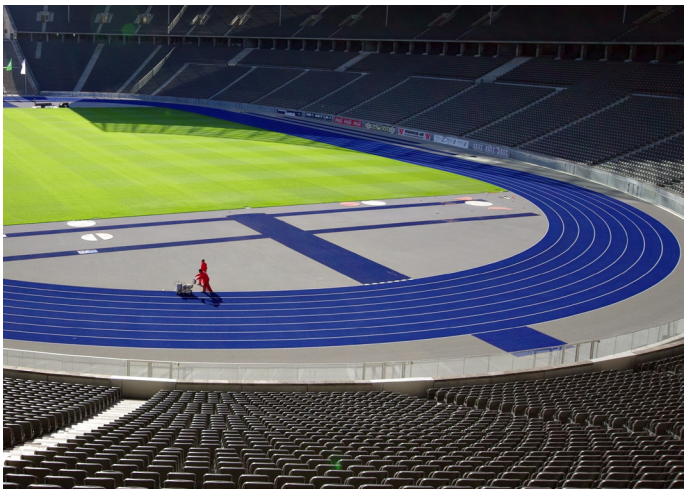
Scenario Management International
Aktiengesellschaft für Zukunftsgestaltung
und Strategische Unternehmensführung



Szenario-Studie

Die Zukunft des Sports in Deutschland 2030

ScMI steht für Scenario Management International. Die ScMI AG ist eine 1998 gegründete Aktiengesellschaft für Zukunftsgestaltung und strategische Unternehmensführung. Als Spezialist und einer der Marktführer für die Entwicklung von Zukunftsszenarien unterstützt die ScMI AG Unternehmen und Organisationen bei der Erschließung von Zukunftswissen, der Entwicklung visionärer Strategien und Geschäftsmodelle sowie der Gestaltung strategischer Planungs- und Früherkennungsprozesse. Darüber hinaus begleitet die ScMI AG ihre Kunden nach einer Strategie-Entscheidung auch bei der Strategie-Implementierung im nachfolgenden Change-Prozess.

*Aufgrund ihres breiten Methodenspektrums hat die ScMI AG sowohl mit der Mehrzahl der DAX-Unternehmen als auch mit zahlreichen kleinen und mittleren Unternehmen sowie mit einzelnen Geschäfts- und Funktionsbereichen in mehr als 400 Szenarioprojekten erfolgreich zusammengearbeitet. Darüber hinaus wurde das Szenario-Management™ auch von Verbänden und Organisationen sowie von Ländern und Regionen nutzbringend angewendet. (**www.scmi.de**)*

Ansprechpartner:

Christian Michl
Telefon: +49 (5251) 150-584
Email: michl@scmi.de

Miriam Wagemeyer
Telefon: +49 (5251) 150-583
Email: wagemeyer@scmi.de

Inhalt

Vorwort:
Welche Bedeutung hat Sport für die deutsche Gesellschaft in der Zukunft? ..... Seite 3

Einleitung:
Sechs Szenarien zur Zukunft des Sports in Deutschland..... Seite 4

Szenario 1:
Sport in Deutschland - schießt übers Ziel hinaus ..... Seite 6

Szenario 2:
Sportland Deutschland legt die Latte hoch ..... Seite 8

Szenario 3:
Leistungssport bleibt am Ball ..... Seite 10

Szenario 4:
Leistungssport schwimmt gegen den Strom ..... Seite 12

Szenario 5:
K.O für Sport in Deutschland..... Seite 14

Szenario 6:
Sport auf der Ersatzbank ..... Seite 16

Anwendung von Szenarien:
Was die Ergebnisse bedeuten ..... Seite 18

Anhang:
Systembild, Systemgrid und Zukunftsprojektionen ... Seite 20

Impressum..... Seite 23

Vorwort:

Welche Bedeutung hat Sport für die deutsche Gesellschaft in der Zukunft?

Das Thema Sport betrifft in Deutschland fast jeden.

Viele Menschen engagieren sich in Vereinen oder treiben individuell Sport, begleiten ihre Kinder zu Wettkämpfen, feuern Profisportler live und im Fernsehen an oder sind sogar in der Sport- bzw. Merchandisingindustrie tätig.

Die Gründe für eine aktive sportliche Betätigung, z.B. Spaß, Gesundheitsbewusstsein oder Wettkampf, sind so vielschichtig wie unsere Gesellschaft. Professionelle Sportwettkämpfe ziehen viele Menschen in ihren Bann – sei es aus rein sportlichem Interesse oder auf Grund des Erlebnisses „drum herum“. Möchte man wissen, wie sich Sport in Deutschland in den nächsten Jahrzenten entwickelt, ist es unumgänglich, sich mit verschiedensten Themen aus dem Sportumfeld und deren Entwicklungstendenzen zu beschäftigen. Eine Vielzahl von unterschiedlichen Einflussgrößen und Fragestellungen, die sich auch gegenseitig beeinflussen, treten in diesem Kontext auf.

Heute ist es zum Beispiel unklar, wie sich staatliche Sportförderung und kommerzielles Sponsoring von Vereinen und Veranstaltungen entwickeln. Dies ist eng verbunden mit der Entwicklung von Zuschauerzahlen. Gleichzeitig spielt auch die Glaubwürdigkeit von Profisportlern, z.B. bezüglich Doping, eine Rolle, wenn es um die Vermarktung der Leistungen oder die Vorbildfunktion für die Gesellschaft geht. Unklar ist zudem, wie sich künftig die allgemeine sportliche Betätigung gestaltet und ob klassischer Vereinssport vielleicht von technischen oder digitalen Lösungen ersetzt werden kann.

Die Studie zur Zukunft des Sports in Deutschland beantwortet diese Fragen nicht final. Allerdings werden relevante und komplexe Themengebiete in Verbindung gebracht, so dass sechs unterschiedliche, denkbare und mögliche Bilder der Zukunft von Sport in Deutschland entstehen.

Insbesondere diejenigen, für die Sport neben der Gestaltung von Freizeit auch ein finanzielles Interesse beinhaltet, sollten sich auf alternative Zukünfte vorbereiten und auf Veränderungen einstellen. Nur so können Marktpotentiale zum richtigen Zeitpunkt ergriffen werden und ein Engagement im Profisport kann den wirtschaftlichen Risiken gegenüber gestellt werden.

Simon Rößner
Squashprofi

Sechs Szenarien zur Zukunft des Sports in Deutschland 2030

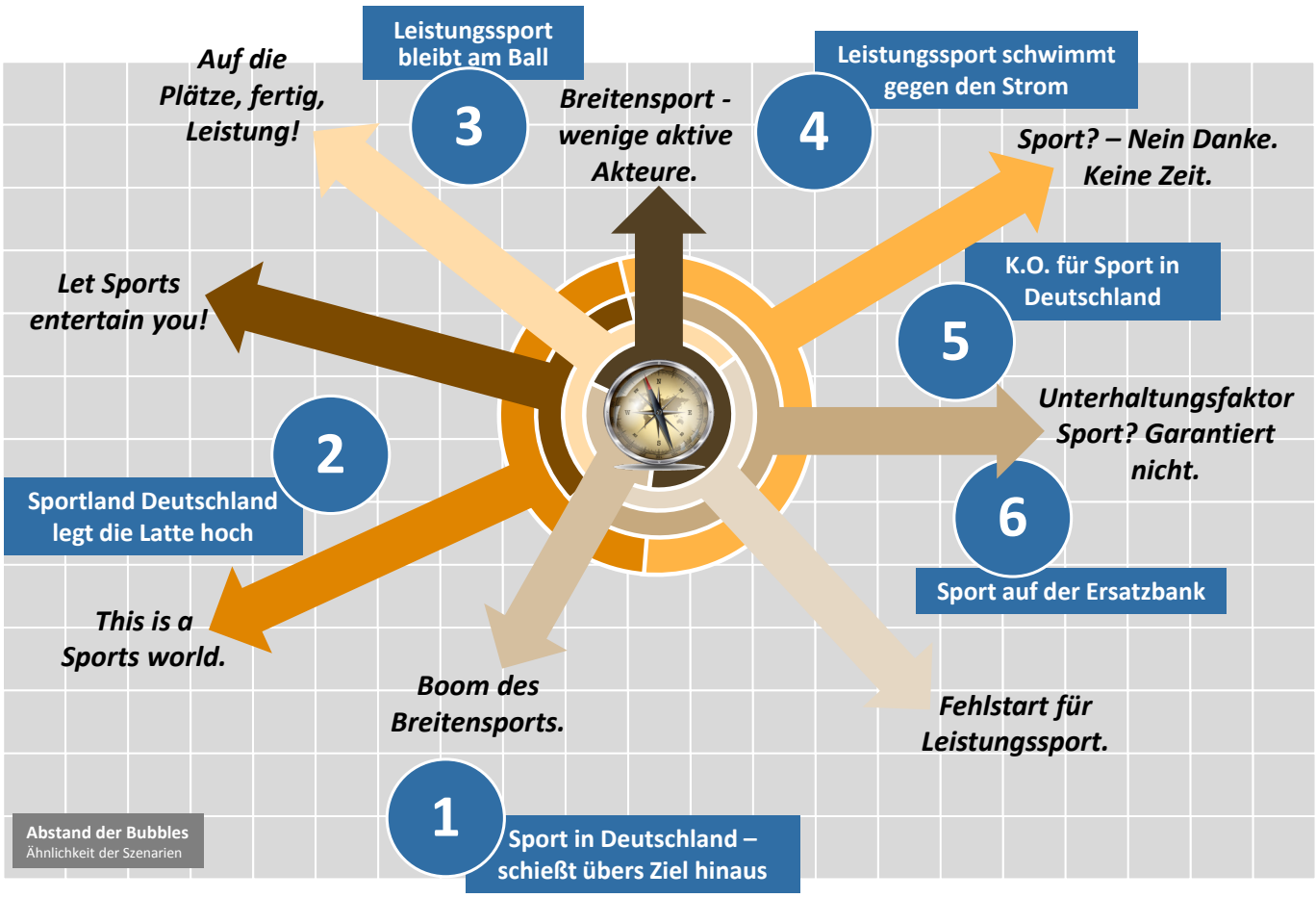
Das Ziel einer Szenarioentwicklung ist es, mit mehreren alternativen Bildern den zukünftigen „Raum der Möglichkeiten“ aufzuzeigen. Dabei beschreibt ein Szenario prägnant eine denkbare Zukunft. Die Gesamtheit der entwickelten Szenarien stellt verschiedene, denkbare „Zukünfte“ dar. Es wird nicht die eine, zu erwartende Zukunft prognostiziert. Vielmehr dient die „Landkarte der Zukunft“ als eine Art Kompass, um bei möglichen zukünftigen Entwicklungen nicht die Orientierung zu verlieren.

