

## Wie neue Bedürfnisse die Sportkultur verändern



Sportland OÖ, b2

**SPORT OÖ**  
Land Oberösterreich · Upper Austria

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>I. Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>II. Neue Bedürfnisse, die Sportkultur verändern</b>	
<b>Zusammenfassung des Impulses von Zukunftsforscherin Anja Kirig</b>	<b>4</b>
1. Megatrends verändern Motive und Bedürfnisse – Eine neue Sportgesellschaft konstituiert sich	5
2. Megatrends verändern die Welt	5
3. Megatrends verändern unseren Alltag – Motive für Erfüllung durch den Sport	6
4. Paradoxitäten der Sportgesellschaft	8
5. Vermeintliche Widersprüche der Sportgesellschaft	9
6. Anforderungen an die Sportgesellschaft	11
<b>III. Zukunftsgespräch mit Expertinnen und Experten</b>	<b>12</b>
<b>IV. Fazit – Sport- und Bewegungskultur von morgen</b>	<b>18</b>
1. Sport - Bestandteil des öffentlichen Raums	18
2. Sport - Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens	19
3. Notwendigkeiten an die Sportgesellschaft von morgen	20

## I. Einleitung

In den letzten 25 Jahren stieg das Bedürfnis sich sportlich zu betätigen. 74,1% der Österreicherinnen und Österreicher wollen mehr Sport betreiben. Nachvollziehbare Fakten, wenn man bedenkt, dass unser natürliches Verlangen nach Bewegung von unserem Alltagsleben nicht mehr kompensiert wird. Körperliche Arbeit wird uns zunehmend von Maschinen erleichtert oder abgenommen, wir sitzen am Schreibtisch, vorm Fernseher oder im Auto. Unsere Gesellschaft verändert sich – und damit verändern sich auch die Erwartungen und Motive jedes einzelnen im Bereich Sport und Bewegung.

Im September 2015 hat das Land Oberösterreich die neue Sportstrategie bis zum Jahr 2025 vorgestellt. Bei einem der entscheidenden Kernziele daraus – der Bewegungs- und Sportkultur der Zukunft - entschieden sich die Oö. Sportdirektion und die Oö. Zukunftsakademie für eine detailliertere und ausführlichere Betrachtung um die bestimmenden Trends aufzuspüren, die unsere Sportkultur und unsere Sportlandschaft verändern und Ansichten und Blickwinkel zu öffnen und so das benötigte Umfeld für eine sportbegeisterte und sich bewegende Gesellschaft darzustellen. Hierzu wurden für einen Ideen- und Meinungsaustausch Stakeholder eingeladen, die in kleineren Diskussionsrunden gemeinsam bei einem Zukunftsgespräch an „World-Café“ Tischen ein Zukunftsbild der Sportkultur der Zukunft zeichneten. Angestoßen wurde die Diskussion durch ein Impulsreferat von Anja Kirig, einer der Autoren der „Sportivity-Studie“ des Zukunftsinstituts Frankfurt.

## II. Neue Bedürfnisse, die Sportkultur verändern

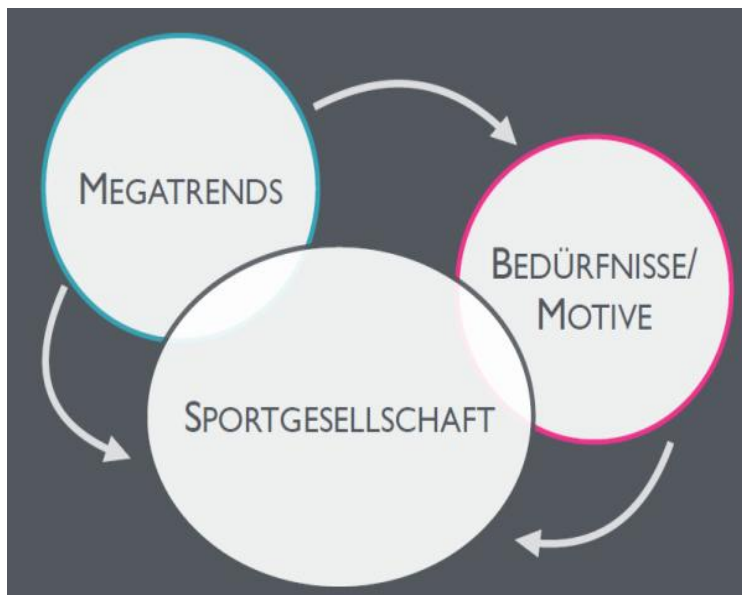
### Zusammenfassung des Impulses von Zukunftsforscherin Anja Kirig



Quelle: Zukunftsinstitut

Die 1977 geborene Stuttgarterin ist Zukunfts- und Trendforscherin, Autorin und Journalistin. Seit 2004 ist die diplomierte Politikwissenschaftlerin regelmäßig als freie Mitarbeiterin für das Zukunftsinstitut tätig. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Neo-Ökologie und Neuer Luxus, Food- und Gastromärkte, Tourismus- und Freizeitkultur. Sie versteht sich als teilnehmende Beobachterin, kombiniert für ihre Arbeit soziologische mit journalistischen und empirischen Methoden, um so neue soziokulturelle Entwicklungen und Trends aufzuspüren. Im Fokus ihrer Vorträge stehen die neuen Lebensstile mit ihren jeweiligen Bedürfnisstrukturen.

## 1. Megatrends verändern Motive und Bedürfnisse – Eine neue Sportgesellschaft konstituiert sich



Quelle: Zukunftsinstitut, Sportivity

Neue Bedürfnisse und Motive machen es überhaupt erst erforderlich über eine neue Sportgesellschaft nachzudenken. Die Gesellschaft transformiert sich ständig – bereits derzeit ist Sport vielschichtig ausdifferenziert und wird von jedem anders interpretiert – dennoch Sport ist einfach ein Gesprächsthema. Man hat eine Meinung zum Thema Sport, egal ob man ihn passiv im Form eines „Zuschauerdaseins“ ausübt oder aktiv in Form eines irgendwie gearteten Bewegungskontextes.

Sport hat in gewisser Weise als „Partythema“ das Thema „Status“ abgelöst. Man redet mittlerweile in gesellschaftlichen Kontexten viel seltener als früher über Kinder oder Familie, die Arbeit, den Job, das neue Auto oder das neue Haus. Heutzutage wird auch darüber gesprochen, welchen Sport man gerade macht, wo es sich am besten Sport machen lässt, wie der letzte Sportevent war oder wo das neue public viewing ist. Sport ist damit ein Thema, das in der Gesellschaft über die Breite hinaus diskutiert wird – in welcher Form auch immer.

