Entwurf
der

Sport-Agenda Köln 2015

- Strategischer Handlungsleitfaden für die Sportentwicklung in Köln -

im Rahmen
des Projektes
Sportstadt Köln

erstellt vom Projektteam Sportstadt Köln bestehend aus den Projektpartnern

mit freundlicher Unterstützung von

Köln, 01.05.2009

Inhaltsverzeichnis

1 Wesentliche Ergebnisse im Überblick – Management Summary 4

2 Ausgangssituation und Ziele 6

3 Die Sportstadt als kommunale Herausforderung 7

3.1 Allgemeine Diskussion zum Thema „Sportstadt“ 7

3.2 Sport als wichtiger Standortfaktor 9

3.3 Sportentwicklungsplanungen in anderen Städten 11

4 Die Sportstadt Köln auf dem Prüfstand 12

4.1 Sportstadt Köln als Modellprojekt des Landes NRW 12

4.2 Das Projekt Sportstadt Köln 14

4.1.1 Projektbeteiligte und Gremienstruktur 14

4.1.2 Vorgehensweise und Projektphasen 16

4.3 Ergebnisse der Ist-Analyse 19

4.4 Bedarf zur Stärkung der Sportstadt Köln 24

5 Die Sport-Agenda Köln 2015 25

5.1 Von der Bedarfsfeststellung zur Sport-Agenda 25

5.1.1 Ganzheitlicher Ansatz und Interdisziplinärer Ansatz 25

5.1.2 Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015 28

5.2 Leitthemen, Cluster und Ziele der Sport-Agenda 31

5.2.1 Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume 36

5.2.2 Menschen dauerhaft bewegen 37

5.2.3 Sportliche Großereignisse 39

5.2.4 Spektakuläre Sportbauten 41

5.2.5 Local Heroes 42

5.2.6 Strahlende Sportinstitutionen 44
5.2.7 Schul- und Kindergartensport sowie Jugendsport 45
5.2.8 Leistungssport und Nachwuchsförderung 47
5.2.9 Vereinssport und nicht-gebundener Sport 49
5.2.10 Gesundheitssport und Rehabilitationssport 52
5.2.11 Soziale Integration durch Sport 54
5.2.12 Ausbildung und Qualifizierung 55
5.3 Flankierende Programme 57
5.3.1 Markenaufbau 57
5.3.2 Kommunikation und Information 59
5.3.3 Finanzierungsmodelle 63
6 Leitlinien der Sportstadt Köln 68
7 Umsetzung der Sport-Agenda 71
7.1 Institutionalisierung 71
7.2 Gesamtkosten und Finanzierung der Umsetzung 71
7.3 Einbindung der Wirtschaft 71
7.4 Zeitplan und Meilensteine 71
8 Vision: Köln als innovativste Sportstadt Deutschlands 71
9 Literaturverzeichnis 73
10 Glossar 74
11 Anhang 77

1 Wesentliche Ergebnisse im Überblick – Management Summary

Mit der Sport-Agenda Köln 2015 wird zum ersten Mal ein strategischer Handlungsrahmen für die Weiterentwicklung des Sports in Köln vorgelegt. Dabei wird der Sport nicht nur in seiner Primärfunktion gestärkt, sondern auch in seiner Wirkung für andere Bereiche wie Integration, Prävention, Rehabilitation, Wirtschaft, Soziales und Bildung gefördert.

Die Sport-Agenda Köln 2015 basiert auf den Ergebnissen des Projektes Sportstadt Köln, das im Herbst 2007 ins Leben gerufen wurde und vom Land NRW als Modellprojekt ausgewählt wurde. Das operative Projektteam arbeitete in enger Zusammenarbeit mit dem Sportamt der Stadt Köln sowie dem StadtSportBund Köln. Von Beginn an ist das Projekt in der Stadt Köln verankert worden. Durch die Bildung einer hochkarätigen Steuerungsgruppe unter Vorsitz des Oberbürgermeisters Fritz Schramma und des Vorsitzenden des StadtSportBundes Köln Volker Staufert sowie weiteren renommierten Vertretern aus der Verwaltung, dem Sport, der Wissenschaft und der Wirtschaft wurde das Projekt gestärkt. Die Kölner Sportpolitik wurde darüber hinaus in regelmäßigen Abständen informiert und eingebunden.

Die fundierte Ist-Analyse zur derzeitigen Situation der Kölner Sportlandschaft zeigte einerseits, dass in Köln sehr viel Sport getrieben wird und die Stadt über hohe Potenziale verfügt. Andererseits wurden eine Reihe von Defiziten und Verbesserungspotenzialen festgestellt. Im Vergleich zu anderen so genannten Sportstädten in Deutschland kann Köln mit nur wenigen sportlichen Großevents aufwarten. Im Vereinssport zeigt sich, dass obwohl es viele Sportvereine in Köln gibt, der Anteil der vereinsgebundenen Kölnerinnen und Kölner im Vergleich zu anderen deutschen Städten relativ gering ist. Viele Vereine haben sich auch noch nicht auf die bevor-stehenden Herausforderungen des Marktes wie den demographischen Wandel, Individualisierungstendenzen, Finanzierungsengpässe sowie den Bedarf der Professionalisierung vorbereitet.

Der Kindergarten- und Schulsport legt die Grundlage für eine lebenslange Sportaffinität von Menschen. In Köln ist er noch nicht ausreichend verankert. Auch die Ansätze im Leistungssport und der Nachwuchsförderungen sind derzeit noch zu wenig systematisiert. Darüber hinaus mangelt es Köln an Events mit überregionaler Ausstrahlung. Die Gewinnung weiterer Großveranstaltungen sowie eine verbesserte Außendarstellung Kölns als Sportstadt führen zu einer Imageförderung und Markenbildung der Sportstadt Köln.

Viele gute Programme und Projekte laufen in Köln derzeit als Einzelinitiativen. Es fehlt daher ein systematischer und strategischer Plan zur Gesamtentwicklung der Sportstadt Köln, in dem Defizitbereiche beho-

ben werden und in dem Partner in Kooperationen und Netzwerken zusammengebracht werden.

Die auf den Ergebnissen der Ist-Analyse aufbauende Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015 erfolgte unter der Maßgabe, den Sport in Köln ganzheitlich und interdisziplinär weiterzuentwickeln. So ergaben sich zwölf Leitthemen, in denen jeweils Kernziele erarbeitet sowie bereits existierende Projekte, Programme und Initiativen gesammelt wurden. Dort, wo es Lücken gab, sind vom Projektteam Sportstadt Köln neue Projekte und Programme entwickelt worden. Bis zum 31. März 2009 werden die rund 120 gesammelten sowie neu entwickelten Projekte, Programme und Initiativen in die Sport-Agenda eingebunden. Diese ist als langfristiger Handlungsrahmen dann in den nächsten Jahren um weitere jeweils aktuelle Projekte, Programme und Initiativen zu erweitern.

Über eine gezielte Stärkung der relevanten Aspekte in den Leitthemen Schul- und Kindergartensport, Leistungssport und Nachwuchsförderung, Vereinssport und nicht-gebundener Sport, Gesundheits- und Rehabilitationssport, Soziale Integration durch Sport sowie Ausbildung und Qualifizierung wird eine nachhaltige Mobilisierung der Kölner Bevölkerung gefördert.

Um als Sportstadt sowohl nach innen als auch nach außen zu wirken bedarf es einer gezielten Weiterentwicklung der Stadt Köln in den Themen Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume, Sportliche Großereignisse, Spektakuläre Sportbauten, Local Heroes sowie Strahlende Sportinstitutionen.

Flankierende Konzepte fördern die Entwicklung in den Leitthemen. Hierzu gehören der gezielte Markenaufbau Sportstadt Köln, eine transparente und aktuelle Kommunikations- und Informationspolitik sowie adäquate Finanzierungsmodelle für die Umsetzung.

Die in Köln bereits erfolgreichen sowie die im Rahmen des Projektes initiierten Vernetzungs- und Bündelungsaktivitäten müssen konsequent fortgeführt werden. Für einen langfristigen Erfolg muss die Sport-Agenda Köln 2015 in der Stadt Köln verankert werden. Dies bedeutet die Schaffung einer Koordinierungsstelle in der Sportverwaltung sowie die Weiterführung eines hochkarätig besetzten Steuerungskreises mit Vertretern der Verwaltung, Politik, des Sports und der Wirtschaft.

Insgesamt muss der Sport in Köln eine höhere Bedeutung erlangen, insbesondere in der Politik und in der Kommunalverwaltung. Für die Stärkung der Sportstadt Köln muss der politische Wille auf breiter Basis erkennbar sein. Dies muss sich auch in entsprechenden Haushaltsansätzen wiederfinden.

2 Ausgangssituation und Ziele

Für die Mehrzahl der Menschen ist der Sport mehr oder weniger Teil ihres Lebensalltags, sei es in Form eigener sportlicher Aktivität oder nur als Anhänger großer Sportmannschaften. Sportbegeisterung überwindet soziale Schichten und unterschiedlichen Kulturen.

Sport wird im örtlichen Verein oder in örtlichen Bewegungsräumen betrieben. Sport ist also auch eine kommunale Aufgabe. Städte und Gemeinden haben für eine ausreichende Ausstattung mit Sportstätten und Sportgelegenheiten Sorge zu tragen. Über Umfang und Qualität entscheidet jede Stadt im Rahmen ihrer kommunalen Selbstverwaltung. Die Bedeutung einer „Sportstadt" bemisst sich also auch daran, welchen Stellenwert die jeweilige Kommune ihrer sportlichen Infrastrukturausstattung beimisst.

Doch „Sportstadt" ist mehr als nur das Vorhandensein von Sportplätzen und -hallen. Der Gradmesser ist vielmehr die Wertschätzung, die die Sportförderung insgesamt in einer Stadt genießt. Vor diesem Hintergrund muss erörtert werden, wie ausgeprägt die sportlichen Aktivitäten und Angebote in Kindergärten und Schulen sind, in welchem Umfang die Sportvereine und Sportorganisationen unterstützt werden, ob es attraktivere Angebote für Sporttreibende außerhalb einer Vereinsmitgliedschaft gibt, ob alle sozialen Gruppen der Bevölkerung erreicht werden und in welchem Umfang die Kommune den Leistungssport und nicht zuletzt den sportlichen Nachwuchs fördert.

Dies sind nur einige wenige Fragestellungen aus dem Anforderungs- und Handlungskatalog einer „Sportstadt". Dies gilt auch für die Stadt Köln.

In Köln wird - auch im Vergleich zu anderen Städten – viel Sport betrieben. Allein 800 Sportvereine bieten im Prinzip das gesamte Spektrum von Sportaktivitäten an. Doch viele Vereine haben sich noch nicht ausreichend vernetzt. Kooperationen mit anderen Vereinen, Sportanbietern und Institutionen könnten neue Potenziale und Zugangswege zu Zielgruppen erschließen.

Es gibt viel ehrenamtliches Engagement für den Sport; eine gegenseitige Hilfestellung über Vereinsgrenzen hinweg ist selten erkennbar. Projekten und Aktionen in der Stadt fehlt weitgehend die fachübergreifende Ausrichtung.

Die Sport-Agenda 2015 zielt darauf ab, einen Maßstab und einen strukturierten Fahrplan zur Optimierung des Sportangebotes in Köln zu entwickeln. Viele lobenswerte Sportangebote und Einzelaktivitäten lassen sich nicht in einem System „Sportstadt" darstellen. Sie verlieren dadurch an Durchschlagskraft. Das Projekt Sportstadt Köln hat sich deshalb zum Ziel gesetzt, das Sportgeschehen in einem „Gesamtsystem des Kölner Sports" zusammenzufassen.

Mit dem Projekt Sportstadt Köln wird nicht der Anspruch erhoben, dass die darin enthaltenen Programme, Projekte und Initiativen erst durch das Projekt selber in Gang gesetzt wurden. Es gibt bereits viele laufende gute Programme, Projekte und Initiativen, die Vorbildcharakter für weitere Vorhaben bzw. weitere Bündelungen sein können. Diese Weiterentwicklungen in den einzelnen Bereichen waren und sind Inhalte des Projektes Sportstadt Köln.

Die Verbindungslinien, Berührungspunkte und Schnittmengen der einzelnen Sparten sollen dargestellt werden. Sportwilligen Bürgerinnen und Bürgern soll Orientierung und Unterstützung geboten werden. Die kommunale Sportförderung erhält eine Leitlinie für die strategische Weiterentwicklung der Sportstadt Köln. Sponsoren aus Wirtschaft und Gesellschaft sollen einen systematischen Überblick über die Kölner Sportlandschaft erhalten, so dass sie ihre Förderung zielgerichteter und passgenauer einsetzen können.

Im Gesamtsystem „Sportstadt Köln“ wird das Zusammenspiel und die gegenseitige Abhängigkeit der Akteure im Kölner Sport - von den Sportinstitutionen über die Sportvereine bis zum Einzelsportler – transparent und überschaubar. Defizite und fehlende Angebote lassen sich schneller erkennen und mit gezielten Gegenmaßnahmen beheben.

Die „Sportstadt Köln“ ist aber mehr als die Summe der Einzelaktivitäten im Kölner Sport. Kern der „Sportstadt Köln“ ist die systematische Bündelung der Sportaktivitäten und die Vernetzung der Akteure im Sport. Die „Sport-Agenda Köln 2015“ liefert einen Maßstab und einen Fahrplan zur Optimierung des Sportangebots in Köln. Ziel ist die ganzheitliche und untereinander abgestimmte Entwicklung der Sportlandschaft.

Dort, wo Lücken in der Kölner Sportlandschaft gefunden wurden, wurden neue Konzepte und Programme vom Projektteam Sportstadt Köln entweder selber entwickelt oder andere Institutionen dazu angeregt. So konnten über die in Köln bereits bestehenden Kooperationen im Sport neue Adressaten sensibilisiert und aktiviert werden.

3 Die Sportstadt als kommunale Herausforderung

3.1 Allgemeine Diskussion zum Thema „Sportstadt“

Das Thema Sportstadt findet sich in vielfachen Veröffentlichungen, in den Medien und in einer Großzahl der Leitbilder von Städten. Auch einschlägige Studien zum Vergleich von Sportstädten in Deutschland finden breite Aufmerksamkeit. Bei näherer Betrachtung lässt sich jedoch feststellen, dass es derzeit keine einheitliche Definition für den Begriff der Sportstadt gibt.

Auch der Prozess zur Entwicklung bzw. Weiterentwicklung einer Sportstadt wird in verschiedenen Städten auf unterschiedlichste Art und Weise angegangen. Kommunale Sportentwicklungsplanung wird dabei allerdings immer noch hauptsächlich mit Sportstättenentwicklungsplanung gleichgesetzt. Die Praxis zeigt jedoch, dass es evidente Wechselbeziehungen zwischen den Sporträumen, den Sportinhalten sowie den Organisationsformen des Sports gibt.

Eine Sportstadt im Sinne einer sportgerechten bewegungsfreundlichen Stadt s im Zuge einer modernen Sportentwicklungsplanung daher die Aspekte Angebotsstruktur, die räumliche Infrastruktur sowie die Organisationsstrukturen des Sports und neben den Primärfunktionen auch die Sekundärfunktionen des Sports zu einem Gesamtkonzept vereinen.

Die sportgerechte Stadt soll als lebenswerter Ort gestaltet werden, als vernetzter Bewegungsraum, der für die Bürgerinnen und Bürger aller Altersstufen in unterschiedlichen Lebensbereichen Gelegenheiten für körperliche Aktivitäten bietet. Dabei ist von einem weiten Verständnis von Sport und Bewegung auszugehen, das sowohl das zunehmende freie Sporttreiben als auch die traditionelle vereinsbezogene Sportaktivität umfasst.

Gemäß zahlreicher Expertengespräche, z.B. mit der Deutschen Sporthochschule und dem Deutschen Olympischen Sportbund, gibt es folgende Kriterien, die als Anhaltspunkte für eine sportgerechte Stadt herangezogen werden.

1. Schaffung von Sport, Spiel- und Bewegungsräumen
2. Zurverfügungstellung von Sportstätten und -räumen für den Vereinssport (bedarfsgerecht, zeitgemäß und nachhaltig)
3. Existenz einer umfassenden kommunalen Sportförderung, über die Sportstätten hinaus
4. Implementierung von kooperativen Prozessen, an denen die Akteure beteiligt werden und dabei einen Dialog schaffen z.B. zwischen Schulen, Kindergärten und Vereinen
5. Konzentration auf den Schulsport: Kommunen haben eine Verantwortung für die Zurverfügungstellung einer Schulsportstätten-Infrastruktur, für bedarfsgerechte Vorhaltung sowie für die Sicherstellung eines auch sportorientierten Lehrplans
6. Konzentration auf Wettkämpfe und Leistungssportevents unter dem Kriterium der Nachhaltigkeit
7. Dialogisches Vorgehen und Vernetzen von Sport in allen Bereichen der Kommunalpolitik mit zwei Ausprägungen: Intrakommunale Zusammenarbeit als Überwindung von Dezernatsgrenzen und Interkommunale Zusammenarbeit als Zusammenarbeit von Regionen bei investiven Maßnahmen

8. Organisatorische Verankerung des Sports in Form eines Sportamtes als zentraler Ansprechpartner für die Vereine und alle Sportbelange
9. Politische Verankerung des Sports: Glaubhafte politisches Bekenntnis für den Sport, das auf Dauer aufgestellt ist, so dass der Sport in der Kommune auch wahrgenommen wird. Da die „alte Generation der Sportvereinsbürgermeister“ ausstirbt, bieten Pakte bzw. Bündnisse des Sports einen möglichen Lösungsansatz.

Es gibt derzeit keine allgemeingültige Definition für den Begriff Sportstadt. Der Sport-Agenda liegt eine ganzheitliche Auffassung einer Sportstadt zugrunde, in der die politische, organisatorische und interdisziplinäre Verankerung des Sports in der Stadt sichergestellt wird.

3.2 Sport als wichtiger Standortfaktor

Bei der Entscheidung von Unternehmen für einen Standort gibt es eine Reihe von Bewertungskriterien, die im Entscheidungsprozess als Standortfaktoren herangezogen werden. Standortfaktoren können in harte und weiche Faktoren unterteilt werden.

Als harte Faktoren werden beispielsweise die wirtschaftsgeographische Lage, die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die Kraft und Internationalität der örtlichen Messe oder die Flughafennähe betrachtet. [1]

Eine gute „Freizeitqualität“ gehört zu den „weichen Faktoren“, die Unternehmen in ihre Überlegungen zu betrieblichen Ansiedlungen einfließen lassen.[2] Sport ist neben Kultur und Naturerlebnis ein ganz wesentlicher Aspekt bei der Definition von Freizeitqualität. Eine breite Sportinfrastruktur sowie ein attraktives Sportangebot für möglichst viele Menschen steigert die Lebensqualität und kann sich so positiv auf die Standortwahl neuanzusiedelnder Unternehmen auswirken.[3]

1 Vgl. Industrieumfrage Köln 2002

2 Vgl. Die Grünen 2008

3 Vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Arbeitsgruppe “Sport & Wirtschaft” des HWWI.

Standortfaktor für Unternehmen	Sport zur Wirtschaftsförderung nutzen!
Volkswirtschaftliche Effekte	Kaufkraft in die Stadt bringen!
Gesunde Menschen	Lebensqualität und Leistungsfähigkeit verbessern!
Soziale Integration und Integration von Menschen mit Behinderung	Soziale Probleme verringern!
Aktive Gestaltung des Demographischen Wandels	Zukunftsfähigkeit der Stadt sichern!

Abb. Sport als Standortfaktor

Durch den Sport werden viele Wirtschaftsbereiche einer Kommune beeinflusst. Der Sport symbolisiert für die Wirtschaft den Willen zur Leistung, Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit. Die Attraktivität einer Kommune für Wirtschaftsunternehmen hängt somit in starkem Maße von den am jeweiligen Standort unterbreiteten sportlichen Angeboten ab. Sport ist deshalb auch immer Wirtschaftsförderung.

Der Sport hat einen volkswirtschaftlichen Nutzwert, der sich aus den Bereichen Wirtschaft, Gesundheit und Soziales schöpft.

Eine attraktive Sportlandschaft trägt darüber hinaus zur Bindung von Einwohnern an eine Stadt bei. Sport leistet einen maßgeblichen Beitrag zur Gesundheit, zur Integration, zur Gewaltprävention sowie zur Identifikation mit dem Gemeinwesen und erfüllt dadurch eine wichtige gesundheits- und sozialpolitische Aufgabe.

Die Sportvereine stellen darüber hinaus für die Infrastruktur einen Wirtschaftsfaktor mit oftmals nicht erkanntem Potenzial. Sie sorgen mit der Zahl an aktiven Mitgliedern und mit der Schaffung von Arbeitsplätzen, mit der Durchführung von Sportveranstaltungen usw. für eine Erhöhung der Kaufkraft und Umsätze der örtlichen Unternehmen.

Auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels besteht die Chance, dass der Sport noch mehr als wichtiger Standortfaktor geschätzt wird. Durch den besonderen Bedarf an aktiver Freizeitgestaltung von älteren Menschen erhält der Sport eine größer werdende Bedeutung. In Zukunft werden die Kommunen mehr bedarfsorientierte Sportangebote und -Räume für Seniorinnen und Senioren aber auch für Familien oder Migranten in ihre Standortplanung mit einfließen lassen.[4]

4 Vgl. SMK 2007

Der Sport wird zunehmend als wichtiger Faktor zur Weiterentwicklung von Städten gesehen, insbesondere im Hinblick auf die Themen Wirtschaftsförderung, Gesundheitsförderung, Demographischer Wandel und Soziale Integration sowie Lebensqualität.

3.3 Sportentwicklungsplanungen in anderen Städten

Sportentwicklungsplanung hat in vielen Kommunen seit langem eine ausgeprägte Tradition. Dies gilt insbesondere für jene Städte und Gemeinden, die im Rahmen ihrer Stadtentwicklung einen expliziten Schwerpunkt in den Bereich des Sport- und Bewegungsangebots legen. Die kommunale Sportentwicklungsplanung erarbeitet strategische und operative Ziele zur kurz-, mittel- und langfristigen Förderung des Sports und der Bewegung als elementare Bestandteile unserer Gesellschaft. Sportentwicklungspläne konzentrieren sich in weiten Teilen auf den Bereich der Sportstätten. Zielstellung ist dabei das Angebot an Sportstätten und Sportgelegenheiten möglichst exakt am (zukünftigen) Sportbedarf der Bevölkerung auszurichten und somit eine effiziente Mittelzuweisung im Bereich des Neubaus, aber auch der Sanierung und Modernisierung von Sportstätten und Sportgelegenheiten sicherzustellen.

Die früheren Sportentwicklungsplanungen mit dem Kern Sportstättenentwicklungsplanung orientierten sich dabei am so genannten „Goldenen Plan“[5]. Auch wenn diese Orientierung nach der Planung an normierten Sportanlagen und einwohnerbasierten Richtwerten einfacher handhabbar erscheint, wird sie der zunehmenden Differenzierung von Sportnachfrage, -angebot und -raum sowie den Ansprüchen an eine professionelle kommunale Planungspraxis nicht gerecht, da z.B. das tatsächliche Sportverhalten unberücksichtigt bleibt.[6]

Aus diesem Grund wurde Mitte der 80er Jahre eine Arbeitsgruppe beim Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) mit der Entwicklung eines verhaltensorientierten Ansatzes für die Sportstättenentwicklungsplanung beauftragt. Der daraus entstandene Leitfaden wurde Anfang der 90er Jahre als Entwurf präsentiert und nach einer Phase der weiteren praktischen Erprobung im Jahr 2000 endgültig veröffentlicht.[7] Das in Form des BISp-Leitfadens vorliegende neue Planungsinstrument sollte das aktuelle und in Zukunft zu erwartende Sportverhalten der Bevölkerung vor Ort zur Grundlage der Ermittlung des Sportstätten- und -anlagenbedarfs machen. Ein besonderer Fokus auf Sportstätten und speziell auf Kernsportstätten (Sporthallen, Sportplätze, Hallen- und Freibäder) sollte vermieden werden,

5 Vgl. DOG 1961

6 Vgl. LSB Hessen 2003 S.7.

7 Vgl. BISp 2000.

indem der Sportbedarf einer Kommune zunächst unabhängig vom Anlagenbedarf für alle Sportaktivitäten erfasst werden sollte. Letzten Endes ist es jedoch nicht gelungen, die Berechnung des Sportanlagenbedarfs durch ein vergleichbares Verfahren der Berechnung des Bedarfs an Sportgelegenheiten (z. B. Radwege, Parks, Plätze) zu ergänzen.[8] Somit entspricht der BISp-Leitfaden dem Ansatz der Sportstättenentwicklungsplanung, ergänzt um eine an den Sportaktivitäten der Bevölkerung ausgerichtete Gewichtung.

