T.R. & Barilla, A.G. (2005). Hierarchical Linear Modelling of Multi-level Data. *Journal of Sport Management* (19), 387-403.
- Vall, M. van de (1993). *Angewandte Sozialforschung. Begleitung, Evaluierung und Verbesserung sozialpolitischer Maßnahmen*. Weinheim: Juventa.
- Wacht, R. (1984). *Financial management in nonprofit organizations*. Atlanta: Georgia State University.
- Wagner, G. (2002). Sozialberichterstattung und Politikberatung. In W. Glatzer, R. Habich & K.U. Mayer (Hrsg.), *Sozialer Wandel und gesellschaftliche Dauerbeobachtung* (S. 405-420). Opladen: Leske und Budrich.
- Wagner, G., Adelt, M. & Ott, N. (1990). Bevölkerungsentwicklung und Sportpotentiale bis zum Jahr 2000. Eine mikroanalytische Simulationsstudie. In G. Anders (Hrsg.), *Vereinssport an der Wachstumsgrenze? Sport in der Krise der Industriegesellschaften* (S. 124-164). Witten: Verl. am Steinberg Gerd May.
- Wagner, P. (2000). *Wissensmanagement im Konzern. Systemtheoretische Perspektiven und Implementierungsansätze* (Schriften zur Unternehmensentwicklung). Wiesbaden: Gabler.
- Wall, F. (1996). *Organisation und betriebliche Informationssysteme* (Neue betriebswirtschaftliche Forschung, 186). Wiesbaden: Gabler.
- Weber, W., (1996). Sportnachfrage und Arbeitsmarkt Sport. In H.-D. Horch, F. Kreiß & S. Laflör (Red.): *Arbeitsmarkt Sport. Ministerium für Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen* (S. 6-16). Düsseldorf.
- Weber, W., Schneider, C., Kortlücke, N. & Horak, B. (1995). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Wehr, P. (2002). Mitglieder binden und begeistern. In Fachverlag für Kommunikation und Management (Hrsg.), *Handbuch für den Vereinsvorsitzenden (M46)*. Zugriff am 1.10.2002 unter: http://www.komma-net.de/vm/handbuch_fuer_den_vereinsvorsitzenden.pdf.
- Weisbrod, B. A. (2000): *To profit or not to profit: the commercial transformation of the nonprofit sector*, Nachdruck, Cambridge: Cambridge University Press.
- Weiß, K. (2002). *Das Neue Steuerungsmodell – Chance für die Kommunalpolitik?* (Städte und Regionen in Europa, 9). Opladen: Leske und Budrich.
- Wilkens, I. (1996). *Ressourcenzusammenlegung und Lebenszyklus in eingetragenen Vereinen. Ein Beitrag zur Non-Profit-Forschung* (Europäische Hochschulschriften: Reihe 5, Volks- und Betriebswirtschaft; Bd. 1916). Frankfurt am Main: Lang.
- Willke, H. (1997). *Supervision des Staates*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Zimmer, A. & Priller, E. (2004). *Gemeinnützige Organisationen im gesellschaftlichen Wandel. Ergebnisse der Dritte-Sektor-Forschung*. Opladen.
- Zimmer, A. & Villain, M. (2005). *Bürgerschaftliches Engagement heute*. (Schriftenreihe der Stiftung Westfalen Initiative, Band 10). Ibbenbüren.

Anhang

Fragebogen

Vereinsname: _____ Vereinsnummer: _____ LSB: _____

Allgemeine Angaben zu Ihrem Verein

- 1) Wann wurde Ihr Verein gegründet? im Jahr _____
- 2) Wie viele Mitglieder hatte Ihr Verein **zum 31.12.2004**? _____,
wie viele davon sind als Passiv-Mitglieder gemeldet? _____
- 3) Wie viele Mitglieder in den folgenden Alters- und Geschlechtsgruppen hatte Ihr Verein **zum 31.12.2004**?

	<i>männlich</i>	<i>weiblich</i>
bis 6 Jahre	_____	_____
7-14 Jahre	_____	_____
15-18 Jahre	_____	_____
19-26 Jahre	_____	_____
27-40 Jahre	_____	_____
41-60 Jahre	_____	_____
über 60 Jahre	_____	_____

- 4) Wie viele Abteilungen **mit eigener Abteilungsleitung** gibt es in Ihrem Verein? _____

- 5) Welche Sportarten und sonstigen Sportangebote gibt es in Ihrem Verein?
Tragen Sie in der folgenden Tabelle bitte **sämtliche** Sportarten und sonstigen Sportangebote ein und kreuzen Sie bitte zusätzlich an, ob a.) in der jeweiligen Sportart auch eine Teilnahme am Wettkampfbetrieb eines Fachverbandes erfolgt und ob es b.) in dieser Sportart/dem Sportangebot ein Kursangebot auch für Nicht-Mitglieder gibt.

