

**schule / 12**

Basis IT Infrastruktur

**schule / 13**

Kindergartenvielfalt

**sportstätte / 17**

Sportivity

**sportstätte / 20**

Mini-Orientierungslauf

**BRG Kramszeile / 8**



Licht, Luft, Sonne

Spezial-Magazin in  
Verbindung mit

**KOMMUNAL**

der größten  
Fachzeitschrift  
für Österreichs  
Gemeinden.

# Sport-Enquete 2016 zu „Sport der Zukunft“: Warum Sport und Bewegung neu gedacht werden müssen

Text: Landeskorrespondenz

Mehr als 250 Gäste folgten der Einladung von Wirtschafts- und Sport-Landesrat Dr. Michael Strugl, am 27. September zur „Sport-Enquete 2016“ ins Linzer Schlossmuseum, die sich heuer offensiv mit Fragen und Antworten rund um das Thema „Sport der Zukunft“ befasste: Von künftigen Trends im Sport über gesellschaftliche Herausforderungen und Veränderungen bis zu modernen, nachhaltigen Sportstrukturen und der Internationalisierung. Landesrat Strugl hielt erneut einen flammenden Appell für mehr Bewegung und Sport: „Die tägliche Bewegungseinheit für unsere Kinder muss in allen Schulen kommen.“

Mit der neuen „Sportstrategie Oberösterreich 2025“ mit der emotionalen Botschaft „Dein Leben. Dein Sport. Es ist deine Zeit.“ stellt sich das Sportland Oberösterreich offensiv den vielen Zukunftsfragen und holte als Inspiration zwei hochkarätige Referenten nach Linz: Trendforscherin Anja Kirig vom deutschen Zukunftsinstitut machte deutlich, warum Sport und Bewegung neu gedacht werden müssen – siehe Artikel ab Seite 17. Werner Augsbürger aus der Schweiz, internationaler Berater im Sport und Kandidat zum Präsidenten für Swiss Olympic, sprach provokant, aber sehr treffend von den „10 Geboten, etwas nicht zu tun.“ Bereits am Nachmittag lud die OÖ-Zukunftsakademie zu einem „Zukunftsgespräch“, bei dem 40 Expertinnen und Experten – darunter das ÖISS – mit der deutschen Trendforscherin Anja Kirig intensiv diskutierten, wie neue Bedürfnis-



Foto: Land OÖ - Franz Linschinger

Landesrat Michael Strugl, ÖOC-Generalsekretär Dr. Peter Mennel, Kanutin Yvonne Schuring, Sieben-Kämpferin Verena Preiner sowie die Referenten Anja Kirig und Werner Augsbürger

se die Sportkultur verändern werden.

Die Abendveranstaltung eröffnete Wirtschafts- und Sport-Landesrat Dr. Michael Strugl mit einem Impulsstatement zur neuen „Sportstrategie 2025“. „Wir haben in einem bemerkenswerten Prozess diese Strategie ausgearbeitet. Diese muss sich aber erst bewähren, wenn sie umgesetzt wird. Aber vor allem brauchen wir viel Mut, um den Sport nachhaltig zu verändern und zu stärken. Das haben heute auch unsere Referenten bestätigt“, sagte Strugl. Das große Interesse

an der heurigen Sport-Enquete 2016 zeigte, dass Handlungsbedarf besteht und die Bereitschaft da ist, Reformen anzugehen. „Wir können und wollen nicht akzeptieren, dass sich Kinder immer weniger bewegen und der Sport in der Politik und in der Gesellschaft noch nicht den Stellenwert hat, den er verdient und den er braucht. Sport muss in Zukunft eine Hauptrolle spielen, denn er prägt die Gesellschaft in so vielen Bereichen – von der Gesundheit über Wirtschaft bis zur Integration“, stellte Landesrat Strugl den Plan B, den „Plan Bewegung für

# Sportivity: Warum Sport und Bewegung neu gedacht werden müssen

Text: Anja Kirig

Oberösterreich“, vor. Die Enquete sei der Auftakt für eine Reihe von Maßnahmen in der Sportstrategie, die sich mit dem Sport der Zukunft intensiv beschäftigen: von Sporttrends bis zu einem Think-Tank „Sport“.