Die Aufgaben der Kommunen in den Bereichen Bewegung, Sport, Spiel, Erholung und Freizeit haben sich in den letzten Jahren aber auch insbesondere durch ein geändertes Sport- und Freizeitverhalten der Bevölkerung erheblich modifiziert und zum Teil ausgeweitet. Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportes hat zugenommen. Die Freizeitorientierung einer Stadt hat wie oben bereits dargestellt einen hohen Stellenwert als „weicher" Standortfaktor errungen und muss daher in seiner kommunalen Gewichtung gestärkt werden.

Für den Bereich des Breiten-, Freizeit-, Gesundheits- Wettkampf- und Leistungssports sollen allen Bürgern Sportangebote in unterschiedlichsten Ausprägungen gemacht werden. Aus der Sicht der Kommunen sollten diese Aufgaben insbesondere von den Vereinen und Verbänden, die wesentliche Träger des Sports sind, übernommen werden. Bei den kommunalen Sportfördermaßnahmen genießt insbesondere der Breiten-, Freizeit- und Gesundheitssport erste Priorität.

Die meisten deutschen Städte konzentrieren sich im Rahmen ihrer Sportentwicklungsplanung auf den Bereich Sportstättenentwicklung. Aufgrund der Querschnittsfunktion des Sports in viele andere Bereiche müssen neben der Sportstättenentwicklung auch die Angebotsentwicklung sowie die Bedürfnisentwicklung der unterschiedlichsten Zielgruppen Beachtung finden.

4 Die Sportstadt Köln auf dem Prüfstand

4.1 Sportstadt Köln als Modellprojekt des Landes NRW

Am 13. Februar 2008 haben die Landesregierung und der LandesSportBund NRW das Bündnis für den Sport unterzeichnet. Ziel ist die Stärkung des bürgerschaftlichen und ehrenamtlichen Engagements in den über

8 Vgl. LSB Hessen 2003, S.7f.

20.000 Sportvereinen Nordrhein-Westfalens. Die Sportvereine bieten durch ihre Struktur die Gewähr zur wirksamen Umsetzung freiwilliger und ehrenamtlicher Arbeit. Das Bündnis für den Sport hat das Ziel, den gesellschaftlichen Nutzen des Sports mehr als bisher deutlich zu machen.

Das "Bündnis für den Sport" soll für und mit dem Sport verbesserte Bedingungen schaffen. Dazu sollen neue und anspruchsvollere Kooperationen dienen. Hierfür wollen die Landesregierung und der LandesSportBund neue Partner gewinnen.

Damit sollen „die großen Möglichkeiten aller gesellschaftlichen Kräfte und staatlichen Institutionen aus den freiwilligen Zusammenschlüssen und Vereinen, der Wirtschaft und Medien, der Wissenschaft und Erziehung, des Gesundheitswesens und der Kommunen für gemeinsame Ziele des Sports und der Bewegungskultur genutzt sowie die Qualität und Verbindlichkeit der Sportförderung durch möglichst viele und unterschiedliche Partner auf ein neues Niveau gebracht und damit die Selbsttätigkeit und Unabhängigkeit des gemeinnützigen Sports gestärkt werden.“[9]

Konkret setzt das Bündnis für den Sport bei folgenden Handlungsfeldern an:[10]

- Förderung von Ehrenamt und Bürgerengagement
- Förderung von Infrastruktur und Sportstätten
- Kompetenzstärkung bei der Organisation und Durchführung gesellschaftlich bedeutsamer Sportangebote
    - Ausbau und Sicherung gesundheitsfördernder Bewegungs- und Sportangebote
    - Unterstützung der Sportvereine im Rahmen der Kampagne "Familie und Sport" bei der Profilierung zum "Familienfreundlichen Sportverein"
    - Integration durch Sportangebote
    - Sportangebote in der Ganztagsbetreuung der Schulen und Kooperation Schule/Verein
    - Sportgroßveranstaltungen
    - Leistungssport

9 Vgl. Bündnis für den Sport 2008, S. 3.

10 Vgl. Bündnis für den Sport 2008, S. 5 ff.

Das Projekt Sportstadt Köln setzt genau an den Grundüberlegungen zum Bündnis für den Sport an. Neben der inhaltlichen Deckungsgleichheit ist der Vernetzungscharakter des Projektes Sportstadt Köln (Einbeziehung von Wirtschaft, Medien, Sozialpartnern etc.) einer der wesentlichen Gründe, warum Köln Modellprojekt im Bündnis für den Sport geworden ist.

Das Projekt Sportstadt Köln ist als eines von drei Modellprojekten vom Innenministerium NRW ausgewählt worden. Ein Grund für den Status als Modellprojekt war die interdisziplinäre und ganzheitliche Herangehensweise, bei der neben den sportnahen Institutionen auch weitere Organisationen und Bereiche, wie die Wirtschaft, Sozialpartner, die Kirche, Bildungsinstitutionen etc. eingebunden wurden. Die Ergebnisse sollen auf andere Großstädte übertragen werden.

4.2 Das Projekt Sportstadt Köln

4.1.1 Projektbeteiligte und Gremienstruktur

Im Herbst 2007 ist das Projekt Sportstadt Köln ins Leben gerufen worden. Ziel des Projektes ist es, aufbauend auf den Potenzialen der Stadt, Köln sowohl als Sportstadt nach außen zu profilieren als auch die Bürgerinnen und Bürger Kölns über gezielte Programme, Projekte und Initiativen dauerhaft zu mehr sportlicher Aktivität zu mobilisieren.

Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes sollen dabei die drei großen Sportbereiche Breitensport, Leistungssport und Gesundheitssport gestärkt werden. Um dies realisieren zu können, war es wichtig, bereits zu Beginn des Projektes die relevanten Akteure des Sports in Köln sowie die höchste kommunale Verwaltungsebene in das Projekt einzubinden. Zu diesem Zweck wurde eine Steuerungsgruppe gebildet, die die Leitentscheidungen für das Projekt trifft. Über die frühzeitige Einbindung hochkarätiger Wirtschaftsvertreter konnten so auch über eine kommunale Förderung hinaus weitere Finanzierungsquellen erschlossen werden.

Die Steuerungsgruppe ist wie folgt besetzt:

Den Vorsitz der Steuerungsgruppensitzung haben der Oberbürgermeister der Stadt Köln, Fritz Schramma, und der Vorsitzende des StadtSportBundes Köln, Volker Staufert.

Weitere Mitglieder sind Ralf-Bernd Assenmacher (Geschäftsführer Lanxess-Arena), Dr. Achim Compes (Vereinsvorsitzender TV Dellbrück), Günter Dibbern (Vorstandsvorsitzender DKV), Heribert Faßbender (Sport-Journalist), Gabriele Freytag (Direktorin der Führungs-Akademie des DOSB), Dr. Agnes Klein (Dezernentin für Schule und Sport der Stadt Köln), Norbert Minwegen (Leiter Unternehmenskommunikation Sparkasse Köln-

Bonn), Prof. Dr. Walter Tokarski (Rektor Deutsche Sporthochschule), Walter Schneeloch (Präsident LSB NRW), Dr. Michael Vesper (Generaldirektor DOSB). Werner Stürmann (Leiter der Sportabteilung des Innenministeriums NRW) als Beauftragender des Modellprojekts ist seit Anfang 2008 ebenfalls Mitglied der Steuerungsgruppe.

Daneben spielt der Austausch mit den und die Einbindung der politischen Kräfte der Stadt Köln eine wichtige Rolle. Zu diesem Zweck wurde ein so genannter politischer Beirat gebildet. Letztlich handelt es sich hierbei um regelmäßige Statusgespräche mit den Sportpolitischen Sprechern der Stadt Köln: Manfred Wolf (FDP), Elisabeth Thelen (Bündnis 90/Die Grünen), Wolfgang Bosbach (SPD) und Andreas Köhler (CDU).

Darüber hinaus wurde das Projekt im Rahmen einer „Fraktions-Roadshow“ allen Rats-Fraktionen vorgestellt und entsprechende Anregungen in die Konzeption aufgenommen.



Abb. Gremienstruktur Projekt Sportstadt Köln

Das Projektteam, das mit der konzeptionellen Gestaltung und operativen Durchführung des Projektes beauftragt ist, umfasst neben Dr. Michael Rosenbaum als Geschäftsführender Partner und Dominique Breil als Beraterin der rosenbaum nagy unternehmensberatung, Jürgen Roters, der zum einen als ehemaliger Regierungspräsident der Region sowie in seiner Funktion als Vorsitzender mehrerer Vereine und Sportorganisationen eng mit dem Sport in Köln verbunden ist. Das Projektteam arbeitet in sehr enger Abstimmung mit dem Sportamt der Stadt Köln, vertreten durch den Amtsleiter Dieter Sanden, sowie dem StadtSportBund Köln, vertreten durch den

Geschäftsführer Rolf Kilzer. Darüber hinaus ergänzt Gabriele Freytag, aufgrund zahlreicher Projekte im Bereich Sportentwicklung in Großstädten Expertin für den Bereich Sportentwicklungspläne, das Projektteam.

Zu den Schwerpunktbereichen Leistungssport und Nachwuchsförderung, Vereinssport, Schul-, Kindergarten- und Jugendsport sowie zum Gesundheitssport wurden Unterarbeitsgruppen mit rund 40 Expertinnen und Experten[11] der Region aus sportnahen Institutionen (Sporthochschule, Verbund Sportbetonter Schulen, Olympiastützpunkt, Sportstiftung NRW, Sportamt, Sportvereine etc.) gebildet.

Über die Einbindung insbesondere auch der Arbeitsebene in diesen Unterarbeitsgruppen kann sichergestellt werden, dass Ideen sich nicht nur in der Theorie gut darstellen, sondern auch mit den operativen Kräften umsetzbar sind und sich die Anregungen und Überlegungen der Betroffenen in der Konzeption widerspiegeln.

Die breite Zusammenarbeit mit allen Beteiligten am Projekt ist insgesamt sehr positiv zu bewertet. Verbesserungspotenziale gibt es sicherlich noch in der Verzahnung der Sport-Agenda Köln 2015 mit den formalen Verfahren zur Erstellung des kommunalen Sporthaushaltes. Die Sport-Agenda ist ein parteiübergreifender strategischer Handlungsleitfaden, der Investitionen nach sich ziehen wird, die in der Basisfinanzierung des Sports in Köln vor allem durch den städtischen Haushalt abgedeckt werden müssen. Ziel des Projektes Sportstadt Köln ist es daher, dass die notwendigen finanziellen Mittel für die strategische Weiterentwicklung der Sportstadt Köln bei der Planung und Aufstellung des jährlichen Sporthaushaltes, aber auch bei den Haushalten mit Schnittstellen zum Sport (Jugend, Soziales, Wirtschaftsförderung, Planung etc.) ausreichend Berücksichtigung finden.

Das Projekt Sportstadt Köln wurde von Beginn an in der Stadt Köln verankert. Neben der Bildung eines hochkarätigen Steuerungskreises wurden sowohl die Politik als auch Expertinnen und Experten der sportnahen Institutionen in das Projekt eingebunden.

4.1.2 Vorgehensweise und Projektphasen

Das Projekt Sportstadt Köln wurde in drei Phasen aufgeteilt, in die Analysephase, die Phase der Grobkonzeption sowie die Phase der Ausarbeitung und Verschriftlichung der Sport-Agenda Köln 2015 mit konkreten Projekten und Handlungsempfehlungen für die Politik und die Verwaltung der Stadt Köln.

11 Eine Auflistung der Teilnehmer der Unterarbeitsgruppen findet sich im Anhang zu diesem Text.

Analysephase

Die sich von Herbst 2007 bis Dezember 2007 erstreckende Analysephase basierte auf Marktrecherchen, Konkurrenzanalysen und der Auswertung bereits bestehender Daten und Studien z.B. der Studie Sport in Metropolen. Auch die Ergebnisse des Bürgerhaushalts der Stadt Köln waren Bestandteil der Auswertung.

Die Durchführung von Workshops mit den Mitgliedern der Unterarbeitsgruppen sowie ergänzende Workshops mit weiteren Expertenrunden[12] dienten im ersten Ansatz zunächst der besseren Einschätzung der Gesamtsituation und der Erörterung möglicher Defizite und erster Lösungsansätze für die Sportstadt Köln.

Neben den Workshops wurden Experteninterviews[13] durchgeführt, in denen der Fokus verstärkt auf flankierenden Themen wie die Vernetzung von Wirtschaft und Sport oder dem Aspekt Sport als Standortfaktor lag.

Zusätzlich wurden eigene Befragungen mit unterschiedlichen Adressaten konzipiert. Zum einen wurde eine schriftliche Vereinsbefragung mit Unterstützung des StadtSportBundes Köln durchgeführt. Darüber hinaus wurde auf Basis eines Internet-Fragebogens die Kölner Bevölkerung über 3 Monate zum Thema Sportlandschaft in Köln befragt. An dieser 15-Fragen-starken Umfrage nahmen knapp 2.000 Kölnerinnen und Kölner teil. Diese Vorgehensweise ermöglichte über die Auswertung bestehender Daten hinaus eine gezielte Abfrage noch offener Sachverhalte und ergab erste Tendenzaussagen im Hinblick auf das regionale Sportverhalten und sportliche Präferenzen.

Grobkonzeption

Die Ergebnisse der Analysephase wurden mit den Mitgliedern der Steuerungsgruppe rückgekoppelt und mündeten in einer Grobkonzeption für den Sportstadt-Ansatz in Köln. Demnach ist Köln dann eine Sportstadt, wenn

- sie eine Ausstrahlungskraft nach innen und außen hat!
- es ein systematisches, vernetztes Angebot gibt!
- die Sportangebote auf die Bedürfnisse der Menschen in Köln geplant angepasst sind!
- sich die Bürgerinnen und Bürger als Teil der Sportstadt Köln verstehen!

12 Eine Auflistung aller Teilnehmer der Workshops findet sich im Anhang zu diesem Text.

13 Eine Auflistung aller Experten aus den Experteninterviews findet sich im Anhang zu diesem Text.

Die Grundannahme, dass eine Stadt sich dann als Sportstadt darstellt, wenn sie sowohl eine Ausstrahlung als Sportstadt nach außen entfaltet, als auch nach innen die Bevölkerung zu mehr sportlicher Aktivität mobilisiert, bildete den Rahmen für die weitere Konzeption.

In der Grobkonzeption wurden auf den Ergebnissen der Analysephase aufbauend erste Schwerpunktthemen – die so genannten Leitthemen - identifiziert, die im Zuge einer Sportstadt-Konzeption strukturiert angegangen werden müssen.

Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015

Die abschließende Phase des Projektzeitraums erstreckt sich bis Ende des ersten Quartals 2009. Im Zeitraum November/Dezember 2008 wurden mit Hilfe weiterer Workshops und Experteninterviews die Ergebnisse der Grobkonzeption bewertet. Des Weiteren wurden in den identifizierten 12 Leitthemen Cluster entwickelt, die die darin relevanten Aspekte zusammenfassen. Mit Hilfe der Clusterbetrachtung wurden die primären Zielstellungen für jedes Leitthema bestimmt. Bis Ende des ersten Quartals 2009 werden die Projekte, Programme und Initiativen gesammelt bzw. entwickelt, die in die Sport-Agenda Köln 2015 einfließen.

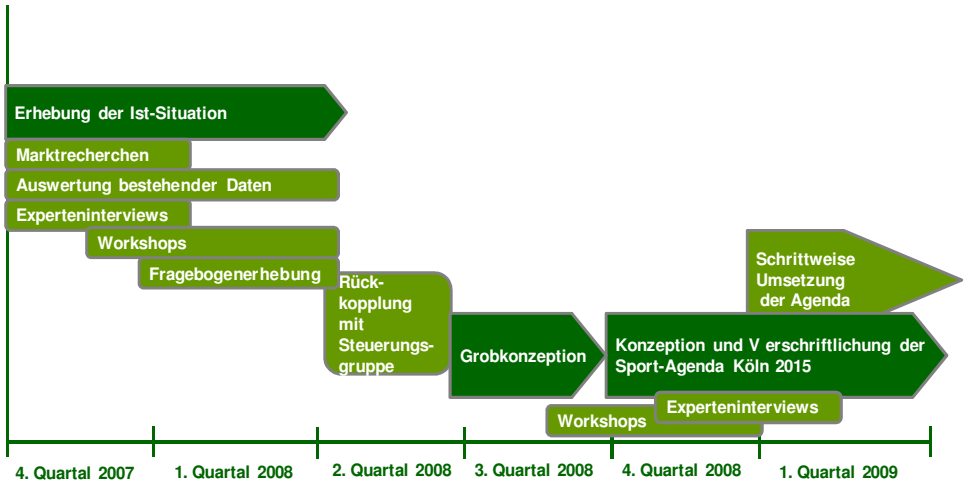


Abb.: Projektphasen im Projekt Sportstadt Köln

Die Sport-Agenda Köln 2015 wurde auf einer guten und ausgewogenen Daten- und Analysebasis entwickelt. Sie bündelt bereits bestehende und qualitativ gute Projekte, Programme und Initiativen. Bei identifizierten Lücken wurden adäquate und zukunftsweisende Ansätze entwickelt, so dass mit der Sport-Agenda Köln 2015 ein ganzheitlicher Handlungsleitfaden für die Sportstadt Köln vorliegt.

4.3 Ergebnisse der Ist-Analyse

Die Ist-Analyse der Sportstadt Köln zeigte klare Stärken und Schwächen sowie den Handlungsbedarf für die nächsten Jahre.

Viele Kölner Sportvereine haben ihr Sportangebot noch nicht ausreichend auf zukünftige Entwicklungen ausgerichtet.

Die Auswertung der Studie „Sport in Metropolen“[14] mit einem Schwerpunkt auf dem Themenfeld Vereine und die eigens durchgeführten Vereinsbefragung brachten insbesondere folgende Ergebnisse. In den rund 800 Vereinen in Köln wird praktisch das gesamte Spektrum des Sports angeboten. Die Mehrzahl der Kölner Sportvereine ist aber derzeit nicht oder nur unzureichend auf die Veränderungen der Sportbedürfnisse in den nächsten Jahren vorbereitet. Die steigenden Individualisierungstendenzen, der Wandel der Gesellschaftsstruktur (Demographie, Migrationshintergrund) sowie die wachsende Bedeutung des kommerziellen Sports erfordern eine Anpassung des Vereinsangebots sowie eine stärkere Ausrichtung auf die Zielgruppen. Beispielsweise ist der wachsende Markt für Rehabilitationssport und Gesundheitssport in den Kölner Vereinen als Angebot noch zu wenig ausgeprägt. Hier herrscht ein Nachholbedarf, insbesondere bei Mehrspartenvereinen. So können die Vereine auf einem refinanzierten Markt agieren und erschließen neben neuen Zielgruppen auch neue Einnahmequellen.

In den Kölner Sportvereinen fehlt es häufig an professionellen Strukturen, um den finanzwirtschaftlichen, personellen und strukturellen Herausforderungen der nächsten Jahre gewachsen zu sein.

Die Kölner Sportvereine haben zunehmend Probleme in der Gewinnung und Bindung von Vereinsmitgliedern, Übungsleitern und ehrenamtlichen Mitarbeitern. Köln besticht im Breitensport mit 802 eingetragenen Vereinen zwar durch viele Sportvereine, jedoch mit nur 17,9 % Anteil der Bevölkerung in Vereinen[15] einer relativ geringen Vereinsbindung.

Auch die Problemfelder „Rückgang an finanziellen Mitteln“ und „Mangel an adäquaten Sportstätten“ stellen für die Kölner Vereine in der heutigen Zeit eine große Herausforderung dar. In den nächsten Jahren werden zahlreiche Sportvereine in Köln aufgrund des Rückgangs öffentlicher Förderungen sowie Sponsoreneinnahmen in finanzwirtschaftliche Schwierigkeiten geraten. Diese Vereine brauchen adäquate Unterstützungsangebote im Hinblick

14 Vgl. Sport in Metropolen, 2005

15 Vgl. SSBK, 2009 (dieser Prozentanteil ergibt sich auf Basis der beim SSBK gemeldeten Vereinsmitglieder; inkl. der nicht-gemeldeten Vereinsmitglieder liegt der Anteil nach Schätzungen bei rund 23%)

auf Management- und Verwaltungsthemen aber auch bei Marketing- und Finanzierungsfragestellungen.

In der Sportstadt Köln gibt es bereits heute viele Einzelinitiativen. Diese sind jedoch noch zu wenig vernetzt bzw. zu wenig transparent.

Die Workshops, Befragungen, Interviews und Recherchen zeigten: In der Millionenstadt Köln gibt es bereits heute eine Vielzahl an sportlichen Aktivitäten, Programmen und Initiativen. Diese sind auch dadurch gekennzeichnet, dass sie als Einzelinitiativen ohne Einbindung in ganzheitliche Strukturen agieren. Durch eine Bündelung und Vernetzung dieser Aktivitäten und Akteure könnte der Nutzen für die Zielgruppen deutlich gesteigert werden. Daher wird von allen Beteiligten am Projekt Sportstadt Köln die stärkere Vernetzung und der Austausch gewünscht. Dies beinhaltet vor allem mehr sozialraum-orientierte Netzwerke und Kooperationen z.B. zwischen Vereinen und Schulen, zwischen Sozialpartnern und Vereinen oder zwischen den Institutionen der Sportwissenschaft und den Vereinen.

Darüber hinaus fehlt es an Transparenz über bestehende Angebote in allen Sportbereichen. Hier wird eine Informationsplattform bzw. ein Internetportal mit Darstellung aller Angebote gewünscht.

Der Kindergarten- und Schulsport legt die Grundlage für eine lebenslange Sportaffinität von Menschen. In Köln ist er noch nicht ausreichend verankert.

Sport in den Institutionen Kindergarten und Schule ist vor dem Hintergrund der öffentlichen Diskussion um Übergewicht bei Kindern sowie Bewegungsdefizite ein besonders relevantes Themenfeld. Die Experten sind sich darin einig, dass die Ausbildung der motorischen Fertigkeiten möglichst früh im Kindesalter ansetzen muss und daher Bewegungsprogramme bereits im Kindergarten einen entsprechenden Stellenwert haben müssen. Die Aktivitäten müssen dann in der Schule ihre Fortsetzung finden.

Ebenso wie in gesamt NRW ist auch in Köln der hohe Stundenausfall im Schulsport ein Problem. Die dritte Sportstunde pro Woche ist in vielen der rund 330 Schulen in Köln noch nicht umgesetzt. Häufig fehlen in den Kölner Schulen qualifizierte Sportlehrerinnen und -lehrer, so dass der durchgeführte Sportunterricht nicht den geforderten Lehrinhalten entspricht.

Auch im Kontext des Themenfeldes Nachwuchsförderung und Leistungssport spielen Kindergärten und Schulen eine besondere Rolle. Der Leistungssport-Gedanke wird in der Schule derzeit noch zu wenig berücksichtigt. Es fehlt ein nachhaltiges Nachwuchskonzept mit einer klaren Zielstellung und Vernetzung mit dem Schulsport als Basis der Aktivitäten.

Die Ansätze im Leistungssport und der Nachwuchsförderungen sind derzeit noch zu wenig systematisiert.

In Köln lässt sich derzeit kein systematischer Prozess der Talentsichtung und Förderung erkennen. Im Entwicklungsprozess eines Kindes gibt es noch keine nahtlos ineinandergreifenden Sichtungsansätze und Förderungsangebote. Zudem findet die Förderung zumeist losgelöst von den Vereinen statt.

Sportarten, die eher als Randsportarten zu bezeichnen sind, finden neben Fußball, Eishockey und Basketball in Köln kaum öffentlich statt. Auch Handball ist überregional medial vertreten, allerdings handelt es sich hierbei nicht um eine Kölner Mannschaft. Dabei kann Köln mit einer langen Tradition z.B. im Radsport, Rudern und der Leichtathletik aufwarten. Außerdem kann sich Köln in den Sportarten Kanu und Hockey jeweils als bundesweit bekannte Sporthochburg bezeichnen, die als Sportarten allerdings leider überregional kaum medial vertreten sind. Über eine gezielte Förderung dieser „Traditionssportarten“ würde die Vielfalt und nationale sowie internationale Klasse in Köln wieder aufleben.

Köln als vermeintliche Sportstadt kann derzeit nur ein Sportinternat mit sieben Sportarten aus dem Profisport aufweisen. Aktuell wird ein Neubau des Internats mit einer Verdoppelung der Plätze diskutiert.

Attraktive Bewegungsräume und Sportstätten sind wichtige Anforderungen der Kölner Sporttreibenden an ihre Stadt.

