



**KARMASIN**  
RESEARCH & IDENTITY

# MOTIVANALYSE BEWEGUNG UND SPORT

Eine qualitative Untersuchung

# ZIELSETZUNG



Die Motivstudie soll als Grundlagenstudie analysieren, wie man Menschen dazu motivieren kann, sich mehr zu bewegen.



Analyse aktueller Aktivitäten des Sportministeriums aus AnwenderInnensicht



Input für Optimierungen, um Menschen zu alltäglicher Bewegung zu motivieren



# UNTERSUCHUNGSDESIGN

Zur Erhebung der Fragestellung wurden Tiefeninterviews mit einer Dauer von jeweils 60 Minuten durchgeführt.

Insgesamt fanden n=80 Tiefeninterviews statt.



Zwei Drittel der Interviews wurden in Wien durchgeführt.



Ein Drittel der Interviews fand in den Bundesländern Niederösterreich, Steiermark und Kärnten statt.

Untersuchungszeitraum: November/Dezember 2019



# ZIELGRUPPEN/STICHPROBE

Die 80 Tiefeninterviews verteilen sich über folgende Zielgruppen:

- 1 StudentInnen/SchülerInnen
- 2 (übergewichtige) Kinder zwischen 8 und 14 Jahren bzw. deren Eltern
- 3 Erwachsene zwischen 25 und 49 Jahren
- 4 Menschen über 50 Jahre
- 5 Menschen, die sich aus medizinischer Sicht mehr bewegen sollten, es aber nicht ausreichend tun (also ob vom Arzt schon mal geraten wurde, Sport zu betreiben)

Für Zielgruppe 1-4 galt: 50% bewegen sich ausreichend und aus Gründen der Gesundheit, 50% bewegen sich weniger als 150 Min pro Woche, wollen sich aber mehr bewegen.

# AGENDA



- **Bewegungsverhalten aktuell**
- **Die Motivation für Sport und Bewegung**
- **Die Barrieren für Sport und Bewegung im Alltag**
- **Beurteilung diverser Maßnahmen und Programme**
- **Programme und Sportabzeichen**
- **Zukünftige Programme**
- **Anreize und Unterstützung für mehr Bewegung im Alltag**
- **Zielgruppen**
- **Fazit**

# BEWEGUNGSVERHALTEN AKTUELL



# ASSOZIATIONEN ZU BEWEGUNG UND SPORT (1)



+

„gut für die Figur“

„besserer Schlaf“

„optimal, um den Kopf freizukriegen“

„Sport als Ausgleich zum stressigen Alltag“

„an Grenzen gehen“

„Sport als Unterrichtsfach in der Schule“

„mir fallen dazu Bilder aus dem Fernsehen ein, z.B. Fußball oder Skifahren“

„Ziele erreichen, Erfolge feiern“

„ist anstrengend“

„meine Gelenkprobleme“

„habe schon viele Verletzungen durch das Fußballspielen gehabt“

„früher als ich jünger war, habe ich mehr gemacht“

„Gesundheit“

„wenn man sich nicht bewegt, wird man träge, labil und übergewichtig, das verkürzt das Leben“

„tut dem Körper gut“

„verschiedene Spiele, wie Fußball, Handball etc. im Team“

„Spaß“

„positive und glückliche Momente“

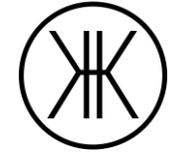
„verbinde ich mit Geselligkeit, meistens mache ich Sport gemeinsam mit anderen“

„man kann Sport in der Natur machen“

„seinen eigenen Schweinehund überwinden müssen“



# ASSOZIATIONEN ZU BEWEGUNG UND SPORT (2)



Die spontanen Assoziationen zu Bewegung und Sport sind vielfältig. Es zeigen sich jedoch wesentliche Unterschiede zwischen Jüngeren und Älteren:

Jüngere

- Sport und Bewegung wird von Jüngeren spontan stärker mit Leistungsorientierung in Verbindung gebracht als von Älteren.
- Auch das Thema Ausgleich durch Sport und Bewegung spielt für Jüngere eine wesentliche Rolle (Einfluss der körperlichen Fitness auf die mentale Fitness).

„guter Ausgleich zum sitzenden Bürojob“

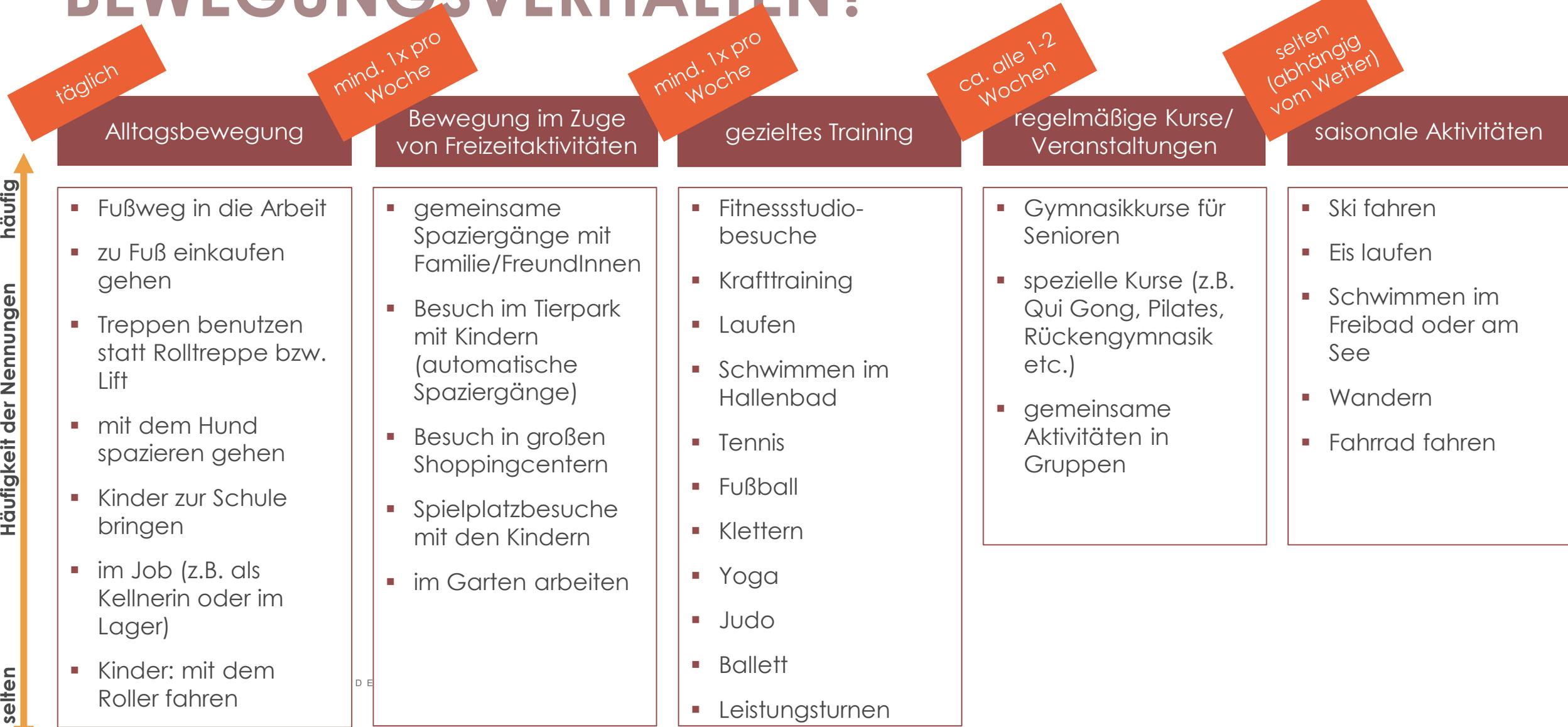
„früher war ich viel wandern, jetzt ist spazieren mein Sport“