Sportangebot	Teilnahme am Wettkampfbetrieb der Verbände	Kursangebot
<i>z. B. Handball</i>	☒	☐
<i>z. B. Wirbelsäulengymnastik</i>	☐	☒
<i>z. B. Lauffreizeit</i>	☐	☐
	☐	☐

6) Wie viel Prozent der Mitglieder Ihres Vereins

.... haben im Jahr 2004 an geselligen Veranstaltungen Ihres Vereins teilgenommen
(z. B. Weihnachtsfeier, Vereinsball, Sommerfest etc.)

ca. 0 %	ca.10 %	ca.20 %	ca. 30 %	ca. 40 %	ca. 50 %	ca. 60 %	ca. 70 %	ca. 80 %	ca. 90 %	ca. 100 %
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

...sind inaktiv, d.h. nutzen die Sportangebote ein ganzes Jahr nicht?

ca. 0 %	ca.10 %	ca.20 %	ca. 30 %	ca. 40 %	ca. 50 %	ca. 60 %	ca. 70 %	ca. 80 %	ca. 90 %	ca. 100 %
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

aktuelle Fragen

7) Ist Ihr Verein von Auswirkungen der demographischen Entwicklung in Ihrer Region betroffen (z. B. Bevölkerungsrückgang, Alterung der Bevölkerung, Zuwanderung)?

☐ nein → weiter mit Frage 8

☐ ja,

Falls ja:

a) Von welchen Auswirkungen? (Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Bevölkerungsrückgang
- ☐ Rückgang der Anzahl an Kindern und Jugendlichen in der Bevölkerung
- ☐ Alterung der Bevölkerung
- ☐ Zuwanderung durch Migranten

b) Reagiert Ihr Verein auf Auswirkungen der demographischen Entwicklung?

☐ nein → weiter mit Frage 8

☐ ja,

Falls ja:

Durch ...	Trifft nicht zu	trifft zu
... neue Vereinsangebote	☐	☐
... Reduktion von Vereinsangeboten	☐	☐
... Zusammenarbeit mit anderen Vereinen	☐	☐
... verstärkte Werbemaßnahmen	☐	☐
... sonstiges:		
... sonstiges:		

8) Der Deutsche Sportbund unterstreicht die gesellschaftliche Bedeutung des Sports mit bundesweiten Kampagnen. Die aktuelle Kampagne trägt das Motto „Sport tut Deutschland gut“.

Haben Sie diese Kampagne wahrgenommen?

☐ nein → *weiter mit Frage 9*

☐ ja,

Falls ja:

a) über welche Medien ? (Mehrfachnennung möglich)

☐ Plakat

☐ Anzeige

☐ Kino-/TV-Spot

☐ Arbeitsmaterialien

b) Halten Sie diese Kampagne für eine geeignete Unterstützung Ihrer Vereinsarbeit?

☐ nein

☐ ja

c) Halten Sie diese Kampagne für einen sinnvollen Ansatz, um die gesellschaftliche Bedeutung des Sports in der Öffentlichkeit zu kommunizieren?

☐ nein

☐ ja

☐ weiß nicht

d) Ist Ihnen der Internet-Baukasten (www.sport-tut-deutschland-gut.de) dieser Kampagne für die Unterstützung der Vereinsarbeit (Herstellung von Vereinsmaterialien und -medien im Kampagnendesign) bekannt?

☐ nein → *weiter mit Frage 9*

☐ ja,

Falls ja:

e) Haben Sie bereits damit gearbeitet?

☐ nein

☐ ja

Vereinsphilosophie

9) Geben Sie im Folgenden bitte an, in wieweit die folgenden Aussagen die Meinung des Vorstands Ihres Vereins widerspiegeln.