Kernergebnis der dreimonatigen Online-Befragung der Kölner Bürgerinnen und Bürger war der Wunsch nach mehr innerstädtischen Bewegungsräumen und explizit einer „beleuchteten Laufstrecke“. Dies ist nicht verwunderlich, da „Laufen“ der am meisten ausgeübte Sport in Köln ist. Das Ergebnis deckt sich mit den Prioritäten aus dem Bürgerhaushalt der Stadt Köln, in dem die Kölner Bevölkerung insbesondere den Erhalt und den Ausbau von mehr Sportstätten und neuen Bewegungsräumen im Stadtgebiet fordert.

Köln hat mit dem Grüngürtel, dem Stadtwald, dem Königsforst, der Wahner Heide, den Parkflächen entlang des Rheins sowie zahlreichen weiteren attraktiven Flächen im gesamten Stadtgebiet im Vergleich zu anderen Städten eine hervorragende Ausgangsbasis für den weiteren Ausbau von attraktiven Bewegungsräume. An nahezu jedem Ort in Köln ist man zu Fuß innerhalb weniger Gehminuten an einem Bewegungsraum, der sich für sportliche Aktivitäten eignet. Diese können in den nächsten Jahren nun gezielt attraktiver gemacht werden, z.B. mit Bouleplätzen, öffentlichen Trimm- und Fitnessgeräten, Skaterstrecken etc.

Wie in anderen deutschen Großstädten gibt es auch in Köln einer großen Sanierungsstau im Bereich der Sportstätten. Da eine intakte Infrastruktur eine der wichtigsten Voraussetzungen für Vereinsmitglieder ist, steht die Kommune hier in den nächsten Jahren vor besonderen Herausforderungen.

Köln mangelt es an Sportevents mit überregionaler Ausstrahlung.

Im Rahmen der Analysephase wurden auch Markt- und Konkurrenzbetrachtungen vorgenommen. Dabei zeigt sich beim Thema Sportveranstaltungen, dass in Köln wiederkehrende Sportereignisse mit internationaler Ausstrahlung fehlen. Es gibt lediglich zwei wiederkehrende Großereignisse, den Köln Marathon sowie „Rund um Köln“, wobei letztere Veranstaltung sich derzeit in einer schwierigen finanzwirtschaftlichen Situation befindet.

Köln beheimatet zudem keine nationale Meisterschaft der großen Sportarten. Berlin verfügt z.B. im gleichen Betrachtungszeitraum über 4 nationale Meisterschaften, unter anderem das DFB-Pokalendspiel. Hamburg veranstaltet beispielsweise die „Final Four“, das Handballpokalendspiel und das „Top Four“, die Basketball-Pokalfinals.

Bei der Akquisition von Großveranstaltungen wird allgemein bemängelt, dass im Prozess der Gewinnung zu wenig im Zusammenschluss von Partnern (z.B. Kommune und Wirtschaft) agiert wird.

Derzeit gibt es im Kölner Sport-Etat keinen eigenen Haushaltsansatz für die Austragung von Sport-Events. Hierin unterscheidet sich Köln von den meisten anderen Großstädten.

Der Sport in Köln ist derzeit noch zu wenig in den kommunalen Strukturen verankert.

Der Sport in Köln benötigt eine höhere kommunale Anerkennung. Vor dem Hintergrund der Prämisse, dass der Sport als Querschnittsfunktion in andere Bereiche (Integration, Gesundheit, Wirtschaftsförderung etc.) wirkt, muss sich dies auch in den kommunalen Strukturen wiederfinden. Es muss ein Automatismus entwickelt werden, dass bei jeglichen Stadtplanungsprozessen, Integrationskonzepten, Stadtmarketing-Aktivitäten etc., bei denen auch sportliche Belange tangiert sein können, der Sport bzw. seine Akteure auch beteiligt werden.

So ist der Sport im Leitbild der Stadt Köln derzeit der Kultur als Handlungsfeld zugeordnet.

Aus den Gesprächen mit Wirtschaftsvertretern wurde ein weiterer Aspekt ersichtlich. Wirtschaft, Politik und Kommune sind in Sachen Sport noch zu wenig miteinander vernetzt. Köln hat mit der Lanxess-Arena, die immer noch größte Sportveranstaltungshalle in Deutschland. In den Bewerbungsverfahren um zukünftige überregionale Sportveranstaltungen, die Köln als strahlende Sportstadt dringend braucht, arbeiten Arena und die Stadt Köln sowie weitere potenzielle Wirtschaftspartner noch nicht eng genug zusammen. Im Gegenteil, die Kommune hat von der Politik keine Haushaltsmittel für Großveranstaltungen zur Verfügung gestellt bekommen. Hier ist die Politik gefordert, darüber nachzudenken, wie in Zukunft mit kommerziellen

Betreibern von Großveranstaltungen zum Wohle der Sportstadt Köln zusammengearbeitet werden sollte.

Die Wirtschaft ist grundsätzlich bereit, sich stärker im Sport in Köln zu engagieren. Voraussetzung hierfür ist aber die Entwicklung eines vernetzten Gesamtkonzeptes mit attraktiven Beteiligungsmöglichkeiten. Gleiches gilt für Sozialpartner, wie die Wohlfahrtsverbände, frei-gemeinnützige Vereine oder die Kirche, die sich ebenfalls gerne stärker in die Sportstadt Köln einbringen möchten.

Das Potenzial der Vielzahl an renommierten Sportinstitutionen könnte noch optimaler für die Sportstadt Köln genutzt werden.

Eine Besonderheit Kölns, die im Rahmen der Betrachtung der Kölner Sportlandschaft deutlich wurde, ist die Tatsache, dass Köln eine national einmalige Fülle von in der Summe zehn Sportinstitutionen beheimatet. Diese stellen aufgrund ihrer nicht ausreichenden Vernetzung und Bündelung ein großes aber derzeit noch nicht optimal genutztes Potenzial für die Sportstadt Köln dar. Zu den Institutionen zählen beispielsweise das Deutsche Forschungszentrum für Leistungssport, die Deutsche Sporthochschule Köln, der Olympiastützpunkt oder die Führungs-Akademie des DOSB.

Die Sportstadt Köln ist als Marke nach innen und außen noch nicht erkennbar.

In Köln gibt es den 1. FC Köln, die Kölner Haie sowie die Köln 99ers, die die Sportlandschaft in Köln als Bundesligisten vornehmlich prägen. In Köln wird aber viel mehr Sport getrieben. Jedoch ist die Identifikation der Kölnerinnen und Kölner mit der Sportstadt Köln noch nicht gegeben. Dies liegt auch daran, dass es kein einheitliches Auftreten der Sportstadt Köln, z.B. in Form eines Markenlogos, einer Sportstadt-Broschüre oder gebündelter PR-Aktivitäten gibt. Dies machen andere Städte, insbesondere Düsseldorf, deutlicher besser. Somit ist es auch nicht verwunderlich, dass die Sportstadt Köln keine Ausstrahlungskraft nach außen hat.

Köln hat laut bundesweiten Sportstädte-Rankings große Handlungsbedarfe.

Die Erkenntnisse aus den Workshops und Interviews, den Befragungen, den Marktrecherchen und statistischen Auswertung sowie dem Vergleich der Stadt Köln mit anderen Städten finden sich in zwei Studien zum Thema Sportstädte in Deutschland bestätigt. Im Rahmen des im Oktober 2007 veröffentlichten empirischen Vergleichs „Champions des Sports“ vom Hamburgischen WeltWirtschaftsInstitut konnte Köln im Gesamtvergleich den fünften Platz und im Bereich Breitensport sogar nur den zwölfter Platz belegen. Bei der Wahl zur Sportstadt des Jahres der Süddeutschen Zeitung im Juli 2007 erhielt Köln den siebten Rang. Gut schnitt Köln hierbei in

den Bereichen Sportinfrastruktur und Profisportbereich ab, der anhand des zur Verfügung stehenden Gesamtbudgets gemessen wurde.

Auch wenn beide Studien im Hinblick auf die Herangehensweise und die Gewichtung einzelner Kriterien sicherlich kritisch zu hinterfragen sind, lassen sich dennoch Tendenzaussagen und Handlungsbedarfe ableiten.

Gesamtfazit der Ist-Analyse

In Köln wird viel Sport betrieben. Viele gute Programme und Projekte laufen als Einzelinitiativen. Es fehlt daher ein systematischer und strategischer Plan zur Gesamtentwicklung der Sportstadt Köln, in dem Defizitbereiche behoben werden und in dem Partner in Kooperationen und Netzwerken zusammengebracht werden. Auch die Außendarstellung Kölns als Sportstadt muss im Städtewettbewerb zur Imageförderung verbessert werden.

4.4 Bedarf zur Stärkung der Sportstadt Köln

Köln muss sich im Wettbewerb der Großstädte überregional und international positionieren. Ein klares Profil als Sportstadt kommt dabei den Bürgerinnen und Bürgern zugute. Es steigert das nationale und internationale Renommee der Stadt und ist letztlich auch ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor. Der Faktor „Sport“ gewinnt in der Konkurrenz der Großstädte um Investitionen, Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum zunehmend an Bedeutung. Um in diesem Wettbewerb zu bestehen, bedarf es eines breiten und attraktiven Sportgeschehens.

Aber auch im stadtinternen Verteilungswettbewerb um kommunale Haushaltsmittel muss der Sport gut aufgestellt sein. Dort, wo eine klare Entwicklungsplanung und eine nachvollziehbare Prioritätensetzung vorliegen, steigt die Durchsetzungsfähigkeit bei der Zuweisung von Haushaltsmitteln. Das Sportgeschehen durchzieht fast alle gesellschaftlichen Bereiche; mehr denn je wird es als Medium zum Beispiel für die kommunale Integration benötigt.

Unverkennbar gibt es im Sportbereich derzeit zahlreiche Mängel. Das Sportstättenangebot in Köln ist unzureichend; Defizite vom Schulsport bis zum Reha- und Gesundheitssport sind unübersehbar.

Jeder einzelne Verbesserungsvorschlag vor diesem Hintergrund ist für sich gesehen berechtigt. Er verliert allerdings an Durchschlagskraft, wenn er lediglich isoliert als Einzelaspekt vorgetragen und nicht in eine Gesamtschau zur Weiterentwicklung der Sportstadt Köln eingebunden wird.

Eine wirkungsvolle Sportpolitik bedarf insbesondere starker Partner. In der Kölner Sportlandschaft sind viele Organisationen mit unterschiedlichem Hintergrund tätig. Oft agieren sie unabhängig voneinander. Zentrales Ziel einer verbesserten Positionierung der Stadt Köln als Sportstadt muss deshalb auch die Schaffung nachhaltiger Netzwerke zwischen den Akteuren und ein Austausch sowie eine gemeinsame Zusammenarbeit in wichtigen, zukunftsorientierten Themen sein. Dabei spielen die Entwicklung innovativer Konzepte und Maßnahmen in zentralen Aktionsfeldern sowie ein verbessertes Marketing für die Profilbildung eine entscheidende Rolle.

Alle diese Maßnahmen münden letztlich in einer Sport-Agenda Köln 2015, die die drei Säulen des Sports „Reha- und Gesundheitssport", „Breitensport" und „Leistungssport" berücksichtigt und miteinander in sinnvoller Weise vernetzt.

Grundlage der Sport-Agenda Köln 2015 ist die Analyse des Status quo der Kölner Sportlandschaft. Im Rahmen der Ist-Analyse wurden, wie dargelegt, Schwachstellen und Defizite aufgezeigt. Die Sport-Agenda belässt es jedoch nicht bei der Grundlagenbeschreibung, sondern sie entwickelt darauf aufbauende unterschiedliche Handlungsstrategien. Dabei werden Schwachpunkte und Defizite differenziert bewertet.

Im Zentrum der Sport-Agenda steht ein konkretes Zeit- und Maßnahmenprogramm, dessen Realisierung innerhalb eines Zeitraums von 5 bis 6 Jahren erwartet werden kann, Vorhandene und gut laufende Einzelprojekte werden in das Gesamtkonzept der Sport-Agenda aufgenommen. Denn es gilt, das, was sich bereits bewährt hat, für die Zukunft zu sichern und zu stärken, Dort, wo sich in der facettenreichen Kölner Sportlandschaft eine Unterversorgung zeigt, werden konkrete Projekte angeregt oder gefordert.

Angesichts knapper finanzieller Ressourcen und der Vielzahl der Sportangebote ist dabei eine Priorisierung einzelner Projekte unvermeidbar. Schwerpunkte sind dabei zum Beispiel die identifizierten „Flutlichtprojekte"

Darüber hinaus gibt es jedoch noch eine Vielzahl weiterer sinnvoller Projekte mit geringerer Priorität, die aber innerhalb des Agenda-Zeitraums mit Perspektive 2015 ebenfalls realisiert werden sollen.

5 Die Sport-Agenda Köln 2015

5.1 Von der Bedarfsfeststellung zur Sport-Agenda

5.1.1 Ganzheitlicher Ansatz und Interdisziplinärer Ansatz

Zahlreiche Vertreter des Kölner Sports beklagen, dass der Sport im Gesamtspektrum der Stadtpolitik zu wenig Rückhalt habe, die Stimme des

Sports sei im Vergleich etwa zur Kultur oder der Sozialpolitik nicht stark genug vertreten. In fast allen Gesprächen und Arbeitsgruppen wurde kritisiert, im Grunde verfüge der Sport in Köln über keine hinreichende Lobby, um sich genügend Gehör zu verschaffen. Dies werde z.B. bei den Mängeln in der Sportinfrastruktur (Sportanlagen) deutlich. Die Kritik an der mangelnden Durchsetzungsfähigkeit des Sports erstaunt, wo doch der Sport eine Vielzahl von gesellschaftlichen Bereichen durchdringt.

Bei allen Gesprächen im Rahmen der Sportstadtdiskussion wurde auf die Bedeutung der Wirkung des Sports für die Gesundheit, die Prävention, aber auch die soziale Integration sowie die Bedeutung für die kommunale Wirtschaft hingewiesen. Der Sport berührt alle Altersgruppen und wirkt schichtenübergreifend. Sport ist für die Entwicklung der Kommunen von hoher Bedeutung, denn er ist kein isoliertes gesellschaftliches Feld, sondern fester und sinngebender Bestandteil der Kommunalpolitik. Der Trend, Sport in Verbindung mit anderen Politikfeldern zu gestalten, nimmt bundesweit zu.[16]

Der Sport in Köln selbst muss sich daher die Frage gefallen lassen, weshalb seine Durchschlagskraft als so gering bezeichnet wird. Die derzeitige Analyse zur Sportstadt hat ergeben, dass der Sport nicht einheitlich auftritt, sondern stark zersplittert ist. Die Mehrzahl der über 800 Vereine führt ein Eigenleben. Der Stadtsportbund ist nur beschränkt in der Lage, die notwendige Koordinierung herzustellen. Verschiedene Initiativen zur Sportförderung überschneiden sich oder laufen parallel. Es fehlt an einer flächendeckenden Aufmerksamkeit für alle Sportbereiche. So konzentriert sich die Mehrzahl der Fördermaßnahmen im Kinder- und Jugendsport auf Kindergärten und Grundschulen. Die Aufmerksamkeit für heranwachsende Jugendliche lässt hingegen deutlich nach. In vielen Fällen beschränkt sich die Unterstützung auf einzelne Pilotprojekte, eine flächendeckende Förderung unterbleibt.

In der Gesamtheit der Kölner Sportaktivitäten fehlt es aber insbesondere auch an hinreichender Kommunikation. Alle Beteiligten an den Beratungen zur Sportstadt Köln forderten einen intensiveren Informationsaustausch und stärkere Nachhaltigkeit der Sportförderung.

Das Projekt Sportstadt Köln hat sich daher zum Ziel gesetzt, das Sportgeschehen in Köln unter einer ganzheitlichen Perspektive zu analysieren und eine Konzeption für eine Gesamtentwicklung zu erarbeiten. Die einzelnen Komponenten des Sports in Köln sollen zu einem Gesamtsystem – der so genannten Sport-Agenda Köln 2015 - zusammengefasst werden. Die Sport-Agenda soll helfen, die Akteure miteinander zu vernetzen, Aktivitäten zu bündeln und die Kommunikation zwischen allen Beteiligten zu verstär-

16 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

ken. Die nach wie vor vorhandenen Barrieren zwischen einzelnen Sportbereichen, z.B. vereinsgebundener und vereinsunabhängiger Sport sollen in der Perspektive somit schrittweise abgebaut werden.

Der Sport wird seine Anerkennung auf kommunaler Ebene dann finden, wenn er seine Interessen gemeinschaftlich formuliert, einheitlich auftritt und geschlossen durchsetzt. Die Sport-Agenda Köln 2015 macht hierzu Vorschläge und stellt die unterschiedlichen Sportbereiche in einem Gesamtsystem kommunaler Sportförderung dar.

Darüber hinaus muss angesichts des kommunalpolitisch relevanten Leistungsspektrums und der Dynamik der Sportentwicklung weiter daran gearbeitet werden, die bisherigen engen Zuständigkeitsgrenzen von Ämtern und Dezernaten zu überwinden, andere Felder der Kommunalpolitik zugunsten von sportbezogenen Querschnittsfunktionen weiter zu entwickeln und die Beiträge des Sports zu anderen Politikfeldern wie z.B. Gesundheit und Integration aktiver zu erschließen.[17]

Der Sport in Köln insgesamt muss seine Aufgaben mehr und intensiver bündeln, um dadurch zusätzliche Kräfte und eine größere Durchschlagskraft zu gewinnen. Gleichzeitig muss der Sport stärker auf Partner außerhalb des Sports zugehen und hier neue Bündnisse schließen.

So hat etwa die Jugendhilfe nicht vorrangig die Sportförderung zum Ziel. Ihre Aufgabe ist es, Jugendliche zu einem eigenbestimmten und selbstbewussten Leben zu führen. Dabei spielen sportliche Aktivitäten und Herausforderungen eine wichtige Rolle. In diesem sportnahen Handlungsfeld gilt es, nachhaltige Kooperationen und Aktionsbündnisse zu entwickeln und zu festigen. Hierzu zählt z.B. die Zusammenarbeit mit dem kommunalen Aktionsbündnis "Gesunde Lebenswelten".

Vergleichbare sportorientierte Aktionsbündnisse lassen sich für die Bereiche der Sozialarbeit und Sozialraumkoordinierung, der Integration von Behinderten, der Seniorenaktivitäten und -betreuung sowie der Migrantenintegration in Köln aufbauen.

Der Sport mit der Vielfalt seiner Aktivitäten ist auf die Unterstützung der Wirtschaft und der einheimischen Unternehmen angewiesen. Allein auf der Basis des Ehrenamts lässt sich auch zukünftig das Sportangebot nicht aufrecht erhalten. Andererseits erwartet die Wirtschaft eine größere Übersichtlichkeit des Sportgeschehens. Sponsoren aus der Wirtschaft beklagen die Zersplitterung des Sports. Die Dauerhaftigkeit und Nachhaltigkeit ihrer Sportförderung sei nicht gewährleistet, so die Kritik. Gefordert wird deshalb die Darstellung des Kölner Sportgeschehens in einem Gesamtsystem. So ist es für die fördernden Unternehmen leichter, sich auf bestimmte und ab-

17 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

grenzbare Sportangebote zu konzentrieren und die Förderung zielsicher zu platzieren.

Eine ganzheitliche Betrachtung des Kölner Sports ist ohne intensive Einbeziehung der in Köln ansässigen Sportinstitutionen nicht denkbar. Diese Institutionen liefern wichtige Informationen, Erkenntnisse und Vorschläge zur Weiterentwicklung der Sportlandschaft in Köln. Aus diesem Grund hat das Projekt Sportstadt Köln von Anfang Vertreter der Deutschen Sporthochschule, des Olympiastützpunktes Rheinland sowie der Sportstiftung NRW in das Projekt integriert. Deren Kompetenz prägt das Projekt und die daraus resultierende Sport-Agenda Köln 2015 in besonderer Weise. Zudem sind zentrale Untersuchungsergebnisse aus dem Projekt "Sport in Metropolen" in die Überlegungen eingeflossen.

Der LandesSportBund NRW als Dachorganisation des organisierten Sports wurde inhaltlich in die Konzeption eingebunden. Bestehende bzw. geplante Programme und Initiativen des LSB NRW wurden auf ihre Umsetzbarkeit in Köln geprüft, so dass sich die Sport-Agenda Köln 2015 mit den Strategien und Ansätzen des LSB im Einklang befindet.

Nicht weniger bedeutsam ist die ständige Rückkoppelung mit der Führungs-Akademie des DOSB. Vor allem die damit verbundene Übersicht über bundesweite Strategien und Planungen im Sport haben das Bild der Sport-Agenda in wesentlichen Punkten abgerundet.

5.1.2 Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015

Alle Ergebnisse des Projektes Sportstadt Köln münden in der Sport-Agenda Köln 2015, die der strategische Handlungsleitfaden für den Sport in der Stadt Köln sein soll.

Sie gliedert sich in 4 Bereiche:

- Triebkräfte
- Leitthemen
- Ziele, die sich aus den Leitthemen ergeben
- Programme, Projekte und Initiativen, die sich aus den Zielen ergeben.

Triebkräfte

Die Kernergebnisse der Analysephase und der Defizitermittlung der derzeitigen Kölner Sportlandschaft lassen sich in sechs elementaren Thesen zusammenfassen. Die Thesen können auf sechs Triebkräfte reduziert wer-

den, die damit die Grundüberlegungen für die weitere Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015 darstellen.

1. These: „Die Aktivitäten des Kölner Sportgeschehens sind derzeit noch nicht ausreichend gebündelt." Das Thema **Vernetzung** ist somit eine wichtige Aufgabe für die Sportstadt Köln.

2. These: „Die Akteure und Zielgruppen sind nicht ausreichend über bestehende Sportangebote informiert!" Die Schaffung von **Transparenz** über Angebote und Aktivitäten muss daher primäres Ziel der Sportstadt-Konzeption sein.

3. These: „Sport und dessen Angebote werden zu wenig öffentlich dargestellt! Es besteht der Wunsch nach mehr Austausch!" PR und **Kommunikation** sind Grundlagen einer Sportstadt mit Identifikationspotenzial.

4. These: „Neben attraktiven Angeboten muss der „Sport" auch zu den Bürgern Kölns kommen!" Die **Mobilisierung** und Aktivierung der Kölner Bürgerinnen und Bürger zu mehr sportlicher Aktivität muss ein Ergebnis der Weiterentwicklung Kölns zur Sportstadt sein.

5. These: „Das Sportgeschehen muss auf dauerhafte Strukturen gestellt werden!" Die Schaffung von **Nachhaltigkeit** sowohl im Hinblick auf Programme und Projekte als auch im Hinblick auf die Verankerung des Sports an sich in den Strukturen der Stadt ist Kernziel der Sportstadt-Konzeption.

6. These: „Es müssen innovative Konzepte zur Realisierung der Maßnahmen entwickelt werden!" Die **Finanzierung** der Umsetzung muss neben kommunalen Haushaltsansätzen auch über alternative Finanzierungsmodelle z.B. unter Beteiligung der Wirtschaft sichergestellt werden.

Gemäß der Kooperationsvereinbarung des Deutschen Olympischen Sportbundes mit dem Deutschen Städtebund müssen die oben dargestellten Triebkräfte insbesondere in den Vereinen ansetzen. Denn die Vereine sind Kern und Motor einer Sportstadt.

Leitthemen

Dem interdisziplinären und ganzheitlichen Ansatz folgend, basiert die Sport-Agenda Köln 2015 auf 12 Leitthemen. Diese sind in der folgenden Abbildung dargestellt und können grundsätzlich in die Bereiche Ausstrahlung und Mobilisierung unterteilt werden. So muss eine Sportstadt-Konzeption sowohl Ansätze für die Stärkung der Ausstrahlung als Sportstadt nach außen sowie Ansätze zur Mobilisierung der Kölnerinnen und Kölner beinhalten.