Ein ebenfalls entscheidender Aspekt ist das menschliche Grundbedürfnis. Bewegung ist heutzutage einfach eine Notwendigkeit – und zwar aus ganz anderen Bedürfnissen heraus als dies noch vor einigen Jahrzehnten bzw. noch vor 15 – 20 Jahren war. Dies resultiert vor allem daraus, dass Sport und Bewegung heutzutage weniger in unser Alltagsleben eingebunden ist als damals.

## 2. Megatrends verändern die Welt

Megatrends verändern die Bedürfnisse und Motive der Gesellschaft. Es sind die großen Trends, die eine gesellschaftliche Auswirkung haben – auf das Denken, auf die Kultur, auf die Werte, auf

die gesamte Zusammensetzung unseres Alltags, unsere Welt. Aus ihnen konstituiert sich eine neue Bedürfnis- und Motivlage der Menschen. Aus den großen Trends, die eine langfristige Bedeutung haben, entstehen neue gesellschaftliche Bedürfnisse und Motive, woraus sich eine neue Sportgesellschaft ergibt und konstituiert.

Sechs Megatrends sind für die Sportgesellschaft der Zukunft besonders relevant:

- **Gesundheit**  
Gesundheit und Sport sind ja seit Jahrzehnten eng miteinander verbunden.
- **Individualisierung**  
Wie machen wir überhaupt Sport? Alleine? In der Gruppe?
- **Konnektivität**  
Die Vernetzung über die digitalen Medien zwischen Menschen, zwischen Mensch und Maschine
- **Mobilität**  
Wie kommen wir zum Sport und wie sieht unsere Alltagsbewegung aus?
- **New Work**  
Wir arbeiten ganz anders als noch vor 10-15 Jahren, viele sind freiberuflich, viele arbeiten in losen Verbindungen, man arbeitet selbstbestimmter
- **Sicherheit**  
ein ganz neuer und aktueller Megatrend

### 3. Megatrends verändern unseren Alltag – Motive für Erfüllung durch den Sport

#### UNTERHALTUNG/EVENT

Das Motiv Unterhaltung und Event ist vorrangig passiv zu verstehen, jedoch wird der Zuschauer künftig auch aktiv mitmachen und am Geschehen beteiligt sein. Das heißt er wird zu einem proaktiven Nutzer eines passiven Events. Er beteiligt sich durch die Organisation von Feiern und Vorbereitungen für Treffen von Zuschauern. Bezeichnend hierfür ist der Begriff des „Prosuming“, also das aktive Konsumieren eines passiven Sportevents. Entertainment ist im Endeffekt nicht nur ein „passives Zusehen“, sondern auch eine aktive Partizipation.

## IMAGE/SELBSTDARSTELLUNG

Sport ist Lifestyle, Sport ist Selbstdarstellung, mit Sport wird das Motiv des Images erfüllt. Durch diesen Image- und Lifestyleaspekt werden auch Menschen zum Sport bewegt, die vorher eher Fitnessmuffel waren. Dieses Motiv der Sportsstyler zu begreifen und zu nutzen kann als Chance begriffen werden um mehr Menschen in die Sportgesellschaft zu bringen.

## AUSGLEICH/WOHLFÜHLEN

Das Thema Ausgleich und Wohlfühlen wirkt sich dermaßen aus, dass Sport ad hoc integriert wird – und zwar besser jetzt als nie, ganz konsequent und spontan in den Alltag. Die Devise lautet: „Wo ich bin möchte ich auch Sport machen“. Es ist der Freizeitsportler, den man nicht unbedingt ganz greifen kann, weil er dann Sport macht, wenn es in seinen Alltag gerade rein passt.

## GESUNDERHALTUNG/PFLICHT

„Sport ist die beste Medizin“ heißt es im Volksmund. Das Motiv, dass man eben für seine Gesundheit oder sein Wohlbefinden mehr Sport machen möchte ist ausschlaggebend. So muss Sport auch ein Teil der neuen Arbeitskultur werden. Die Herausforderungen liegen darin, diesen Aspekt in den Bereich des täglichen Arbeitslebens zu integrieren, aber nicht nur in das Arbeitsleben, sondern auch in Ganztagschulen oder in universitäre Bildungseinrichtungen.

## SELBSTERWEITERUNG/ENHANCEMENT

Selbsterweiterung und Enhancement werden gerade durch die Technik ganz besonders brisante Motive. Tagtäglich kommen neue Ideen auf den Markt. Man möchte mehr können als man eigentlich kann. Das wird zum Teil mit Hilfe von Technik-Tools, zum Teil auch durch Training und Leistung erbracht. Aber im Endeffekt geht es darum, seinen eigenen Körper etwa durch neue Kleidung, die einem dabei hilft optimal zu trainieren, oder auch durch neue körperliche Erweiterungsmittel auf ein Level zu bringen, das man vorher nicht hatte. Nichts ist unmöglich für jene Menschen, die aus dem Aspekt der Selbsterweiterung Sport betreiben.

## THRILL/PERFORMANCE

Die maximale Grenzerfahrung ist ein Phänomen, das tagtäglich neue Rekorde bricht. Bei diesem Motiv werden die Sportgrenzen ständig neu herausgefordert und dabei auch Sportarten neu erfunden.

Diese sechs Motive sind jene unterschiedlichen Bedürfnisse, die von einem eher passiv-aktiven Prosuming Aspekt bis hin zu einem sehr extremen Thrill- und Adrenalinkick-Effekt reichen. Diese Motive bilden die Sportgesellschaft ab. Es ist auch üblich, dass man heute das eine Motiv und morgen bereits ein ganz anderes Motiv in seinem eigenen Sportbedürfnis verfolgt. Entscheidend ist: Menschen haben unterschiedliche Bedürfnisse und können auch zwischen diesen Bedürfnissen wechseln.