Ältere (über 50)

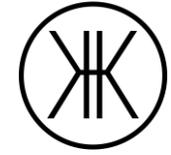
- Unter älteren Befragten wird Sport und Bewegung häufig mit Einschränkungen des eigenen Körpers und Schmerzen assoziiert.
- Sport und Bewegung haben einen positive Einfluss auf die Gesundheit, aber sowohl das Ausmaß an Sport als auch die Sportarten müssen an das Alter angepasst werden.

„in meinem Alter geht es nicht mehr um Leistungssport, sondern die Steigerung des Wohlbefindens durch Bewegung“

# WIE IST DAS AKTUELLE BEWEGUNGSVERHALTEN?



# DER UNTERSCHIED ZWISCHEN BEWEGUNG UND SPORT



## WAS VERSTEHT MAN UNTER BEWEGUNG?

Bewegung ist angenehm

Bewegung, um den Körper fit zu halten

Bewegung ist Gemütlichkeit

Bewegung ist Spaß

Bewegung kann im Alltag gut integriert werden

man verwendet seine Alltagskleidung dafür

bei Bewegung hat man Utensilien (z.B. Handtasche, Zusatzkleidung etc.) mit

Bewegung ist wetterunabhängiger

„man muss nicht gezielt dafür Zeit einplanen“

## ..UND SPORT?

Sport ist anstrengend

Sport ist mit zusätzlichen Zielen in Verbindung (z.B. Muskelaufbau)

Sport ist Leistungsorientierung

bei Sport werden konkrete Ziele verfolgt

für Sport muss man sich gezielt Zeit nehmen

man trägt spezifische Kleidung dafür

bei Sport versucht man so wenig wie möglich zu tragen

bei Sport achtet man mehr auf Temperaturen, Witterung etc.

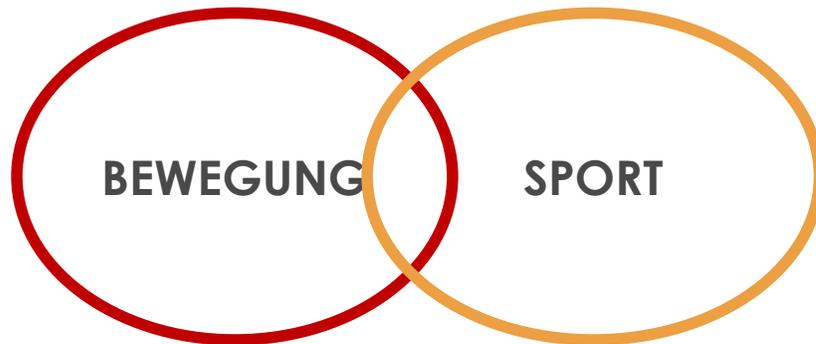
„beim Laufen gehen ziehe ich spezielle Laufschuhe an“

„bei 30 Grad gehe ich nicht laufen, spazieren aber schon“

# DIE GEMEINSAMKEIT BZW. UNTERSCHIEDE VON BEWEGUNG UND SPORT



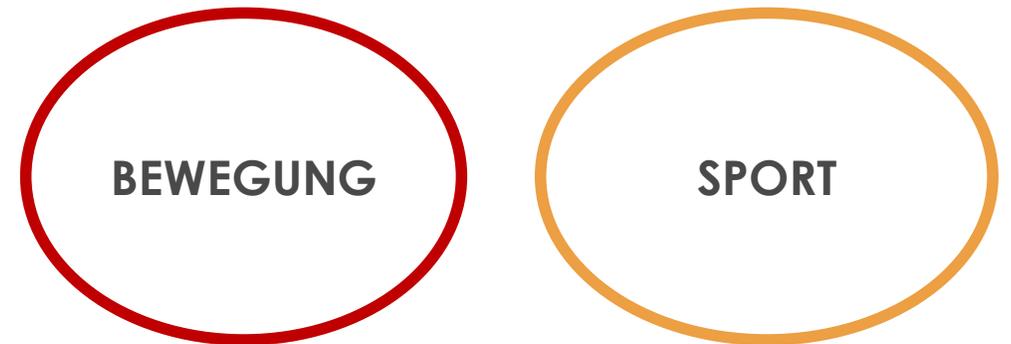
Gemeinsamkeiten



- ➔ beides stärkt das Wohlbefinden des Körpers
- ➔ beides verbindet man mit Gesundheit
- ➔ beides kann in Gesellschaft ausgeübt werden

≠

Unterschiede



- ➔ Bewegung bedeutet Gemütlichkeit, Sport bedeutet Anstrengung
- ➔ im Vergleich zu Bewegung wird Sport mit Leistungsorientierung in Verbindung gebracht
- ➔ Bewegung wird in den Alltag integriert, Sport findet gezielt statt

# DIE GEFÜHLE, WENN MAN SICH BEWEGT HAT



+

„bin danach froh, den Schweinehund überwunden zu haben“

„bin mit mir selbst zufrieden“

„Minderwertigkeitsgefühle, wenn ich aus dem Fitnessstudio komme, die sind immer alle superschlank und gestylt dort“

„wenn ich es übertreibe, fühle ich mich danach erschöpft“

„man ist gut aufgelegt, weil man Spaß gehabt hat, z.B. nach dem Eislaufen mit den Kindern“

„bin meistens fertig, wenn ich länger nichts gemacht habe“

„der Kopf ist danach wieder freier“

„habe danach Muskelkater“

„man fühlt sich nach dem Walken lockerer als vorher“

„man ist müde, wenn man heimkommt“

„dem Körper tut es gut, wenn er in Bewegung ist“

„fühle mich besser“

„wenn man Ziele erreicht hat, fühlt man sich gut“

„Rad fahren tut meinem Knie nicht sehr gut, da ich das Bein ganz durchstrecke dabei“



# AUSLÖSER FÜR VERÄNDERTES BEWEGUNGSVERHALTEN



MEHR....

häufig

Häufigkeit der Nennungen

FreundInnen haben mich angesteckt

Motivation abzunehmen

Gutscheine für Mitgliedschaft in Vereinen/Fitnessstudio

Empfehlung von ÄrztInnen

Veränderung der Familiensituation

man hat eine Sportart gefunden, die gefällt

„nach der Scheidung hatte ich mehr Zeit“

Häufigkeit der Nennungen

selten

Probleme mit dem Rücken

Schlafprobleme

Job erfordert körperliche Tätigkeit

Aktionen von Unternehmen (Spenden für gefahrene Kilometer mit dem Fahrrad)

Bei Kindern: Mitglied der Pfadfinder

Bei Kindern: Freigegegenstände von Schulen aus: z.B. Judokurse, Schwimmkurse etc.