Trendforscherin Anja Kirig zeigte die Megatrends der Zukunft auf: aus dem Sport werde Sportivity, geprägt von sieben Grundmotiven wie Entertainment, Image/Life Style, Ausgleich/Sport Styler, Gesundheit, Gemeinschaft, Perfektion und Thrill. Sport werde sich künftig mehr an den Bedürfnissen, nicht so sehr an Zielgruppen orientieren müssen. Gesellschaftliche Veränderungen würden den Sport der Zukunft massiv beeinflussen und verändern – Stichwort Digitalisierung, Smart Sports. Und die Individualisierung werde sich weiter verstärken, Vereine und Verbände müssten sich ebenso wie Unternehmen auf neue Bedürfnisse einstellen.

Werner Augsburger wiederum präsentierte 10 Gebote, etwas nicht zu tun – und brachte dabei anschauliche Grundsätze, warum im Sport oftmals die Beharrungskräfte dominieren. Um dann doch nachhaltig aufzuzeigen, wie und warum Veränderung im Sport unabdingbar ist, um erfolgreich sein zu können. Oberösterreichs Sportstrategie 2025 sei ein starkes Signal, das bereits jetzt viel Beachtung finde.

Zum Abschluss wurden in einem Sport-Talk mit Landesrat Michael Strugl, ÖOC-Generalsekretär Dr. Peter Mennel, Sieben-Kämpferin Verena Preiner und Kanutin Yvonne Schuring sowie den Referenten Anja Kirig und Werner Augsburger nochmals große Herausforderungen für den Sport wie das Thema „Digitalisierung im Sport“ diskutiert und auch auf Fragen aus dem Publikum eingegangen.



Foto: istockphoto.com

Sport als eine Frage des Images und Mittel zur Selbstdarstellung

Die guten Nachrichten zuerst: Sport beschäftigt uns im Alltag, wie selten zuvor. Er ist ein Lebensgefühl des 21. Jahrhunderts, zu dem jeder eine gewisse Position bezieht. Er ist Thema bei Partys, definiert das Körperideal in der Vorstandsetage, prägt die Mode und ist Dauerthema in den Medien – ob aufgrund eines Sportereignisses, Tipps zur Gesundheit oder dem nicht enden wollenden Lamentieren über die bewegungsfaule Gesellschaft. Fakt ist, dass 75 % der Österreicher laut einer demoskopischen Umfrage gerne mehr Sport betreiben würden.

## „Megatrends“ generieren neue Sportmotive

Hintergrund für den derzeit radikalen Wandel der Sportgesellschaft sind „Megatrends“ wie etwa Gesundheit, Individualisierung, Konnektivität, New Work, Sicherheit oder die Urbanisierung. Diese großen Umwälzungen unseres Alltags schaffen neue soziokulturelle Entwicklungen und generieren veränderte Bedürfnisse bei den Menschen. Diese Transformation zur „Sportivity“ moduliert die Motive des Einzelnen für die Auseinandersetzung mit Sport:





Foto: Foster + Partners Space Syntax Exterior Architecture

Die Integration von Sport im Berufsalltag schließt auch den Arbeitsweg ein und damit auch die Städteplanung. Hier als Beispiel der Skycycle von Foster + Partners.