### 4. Paradoxitäten der Sportgesellschaft

Eine der großen Herausforderungen der Sportgesellschaft ist ihre Paradoxität. Zum einen erleben wir einen starken Rückgang zu den Wurzeln, das heißt es wird wieder Sport gemacht mit ganz simplen Methoden – man geht zum Beispiel einfach in den Park und macht Klimmzüge am Baum, also quasi als „Outdoorgym“ draussen, man trifft sich dazu auch in losen Verbindungen oder macht das alleine. Gleichzeitig steigt der Grad der Professionalisierung, wobei mit ganz vielen Tools Sport betrieben wird. Auch der Aspekt der Selbstverantwortung und damit das eigene Empfinden zur idealen Sportintensität im Vergleich zur staatlichen Intervention (Empfehlungen von Krankenkassen, Gesundheitsministerium oder der WHO) stellt eine weitere Paradoxität dar. Oder auch zwischen langsamen Sport und extremen Sport und damit der Unterscheidung „etwas ganz bewusst für mich zu tun“ und „den Adrenalinspiegel am Laufen halten“.

BACK TO ROOTS



PROFESSIONALISIERUNG

Dieser „back to the roots“-Aspekt ist mit ganz wenig Aufwand umsetzbar. Er ist möglich, wo auch immer man sich befindet. Im Gegensatz dazu erfolgt eine Professionalisierung des Sports, wo ein Trainer dank modernster Technik beim Training ständig dabei ist. Gerade hier gibt es viele technologische Möglichkeiten, die Sport für jeden eigentlich ständig möglich machen.





Beim Aspekt der Selbstverantwortung geht es eigentlich um den individuellen Begriff und das persönliche Verständnis von Gesundheit jedes Einzelnen. Es geht nicht mehr darum was Nachbarn, Experten oder Bücher sagen, sondern wie man die maximale Lebensenergie finden kann. Dies stellt einen neuen Begriff, eine neue Definition von Gesundheit dar. Das ist ein wichtiger Hinweis, wie sich Gesundheit zukünftig verändern wird. Im Gegensatz dazu die so genannten staatlichen Interventionen mit Fokus auf Regelwerke und der Frage „was ist die maximale Bewegungsintensität und die mindeste Bewegungsintensität, die man für das tägliche Leben braucht“.



Auf der einen Seite stehen neue Bewegungsformen, die den Sport-Begriff als solchen verändern: Slow- oder auch Entspannungssportarten werden eine Form der zukünftigen Sportgesellschaft. Das muss akzeptiert und respektiert werden. Gleichzeitig existiert andererseits der Bereich der Grenzenlosigkeit, wo neue Ideen und Wagnisse umgesetzt werden und man versucht sich herauszufordern. Gerade auch in einer Gesellschaft, in der man vielleicht den ganzen Tag sitzend verbringt, bedarf es beider Bereiche – und beide Bereiche haben ihre Motive in den Megatrends.



Dabei wird versucht unkompliziert und ohne Verpflichtungen, Sport jederzeit zu integrieren. Viele neue mobile Möglichkeiten geben den Menschen die Freiheit, Sport und Bewegung jederzeit umsetzen zu können. Unzählige Neuentwicklungen zeigen, wie man mit simplen Methoden einen Sport für jeden zugänglich macht. Dieser einfache und unbegrenzte Zugang stellt jedoch auch eine Gefahr dar. Denn je mehr Autonomie existiert und je mehr Menschen Sportarten machen, mit denen sie vielleicht nicht aufgewachsen sind, mit denen sie zum ersten Mal konfrontiert sind, desto größer ist auch die Gefahr, dass etwas passiert. Insofern ist Sicherheit dabei ein besonders elementares Thema. Es muss Schutz für den Laien geben, der etwas zum ersten Mal macht, es muss Schutz für jemanden geben, der ein Hobbysportler ist und auch Schutz für den Profiathleten.

## 5. Vermeintliche Widersprüche der Sportgesellschaft

Vermeintliche Widersprüche in der Sportgesellschaft der Zukunft sind Aspekte, die sich erstmals widersprechen, jedoch heutzutage nicht mehr getrennt werden können, da sie Bestandteile desselben Aspekts sind.



Online und offline ergänzen sich beim Sport, weil das eine nicht ohne das andere gedacht werden kann. Virtuelle und reale Welt verschmelzen zunehmend, wie man anhand eines Pokemonrun beispielsweise sehen kann, wo sich Menschen treffen und gemeinsam in der realen Welt virtuelle Pokemons suchen. Die Menschen sind einfach ständig online – die nachfolgende Generation erstreckt. Und gleichzeitig findet aber trotzdem auch vieles offline statt. Österreich ist eine hochvernetzte Gesellschaft; weltweit auf Platz 14 (GfK Connected Consumer Index). Gerade der Bereich der Smartphones wächst seit Jahren an. Verstärkt setzt auch der Trend zu „wearables“ ein – momentan allen bekannt in Form von Fitbändern oder Smartwatches, aber künftig auch immer mehr in der Kleidung. Die Gesellschaft ist zunehmend vernetzter und das wird natürlich mehr und mehr in den Sportalltag integriert.



Menschen wollen Gemeinschaft überall erleben, auch wenn sie alleine sind. Hier hat die Technik viele Fortschritte beziehungsweise Optionen zu bieten. So ist es beispielsweise möglich an einem Yogakurs teilzunehmen ohne vor Ort sein zu müssen. Über den Bildschirm sieht man die weiteren Teilnehmer wie auch die Yogalehrerin, die einen so auch korrigieren kann. So wird die Möglichkeit geschaffen, an einer Gemeinschaft, einer Gruppe teilzuhaben, aber trotzdem im eigenen individuellen „ich“ dort zu sein, wo sich die Person gerade zwangsläufig oder in gewünschter Weise befindet. Der Trend wird auch durch die Statistik gestützt: 46% der Europäerinnen und Europäer machen Sport beziehungsweise bewegen sich zu Hause, ungefähr 21% sind in einem Verein organisiert.



Der Trend, dass passives Zusehen „erlebbar“ gestaltet wird, wird durch die technische Entwicklung gefördert. So gibt es Shirts, die das körperliche Empfinden der Sportlerin oder des Sportlers an die Person zu Hause vor dem Bildschirm überträgt. So entsteht ein ganz neues Fan-Dasein, eine ganz neue Möglichkeit, wie Menschen an den Sport gebunden werden. In Österreich ist der Besuch von Sportveranstaltungen kein seltenes Phänomen, sondern durchaus etwas das gang und gäbe ist: 80% der Österreicherinnen und Österreicher besuchen Sportveranstaltungen, jeder 7. sogar häufig.