	<i>stimme voll zu</i>	<i>stimme teil- weise zu</i>	<i>teils- teils</i>	<i>lehne teil- weise ab</i>	<i>lehne völlig ab</i>
<i>Unser Verein</i>	++	+	+/-	-	--
<i>... soll so bleiben wie er immer war</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... bietet eine preiswerte Möglichkeit Sport zu treiben</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... legt viel Wert auf Gemeinschaft und Geselligkeit</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... orientiert sich an den Angeboten kommerziellen Sportanbieter</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... legt viel Wert auf die Pflege von Tradition</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... versteht sich als ein Dienstleister in Sachen „Sport“</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... sollte ausschließlich ehrenamtlich organisiert sein</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... legt viel Wert auch auf nicht-sportliche Angebote</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... engagiert sich sehr stark in der Jugendarbeit</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... achtet besonders auf die Qualität des Sportangebots</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... versteht sich vor allem als Freizeit- und Breitensportverein</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... möchte auch Werte, wie z. B. Fair Play, Toleranz etc. vermitteln</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... ist stolz auf seine Erfolge im Leistungssport</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... engagiert sich im Bereich des Gesundheitssports</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... sieht seine Aufgabe u. a. darin, Jugendliche ' von der Straße zu holen</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... engagiert sich stark im Bereich der leistungssportlichen Talentförderung</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... möchte ein möglichst breites Angebot in vielen Sportarten anbieten</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... möchte ein Angebot für möglichst viele Bevölkerungsgruppen anbieten</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>... blickt optimistisch in die Zukunft</i>	☐	☐	☐	☐	☐

Probleme Ihres Vereins

10) Wie groß sind **zurzeit** folgende, möglichen Probleme Ihres Vereins? Falls es sich dabei um ein sehr großes Problem handelt, geben Sie bitte auch an, ob dieses Problem die Existenz Ihres Vereins bedroht oder nicht.

	<i>Dies ist in unserem Verein</i>					<i>Problem bedroht Existenz</i>
	<i>kein Problem</i>	<i>ein kleines Problem</i>	<i>ein mittleres Problem</i>	<i>ein größeres Problem</i>	<i>ein sehr großes Problem</i>	
Bindung/Gewinnung von Mitgliedern	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bindung/Gewinnung jugendlicher Leistungssportler/innen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bindung/Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter/innen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Finanzielle Situation Ihres Vereins	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten des Wettkampfbetriebs	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zeitliche Verfügbarkeit der Sportanlagen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zustand der genutzten Sportanlagen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Eignung der Sportanlagen für die angebotenen Sportarten	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Örtliche Konkurrenz durch Sportvereine	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Örtliche Konkurrenz durch kommerzielle Sportanbieter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Anzahl an Gesetzen, Verordnungen, Vorschriften	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unklarheit der Gesamtperspektive des Vereins	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Demographische Entwicklung in Ihrer Region	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Weitere Probleme (falls vorhanden, bitte eintragen):	☐	☐	☐	☐	☐	☐
1. _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Situation der Sportanlagen

11. Nutzt Ihr Verein kommunale Sportanlagen (auch Schulsportanlagen)?

☐ nein → *bitte weiter mit Frage 12*

☐ ja

a) In welchem zeitlichen Umfang nutzen Sie kommunale Sportanlagen (auch Schulsportanlagen)?

_____ Stunden pro Woche

b) Für wie viele Stunden davon bezahlen Sie Benutzungsgebühren?

_____ Stunden pro Woche

c) Für die Nutzung wie vieler kommunaler Sportanlagen (auch Schulsportanlagen) erbringen Sie sonstige Gegenleistungen (Eigenbetrieb, Übernahme von Schlüsselgewalt oder Pflegeverantwortung)?

Anzahl: _____

12. Verfügen Sie (auch) über vereinseigene Sportanlagen?

☐ nein → *weiter mit Frage 13*

☐ ja

Falls ja, bitte geben Sie an, wie viele der folgenden Anlagentypen Sie besitzen.

<i>z. B. Turn und Sporthallen</i>	<i>2</i>
Turn- und Sporthallen	
Sportplätze für Fußball/Hockey	
Sportplätze für Leichtathletik	
Kegelbahnen	
Tennisplätze	
Fitnessstudio/Kraftraum	
Vereinsheim	
Weitere Anlagen, und zwar: <i>(bitte eintragen)</i>	

13) Nutzt Ihr Verein Sportanlagen sonstiger Träger (z. B. kommerzielle Anbieter, Kirche)?

☐ nein

☐ ja

Finanzen

14) Wie hoch sind in Ihrem Verein die monatlichen Mitgliedsbeiträge und – soweit vorhanden – die Aufnahmegebühren für die Mitglieder der folgenden Altersgruppen?