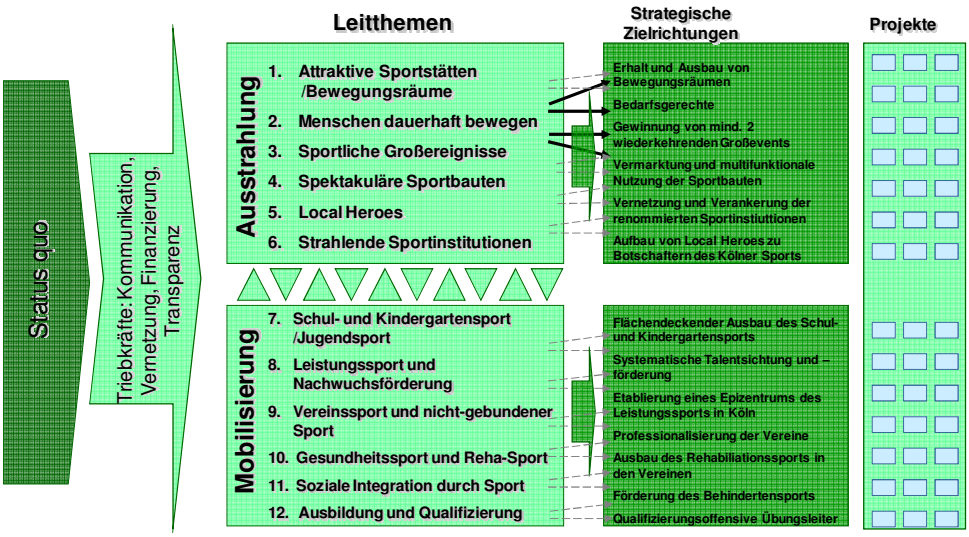


Abb.: Die Konzeption der Sport-Agenda Köln 2015

Ziele und Projekte der Leitthemen

Für jedes der 12 Leitthemen wurden Bereichsziele formuliert.

Zur Erfüllung dieser Ziele müssen die bereits bestehenden Projekte und Initiativen in den Kontext der Sport-Agenda eingebunden und bei Bedarf neue Projekte und Aktivitäten initiiert werden.

Die in die Sport-Agenda einfließenden bestehenden und neuen Projekte, Programme und Initiativen, müssen festgelegten Qualitätskriterien genügen. Bei den Kriterien lässt sich zwischen so genannten MUSS- und KANN-Kriterien unterscheiden. Die MUSS-Kriterien für die Aufnahme eines Projekts in die Sport-Agenda lauten wie folgt:

1. Das Projekt muss in die Zielkategorien (Leitthemen) der Sport-Agenda passen.
2. Die Nachhaltigkeit des Projektes oder der Initiative muss gewährleistet sein. Dies kann über drei Aspekte geschehen:
   - regelmäßige Wiederkehr
   - längerfristige Wirkung
   - längerfristiger Projektlauf

3. Qualifizierte Personen und Organisationsstrukturen müssen hinter dem Projekt, Programm oder der Initiative stehen.
4. Der Ausschluss von rein kommerziellen Interessen muss gewährleistet sein.
5. Das Projekt, Programm bzw. die Initiative ist ethisch vertretbar.

Darüber hinaus gibt es KANN-Kriterien, deren Vorhandensein keine Notwendigkeit darstellt, aber einen qualitativen Zugewinn für das Projekt bedeutet:

1. Die Verankerung in der Stadt bzw. das Projekt ist identitätsfördernd für die Sportstadt Köln.
2. Das Projekt bzw. die Initiative hat eine überregionale / bundesweite Ausstrahlung.

5.2 Leitthemen, Cluster und Ziele der Sport-Agenda

Die Sport-Agenda Köln 2015 beinhaltet als strategischer Handlungsleitfaden für die Weiterentwicklung der Sportstadt Köln 12 Leitthemen. Die relevanten Aspekte eines jeden Leitthemas, die im Rahmen einer ganzheitlichen Sportstadt-Konzeption Beachtung finden müssen, lassen sich zu Clustern verdichten. Mit Hilfe der Cluster-Betrachtung können dann wiederum die wichtigsten Kernziele für das jeweilige Leitthema identifiziert werden.

Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume

Sport ist ein gewichtiger Teil der integrierten Stadtentwicklungspolitik und muss sich somit in der Bauplanungs-, Verkehrs-, Umwelt-, Wohnungs-, Jugend-, Bildungs-, Sozial-, Gesundheits- und Kulturpolitik wiederfinden.[18]

In der Freiraumplanung der Stadt Köln müssen verstärkt Bewegungsräume und attraktive Sportangebote für das „ungebundene“ Sporttreiben vorgesehen werden. Besondere Anreize sollen dabei für Kinder und Jugendliche geschaffen werden. Den Kölner Sportvereinen muss des Weiteren ausreichend Sportinfrastruktur sowohl für den Breiten- als auch für den Leistungssport zur Verfügung stehen.

Die Dynamik der Sportentwicklung hat zur Folge, dass die derzeit vorhandenen Sportstätten in Köln teilweise nicht mehr zu den sich verändernden Sportbedürfnissen und -motiven passen. Dieser Zustand erfordert angepasste Planungsinstrumente.[19] Bei der Schaffung, dem Unterhalt und der

18 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

19 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

Nutzung der Sportstätten und Bewegungsräume müssen daher neue Formen der öffentlichen und privaten Zusammenarbeit erprobt werden.

Menschen dauerhaft bewegen

Ein gesunder Lebensstil mit ausreichend sportlicher Betätigung ist die Basis für eine gesunde und leistungsfähige Bevölkerung. Mit dem Projekt Sportstadt Köln entwickelt sich eine neue Dynamik, die das Engagement der Sportvereine beflügelt und dem Sportbewusstsein der Bevölkerung insgesamt einen neuen Schub gibt.

Zur Mobilisierung der Kölnerinnen und Kölner bedarf es neben attraktiven Angeboten einer modernen Kommunikations- und Marketingstrategie, um die Menschen zum Mitmachen zu mobilisieren.

Sportliche Großereignisse

Die Sportstadt Köln hat viel Erfahrung mit der erfolgreichen Durchführung sportlicher Großereignisse. Daran ist zukünftig anzuknüpfen, um die nationale und internationale Ausstrahlung zu verstärken. Daneben bedingen Großveranstaltungen auch noch weitere positive Effekte: Steigerung des Tourismus sowie ggf. Ausbau von Infrastruktureinrichtungen und Ausstrahlungseffekte auf die Standortqualität.

Es muss daher versucht werden, vermehrt nationale und internationale Sportevents nach Köln zu holen. Regelmäßig wiederkehrende Sportevents und Wettkämpfe sollen in das Sportgeschehen der Sportstadt Köln integriert werden.

Events könnten perspektivisch kombiniert werden mit fachspezifischen Kongressen, speziellen Ausstellungen und Messen für das dann jeweils zahlreich vertretende sportbegeisterte Fachpublikum.

Spektakuläre Sportbauten

Durch die zunehmende Standortkonkurrenz versuchen Städte sich mit einem modernen Stadtbild hervorzutun. Spektakuläre Sportbauten bilden dabei insbesondere im Vergleich der Sportstädte untereinander ein entscheidendes Kriterium und fördern im Sinne eines „Wahrzeichen“ die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Sportstadt. Gleichzeitig sind sie infrastrukturelle Voraussetzung für die Gewinnung und Durchführung der meisten Großevents.

Local Heroes

Für die Ausstrahlung einer Sportstadt sind so genannte „Local Heroes“, also erfolgreiche Sportler mit lokalem Bezug, enorm wichtig. Sie verleihen der Sportstadt Köln ein Gesicht und fördern sowohl die Ausstrahlung und Profilbildung einer Stadt als auch die Identifikation der Bevölkerung mit

ihrer Sportstadt. Köln kann derzeit kaum echte lokale Sporthelden aufweisen.

Strahlende Sportinstitutionen

In Köln gibt es bereits zahlreiche führende und starke sportnahe Institutionen. Die Deutsche Sporthochschule Köln, die Sportstiftung NRW, der Olympiastützpunkt Rheinland, die Trainerakademie Köln, die Führungsakademie des DOSB, die Deutsche Olympische Gesellschaft Köln/Leverkusen, das Deutsche Sportschiedsgericht, der Stadtsportbund und auch das Sportinternat sowie das Deutsche Forschungszentrum für Leistungssport an der DSHS stellen eine herausragende Ansammlung an Sportinstitutionen dar.

Aufbauend auf diesem Potenzial könnte Köln durch eine verstärkte Vernetzung sowie einer zielgerichteten PR-Arbeit und Maßnahmen der Außendarstellung zum Zentrum der Sportwissenschaft in Deutschland werden. Auch die Nutzung von wissenschaftlichen Erkenntnissen für die Weiterentwicklung der Sportstadt Köln ist derzeit noch nicht optimal.

Schulsport und Kindergartensport sowie Jugendsport

Entscheidende Grundlagen für die Freude am Sport sowie für bewegungs- und gesundheitsbewusstes Verhalten werden im Vorschul- und Schulalter gelegt. Die Sport-Agenda Köln 2015 räumt dem Kindergarten- und Schulsport deshalb sehr hohe Priorität ein. Dies gilt sowohl für den Umfang als auch für die Qualität des Sportunterrichts. Neue Modelle und wegweisende Innovationen sollen mit Unterstützung der in Köln ansässigen Sportinstitutionen auf den Weg gebracht werden. Dies gilt für die Nachwuchsförderung ebenso wie für den Sport als sozialen und interkulturellen Integrationsfaktor.

Sport bietet des Weiteren für Kinder und Jugendliche vielfältige Möglichkeiten ihrer Persönlichkeitsentwicklung.[20]

Leistungssport und Nachwuchsförderung

Sportliche Aktivität und Leistung gehören zusammen. In der Sportstadt Köln muss der Leistungssport einen hohen Rang haben. Neben dem bekannten Profi-Sport (Fußball, Basketball, Eishockey) soll weiteren olympischen Sportarten eine größere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Dabei kann die Sportstadt Köln an gute, erfolgreiche städtische Sporttraditionen anknüpfen. Im Wettkampfbereich müssen sich die Vereine auf neue Formen der Kooperation konzentrieren und insbesondere die Nachwuchsförderung muss eine höhere Priorität erhalten.

20 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

Neben den Bemühungen im Nachwuchsleistungssport zeichnet sich der Leistungssport in Deutschland durch ein funktionsorientiertes Verbundsystem zahlreicher Organisationen und Institutionen aus, die das Bild einer Stadt bzw. Gemeinde entsprechend prägen können z.B. Programme zur Kooperation von Schulen und Sportvereinen im Bereich Talentsuche und –förderung.[21] Solche Modelle müssen in Köln verstärkt Anwendung finden.

Vereinssport und nicht-gebundener Sport

Die Sportvereine bilden das Rückgrat des Sportgeschehens in der Stadt. Ihr vielfältiges Angebot animiert die Mitglieder zu regelmäßiger sportlicher Aktivität. Sportvereine haben darüber hinaus eine wichtige soziale Funktion in der Gesellschaft.

Das Kriterium der Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Organisationen herangezogen, sind Sportvereine die wichtigste Quelle sozialen Kapitals in Deutschland.[22] Auch vor dem Hintergrund freiwilligen Engagements lässt sich kein anderer gesellschaftlicher Bereich nennen, der eine solch große Zahl von Freiwilligen aktiviert.[23] Sportvereine ermöglichen durch eine günstige Beitragsstruktur vielfältige Zugänge, sind flächendeckende Sportanbieter vor Ort in den Städten und Gemeinden und stellen auch Sportstätteninfrastruktur bereit.[24]

Die Sportstadt Köln ist daher bestrebt, die Vereine zu stärken und den Anteil der Vereinsmitglieder innerhalb der sporttreibenden Bevölkerung zu erhöhen. Die Sportvereine sollten den Trend zur Individualisierung durch neue nachfragegerechte Angebote und Strukturen aufgreifen. Durch das Verfolgen von Trends und Trendsportarten und das sich verändernde neue Gesundheitsbewusstsein ist es Vereinen möglich, ihre Attraktivität beachtlich zu steigern. Außerdem müssen Vereine in der Vereinsführung sowie in ihren Strukturen professionalisiert werden, insbesondere vor dem Hintergrund der schwieriger werdenden Refinanzierungsmöglichkeiten.

Aber auch für Menschen, die sich nicht an Vereine binden möchten, ist ein attraktives und motivierendes Angebot an Sportflächen und Infrastruktur bereitzustellen.

Gesundheits- und Rehabilitationssport

Von hoher gesellschaftspolitischer Bedeutung ist die Gesundheitsfunktion des Sports. Sport und Bewegung sind wichtige Träger einer systematischen Prävention im Bereich der chronisch-degenerativen Erkrankungen sowie beim Aufbau gesundheitsbezogener Lebensstile und können zu-

21 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

22 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

23 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

24 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

gleich einen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität im Alter leisten.[25] Zahlreiche Programme der Bundes- und Landesregierung und der Krankenversicherungen tragen dieser Entwicklung Rechnung.

Kooperationen zwischen Vereinen und Krankenkassen sollen in Köln gezielt aufgebaut oder verstärkt werden. Die Vorteile für beide Parteien liegen auf der Hand: Krankenkassen erzielen Einsparungen durch präventive Angebote und Maßnahmen im Bereich Rehabilitation und Vereine erhalten die Möglichkeit ihren Angebotskatalog zu erweitern und für ein breiteres Publikum interessant zu werden.

Soziale Integration durch Sport

Sport ist eine der wichtigsten Möglichkeiten, um Menschen in die Gesellschaft zu integrieren. Schon früh werden junge Menschen im Team auch zu sozialen Kompetenzen erzogen, außerdem baut die intensive sportliche Betätigung Aggressionen ab und trägt so zum spielerischen Umgang von z.B. deutschen und ausländischen Sportlern aller Altersstufen bei. Vor diesem Hintergrund ist Integrationsarbeit in den Vereinen Selbstverständlichkeit. Sport ist dabei nicht alleine ein Mittel zur Integration, Sport selbst kann auch integrative Wirkung erzielen.

Auch der Aspekt Integration von Menschen mit Behinderung kann über den Erfahrungsraum Sport enorm verbessert werden.

Ausbildung und Qualifizierung

Der demographische Wandel unserer Gesellschaft und sich verändernde Lebensweisen stellen neue Ansprüche an die Gestaltung des Sportprogramms. Neue Zielgruppen mit besonderen Ansprüchen wachsen heran, für die entsprechende Sportangebote entwickelt werden müssen.

Beispielsweise könnten die Sportinstitutionen in der Sportstadt über eine Vernetzung innovative Ausbildungsangebote entwickeln und implementieren, um so die hervorragenden Potenziale der Stadt besser zu nutzen.

Darüber hinaus ist die qualitative und quantitative Verbesserung von Übungsleitern, Erziehern und Lehrern ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Sportlandschaft. Hier ist auch das Land gefordert.

25 Vgl. Starker Sport – starke Städte und Gemeinden

5.2.1 Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume

5.2.1.1 Beschreibung der Cluster

Grundsätzlich lässt sich im Themenbereich Sportstätten und Bewegungsräume zwischen Sportanlagen und Sportgelegenheiten unterscheiden. Die Sportanlagen können wiederum in gedeckte und ungedeckte Anlagen unterteilt werden und müssen den Bedarfen der Kölner Bevölkerung entsprechend vorgehalten werden. Auf Basis einer vollständigen Erfassung der Sportstätten, auch unter qualitativen Gesichtspunkten, muss über Themen wie Sanierung bestehender und Bau neuer Sportstätten, aber auch Umbau und ggf. Rückbau-Strategien entschieden werden. Insbesondere der Prozess der Planung von Bau- und Umbauvorhaben sollte grundsätzlich mit Einbindung der Sportverwaltung geschehen.

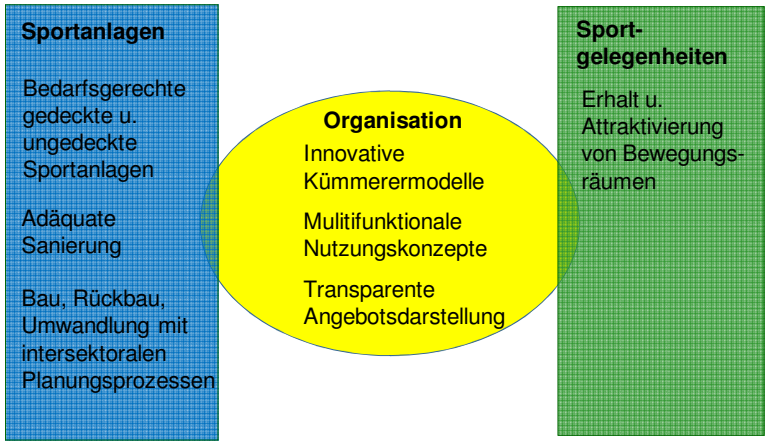


Abb.: Cluster des Leitthemas „Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume“

Unter Sportgelegenheiten versteht man alle Formen von freien Bewegungsräumen. Als primäres Ziel, insbesondere im Hinblick auf Sportgelegenheiten, ist mindestens der Erhalt solcher Bewegungsräume zu nennen, da Köln vor dem Hintergrund der innerstädtischen Grünbereiche bereits attraktive Flächen aufweisen kann, die zu sportlicher Aktivität animieren. Durch die Entwicklung neuer Bewegungsräume und weiterer Attraktivierungsmaßnahmen kann die sportliche Aktivität noch erhöht werden. Auch sollte über die Entwicklung eines Flächensicherungskonzeptes für zukünftige Sportbauvorhaben nachgedacht werden.

Die Aspekte „innovative Kümmerermodelle“, „multifunktionale Nutzungskonzepte“ und „transparente Angebotsdarstellung“ lassen sich unter dem Cluster „Organisation“ als Querschnittsthemen bezeichnen. Vor dem Hintergrund des Trendverhaltens im Sport spielt das Thema Multifunktionalität sowohl für Sportanlagen als auch für Sportgelegenheiten eine elementare Rolle. Bei allen Sportanlagen und -gelegenheiten ist zudem die Frage der Organisation bzw. der „Kümmererfunktion“ zu klären.

Eine wichtige Erkenntnis der Analysephase im Projekt Sportstadt Köln ist, dass Sportanlagen und -gelegenheiten und deren Nutzungsmöglichkeiten transparent für alle Zielgruppen dargestellt werden müssen.

5.2.1.2 Ziele für das Leitthema

Gemäß den oben identifizierten relevanten Aspekten für das Leitthema „Attraktive Sportstätten und Bewegungsräume“ lassen sich zwei Kernziele festhalten:

Vor dem Hintergrund der Diskussion um entsprechende Sportstätten als infrastruktureller Rahmen für das Sporttreiben in Köln ist eine **bedarfsgerechte Verteilung von adäquaten Sportstätten** eine wichtige Zielstellung.

Ziel einer Sportstadt muss es darüber hinaus sein, **erreichbare, attraktive und serviceorientierte Kernbewegungsräume zu schaffen**. So können die Bürgerinnen und Bürger durch wohnortnahe Sportmöglichkeiten zu mehr sportlicher Aktivität mobilisiert werden.

Auch die Schaffung von **Transparenz über die bestehenden Sportstätten und Bewegungsräume** auf Basis einer umfassenden Flächenplanung muss erklärtes Ziel im Rahmen der Sportentwicklung in Köln sein. Die Flächenplanungen der einzelnen Ämter der Stadt Köln (Sportamt, Jugendamt, Grünflächenamt, Stadtplanungsamt) sollten dabei harmonisiert werden.

5.2.1.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.2 Menschen dauerhaft bewegen

5.2.2.1 Beschreibung der Cluster

Für die Wirkung der Sportstadt Köln nach innen und außen ist es enorm wichtig, dass die Kölnerinnen und Kölner regelmäßig Sport treiben bzw. sich bewegen. Im Vergleich so genannter Sportstädte bilden Kennzahlen über die Aktivität der Bürgerinnen und Bürger eines der Hauptkriterien.

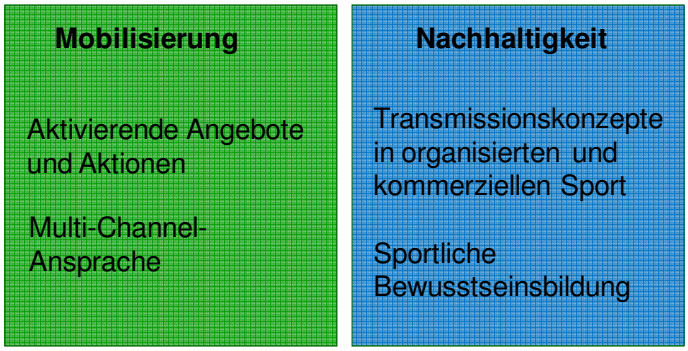


Abb.: Cluster des Leitthemas „Menschen dauerhaft bewegen“

Um die Kölner Bevölkerung sportlich zu mobilisieren, muss es genügend Angebote und Aktionen geben. Die Ansprache der verschiedensten Zielgruppen muss sich dabei sowohl klassischer als auch modernen Kommunikationsmedien bedienen. Zur Realisierung kommunikativer Begleitmaßnahmen sind darüber hinaus Partnerschaften mit regionalen Medienunternehmen ideal.

Selbstverständlich ist es wichtig, dass Aktionen in der Persepktive auch zu dauerhafter sportlicher Aktivität führen. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist daher die Implementierung von Transmissionskonzepten zur Überführung der Menschen in den organisierten und kommerziellen Sport wichtig.

5.2.2.2 Ziele für das Leitthema

Für das Leitthema „Menschen dauerhaft bewegen“ sind zwei übergeordnete Ziele festgelegt worden:

Sportliche Aktivität soll in der Sportstadt Köln lebensbegleitend, vom Kindesalter bis zum Seniorenalter, verankert werden. Hierzu bedarf es einer ausreichenden Informationsbereitstellung über die bestehenden Angebote sowie einer bedarfs- und zielgruppengerechten Anleitung.

Regelmäßige Highlight-Aktionen mit hohem Mobilisierungscharakter müssen konzipiert und umgesetzt werden. Diese Aktionen müssen kommunikativ begleitet werden.

5.2.2.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.3 Sportliche Großereignisse

5.2.3.1 Beschreibung der Cluster

Eine zentrale Aufgabe der Sportstadt Köln zur Außendarstellung, aber auch zur Begeisterung der Bevölkerung und Identifikation mit ihrer Sportstadt, ist die Durchführung von sportlichen Großereignissen. Neben den Großveranstaltungen wie Handball-WM, Fußball-WM, Hockey-WM und Eishockey-WM finden derzeit in Köln mit dem Köln Marathon und „Rund um Köln“ lediglich zwei jährlich wiederkehrende, sportliche Großevents statt.

Relevante Cluster für das Themenfeld „Sportliche Großereignisse“ sind der Erhalt und die Unterstützung der Events sowie natürlich die Gewinnung neuer Veranstaltungen.

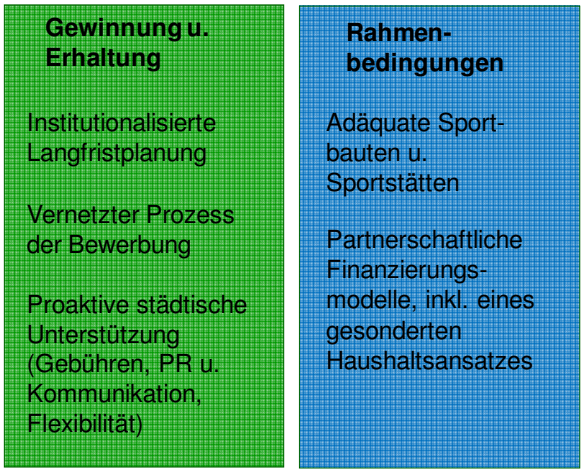


Abb.: Cluster des Leitthemas „Sportliche Großereignisse“

Um als Stadt ein attraktiver Austragungsort für Großevents zu sein, müssen zudem entsprechenden Rahmenbedingungen in einer Stadt wie Köln vorgehalten werden. Hierzu zählen die adäquate Sportbauten und -stätten, die für Veranstaltungen genutzt werden können, sowie ein gesonderter Haushaltsansatz, aus dem die kommunalen Aufwendungen für Events bestritten werden. In Ergänzung hierzu müssen bei Großevents partnerschaftliche Finanzierungsmodelle z.B. von Kommune und Wirtschaft greifen.

Im Hinblick auf die Gewinnung von sportlichen Großereignissen für die Sportstadt Köln ist die Festlegung einer grundsätzlichen Strategie sowie das Vorgehen im Rahmen des Bewerbungsprozesses inklusive der ausdrücklichen politischen Zustimmung und Unterstützung entscheidend. Zum einen sollte das Thema Gewinnung von Großevents institutionalisiert und auf Basis einer Langfristplanung angegangen werden. Zum anderen muss

der Prozess der Bewerbung unterschiedlichste Akteure einbinden, um die Potenziale, die Köln zu bieten hat, bestmöglich einzusetzen.

Der wirtschaftliche Nutzen von sportlichen Großereignissen für eine Stadt wie Köln ist enorm. So hat sich beispielsweise gezeigt, dass alleine durch die Besucherausgaben bei der Fußball WM 2006 in Deutschland enorme volkswirtschaftliche Effekte erzielt wurden. Insgesamt gab einen Wertschöpfungsimpuls von 3,8 Mrd. Euro durch zusätzliche Konsumausgaben, davon 1,5 Mrd. € durch ausländische Gäste. Hieraus resultierten 1,2 Mrd. € an zusätzlichen Steuereinnahmen und rd. 38.000 zusätzliche Arbeitsplätze.[26] Hiervon wird auch die Stadt Köln als WM-Austragungsort sehr profitiert haben. Die Investitionskosten der Kommunen dürften sich damit voraussichtlich amortisiert haben. Aber auch kleinere Events, wie der jährlich stattfindende Köln Marathon, bringen zusätzliche Kaufkraft in die Stadt Köln. Die jährlich rd. 25.000 – 30.000 Teilnehmer bringen an drei Tagen rund 12. Mio. € zusätzliche Kaufkraft nach Köln.[27] Hinzu kommt, dass derartige Großveranstaltungen das Image und den Bekanntheitsgrad von Köln im In- und Ausland nachhaltig prägen.

