

Prof. Dr. Katja Stamer

Ergebnisse aus der Studie »Aktueller Stand der Digitalisierung in den Sportvereinen«

Die Digitalisierung – Einfluss auf die Sportvereine

Die Digitalisierung, einer der aktuellen Megatrends in der Wirtschaft und Industrie (Institut der deutschen Wirtschaft, 2015), beschäftigt seit geraumer Zeit zunehmend auch Verbände und Vereine im Bereich Sport. Einige Verbände und Bündnisse nehmen das Thema verstärkt auf und klären in Form von Workshops und Impulsvorträgen auf, an welchen Stellen die Digitalisierung im Bereich Sport einen Einfluss haben wird. Wadsack & Wach (2016) beschreiben in ihrem Exposé »Sportvereinsmanagement 2025« Szenarien, wie sich die Digitalisierung in die Vereinsverwaltung und -führung, aber auch in die Organisation und Koordination von Sportanlagen und im Sportbetrieb »einschleichen« wird. Anja Kirig vom Zukunftsinstitut erklärte beim 11. Stuttgarter Sportkongress in 2017, dass Megatrends – u.a. die Digitalisierung – die Bedürfnisse an den Sport verändern werden und sich Vereine in diesem Zusammenhang weiterentwickeln und anpassen müssen, um zu überleben.

Sassenrath (2017) beschreibt den Begriff Digitalisierung als Überbegriff für alle Veränderungen, die sich daraus ergeben, dass Informationstechnologie immer mehr Möglichkeiten vermittelt. Dabei wird u.a. von Veränderungen im Bereich Automatisierung von Geschäftsprozessen sowie neuen Geschäftsmodellen durch informationstechnische Möglichkeiten gesprochen. Für eine solche Umwandlung sind eine angepasste Informationstechnologie (IT)-Struktur sowie Medien und Instrumente wie Soft- und Hardware mit einer Internetanbindung, als auch organisatorische Änderungen in der Struktur einer Organisation notwendig, um diese Medien sinnvoll zu nutzen. Ein Ziel dieser neuzeitlichen Technologien ist es, die Vereinsarbeit durch deren Einsatz zu vereinfachen bzw. zu erleichtern (Wadsack, 2016). Die digitalen Medien, die die Vereinsführung und -verwaltung unterstützen sowie die Einstellung der Vereine gegenüber diesen Medien sind Gegenstand dieser Untersuchung.

Zur Erfassung des aktuellen Stands des Einsatzes von digitalen Medien und Instrumenten in den Sportvereinen wurde im Zeitraum zwischen Mitte Januar und März 2018 eine Online-Befragung mit vier Stichproben durchgeführt. Die Befragung fand in Kooperation mit dem Landessportbund Niedersachsen, dem Landessportbund für das Saarland, dem Badischen Sportbund (BSB) und dem Schwäbischen Turnerbund (STB) statt, welche in den Bundesländern Niedersachsen, Saarland, Baden und Württemberg (hier getrennt) ihre Vereine zur Beantwortung von 13 Fragen aufgefordert haben. Insgesamt wurden in allen genannten Bundesländern ca. 21.000 Sportvereine angeschrieben. Die Rücklaufquote betrug insgesamt

12 % (2.603 Rückantworten). In den Online-Fragebögen (mit den teilnehmenden Sportbünden entwickelt und abgestimmt) wurden neben allgemeinen Fragen wie Anzahl der Mitglieder, Sparten, Standort (Stadt/Land), hauptamtliche Beschäftigte in der Verwaltung, gezielt nach den aktuell eingesetzten Medien und Instrumenten in der Vereinsverwaltung, in der Öffentlichkeitsarbeit und im Rahmen der Kommunikation und Information gefragt. Des Weiteren beurteilten die Vereine ihren derzeitigen Stand in Bezug auf den Einsatz von digitalen Medien sowie die Einschätzung der Notwendigkeit, inwiefern das Thema Digitalisierung in den Sportvereinen an Bedeutung gewinnen wird. Weiter wurde nach den Rahmenbedingungen gefragt, die aus Sicht des Sportvereins geschaffen werden müssen, um die Digitalisierung erfolgreich umzusetzen, sowie mögliche Vorteile, die durch den Einsatz von digitalen Medien entstehen können.

Ergebnisse der Umfrage

Die Einschätzung der Vereine aus den Stichproben zeigt, dass sich 47 % der Vereine als »fortschrittlich« bezüglich des aktuellen Stands des Einsatzes von digitalen Instrumenten einordnen. 12 % der Vereine sehen sich als gut oder sehr fortschrittlich, während 41 % sich als nicht sehr oder gar nicht fortschrittlich einschätzen.

Die Untersuchung zeigt, dass die Vereine bereits heute schon verstärkt digitale Methoden für die Vereinsverwaltung, für die Werbung, zur Kommunikation und Information einsetzen. Des Weiteren gehen viele Vereine von Vorteilen aus, die die Digitalisierung mit sich bringen kann, wie z.B. Erleichterung der Arbeit für das Ehrenamt, Steigerung der Attraktivität und des Images des Vereins, Darstellung der Leistungen der Vereine und effizientere Öffentlichkeitsarbeit. Jedoch sehen die Vereine auch zahlreiche Herausforderungen, digitale Medien einzusetzen.