	<i>Monatlicher Beitrag</i>	<i>Aufnahmegebühr</i>
Kinder	€	€
Jugendliche	€	€
Erwachsene	€	€

15) Gibt es besondere Beiträge für folgende Personengruppen?

a) Familien

☐ nein → weiter mit Frage 15) b)

☐ ja, wenn ja, wie hoch ist der Familienbeitrag pro Monat? _____ €

Falls Sie mehrere Familienbeiträge anbieten, bitte geben Sie den Familienbeitrag für 2 Erwachsene und 2 Kinder an.

b) Passive Mitglieder

☐ nein → weiter mit Frage 16)

☐ ja, wenn ja, wie hoch ist dieser pro Monat? _____ €

16) Werden für einzelne Abteilungen/Sparten unterschiedliche Beiträge und Aufnahmegebühren erhoben?

☐ nein

☐ ja, und zwar für _____ Abteilungen

17) Im Folgenden bitten wir Sie um Angaben zu den Finanzmitteln, die Ihrem Verein im Haushaltsjahr 2004 zur Verfügung standen. (wenn Ihr Verein über bestimmte Finanzquellen nicht verfügt, kennzeichnen Sie dies bitte mit einem Strich!)

Ihr gesamtes Haushaltsvolumen im Jahr 2004: € _____

Einnahmen aus	€
1. Mitgliedsbeiträge	
2. Aufnahmegebühren	
3. Spenden	
4. Zuschüsse	
- der Sportorganisationen (Fachverbände, LSB etc.)	
- aus der Sportförderung des Landes [Anm. Online-automatisch Land nennen]	
- aus der Sportförderung des Kreises/der Stadt/der Gemeinde	
- aus sonstigen Förderprogrammen (z. B. Arbeitsamt)	
5. Vermögensverwaltung (z. B. Zinseinnahmen)	
6. Selbstbetriebene Gaststätte	
7. Sportveranstaltungen (Zuschauereinnahmen etc.)	
8. Leistungen für Mitglieder gegen Entgelt (Platz-, Hallenmieten o.ä.)	
9. Gesellige Veranstaltungen (z. B. Vereinsball, Karnevalsveranstaltung etc.)	
10. Werbeverträge:	
- Trikot, Ausrüstung	
- Bande	
- Übertragungsrechte	
- Anzeigen	
11. Eigene Wirtschaftsgesellschaft	
12. Kursgebühren	
13. Leistungen für Nicht-Mitglieder gegen Entgelt (Platz-, Hallenmieten o.ä.)	
14. Kreditaufnahme	
15. Sonstige Einnahmen (bitte nennen):	
Sonstige Einnahmen (bitte nennen):	
Sonstige Einnahmen (bitte nennen):	

18) Im Folgenden bitten wir Sie, uns Angaben über die Ausgaben Ihres Vereins im letzten Rechnungsjahr (2004) zu machen. (Wenn in Ihrem Verein bestimmte Ausgaben nicht vorkommen, kennzeichnen Sie dies bitte mit einem Strich!).

Ausgaben:	€
1. Personalkosten	
- Verwaltungspersonal	
- Trainer, Übungsleiter, Sportlehrer	
- Zahlungen an Sportler	
- Wartungspersonal, Platzwart etc.	
2. Kosten für den Sportbetrieb:	
- Kosten für Sportgeräte und Sportkleidung	
- Kosten für die Unterhaltung und den Betrieb eigener Anlagen	
- Mieten und Kostenerstattung für die Benutzung von nicht vereinseigenen Sportanlagen bzw. -einrichtungen	
- Reisekosten für Übungs- und Wettkampfbetrieb	
- Kosten für die Durchführung eigener sportlicher Veranstaltungen	
3. Abgaben/Steuern:	
- Abgaben an Sportorganisationen (LSB, KSB, Fachverbände)	
- Steuern aller Art	
- Gema-Gebühren	
4. Allgemeinkosten:	
- allgemeine Verwaltungskosten	
- Versicherungen	
- Kosten für außersportliche Veranstaltungen (z. B. Feste)	
5. Kapitaldienst (Zinsen, Tilgungen)	
6 Rückstellungen	
7. Sonstige Kosten (bitte nennen):	
Sonstige Kosten (bitte nennen):	
Sonstige Kosten (bitte nennen):	

19) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Finanzen“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
.....	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
.....	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

Ehrenamtlich Aktive und freiwillige Helfer/innen
--

20) Im Folgenden einige Fragen zu den **ehrenamtlichen Aktiven und freiwilligen Helfern/innen** in Ihrem Verein:

Geben Sie im folgenden bitte an, wie viele Personen in den genannten Funktionen jeweils tätig sind, und schätzen Sie bitte wie viele Stunden pro Monat eine Person in dem jeweiligen Amt in Ihrem Verein durchschnittlich arbeitet:

Amt bzw. Funktion	Anzahl der Personen		Geschätzte durchschnittliche Zahl an Arbeitsstunden einer Person pro Monat
	männlich	weiblich	
Vorsitzende(r) des Vereins			
stellvertretende(r) Vorsitzende(r)			
Geschäftsführer/-in			
Schatzmeister/Kassierer/-in			
Jugendleiter/-in			
Sportwart			
Pressewart			
weitere Vorstandsmitglieder			
Mitglieder in Abteilungsvorständen			
Schieds-/Kampfrichter/-innen			
Trainer-/Übungsleiter/-innen			
Sonstige ehrenamtliche Positionen / Funktionen: (bitte eintragen)			
Sonstige ehrenamtliche Positionen / Funktionen: (bitte eintragen)			

21) Gibt es in Ihrem Verein Positionen/Funktionen, die zurzeit nicht besetzt sind?

☐ Nein

☐ Ja, und zwar:

22) Gibt es folgende Beteiligungsmöglichkeiten bzw. Ämter für die Jugend in Ihrem Verein? Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Jugendvertreter/in, -wart/in, -referent/in mit Sitz im Gesamtvorstand
- ☐ Wahl der Jugendvertretung durch die Jugendlichen
- ☐ Wahl eines/r Jugendlichen als Jugendsprecher/in
- ☐ Stimmrecht der Jugendlichen in der Hauptversammlung
- ☐ Eigener Jugendvorstand bzw. eigener Jugendausschuss
- ☐ Wahl der Jugendvertretung auf Abteilungsebene durch die Jugendlichen
- ☐ sonstige Möglichkeit der Partizipation der Jugend _____
- ☐ Nein, keine dieser Ämter bzw. Beteiligungsmöglichkeiten

23) Wie viel Prozent Ihrer Mitglieder haben sich 2004 als freiwillige Helfer bei gesonderten Arbeitseinsätzen im Verein beteiligt (z. B. im Rahmen der Organisation eines Festes oder einer Sportveranstaltung)?

ca. 0 %	ca.10 %	ca.20 %	ca. 30 %	ca. 40 %	ca. 50 %	ca. 60 %	ca. 70 %	ca. 80 %	ca. 90 %	ca. 100 %
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Ehrenamtlich Aktive und freiwillige Helfer/innen“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
.....	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
.....	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

25) Sind Sie der Ansicht, dass Staat und Öffentlichkeit ehrenamtliches Engagement stärker fördern sollten?

☐ nein → weiter mit Frage 26)

☐ ja

Bei welchen der folgenden Punkte würden Sie sagen: Da drückt der Schuh, da wären Verbesserungen wichtig?

- ☐ Bei der Absicherung durch Haftpflicht- und Unfallversicherung
- ☐ Bei der steuerlichen Absetzbarkeit von Kosten
- ☐ Bei der steuerlichen Freistellung von Aufwandentschädigungen
- ☐ Bei der Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit als berufliches Praktikum oder als berufliche Weiterbildung
- ☐ Bei der öffentlichen Anerkennung in Form von Ehrungen und ähnlichem
- ☐ Bei der öffentlichen Anerkennung durch Berichte in der Presse und den Medien
- ☐ Bei der besseren Information und Beratung über Gelegenheiten zum ehrenamtlichen oder freiwilligen Engagement

Bezahlte Mitarbeit

26) Im Folgenden möchten wir gerne etwas zu der Situation im Bereich „Bezahlte Mitarbeit“ in Ihrem Verein erfahren. Haben Sie in Ihrem Verein bezahlte Mitarbeiter/innen?

- ☐ nein → *weiter mit Frage 29)*
- ☐ ja

27) Tragen Sie in der folgenden Tabelle bitte ein, wie viele Personen der entsprechenden Mitarbeiterkategorie in Ihrem Verein in welchem Aufgabenbereich arbeiten.

Mitarbeiterkategorien	Aufgabenbereich: <i>Führung & Verwaltung(Vereins-, Abteilungsvorstände, Geschäftsstelle)</i>		Aufgabenbereich: <i>Sport-, Übungs-, Trainingsbetrieb, Betreuung etc.</i>		Aufgabenbereich: <i>Technik, Pflege, Wartung</i>	
	Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.
Freie Mitarbeiter/-innen (Honorar)						
Angestellte Mitarbeiter/-innen (Teilzeit)						
Angestellte Mitarbeiter/-innen (Vollzeit)						

28) Sind in Ihrem Verein Mitarbeiter/innen des folgenden Typs beschäftigt bzw. ist dies geplant?