Die Kombinierbarkeit von Freizeit und Arbeit und im Speziellen von Sport und Arbeit werden durch die zunehmende Bedeutung des Sports entscheidende gesellschaftliche Themen. Destinationen und Standorte, die attraktiv und wettbewerbsfähig sein möchten müssen zukünftig Sportarten und Sportstätten für jene anbieten, die sie für ihre Region anwerben wollen, beziehungsweise die sie in ihrer Region halten wollen. Unsere Gesellschaft hat in den letzten Jahrzehnten immer mehr Flexibilität im Arbeitsleben ermöglicht bekommen – der nächste Schritt muss sich der Aufgabe widmen, wie diese Flexibilität in die Sportgesellschaft genutzt wird. Sport könnte so ein fester Bestandteil der Arbeit werden, so wie auch in der Schule Sport fester Bestandteil des Unterrichts ist. Auf die Bedeutung weisen mehrere Studien hin: Demnach bewegen sich Menschen im Arbeitsleben weniger als jüngere und ältere Menschen. Ein Großteil der sportlichen Betätigung entfällt, sobald die Menschen in die Phase der Familienplanung und die berufliche Karriereplanung treten. Wenn die Menschen zwar mehr Sport machen möchten, dies jedoch aus gewissen Umständen nicht möglich ist, müssen die entsprechenden Umstände geschaffen werden. Ein Dialog mit den Unternehmen, wie Sportvereine ihr Angebot auch in Unternehmen bereitstellen können, könnte hierzu Fortschritte erreichen.

## 6. Anforderungen an die Sportgesellschaft

Wenn man an die zukünftige Sportgesellschaft denkt, sind mehrere Aspekte von besonderer Bedeutung. Einer dieser entscheidenden Aspekte ist jener, dass der Sport immer zum Menschen kommen muss und nicht unbedingt der Mensch zum Sport. Es ist somit entscheidend, Sportangebote dort anzubieten, wo der Mensch ist und wo er diesen integrieren möchte. Sei es nun zu Hause, sei es am Arbeitsplatz, sei es im Urlaub, beim Extremsport oder sei es auch einfach auf der Straße; integriert in seinen Weg von A nach B. Auch müssen natürlich Intensität und Ausübung ganz neu definiert werden – es geht also auch gar nicht mehr darum Sport als messbaren Ausdruck von Leistung zu werten. Vielmehr handelt es sich auch um Sport bei Entspannungssport, Ausgleichssport, Sport ohne Ziel nur zur Bewegung oder auch bei Sport ohne gängige Normen und Standards. Es geht künftig darum, vermeintliche Widersprüche, wie on- und offline, wie Freizeit und Arbeit, zu kombinieren und zusammen zu verstehen und auch dafür der Sportgesellschaft der Zukunft den Weg zu ebnen. Gleichzeitig müssen auch Paradoxitäten aufgegriffen und respektiert werden, da auch diese in der zukünftigen Sportgesellschaft ihre Aspekte und Berechtigung haben.

### III. Zukunftsgespräch mit Expertinnen und Experten

Anschließend an die Inputs von Anja Kirig, die der Einstimmung zu einer angeregten Diskussion und Beratung diente, wurde gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus den Bereichen Bildung, Wirtschaft, Tourismus, Gesundheit, Integration, Inklusion, Sport, sowie der Verwaltung mit der Methode „World-Café“ diskutiert, welche Anregungen für Oberösterreich abgeleitet werden können. Dabei wurden Gedanken und Meinungen als weitere Impulse für die Zukunft des Sportlandes OÖ gesammelt. An diesen Diskussionstischen wurden die Aspekte „Zeit für Sport“, „Raum für Sport“, „Verabredung zum Sport“ und „Hemmschwellen zum Sport senken“ behandelt. Bei den in der Folge aufgezählten Punkten handelt es sich um Wortmeldungen der teilnehmenden Personen und nicht um Empfehlungen der Oö. Zukunftsakademie. Die Reihenfolge ergibt sich aus einer thematischen Zuordnung und nicht auf Grund einer wertenden Beurteilung.

#### Thementisch 1 – Zeit für Sport

##### Leerlaufzeiten nützen

- ◆ Wartezeiten für Koordinationstraining nutzen z.B. an öffentlichen Haltestellen
- ◆ Weg zur Schule für Bewegung nutzen z.B. zu Fuß oder mit Fahrrad
- ◆ Alltagswege für Bewegung nutzen z.B. mit dem Rad statt mit dem Auto zum Einkaufen, zur Arbeit
- ◆ Koordinationsübungen beim Gehen z.B. Handy schlägt Übungen vor wenn es erkennt, dass Nutzer geht

##### In die Freizeit integrieren

- ◆ Sportgemeinschaften bilden, mit Zusatznutzen sozialer Interaktion
- ◆ Sportliche Verabredungen – wenn man sich mit Freunden trifft, geht das auch zum Sport
- ◆ Sportliche Familienzeit – Möglichkeiten für Eltern und Kinder schaffen, gemeinsam Sport zu machen
- ◆ Zuschauer von Sportevents zum aktiven Mittun anregen, z.B. in der Pause
- ◆ Spiel und Sport kombinieren
- ◆ Kinder anregen ihre Eltern zum Sport zu aktivieren
- ◆ Coolnessfaktor des Sports heben
- ◆ Angebote flexibilisieren, z.B. flexible Termine für jene mit unregelmäßigen Arbeitszeiten online vereinbaren

##### Sport und Arbeit/Schule

- ◆ Sport bewusst in Arbeitszeit integrieren
- ◆ Bewegte Meetings – Besprechungen gehend oder laufend durchführen
- ◆ Arbeitspausen für Sport vorsehen
- ◆ Wertigkeit von Bewegung und Sport im Berufsleben hervorheben
- ◆ Schulen mit Nachmittagsbetreuung kooperieren hierfür mit Sportvereinen
- ◆ Täglichen Sport in jeder Lebensphase ermöglichen (Ausbildung, Arbeit, Pension)

##### Medien

- ◆ Sendezeit für Sportevents
- ◆ Sendezeit für Sportbewusstsein

## Thematisch 2 – Raum für Sport

### Gesetze, Rahmen, Verwaltung

- ◆ klare Zuständigkeiten
- ◆ Sportstättenentwicklungsplan verhindert doppelte Infrastruktur und ermöglicht vielfältiges und individuelles Angebot in der Region
- ◆ Förderungsstruktur wird an Bau Richtlinien angepasst
- ◆ Städte werden bewegungsfreundlich gestaltet
- ◆ Role-Model-Funktion von Spitzensportlern und Politikern nutzen