„Bauchmuskeln antrainieren, um Rücken zu entlasten“

„um besser schlafen zu können, mich auszupowern“

„bin jetzt im neuen Job viel zu Fuß unterwegs“

„Unternehmen hat für gefahrene Kilometer mit dem Fahrrad Betrag für karitative Organisation gespendet“

# AUSLÖSER FÜR VERÄNDERTES BEWEGUNGSVERHALTEN



WENIGER....

Häufigkeit der Nennungen

↑ häufig

↓ selten

Häufigkeit der Nennungen

↑ häufig

↓ selten

mangelnde Zeit/Energie durch anstrengende Arbeit

FreundInnen haben aufgehört, Sport zu machen

Familie: Die Zeit war dann eingeschränkt

erstes Auto/erstes Moped

Unfälle/körperliche Einschränkungen

„hatte eine schwere Knieoperation“

Alter

Umzug vom Land in die Stadt

hohe Kosten

bei Kindern: strenge/demotivierende LehrerInnen in Turnen

„in den letzten Jahren funktioniert der Körper nicht mehr so“

„am Land hat man mehr Möglichkeiten sich in der Natur zu bewegen“

„Reiten gehen kann ich mir aktuell nicht leisten“

# DIE MOTIVATION FÜR SPORT UND BEWEGUNG



# DIE MOTIVATOREN, SICH ZU BEWEGEN/SPORT ZU BETREIBEN



## starker Effekt

1

Personen aus dem näheren Umkreis

2

Gesundheitsfaktoren/Steigerung des Wohlbefindens

3

die persönliche Erfahrung

4

(neue) Infrastruktur in der Nähe (z.B. Sportplatz, Freiflächen, Hallen etc.)

5

lokale Sportangebote, wie z.B. Vereine in der Nähe

6

einfache Anreise/genügend Parkplätze

7

Firmen-/Unternehmensaktivitäten: Angebote im Bereich Fitness, Bewegung

„habe gemerkt, dass es mir dadurch besser geht“

„bei mir im 16. gibt es viele Möglichkeiten“

„kann mir nicht vorstellen, im 1. Bezirk ein Fitnessstudio zu besuchen, wenn ich dort nicht parken kann“

„ich komme aus einer Zeit, wo Thomas Muster ein Idol war und man deshalb zum Tennis spielen begonnen hat, die Zeiten sind aber vorbei“

„das probiert man dann einmal und das wars“

8

Spitzensportler, Berichte in den Medien

9

Sport- und Bewegungsinitiativen, wie z.B. Tag des Sports

10

Modesportarten, z.B. Golf

11

Medien, Informationen, Veranstaltungen

# WIE GELINGT DIE KONSEQUENTE UMSETZUNG IM ALLTAG?



# DER PSYCHOLOGISCHE NUTZEN VON BEWEGUNG UND SPORT?



01

Durch Bewegung und Sport hat man das Gefühl, ausgeglichener zu sein. Das trifft vor allem auf Personen mit sitzenden Berufen zu. Man hat auch den Eindruck, dass Bewegung/Sport die Konzentrationsfähigkeit steigert.

Ausgeglichenheit

02

Nach dem man Bewegung/Sport gemacht hat, fühlt man sich stolz. Fitnesstracker, Schrittzähler etc. helfen, um seine Leistungen zu kontrollieren und steigern dieses Gefühl daher.

Stolz auf Erreichtes

03

Bewegung und Sport kann Spaß und Freude machen. Es ist daher notwendig, dass jeder für sich eine Sportart entdeckt, die er gerne macht.

Spaß/Freude

04

Einerseits bietet Sport/Bewegung eine gute Abwechslung zum Alltag. Andererseits gibt es sehr viele verschiedene Sportarten, die Abwechslung bieten.