- | | | | |
|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| Ausbildung | ☐ Nein | ☐ geplant | ☐ Ja |
| Zivildienst | ☐ Nein | ☐ geplant | ☐ Ja |
| Freiwilliges Soziales Jahr | ☐ Nein | ☐ geplant | ☐ Ja |
| Zusatzjobs (Hartz IV) | ☐ Nein | ☐ geplant | ☐ Ja |

29) Gibt es in Ihrem Verein eine bezahlte Führungsposition, wie z. B. eine(n) bezahlte(n) Geschäftsführer/in?

- ☐ Nein
☐ Ja

30) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Bezahlte Mitarbeit“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

Management

31) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Arbeitsabläufe“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

32) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Bindung/Gewinnung jugendlicher Leistungssportler“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
..... .	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

33) Falls es in ihrem Verein Probleme im Bereich „Mitgliederbindung/-gewinnung“ gibt oder in den letzten 2 Jahren gab, möchten wir Sie bitten, (a) einzutragen, um welches Problem es sich handelt, (b) ob bzw. was Sie bislang unternommen haben, um dieses Problem zu lösen und (c) den Erfolg der jeweiligen Maßnahme zu bewerten.

Problem	Wurde in Ihrem Verein etwas unternommen, um dieses Problem zu lösen?		
..... ..	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht
..... ..	☐ nein	☐ ja, und zwar folgendes: (bitte eintragen)	☐ Erfolgreich ☐ Nicht erfolgreich ☐ Weiß nicht

Kooperationen

34) Mit welchen der folgenden Einrichtungen arbeitet Ihr Verein zusammen? Geben Sie bitte zusätzlich an, um welche Art der Zusammenarbeit es sich handelt.

	Austausch von Informationen	Nutzung bzw. Aus- tausch von Personal oder Sportanlagen	Zusammenarbeit bei Angebotserstellung
<i>z. B. ☒ Schule</i>	☐	☒	☒
☐ Schule	☐	☐	☐
☐ Kindergarten/ Kindertagesstätte	☐	☐	☐
☐ Krankenkasse	☐	☐	☐
☐ Gesundheitsamt	☐	☐	☐
☐ Jugendamt	☐	☐	☐
☐ Wirtschaftsunternehmen	☐	☐	☐
☐ anderer Sportverein	☐	☐	☐
☐ kommerzieller Sportanbieter	☐	☐	☐
☐ Andere, und zwar:	☐	☐	☐
☐ Andere, und zwar:	☐	☐	☐
☐ Andere, und zwar:	☐	☐	☐

Unterstützungsleistungen

35) Im Folgenden möchten wir gerne wissen, für wie wichtig Sie die folgenden fachlichen Beratungs- und Unterstützungsleistungen durch andere Organisationen (z. B. Sportverbände) für Ihren Verein halten.

Diese Beratungs- und Unterstützungsleistungen werden u. a. von Ihrem Landessportbund/-verband angeboten. Falls Sie eines oder mehrere dieser Angebote von Ihrem Landessportbund/-verband in den letzten beiden Jahren in Anspruch genommen haben, möchten wir gerne wissen, wie zufrieden Sie damit waren.

	Wichtigkeit der Unterstützungsleistung			Falls Sie diese Unterstützungsleistung des LSB genutzt haben: Zufriedenheit mit der Unterstützungsleistung		
	sehr wichtig	teilweise wichtig	unwichtig	gut	<i>mittel</i>	<i>schlecht</i>
Aus- und Fortbildung der Übungsleiter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lehrgänge im Vereinsmanagement	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Politische Lobbyarbeit f. d. Vereinssport	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit generell	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Finanzielle Unterstützung der Vereinsarbeit bei(m) ...</i>						
Erwerb von Sportgeräten	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bau/bei der Modernisierung von Sportanlagen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zuschüsse für Übungsleiter und Trainer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisationsleiter-/Vereinsmanager-zuschüsse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Information und Beratung der Vereine generell	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Information und Beratung in Sachen ...						
Finanzen/Steuern	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Recht/Versicherungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisation und Planung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Marketing/Sponsoring/Öffentlichkeitsarbeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qualitätsmanagement	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Veranstaltungsmanagement	☐	☐	☐	☐	☐	☐
EDV/Internet/Homepage	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mitgliederbindung und -gewinnung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sportanlagenbau und -management	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Übernahme kommunaler Sportanlagen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Frauenförderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Hilfen im Bereich ...</i>						
Talentsuche/-förderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Einrichtung von Sportangeboten für Sondergruppen (z. B. Herzsportgruppen)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kooperation Schule-Verein	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jugendarbeit im Sport	☐	☐	☐	☐	☐	☐

36) Wie könnten der Deutsche Sportbund (DSB)/Ihr LSB die Arbeit Ihres Vereins zusätzlich unterstützen?