„Landkarte der Zukunft“

Diese Karte entsteht durch Anwendung einer multidimensionalen Skalierung (MDS) im Rahmen eines Zukunftsraum-Mapping™. Die Distanz zwischen den Szenarien auf der Karte ist gleichzusetzen mit deren inhaltlichen Ähnlichkeit. Je weiter ein Szenario auf der Landkarte von einem anderem entfernt ist, desto verschiedener sind die Entwicklungen der Bausteine innerhalb der beiden Szenarien. Analoges gilt für Szenarien, die räumlich nahe beieinander liegen. Das bedeutet zum Beispiel, dass Szenario 1 und Szenario 4 wenige Ähnlichkeiten aufweisen, während Szenario 1 und Szenario 2 in einigen Entwicklungen überein stimmen.

Navigieren in der Landkarte

Die „Landkarte der Zukunft“ enthält unterschiedliche Perspektiven auf die Zukunft. So lässt sich beispielsweise beantworten, in welchen Szenarien Sport als Freizeitgestaltung zukünftig eine Rolle spielt oder welche Entwicklungen



zu einer hohen Bedeutung von Sport als Unterhaltunsfaktor führen können. Zwei weitere Perspektiven legen offen wie in Deutschland Sport betrieben wird und in welchen Umfeldern für die Gesellschaft der Leistungs- und Breitensport Stellenwert besitzt.

Sport als Freizeitgestaltung

Stellenwert von Sport, das Mobilitätsverhalten in der Freizeit und die Entwicklungen beim Vereinswesen in Deutschland prägen u.a. diese Interpretationen. Die Szenarien 1 bis 3 sind durch einen hohen Freizeitanteil mit einer hohen Bedeutung von Sport als Freizeitgestaltung gekennzeichnet. Hinzu kommt eine hohe Zahlungsbereitschaft für Sport (sowohl für aktiven Sport als auch für Sport als Unterhaltung). Andererseits zeichnen sich die Szenarien 4 bis 6 durch wenig Freizeit und eine geringe Zahlungsbereitschaft für Sport aus.

Sport als Unterhaltung

Diese Perspektive thematisiert Sport als Unterhaltung. Die Zahlungsbereitschaft für Sportveranstaltungen und das Interesse an Großereignissen fokussiert diese Perspektive im Kern. In den beiden Szenarien 2 und 3 ist Sport ein Unterhaltungsfaktor. Großereignisse erfreuen sich hoher Beliebtheit und deutsche Profivereine genießen ein hohes Ansehen. In den anderen vier Szenarien gibt es hingegen kein hohes Interesse an Sportgroßereignissen und weder im In- noch im Ausland kein hohes Ansehen von deutschen Profisportvereinen.

Bedeutung von Leistungssport

Die dritte Perspektive fokussiert den Leistungssport. Der Schwerpunkt hierbei liegt auf Entwicklungen bei der Sportförderung im Leistungsbereich, dem Sponsoring sowie den Zustand bzw. Qualität der Sportstätten allgemein. In den Szenarien 2, 3 und 4 wird Profisport stark gefördert und die Anlagen der Leistungssportler weisen eine sehr hohe Qualität auf. In den Szenarien 1, 5 und 6 ist das Umfeld durch allgemein beschränkte zentrale politische Aktivität und wenige Geldgeber geprägt.

Breitensport in der Gesellschaft

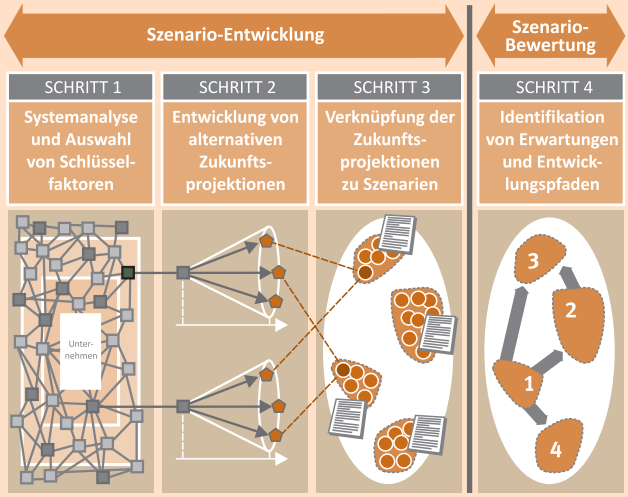
Die letzte Perspektive beschreibt das Thema Breitensport in der Gesellschaft und fokussiert Themenbereiche wie die Sportausübung in der „Breite“ der Gesellschaft, politisches Interesse an Sport sowie die Erreichbarkeit von Sportstätten. In den beiden Szenarien 1 und 2 erlebt Breitensport einen Boom, unterschiedliche Sportarten werden z.B. in Vereinen ausgeübt und Amateursport wird breit gefördert. In den übrigen Szenarien ist der Stellenwert von sportlicher Betätigung gering und wenige finanzielle Mittel sorgen u.a. für schlecht erreichbare Sportstätten.

Die Basis für die „Sport-Szenarien“

Die Analyse dieser vier Perspektiven sowie weiterer Schlüsselfaktoren bildet die Grundlage für die Beschreibung der folgenden sechs Szenarien zur Zukunft des Sports in Deutschland 2030.

Die vier Schritte der Szenarioentwicklung

Der Begriff »Szenario« wird umgangssprachlich sehr unterschiedlich verwendet. Im Szenario-Management™ verstehen wir darunter eines von mehreren systematisch entwickelten Zukunftsbildern, das in Kombination mit anderen Szenarien genutzt wird, um den »Raum der Möglichkeiten« zu beschreiben. Die Entwicklung solcher Zukunftsszenarien erfolgt in vier Schritten:



Welche Schlüsselfaktoren bestimmen das Szenariofeld? *(Schritt 1): Zunächst wird das definierte Szenariofeld systematisch gegliedert und in einem Systembild dargestellt. Anschließend lassen sich die einzelnen Einflussbereiche durch konkrete Einflussfaktoren beschreiben. Im Rahmen einer Vernetzungsanalyse wird dann das systemische Verhalten der einzelnen Faktoren überprüft: Was sind die relevanten Hebelkräfte? Welche Faktoren beschreiben als Indikatoren lediglich das Systemverhalten? Mit welchen Faktoren läßt sich die Systemdynamik weitestgehend ausdrücken? Basierend auf dieser Analyse werden anschließend die treibenden Kräfte in Form von Schlüsselfaktoren ausgewählt.*

Wie könnten sich die Schlüsselfaktoren entwickeln? *(Schritt 2): Nun werden je Schlüsselfaktor mögliche künftige Entwicklungen aufgezeigt. Diese Zukunftsprojektionen beschreiben strategisch relevante, charakteristische und qualitative Entwicklungsalternativen der einzelnen Schlüsselfaktoren.*

Zu welchen Szenarien lassen sich die einzelnen Projektionen verknüpfen? *(Schritt 3): Die Szenariobildung beginnt mit einer Bewertung der Verträglichkeit der einzelnen Zukunftsprojektionen. Solche Konsistenzbewertungen bilden die Grundlage, um mit Hilfe einer Software alle denkbaren Kombinationen – die sogenannten Projektionsbündel – durchzuspielen. Unter Verwendung einer Clusteranalyse wird anschließend eine handhabbare Anzahl von Szenarien ermittelt, die den »Raum der Möglichkeiten« bestmöglich abbilden. Diese Szenarien werden zusätzlich in einer »Landkarte der Zukunft« grafisch verknüpft.*

Mit welchen Szenarien ist zu rechnen – und wie sollten wir mit dem Zukunftsraum umgehen? *(Schritt 4): An die Szenario-Entwicklung schließen sich üblicherweise zwei Aktivitäten an: Zum einen lassen sich für die einzelnen Szenarien Chancen, Gefahren und Handlungsoptionen ableiten – ebenso wie Indikatoren, die frühzeitig auf das Eintreten dieser Zukunft hinweisen. Zum anderen werden die Szenarien bewertet. So lässt sich feststellen, wie weit die Zukünfte von der Gegenwart entfernt sind, welche Entwicklungspfade es in die Zukunft gibt – und mit welchen Entwicklungen am ehesten gerechnet wird.*

Szenario 1:

Sport in Deutschland – schießt übers Ziel hinaus

Sport ist Freizeitbeschäftigung Nr. 1: Aktiver Sport ist weit verbreitet und wird im Verein ausgeübt. Gesundheit wird nicht mit Sport in Verbindung gebracht – Doping ist weit verbreitet. Entsprechend sinkt das Ansehen deutscher Leistungssportler im Ausland.

Hoher Stellenwert von Sport in der Gesellschaft

Die Deutschen lieben es, sich in ihrer Freizeit sportlich zu betätigen. Die Freude am Sport geht von traditionellen Sportarten wie Joggen oder Radfahren über klassische Vereinssportarten wie Tennis und Fußball bis hin zu neuen Trendsportarten. Auch die Zahlungsbereitschaft für aktiven Sport und das Erlernen neuer Sportarten ist groß. Dabei motivieren aber nicht die gesundheitlichen Vorteile eines sportlichen Lebensstils. Sport macht einfach Spaß!

Starke Sportförderung

Die kommunalen Politiker sind sehr aktiv im Bereich „Sport“. Sie fördern Sportstätten und Vereine. Der nächstgelegene Bolzplatz ist nie weit entfernt und auch Outdoorsport kann gut getrieben werden. Sucht man hingegen hochwertige Sportanlagen, die auch für den Profisportler geeignet sind, muss man eine weite Anreise in Kauf nehmen. Allgemein wird nur der Breitensport und nicht der Leistungssport gefördert. Da der Staat wenig zentral reguliert und inhaltlich kaum durchgreift, verbreitet sich Doping stark im Profi- und Amateurbereich.