### Schule

- ◆ Sportinfrastruktur wird bei Ganztagsangeboten berücksichtigt
- ◆ Schulsportplätze werden als Teil des öffentlichen Raums gedacht und von vielen Gruppen und Vereinen genutzt

### Familie

- ◆ Raum für Sport wird beim Wohnbau mitgedacht
- ◆ Sportbewusster Lebensstil wird in Familien gelebt
- ◆ Spielplätze sind zugänglich für vielfältige Bewegungsformen (kein Ballspielverbot am Spielplatz)

### Freizeit

- ◆ Sportinfrastruktur ist ausreichend nahe am Menschen und bequem erreichbar
- ◆ Sport als Gesundheitsprävention wird wesentlicher Faktor bei Rehabilitation und Kur
- ◆ Sport ist sichtbar und animiert zur Teilnahme
- ◆ Sportstätten und Sportausstattung berücksichtigen unterschiedliche Bedürfnisse von Frauen & Männern
- ◆ Freizeit- und Tourismuswirtschaft sprechen ein Entkommen aus dem alltäglichen Bewegungsmangel an

### Öffentlicher Raum

- ◆ Einfache Geräte im öffentlichen Raum ermöglichen spielerische Betätigung
- ◆ Sicherheitsempfinden wird berücksichtigt, z.B. beleuchtete Laufstrecken und Radwege ermöglichen Nutzung am Abend ohne Sicherheitsbedenken
- ◆ Bewegung erhält mehr Raum – Parks und Grünräume werden zugänglicher für Sport und sind Tag und Nacht nutzbar
- ◆ Motorikparks und Bewegungsparadiese werden Highlights und Treffpunkte im öffentlichen Raum
- ◆ Sportstätten von Schulen und Vereinen werden als Teil des öffentlichen Raums gedacht und für viele nutzbar
- ◆ Radwegenetz ohne Ampeln und Barrieren ermöglicht sportlichen Arbeitsweg

### Sportstätten und Vereine

- ◆ allgemeines Buchungssystem für Sportplätze und –hallen ermöglicht Nutzung durch Schulen, Vereine und private Gruppen und erhöht damit die Auslastung von Infrastrukturinvestitionen
- ◆ Sportinfrastruktur wird am Beispiel von Einkaufszentren gedacht
- ◆ Mitgliedskarten der Sportdachverbände ermöglichen Nutzung des Angebots vieler Vereine dieses Verbandes
- ◆ Sport erhält als Faktor der betrieblichen Gesundheitsförderung mehr Bedeutung

## Vernetzung

- ◆ Open Data Nutzung ermöglicht anhand öffentlicher Daten über topographische Begebenheiten die Entwicklung von Karten und Apps für sportliche Betätigungen in der freien Natur
- ◆ Virtuelles Co-Training ermöglicht die Vernetzung zur gegenseitigen Trainingsmotivation
- ◆ Trainingsangebote von Vereinen, Kurse und empfehlenswerte frei zugängliche Sportmöglichkeiten (z.B. Laufstrecken) werden online transparent und für alle auffindbar dargestellt

## Thementisch 3 – Verabredung zum Sport

### individuelle Treffpunkte

- ◆ „meeting points“ in Parks ermöglichen ein individuelles und flexibles Treffen zum gemeinsamen Sport
- ◆ öffentliche Wettbewerbe ermöglichen den gegenseitigen Leistungsvergleich (z.B. Silvesterlauf, Citylauf, Spartan Race)
- ◆ Sport Your Space – an öffentlichen Plätzen werden im Sinne einer Roadshow ein Container mit Trendsportgeräten zum Ausprobieren zur Verfügung gestellt
- ◆ Anonymität, Flexibilität und Individualität bleibt gegeben – viele wollen Sport allein und dann machen, wenn es gerade möglich ist
- ◆ Sporttouristische Produkte werden vermehrt angeboten z.B. Tenniskurs mit dem Profi für Laien
- ◆ „Mitmachsport“ wird in Medien angekündigt
- ◆ Sportevents animieren Zuschauer zum sportlichen „Mitmachen“
- ◆ Offene Sportstätten erleichtern die Möglichkeiten Sport zu machen, einfache Zugänglichkeit ohne zwingende Mitgliedschaft erhöhen die Lust der Nutzung

### institutionelle Treffpunkte

- ◆ Vereine verbreitern ihre Kommunikation und werden zum „Vernetzungspartner“
- ◆ Spaßsport und Wellnesssport finden im Angebot der Vereine mehr Raum
- ◆ Vereine bieten auch modulares Angebot für abwechslungsreiches Bewegen
- ◆ Vereine ermöglichen gleichzeitiges Sportangebot für Eltern und Kinder
- ◆ Optimal ausgebildete Trainer gewährleisten Vielfältigkeit und Sicherheit der Angebote
- ◆ Spezielle Angebote für Ältere erfüllen Aufgaben hinsichtlich Erhalt der Mobilität und Vorsorge gegen Vereinsamung
- ◆ Spezialisierung der Vereine schafft optimale Rahmenbedingungen für Profisport und optimales Angebot für Breitensport ohne Wettkampf getrennt von einander
- ◆ Betriebe fungieren vermehrt als Treffpunkt zur gemeinsamen sportlichen Aktivität
- ◆ Schulen nutzen vermehrt ihre Netzwerkfunktion von Gleichaltrigen zum Teamsport

### virtuelle Treffpunkte

- ◆ Soziale Netzwerke fungieren als „Mutmacher“ und „Mitmacher“
- ◆ Apps mit GPS-Funktion erleichtern die Suche nach Sportpartnern in der Nähe („Sportdating“)
- ◆ „Book your Coach“-Angebot ermöglicht individuelles Angebot zum Erlernen neuer Sportarten

## Thementisch 4 – Hemmschwellen zum Sport senken

### Einstellungssache

- ◆ Einstellung „Sport macht Spaß“ fördern, v.a. in der Schule
- ◆ Vorbildwirkung überdenken – Spitzensportler sind unerreichbar, erreichbare Vorbilder motivieren mehr
- ◆ Medien zeigen nicht nur Extreme, sondern streichen auch Spaß eines bewegungsreichen Lebensstils hervor
- ◆ Gruppendynamik wird zur Motivation eingesetzt
- ◆ Kinder erleben Sport von Anfang an als Bestandteil des Tages
- ◆ Bewegung ist Hauptaspekt des Breitensports, getrennte Angebotsform für Leistungsgedanke