Schluss

Wer hat den Fragebogen bearbeitet? (Mehrfachnennungen möglich)

Vorsitzende/r:	☐ ehrenamtlich	☐ hauptberuflich
stellv. Vorsitzende/r:	☐ ehrenamtlich	☐ hauptberuflich
sonst. Vorstandsmitglied:	☐ ehrenamtlich	☐ hauptberuflich
Geschäftsführer/in:	☐ ehrenamtlich	☐ hauptberuflich
sonstige Funktion:.....		
	☐ ehrenamtlich	☐ hauptberuflich

Wäre Ihr Verein bereit, in etwa 2 Jahren erneut an einer Befragung teil zu nehmen?

- ☐ nein
☐ ja, eventuell
☐ ja, sicher

Erste Ergebnisse werden etwa ab Juli/August vorliegen. Wünschen Sie eine Zusendung der Ergebnisse als pdf-Datei?

- ☐ nein
☐ ja

Wir bedanken uns recht herzlich für Ihre Mitarbeit!

An dieser Stelle haben Sie die Möglichkeiten weitere Anmerkungen zu Ihrem Verein und der Befragung zu machen:

Überblick über Transferleistungen im Rahmen des Sportentwicklungsberichts für Deutschland 2005/2006

Datum	Veranstaltung	Vortragsthema	Ort	Referent
09.04.2005	Landessporttag Sachsen	Demografische Entwicklung in Sachsen – Perspektiven des Sports	Chemnitz	Christoph Breuer
08.09.2005	Tagung des Freizeit- und Breitensportverbandes NRW	Großvereine zwischen Kommerz und Gemeinwohl. Strategische Überlegungen.	Bergisch-Gladbach	Christoph Breuer
17.09.2005	Breitensportkonferenz des LSB Hessen	Demographische Entwicklung: Herausforderungen für den Breitensport	Frankfurt/M.	Christoph Breuer
07.10.2005	DSB-Bundeskongferenz Breitensport	Demographische Entwicklung: Herausforderungen für den Breitensport	Darmstadt	Christoph Breuer
04.11.2005	Breitensportkonferenz des LSV Schleswig-Holstein	Welche Beratung brauchen Vereine? Befunde und Konsequenzen aus der Sozialberichterstattung des deutschen Sports	Damp	Christoph Breuer
07.11.2005	Präsidiumssitzung LSB NRW	Sportentwicklungsberichte. Analysen zur Situation des deutschen Sports/des nordrhein-westfälischen Sports	Duisburg	Christoph Breuer
10.12.2005	Tagung der Sportjugend Sachsen	Demografische Entwicklung in Sachsen und Perspektiven für den Sport	Leipzig	Pamela Wicker
19.01.2006	Jahresauftaktveranstaltung des LSB Rheinland-Pfalz	Die Sportorganisation im gesellschaftlichen Wandel	Mainz	Christoph Breuer
27.01.2006	Seminar des Deutschen Turner Bundes für Gauoberturnwarte	Demographische Entwicklung in Deutschland: Herausforderungen – Potenziale – Konkurrenzen.	Mainz	Christoph Breuer
27.03.2006	16. Sitzung des Bundesvorstandes Breitensport des Deutschen Sportbundes	Sportentwicklungsbericht 2005/2006: Analysen zur Situation des Sports in Deutschland.	Frankfurt/M.	Christoph Breuer
15.04.2006	Beiratssitzung der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Sportämter	Teilbericht Sportstätten der Sportentwicklungsberichte des Deutschen Sports 2005/2006	Paderborn	Gregor Hovemann