Hohe Relevanz von Sportereignissen

Egal ob live oder in Medien – die Deutschen lieben es, beim Profisport zuzuschauen. Die Einschaltquoten für Sportbeiträge und Sportübertragungen sind hoch. Dennoch führen

hohe finanzielle Belastungen für Sportgroßereignisse wie die olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften dazu, dass diese wirtschaftlich nicht rentabel sind. Sponsoren und Geldgeber engagieren sich vor allem im lokalen Amateursport und drücken so ihre Liebe zum Verein und der Region aus. Auch die deutschen Fans lieben „ihre“ Profivereine. Die internationale Reputation deutscher Spitzensportler hingegen leidet unter Dopingvorfällen.

Interview in der Vereinszeitung des VFL Grün-Weiß Holtenberg

Frage: Wie steht es dieses Jahr um die Mitgliedzahlen des VFL Grün-Weiß Holtenberg?
Sportpräsident: Dieses Jahr konnten unsere Vereinsmitgliedszahlen einen historischen Hochpunkt erreichen. Wir profitieren da ganz klar von der Motivation der Sportbegeisterten und Hobbysportlern und auch der allgemein hohe Freizeitanteil unterstützt diese Entwicklung.
Frage: Und wie sieht Ihre finanzielle Situation aus?
Sportpräsident: Hervorragend! Ich möchte mich vor allem bei unseren zahlreichen lokalen Sponsoren bedanken. Und auch die hohen Fördermittel des Bundes und der Länder für den Breitensport kommen unseren Kassen zu Gute. Darüber hinaus ist ja bekanntlich auch die Zahlungsbereitschaft für aktiven Sport hoch, sodass unsere Erhöhung der Vereinsgebühr keine potentiellen Mitglieder abgeschreckt hat.
Frage: In letzter Zeit hört man vermehrt von Dopingvorwürfen im Profisport und auch der Amateurbereich soll kein Unschuldslamm sein, wenn es um leistungssteigernde Substanzen geht. Wie sieht das in Ihrem Verein aus?
Sportpräsident: Ich persönlich möchte mich zu diesem Thema nicht äußern. Es gibt sicherlich einige Sportler, die hierdurch ihre Leistungen verbessern.
Frage: Im Moment reden auch viele Sportinteressierte über neue Trendsportarten aus Asien und Amerika. Wie steht der VFL Holtenhausen zu Trendsportarten?
Sportpräsident: Trendsportarten werden einfach von den Sportlern nachgefragt. Wir erweitern kontinuierlich unser Angebot. Kennen Sie schon Net-Ball? Das haben wir ganz neu im Programm. Eine Mischung aus Hand- und Fußball, kommen Sie doch mal Dienstag abends in unsere Sporthalle!
Frage: Und wie sieht es mit passivem Sport aus? Interessieren Sie sich für die nächste WM?
Sportpräsident: Wie meine Freunde und Bekannte auch, bin ich ein großer Fan sportlicher Unterhaltung. Ich war 2022 zum Beispiel in Katar und verfolge auch sonst immer die aktuelle Bundesliga und den Grand Slam über diverse Medien. Die Einschaltquoten waren ja dieses Jahr wieder extrem hoch. Schade ist nur, dass für die ausrichtenden Länder diese Sportgroßveranstaltungen trotz des breiten Zuschauerinteresses wirtschaftlich nicht rentabel sind!

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Aktiver Sport als Spaß
Bewegungstrends	Trendsportarten ohne virtuelle Unterstützung etablieren sich (Slackline / Parcour / SUP)
Freizeitanteil im Alltag	Freizeitanteil (= Zeit ohne Erwerbstätigkeit) hoch
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Sport ist die dominante Form der Freizeitgestaltung
Freizeitmobilität	Hohe Mobilität im Alltag bei geringer Mobilität für besondere Anlässe
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Do it Yourself - Hohe Zahlungsbereitschaft nur für aktiven Sport
Sportförderung	Nur Breitensport wird stark gefördert - Leistungssport ist autonom
Sportstätten	„Ein Bolzplatz an jeder Ecke“ - Einfach erreichbare aber schlecht ausgestattete Sportstätten
Amateursport(-vereine)	Vielfältige ausgeübte Sportarten in einem Umfeld, in dem Vereinssport eine große Rolle spielt
(Deutsche) Profivereine	Heimatliebe - Deutsche Profivereine werden nur in Deutschland hoch angesehen
Sponsoren / Geldgeber	Die Liebe zum Verein - Sponsoren nur im (lokalen) Amateursport
Sportevents/ -veranstaltungen	Trotz hohen Interesses an sportlichen Großereignissen sind diese nicht wirtschaftlich rentabel
Fans / Zuschauer	Zuschauer sind auf allen Kanälen - live und medial - dabei
Sport in den Medien	Einschaltquoten bei Sportbeiträgen / -übertragungen hoch
Doping	„Give me Dope Joana“ - Hohe Verbreitung von Doping im Sport im Hobbybereich und im Profibereich
Sportpolitik	Kommunale Politiker sind sehr aktiv im Bereich „Sport“ (Förderung und Regulierung)
Zustand der Umwelt	Der Zustand der Umwelt ist gut, so dass Outdoorsport weiter möglich ist

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

Szenario 2:

Sportland Deutschland legt die Latte hoch

Sport hält gesund: Aktiv (im Verein) und passiv ist Sport die Freizeitbeschäftigung Nr. 1. Deutscher Leistungssport ist entsprechend erfolgreich. Entsprechend hoch ist die Begeisterungsfähigkeit für Sportveranstaltungen sowohl live vor Ort, als auch bei medialen Übertragungen.

Sport ist beliebt und hält gesund

Sport und Gesundheit haben einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft. Der hohe Freizeitanteil wird so vor allem mit gesundheitsfördernden sportlichen Aktivitäten verbracht. Klassische Sportarten werden individuell oder auch gerne im Verein ausgeübt. Auch weite Anfahrtstrecken zur Sportstätte werden in Kauf genommen, um das Hobby Nummer 1 auszuüben. Egal ob für die eigene Sportausrüstung, Sportkurse und Vereinsbeiträge oder auch für Eintrittsgelder zu Profisport-Veranstaltungen gilt: Beim Sport wird nicht gespart.

Hohe Bedeutung von Sport in der Politik

Sport wird umfangreich von zentralen und kommunalen politischen Gremien gefördert und reguliert. Strenge Dopingauflagen führen zu einem Fair Play ohne Doping im Leistungssport und Hobbybereich. Die umfangreiche Sportförderung für Breitensport und Profisport sorgt für eine blühende Sportstättenlandschaft. Gut erreichbare und hochwertige Sportstätten finden sich in jedem Ort oder Stadtteil. Auch der Zustand der Umwelt ist gut, sodass Outdoorsportarten wie Inline-Skating oder Fußball problemlos ausgeübt werden können.

Fans und Zuschauer lieben das breite Angebot an Sportveranstaltungen

Die erfolgreichen deutschen Profivereine werden im In- und Ausland gefeiert. Großereignisse stoßen auf gesellschaftliches Interesse und sind wirtschaftlich rentabel. Auch die Einschaltquoten bei Sportbeiträgen und Sportübertragungen sind hoch, sodass kommerzielles Sponsoring auf allen Kanälen betrieben wird. Neben Profivereinen können aber auch Amateursportvereine von der Sportbegeisterung profitieren und sich die Unterstützung kommerzieller Sponsoren und öffentlicher Geldgeber sichern.

Ferdinand Wolf, Leiter Deutsche Sport-Academy in Bad Lichtstädt

„Wir als Leistungskaderschmiede profitieren stark von der breiten Sportförderung des Bundes und der Länder, nicht zu vergessen das Sponsoring und die industriellen Sportförderer. Und auch über mangelnden Nachwuchs aus dem Amateursportbereich können wir uns nicht beklagen. Das gute Image von Sport und das hohe Interesse an Gesundheit und aktivem Sport in Deutschland bringt einfach viele potentielle Sportprofis in die Vereine. Vor einigen Jahren sah die Situation da noch ganz anders aus. Amateursportvereine verloren ständig Mitglieder und auch die Zahlungsbereitschaft der Deutschen für Sport war gering. Wie schön, dass unsere jährliche Summer Sports Academy (die nun wirklich nicht günstig ist) bereits im Vorjahr ausgebucht ist. Interessenten kommen aus ganz Deutschland. Die Leute nehmen halt auch eine weite Anreise für ihre Lieblings-Freizeitbeschäftigung auf sich. Auch unsere Sportevents in denen die Profisportler in Meisterschaften ihr Können unter Beweis stellen, sind in der letzten Zeit immer ausverkauft. Man interessiert sich halt für Sport und die angehenden deutschen Olympiateilnehmer. Apropos Olympia: Ich freue mich schon auf die nächsten Spiele, denn mehr als die Hälfte der Olympioniken konnte ich zumindest zeitweise in unserer Academy betreuen und fördern. Und auch viele Stars aus den international beliebten deutschen Profivereinen kommen aus unserem Kader. Ich bin gespannt darauf, welche Einschaltquotenrekorde mit den Sportbeiträgen dieses Jahr gebrochen werden.
Besonders freue ich mich darüber, dass Fair Play im Sport heutzutage groß geschrieben wird. Früher war Doping ein stiller Begleiter im Profisport, heute ist das lange verschwunden. Wir können also in eine glorreiche deutsche Sportzukunft blicken.“

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Aktiver Sport und Gesundheit haben einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert
Bewegungstrends	Bedeutung von virtuellen / technischen Bewegungstrends gering
Freizeitanteil im Alltag	Freizeitanteil (= Zeit ohne Erwerbstätigkeit) hoch
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Sport ist die dominante Form der Freizeitgestaltung
Freizeitmobilität	Radius der täglichen Freizeitmobilität hoch
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Hohe Zahlungsbereitschaft für aktiven und passiven Sport
Sportförderung	Sportförderung für „Klasse und Masse“
Sportstätten	Gut erreichbare und hochwertige Sportstätten (z.B. eigene, gepflegte Anlagen in jedem Dorf / Stadtteil)
Amateursport(-vereine)	Vielfältige ausgeübte Sportarten in einem Umfeld, in dem Vereinssport eine große Rolle spielt
(Deutsche) Profivereine	We are the Champions! - Deutsche Profivereine genießen im In- und im Ausland ein hohes Ansehen
Sponsoren / Geldgeber	Kommerzielles Sponsoring auf allen „Kanälen“ - Amateur- und Profisport werden breit gefördert
Sportevents/ -veranstaltungen	Großereignisse stoßen auf großes Interesse in der Gesellschaft und sind wirtschaftlich rentabel
Fans / Zuschauer	Zuschauer sind live dabei
Sport in den Medien	Einschaltquoten bei Sportbeiträgen / -übertragungen hoch
Doping	Fair Play - Kein Doping im Sport
Sportpolitik	Sportpolitik wird umfangreich von zentralen politischen Gremien betrieben (Förderung und Regulierung)
Zustand der Umwelt	Zustand der Umwelt hat keine Auswirkungen auf die Sportarten

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

Szenario 3:

Leistungssport bleibt am Ball

Umfangreiche Freizeit bietet Raum für passiven Sport und anderes Entertainment. Deutscher Leistungssport ist national und international erfolgreich. Gerade Veranstalter von Großereignissen profitieren von dem großen Interesse an Profisport und den Sportveranstaltungen.