Als die größten Herausforderungen wird die Umsetzung der Digitalisierung durch *ausreichend Engagierte und Fachpersonal* sowie die *Finanzierung der Digitalisierung* gesehen.

Des Weiteren sehen die Vereine ein Problem, wie vor allem Vereine mit älteren Mitgliedern und älteren Funktionsträgern die *ältere Generation vom Nutzen der digitalen Medien überzeugen* können. Weiter haben die Vereine Ängste bezüglich der neuen *EU Datenschutzverordnungen*, die seit Mai 2018 umgesetzt wird. Schließlich sehen viele Befragte den *zeitlichen Aufwand* sowie das Thema der *Schulungen und des Wissensaufbaus* als Herausforderung. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass in vielen Vereinen die *Bereitschaft, das Verständnis und die Akzeptanz* für die digitalen Medien fehlen und noch viel Überzeugungsarbeit geleistet werden muss, bevor die Digitalisierung umgesetzt werden kann. Einige Vereine sprechen von einer möglichen Gefahr, dass durch den Einsatz von digitalen Medien, *persönliche Kontakte* zu den Menschen im Verein verloren gehen.

Jedoch sehen die meisten Vereine eine hohe (42 %) bis mittel hohe Notwendigkeit (47 %) das Thema Einsatz von digitalen Medien im Sportverein voranzutreiben. Als geringe oder gar keine Notwendigkeit sehen 9 % bzw. 2 % der Vereine für den Einsatz digitaler Medien.

In Bezug auf die Rahmenbedingungen, die im Verein geschaffen werden müssen, damit die Digitalisierung umgesetzt werden kann, gaben die Vereine der Stichprobe mit 56 % an, dass ein *Erkennen des Nutzens und Mehrwert* erkennbar sein muss. 55 % sind der Meinung, dass ein *besseres Verständnis* im Verein für das Thema erreicht werden muss. 54 % der Vereine erwähnen *technische Rahmenbedingungen* wie entsprechende Hard- und Software sowie eine *schnellere Internetverbindung* und 53 % halten ein »Umdenken« in den Köpfen der Engagierten und Mitglieder für wichtig. 40 % sehen *Schulungen und Informationen* durch Verbände als notwendige Rahmenbedingung an und 36 % halten *organisatorische Änderungen und Anpassungen* im Verein für die Umsetzung der Digitalisierung als essenziell. 9 % der Vereine meinen, dass *keine* Rahmenbedingungen erforderlich sind.

In Bezug auf notwendige Informationen für die Vereine im Umgang mit digitalen Medien und Instrumenten möchten 77 % der Vereine über die rechtlichen Rahmenbedingungen zu diesem Thema ihr Wissen erweitern. 56 % benötigen Informationen, welche Möglichkeiten der Einsatz von digitalen Medien bietet, und 55 % wollen mehr über den Nutzen der einzelnen Instrumente erfahren. 54 % der Vereine haben Bedarf an Schulungen zu diesem Thema und 37 % wollen mehr zur notwendigen Infrastruktur wissen. Keine Informationen zum Umgang mit Digitalisierung brauchen 13 % der Vereine.

Veranlasst durch die aktuellen Prognosen zur Digitalisierung und der Notwendigkeit einer Weiterentwicklung der Vereine (Kirig, 2017), um auch in Zukunft noch attraktiv zu sein, lassen sich deshalb aus den Ergebnissen dieser Untersuchung folgende Handlungsempfehlungen für Vereine und Verbände ableiten.

Handlungsempfehlungen für Sportvereine, Sportverbände und -bünde

Vereine: Zahlreiche Vorteile, die die Digitalisierung in der Vereinsverwaltung, -führung und in der Vereinsorganisation mit sich bringen kann, werden bereits heute schon von den Vereinen erkannt.

Kleine Vereine werden sicherlich nicht so stark mit dem Einsatz von digitalen Medien konfrontiert werden als größere Vereine. Dennoch sollten sich alle Vereine grundsätzlich damit auseinandersetzen, welche der aktuell verfügbaren digitalen Medien die Arbeit in der Verwaltung und für die Ehrenamtlichen erleichtern können. Darüber hinaus müssen Vereine ihr Image weiterhin stärken, um auch zukünftig für Mitglieder attraktiv zu bleiben und sich von kommerziellen Anbietern im Sport abzuheben. Möglicherweise gewinnen Vereine durch eine höhere Attraktivität auch mehr engagierte Menschen, die bereits heute dringend in den Vereinen benötigt werden. Die Vereinsführung muss das Thema Digitalisierung in den Fokus ihrer Vereinsentwicklungsstrategie mit aufnehmen und sich ausreichend informieren, welche digitalen Medien es gibt, welchen Nutzen und Vorteile diese für den Verein bringen und auch finanzierbar sind. Des Weiteren ist es von Bedeutung sich den in der Umfrage genannten Herausforderungen zu stellen, ein Umdenken in den Köpfen anzuregen, notwendige organisatorische Änderungen anzugehen und sich auch dem Thema Ehrenamtsmanagement zu stellen, um für neue strategische Ausrichtungen ausreichend qualifizierte und motivierte

engagierte Menschen zu finden. Ausreden, wie »es fehlt das notwendige Geld, die Zeit und das Personal« gilt es zu überdenken und mögliche Lösungen zu suchen. Aussagen von Teilnehmern dieser Umfrage, wie z.B. »wer nicht mitmacht, verpasst den Anschluss« oder »sich von alten Zöpfen trennen« sollten von allen Vereinen ernst genommen werden.