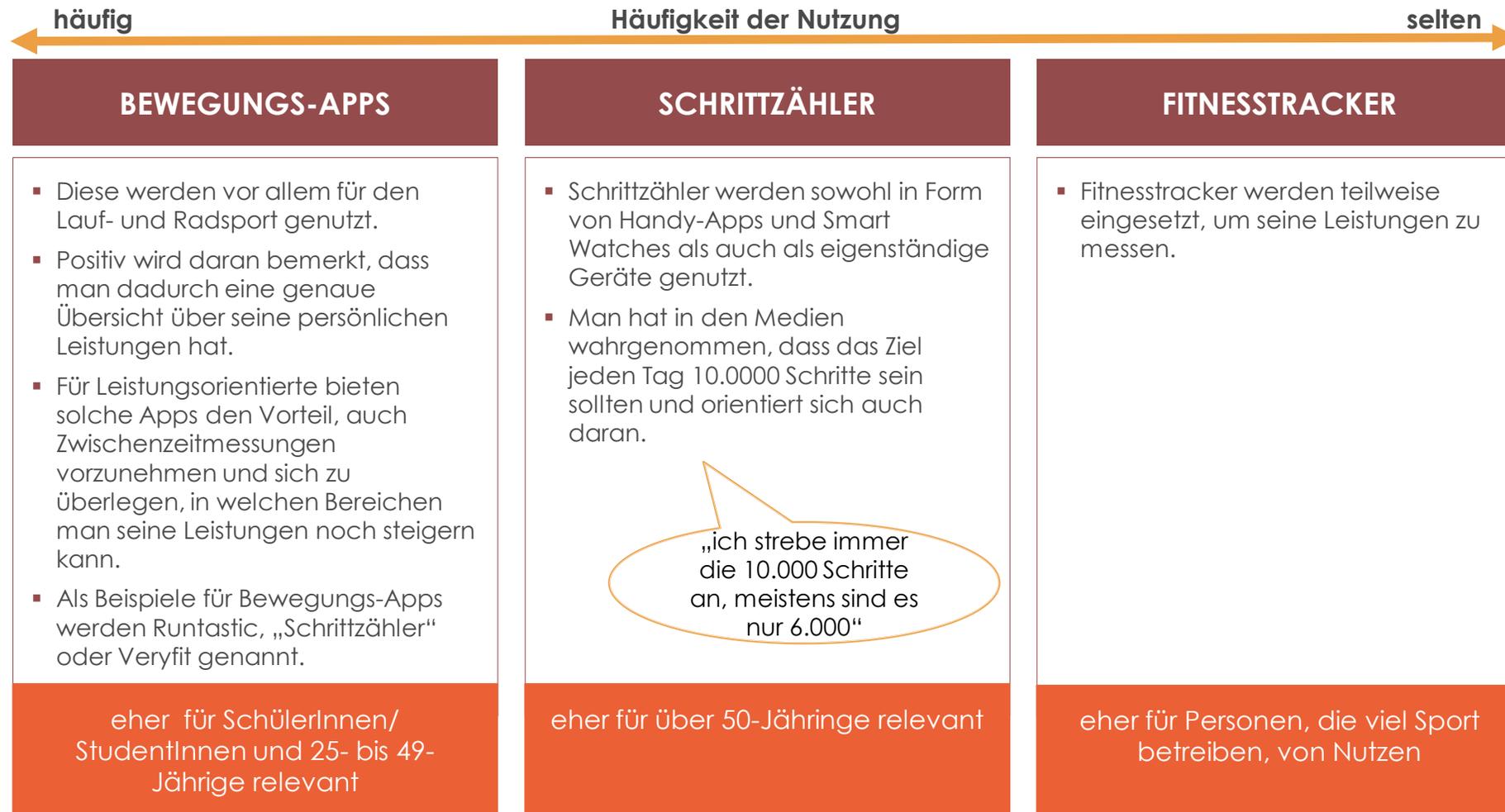
Abwechslung/  
Vielfalt

05

Einige Sportarten werden in Teams ausgeübt. Dadurch entsteht ein Gemeinschaftsgefühl/ Teamgefühl. Dadurch können auch soziale Kompetenzen gefördert werden.

Gemeinschafts-  
gefühl

# NUTZEN SIE PULSZÄHLER, SCHRITZÄHLER, BEWEGUNGS-APPS, FITNESSSTRACKER?



# DIE BARRIEREN FÜR SPORT UND BEWEGUNG IM ALLTAG



# WAS HINDERT DARAN SPORT ZU BETREIBEN?



„Verletzungen in der Vergangenheit“

„wenn man länger nichts macht und eingerostet ist“

„Ski fahren ist sehr teuer geworden“

„ich will keine Mitgliedschaft für 2 Jahre in einem Fitnessstudio abschließen“

„wenn man niemanden findet, der einen begleitet“

„wenn man Angst hat, sich wehzutun“

„dass man faul ist und sich nicht motivieren kann“

„wenn man verkühlt ist“

„wenn es mir psychisch nicht so gut geht ist es eine Riesenüberwindung, bin dann müde und ärgere mich, wenn ich schlecht geschlafen habe“

„wenn es eiskalt ist oder draußen schüttet, kostet mich das schon eine Überwindung“

„wenn es zu heiß ist im Sommer“

„12 Stunden Arbeitstag“

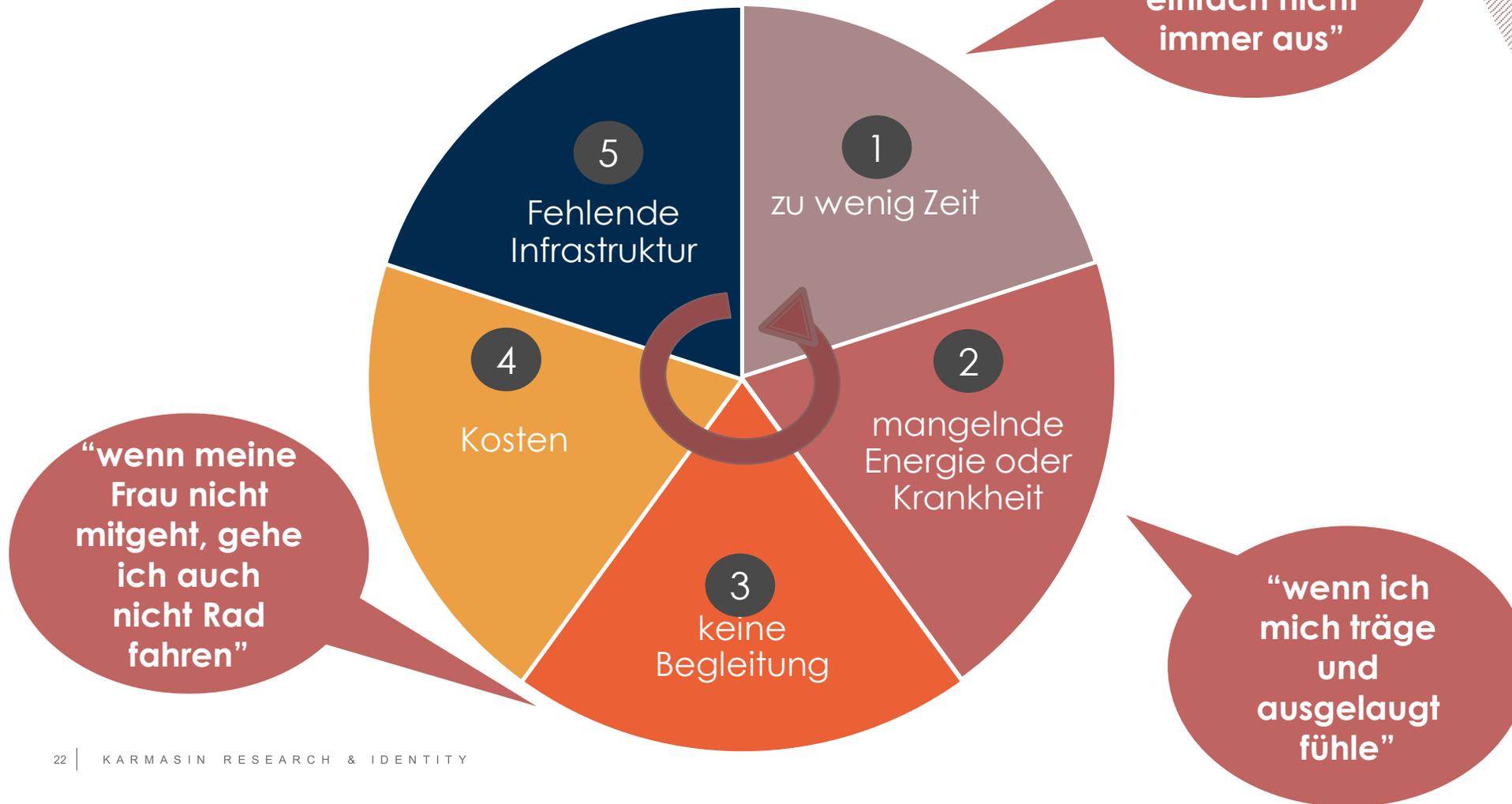
„wenn man spät von der Arbeit nach Hause kommt“