(Hobby-)Sport verliert an Bedeutung

Der hohe Freizeitanteil wird mit vielfältigen Aktivitäten ausgefüllt. Neben Sport sind auch viele andere Freizeitbeschäftigungen beliebt, wie beispielsweise kulturelle Events oder sozialer Austausch. Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, wird aber nicht unmittelbar mit Sport in Verbindung gebracht. Dadurch verlieren Einrichtungen wie Fitnessstudios an Bedeutung. Neue, virtuelle Trendsportarten ergänzen klassische Sportarten. Für die Freizeitaktivitäten, egal ob abends nach der Arbeit oder am Wochenende, wird eine weite Anfahrt in Kauf genommen. Die hohe Bereitschaft zur Mobilität wird jedoch selten mit sportlichen Aktivitäten kombiniert.

Hohe Bedeutung von Sportförderung bei den Profis

Sportpolitik wird umfangreich von zentralen politischen Gremien betrieben. Der Fokus liegt dabei auf dem Profisport, denn Leistungssport erhält breite Förderung wohingegen Breitensport wenig gefördert wird. Es gibt wenige hochwertige Sportstätten und kaum Einrichtungen für Amateursportler. Die rückläufige Förderung im Amateurbereich führt dazu, dass die Anzahl an aktiven Sportlern und Vielfalt an ausgeübten Sportarten in der Gesellschaft ebenfalls zurück geht. Die staatliche Regulierung sorgt dafür, dass von Doping im Profisport und auch im Hobbybereich abgesehen wird.

Deutscher Profisport als Kassenschlager

Die erfolgreichen deutschen Profivereine genießen sowohl im In- als auch im Ausland hohes Ansehen und bringen hohe Einschaltquoten. Auch Großereignisse stoßen auf Interesse in der Gesellschaft und sind wirtschaftlich rentabel. Durch das breite Interesse an Profisport fließt viel Geld durch Sponsoring in den Profibereich. Der Amateurverein geht leer aus.

Pressemitteilung

Nun also doch!

Nach den Zweifeln und der gescheiterten Bewerbung München's um die vergangenen olympischen Winterspiele hatte sich lange Zeit keiner mehr getraut, eine neue Diskusssion um eine weitere Bewerbung zu starten. Umso erstaunlicher war dann, wie schnell sich das Blatt wendete: Berlin bekommt den Zuschlag für die Austragung der olympischen Sommerspiele in acht Jahren. Die deutsche Bewerberstadt setzte sich scheinbar ohne große Mühe gegen den letzten Konkurrenten Dubai durch. Rentabilität von Großveranstaltungen wird immer wichtiger und war wohl ausschlaggebend für den Zuschlag. Das deutsche Konzept ist auf Effizienz ausgelegt, verspricht aber trotzdem ein einmaliges Event zu werden und die Besucher zu begeistern. Darüber hinaus ist schon in den vorangegangen Sportereignissen deutlich geworden, dass die deutschen Besucher beim Thema Sport scheinbar unendliche Geldquellen besitzen und nicht zögern, diese anzuzapfen.

Allerdings bleibt zu hoffen, dass der Erfolg der deutschen Sportler auf einem ähnlich hohen Niveau wie in der Vergangenheit bleibt. Aber solange private Geldgeber das große Vermarktungspotenzial der Sportler erkennen und der Staat die Förderung auf einem konstant hohen Level beibehält, blickt der Leistungs- und Profisport weiter rosigen Zeiten entgegen. Die exzellenten Sporteinrichtungen im Leistungsbereich sorgen dafür, dass auch in der Breite hochklassige Sportler entdeckt werden. Um aber von einem wirklichen „Sportland Deutschland" zu sprechen, müssten in naher Zukunft Konzepte vorgelegt werden, die auch den Breitensport und das Vereinswesen wieder nach vorne bringen. „Die Politik hat die Aufgabe, Sport nicht alleine dort zu fördern, wo er auch rentabel ist. Nicht nur an der Leistungsspitze sondern auch an der Basis sind finanzielle Mittel unabkömmlich. Wenn Sport nur noch als Event wahrgenommen wird, verliert er auf lange Sicht an Bedeutung, denn es werden neue, spannendere Trends auf den Markt kommen", so der Vorsitzende des Deutschen Sportbundes Holger Maischbach.

Ganz gleich wie sich der Sport an der Basis entwickelt: Die Vorfreude auf das nächste sportliche Highlight ist in ganz Deutschland groß. Erste Vorbereitungen laufen jetzt an, damit sich Deutschland wieder als großartiger Gastgeber präsentieren kann.

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, aber sportliche Betätigung wird damit nicht in Verbindung gebracht
Bewegungstrends	Sportboom: virtuelle Trendsportarten ergänzen traditionellen Sport / Traditionelle Sportarten dominieren
Freizeitanteil im Alltag	Hoher Freizeitanteil, der gut planbar ist, da er nicht von Erwerbstätigkeit beeinflusst wird
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Vielfältige Freizeitaktivitäten, sowohl im sportlichen als auch im alternativen Bereich, werden ausgeübt
Freizeitmobilität	Hohe Freizeitmobilität - sowohl für besondere als auch alltägliche Aktivitäten
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Die Welt der Zuschauer - Hohe Zahlungsbereitschaft nur für passiven Sport
Sportförderung	Qualität statt Quantität - Leistungssport erhält breite Förderung, Breitensport jedoch nur geringe Mittel
Sportstätten	Schlecht zugängliche aber sehr hochwertige Sportstätten (z.B. wenige Mega-Sportparks)
Amateursport(-vereine)	Klassiche Vereine für traditionelle Sportarten dominieren die Sportwelt
(Deutsche) Profivereine	We are the Champions! - Deutsche Profivereine genießen im In- und im Ausland ein hohes Ansehen
Sponsoren / Geldgeber	Kein Geld für die Kleinen - Nur im Profisport ist Sponsoring weit verbreitet
Sportevents/ -veranstaltungen	Großereignisse stoßen auf großes Interesse in der Gesellschaft und sind wirtschaftlich rentabel
Fans / Zuschauer	Public Viewing / mediale Sportübertragungen sind von geringer Bedeutung - Zuschauer sind live dabei
Sport in den Medien	Hohe Einschaltquoten bei geringer Qualität der Berichterstattung im Sport
Doping	Fair Play - Kein Doping im Sport
Sportpolitik	Sportpolitik wird umfangreich von zentralen politischen Gremien betrieben (Förderung und Regulierung)
Zustand der Umwelt	Zustand der Umwelt hat keine Auswirkung auf Sportarten

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

Szenario 4:

Leistungssport schwimmt gegen den Strom

In der geringen Freizeit findet Sport keinen Platz – andere Angebote werden bevorzugt. Zentrale Sportpolitik und Förderung im Profisport schaffen dennoch international ein hohes Ansehen von deutschen Profisportlern. Im Amateurbereich und beim Breitensport geht die Anzahl der aktiven Sportler zurück und die Politik sieht keine Gründe, dagegen vorzugehen.

Zeitmangel führt zu geringer Bedeutung von Sport als Freizeitbeschäftigung

Der verfügbare Rahmen an freier Zeit ist gering und teilweise ist die Trennung von Arbeit und Freizeit unklar. Der Radius für tägliche Freizeitmobilität ist zusätzlich gering, so dass klassische (Vereins-)Sportarten nicht mehr existieren. Klassische Sportarten werden technisiert und außerhalb von Vereinen (z.B. über kommerzielle Sportanbieter oder selbstständig) ausgeübt. Gesundheit (Ernährung, Schlaf, die Work-Life-Balance) hat einen hohen Stellenwert, wird aber über andere Wege angestrebt und (aus Zeitmangel) nicht mit Sport in Verbindung gebracht. Wenn Zeit für Aktivitäten bleibt, werden diese eher in anderen Bereichen ausgeübt, in denen auch eine hohe Zahlungsbereitschaft gegeben ist.

Ungenügende Rahmenbedingungen für den Amateursport

Der schlechte Umweltzustand wirkt sich direkt auf die Sportarten aus, Outdoorsport ist nur noch eingeschränkt möglich. Selbst wenn die Menschen Zeit hätten, mit ihren Kollegen zu joggen, ist dies aufgrund der externen Bedingungen keine Option. Auch hierdurch wird der Shift zur Technisierung klassischer Sportarten begründet. Die Politik setzt in diesem Umfeld auf zentraler Ebene durch Regulierung und Förderung des Leistungssports den Rahmen. So kann teilweise international ein hohes Ansehen des deutschen Profisports erreicht werden. Breitensport wird nicht gefördert (da die Bevölkerung keine Zeit dafür hat).