Überlegungen, ob zukünftig Verwaltungstätigkeiten im Verein durch ein bezahltes Hauptamt erledigt werden, damit sich die Vorstände der strategischen Weiterentwicklung des Vereins widmen können, sind sicherlich wichtig für die Vereine, die bisher noch keine hauptamtlichen Mitglieder in der Verwaltung haben, aber eine Größe erreicht (mehr als 500 Mitglieder) haben, bei welcher operative Verwaltungstätigkeiten sowie zunehmende Bürokratisierung die Vorstände zeitlich hemmen, sich mit der zukünftigen Ausrichtung des Vereins zu beschäftigen. Darüber hinaus zeigt sich, dass Vereine, in denen Vorstände durch ein Hauptamt unterstützt werden, leichter Engagierte finden – vor allem für Vorstandsämter (Stamer, 2014).

Da jeder Sportverein in seiner Struktur einzigartig ist (Stamer, 2013), wird es keine Universalösung für alle Vereine zum Thema Digitalisierung geben. Dennoch gilt es herauszufinden, welche Lösung am besten zu dem eigenen Verein passt und die Unterstützung u.a. der Verbände zu nutzen.

Verbände und Sportbünde: Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die Vereine zum Thema Einsatz digitaler Medien in der Verwaltung und Organisation mit vielen neuen Herausforderungen konfrontiert sind. Die Aufgabe der Verbände muss es nun sein, die Vereine mit notwendigen Informationen zu versorgen und zu unterstützen. Als Wunsch einiger Vereine wurde genannt, dass Verbände selbst verstärkt den Einsatz von digitalen Medien umsetzen und mit gutem Beispiel vorangehen sollten. Hilfreich ist für die Vereine neben Informationen über die für ihren Verein bzw. Zweck geeigneten digitalen Medien, die Präsentation von Best-Practice Beispielen, die die Vereine als Referenzen für sich nutzen können. Die Untersuchung zeigt, dass viele Vereine sich zwar mit der Digitalisierung auseinandersetzen, jedoch durch teilweise mangelnde Fachleute im eigenen Umfeld, ausreichend Wissen fehlt. Deshalb ist es von großer Bedeutung, dass Verbände umgehend verstärkt Aufklärungsarbeit leisten und Unterstützung anbieten, um die Vereine in ihrer Entwicklung hin zum zweckmäßigen und geeigneten Einsatz von digitalen Medien sowie zur notwendigen Anpassung von Organisationsprozessen in der Vereinsverwaltung/-führung und -organisation zu begleiten.

Die komplette Studie mit detaillierten Ergebnissen wird im Herbst 2018 veröffentlicht.

Quellen

Hüther, M (2015). Megatrend Digitalisierung. Institut der deutschen Wirtschaft. www.iwkoeln.de

Kirig, Anja (2017). Zukunftsinstitut. Interview »Sehnsucht nach Gemeinschaft bleibt. Sportvereine mit großem Zukunftspotenzial« STB Magazin 11/2017, Stuttgart.

Sassenrath, Marcus (2017). New Management: Erfolgsfaktoren für die digitale Transformation. Haufe Verlag: Freiburg.

Stamer, Katja (2013). Förderung ehrenamtlichem Engagements in Sportvereinen. Dissertation, Ruhr Universität, Bochum.

Stamer, Katja (2014). Warum US-amerikanische ehrenamtliche Vorstände leichter zu finden sind. In: BBE (Hrsg.): Gewinnung, Qualifizierung und Entwicklung ehrenamtlicher Vereinsvorstände. (S. 49-51), BBE: Berlin. http://www.b-b-e.de/fileadmin/inhalte/PDF/publikationen/Vereinsvorstaende_BBE_2014.pdf

Stamer, Katja (2014). Ehrenamt-Management. Impulse und praktische Hilfestellungen zur Förderung des Ehrenamtes in Sportvereinen. Cuvillier Verlag: Göttingen.

Wadsack, Ronald; Wach, Gabriele (2016). Sportvereinsmanagement 2025 – Utopie, Zukunftschance, Wahnsinn? Expose, Salzgitter/Sicke.

Autorin

Prof. Dr. Katja Stamer ist neben ihrer Tätigkeit als Professorin an der DHBW Stuttgart Campus Horb, Ehrenamtskoordinatorin und Beraterin für Ehrenamtsentwicklung in Verbänden und Vereinen.

Kontakt: katjastamer@gmail.com

Redaktion

BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17/18

10179 Berlin

Tel: +49 30 62980-115

newsletter@b-b-e.de

www.b-b-e.de