Mit Blick auf den Erhalt und die Unterstützung von sportlichen Veranstaltungen ist zu prüfen, inwiefern die Stadt die Themen Gebühren und Genehmigungen flexibler und zu Gunsten des Veranstalters ausgestalten kann bzw. wo die Stadt mit eigenen PR- und Kommunikationsmaßnahmen Unterstützungsarbeit leisten kann.

5.2.3.2 Ziele für das Leitthema

Im Leitthema „Sportliche Großevents“ sind zwei Kernziele als Ergebnis der Überlegungen festzuhalten:

Eine Sportstadt wird sowohl im internationalen als auch im nationalen Vergleich an der Anzahl und Qualität ihrer sportlichen Großereignisse gemessen. Diese stärken zudem die Identifikation der Kölner Bevölkerung mit ihrer Sportstadt. Daher müssen in Köln in den nächsten Jahren **regelmäßig überregionale Sportevents gewonnen** werden.

Im Hinblick auf den Aspekt des Leistungssports sollen zudem **alle 2 Jahre internationale bzw. nationale Meisterschaften in Köln** ausgerichtet werden.

26 Vgl. DZT Fazit der Fifa WM 2006, DZT, Dr. Holger Preuß, Wirtschaftliche Entwicklung durch die Besucher der Fußball WM, 6.07.2007, Deutsche Bundesbank

27 Eigene Berechnungen von rosenbaum nagy, veröffentlicht im Rahmen der IHK zu Köln Vortragsreihe auf dem NRW Ideenschiff, August 2007

5.2.3.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.4 Spektakuläre Sportbauten

5.2.4.1 Beschreibung der Cluster

Hinsichtlich des Baus und Ausbaus großer Sportbauten muss zunächst diskutiert werden, in welchen Sportarten Sportstätten für internationale Wettkämpfe oder Großveranstaltungen benötigt werden. Relevant für die Entscheidung ist dabei, welche Attraktivität und Chancen diese Sportart aufweist und ob es ggf. historische Bezüge zur Stadt gibt, so dass über den Bau von Sportstätten Sportarten mit Kölner Tradition gezielt gestärkt werden. Gleichzeitig spielen Trends bei der Entscheidung für bestimmte Sportbauten natürlich eine besondere Rolle. Des Weiteren müssen für Sportbauten adäquate Finanzierungs- und Betreibermodelle gefunden werden.

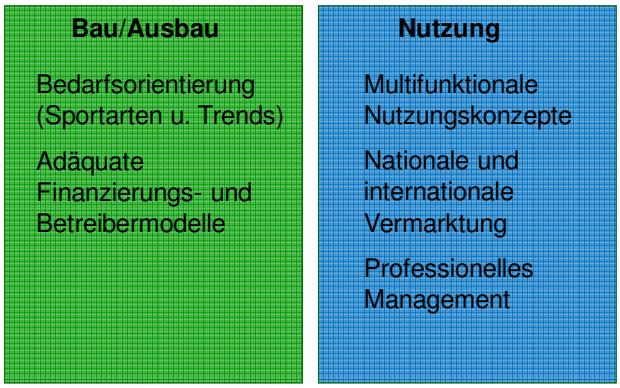


Abb.: Cluster des Leitthemas „Spektakuläre Sportbauten“

Unter dem Begriff der Sportbauten werden neben Großsportstätten auch Flächen für Events verstanden. Köln verfügt bereits über eine Reihe attraktiver Sportbauten, wie die Lanxess Arena, das RheinEnergie-Stadion, die Regattabahn Köln-Fühlingen, das Albert-Richter-Radstadion, den Energy-Dome, das Leichtathletik-Stadion der Deutschen Sporthochschule, das Wettkampf-Schwimmbad sowie zukünftig ein neues Eis- und Schwimmstadion aber eben auch eine Reihe attraktiver potenzieller Eventflächen im Stadtgebiet.

Jedoch lässt sich feststellen, dass die bestehenden Sportbauten meist für internationale Wettkämpfe nicht den geforderten Anforderungen entsprechen und oder die derzeitige Auslastung mit Wettkämpfen und Events zu gering ist. Auch das Thema der genehmigungsfähigen Veranstaltungsfläche innerhalb des Stadtgebietes muss weiter vorangetrieben werden.

Im Hinblick auf die Nutzung der bestehenden und möglicherweise neuen Sportbauten müssen daher effiziente Nutzungskonzepte gestaltet werden. Das Thema multifunktionale Nutzung spielt vor dem Hintergrund des Kostendrucks bei Sportbauten eine große Rolle.

Da Köln sich vermehrt über Sportevents mit überregionaler Ausstrahlung positionieren möchte und bei der Bewertung von Großstädten als Sportstädte die Infrastruktur an spektakulären Sportbauten ein wichtiges Kriterium darstellt, müssen diese auch verstärkt vermarktet und PR-technisch genutzt werden.

Letztlich spielt auch ein professionelles Management eine entscheidende Rolle für ein erfolgreiches Betreiben der Sportbauten wie Arenen und Stadien.

5.2.4.2 Ziele für das Leitthema

Aus den oben dargestellten Clustern mit den wichtigsten Aspekten des Leitthemas „Spektakuläre Sportbauten“ lassen sich zwei primäre Ziele ableiten:

Für die Austragung von Sportevents mit überregionaler Ausstrahlung ist das Vorhalten einer adäquaten Sportbauten-Infrastruktur unablässig. Diese muss somit im Mindestziel in ihrer jetzigen **Quantität und Qualität erhalten** bleiben und perspektivisch **dem Sportgeschehen bedarfsgerecht angepasst** werden. In diesem Zusammenhang muss auch die Forderung nach dem Bau einer Halle mit Kapazitäten für rund 5.000 Zuschauer auf ihre Berechtigung geprüft werden.

Des Weiteren müssen die **Sportbauten Kölns international vermarktet werden**, um so Köln als Austragungsort für entsprechende Sport-Großevents attraktiv darzustellen.

5.2.4.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.5 Local Heroes

5.2.5.1 Beschreibung der Cluster

Im Hinblick auf die relevanten Aspekte für das Thema Local Heroes sind sowohl die Gewinnung und der Aufbau von lokalen Sportlerinnen und

Sportlern aus unterschiedlichsten Sportarten als auch die Schaffung einer Identifikation mit der Stadt über Gesichter entscheidend.

Local Heroes können dabei als Botschafter/Testimonials für die Stadt selber bzw. bei Bewerbungsprozessen für sportliche Großereignisse eingesetzt werden. Zudem lassen sich nachhaltige Effekte beim Einsatz von Spitzensportlern in gezielten Programmen und Aktionen nachweisen. So wirkt z.B. der Besuch eines Profisportlers im Sportunterricht – auch aus Randsportarten – bei den Kindern laut Aussage der Lehrerinnen und Lehrer noch wochenlang nach.

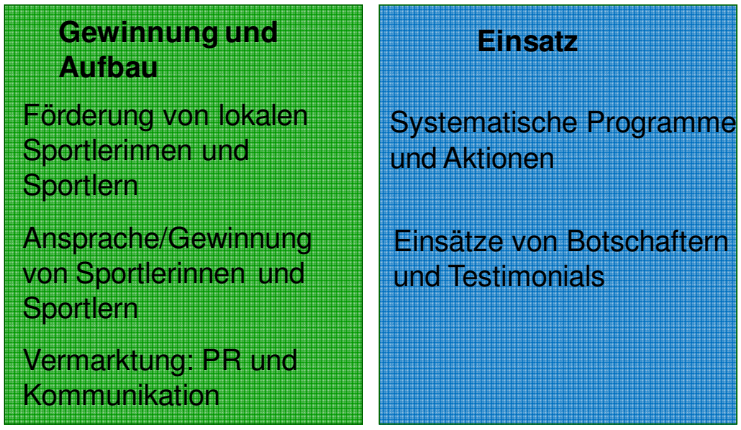


Abb.: Cluster des Leitthemas „Local Heroes“

Köln kann bis auf Lukas Podolski derzeit keine wirklichen als „Local Heroes“ zu bezeichnenden Sportlerinnen und Sportler aufweisen. Letztlich müssen der Aufbau und die Gewinnung von Sportlern früh im Bereich der Nachwuchsförderung ansetzen. Über Medienpartnerschaften und gezielte PR-Formate müssen diese dann zu „Local Heroes“ aufgebaut werden.

Auch die früheren „Sporthelden“ Kölns haben für ausgewählte Themen als Botschafter noch eine starke Zugkraft, die für die Sportstadt Köln genutzt werden kann. Allein die Tatsache, dass sich die große Mehrzahl Sporthelden aus den 60er, 70er und 80er Jahren rekrutiert, zeigt, dass es in den letzten zwei Jahrzehnten mit den Kölner Sportidolen bergab ging.

5.2.5.2 Ziele für das Leitthema

Mit Hilfe der oben dargestellten Clusterbetrachtung lassen sich insbesondere zwei Ziele für das Leitthema „Local Heroes“ festlegen:

Die Sportstadt Köln braucht Gesichter. Zu diesem Zweck muss Köln **Botschafter des Kölner Sports auf nationalem und internationalem Parkett aufbauen** und gezielt für die Markenbildung der Sportstadt einsetzen. Diese kommen aus dem aktiven und aus dem nicht mehr aktiven Sport.

Da über den gezielten Einsatz von Sportlerinnen und Sportlern in Programmen und Projekten erwiesenermaßen nachhaltige Effekte z.B. bei Kindern und Jugendlichen realisiert werden können, muss an dem Thema Schaffung von „Local Heroes“ weiter gearbeitet werden. Hier müssen **lokale Sportlerinnen und Sportler zunächst gefördert und über eine entsprechende Vermarktung zu „Local Heroes“ aufgebaut werden und dann gezielt in Programme z.B. an Schulen eingebunden werden.**

5.2.5.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.6 Strahlende Sportinstitutionen

5.2.6.1 Beschreibung der Cluster

In Köln gibt es bereits zahlreiche führende und starke sportnahe Institutionen. Die Deutsche Sporthochschule Köln, die Sportstiftung NRW, der Olympiastützpunkt Rheinland, die Trainerakademie des DOSB, die Trainerakademie des DFB, die Führungs- und Verwaltungsakademie des DOSB, die Deutsche Olympische Gesellschaft Köln/Leverkusen, das Deutsche Sport- und Olympia-Museum Köln, die Internationale Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen e.V. etc. stellen eine herausragende Ansammlung an Sportinstitutionen dar, wie sie in Deutschland einzigartig ist. Aufbauend auf diesem Potenzial könnte Köln durch eine verstärkte Vernetzung sowie eine zielgerichtete PR-Arbeit und Maßnahmen der Außendarstellung zum „Zentrum der Sportwissenschaft“ in Deutschland werden.



Abb.: Cluster des Leitthemas „Strahlende Sportinstitutionen“

Hierfür müssen die bestehenden Institutionen an den Standort gebunden und wenn möglich, auch weitere Institutionen gewonnen werden. Dies beinhaltet auch die Gewinnung von Bundesverbänden des organisierten Sports. Köln braucht hierfür ein systematisches Standortmarketing.

Die in Köln ansässigen Sportinstitutionen müssen stärker als bisher in Köln verankert werden. So können die Potenziale z.B. im Hinblick auf innovative wissenschaftliche Erkenntnisse noch besser für Köln als Sportstadt genutzt werden. Die engere Vernetzung der Institutionen untereinander sowie die Bildung von Partnerschaften mit Kölner Vereinen und Sportorganisationen sorgen zudem für eine stärkere Verankerung am Standort Köln.

5.2.6.2 Ziele für das Leitthema

Aus den Clustern ergeben sich drei Kernziele für das Leitthema „Strahlende Sportinstitutionen“:

Ein primäres Ziel ist die **Stärkung der Identifikation der Sportinstitutionen mit der Sportstadt Köln,** um so auch eine stärkere Nutzung der Potenziale der Institutionen für Köln zu gewährleisten.

Die in Köln einzigartige Ansammlung renommierter Sportinstitutionen muss enger vernetzt werden. Dieses **Netzwerk** muss dann stärker als **Alleinstellungsmerkmal zur Positionierung** der Sportstadt Köln in der **Außendarstellung** genutzt werden.

Köln soll sich in den nächsten Jahren um die Gewinnung weiterer **sportnaher und sportwissenschaftlicher Institutionen und Sportverbände** bemühen.

5.2.6.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.7 Schul- und Kindergartensport sowie Jugendsport

5.2.7.1 Beschreibung der Cluster

Die relevanten Aspekte des Leitthemas Schul- und Kindergartensport sowie Jugendsport basieren im Schwerpunkt auf den Clustern Sozialräume und spezielle Zielgruppen, die über Sportprogramme erreicht werden sollen, sowie dem Querschnittscluster „Standards und Vernetzung“.

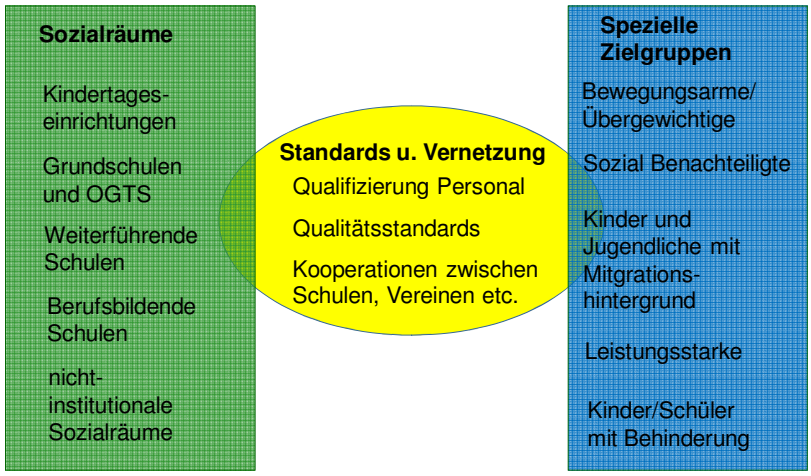


Abb.: Cluster des Leitthemas „Schul- und Kindergartensport sowie Jugendsport“

Vor dem Hintergrund der Problemfelder „übergewichtige Kinder“ und „soziale Integration von benachteiligten Kindern und Jugendlichen“ weist Sport in diesem Leitthema nicht nur primäre sondern auch sekundäre Funktionen auf. Sportprogramme /-aktivitäten müssen dabei in beiden Funktionen auf die speziellen Zielgruppen zugeschnitten sein. Auch die Schaffung von Angeboten für Kinder mit Behinderung spielt in diesem Themenfeld eine Rolle. Im Hinblick auf Nachwuchsförderung und Talentsichtung sollten aber nicht nur defizit-orientierte Programme aufgesetzt werden, sondern auch Maßnahmen für leistungsstarke Kinder etabliert werden.

Experten sind sich darin einig, dass der einfachste Zugang zu speziellen Zielgruppen über Angebote in den sog. Settings[28] erfolgen kann. Daher sind Projekte und Programme zunächst idealerweise für die speziellen Sozialräume wie Kindertageseinrichtungen und Schulen in Köln zu konzipieren. Idealerweise sollte hier ein flächendeckendes Angebot im Sinne eines zeitlichen Entwicklungsprozesses vom Kind bis zum Jugendlichen vorhanden sein.

Wie in anderen Leitthemen auch spielt der Aspekt der Qualifizierung eine wesentliche Rolle für die reibungslose Umsetzung von Angeboten und den Erfolg von Programmen. Das Setzen von Standards, wie z.B. die dritte Sportstunde, ist vor dem Hintergrund der elementaren Bedeutung des Kinder- und Jugendsports als Grundstein für eine lebenslange Sportaffinität ein unverzichtbarer Aspekt. Dieses fällt in die Zuständigkeit des Landes Nordrhein-Westfalen.

In Köln gibt es bereits viele Aktivitäten im Kindergarten- und Schulsport. Da diese häufig noch als Einzelaktivitäten auftreten, ist die Vernetzung und

[28] Unter Settings werden hier alltägliche Lebensräume verstanden, in denen sich die Zielgruppen aufhalten und wo Interventionen über Sportangebote greifen.

Kommunikation untereinander der richtige Schritt, um die Kräfte zu bündeln. Das Kölner Aktionsbündnis Gesunde Lebenswelten, an dem sich Vertreter der unterschiedlichsten Institutionen, wie Schulamt, Sportamt, DSHS, Jugendamt, SSBK etc. beteiligen, ist der richtige Ansatz.

5.2.7.2 Ziele für das Leitthema

Im Leitthema „Schul- und Kindergartensport sowie Jugendsport“ ergeben sich aus den dargestellten Clustern vier elementare Ziele für die Sport-Agenda Köln 2015:

Zur motorischen Frühförderung und Erkennung von Defiziten bei Kindern müssen **Bewegungsprogramme flächendeckend** in **allen Kindertagesstätten** in Köln implementiert werden.

Sowohl die **Quantität als auch die Qualität des Schulsports** muss in der Sportstadt Köln erhöht werden. Dies kann zum einen über gezielte Ansätze und Programme wie z.B. „die 3. Sportstunde“, „sicher schwimmen“ sowie über Fortbildungen der Lehrkörper mit entsprechenden Handreichungen geschehen.

Eine flächendeckende **Sichtung und Förderung von Kindern und Jugendlichen** unter gesundheitlichen und sportlichen Aspekten sollte gewährleistet werden. Hierdurch können gleichermaßen Talente und motorische Defizite erkannt werden.

Die Kindergärten und Schulen in Köln müssen sich **stärker sektorübergreifend** mit anderen Akteuren vernetzen, insbesondere zur Schaffung einer ganzheitlichen Sportstadt.

5.2.7.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.8 Leistungssport und Nachwuchsförderung

5.2.8.1 Beschreibung der Cluster

Das Leitthema Leistungssport und Nachwuchsförderung lässt sich sinnvollerweise anhand des Lebenslaufes eines Sportlers oder einer Sportlerin strukturieren. Er verläuft idealerweise über die sportfreundliche Grundschule, den Verbund sportbetonter Schulen bzw. eine Partnerschule des Leistungssports und alternativ das Sportinternat bis hin zur dualen Karriereplanung.



Abb.: Cluster des Leitthemas „Leistungssport und Nachwuchsförderung“

Neben den bestehenden „Bewegungskindergärten“ muss die „sportfreundliche Grundschule“ in Köln etabliert werden. Erwiesenermaßen entscheidet es sich zwischen dem 3. und 12. Lebensjahr, ob ein Mensch sein Leben lang sportaffin bleiben wird. Optimalerweise sollte in der 3.Klasse bei leistungsstarken Kindern eine Empfehlung für die sportbetonte Schule erfolgen. Um diese Empfehlung geben zu können und um Talente für die Vereine und eine individuelle Talentförderung zu identifizieren, werden diplomierte oder vergleichbar ausgebildete Sportlehrerinnen und Sportlehrer in den Grundschulen benötigt. Dies fällt in den Zuständigkeitsbereich des Landes.

Insbesondere im Hinblick auf die Sportarten, die eine Tradition oder einen Bundesstützpunkt in Köln haben oder mit einem Profi- bzw. Bundesligateam belegt sind, sollte eine frühe Talentsichtung und individuelle Talentförderung geschehen. Durch den gezielten Aufbau von Top-Athleten, die Konzentration auf bestimmte Sportarten und die Bündelung und gezielte PR und Vermarktung der leistungssportaffinen Sportinstitutionen soll Köln zu einem „Epizentrum des Leistungsports“ heranwachsen.

5.2.8.2 Ziele für das Leitthema

Aus den oben dargestellten Clustern lassen sich fünf primäre Ziele für das Leitthema „Leistungssport und Nachwuchsförderung“ ableiten:

Köln muss **ausgewählte Sportarten (ggf. mit Kölner Tradition) verstärkt fördern,** so dass man sich auf nationaler und internationaler Leistungsebene messen kann.

Vor dem Hintergrund des Bedarfs nach mehr gezielter Talentförderung muss der **Verbund der Sportbetonten Schulen in den nächsten Jahren ausgebaut** werden.

Zur Sicherstellung flächendeckender Angebote muss die **Etablierung von sportfreundlichen Grundschulen und weiterführenden Schulen in allen Bezirken** vorangebracht werden.

Für einen effektiven und effizienten Prozess der Nachwuchsförderung muss eine **Systematisierung der Talentsichtung, -auswahl und -förderung** in Köln erfolgen.

Eine echte Sportstadt braucht ein adäquates **Sportinternat**. Dieses muss in den nächsten Jahren gebaut werden.

5.2.8.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.9 Vereinssport und nicht-gebundener Sport

5.2.9.1 Beschreibung der Cluster

Das Leitthema Vereinssport und nicht-gebundener Sport strukturiert sich in drei Cluster: Angebote, Ressourcen und Moderner Verein.

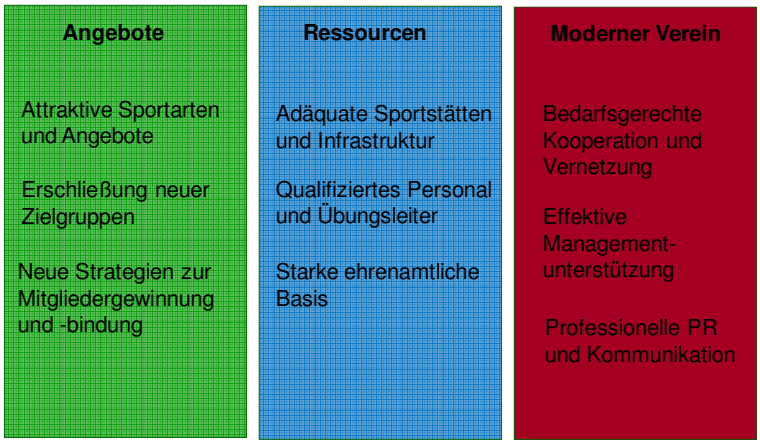


Abb.: Cluster des Leitthemas „Vereinssport und nicht-gebundener Sport“

800 Kölner Sportvereine stellen im Bundesvergleich einen hohen Wert dar. Die Vereinsbindung in Köln bezogen auf die Gesamtbevölkerung ist mit 17,9 % (Basis 2007) jedoch im Verhältnis zu anderen Ständen ausbaufähig. Mehr als die Hälfte der sporttreibenden Kölnerinnen und Kölner treiben ihren Sport vereinsungebunden.

Sowohl im Bereich des Vereinssports als auch im Hinblick auf den nichtgebundenen Sport sind attraktive Angebote ein zentrales Thema.

Um mehr Menschen in Köln für den Vereinssport zu gewinnen, müssen die Vereinsangebote zielgruppengerecht konzipiert und professionell vertrieben werden. Dabei muss den demographischen Entwicklungen in Köln Rechnung getragen werden und von Vereinsseite gezielt auf neue Zielgruppen mit bedarfsgerechten Angeboten zugegangen werden. Ein Beispiel hierfür ist der Rehabilitationssport oder der Seniorensport.

Neben adäquaten Sportstätten spielen als wichtige Ressourcen für die Vereinsarbeit die Themen Qualifizierung des Personals bzw. der Übungsleiter und eine starke ehrenamtliche Basis eine besondere Rolle. Im Bereich der Qualifizierungen mangelt es derzeit an ausreichender Unterstützung für die Vereinsbedarfe. Aufgrund der abnehmenden Bereitschaft von Menschen, sich ehrenamtlich zu engagieren, muss über adäquate Entlastungen und die Schaffung von Anreizen für Ehrenämtler nachgedacht werden, um die ehrenamtliche Basis aufrecht zu erhalten.

Auffällig in Köln ist die wachsende Anzahl von Vereinen mit finanzwirtschaftlichen Problemen bis hin zur Insolvenz. Diese Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren aufgrund des Umfeldes (Wirtschaftskrisen, Wegbrechen von Sponsoren etc.) noch verstärken. Dieses Marktumfeld ist ausschlaggebender Grund für die Notwendigkeit einer strategischen Weiterentwicklung von Vereinen. Hierunter fallen Aspekte wie die Öffnung der Vereine im Hinblick auf Kooperationen z.B. mit anderen Vereinen, sowie die Vernetzung mit Schulen als optimale Zugangswege für den Vereins-

nachwuchs. Aber auch die Konzeption und Implementierung von Unterstützungsangeboten für die betriebswirtschaftliche Steuerung sowie ein professionellerer Außenauftritt müssen in der Sportstadt-Konzeption Beachtung finden. Dabei sollte auf die vielfältigen Unterstützungsangebote des Landessportbundes NRW sowie des StadtSportBundes Köln zurückgegriffen werden.