Deutscher Profisport wird im Ausland vermarktet

Das Ansehen deutscher Profivereine ist aufrund der hohen Glaubwürdigkeit in Sachen Doping zumindest im Ausland positiv. Innerhalb Deutschlands ist die Bedeutung von Sport so gering, dass auch Profisport kein hohes Ansehen genießt. Sport kann in dieser Gesellschaft nur über Entertainment erfolgreich sein. Im Profisport ist Sponsoring teilweise trotzdem verbreitet, da internationale Märkte erreicht werden können.

HealTechs

„Hallo, ich bin Jonas, Geschäftsführer von HealTechs. 2027 habe ich meine erste Indoor-Wellnessscape eröffnet. Hier simuliert die Technik dem Outdoorsportler das, was er draußen nicht mehr findet. Seit einigen Jahren ist der Zustand der Umwelt schlecht und beeinflusst auch die Outdoorsportmöglichkeiten. Die findet man jetzt – bei uns! Wobei das alleine noch nicht unseren Erfolg ausmachen könnte. Berufliches und Privates werden vermischt und den Meisten bleibt da wenig freie Zeit übrig. Mein Vater hat mir erzählt, dass früher viele Menschen begeisterte Sportler waren. Und sogar Sportübertragungen im Fernsehen verfolgten. Und das es „Sporttrends“ gab! Das kann ich mir am Wenigsten vorstellen – dazu müsste Sport ja irgendetwas an sich haben, was wirklich hip ist.
Wie auch immer – um auf unseren Erfolg zurück zu kommen. Natürlich liegt unseren Clubmitgliedern ihre Gesundheit am Herzen – auch wenn sie wenig Zeit haben, sich darum zu kümmern. Deswegen finden sich unsere Wellnessscapes an ausgewählten Hotspots überall in Deutschland und das technische Equipment ermöglicht einen effizient trainierten, gesunden Körper mit nur 30 Minuten Aufwand pro Woche. Und mit unseren Apps für X-Box Trillion und PS Gateway und der entsprechenden Hardware ermöglichen wir entfernt wohnenden Kunden Zugang zu unseren Bodyshaping Übungen und zum Nutrition Monitoring.
Aber klar – wir sind einer der wenigen, die in der Sportbranche aktiv sind. Für klassische Anbieter wie Fitnessstudios interessiert sich einfach keiner und für Vereine hat niemand mehr Zeit. Außerdem: Wozu für Sport Geld ausgeben?
Seit letztem Jahr kooperieren wir mit der deutschen Bundesregierung. In unseren Anlagen wird die deutsche Sportelite ausgebildet. International sind die Profis durchaus erfolgreich. Und da kommt unser neuestes Projekt ins Spiel – das möchte ich Ihnen heute vorstellen: Die SporTechs. Mit Olympia und ähnlichen Formaten ist ja seit Jahren in Deutschland kein Geld mehr zu holen. Unsere Idee ist da die Folgende: Wir bieten Live Entertainment, attraktive Sportler, ein exklusives Rahmenprogramm für ausgewählte und zahlungskräftige Gäste und einen ganz neuen Auftritt von Sport. Viele andere Sponsoren sind schon mit an Bord, denn zumindest die ausländischen Fans der Spitzensportler werden ja dabei sein. Hier sehe ich wirklich noch Potential in Deutschland. Hoffentlich macht uns die Umwelt keinen Strich durch die Rechnung und verhindert die Anreise der Gäste oder treibt die Kosten durch verschärfte Auflagen in die Höhe!

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, aber sportliche Betätigung wird damit nicht in Verbindung gebracht
Bewegungstrends	Technik tritt in klassische Sportarten ein
Freizeitanteil im Alltag	Freizeitanteil (= Zeit ohne Erwerbstätigkeit) gering
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Bedeutung von Sport als Freizeitgestaltung gering
Freizeitmobilität	Radius der täglichen Freizeitmobilität niedrig
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Hohe Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum außerhalb des Sports
Sportförderung	Qualität statt Quantität - Leistungssport erhält breite Förderung, Breitensport jedoch nur geringe Mittel
Sportstätten	Schlecht zugängliche aber sehr hochwertige Sportstätten (z.B. wenige Mega-Sportparks)
Amateursport(-vereine)	Wenige Sportartarten werden eher außerhalb von Vereinen ausgeübt
(Deutsche) Profivereine	Ansehen von Profivereinen in Deutschland gering
Sponsoren / Geldgeber	Verbreitung von Sponsoring im Amateursport gering
Sportevents/ -veranstaltungen	Interesse an Großereignissen in der Gesellschaft gering
Fans / Zuschauer	Bedeutung des Live-Erlebnisses „Sport“ gering
Sport in den Medien	Weder hohe Einschaltquoten noch qualitative Berichterstattung im Bereich Sport
Doping	Fair Play - Kein Doping im Sport
Sportpolitik	Sportpolitik wird umfangreich von zentralen politischen Gremien betrieben (Förderung und Regulierung)
Zustand der Umwelt	No Sports Today - Schlechter Zustand der Umwelt wirkt sich direkt auf Sportarten aus

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

Szenario 5:

K.O. für Sport in Deutschland

Die beschränkte Freizeit bietet keinen Raum für Sport oder andere Aktivitäten. Der Einsatz von Technik reduziert den Zeitaufwand für klassischen Sport. Profisportler versuchen z.B. durch Doping ein gewisses Leistungsniveau zu erreichen, sind aber nicht erfolgreich. Die Sportberichterstattung verliert an Qualität und kann nur noch wenige Zuschauer gewinnen.

Mangelnde Freizeit macht Sport bedeutungslos

Der Freizeitanteil in der Gesellschaft ist gering und zusätzlich eng mit dem Arbeitsleben verknüpft. Für Freizeitmobilität (im Alltag oder zu besonderen Anlässen) fehlt die Zeit. Entsprechend gering sind die Bedeutung von Freizeitaktivitäten und die Zahlungsbereitschaft für jegliche Art von Freizeitkonsum. Auch ohne Vereinssport gibt es noch einige ausgeübte Sportarten, die durch technische Unterstützung / virtuelle Trends zeitoptimiert durchgeführt werden können. Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, wird aber über andere Wege angestrebt und (aus Zeitmangel) nicht direkt mit Sport in Verbindung gebracht.

Fokus der Politik liegt auf anderen Bereichen

Schlechte Umweltbedingungen nehmen der Gesellschaft die Chance, im Outdoorsport aktiv zu sein. Es gibt wenig Zeit, die frei von beruflichen Einflüssen ist. Dies führt zu einer starken technischen Unterstützung von Sport. Der Umfang politischen Engagements im Sport ist gering, da andere Punkte, wie die Umwelt, im Fokus stehen. Förderung erhalten weder Spitzen- noch Breitensport. Entsprechend ist die Qualität der Sportanlagen schlecht und sie sind ferner nicht gut erreichbar. Profisportler dopen teilweise, um international eine Chance zu haben. Innerhalb Deutschlands ist aufgrund des geringen politischen Engagements keine Kontrolle zu befürchten.

Mediale Anziehungskraft des Sports geht verloren

Aufgrund des Dopings und des niedrigen Leistungsniveaus sind deutsche Profivereine im Ausland nicht hoch angesehen. Innerhalb Deutschlands mangelt es den potentiellen Zuschauern an Zeit. Weder medial (geringe Einschaltquoten) noch live werden Zuschauer angezogen. Die Sportberichterstattung ist von geringer Qualität. Wenn sportliche Großereignisse ausgerichtet werden (z.B. internationale Wettkämpfe), können die Kosten (hohe Umweltauflagen, Mobilitätskosten,...) in der desinteressierten Gesellschaft nicht wieder eingenommen werden.

Online-Bewerbung bei der TT Technischer Trendsport GmbH

„Hallo, mein Name ist Ida. Ich bin auf der Suche nach einem neuen Job. In meiner Kindheit war ich auf dem Weg, eine Spitzensportlerin zu werden. Ich habe ein staatliches Sportgymnasium besucht. Und dann, kurz vor meinem Abitur ist die Förderung weggebrochen. Der Staat hat sich natürlich mit der Umwelt beschäftigt und da geht eine Menge Geld drauf. Sport ist seitdem am Ende. Outdoorsport ist gar nicht mehr möglich – die Umwelt halt. Und Förderung bekommt auch niemand mehr, weder kleine Vereine noch die Profis.
Mittlerweile interessiert sich überhaupt niemand mehr für Sport. Alle arbeiten hart und lange und verdienen wenig. Und zu den wenigen Sportanlagen kann man auch nicht mehr fahren, Mobilität ist zu teuer. Genau das trifft auch auf die Großereignisse zu. Eine WM oder Olympische Spiele in Deutschland abzuhalten ist unmöglich. Im TV schaut es sich auch niemand an (die Berichte haben einfach kein Niveau), so dass nicht mal mehr Werbeeinnahmen zu erwarten sind.
Ich habe noch ein paar Jahre lang versucht, durch privates Training im Spitzensport international nach oben zu kommen. Leider sind da aber auch Grenzen gesetzt. Ohne Sponsoren kann ich einfach keine Mittel mehr aufbringen. Meine wenigen Kollegen versuchen jetzt, Erfolg im Ausland zu haben. Ich hatte gehofft, in einem der wenigen Fitnessstudios anzufangen – aber hier kommt natürlich auch nur noch selten jemand hin und die Zahlungsbereitschaft ist viel zu gering.
Technischer Trendsport. Ich habe Ihre Anzeige gelesen und gedacht – Das ist es! Sie schaffen es, durch Ihre technischen Lösungen Sport für alle – auch am Arbeitsplatz – in nur 15 Minuten Frühstückspause zu ermöglichen. Ihre Health Tracking App ist in den E-Watches all meiner Bekannten installiert. Und wenn wir abends mal Zeit haben, dann spielen wir in der Cloud die AdvenTours durch. Diese realen Gerüche von Wald und Bergluft! Das gibt's ja nicht mal mehr draußen! Wahnsinn! Was ich am besten finde – Sie bieten das alles zu einem erschwinglichen Preis. Klar, wir haben heute wenig Geld zu Verfügung und das investieren die Meisten natürlich zuerst in Wohnung und Ernährung. Aber Ihre Produkte und Ideen setzen sich trotzdem durch. Weil sie fair bepreist sind. Super!
Ich möchte unbedingt für Sie arbeiten.
Danke für die Einladung zur Online-Vorstellung. Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung."