Datum	Veranstaltung	Vortragsthema	Ort	Referent
29.04.2006	Landessportbund Sachsen, Fachbereich Breitensport	Breitensport	Leipzig	Antje Haase
04.05.2006	IAKS-Netzwerk-konferenz	Neue Forschungsergebnisse aus Sportwissenschaft und Sportökonomie.	Münster	Christoph Breuer
01.06.2006	DOSB Tagung der Hauptberuflichen Breitensportverantwortlichen,	Das Konzept der Sportentwicklungsberichte 2005/2006.	Seeheim Jugenheim	Gregor Hovemann
01.06.2006	DOSB Tagung ‚Vereins und Verbandsberatung‘	Teilbereich „Beratung und Unterstützungsleistung“ aus dem Projekt Sportentwicklungsberichte 2005/2006“.	Seeheim Jugenheim	Gregor Hovemann
05.09.2006	Deutsche Sportjugend – Jugendsekretärstagung	Sportentwicklungsbericht 2005/2006 – ausgewählte Befunde zum Kinder- und Jugendsport	Frankfurt/M.	Veronika Rücker
18.09.2006	Workshop des Kreissportbund Rheinisch-Bergischer Kreis und des Rheinischen Turnerbundes	Sportvereine ohne Mitarbeiter? – Schreckensgespenst oder Realität - Impulsgedanken - Ergebnisse aus dem Sportentwicklungsbericht 2005 / 2006	Bergisch-Gladbach	Veronika Rücker
25.09.2006	dvs-Sektion Sportsoziologie	Riskante Investitionen? Organisationaler Nutzen, Kosten und Refinanzierbarkeit investiver Steuerungsentscheidungen deutscher Sportvereine.	Paderborn	Christoph Breuer
30.09.2006	1. Frauen-Vollversammlung des DOSB	Sportentwicklungsbericht 2005/2006	Münster	Pamela Wicker
06.10.2006	Regionalforum Süd des Landessportbund Bremen	Konsequenzen für den Sport aus dem demografischen Wandel – Ergebnisse des Sportentwicklungsberichts 2005 / 2006	Bremen	Veronika Rücker
06.10.2006	Messe sporinfra	Übernahme kommunaler Sportstätten durch Vereine – Herausforderungen und Problemlösungen	Wiesbaden	Christoph Breuer
13.10.2006	DOSB-Bundeskongferenz Breitensport/Sportentwicklung	Finanzen	Erfurt	Christoph Breuer

Datum	Veranstaltung	Vortragsthema	Ort	Referent
28.10.2006	Feierstunde zur Aushändigung der Sportplakette des Bundespräsidenten – Innenministerium NRW	Profilbildung als Zukunftschance für Sportvereine	Schloss Nordkirchen	Veronika Rücker
04.11.2006	3. Internat. Hamburger Sport-Kongress	Der demografische Wandel – eine wachsende Herausforderung	Hamburg	Pamela Wicker
05.11.2006	Internationaler Hamburger Sportkongress	Wissensmanagement: Das Konzept der Sportentwicklungsberichte 2005/2006	Hamburg	Gregor Hovemann
10.11.2006	Expertentreffen Zweiter Deutscher Kinder- und Jugendsportbericht	Kopplungsmöglichkeiten mit dem Sportentwicklungsbericht	Essen	Christoph Breuer
10.11.2006	Herbstseminar: Freiburger Kreis	Teilbericht Finanzen der Sportentwicklungsberichte des Deutschen Sports 2005/2006	Heidelberg	Gregor Hovemann
11.11.2006	Seminar für Großvereine des Bayerischen Landessportbundes	Ergebnis des ersten deutschen Sportentwicklungsberichts	Beilngries	Veronika Rücker
17.11.2006	Landessporttag Thüringen	ausgewählte Ergebnisse des SEB unter besonderer Berücksichtigung des Landes Thüringen	Erfurt	Manfred Schubert
17.11.2006	Deutscher Sportökonomie-Kongress	Zur Struktur und Beziehung von „Zeit“ und „Geld“ als Ressourcen in Sportvereinen – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung“	Köln	Gregor Hovemann, Manfred Schubert
20.11.2006	Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband	Ergebnisse des Sportentwicklungsberichts 2005/2006	Göttingen	Veronika Rücker
04.03.2007	Rhein-Kreis-Neuss	Herausforderungen für die Sportvereine im Bereich der Talentförderung	Neuss	Christoph Breuer
09.03.2007	Landessportbund NRW Tagung Mitarbeiterentwicklung	Ergebnisse des Sportentwicklungsberichts 2005/2006	Dortmund	Christoph Breuer
21.03.2007	Deutscher Bundestag, Sportausschuss	Sportentwicklungsbereich für Deutschland – Konzept und Befunde	Berlin	Christoph Breuer
24.03.2007	Landessportbund Brandenburg	Demographischer Wandel und Unterstützung der Sportvereine	Potsdam	Christoph Breuer

Datum	Veranstaltung	Vortragsthema	Ort	Referent
26.04.2007	ADS	Konzept der Sportentwicklungsberichte	Düsseldorf	Christoph Breuer
11.05.2007	Landessportbund Hessen 1. Aktionstag Freizeitsport Nordhessen	Sportentwicklung und Vereine	Bad Arolsen	Christoph Breuer
02.06.2007	Landessportbund NRW Mitgliederversammlung	Ergebnisse des Sportentwicklungsberichts 2005/2006	Duisburg	Christoph Breuer