„zu lange Anfahrt zum Fitnessstudio als ich Matura gemacht habe“

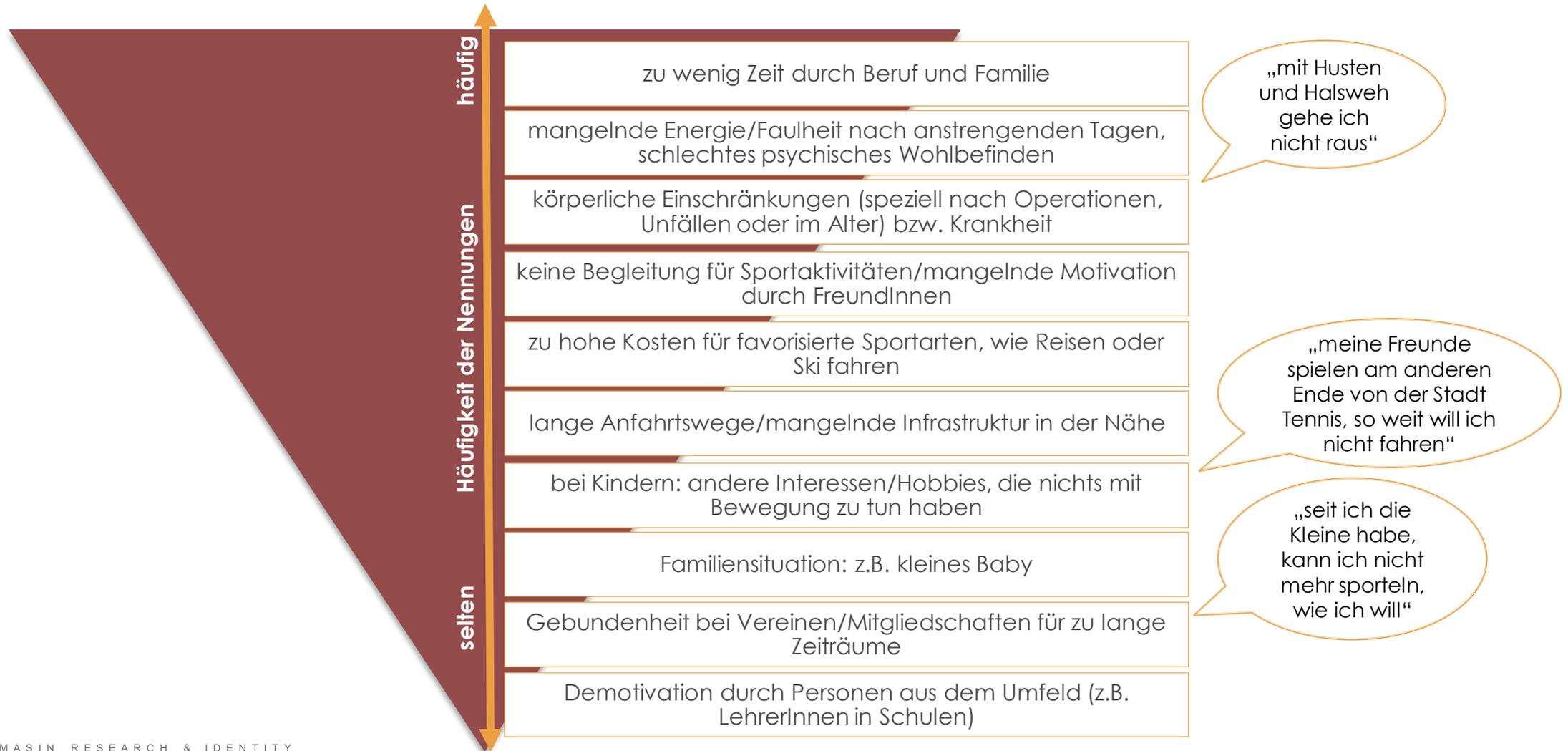
„wenn ich beruflich viel im Ausland unterwegs bin“



# NEGATIVE EINFLUSSFAKTOREN IM ALLTAG



# BARRIEREN FÜR DIE ALLTÄGLICHE BEWEGUNG





# GESCHLECHTERUNTERSCHIEDE

## in Bezug auf Barrieren

### **Wettbewerb ist unterschiedlich besetzt**

- Für Mädchen und weibliche Teenager spielt die Freude am Wettkampf und Wettkampf generell eine geringere Rolle als bei Burschen.
- In manchen Fällen fühlen sich Mädchen sogar von zu starkem Wettbewerb und damit verbundene Sportarten abgestoßen.

### **Körpernormen und Schönheitsideale für Mädchen restriktiver**

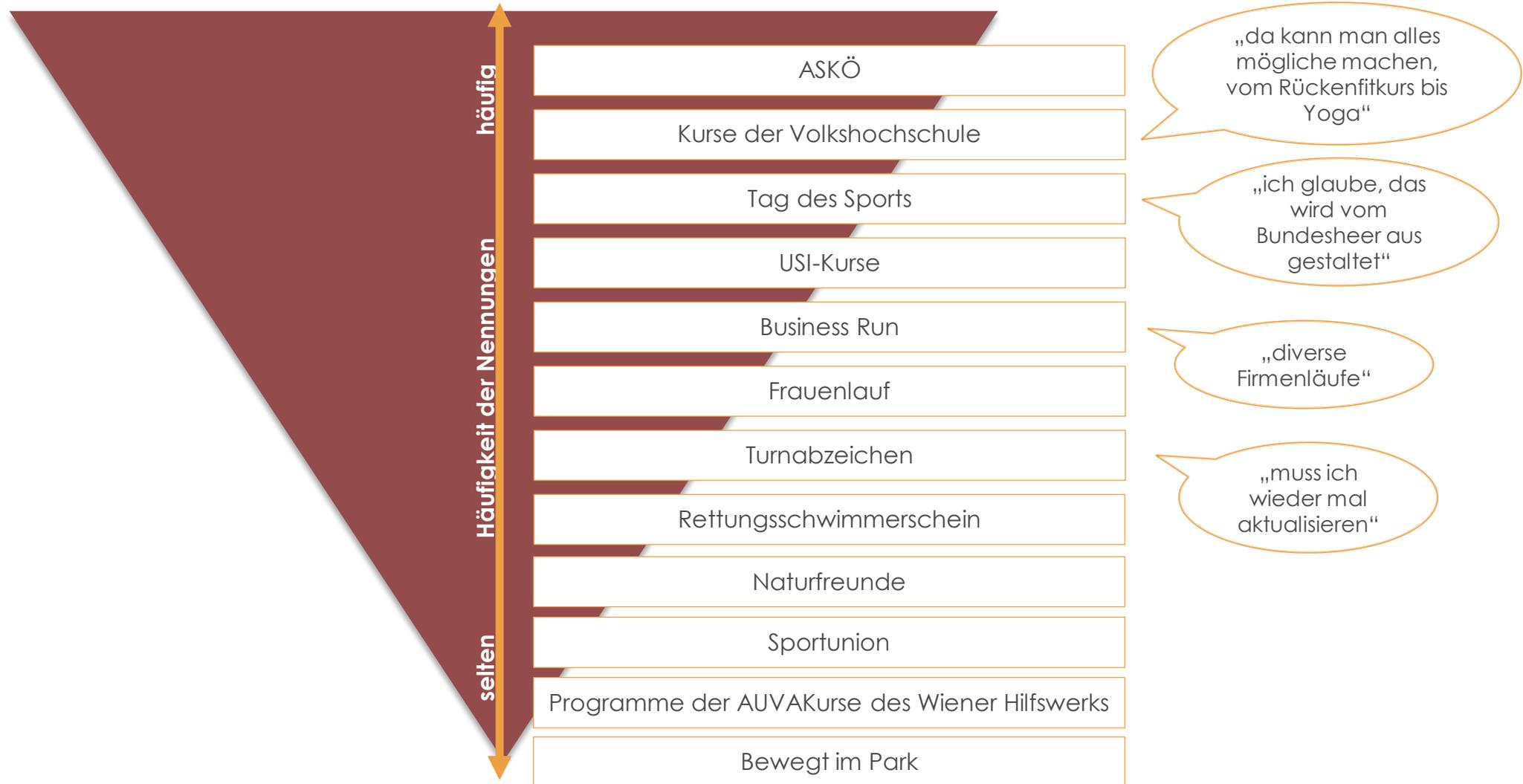
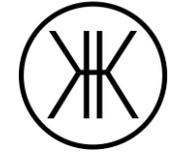
- Gerade für Mädchen in der Pubertät ist es wichtig, den „richtigen“ Körper zu haben und zu zeigen.
- Auf der anderen Seite hemmt aber auch genau dieser Aspekt manche, weiter Sport zu betreiben.