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, aber sportliche Betätigung wird damit nicht in Verbindung gebracht
Bewegungstrends	Bedeutung von virtuellen / technischen Bewegungstrends hoch
Freizeitanteil im Alltag	Geringer Freizeitanteil, der auch noch eng mit dem Arbeitsleben verknüpft ist
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Geringe Bedeutung von Freizeitaktivitäten
Freizeitmobilität	Geringe Freizeitmobilität
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Insgesamt geringe Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum
Sportförderung	Weder Förderung für die breite sportliche Betätigung noch für Spitzensportler
Sportstätten	Schlecht erreichbare Sportanlagen von geringer Qualität
Amateursport(-vereine)	Bedeutung von Vereinssport gering
(Deutsche) Profivereine	Allgemein geringes Ansehen deutscher Profivereine
Sponsoren / Geldgeber	Hohe Kosten sportlicher Großereignisse können nicht wieder eingenommen werden
Sportevents/ -veranstaltungen	Die passive Sportleidenschaft ist ering ausgeprägt - Weder medial noch live gibt es viele Zuschauer
Fans / Zuschauer	Bedeutung des Live-Erlebnisses „Sport" gering
Sport in den Medien	Weder hohe Einschaltquoten noch qualitative Berichterstattung im Bereich Sport
Doping	Verbreitung von Doping im Hobbybereich gering
Sportpolitik	Allgemein geringer Umfang politischer Aktivität im Sport (kommunal und zentral)
Zustand der Umwelt	No Sports Today - Schlechter Zustand der Umwelt wirkt sich direkt auf Sportarten aus

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

Szenario 6:

Sport auf der Ersatzbank

Die Qualität der Sportstätten und die mangelnde Förderungen locken nur noch Wenige in die Vereine. Virtuelle Trendsportarten werden von Hobbysportlern durchgeführt. Darüber hinaus spielt Sport in der Gesellschaft keine Rolle und andere Freizeitaktivitäten dominieren den knappen Zeitrahmen. Auch der Leistungssport ist ins Abseits geraten.

Alternative Freizeitangebote verdrängen den Sport

In der Gesellschaft steht nur wenig freie Zeit zur Verfügung und teilweise ist die Trennung von Arbeit und Freizeit unklar. Der Radius für tägliche Freizeitmobilität ist entsprechend gering, so dass klassische (Vereins-)Sportarten tendenziell von virtuellen oder technischen Bewegungstrends abgelöst werden. Für besondere Aktivitäten gibt es noch ein gewisses Maß an Mobilität (allerdings teilweise durch den schlechten Umweltzustand beschränkt). Der Stellenwert sportlicher Betätigung, auch in Zusammenhang mit Gesundheit, ist eher gering. Weitere Freizeitbereiche bieten ein umfassendes Angebot an Aktivitäten, dass auf eine hohe Zahlungsbereitschaft stößt – die im „Sport“ nicht vorhanden ist.

Sport wird sich selbst überlassen

Die Politik greift weder auf zentraler noch auf kommunaler Ebene in den Sport ein. Einerseits kann dies der Grund für das gesellschaftliche Desinteresse sein – andererseits ist es möglich, dass die Politiker „aufgegeben“ haben, Sport in ihren Programmen zu verankern um dadurch erfolgreich zu sein. Ein Resultat sind u.a. schlecht erreichbare Sportanlagen von geringer Qualität. Der Zustand der Umwelt ist schlecht und könnte eine Ursache dafür sein, dass politische Ressourcen und Aufmerksamkeit an anderer Stelle dringender verlangt werden. Neue, technische Trendsportarten und Indoor-Individualsportarten sind es, die in der eher sportaversen Gesellschaft noch auf Zuspruch stoßen.

Verarmte Profivereine verlieren Zuspruch von Zuschauern und Fans

Da es den Profivereinen sowohl an Nachwuchs als auch an finanziellen Mitteln (aus kommerziellen und politischen Quellen) mangelt, ist deren Ansehen nicht nur in Deutschland sondern auch international gering. Sportliche Großereignisse werden eher wenig nachgefragt und sind eher unrentabel.

Interview mit dem deutschen Meister in VirtuelAthletics Manuel Stoll

Online-Redaktion: Herr Stoll, herzlichen Glückwunsch zum erneuten deutschen Meistertitel in VirtuelAthletics! Hatten Sie als Jugendlicher schon damit gerechnet einmal ein gefeierter Sportler zu sein?
Stoll: Ich würde mich nicht unbedingt als Sportler bezeichnen, sondern vielmehr als Wettkämpfer, aber um ehrlich zu sein, natürlich nicht. Wer konnte zu diesem Zeitpunkt damit rechnen, dass sich ein Rollstuhlfahrer im Jahr 2030 mit körperlich Uneingeschränkten auf Augenhöhe messen kann – und auch noch als Gewinner hervortritt. Immerhin gibt es mittlerweile über 3,5 Millionen Anwender in Deutschland, auch wenn die Zahl der Profis noch überschaubar ist. Wenn Events, wie die deutschen Meisterschaften, allerdings weiterhin so professionell aufgezogen werden, sehe ich auch für die Zukunft großes Potenzial.
Online-Redaktion: Wodurch lässt sich der Erfolg ihres Wettkampfes ausmachen? Wie denken Sie, konnten frühere Freizeitaktivitäten wie Fußball oder Tennis verdrängt werden?
Stoll: Ich denke, der wesentliche Grund ist ein sehr trauriger: die Qualität der Umwelt wird immer schlechter und solange Outdooraktivitäten nur noch unter Auflagen durchführbar sind, werden sich auch nicht im Beliebtheitsranking steigen. Auch ich würde meine Kinder gerne einfach im Fußballverein anmelden, aber abgesehen von ein paar Großen mit Fokus auf den Leistungssport ist doch nichts mehr übrig. Ich kann sie doch nicht für jedes Training stundenlang chauffieren.
Online-Redaktion: Wundert es Sie nicht auch ein bisschen, dass so viele Menschen bereit sind, die hohen Anfangsinvestitionen zu tätigen? Die ganze Technik hat ja doch einen stolzen Preis.
Stoll: Keineswegs. Den Menschen in Deutschland geht es doch noch größtenteils gut – zumindest Geld ist da. Früher hat man eben verstärkt in ein neues Auto investiert und heute zeigt man eben mit seiner VirtuelAthletics Ausrüstung, was man hat.
Online-Redaktion: Denken Sie, die Politik wird das, was Sie tun, irgendwann als förderfähig ansehen und die frühere Sportförderung ersetzen?
Stoll: Ich bezeichne mich zwar als unpolitischen Mensch, aber meiner Meinung nach müssen wir hier die Füße erst mal still halten. Andere Probleme müssen dringender gelöst werden.
Online-Redaktion: Herzlichen Dank Herr Stoll, und weiterhin viel Erfolg!

Sportliche Betätigung und Gesundheit	Stellenwert von sportlicher Betätigung gering
Bewegungstrends	Bedeutung von virtuellen / technischen Bewegungstrends hoch
Freizeitanteil im Alltag	Freizeitanteil (= Zeit ohne Erwerbstätigkeit) gering
Freizeitverhalten und Zeitvertreib	Geringe Bedeutung von Sport angesichts des breiten alternativen Freizeitprogrammes
Freizeitmobilität	Radius der täglichen Freizeitmobilität niedrig
Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum	Hohe Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum außerhalb des Sports
Sportförderung	Weder Förderung für die breite sportliche Betätigung noch für Spitzensportler
Sportstätten	Schlecht erreichbare Sportanlagen von geringer Qualität
Amateursport(-vereine)	Bedeutung von Vereinssport gering
(Deutsche) Profivereine	Allgemein geringes Ansehen deutscher Profivereine
Sponsoren / Geldgeber	Interesse an Großereignissen in der Gesellschaft gering
Sportevents/ -veranstaltungen	Die passive Sportleidenschaft ist ering ausgeprägt - Weder medial noch live gibt es viele Zuschauer
Fans / Zuschauer	Bedeutung des Live-Erlebnisses „Sport“ gering
Sport in den Medien	Weder hohe Einschaltquoten noch qualitative Berichterstattung im Bereich Sport
Doping	Hobby-Doper - Geringe Verbreitung von Doping im Profibereich aber hohe Verbreitung im Privaten
Sportpolitik	Allgemein geringer Umfang politischer Aktivität im Sport (kommunal und zentral)
Zustand der Umwelt	Zustand der Umwelt eher schlecht

Eindeutige / Charakteristische Ausprägungen

SZENARIO-ANWENDUNG

Szenarien sind ein Zwischenergebnis, ein Denkwerkzeug, welches in Unternehmen und Organisationen auf unterschiedliche Weise eingesetzt wird. Die vorliegenden Zukunftsbilder bilden daher eine Grundlage, die jeder auf seine Art für einen zielgerichteten Zukunftsdialog, z.B. zum Ableiten einer strategischen Ausrichtung nutzen kann. An dieser Stelle werden grundsätzliche Möglichkeiten der Nutzung vorgestellt und eine erste Einschätzung in Bezug auf erwartete Entwicklungen abgegeben.

Szenarien zur Entscheidungsunterstützung

Die vorliegenden Szenarien sind als Studie entstanden und stehen in keinem Kontext zu spezifischen Anforderungen eines im Sport tätigen Akteurs. Somit können alle Organisationen und Unternehmen, bei denen die Entwicklung des Sports in Zukunft von Bedeutung ist, diese Zukunftsbilder als Grundlage zur strategischen Entscheidungsfindung nutzen.

Konsequenzanalyse

Viele eigene Handlungsmöglichkeiten sind Reaktionen auf Umfeldentwicklungen. Daher geht es häufig zunächst darum, die Auswirkungen der Szenarien auf das eigene Unternehmen oder die eigene Organisation zu analysieren. Bei dieser Konsequenzanalyse sollten alle Szenarien so lange wie möglich im Fokus bleiben, um auch in vermmeintlich negativen Szenarien Chancen und Gefahren zu identifizieren. Dies ist ein wesentlicher Grund für einen zurückhaltenden Umgang mit Wahrscheinlichkeiten in diesem Prozessschritt.