5.2.9.2 Ziele für das Leitthema

Aus den oben erläuterten Cluster lassen sich insbesondere vier Ziele für das Leitthema Vereinssport und nicht-gebundener Sport identifizieren:

Die **Professionalisierung der Kölner Sportvereine** ist notwendig, um sich im Umfeld der sich reduzierenden Finanzierungsmöglichkeiten und gesellschaftlichen Veränderungen am Markt behaupten zu könne, das bedeutet die Einführung von Management- und Steuerungsinstrumenten sowie die Schaffung adäquater Vereinsstrukturen. Für krisengeschüttelte oder von Krisen bedrohte Vereine muss es wirksame Betreuungs- und Unterstützungsangebote geben, die auf die Vereinsbedürfnisse angepasst sind.

Die **Anpassung der Vereinsangebote** an die gesamtgesellschaftlichen Veränderungen muss im Rahmen der Sportstadtentwicklung forciert werden.

Die **Gewinnung und Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Vereinen** bildet die Basis sowohl für adäquate Angebote als auch für professionelle Vereinsstrukturen.

Auch die **Transparenz über die Sportmöglichkeiten** in Köln muss mit der Intention der Förderung der sportlichen Aktivität sichergestellt werden.

Die **Stärkung des Ehrenamts** ist auch als eine öffentliche Aufgabe zu verstehen und muss daher über verschiedene kommunale Maßnahmen unterstützt werden.

5.2.9.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.10 Gesundheitssport und Rehabilitationssport

5.2.10.1 Beschreibung der Cluster

Die drei Cluster „Angebote“, „Zielgruppen“ und ebenfalls das Thema „moderner Verein“ bilden die Struktur für das Leitthema Gesundheitssport und Rehabilitationssport.

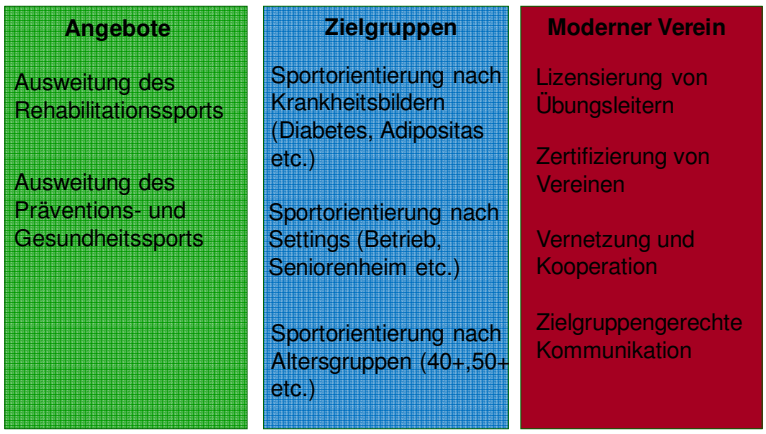


Abb.: Cluster des Leitthemas „Gesundheitssport und Rehabilitationssport“

Im Cluster „Angebote“ sollten für einen flächendeckenden Ansatz die Angebote in den Bereichen Gesundheitssport, Prävention sowie im Rehabilitationssport ausgeweitet werden. Derzeit lassen sich zwar die klassischen Kursangebote z.B. über die Seiten der Krankenkassen finden, diese werden aber zumeist von privaten Anbietern vorgehalten und sind für die Höhe der Bedarfe sicherlich noch nicht ausreichend.

Im Rehabilitations- und Präventionsbereich sind auch entsprechende Zielgruppen zu bedienen. Hierbei können die Zielgruppen nach ihren Krankheitsbildern sowie nach der Zuordnung zu Lebensräumen - den so genannten Settings - unterschieden werden. Insbesondere der Bereich des betrieblichen Gesundheitssports ist ein wichtiger Aspekt im Rahmen einer Sportstadt-Konzeption. So können selbst in Vereinen ursprünglich vereinsungebundene Menschen über den institutionellen Ansatz direkt angesprochen werden.

Auch die vermehrte Schaffung von Angeboten für spezielle Altersgruppen, vor allem für Menschen zwischen Ende 30 bis Mitte 50, die durch reguläre Gesundheitsangebote weniger berücksichtigt werden, sollte sich bei den Konzepten für die Weiterentwicklung der Sportstadt wiederfinden.

Im Hinblick auf die Schaffung des „Modernen Vereins“, wie er in der Sportstadt Köln angestrebt wird, spielen Aspekte wie Lizensierung von Übungsleitern und Zertifizierung von Vereinen eine herausragende Rolle. Denn für

neue Sportangebote, wie beispielsweise der Rehabilitationssport, sind diese Lizenzen, insbesondere für die Inanspruchnahme der gesetzlichen Refinanzierung, Grundvoraussetzung. Hier müssen die Vereine deutlich mehr unterstützt werden.

Das Eingehen von Kooperationen sowie eine verbesserte Kommunikation und Transparenz der Angebote schafft neue Zugangswege für die Vereine. Plakate oder Broschüren für die Zielgruppe Senioren zur Auslage in Gemeinden, Apotheken und bei Ärzten können hier ein erster Ansatz sein. Zudem müssen Kampagnen wie „Überwinde deinen inneren Schweinehund“ (ÜdiS) des LSB NRW genutzt werden, um den Vereinen eine Plattform zur Bewerbung ihrer Angebote zu bieten.

5.2.10.2 Ziele für das Leitthema

Im Kern führen die Erkenntnisse der Clusterbetrachtung zu drei primären Zielen für das Leitthema „Gesundheitssport und Rehabilitationssport“:

In Köln sollen **flächendeckend möglichst wohnortnahe Rehabilitationssport-Angebote** bereitstehen.

Um Zukunftsmärkte bzw. neue Zielgruppen zu erschließen, müssen sich Vereine mit den Themen **Gesundheit, Prävention und Rehabilitation beschäftigen und ggf. ihre entsprechenden Angebote ausbauen.**

Im Zuge einer Gesundheitsoffensive muss die **Information und Aufklärung der Bevölkerung über gesundheitliche Aspekte des Sports** verbessert werden.

5.2.10.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.11 Soziale Integration durch Sport

5.2.11.1 Beschreibung der Cluster

Sport ist nicht immer als Selbstzweck zu sehen, sondern erfüllt häufig eine Sekundärfunktion. Im Hinblick auf das Thema „Soziale Integration“ können Sport und auch bereits niederschwellige Bewegungsangebote als Mittel für verschiedene Aspekte dienen. Es ist allgemein anerkannt, dass der Sport z.B. Potenziale zur Integration von Menschen mit Migrationshintergrund birgt, u.a. im Hinblick auf die Themen Gesundheitsförderung aber auch Förderung sozialer Kompetenzen wie Respekt und Toleranz.[29]

Köln hat wie viele andere Großstädte auch einen hohen Integrationsbedarf. Fast ein Viertel der Bevölkerung hat einen Migrationshintergrund, es gibt zahlreiche Stadtteile mit sozialen Brennpunkten und ca. 70.000 Menschen mit Behinderung in Köln.

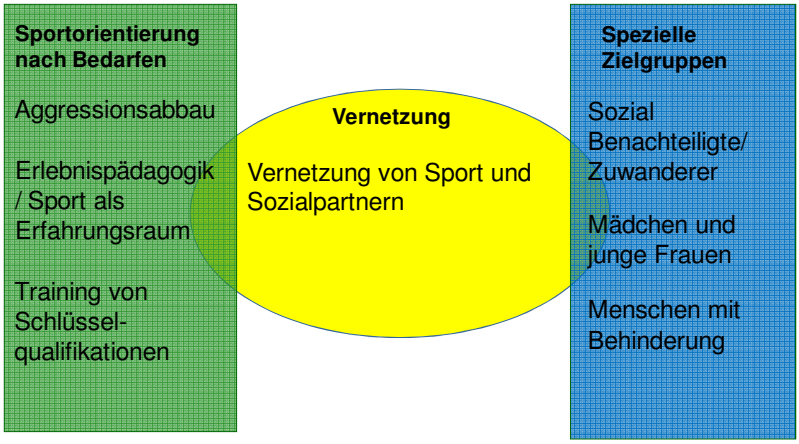


Abb.: Cluster des Leitthemas „Soziale Integration durch Sport“

Vor dem Hintergrund einer Vielzahl von sozialen Brennpunkten in Köln spielt Sport im Kontext von Gewaltprävention und Aggressionsabbau eine besondere Rolle. Auch die Themen „Sport als Erfahrungsraum“ und „Training von Schlüsselqualifikationen“ sind Aspekte, die über Sport vermittelt werden können – nicht nur mit der Zielrichtung auf sozial Benachteiligte sondern auch für Menschen mit Behinderung.

„Mädchen und junge Frauen“ – häufig auch mit Migrationshintergrund spielen im Kontext der Integrationsbemühungen eine besondere Rolle. In bestimmten Kulturkreisen besteht teilweise eine grundsätzliche Ablehnung gegenüber Sportaktivitäten von Mädchen. Es hat sich aber gezeigt, wel-

29 Vgl. Integration und Sport, Handlungsempfehlung zum Integrationskonzept der Stadt Köln

ches ideale Medium der Sport im Hinblick auf Integrationsbemühungen darstellt.

Da die Vernetzung verschiedener Institutionen mit Integrationsauftrag und der Sozialpartner mit entsprechenden Akteuren im Sport derzeit noch unzureichend ist, muss das Thema Vernetzung und Kooperation weiter vorangebracht werden. So könnten zum Beispiel gezielte Bewegungsprogramme in Behindertenwerkstätten einen großen Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität der Betroffenen beitragen.

5.2.11.2 Ziele für das Leitthema

Aus den oben dargestellten Clustern lassen sich zwei Kernziele für das Leitthema „Soziale Integration durch Sport“ ableiten:

Der Sport wird in Köln gezielt zur **Integration von sozial Benachteiligten und Menschen mit Migrationshintergrund sowie Menschen mit Behinderung** genutzt. In allen oben stehenden Feldern sollen in den nächsten Jahren flächendeckend in Köln Sportangebote zur Integration geschaffen werden. Hierbei sollen auch explizit die Ansätze der Arbeitsgruppe Integration und Sport berücksichtigt werden

Der Sport in Köln ist dabei Bestandteil eines **übergreifenden Integrationskonzeptes** (Dezernate (Soziales, Bildung, Jugend, Sport etc.), Wissenschaften, Institutionen, soziale Einrichtungen).

5.2.11.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.2.12 Ausbildung und Qualifizierung

5.2.12.1 Beschreibung der Cluster

Das Thema „Ausbildung und Qualifizierung“ spielt ähnlich wie das Leitthema „Soziale Integration durch Sport“ in andere Leitthemen hinein, ist aber aufgrund seiner Bedeutung als elementare Voraussetzung für die Qualität und entsprechende Umsetzung von Angeboten und Programmen als ein gesondertes Leitthema aufgeführt.

Die Cluster ergeben sich aus den zu qualifizierenden Zielgruppen wie Trainerinnen und Trainern oder Ehrenämtler im Verein sowie aus den zu erwerbenden Qualifikationen bzw. Zusatzqualifikationen z.B. im Bereich Behindertensport.



Abb.: Cluster des Leitthemas „Ausbildung und Qualifizierung“

Beim Leistungssport und der verstärkten Gewinnung von Local Heroes spielt die Duale Karriereplanung eine gesonderte Rolle. Hier können die ersten vorhandenen Konzepte, z.B. im Hockey, noch stärker gefördert und als Ansatz für Konzepte in weiteren ausgewählten Sportarten in Köln dienen.

5.2.12.2 Ziele für das Leitthema

Mit Blick auf die oben skizzierte Clusterbetrachtung ergeben sich für das Leitthema „Ausbildung und Qualifizierung“ zwei elementare Ziele:

Zum einen müssen die **Potenziale der Ausbildungsinstitutionen gezielter genutzt** werden. Das bedeutet, dass die sportwissenschaftlichen Erkenntnisse effizient eingesetzt werden und eine Vernetzung mit Vereinen zur Stärkung der Vereine vorangetrieben wird.

Des Weiteren muss in einer Stadt wie Köln dafür Sorge getragen werden, dass es **ausreichend zielgruppengerechte Angebote im Aus- und Fortbildungsbereich** gibt. Nur so kann die Qualität des Sport-Angebots sichergestellt werden.

5.2.12.3 Projekte, Programme und Initiativen

5.3 Flankierende Programme

Um die Projekte, Programme und Initiativen aus den 12 Leitthemen nachhaltig erfolgreich umzusetzen, werden sie durch flankierende Programme unterstützt.

Zunächst soll die Sportstadt Köln als Marke schrittweise aufgebaut werden. Außerdem muss es übergreifend eine hohe und aktuelle Transparenz über Sportmöglichkeiten, Sportanbieter, Sportevents, Sportstätten etc. geben. Viele Sportprojekte und -programme haben außerdem Unterstützungsbedarf bei der Finanzierung, bei der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

5.3.1 Markenaufbau

Die Marke „Sportstadt Köln“ existiert derzeit noch nicht. Von einer echten Markenbildung kann erst dann gesprochen werden, wenn die Sportstadt Köln mit gewünschten Eigenschaften und Attributen aufgeladen ist, die im Bewusstsein der Kölner Bevölkerung sowie außerhalb Kölns auch einheitlich und nachhaltig verankert sind. Die Marke Sportstadt Köln soll dabei drei grundlegende Funktionen erfüllen.

1. **Die Orientierungs- und Informationsfunktion**: Wer „Sportstadt Köln“ hört oder sieht, soll klare Vorstellungen haben, was sich dahinter verbirgt. Dazu muss die Marke Sportstadt Köln mit festgelegten Attributen aufgeladen sein, die sich in der Markenidentität der Sportstadt Köln widerspiegeln:

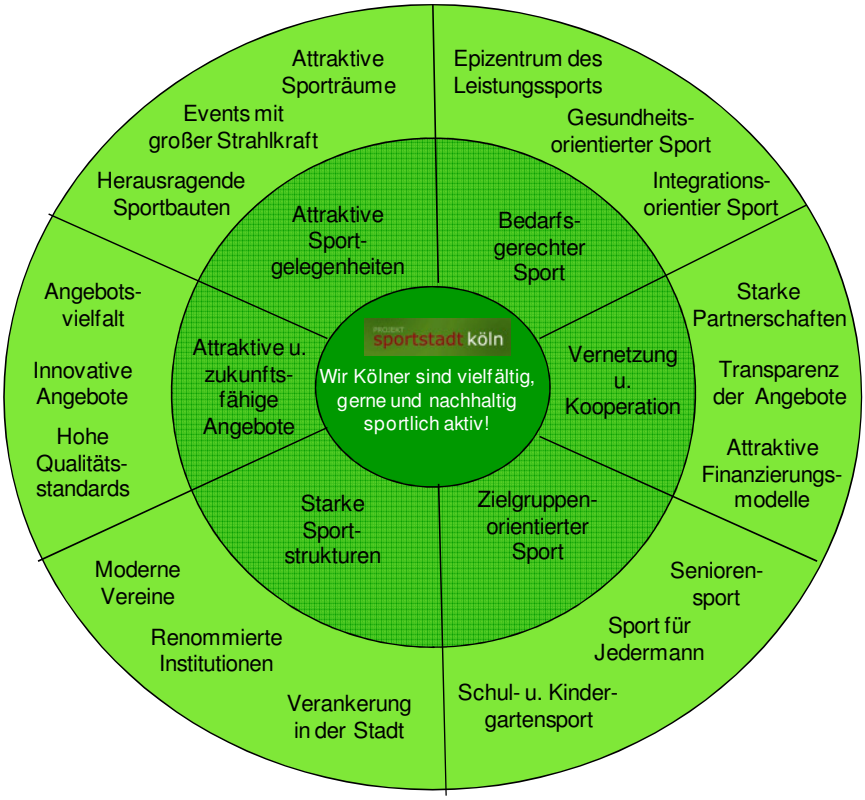


Abb.: Die Markenidentität der Sportstadt Köln

2. **Die Vertrauensfunktion**: Die Marke Sportstadt Köln soll für eine definierte Leistungsqualität stehen. Projekte, die in die Sport-Agenda Köln 2015 einfließen, basieren auf den nachfolgenden Qualitätsstandards:

   - Das Leistungsangebot basiert auf definierten Qualitätskriterien.
   - Nachhaltigkeit des Projektes oder der Initiative, entweder über eine regelmäßige Wiederkehr, längerfristige Wirkung oder einen längerfristigen Projektlauf
   - Qualifizierte Personen und Organisationsstrukturen stehen hinter dem Projekt / der Initiative.
   - Ausschluss von rein kommerziellen Interessen

- Ethische Vertretbarkeit des Projektes oder der Initiative

3. **Die Symbolfunktion:** Der symbolische Nutzen der Sportstadt Köln kann z.B. in einer Prestigesteigerung für Projekte bestehen, die Teil der Sport-Agenda Köln 2015 sind. Damit wird die Marke „Sportstadt Köln“ auch zum wirkungsvollen Kommunikationsmittel.

Für den Markenaufbau der Marke „Sportstadt Köln“ ist die effektive Markenkommunikation entscheidend. Innerhalb der Kommunikationsstrategie muss in verschiedenen Kommunikationskanälen ein Mix an Maßnahmen umgesetzt werden:

- Kommunikationskampagnen über den gesamten Zeitraum der Umsetzung der Sport-Agenda mit jährlich wechselnden Schwerpunkten (z.B. 2009: Schul- und Kindergartensport, 2010: Reha- und Gesundheitssport, 2011: Seniorensport, 2012: Leistungssport etc.)

- Einsatz von „Sportstadt Köln“-Botschaftern

- Einbindung aller Medien der Stadt Köln (TV, Hörfunk, Print, Internet) in Form von regelmäßiger Berichterstattung, Serien, Sonderveröffentlichungen etc.

- Nutzung der Werbe- und Informationsplattformen der Stadt Köln, insbesondere der freien Werbeflächen

- Einbindung der Wirtschaft und Förderer der Sportstadt Köln, die mit dem Logo / Signet „Sportstadt Köln“ werben können.

5.3.2 Kommunikation und Information

Neben der Markenkommunikation der „Sportstadt Köln“ müssen weitere Kommunikations- und Informationsprogramme mit unterschiedlichen Zielsetzungen realisiert werden:

1. **Transparenz über Sportmöglichkeiten und Sporträume**

   Alle Bürgerinnen und Bürger Kölns sowie alle Besucher und Gäste in Köln sollen sich schnell und unkompliziert einen Überblick darüber machen können, wo man in Köln welche Sportarten ausüben kann. Dies beinhaltet die aktuelle Information über Sportangebote der rund 800 Sportvereine in Köln, die Sportangebote privater Anbieter sowie die Sportmöglichkeiten im vereinsungebundenen Sport, z.B. Laufstrecken, freie Hallenkapazitäten, Sportmöglichkeiten in Grünflächen etc.

Hierzu muss eine „Landkarte“ aller Sportstätten und Sportgelegenheiten entwickelt und immer aktuell für alle Zielgruppen bereitgestellt werden, z.B. im Internet und als Print-Veröffentlichung.

2. Vernetzung von Wirtschaft und Sport

Viele Sportinstitutionen und -programme in Köln sind nicht ausfinanziert und auf Unterstützung aus der Wirtschaft angewiesen. Gleichzeitig haben viele Wirtschaftsbetriebe keinen Überblick darüber, wo es für sie interessante Sportangebote u. -programme in Köln gibt, die sie gerne fördern würden. Durch die Schaffung eines hochkarätigen „Kölner Sportkreises“ mit Vertretern der führenden Kölner Wirtschaftsunternehmen sowie des Kölner Sports würden der Austausch zu den wichtigsten Themen im Sport und die Akquise von Sponsoringgeldern erleichtert.

Ein weiterer Ansatz ist die Durchführung einer jährlich statt findenden Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der IHK Köln zur Vorstellung der Projekte, Programme und Initiativen der Sport-Agenda Köln 2015 vor der Kölner Wirtschaft. So könnten sich die ansässigen Unternehmen gemäß ihrer Kommunikationsziele gezielt Projekte zur Förderung aussuchen.

3. Aufklärung von Vereinen

Viele Vereine in Köln haben keinen Zugang zu Informationen über Entwicklungen von Sportarten und Sporttrends. Daher erkennen sie häufig zu spät, welche Sportarten ggf. neu im eigenen Verein angeboten werden können, um weiter attraktiv für Mitglieder zu bleiben. Aus diesem Grunde sind in den letzten Jahren häufig ehemalige Trendsportarten, die mittlerweile etabliert sind, nicht in die Angebotsstrukturen in Vereinen aufgenommen worden, z.B. Mountainbiking, Inlineskating, Beach-Volleyball etc. Insbesondere im Rehabilitationssport gibt es in Köln einen akuten Nachholbedarf.

Darüber hinaus sind viele Vereine nicht darüber informiert, welche Möglichkeiten der öffentlichen Förderung sie haben. Programme und Förderinitiativen von EU, Bund und Land werden nicht oder zu spät in den Vereinen bekannt.

4. Vernetzung von Vereinen

Viele Vereine haben einen akuten Kooperations- und Vernetzungsbedarf, z.B.

- beim Austausch von Übungsleitern und Trainern
- spezielle Trainingsmöglichkeiten, z.B. gemeinsames Konditionstraining, Trainingsspiele

- bei der Nutzung von Sportgeräten und -räumlichkeiten
- bei der Organisation von Veranstaltungen
- bei Verwaltungsaufgaben

Die Vernetzung kann in vielfältiger Form umgesetzt werden, z.B. über Internetplattformen, Tauschbörsen sowie über den StadtSportBund. Erfahrungsaustauschgruppen, so wie es sie in anderen Branchen bereits erfolgreich gibt, sind ein zusätzliches Mittel des Austausches.

5. Vernetzung von Sportlern und Sportgruppen

Viele Menschen treiben gerne mit anderen Menschen bzw. in der Gruppe Sport, z.B.

- Läuferinnen und Läufer suchen Laufpartner oder wollen sich einer Laufgruppe anschließen
- Vereine suchen für Mannschaften noch Spielerinnen und Spieler
- Vereine suchen Betreuerinnen und Betreuer
- Mannschaften und Sportgruppen suchen Gegner für Sportveranstaltungen
- etc.

Die hierfür notwendige Kommunikation kann über eine transparente Informationsplattform sichergestellt werden.

6. Vermittlung von Übungsleitern und Trainern

Viele Vereine und Sportgruppen haben einen akuten Bedarf an Übungsleitern und Trainern. Gleichzeitig haben interessierte Freiwillige keine Transparenz darüber, in welchem Stadtteil Übungsleiter, Trainer und Betreuer für welche Sportarten und Mannschaften gesucht werden.

Folgende Maßnahmen zur Verbesserung der Kommunikation und Information werden in der Sport-Agenda 2015 zusammenfassend vorgeschlagen:

- Entwicklung einer **Informationsplattform Sportstadt Köln** im Internet (z.B. unter www.sportstadt-köln.de)
  - Etablierung einer interaktiven Sportstätten-Landkarte
  - Regelmäßige Newsletter an Vereine sowie Sportlerinnen und Sportler der Sportstadt Köln

- Etablierung von Rubriken und Austauschmöglichkeiten zur Erfüllung der oben stehenden Ziele

- Regelmäßiger **Austausch von Vereinen** über den **Stadtsportbund Köln**

  Der Stadtsportbund Köln hat u.a. die Aufgabe, die Kölner Sportvereine in ihren Strukturen und ihrer Weiterentwicklung zu unterstützen. Hierzu sollen im Rahmen der Sport-Agenda Köln 2015 den Vereinen gezielte Programme angeboten werden, in denen sie zum einen Informationen erhalten und zum anderen sich zum Erfahrungsaustausch treffen können. Dabei besteht zu folgenden Themen ein Bedarf:

  - neue Sportarten und -trends für den eigenen Verein nutzen
  - Finanzierungsmöglichkeiten von Vereinen
  - Professionelle Führung und Steuerung von Vereinen
  - etc.

- Regelmäßiger **Sportkonvent** für sportnahe Institutionen

  Auf einem jährlich statt findenden **Sportkonvent Sportstadt Köln** können mehrere der oben stehenden Informations- und Kommunikationsziele erfüllt werden. Auf dem Sportkonvent haben die Sportvereine Kölns die Möglichkeit, sich und ihre Angebote vorzustellen. Außerdem erhalten sie dort Informationen über interessante neue Sportarten, Sportprogramme, Förderprogramme etc.