- Sport bleibt Unterhaltung und Event, bei dem sich der einst passive Fan mehr und mehr aktiv einbringt und zum co-aktiven Zuschauer wird.
- Sport ist eine Frage des Images, ein Mittel zur Selbstdarstellung und lässt damit Sportmuffel zu Sportstylisten werden.
- Bewegung ist eine Form der Zustandsregulation des Einzelnen, wenn sie dem Ausgleich und Wohlbefinden dient.
- Sport ist auch mehr denn je Verpflichtung zum Zwecke der Gesunderhaltung und wird dadurch zum Thema der Arbeit.
- Sport bleibt wichtig als verbindendes Element für Gemeinschaft, das neue Wir-Gefühl wird jedoch anders als einst erzeugt.
- Sport hat natürlich auch das Ziel der Verbesserung, des Gewinnens, insbesondere dann, wenn neue Techniken Leistungen ermöglichen, die vorher nicht denkbar waren.
- Und Sport hat den Thrill und Adrenalin-Kick als Motiv, wodurch die Grenzen verschoben werden und das Nichtgedachte ausprobiert wird.

### Neue Qualitäten des Sports erfordern neue Bedingungen für Sport

Die verbindenden Elemente dieser Bedürfnisse und Motive der Menschen an den Sport basieren auf drei Werten: Leistung, Identität und Lebensenergie.

Die Kombination dieser drei Qualitäten bildet die Grundpfeiler der Sportivity und die Voraussetzung für die funktionierende Zivilgesellschaft der Zukunft. Um das zu erreichen, müssen unter Berücksichtigung der Megatrends und ihrer Auswirkungen auf die Sportmotive der Menschen jedoch neue Bedingungen geschaffen werden, unter welchen Sport zukünftig möglich wird.

### Sport muss zum Menschen kommen, nicht der Mensch zum Sport

Wir leben in einer Zeit, in der Orts- und Zeitflexibilität in jedem Aspekt unseres Alltags umsetzbar sein muss. Die großen Trendentwicklungen, wie etwa Mobilität, Globalisierung und Konnektivität, erfordern und ermöglichen, dass wir von überall aus arbeiten, einkaufen, kommunizieren können. Diesen Ansprüchen muss auch der Sport gerecht werden, indem er dem Konsumenten ein Höchstmaß an Flexibilität ermöglicht. Umfragen zeigen schon heute, dass ein Großteil der Europäer Sport zu Hause oder unterwegs zwischen zwei Orten betreibt. Der Sport der Zukunft muss den Menschen dort erreichen, wo dieser sich aufhält.

### Sport ist eine Aufgabe der Arbeit

Und damit wird Sport auch zu einer der großen Aufgaben der Arbeitswelt. Die Integration der Bewegung in den Berufsalltag muss ähnlich konsequent ver-

folgt werden, wie Sportangebote im Bildungssystem gefordert werden. Denn die große Lücke der Nichtsportler ist genau hier zu finden. Mit Eintritt in die Berufstätigkeit sinkt die Aktivitätsphase rapide ab, steigt erst wieder in der Rente an. Arbeit als Hinderungsgrund für Sport wird von rund jedem 2. genannt. Dabei geht es nicht nur um gesundheitliche Qualitäten, sondern auch um die Förderung eines innovativen und kreativen Arbeitsgeistes. Hierbei muss auf die individuellen Bedürfnisse des Einzelnen Rücksicht genommen und ihm genügend Selbstverantwortung für Zeiten und Intensität übertragen werden. Wichtig ist vor allem, dass Sport als bezahlter Teil der Arbeit und nicht als eine Extraleistung nach Feierabend angesehen wird.

### Standorte und Destinationen benötigen eine Sport-Infrastruktur

Eine funktionierende Sport-Infrastruktur trägt auch zum Erfolg einer ganzen Destination bei. Die nachfolgenden Generationen haben hohe Ansprüche an Arbeits- und Lebenswelten. Der Zugang zu Sportmöglichkeiten muss hier gegeben sein. Auch hier ist wieder zu beachten, dass die Palette der Sportbedürfnisse abgedeckt wird und sowohl die Flexibilität, wie auch die Einbindung in die Unternehmenskultur garantiert ist.