# BEURTEILUNG DIVERSER MAßNAHMEN UND PROGRAMME



# BEKANNTHEIT SPORTVEREINE UND PROGRAMME: SPONTAN





# DIE ERFAHRUNGEN MIT SPORTVEREINEN (1)

## POSITIV

häufig  
Häufigkeit der Nennungen  
selten

gemeinsame Ziele

„die Gemeinschaft hat mir als Kind total gut gefallen, man hatte Freunde in der Schule und dann noch Freunde im Verein“

Gemeinschaftsgefühl (vor allem für Kinder) – man teilt eine gemeinsame Begeisterung

„man ist unter Leuten und kann gemeinsam seine Begeisterung teilen“

gesellschaftlicher Nutzen in kleinen Orten: schafft Zusammengehörigkeit/Identität

Kontakte, die man knüpft (z.B. auch bei Ausflügen, Turnieren)

Möglichkeit, verschiedene Städte/Länder zu bereisen

„mit dem Judo-Verein waren wir auch schon in Kroatien“

# DIE ERFAHRUNGEN MIT SPORTVEREINEN (2)



## NEGATIV

Häufigkeit der Nennungen  
↑ häufig  
↓

- hohe Mitgliedsbeiträge (z.B. Reiten, Tennis, Fitnessstudio)
- geschlossene Gruppen (für Neulinge schwierig sich zu integrieren)
- Zeitfaktor, da man sich für den Verein engagieren muss
- spezielles Klientel in bestimmten Bezirken in Wien

Häufigkeit der Nennungen  
↑  
↓ selten

- Mobbing
- Freunderlwirtschaft: Man muss jemanden kennen, um Mitglied zu werden
- keine pädagogisch ausgebildeten TrainerInnen
- keine pädagogisch ausgebildeten Trainer

„im Fußballverein war man nur auf Buben fixiert, meine Kleine hatte keine Chance, dann kam das Alter, als sie aufgehört hat“

„umso größer der Verein, desto schwieriger. Wir waren mit meinem Sohn bei Rapid, dann kam die Frage: Wen kennen Sie?“

„im 16. Bezirk in Wien würde ich in keinen Verein gehen, da laufen nur grindige Typen herum“



Wie könnte man Vereinssport attraktiver machen?

# IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (1)



1

## ÜBERSICHTLICHE WEBSITE



- Kommunikation von Vereinen spielt eine wesentliche Rolle
- auf der Website holt man sich einen ersten Eindruck
- man erwartet sich einen attraktiven Web-Auftritt mit vielfältigen Informationen
- die An- und Abmeldung sollte online möglich sein

„es gibt viele veraltete Websites“

2

## GERINGE BZW. KEINE KOSTEN



- hohe Mitgliedschaftsbeiträge schrecken Interessenten ab
- man wünscht sich zudem, dass es keine allzu lange Bindungsdauer für die Mitgliedschaft gibt

„Kosten sind ein Thema“

3

## UHRZEITEN VON KURSEN AUF ZIELGRUPPEN ABSTIMMEN



- die Zeiten von Kursen müssen mit dem individuellen Alltag vereinbar sein
- Kurse mitten am Nachmittag sprechen Personen, die arbeiten, nicht an

„kein Mensch hat um 14 Uhr Zeit für Zumba“

# IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (2)



4

## FLEXIBILITÄT



- man soll sich für Kurse auch spontan an- oder abmelden können
- man hat die Erfahrung, je größer ein Verein ist, desto unflexibler ist dieser

„bei kleinen Vereinen kann man über individuelle Probleme sprechen“

5

## AUF VEREINE BEREITS IN SCHULEN/KINDERGÄRTEN AUFMERKSAM MACHEN



- das Interesse an Vereinen bereits im Kindesalter wecken
- Vereinstätigkeiten in Freistunden oder direkt nach der Schule anbieten, um auch Eltern zu entlasten (Infrastruktur in Schulen ist vorhanden)

„Schulen sollen Vereine integrieren“

6

## PROBESTUNDEN IN VEREINEN ANBIETEN



- kostenlose Probetrainings anbieten
- Tage der offenen Tür veranstalten
- Möglichkeiten bieten, um herauszufinden, welche Sportart Spaß macht

„gratis Probestunden“

# IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (3)



## 7 WENIGER LEISTUNGS- STÄRKER HOBBYORIENTIERT



- Profivereine verfolgen klare Ziele
- Leistung steht im Vordergrund
- viele ProbandInnen möchten Sport machen, aber keinen Leistungsdruck verspüren

„keinen enormen Leistungsdruck ausüben“

## 8 STÄRKER AUF DEN SOZIALEN ASPEKT SETZEN



- kommunizieren, dass Sportvereine eine gute Möglichkeit sind, um mit anderen Personen Kontakte zu knüpfen

„wenn ich nach Wien ziehe und niemanden kenne, ist das eine gute Möglichkeit Freunde zu finden“

## 9 PRÄSENZ IN SOZIALEN MEDIEN



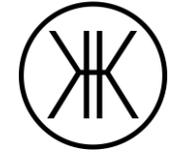
- auf YouTube oder Facebook Imagefilme zeigen über Vereine, damit man sich einen Eindruck über die Infrastruktur und die Vereinsmitglieder machen kann

„Influencer berichten über Vereine“

# PROGRAMME UND SPORTABZEICHEN



# ABFRAGE BEKANNTHEIT UND INTERESSE PROGRAMME UND ABZEICHEN



Es wurden verschiedene Programme und Abzeichen (Logo+Beschreibung) vorgelegt:



Österreichisches  
Sport- und  
Turnabzeichen  
ÖSTA



Österreichisches  
Schwimmabzeichen  
ÖSA

kein  
Logo

Kinder gesund  
Bewegen 2.0



Tag des Sports



Bewegt im Park

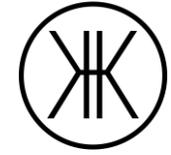


FitSport Austria

## Ablauf:

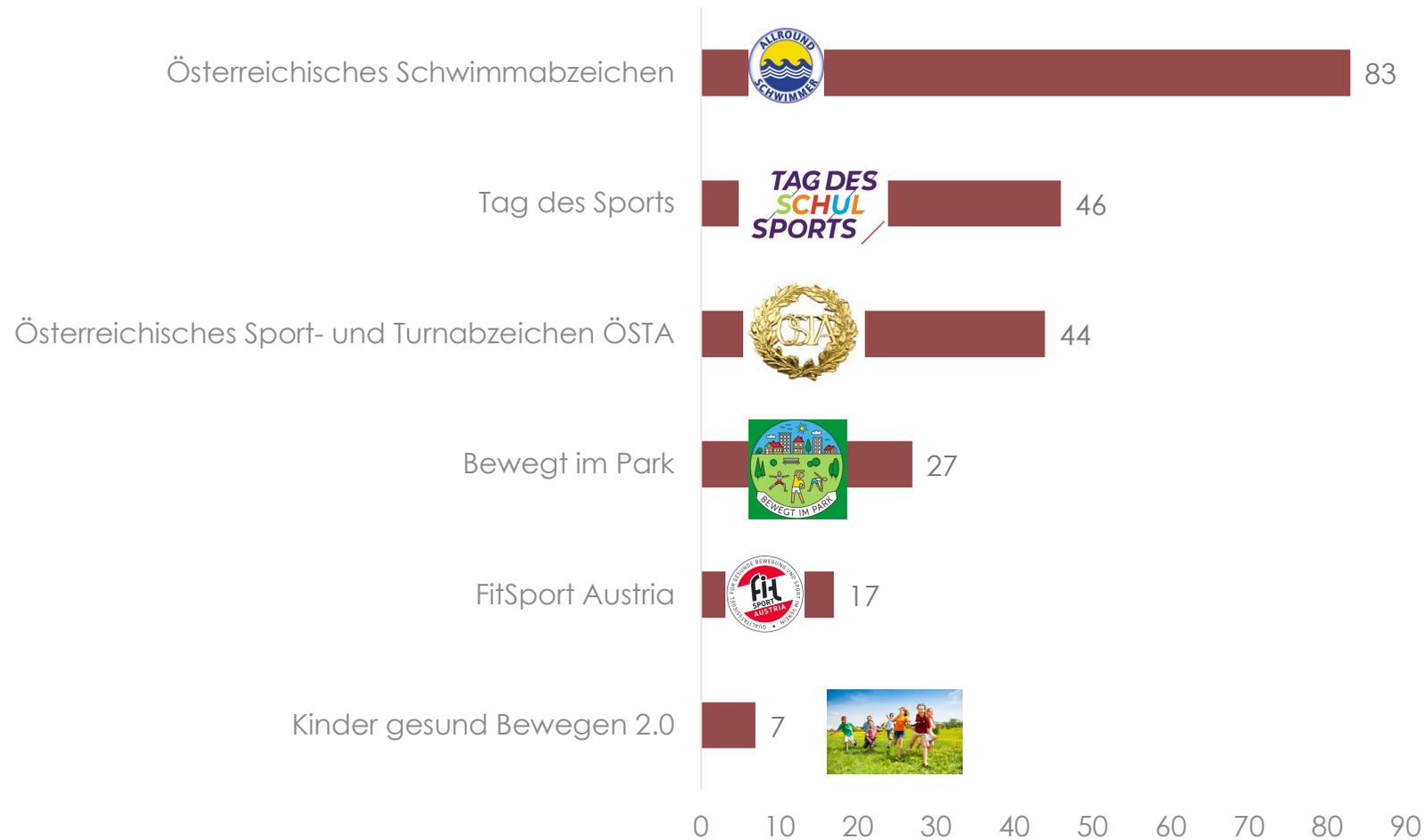
- 1.) Die Teilnehmer gaben anhand eines Selbstausfüllers an, ob sie diese kennen und wie interessant diese für sie persönlich sind.
- 2.) Anschließend wurde (unabhängig davon, ob man diese kennt) erhoben, was sie mit den einzelnen Programmen und Abzeichen spontan verbinden.

# VORGELEGTE LOGOS UND BESCHREIBUNGEN IM DETAIL



	<p><b>Österreichisches Sport- und Turnabzeichen ÖSTA</b></p>	<p>Das Sport-Leistungsabzeichen der Republik Österreich für Breitensportler.</p>
	<p><b>Österreichisches Schwimmabzeichen ÖSA</b></p>	<p>Das Schwimmabzeichen für bestimmtes Können von Kindern und Erwachsenen.</p>
<p>Kein Logo</p>	<p><b>Kinder gesund Bewegen 2.0</b></p>	<p>Das Programm der Sportverbände zur Hebung der sportlichen Aktivität in Schulen. Es kommen Trainer der Sportvereine in die Schulen.</p>
	<p><b>Tag des Sports</b></p>	<p>Die größte Sportshow Europas. Hier stellen Vereine und Verbände ihre Sportarten vor.</p>
	<p><b>Bewegt im Park</b></p>	<p>Ein gratis Bewegungsangebot im Sommer quer durch Österreich, bei dem sich jedermann an verschiedenen Orten zu unterschiedlichen Sportaktivitäten gemeinsam bewegen kann.</p>
	<p><b>FitSport Austria</b></p>	<p>Eine gemeinnützige GmbH der Dachverbände in der gemeinsam für Sport geworben und Sportangebote gemeinsam zur Verfügung gestellt werden.</p>