  Auf dem Sportkonvent können sich an einem „Publikumstag“ auch die Kölner Bürgerinnen und Bürger über Sportmöglichkeiten in Köln, Sporttrends etc. informieren, Kontakte knüpfen oder Sportarten einmal ausprobieren.

  Denkbar ist auch die Einbindung der Wirtschaft sowie des Gesundheitswesens in Köln.

- **Medienoffensive „Sport-Agenda Köln 2015“**

  Für die Etablierungsphase der Sport-Agenda Köln 2015 sollte eine cross-mediale Medienoffensive gestartet werden, bei der offizielle Medienpartnerschaften für die Bereiche Print, TV und Hörfunk geschlossen werden. Hier kommen Center TV und Radio Köln in Frage. Im Print-Bereich sind der Kölner StadtAnzeiger, die Kölnische Rundschau, der Kölner Express oder die Bild-Zeitung mögliche Medienpartner. Mit den Medienpartnern sollten dann regelmäßige Sende- bzw. Veröffentlichungsformate vereinbart werden, um die

oben stehenden Ziele zu realisieren. Dieses könnte beispielsweise eine Sendereihe „Sport in Köln“ auf Center TV sein, eine regelmäßige Rubrik „Sportstadt Köln“ in den Printmedien oder die Veröffentlichung eines Kölner Sportbarometers, auf dem der Umsetzungsstand der Sport-Agenda Köln 2015 berichtet wird.

5.3.3 Finanzierungsmodelle

Qualitativ hochwertiger Sport bewegt sich in der Regel auch immer auf einem Kostenniveau, welches von vielen Sportvereinen und -organisationen nicht ausfinanziert werden kann. So sind viele Sportvereine, -programme, -initiativen und -events meist auf externe Finanzierung angewiesen.

Im Rahmen der Sport-Agenda Köln 2015 werden daher folgende Finanzierungsziele gesetzt:

1. **Bessere Nutzung und ggf. Erhöhung aller bereits bestehenden Finanzierungsmöglichkeiten für den Kölner Sport**

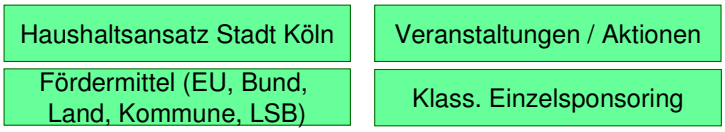


Abb.: Klassische Finanzierungsformen für den Kölner Sport

Der kommunale Haushaltsansatz muss auch in Zukunft die finanzielle Grundbasis für das Sportgeschehen in einer Stadt darstellen. Es wäre eine Fehlannahme, davon auszugehen, dass zusätzliche Mittel, die sich aus den Konzepten der Sport-Agenda ergeben, die bisherigen Haushaltstitel ersetzen könnten. Im Gegenteil, um in Köln die Sportstadt-Entwicklung weiter voranzutreiben, muss eine Erhöhung und entsprechende Einstellung weiterer Haushaltgelder z.B. für Großevents geprüft werden. Nur so kann eine qualitative Ausweitung der Angebote und eine adäquate Sportinfrastruktur sichergestellt werden.

Die Finanzierungsmöglichkeiten über den Haushalt der Stadt Köln müssen zudem den Vereinen transparent gemacht werden.

Auch das aktuell verabschiedete Konjunkturpaket II der Bundesregierung beinhaltet Fördergelder für investive Maßnahmen in Schule, Bildung und Infrastruktur. Die Sportstadt Köln kann dort profitieren, wo Sport als Bildungsbestandteil oder als integratives Element gesehen wird.

Weitere Möglichkeiten sind die Gründung von Fördervereinen oder Unterstützungsangebote, wie Vereine über Veranstaltungen und Aktionen Finanzmittel generieren können.

Beim klassischen Einzelsponsoring brauchen Vereine Hilfestellungen, wie sie als Verein potenziellen Sponsoren attraktive Sponsoring-Angebote machen. Hierzu gehören die Entwicklung von Sponsoring-Konzepten, die richtige Ansprache von Unternehmen sowie die steuerlich und vertraglich richtige Abwicklung von Sponsoring-Verträgen.

2. Etablierung neuer Finanzierungsmöglichkeiten für den Kölner Sport

Neben den klassischen sollten zusätzlich weitere Finanzierungsmodelle für den Sport in Köln geprüft werden. Dabei sind im Rahmen der Entwicklung der Sport-Agenda Köln 2015 folgende neue Finanzierungsansätze diskutiert worden:

4P-Modell	Kölner Sportstiftung
Lizenzmodell Sportstadt Köln	Merchandising/Einkauf

Abb.: Neue Finanzierungsmöglichkeiten für den Kölner Sport

4P-Modell

Das 4P-Modell steht für **P**ublic-**P**rivate-**P**rivate-**P**artnerschaften zwischen

- Öffentlicher Hand (Public),
- Wirtschaftsunternehmen (Privat) und
- Vereinen (Privat),

die gemeinsam Sportprojekte umsetzen. Dies soll beispielhaft am Konzept der beleuchteten Laufstrecke dargestellt werden:

Beleuchtete Laufstrecke
Infrastruktur: Beleuchtung, Beschilderung, Umkleiden/Schließfächer, ggf. Outdoor-Geräte, ggf. Kiosk)

Das 4P-Modell (Public-Private-Private-Partnership)

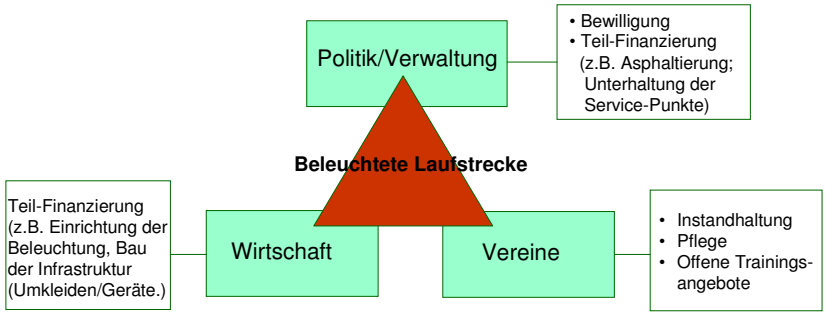


Abb.: 4P-Modell am Beispiel einer beleuchteten Laufstrecke

Bei der beleuchteten Laufstrecke übernehmen die Partner jeweils eigene Funktionen. Die Stadt Köln hat die Aufgabe der Bewilligung sowie die schnelle und flexible Bearbeitung der Antragsverfahren. Außerdem sollte ein Teil der Gesamtkosten über den Haushalt finanziert werden. Die Wirtschaftspartner finanzieren die notwendige Infrastruktur, z.B. die Beleuchtung, Umkleidemöglichkeiten sowie die Beschilderung. Attraktiv wird die beleuchtete Laufstrecke dann durch ein Service-Angebot, welches von einem oder mehreren Vereinen übernommen werden könnte. Hierzu gehören beispielsweise die Instandhaltung und Pflege der Strecke, offene Trainingsangebote zu bestimmten Zeiten, die Organisation von Laufgruppen etc. Bei guten Serviceleistungen werden hierüber sicherlich auch neue Mitglieder in die betreuenden Vereine eintreten. Mit der verbindlichen Einbindung von Vereinen wird vermieden, dass lediglich eine Infrastruktur bereitgestellt wird, die aber nicht gepflegt und betreut wird.

Das 4P-Modell kann für zahlreiche Projekte und Initiativen eingesetzt werden, z.B. für die Etablierung neuer Sport- und Bewegungsräume und für den Bau von multifunktionalen Sporträumlichkeiten, die auch betreut werden müssen.

Lizenzmodell Sportstadt Köln

Im Rahmen des Projektes Sportstadt Köln wurde ein Lizenzmodell entwickelt, welches die Wirtschaft direkt mit dem Kölner Sport vernetzt, und das im Rahmen der Umsetzung getestet werden sollte.

Ausgangspunkt des Lizenzmodells sind die Projekte, Programme und Initiativen der Sport-Agenda Köln 2015. Diese dürfen das Signet / Gütesiegel „Sportstadt Köln“ tragen, da sie – wie bereits dargestellt – über die notwendigen Qualitätskriterien verfügen.

Wirtschaftsunternehmen und Förderer, die die Projekte der Sport-Agenda Köln 2015 finanziell fördern, erhalten dann die Lizenz **„Offizieller Förderer der Sportstadt Köln“** und können damit entsprechend werben. Dabei wird zwischen verschiedenen Fördererklassen unterschieden, abhängig von der Höhe ihres Engagements.

Beispielhafte Darstellung von Fördererklassen beim Lizenzmodell Sportstadt Köln

Jährliches Engagement	Status
größer 1 Mio. €	Platin-Partner Sportstadt Köln
500 T€ bis 1 Mio. €	Premium-Partner Sportstadt Köln
100 T€ bis 500 T€	Gold-Partner Sportstadt Köln
50 T€ bis 100 T€	Silber-Partner Sportstadt Köln
10 T€ bis 50 T€	Bronze-Partner Sportstadt Köln
5 T€ bis 10 T€	Förderer Sportstadt Köln

Dieser Ansatz hat drei wesentliche Vorteile gegenüber dem Status quo.

Zum Ersten können die Unternehmen und Förderer besser als heute damit werben, dass sie sich für den Sport in Köln engagieren. Zum Zweiten erhält das Label / Signet „Sportstadt Köln“ bzw. das Label / Signet „Förderer der Sportstadt Köln“ in Köln einen hohen Verbreitungsgrad. Das führt u.a. dazu, dass beide Label / Signets in den Medien, aber auch an Orten mit hohem Publikumsverkehr (Verkaufsräume der fördernden Wirtschaftspartner, z.B. Bäckerei, Metzgerei, Sparkassen etc.) zu sehen sind. So wird sich die Sportstadt Köln nach und nach im Bewusstsein der Bürger der Stadt Köln verankern. Und zum Dritten erhalten die fördernden Unternehmen über die Sport-Agenda Köln 2015 den transparenten Überblick über 12 Leitthemen, in denen sie sich engagieren können. Sie können dabei sicher sein, dass die Projekte der Sport-Agenda Köln 2015 die notwendigen Qualitätsanforderungen erfüllen.

Die Verfahren für die Vergabe von Signets und Lizenzen des Labels „Sportstadt Köln“ müssen genau festgelegt werden. Hierzu bedarf es der Einrichtung einer übergeordneten und neutralen Stelle. Die Stadt Köln kann dies entweder selber übernehmen oder die Signetvergabe bzw. die Lizenzvergabe an eine Organisation vergeben.

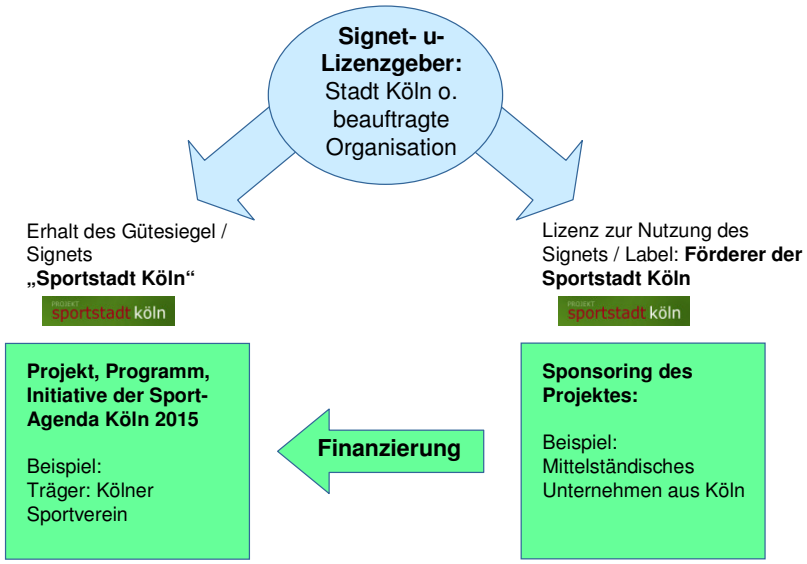


Abb.: Lizenzmodell „Sportstadt Köln“

Letztlich ist für die Prüfung und Bewertung des Lizenzmodells eine wichtige Maßgabe, dass vor dem Hintergrund der vielfältigen Platzierungsmöglichkeiten auch für mittelständische Unternehmen, die Summe der eingeworbenen Mittel über den bis dato realisierten Sponsoringeinnahmen für den Sport in Köln liegen muss.

Kölner Sportstiftung

Ähnlich wie im Kulturbereich könnte in der Sportstadt Köln eine Sportstiftung gegründet werden. In anderen deutschen Städten ist dies bereits realisiert worden (Berlin, Frankfurt, Remscheid, Darmstadt, Bonn*)*

Für eine Kölner Sportstiftung müssen entsprechende Gründer bzw. Gründungsorganisationen gefunden werden. Der Stiftungszweck sollte sich auf eine oder mehrere der Leitthemen der Sport-Agenda Köln 2015 konzentrieren. Beispielhaft sei hier die Niedersächsische Sportstiftung genannt, die Aktivitäten zugunsten des Breiten-, Leistungs-, Behinderten- und Nachwuchssports in Niedersachsen fördert. Im Stiftungszweck wird dies konkretisiert.

Beispiel: Stiftungszweck der Niedersächsischen Sportstiftung

Die Niedersächsische Sportstiftung
- unterstützt alle Aktivitäten, die zum Ziel haben, gesundes sportliches Bewusstsein, sportliche Vitalität und ein sportliches Klima in Niedersachsen zu fördern.
- hilft mit, die für gesundes Sporttreiben nötigen Voraussetzungen - etwa bei der Sportstätteninfrastruktur oder der Beschäftigung hauptberuflicher Fachkräfte - und Bedingungen günstig zu gestalten.
- unterstützt direkt oder indirekt den Sport in allen seinen Ausprägungen und Erscheinungsformen.
- hilft insbesondere dort, wo Unterstützung durch andere Institutionen ungenügend ist.
- unterstützt sportliche Jugendarbeit.

Zuschüsse werden bewilligt z.B. für Sportstättenbau, Bau und Betrieb von Sportschulen, Lehr- und Ausbildungsstätten sowie Leistungszentren, Übungsbetrieb im Breiten- und Leistungssport, Aus- und Fortbildung (Lehrwesen), Sportfachtagungen, Leistungssport, Durchführung von Sportveranstaltungen, sportliche Jugendarbeit

Stärker genutzt werden sollten auch bereits bestehende Stiftungen möglicher Partner mit Köln-Bezug. Hierzu gehören die Sparkassen-Sportstiftung, die Stiftung Sport der Sparkasse Bonn (jetzt Sparkasse KölnBonn), die Sportstiftung der Kreissparkasse Köln oder die Sportstiftung NRW.

Merchandising und Einkauf

Mit dem Aufbau der Marke „Sportstadt Köln“ kann auch das Merchandising aufgebaut werden, dessen Erträge wieder in den Kölner Sport zurückfließen sollten. Je höher der Identifikationsgrad der Kölner Bürgerinnen und Bürger mit der Sportstadt Köln, desto eher kann ein Merchandising erfolgreich aufgebaut werden. Als Merchandising-Artikel eignen sich Sportbekleidung sowie sinnvolle Sport-Accessoires.

Unterstützungsbedarf gibt es insbesondere in den Vereinen beim Einkauf von Trikotsätzen, Trainingsanzügen sowie sonstiger Mannschaftsbekleidung. Es ist zu prüfen, inwieweit Vereine sich zu Einkaufsgemeinschaften zusammenschließen und mit den Herstellern bzw. den Fachhändlern Rahmenverträge für bestimmte Produkte und Marken aushandeln. Diese bündelnde Funktion könnte vom Stadtsportbund Köln selber wahrgenommen oder koordiniert werden.

6 Leitlinien der Sportstadt Köln

Die Sport-Agenda Köln 2015 ist der strategische Handlungsrahmen für die Weiterentwicklung der Stadt Köln von einer Stadt mit viel Sport zu einer „echten“ Sportstadt Köln. Die Sportstadt Köln fußt dabei auf den nachfolgenden 10 Leitlinien:

1. Die Vielfältigkeit der weltoffenen und multi-kulturellen Großstadt spiegelt sich auch im Sporttreiben ihrer Bürgerinnen und Bürger wider. Die Sportstadt Köln bietet hierfür ein vielfältiges, vernetztes und auf die Bedarfe zugeschnittenes Sportangebot.

2. Die Sportstadt Köln hat nach innen und außen eine hohe Ausstrahlungskraft. Nach innen bedeutet dies eine dauerhafte Mobilisierung der Kölner Bürgerinnen und Bürger zu mehr sportlichen Aktivitäten. Nach außen kann sich die Sportstadt Köln nicht nur im Wettbewerb mit andern Großstädten messen, sondern ist auch ein attraktiver Standort für Sportinstitutionen und -verbände sowie für die Austragung von Sportevents. Auch als wichtiges Kriterium bei der Standortwahl von Unternehmen sowie der Gewinnung von qualifizierten Arbeitskräften spielt Sport eine wichtige Rolle.

3. Der Sport in Köln wird nicht nur in seiner Primärfunktion als Leistungs- und Breitensport gesehen, sondern erfüllt weitere für das Individuum und die Gesellschaft wichtige Zwecke, z.B. Prävention und Rehabilitation, Integration von sozial Benachteiligten sowie Menschen mit Behinderung.

4. Die Sportstadt Köln zeichnet sich durch ihren hohen Vernetzungsgrad sowie durch die Intersektoralität aus. Vereine und Sportorganisationen, Wissenschaft und Wirtschaft, Schulen und Kindertageseinrichtungen, Sozialpartner und Verwaltung sowie Medien werden systematisch miteinander vernetzt, um gemeinsam den Sport in Köln nachhaltig zu fördern. Innerhalb der Verwaltung nimmt der Sport eine Querschnittsfunktion ein und wird dezernatsübergreifend bei Planungen berücksichtigt.

5. Die Sportstadt Köln nutzt ihre vorhandenen Potenziale und entwickelt diese weiter. Die ansässigen renommierten Sportinstitutionen werden eng in die Weiterentwicklung der Sportstadt Köln eingebunden und mit ihren Angeboten in der Stadt Köln verankert.

6. Jede Zielgruppe braucht ihren bedarfsgerechten Sport. Die Sportstadt Köln geht gezielt auf die Einrichtungen zu und bietet dort attraktive Programme, z.B. für den Schul- und Kindergartensport, für den Seniorensport, für den Betriebssport etc. an. Dabei wird sich auch auf besondere Bedürfnislagen konzentriert, z.B. bestimmte Krankheitsbilder im Rehabilitationssport, motorische Defizite bei übergewichtigen Kindern, Bewegungsprogramme für Hochaltrige oder spezielle Angebote für Mädchen und Frauen.

7. Die Sportstadt Köln stärkt ihre Vereine durch moderne Strategien der Mitgliedergewinnung und -bindung, bei der Etablierung zukunftsfähiger Sportangebote, bei Qualifizierung von Ehrenamtlichen sowie im Vereinsmanagement

8. Der erfolgreiche Leistungssport stellt eine wichtige Säule für Köln als Sportstadt dar. Die Etablierung eines tragenden und nachhaltigen Nachwuchsförderungskonzeptes sowie die enge Vernetzung von Ausbildung und Sport bildet hierbei die Basis. Besondere Förderungen erfahren ausgewählte Sportarten, in denen (wieder) ein internationales Wettkampfniveau erreicht werden soll.

9. Die Sportstadt Köln soll als Marke aufgebaut werden. Eckpfeiler der Markenstrategie sind die Gewinnung und Bindung von Sportevents mit überregionaler Ausstrahlung, der Einsatz von Botschaftern der Kölner Sportstadt oder der Aufbau von Local Heroes mit Vorbildcharakter. Flankiert wird dies durch ein einheitliches Corporate Design (Markenlogo) sowie eine abgestimmte PR- und Kommunikationsstrategie.

10. Die Sportstadt Köln ist nicht alleinig eine kommunale Aufgabe. Ihr Erfolg basiert auch auf dem finanziellen, personellen und Know-how-Beitrag der Wirtschaftspartner und Institutionen in der Stadt Köln.

7 Umsetzung der Sport-Agenda

7.1 Institutionalisierung

7.2 Gesamtkosten und Finanzierung der Umsetzung

7.3 Einbindung der Wirtschaft

7.4 Zeitplan und Meilensteine

8 Vision: Köln als innovativste Sportstadt Deutschlands

Die Stadt Köln kann mit besonderen Merkmalen aufwarten, die sie als Sportstadt auszeichnen. Ausgangspunkt dieser Überlegungen sind die Erkenntnisse der Ist-Analyse im Projekt Sportstadt Köln, aus der klar ersichtlich wird, dass Köln bundesweit ein Alleinstellungsmerkmal im Hinblick auf die Dichte sportwissenschaftlicher Institutionen aufweist.

Auf diesem Potenzial sollte eine Sportstadt-Konzeption aufsetzen und sich die Vorteile und Möglichkeiten der Sportinstitutionen zu Nutzen machen. Ziel muss es daher grundsätzlich sein, die Impulse aus der Wissenschaft heraus zu nutzen und in die Strukturen und Angebote Kölns zu integrieren. Dieser Maßgabe findet sich auch vermehrt in den Projektkonzeptionen.

Vor dem Hintergrund der Nutzung der Potenziale der Sportwissenschaft wäre eine mögliche Vision, **Köln als die „innovativste Sportstadt in Deutschland“** zu positionieren. Was die Stadt Haßloch in der Pfalz für Konsumgüter ist, kann Köln in der Perspektive für den gesamten Sportbereich werden und damit eine Katalysator-Funktion für Deutschland einnehmen.

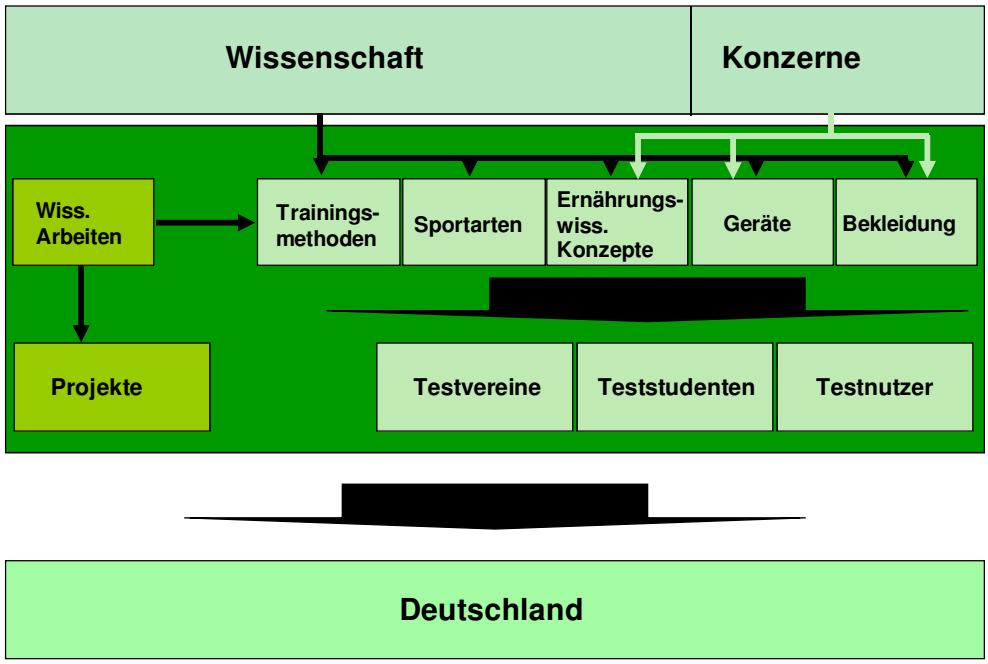


Abb.: Köln als innovativste Sportstadt Deutschlands

Basis der innovativsten Sportstadt Deutschlands bildet die Etablierung von Testkunden und Testmärkten für unterschiedlichste innovative Sportthemen. Dies kann mit Hilfe der Strukturen der Sporthochschule geschehen. Zum Beispiel können Test mit Studenten oder Testnutzern zu Trainingsmethoden, Sportgeräten oder neuen Sportarten durchgeführt werden. Um diese Idee weiter zu forcieren, müssen darüber hinaus auch gezielt Konzerne angesprochen werden, die Interesse daran haben, innovative Konzepte oder Produkte im Rahmen eines Testmarktes testen zu lassen.

Darüber hinaus hat sich Herr Prof. Dr. Tokarski als Vertreter der Deutschen Sporthochschule bereits dafür ausgesprochen, gezielter wissenschaftliche Arbeiten z.B. in Form von Diplomarbeiten im Hinblick auf innovative Projekte in der Region anzustoßen.