### Sportivity fordert Sportvereine heraus

Das Bedürfnis nach Flexibilität hat in den letzten Jahren Individualsportarten populär gemacht. Doch die Sehnsucht nach Gemeinschaft bleibt, und kombiniert mit neuen digitalen Möglichkeiten haben sich über soziale Netzwerke neue, informelle Sportgruppen etabliert. Unabhängig von Vereinen lässt es sich spontan und ohne weitere Verpflichtungen gemeinsam trainieren. Die Unkompliziertheit von Gemeinschaften, denen man jederzeit beitreten und sie auch wieder verlassen kann, ist ein wichtiges Kriterium. Die Konnektivität trägt hier maßgeblich zu neuen Trainingsverbänden bei, fordert aber auch auf anderer Ebene noch die Vereine in ihren alten Strukturen heraus. Auch weil Technik immer mehr zum Trainer wird: Etwa durch „Wearables“, die künftig nicht mehr nur am Handgelenk

sitzen, sondern sich im Ball, am Körper oder sogar im Körper befinden werden.

### **Sicherheit und Qualität werden zu Kernthemen**

Technische Innovationen bringen mehr Menschen zum Sport, erhöhen die Sicherheit, stellen aber gleichzeitig auch mögliche Gefahren dar. Technik braucht Qualität, genauso wie Trainer neue Qualitäten mitbringen müssen, wenn sie auf Kunden treffen, die innovativ trainieren möchten. Zusätzlich bedarf es Ideen, wie auch Individualsportarten ein Höchstmaß an Sicherheit bieten können. Denn gerade durch den vereinfachten Zugang, beispielsweise zu Wasser- oder Bergsport erhöht sich die Nachfrage nach Sicherheit und Qualität in Ausrüstung und Unterweisung, auch mit Hilfe digitaler Methoden.

### **Kommunikation richtet sich an Lebensstile und nicht an Zielgruppen**

Wichtig für die Zukunft des Sports ist, dass in der Sportgesellschaft nicht mehr äußere Faktoren wie Alter, Herkunft oder Geschlecht maßgeblich sein dürfen, sondern der Mensch in seinem jeweiligen Lebensstil angesprochen werden muss. Das verbindende Element zwischen der 70-jährigen Rentnerin, dem homosexuellen Familienvater, der syrischen Studentin und dem blinden Unternehmer ist die Leidenschaft für Fußball, Klettern oder Schwimmen.

### **Perspektive**

Das Phänomen Sport war noch nie so komplex und mehrdimensional, wie es sich in der Gesellschaft des fortschreitenden 21. Jahrhunderts präsentiert. Sport zeigt sich in seiner Ausübung sehr paradox, vereint in der Praxis aber auch scheinbare Widersprüche. So lässt sich einerseits eine Vereinfachung wie auch Professionalisierung beobachten; es findet sowohl eine Verlangsamung wie auch Extremisierung statt und parallel zur Sehnsucht nach mehr Selbstbestimmung im Sport, steigt der Wunsch nach mehr Sicherheit. Andere Aspekte wiederum, etwa On- und Offline, Individuum und Gemeinschaft, Passivität und Aktivi-



Foto: Zlagboard

Technische Innovationen bringen mehr Menschen zum Sport. Zu Hause über dem Türstock montiert ermöglicht das Zlagboard mit der zugehörigen App sich mit Kletterern aus aller Welt im Training zu messen.



Foto: istockphoto.com

Mit der entsprechenden technischen Ausstattung kommt der/die Yogatrainer/in nach Hause.

tät sowie Freizeit und Arbeit vermischen sich, gehen ineinander über und stellen dadurch die „alte“ Sportkultur vor große Herausforderungen und sogar in Frage. Die Sportgesellschaften der Zukunft sind aber auch eine Chance für Kultur, Gemeinschaft, Bildung und Arbeit, wenn rechtzeitig auf die Phänomene reagiert und der Zugang zur Sportivity ermöglicht wird.

Datenbox	
<b>Sportivity</b>	
Autoren:	Verena Muntschick, Anja Kirig, Thomas Huber
ISBN:	978-3-938284-85-8
Kontakt:	sport@anjakirig.de