### Vereine

- ◆ Vereine bieten Angebote auf „Sportmuffel“ zu geschneidert
- ◆ Vereine bieten Angebot mit Spaßfaktor, z.B. Völkerball für Erwachsene
- ◆ Vereine bieten für Inhaber einer „Fitnesskarte“ Sportmöglichkeiten an vielen Standorten
- ◆ Ehrenamt bleibt entscheidender Faktor der Vereinskultur
- ◆ Eigene Formen der Förderung für Leistungssport und Bewegungssport
- ◆ Talentscouting und Talentförderung benötigen andere Strukturen als Breitensport
- ◆ Vereine bieten Schnuppertrainings, Schnupperkurse und Schnuppertage
- ◆ Modulare Angebote ermöglichen einen interessanten und abwechslungsreichen Wochenfixpunkt ohne Gewohnheitseffekt
- ◆ Vereinsangebote legen weiterhin Wert auf den Aspekt der Leistbarkeit
- ◆ Gemeinsame Sportfeste aller Vereine und Organisationen zeigen Vielfältigkeit des Angebots auf und animieren zur Teilnahme

### Online & Digital

- ◆ Digitale Spiel- und Spaßfaktor wird für Bewegungsmotivation genutzt
- ◆ Online-Tools ermöglichen transparente Übersicht über Sportstätten, Sportangebote und einfache Buchungsmöglichkeit

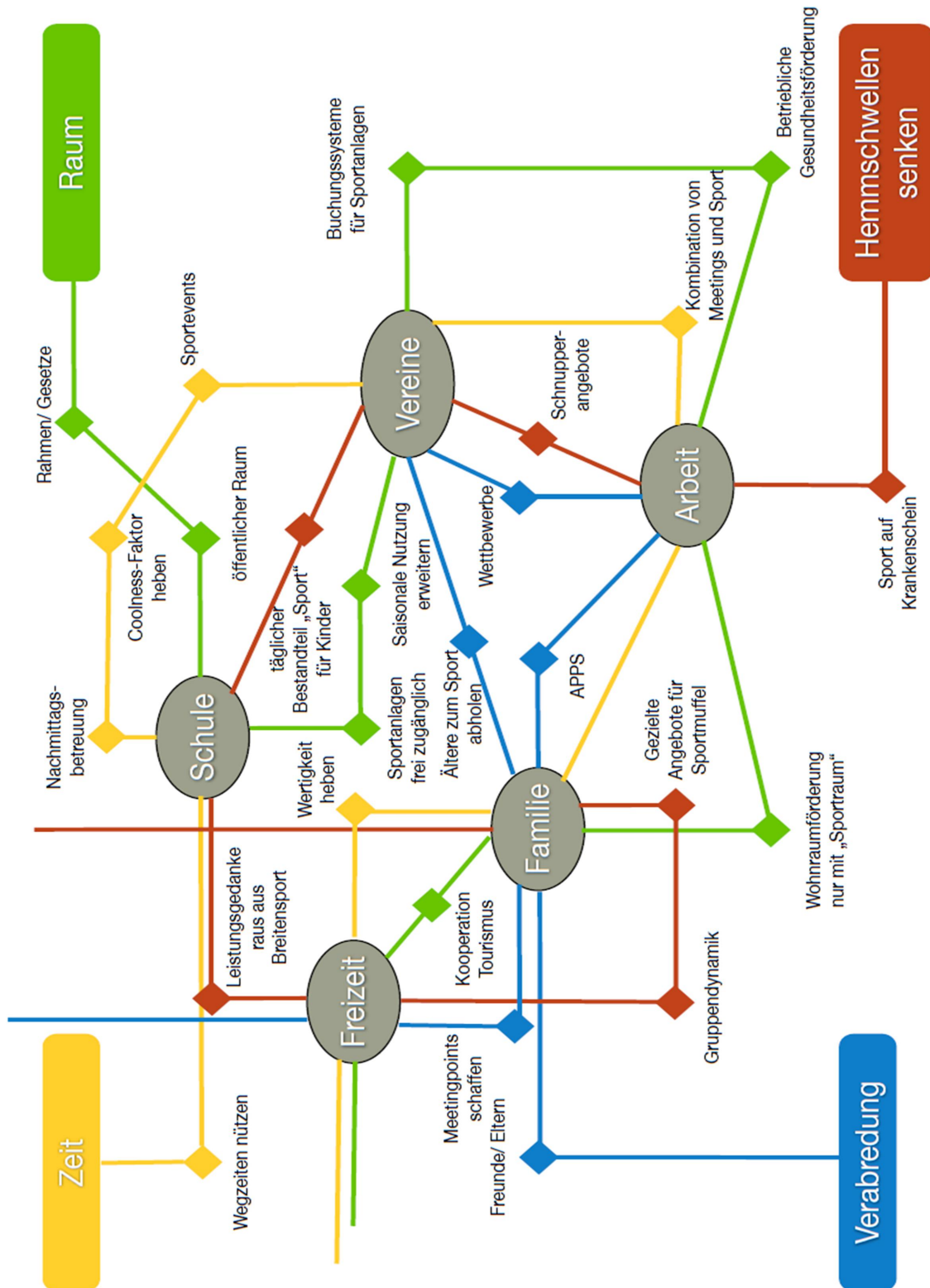
### Lebenswelt

- ◆ Sportzeit wird Auszeit von der Reizüberflutung
- ◆ „Sportschule“ ermöglicht Training vergleichbar mit Musikschule
- ◆ Geräte und Sportmaterial ist allgemein leicht zugänglich
- ◆ Bewegungsfreundlichkeit wird bei der Raumplanung berücksichtigt (Radwege, Räume für Sportaktivität, Sicherheit)
- ◆ Sportstätten werden zum öffentlichen Raum, öffentlicher Raum enthält Bewegungsbereiche (Motorikparks, attraktive Sport- und Spielplätze, sichere Freiräume)
- ◆ Aspekte der Gesundheitsprävention durch Sport werden bei Förderungen von Staat und Krankenkassen vermehrt berücksichtigt
- ◆ Sportevents werden zu Mitmachevents
- ◆ Bewegung wird in allen Altersklassen erhöht
- ◆ Schulsport vermittelt auch „Erlebnis in der Natur“



## Darstellung der wesentlichen Vernetzungsfelder

Anhand der unten dargestellten Grafik sind die wesentlichen und am häufigsten genannten Anknüpfungspunkte der vier behandelten Themen erkennbar. Es handelt sich um die Bereiche Arbeit, Schule, Vereine, Freizeit und Familie, die als Stellschrauben und Vernetzungsfelder genutzt werden können, um die Sportgesellschaft zukunftstauglich gestalten zu können.