Die Erreichung der Vision, Köln zur innovativsten Sportstadt zu machen, hängt des Weiteren in entscheidendem Umfang von Zusammenarbeit der sportwissenschaftlichen Institutionen untereinander und mit der Stadt Köln ab. Hierzu bedarf es eines Paktes zwischen den Akteuren, in dem sich alle dieser Zielsetzung verpflichten, entsprechende Weichen stellen und in diesen Bereich gezielt investieren.

9 Literaturverzeichnis

Arbeitskreis für Industrieinitiative (**Stadt Köln**; Hrsg.): Industrieumfrage Köln 2002: Köln **2002**

Bundesinstitut für Sportwissenschaft (**BISp**; Hrsg.): Leitfaden für die Sportstättenentwicklungsplanung. Schorndorf: Hofmann **2000**

Deutsche Olympische Gesellschaft (**DOG**; Hrsg.): Der Goldene Plan in den Gemeinden – Ein Handbuch. Frankfurt am Main: o. V. **1961**

Göttinger Sport und Freizeit GmbH und Co. KG: Internetquelle: http://www.goesf.de/index.php?id=113: abgerufen am 27.11.**2008**

Landessportbund Hessen e. V. (**LSB Hessen** e. V.; Hrsg.): Handbuch der kommunalen Sportentwicklungsplanung. Zukunftsorientierte Sportstättenentwicklung. Band 14. Frankfurt am Main: Meyer & Meyer **2003**

Sportministerkonferenz (**SMK**; Hrsg.): Beschlüsse und Erklärungen der 31. Sportministerkonferenz: Neubrandenburg **2007**

Starker Sport – starke Städte und Gemeinden, Kooperationsvereinbarung zwischen dem Deutschen Olympischen Sportbund, dem Deutschen Städtetag und dem Deutschen Städte- und Gemeindebund, **2008**

WEG/**Die Grünen**: Internetquelle: http://www.wge-diegruenen.de/elmshorner-themen/sport/sport-als-wirtschafts-und-standortfaktor/: abgerufen am 15.12.**2008**

10 Glossar

Leistungssport	Unter Leistungssport versteht man das intensive Ausüben eines Sports mit dem Ziel, im Wettkampf eine hohe Leistung zu erzielen. Der Leistungssport unterscheidet sich vom Breitensport insbesondere durch den wesentlich höheren Zeitaufwand (in der Regel tägliches Training) sowie die Fokussierung auf den sportlichen Erfolg.
Breitensport	Der Begriff Breitensport (auch Freizeitsport) bezeichnet sportliche Aktivitäten, die hauptsächlich der körperlichen Fitness, dem Ausgleich von Bewegungsmangel sowie dem Spaß am Sport dienen. Damit grenzt sich der Breitensport vom wettkampforientierten und trainingsintensiven Leistungssport ab. Breitensport wird häufig in der Freizeit betrieben, umfasst aber auch Schulsport und Betriebssport. Derzeit formuliert der Deutsche Olympische Sportbund allgemein: „(Das) Sportangebot dient dem Menschen zur bewegungs- und körperorientierten ganzheitlichen Entwicklung der Persönlichkeit und strebt Gesundheit in physischer, psychischer und sozialer Hinsicht an.“[2] Darüber hinaus ergeben sich zwei leicht unterschiedliche Definitionen des Breitensports: Sport, der in der Breite der Bevölkerung, also von verschiedenen Altersgruppen beider Geschlechter betrieben wird. Synonyme sind Volkssport und Massensport. Der gesamte Sportbereich, der generell nicht professionell betrieben wird, also auch Rand- und Extremsport. Synonym ist Amateursport.
Rehabilitationssport	Rehabilitationssport kommt für behinderte und von der Behinderung bedrohte Menschen in Betracht. Er dient dazu, diese Menschen möglichst auf Dauer in das Arbeitsleben und in die Gesellschaft einzugliedern. Es handelt sich hierbei um eine ergänzende Maßnahme nach §44 Abs.1 Nr.3 und 4 nach SGBIX. Die Kostenträger des Behindertensports können die Rentenversicherung, die Krankenkasse oder die Un-

	fallversicherung sein. Die Dauer der Maßnahme reichen von 6 Monaten bis zu 24 Monaten und sind verknüpft mit der jeweiligen Indikation. Die Verordnung muss durch einen Arzt ausgestellt werden. Die Durchführung wird in Gruppen, mit dafür speziell ausgebildeten Übungsleitern sichergestellt. Neben der Rehabilitation, soll der Übende motiviert werden, nach dem Ablauf der Leistung weitere Übungen in Eigenverantwortung durchzuführen. Seit Inkrafttreten des SGB IX zum 1. Januar 2001 besteht ein Rechtsanspruch auf Kostenübernahme für den Rehabilitationssport. Bis zu diesem Zeitpunkt war die Kostenübernahme eine Ermessensleistung. Rehabilitationssportler werden oft später im Behindertensport aktiv.
Gesundheitssport	Gesundheitsorientierte Sportprogramme (Gesundheitssport) Ein gesundheitsgerechtes Bewegungsverhalten wirkt der Entwicklung bestimmter Krankheitsbilder entgegen und stellt einen Schutzfaktor für die Gesundheit dar ... **Ziele des Gesundheitssports** Ziel des Gesundheitssports ist es, durch sportliche Aktivität die körperliche Funktions- und Leistungsfähigkeit zu erhalten und zu optimieren, das Wohlbefinden zu steigern, die Fähigkeit zur Selbstwahrnehmung und Selbsteinschätzung zu verbessern und Alterungsprozessen entgegen zu wirken, um dadurch die Gesundheit zu stabilisieren. Neben dem traditionell gewachsenen Breitensport haben sich in den vergangenen Jahren eine Reihe von speziellen Gesundheitsprogrammen herausgebildet, die besonders qualifiziert angelegt sind. Die Ziele dieser Angebote lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: **Herausbildung eines gesunden Lebensstils** z.B. durch Motivation zum regelmäßigen Sporttreiben **Stärkung von physischen Gesundheitsressourcen** z.B. durch Verbesserung und Erhalt der Fitness (Ausdauer, Kraft, Beweglichkeit, Koordinationsfähigkeit) **Stärkung von psycho-sozialen Ressourcen und Wohlbefinden**

	z.B. durch Schulung der Körperwahrnehmung, Entspannung, Erleben von sozialer Einbindung **Verminderung von Risikofaktoren** z.B. durch Verringerung von Übergewicht, Bluthochdruck **Bewältigung von Beschwerden und Missbefinden** z.B. durch Minderung von Verspannungen, Rückenproblemen
Präventionssport	Während der Gesundheitssport die Förderung und Verbesserung unserer körperlichen und seelischen Gesundheit ganz allgemein zum Ziel hat, geht es im Präventionssport darum, krankmachende Risikofaktoren wie - Bluthochdruck, einen zu hohen Cholesterinspiegel, Arterienverkalkung, Zuckerkrankheit u. a. durch ein vorbeugendes Bewegungstraining gezielt abzubauen. Prävention bedeutet Vorbeugung! Die Kursangebote im Bereich der Prävention wenden sich an alle Menschen, die mit Hilfe des Sports ihre Gesundheit langfristig erhalten und Krankheiten vorbeugen möchten. Der Gesetzgeber hat die Wichtigkeit der Prävention erkannt und die Prävention als vierte Säule des Gesundheitswesens neben der Akutbehandlung, der Rehabilitation und der Pflege etabliert. Somit sind alle gesetzlichen Krankenkassen verpflichtet, Maßnahmen zur Prävention zu fördern und zu unterstützen.

11 Anhang

Anhang I: Teilnehmer der Workshops im Rahmen des Projektes Sportstadt Köln

Im Rahmen der Workshops zur Bewertung des derzeitigen Standes der Kölner Sportlandschaft und Entwicklung erster strategischer Stoßrichtungen nahmen die folgenden Personen teil:

Workshop Leistungssport und Nachwuchsförderung

Dr. Norbert Stein, Rektoratsbeauftragter und Vertrauensdozent für Leistungssportler/innen Deutsche Sporthochschule Köln (DSHS)

Hans Albers, Nachwuchsabteilung Kölner Haie

Jürgen Brüggemann, Geschäftsführer Sportstiftung NRW

Hans Gillis, Geschäftsführer Kanuclub Zugvögel

Christoph Henkel, Geschäftsführer Nachwuchsabteilung 1. FC Köln

Marlies Kilzer, Sportamt Stadt Köln

Rolf M. Kilzer, Geschäftsführer StadtSportBund Köln

Andreas Kulisch, Kanuclub Zugvögel

Michael Scharf, Leiter Olympiastützpunkt Rheinland

Horst Schlüter, Geschäftsführer Sportinternat Köln; Laufbahnberater am OSP Rheinland

Sigrid Schoe, Bildungsgangleiterin Alfred-Müller-Armarck-Berufskolleg

Oliver Seeck, Sportlehrer Apostelgymnasium

Beate Weisbarth, Schulleiterin Elsa-Brändström-Realschule

Herbert Zangerle, Stellv. Schulleiter Hildegard-von-Bingen-Gymnasium

Workshop Kindergartensport und Schulsport sowie Jugendsport

Manfred Böll, Regionales Bildungsbüro Selbstständige Schule/ Regionale Schullandschaft Stadt Köln

Monika Baars, Amt für Kinder, Jugend und Familie Stadt Köln

Prof. h.c. Dr. Jürgen Buschmann, Leiter Institut für Olympische Studien DSHS Köln

Heijo Fetten, Vorstand Köln Marathon; Lehrer Hildegard-von-Bingen-Gymnasium

Dr. Christine Graf, Institut für Kreislaufforschung und Sportmedizin DSHS Köln

Frank Groß, Amt für Kinder, Jugend und Familie Stadt Köln

Volker Hampke, Fachberater Sport für Primarstufen Schulamt Stadt Köln

Marlies Kilzer, Sportamt Stadt Köln

Rolf M. Kilzer, Geschäftsführer StadtSportBund Köln

Michael Kotthaus, Lehrer Erich-Kästner Gymnasium

Carolin Krause, Leiterin Amt für Kinder, Jugend und Familie Stadt Köln

Christine Kupferer, Sportjugend Köln

Sabine Kornemann, Regionale Schullandschaft Stadt Köln

Wolfgang Moritz, Generalie Sport in der Schulaufsicht; Schulamt Stadt Köln

Petra Plura, Amt für Kinder, Jugend und Familie Stadt Köln

Dr. Eike Quilling, Projektleitung Kölner Bündnis für gesunde Lebenswelten; Lernende Region – Netzwerk Köln e.V.

Erika Richter, Kompetenzteam Schulamt Stadt Köln

Annette Schneider, Kinder- und Jugendkommunikation RheinEnergie Köln

Herbert Schorn, Schulverwaltungsamt Stadt Köln

Jörg Volle, Leiter Unternehmenskommunikation RheinEnergie Köln

<u>Workshop Gesundheitssport und Rehabilitationssport</u>

Raymund Baafi, Geschäftsführer TV Dellbrück

Claudia Buchwald, Deutsche Krankenversicherung

Prof. Dr. Ingo Froböse, Geschäftsführender Leiter Institut für Rehabilitation und Behindertensport an der DSHS Köln

Rolf M. Kilzer, Geschäftsführer StadtSportBund Köln

Bernhard Kling, Geschäftsführer MTV Köln

Frank Lenz, AOK Rheinland/Hamburg

Dr. Christiane Wilke, Institut für Rehabilitation und Behindertensport an der DSHS Köln

Hans-Georg Schulz, Referent Sport und Gesundheit LandesSportBund NRW

Dr. Bernhard Schoenemann, Stellv. Amtsleiter Gesundheitsamt Stadt Köln

Dr. Robert Wegner, Leiter Kinder- und Jugendgesundheitsdienst Gesundheitsamt Stadt Köln

Klaus Zander, Sportamt Stadt Köln

Workshop Vereinssport und nicht-gebundener Sport

Raymund Baafi, Geschäftsführer TV Dellbrück

Dr. Robert Becker, Vorsitzender Ortsverband Kölner Schwimmvereine e.V.

Dr. Achim Compes, Vereinsvorsitzender TV Dellbrück

Gabriele Freytag, Direktorin Führungs-Akademie des DOSB

Hans Gillis, Geschäftsführer Kanuclub Zugvögel

Iris Januszewski, Vereinsvorsitzende TV Rodenkirchen

Rolf M. Kilzer, Geschäftsführer StadtSportBund Köln

Mario Kreher, Vorsitzender SV Deutz 05

Christine Kupferer, Sportjugend Köln

Dr. Rolf Leithaus, Ortsverband Kölner Schwimmvereine e.V.

Stefanie Linke-Lorenz, Sportamt Stadt Köln

Klaus Meinel, 2. Vorsitzender DJK Südwest Köln; Geschäftsführer IAKS

Johannes Michels, Führungs-Akademie des DOSB

Anne Luise Müller, Stadtplanungsamt Stadt Köln

Hans-Christian Olpen, Schatzmeister StadtSportBund; Vorsitzender Fußballkreis Köln

Dr. Karl-Heinz Paulus, Vereinsvorsitzender DJK Südwest Köln

Sebastian Plingen, TV Dellbrück

Dieter Sanden, Leiter Sportamt Stadt Köln

Uwe Schmidt, Geschäftsführer DJK Löwe Riehl

Sven Wagner, Sport in Metropolen; Institut für Sportsoziologie DSHS Köln

Daniela Weiß, Führungs-Akademie des DOSB

Anhang II: Interviewpartner im Rahmen des Projektes Sportstadt Köln

Im Projekt Sportstadt Köln wurden zu den verschiedenen Themenbereichen Expertengespräche mit folgenden Personen durchgeführt:

Gesundheitssport und Rehabilitationssport

Claudia Buchwald, Deutsche Krankenversicherung

Prof. Dr. Ingo Froböse, Geschäftsführender Leiter Institut für Rehabilitation und Behindertensport DSHS

Ralf Kuckuck, Deutscher Behindertensportverband

Dr. Bernhard Schoenemann, Stellv. Amtsleiter Gesundheitsamt Stadt Köln

Dr. Christiane Wilke, Institut für Rehabilitation und Behindertensport DSHS Köln

Vereinssport und nicht-gebundener Sport

Dr. Achim Compes, Vereinsvorsitzender TV Dellbrück

Andreas Klages, Stellv. Direktor Sportentwicklung DOSB

Volker Staufert, Vorsitzender StadtSportBund Köln

Leistungssport und Nachwuchsförderung

Jürgen Brüggemann, Geschäftsführer Sportstiftung NRW

Michael Scharf, Leiter Olympiastützpunkt Rheinland

Dr. Norbert Stein, Rektoratsbeauftragter und Vertrauensdozent für Leistungssportler/innen DSHS Köln

Christoph Henkel, Geschäftsführer Nachwuchsabteilung 1. FC Köln

Schulsport und Kindergartensport sowie Jugendsport

Christine Kupferer, Sportjugend Köln

Kommunikation und Mobilisierung

Frank Bender, Leiter Unternehmenskommunikation RheinEnergie Köln

Erk Ewringmann-Dörr, Leiter Werbung Sparkasse KölnBonn

Michael Meier, Manager 1.FC Köln

Norbert Minwegen, Leiter Unternehmenskommunikation Sparkasse Köln-Bonn

Jörg Volle, Unternehmenskommunikation RheinEnergie Köln

Kooperation mit der Wirtschaft

Elisabeth Slapio, IHK Köln

Dr. Norbert Walter-Borjans, Wirtschaftsdezernent Stadt Köln

Sportstätten/ Events

Ralf-Bernd Assenmacher, Geschäftsführer Lanxess Arena

Jürgen Fischer, Direktor Bundesinstitut für Sportwissenschaft

Markus Frisch, Geschäftsführer Köln Marathon

Konzeption Sport-Agenda und Projekte

Prof. Dr. Walter Tokarski, Rektor der DSHS Köln

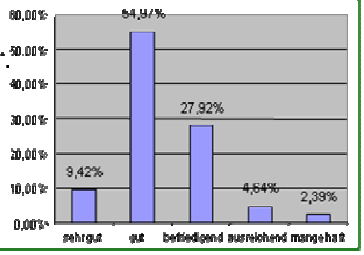
Werner Stürmann, Leiter Sportabteilung Innenministerium NRW

Martin Wonik, Sportjugend NRW

Anhang 3: Auswertung der Online-Befragung zum Thema Sportstadt Köln

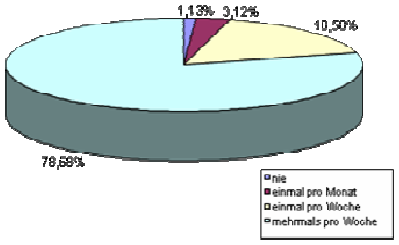
Frage 1: Wie beurteilen Sie das Sportangebot in Köln allgemein?

9% der Teilnehmer vergeben für das Sportangebot in Köln ein „sehr gut".
Knapp 55% beurteilen das Sportangebot in Köln mit „gut".
28% halten das Sportangebote eher für „befriedigend".



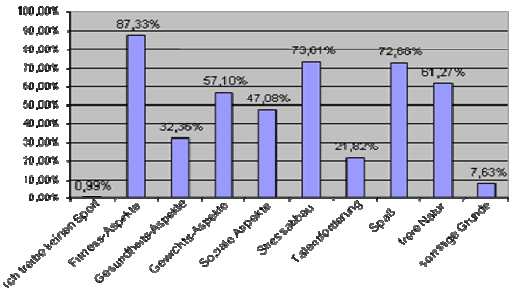
Frage 2: Wie häufig treiben Sie Sport?

Über 78% der Befragten betreiben mehrmals pro Woche Sport.
Knapp 17% treiben zumindest einmal in der Woche Sport.
Lediglich 1% geben an, nie Sport zu treiben.



Frage 3: Warum treiben Sie Sport? (Mehrfachnennung möglich)

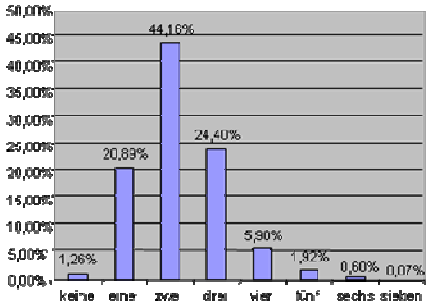
Der entscheidende Grund für das Sporttreiben besteht für die Meisten im Fitness-Aspekt.
Stressabbau und der Spaßfaktor sind ebenfalls häufig genannte Gründe, sich sportlich zu betätigen.
Auch die Betätigung in freier Natur ist ein wichtiger Motivationsfaktor im Bereich Sport.
Die Zielsetzung Gewicht zu halten oder zu verlieren sowie soziale Aspekte der Sportbetätigung rangieren auf den Plätzen 5 und 6.
Erst an 7. Stelle werden gesundheitliche Beweggründe genannt.
Als sonstige Gründe werden u.a. Muskelzuwachs und Vereinszugehörigkeit aufgeführt.



Frage 4: Wie viele Sportarten betreiben Sie regelmäßig?

Über zwei Drittel der Teilnehmer betreibt zwei Mal oder sogar häufiger pro Woche Sport.

Knapp 8% geben sogar an, sich vier oder fünfmal pro Woche sportlich zu betätigen.



Frage 5: Welche Sportarten betreiben Sie regelmäßig? (Mehrfachnennung möglich)?

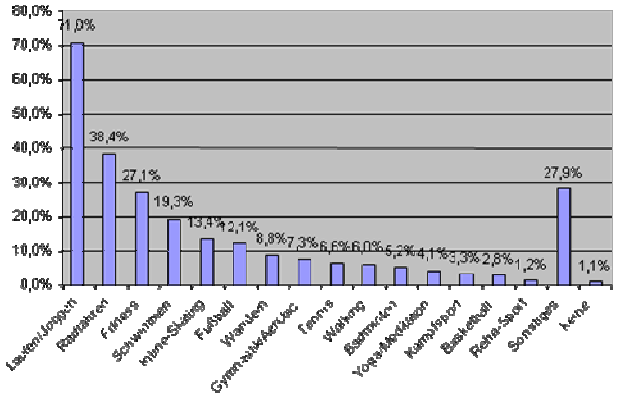
Laufen bzw. Joggen ist die herausragende Sportart bei den Teilnehmern der Befragung (über zwei Drittel der Stimmen).

38% geben an, dass sie regelmäßig Radfahren.

Weitere 27% betreiben regelmäßig Fitness-Training.

Schwimmen und Inline-Skating rangieren auf den Plätzen 4 und 5, gefolgt von Fußball.

Unter sonstigen Sportarten wird insbesondere Volleyball und Eishockey genannt.



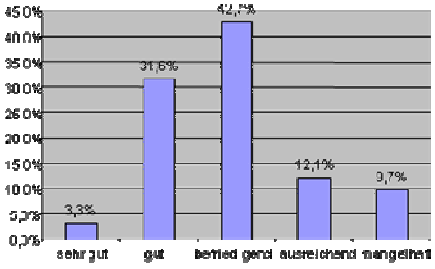
Frage 6: Wie beurteilen Sie Sportstätten und sonstige Flächen zum Sportausüben in Köln?

Über 42% der Fragebogen-Teilnehmer bewerten die Kölner Sportstätten und sonstigen Bewegungsräume mit einem „befriedigend".

Knapp 32% stellen den Sportstätten und -flächen ein „gut" aus.

Über 20% bewerten diese mit ausreichend oder mangelhaft.

Lediglich 3,3% der Befragten vergeben die Bestnote.



Frage 7: Bewertung des Sportangebots allgemein (1 trifft voll zu, 5 trifft gar nicht zu)

	1	2	3	4	5	Weiß nicht
In Köln gibt es genügend Möglichkeiten, Sport zu treiben.	9.6%	39.3%	32.4%	11.8%	2.9%	3.5%
In Köln gibt es ausreichend Angebote, um neue Sportarten kennen zu lernen.	7.6%	31.7%	28.2%	13.4%	4.1%	14.4%
In Köln erreiche ich schnell meine Sportstätte.	12.3%	37.5%	31.2%	12.4%	4.1%	1.9%
In Köln finde ich schnell alle Informationen, die mich für meine Sportausübung interessieren.	6.4%	30.5%	32.5%	16.5%	5.3%	7.6%

Frage 8: Bewertung von Sportvereinen (1 trifft voll zu, 5 trifft gar nicht zu)

Knapp 50% sind in keinem Sportverein, der Rest antwortet wie folgt:

	1	2	3	4	5	Weiß nicht
Ich verbringe viel Zeit in meinem Sportverein.	7.9%	13.2%	15.0%	9.0%	7.1%	3.3%
Die Betreuung in meinem Sportverein ist gut.	10.7%	23.0%	9.7%	3.4%	2.9%	5.2%
Mein Verein bietet Angebote für jede Altersklasse.	16.3%	16.9%	8.4%	3.8%	3.7%	6.0%
Mitglied in einem Verein zu sein, bedeutet mir mehr als einfach nur Sport zu treiben.	14.5%	17.6%	7.8%	4.8%	0.0%	5.0%

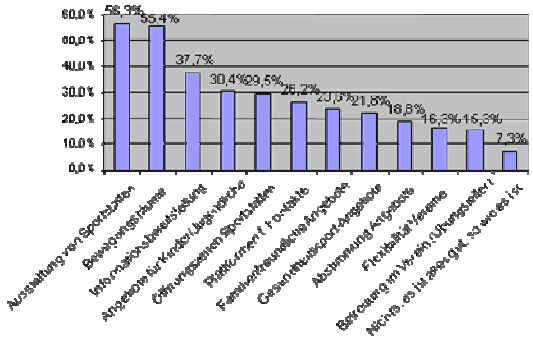
Frage 9: Kann Ihnen die Sportstadt Köln etwas bieten, damit Sie mehr Sport treiben? (Mehrfachnennungen möglich)

Auf Platz eins mit mehr als 55% der Antworten rangiert die Verbesserung der Ausstattung von Sportstätten.

Nur knapp dahinter steht die Schaffung von weiteren Bewegungsräumen.

Auch eine verbesserte Informationsbereitstellung führt nach Aussage der Befragungsteilnehmer zu mehr sportlicher Aktivität.

Rund 7% geben an, dass die derzeitige Sportlandschaft völlig zufrieden stellend ist und keine weiteren Angebote ihre sportliche Aktivität steigern können.



-

Frage 10: Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für eine „Sportstadt Köln"?*

Eine beleuchtete Laufstrecke ist der mit Abstand am häufigsten genannte Verbesserungsvorschlag seitens der Fragebogen-Teilnehmer.

Auf dem 2. Platz folgt der Wunsch nach Sportmöglichkeiten für Skater wie z.B. eine Skaterhalle oder Inlinerstrecke.

Grundsätzlich erscheint auch die Instandhaltung und Pflege von Sportstätten und Bewegungsräumen ein wichtiger Ansatzpunkt zu sein.