Bewertung der Szenarien und Ableitung von Entwicklungspfaden

Für das Treffen von strategischen Entscheidungen ist es jedoch notwendig auf den wahrscheinlichsten Szenarien aufzubauen. Für Szenarien, die auf qualitativen Zu-

kunftsprojektionen beruhen, lassen sich Wahrscheinlichkeitswerte allerdings nicht berechnen. Um dieses Problem zu umgehen, wird nach der Beschreibung der Szenarien eine andere Form der Bewertung durchgeführt. Dabei werden Gegenwart, Erwartung und Wunsch für die Projektionen jedes einzelnen Schlüsselfaktors bewertet. Dadurch lässt sich herausarbeiten, in welcher Richtung des Zukunftsraumes die aktuelle Entwicklung weist. Außerdem können Wege von heute zu den einzelnen Szenarien vorausgedacht werden. Dabei zeigen sich häufig bestimmte Pfade, über die sich Veränderungsprozessen abspielen. Während die erwarteten Szenarien richtungsweisend für die Strategieentwicklung sind, sollten auch die nicht erwarteten Szenarien – das ist ein zentraler Punkt des Szenario-Management™ – nicht vernachlässigt werden. Sie müssen beobachtet werden und bilden somit den Fokus für eine systematische Früherkennung im Rahmen des Szenario-Monitoring.

Szenario-Monitoring

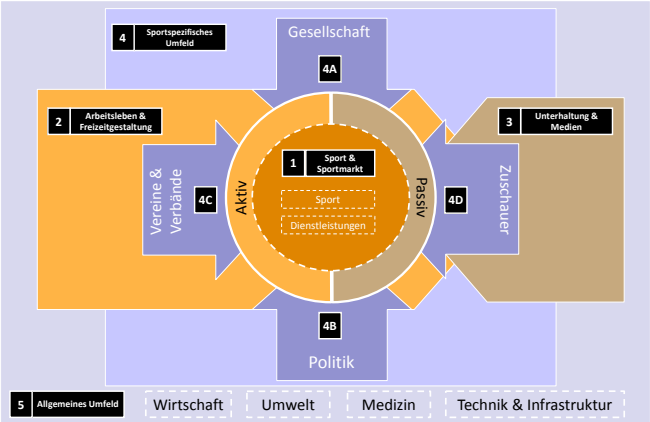
Szenarien sind wie »Landkarten der Zukunft« – daher sollten sie auch nach der ersten Nutzung nicht weggeworfen, sondern weiter genutzt werden. Dieser Prozess der regelmäßigen Beobachtung eines von Szenarien aufgespannten Zukunftsraums wird als Szenario-Monitoring bezeichnet. Der Szenario-Monitoring-Prozess kann mit einem Trend-Management zu einem integrierten Früherkennungsprozess verknüpft werden.

Herausforderungen der Zukunft

Die vorliegenden Zukunftsszenarien sind mögliche Richtungen, in welche sich die Zukunft des Sports entwickeln könnte. Die tiefere Analyse der Szenarien zeigt insbesondere für Organisationen und Unternehmen mögliche Herausforderungen, auf die es sich einzustellen gilt, aber auch Chancen, die in den erwarteten Umfeldern zu ergreifen sind. Empfohlen wird hier, seine eigenen Handlungsmöglichkeiten innerhalb der einzelnen Szenarien durchzuspielen, um so möglichst gut auf die verschiedenen Zukünfte vorbereitet zu sein.

Anhang:

Schlüsselfaktoren und Zukunftsprojektionen



Um die Komplexität des betrachteten Szenariofeldes – die Zukunfts des Sports in Deutschland – erfassen zu können, wurde zum Projektbeginn ein »Radarschirm« – ein sogenanntes Systembild – entworfen (siehe Bild rechts). Anschließend wurde das Szenariofeld durch insgesamt 70 Einflussfaktoren beschrieben. Deren Verdichtung zu 17 Schlüsselfaktoren erfolgte mit Hilfe einer Vernetzungsanalyse (siehe Grafik auf Seite 21).
In einem zweiten Schritt wurden für jeden Schlüsselfaktor bis zu fünf Zukunftsprojektionen - d.h. denkbare, alternative Entwicklungsmöglichkeiten – erarbeitet. Dabei war es wichtig, dass nicht bloß quantitative »Schwarz-Weiß-Projektionen« entstanden, sondern dass das Szenarioteam seine unterschiedlichen Sichtweisen auf die einzelnen Schlüsselfaktoren einfließen lassen konnte. So entstanden »Bausteine«, aus denen sich später lebendige Szenarien entwickeln ließen. Nachfolgend werden die 17 Schlüsselfaktoren mit ihren Zukunftsprojektionen dargestellt.

Stellenwert von aktiver sportlicher Betätigung und Gesundheit und Sport in der Gesellschaft (SF 1)

Dieser erste Schlüsselfaktor betrachtet die Bedeutung sportlicher Aktivität und von Gesundheit im Allgemeinen. Daraus ergeben sich vier Zukunftsprojektionen:

- ***A Aktiver Sport als Spaß***
- ***B Aktiver Sport und Gesundheit haben einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert***
- ***C Aktiver Sport und Gesundheit spielen eine geringe Rolle***
- ***D Gesundheit hat einen hohen Stellenwert, aber sportliche Betätigung wird damit nicht in Verbindung gebracht***

Bewegungstrends (SF 2)

Der zweite Schlüsselfaktor befasst sich mit Trends im Sportbereich. Dabei werden virtuelle Bewegungtrends und Trendsportarten betrachtet und in fünf Projektionen verknüpft:

- ***A Technik tritt inklassische Sportarten ein***
- ***B Virtuelle, technische Trendsportarten dominieren den Sport***
- ***C Traditionelle Sportarten dominieren***
- ***D Trendsportarten ohne virtuelle Unterstützung etablieren sich (Slackline / Parcour / SUP)***
- ***E Sportboom: virtuelle / technische Trendsportarten ergänzen traditionellen Sport***

Freizeitanteil im Alltag (SF 3)

Dieser Schlüsselfaktor thematisiert den Anteil frei verfügbarer Zeit an der Gesamtlebenszeit und die Trennungsschärfe von Arbeits- und Freizeit, sodass sich vier Projektionen ergeben:

- ***A Hoher Freizeitanteil,der gut planbar ist, da er nicht von Erwerbstätigkeit beeinflusst wird***
- ***B Hoher Freizeitanteil, der allerdings eng mit dem Arbeitsleben verknüpft ist***
- ***C Geringer Freizeitanteil, der dann aber frei zur Verfügung steht***
- ***D Geringer Freizeitanteil, der auch noch eng mit dem Arbeitsleben verknüpft ist***

Freizeitverhalten und Zeitvertreib und individuelle Freizeitgestaltung (SF 4)

Dieser Schlüsselfaktor stellt die Bedeutung des Sports für die Freizeitgestaltung der Relevanz anderer Möglichkeiten des Zeitvertreibs gegenüber. Somit lassen sich vier Projketionen erstellen:

- ***A Geringe Bedeutung von Sport angesichts des breiten alternativen Freizeitprogrammes***
- ***B Vielfältige Freizeitaktivitäten, sowohl im sportlichen als auch im alternativen Bereich, werden ausgeübt***
- ***C Geringe Bedeutung von Freizeitaktivitäten***
- ***D Sport ist die dominante Form der Freizeitgestaltung***

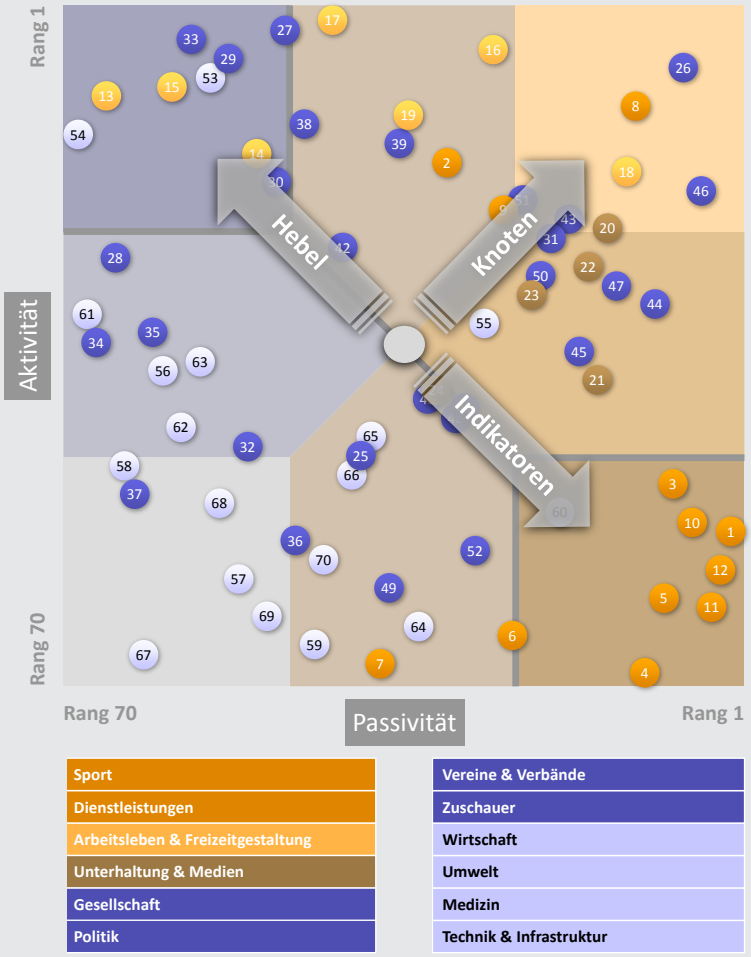
Freizeitmobilität (SF 5)

Bei dem fünften Schlüsselfaktor wird der Radius der alltäglichen und der außerdentlichen Freizeitmobilität zu vier Projektionen kombiniert:

- ***A Geringe Mobilität für Freizeit im Alltag bei hoher Mobilität für besondere Anlässe***
- ***B Hohe Freizeitmobilität - sowohl für besondere als auch alltägliche Aktivitäten***
- ***C Geringe Freizeitmobilität***
- ***D Hohe Mobilität im Alltag bei geringer Mobilität für besondere Anlässe***

VERNETZUNGSANALYSE

Der Einflussfaktoren-Katalog enthält in der Regel eine hohe Anzahl von Faktoren. Da nicht alle gleichermaßen relevant sind und sich eine zu hohe Anzahl in den folgenden Phasen nur schwer handhaben lässt, wurden die wesentlichen Einflussfaktoren identifiziert. Mit Hilfe einer Vernetzungsanalyse werden diejenigen Faktoren als Schlüsselfaktoren identifiziert, die besonders eng mit allen anderen Faktoren vernetzt sind und / oder eine besonders hohe Hebelkraft besitzen. Die analytisch ermittelten treibenden Kräfte der Fragestellung wurden durch das Szenarioteam aufgrund inhaltlicher Überlegungen ergänzt.



Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum (SF 6)

Dieser Schlüsselfaktor stellt die Zahlungsbereitschaft für aktiven und diejeinige für passiven Sport gegenüber. Daraus lassen sich fünf Projektionen bilden:

- *A Die Welt der Zuschauer - Hohe Zahlungsbereitschaft nur für passiven Sport*
- *B Hohe Zahlungsbereitschaft für aktiven und passiven Sport*
- *C Insgesamt geringe Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum*
- *D Do it Yourself - Hohe Zahlungsbereitschaft nur für aktiven Sport*
- *E Hohe Zahlungsbereitschaft für Freizeitkonsum außerhalb des Sports*

Sportförderung (SF 7)

Der siebte Schlüsselfaktor betrachtet das Fördervolumen im Breiten- sowie im Leistungssport. Es ergeben sich vier Projektionen:

- *A Nur Breitensport wird stark gefördert - Leistungssport ist autonom*
- *B Sportförderung für „Klasse und Masse“*
- *C Weder Förderung für die breite sportliche Betätigung noch für Spitzensportler*
- *D Qualität statt Quantität - Leistungssport erhält breite Förderung während Breitensport geringe Mittel erhält*

Sportstätten (SF 8)

Die Qualität und die Erreichbarkeit von Sportstätten können folgende vier Formen annehmen:

- *A Schlecht zugängliche aber sehr hochwertige Sportstätten (z.B. wenige Mega-Sportparks)*
- *B Gut erreichbare und hochwertige Sportstätten (z.B. eigene, gepflegte Anlagen in jedem Dorf / Stadtteil)*
- *C Schlecht erreichbare Sportanlagen von geringer Qualität*
- *D „Ein Bolzplatz an jeder Ecke“ - Einfach erreichbare aber schlecht ausgestattete Sportstätten*

Amateursport(-vereine) (SF 9)

Dieser Schlüsselfaktor betrachtet die Bedeutung des Vereinssports und die VIelfalt der ausgeübten Sportarten.

Daraus lassen sich vier Projektionen erstellen:

- *A Klassische Vereine dominieren die Sportwelt - Hohe Bedeutung von Vereinssport und geringe Vielfalt ausgeübter Sportarten*
- *B Vielfältige ausgeübte Sportarten in einem Umfeld, in dem Vereinssport eine große Rolle spielt*
- *C Wenige Sportartarten werden eher außerhalb von Vereinen ausgeübt (kommerzielle Sportanbieter / individuell)*
- *D Eine Vielzahl von Sportarten wird unabhängig von Vereinen ausgeübt (kommerzielle Sportanbieter individuell)*

(Deutsche) Profivereine (SF 10)

Das Ansehen von Deutschen Profisportvereinen kann innerhalb und außerhalb Deutschlands variieren, sodass vier Ausprägungen dieses zehnten Schlüsselfaktors betrachtet werden:

- *A Exportschlager - Deutsche Profivereine genießen nur außerhalb-Deutschlands hohes Ansehen*
- *B We are the Champions! - Deutsche Profivereine genießen sowohl im In- als auch im Ausland ein hohes Ansehen*
- *C Allgemein geringes Ansehen deutscher Profivereine*
- *D Heimatliebe - Deutsche Profivereine werden nur in Deutschland hoch angesehen*

Sponsoren / Geldgeber für Vereine und Sponsoren / Geldgeber im kommerziellen Bereich (SF 11)

Der elfte Schlüsselfaktor beschreibt die Verbreitung von Sponsoring im Amateur- und Profisport. Er umfasst dabei folgende vier Projektionen:

- ***A Die Liebe zum Verein - Sponsoren nur im (lokalen) Amateursport***
- ***B Kommerzielles Sponsoring auf allen „Kanälen" - Amateur- und Profisport werden breit gefördert***
- ***C Sport als Werbemedium hat ausgedient - Kommerzielles Sponsoring ist nur wenig verbreitet***
- ***D Kein Geld für die Kleinen - Nur im Profisport ist Sponsoring weit verbreitet***

Sportevents/ -veranstaltungen (SF 12)

Hier werden neben dem Interesse an Sportevents auch die Wirtschaftlichkeit selbiger betrachtet. Dabei folgen vier Projektionen:

- ***A Luxus pur oder Spartanismus - Wenig allgemeines gesellschaftliches Interesse an Sportevents bei hoher wirtschaftlicher Rentabilität***
- ***B Großereignisse stoßen auf großes Interesse in der Gesellschaft und sind wirtschaftlich rentabel***
- ***C Hohe Kosten sportlicher Großereignisse können in desinteressierter Gesellschaft nicht wieder eingenommen werden***
- ***D Trotz hohen Interesses an sportlichen Großereignissen sind diese nicht wirtschaftlich rentabel***

Fans / Zuschauer (SF 13)

Dieser Schlüsselfaktor wird durch die Bedeutung des medialen Konsums und des live-Erlebnisses von Sport spezifiziert, so dass sich fünf Projektionen ergeben:

- ***A Alte und neue Medien befriedigen die passive Sportleidenschaft völlig - live dabei zu sein ist nicht notwendig***
- ***B Zuschauer sind auf allen Kanälen - live und medial - dabei***
- ***C Die passive Sportleidenschaft ist allgemein gering ausgeprägt - Weder medial noch live gibt es viele Zuschauer***
- ***D Live dabei - mediale Sportübertragungen sind von geringer Bedeutung - Zuschauer sind live dabei***
- ***E Public Viewing***

Sport in den Medien (SF 14)

Für den 14. Schlüsselfaktor werden die Qualität und die Einschaltquoten von Sportübertragungen betrachet und zu den folgenden vier Zukunftsprojektionen weiterentwickelt:

- ***A Hohe Einschaltquoten bei geringer Qualität der Berichterstattung im Sport***
- ***B Qualitativ hochwertige Berichterstattung und hohe Einschaftquoten in der Sparte Sport***
- ***C Weder hohe Einschaltquoten noch qualitative Berichterstattung im Bereich Sport***
- ***D Hoch qualitative Berichterstattung bei geringen Einschaltquoten im Sport***

Doping (SF 15)

Dieser Schlüsselfaktor bildet die Verbreitung von Doping im Hobby- und PRofibereich ab, welche vier Formen annehmen kann:

- ***A Hobby-Doper - Geringe Verbreitung von Doping im Profibereich aber hohe Verbreitung bei privaten sportlichen Aktivitäten***
- ***B „Give me Dope Joana" - Hohe Verbreitung von Doping im Sport sowohl im Hobbybereich als auch im Profibereich***
- ***C Fair Play - Kein Doping im Sport***
- ***D High End Doping - Im Profisport ist Doping weit verbeitet, bei privaten sportlichen Aktivitäten jedoch weniger***

Sportpolitik (SF 16)

Der Schlüsselfaktor 16 beschreibt den Umfang kommunaler und zentraler Sportpolitik. Dabei können die politischen Aktivitäten vier Stufen annehmen:

- ***A Kommunale Politiker sind sehr aktiv im Bereich „Sport" (Förderung und Regulierung)***
- ***B Sportpolitik wird umfangreich von zentralen und kommunalen politischen Gremien betrieben (Förderung und Regulierung überall)***
- ***C Allgemein geringer Umfang politischer Aktivität im Sport (kommunal und zentral)***
- ***D Sportpolitik wird umfangreich von zentralen politischen Gremien betrieben (Förderung und Regulierung)***

Zustand der Umwelt (SF 17)

Der Zustand der Umwelt und deren Einfluss auf die Sportarten werden im 17. Schlüsselfaktor gegenübergestellt. Es ergeben sich drei Projektionen:

- ***A No Sports Today - Schlechter Zustand der Umwelt wirkt sich direkt auf Sportarten aus (z.B. Einschränkung des Outdoorsports wie Wandern, Klettern, Ski)***
- ***B Der Zustand der Umwelt ist gut, so dass Outdoorsport weiter möglich ist***
- ***C Zustand der Umwelt hat kein Auswirkungen auf die Sportarten (z.B. Sport wird nach Innen verlegt, virtueller Sport)***

Impressum

Herausgeber:
Scenario Management International AG
Klingenderstraße 10-14
33100 Paderborn
Telefon: +49 (5251) 150-570
Telefax: +49 (5251) 150-579
Email: info@scmi.de
Internet: www.scmi.de

Redaktion:
Dr.-Ing. Alexander Fink
Dr.-Ing. Andreas Siebe

Bildquellen:
www.fotolia.de: Minerva Studio (Seite 1/6); Kzenon (Seite 1/8); Photocreo Bednarek (Seite 1/10); BERLINSTOCK (Seite 1/12); rangizzz (Seite 1/14); kavolis (Seite 1/16); Janina Dierks (Seite 7); Rido (Seite 9); Stefan Schurr (Seite 11); Robert Kneschke (Seite 13); JackF (Seite 15); Dron (Seite 17); Anton Sokolov (Seite 18).

Stand: *November 2014*

Scenario Management International AG

Klingenderstraße 10-14
33100 Paderborn

Telefon: +49 (0) 5251 - 150 570
Telefax: +49 (0) 5251 - 150 579
E-Mail: info@scmi.de
Internet: www.scmi.de