Quelle: Advance



## Eindrücke vom Diskussionsprozess



Fotos: Linschinger/Land Oberösterreich

## IV. Fazit – Sport- und Bewegungskultur von morgen

Die Megatrends Gesundheit, Individualisierung, Konnektivität, Mobilität, New Work und Sicherheit verändern unseren Alltag und damit auch die Motive unseres sportlichen Tuns. Die sich verändernde (Sport-)Gesellschaft hat andere Anforderungen und Notwendigkeiten an das Angebot, den öffentlichen Raum, die Vereine, an den Schulsport und den Sport in Verbindung mit der Arbeitswelt. Freiräume für Bewegung und Sport, Sportangebot und Sportinfrastruktur werden vermehrt Kriterien der Standortqualität und Wettbewerbsfähigkeit einer Region und gewinnen so an Bedeutung. Ein entscheidender Faktor wird sein, ob es gelingt den Sport zu den Menschen zu bringen, denn der Mensch der zukünftigen Sportgesellschaft legt Wert auf einfache Zugänge und transparente Angebote. Diese geänderten Anforderungen und Notwendigkeiten bedürfen einer Vielzahl von Neuerungen und anderer Zugänge der Sportkultur.

### 1. Sport – Bestandteil des öffentlichen Raums

Während es heute noch Gesprächsthema ist, wo es sich am besten Sport machen lässt, sollte das zukünftig keine Frage mehr sein. Der öffentliche Raum in unseren Städten und Gemeinden wird zukünftig mit einem starken Blick auf eine bewegungsfreundliche Gestaltung entwickelt. Sportstätten, genauso wie Parks, Laufstrecken oder Radwege werden Teil dieses öffentlichen Raums und sind zukünftig entsprechend einfach, flexibel und individuell nutzbar und zählen so für den selbst organisierten Sport zu den wichtigsten Orten für Sport und Bewegung. Es wird notwendig der Bewegung mehr Freiraum zu geben – sowohl vom Platzangebot als auch von der zeitlichen und faktischen Zugänglichkeit. Sportplätze und Sportstätten sollten für verschiedenste Gruppen und Einzelpersonen frei zugänglich sein und auch vielfältig für verschiedenste Sportarten nutzbar werden. Beleuchtete Natur- und Sporträume kommen dem wachsenden Sicherheitsbedürfnis entgegen. In Alltagswege und quatiernahe Naturräume (Parks) integrierte Motorikparks, Bewegungs- und Koordinationsparcours, spielerische Angebote und einfache Geräte regen zur spontanen Nutzung beim Spaziergang, am Weg zur Arbeit, an der Haltestelle oder in der Mittagspause an.

Im Sinne der Standortentwicklung können Sportstättenentwicklungspläne für Städte und Gemeinden jene sportliche Ausrichtung der Kommune fördern, die sie im Standortwettbewerb um Betriebe und Einwohner benötigt. Zur Verfügung stehende Apps und Karten erleichtern das Auffinden der für den Einzelnen im Sinne des Trends der Individualisierung gewünschten Sportstätte und des Sportangebots. Meeting Points bei Sportstätten, Parks oder im digitalen

sozialen Netzwerk ermöglichen im Sinne des Megatrends der Konnektivität das Auffinden von Sportpartnern und erleichtern damit die „Verabredung zum Sport“.

Sichere und direkte Radwege tragen dazu bei, Sport in die Alltagswege von und zur Arbeit, von und zur Schule zu integrieren. Doch erreicht man eine optimale Ausnutzung nur dann, wenn auch der Trend der Sicherheit dabei mitberücksichtigt wird. Besonders beim Sport im Alltagsweg ist die Frage der Verkehrssicherheit, des Schutzes vor Unfällen und Zusammenstößen mitentscheidend. Auch erleichtert eine geeignete Ausleuchtung die Nutzung auch quasi „nach Büroschluss“. Auch die Frage des Schutzes des „Sportgeräts“ am Arbeitsplatz oder an der Haltestelle müsste hierbei mitberücksichtigt werden.

## 2. Sport - Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens

Die Motive Unterhaltung, Image, Ausgleich, Erhaltung der Gesundheit, Selbsterweiterung und Thrill sind die vorrangigen Aspekte, warum Menschen Sport machen. Daraus folgert sich auch, dass der Großteil der Menschen Sport nicht aufgrund eines Wettkampfes macht. Das Motiv „sich mit Anderen messen wollen“ ist kein Hauptmotiv. Der Leistungsgedanke ist lediglich ein nachrangiges, in manchen Fällen sogar hemmendes Motiv des Breitensports. Die Trennung von Spitzen- und Breitensport ist ein entscheidender Aspekt. Menschen machen nicht Sport um von Talentscouts entdeckt zu werden – dafür werden zukünftig andere Wege und andere Trainingsangebote erforderlich sein - sondern für den Ausgleich nach der Büroarbeit, für Gesundheitsprävention, für Erhaltung der Beweglichkeit im Alter, für ein gemeinsames Familienerlebnis, oder für ein Integrationserlebnis in ein Team.

Der Ausbau von Ganztagschule und Nachmittagsbetreuung wirkt sich nicht nur durch eine tägliche integrierte Bewegungseinheit, sondern vor allem über die Freizeitressourcen auf die Teilnahmemöglichkeiten von Kindern und Jugendlichen in Vereinen aus. Auch ziehen viele Menschen Angebote von Fitnessstudios vor, da sie Anonymität und ein hohes Maß an Flexibilität zulassen. Beruf und Alltag stellen hohe Anforderungen nach zeitlicher und räumlicher Flexibilität. Sport und Bewegung wird auf eine neue Art und Weise in die Arbeitswelt integriert werden. Das sind Veränderungen, auf die Vereine reagieren sollten und auch vor allem bei Planungen von Sportstätten Beachtung finden müssen. Die Menschen bevorzugen flexible Angebote, die sich mit Schule und Arbeit vereinbaren lassen, die eine gemeinsame sportliche Aktivität der ganzen Familie fördern, oder auch ältere Menschen „zum Sport abholt“. Die Sportkultur und Angebote der Vereine werden sich künftig vermehrt an den Lebenssituationen der Menschen hin zum Dienstleister für Sport und Gesundheit ausrichten.



Sportvereine setzen wichtige Impulse für eine bewegte Gesellschaft. Sie können Chancen nutzen, die sich ihnen auf Grund ihrer Funktion als Vernetzungsplattform auftun. Wenn sich Vereine öffnen, können sie nicht nur die Menschen eines Ortes mit Präferenz für eine bestimmte Sportart vernetzen. Wenn sich Vereine über die Dachverbände untereinander vernetzen kann ein vielfältigeres Angebot für weitere Bevölkerungsschichten angeboten und auch transparent dargestellt werden. So könnten etwa Sport- und Fitnesscards der Dachverbände eine übergreifende Nutzung der Vereinsangebote des Wohnortes, des Nachbarortes oder der Stadt in der man arbeitet ermöglichen. Schnupperkurse, offene Trainings oder Sportfeste könnten zum Mitmachen anregen und auch jene erreichen, die ansonsten keinen Sport machen. Modulare Angebote – vom Frühlingsyoga bis zum Schitraining – könnten ein abwechslungsreiches und attraktives Angebot sein, für jene, denen bei einer Jahresmitgliedschaft die Abwechslung fehlen könnte. Auch vermehrte Angebote im Sinne der Gesundheitsprävention – von Herz- Kreislauftraining bis Gewichtsreduktionssport – könnten bisherige Bewegungsmuffel aktivieren. Die vielfältige Arbeit, die in den Vereinen geleistet wird, kann so durch eine verstärkte Vernetzung und bessere transparente Darstellung – über Apps, soziale oder klassische Medien – mehr Wirkung erzielen.

### 3. Notwendigkeiten an die Sportgesellschaft von morgen

Lenkt man den Aspekt der Bedürfnisse weg vom Menschen hin zur Sportgesellschaft, so gelangt man damit zu den erforderlichen Notwendigkeiten an die Sportgesellschaft der Zukunft, mit denen die Motive der Menschen erreicht werden können. Das ist zum einen die Notwendigkeit On- & Offline zu sein, die durch den Megatrend der Konnektivität entsteht. Menschen wollen sich sowohl virtuell als auch real vernetzen. Soziale Netzwerke und Apps sind nicht nur Werbeplattformen sondern integraler Bestandteil des Sports, was sich auch auf die Erreichbarkeit und die Kommunikation auswirkt. Eine weitere entscheidende Notwendigkeit ist der zeitunabhängige und der bezüglich des Orts flexible Zugang zur Sportstätte beziehungsweise zur Sportinfrastruktur wie



Radweg oder Laufstrecke. Auch einfache Buchungssysteme sind unter diesem Aspekt eines flexiblen Zugangs zu verstehen. Flexibilität, Zeitunabhängigkeit und niederschwellige Zugänge sind essentiell für die

Quelle: Zukunftsinstitut, Sportivity

Auslastung von in die Sportinfrastruktur getätigten Investitionen, sowie für die Integrationsmöglichkeit in den Alltag der Menschen. Es geht auch darum Motive und Aspekte die „State of the Art“ sind ständig in die Sportgesellschaft neu zu integrieren, vor allem bezüglich Innovation, Technik und Sicherheit. Ebenso wird Diversity ein entscheidender Aspekt werden, gerade auch im Bereich der Gemeinschaft, vor allem hinsichtlich der Frage „wen spricht man künftig an – Sportler, bewegungsfreudige Menschen, oder Sporteventteilnehmer?“ Entscheidend wird dabei das vermittelte Lebensgefühl sein und nicht mehr Zielgruppen. Genauso wird auch der Aspekt, wie Sport und das Sportangebot in den Alltag integriert werden können an Bedeutung zunehmen.

Egal wie sich der Sport in der Zukunft verändern wird, dass Sport ein Grundbedürfnis der Menschen ist wird bleiben.

## Anhang – Teilnehmer am „World-Café“

Ablinger Walter; Behindertensportler ♦ Adler Wolfgang; Leichtathletik ♦ Aistleitner Anton; OÖ Tischtennisverband ♦ Albert Philipp; OÖ Leichtathletikverband ♦ Auer Doris; Institut für Sporttherapie ♦ Bäck Margaretha; Institut für Gesundheitsplanung ♦ Etlstorfer Christoph; RSC Heindl OÖ ♦ Fischnaller Maria; OÖ Zukunftsakademie ♦ Gamisch Michael; OÖ Zukunftsakademie ♦ Gmeiner Heinrich; Abteilung Gesundheit ♦ Hartl Wolfgang; ARGE Sporthauptschulen OÖ ♦ Heindl Elisabeth; Behindertensportverband ♦ Hochmair Fritz; ASKÖ OÖ ♦ Hois Harald; OÖ Tourismus ♦ Jung Otto; Heeressportzentrum ♦ Karl-Hansl Gertraud; OÖ Zukunftsakademie ♦ Kirschner Herbert; Peuerbachgymnasium ♦ Koch Herbert; OÖ Badmintonverband ♦ Lefenda Johann; OÖ Zukunftsakademie ♦ Leitner Martin; Pädagogische Hochschule OÖ ♦ Pflieger Kurt; Abteilung Geoinformation und Liegenschaft ♦ Rackaseder Anita; ASKÖ OÖ ♦ Scheiblehner Gerald; OÖGKK ♦ Schenk Walter; Bundessportakademie Linz ♦ Schiefermair Franz; UNION OÖ ♦ Schiefermüller Julia; Landessportdirektion ♦ Schwarz-Viechtbauer Karin; Österr. Institut für Schul- und Sportstättenbau ♦ Selinger Stephan; FH Hagenberg ♦ Steiner Robert; WKOÖ ♦ Seyer Hannes; Landessportdirektion ♦ Teufl Valerie; OÖ Nachwuchsleistungssportmodell ♦ Weidlinger Günther; Leichtathletik ♦ Werthner Roland; Bundessportakademie Linz ♦ Zarzer Vanessa; Landessportdirektion ♦ Zemsauer Alexandra; Olympiazentrum Sportland OÖ

## Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Amt der Oö. Landesregierung, Direktion Präsidium, Oö. Zukunftsakademie,  
Kärntnerstraße 10-12, 4020 Linz, Tel.: +43 732 7720 14402, E-Mail: zak.post@ooe.gv.at

[www.ooe-zukunftsakademie.at](http://www.ooe-zukunftsakademie.at)

Redaktion: Lefenda, Gamisch / Oö. Zukunftsakademie

Druck: Oö. Zukunftsakademie

Auflage: November 2016