# BEKANNTHEIT PROGRAMME UND ABZEICHEN

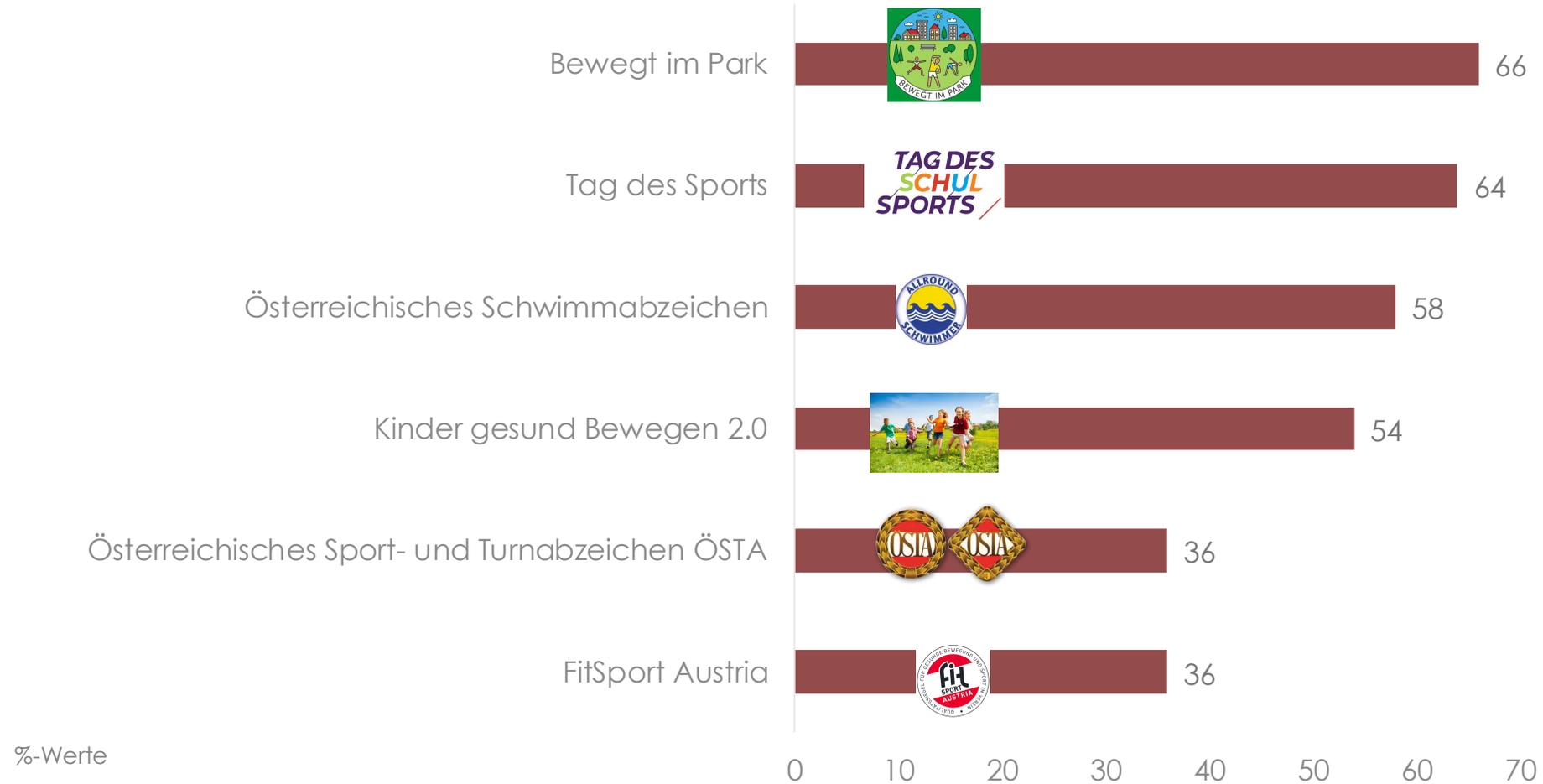
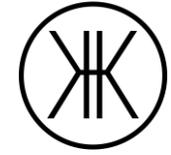


%-Werte

n=80

Das Österreichische Schwimmbadabzeichen hat die höchste Bekanntheit unter den Befragten.

# INTERESSE AN DEN PROGRAMMEN UND ABZEICHEN NACH VORLAGE



Bewegt im Park und der Tag des Sports erregen am meisten Interesse.

# ASSOZIATIONEN (1)



„Schwimmabzeichen  
kenne ich und habe  
ich, müsste es mal  
wieder erneuern, auch  
wegen meinem Beruf“

„kenne  
Rettungs-,  
Allround- und  
Freischwimmer“

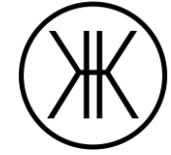
„schön, so etwas in  
der Hand zu halten,  
wenn man die  
Prüfung geschafft  
hat“

„für Kinder ist es  
wichtig zu wissen,  
dass sie beim Sport  
gut sind“

„hat es zu  
meiner Zeit  
schon  
gegeben“

**TAG DES**  
**SCHUL**  
**SPORTS** /

# ASSOZIATIONEN (2)



„ich glaube, das hat mein Papa gemacht, weil der hat trainiert, damit er die Runde mit 800m im Stadion schafft“

„mich persönlich interessiert Leichtathletik nicht so sehr“



„hier geht es nur um Spaß, nicht um Leistung“

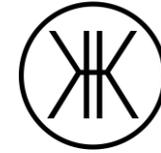
„bei mir um die Ecke gibt es Sportangebote im Park, ich weiß aber nicht, ob das über Bewegt im Park ist“

„kenne solche Aktionen von Shanghai, von 6-8 Uhr machen die Qigong im Park, das wäre auch für Österreich was, vielleicht im Burggarten oder Volksgarten“

„da mache ich wieder mit, habe in Ottakring bei Zumba mitgemacht, habe mich ganz hinten hingestellt, weil lauter junge Leute dabei waren“

„gut für Menschen, die einsam sind, weil sie so die Chance haben, sich mit anderen gemeinsam zu bewegen“

# ASSOZIATIONEN (3)



„für Kinder ist das sicher sehr motivierend“

„ich habe auch versucht meinen Kindern alle möglichen Sportarten beizubringen, das macht Sinn“

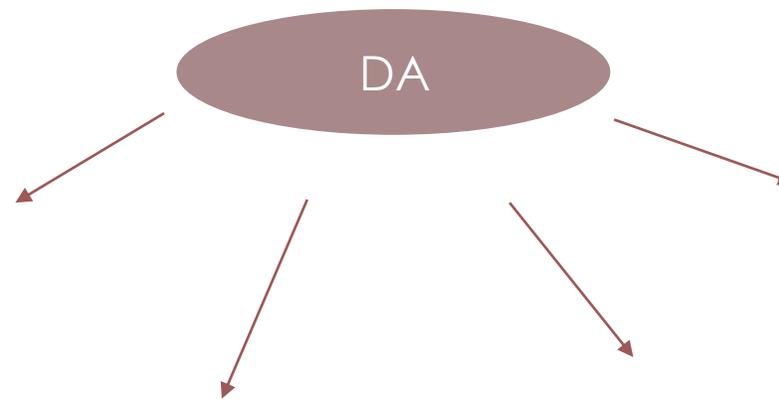


„kenne ich nicht“



# BEWERTUNG PROGRAMME UND ABZEICHEN

Generell werden Programme und Abzeichen sehr positiv von den ProbandInnen wahrgenommen. Man glaubt, dass diese besonders motivierend für Kinder sind.



...diese stolz sind, wenn sie etwas in der Hand halten, das ihre Leistungen bestätigt (z.B. Schwimlabzeichen)

...dabei in Gemeinschaft Sport ausgeübt wird

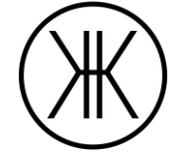
...sie sich dadurch mit anderen messen können (z.B. Schulsporttag)

...sie dadurch verschiedene Sportarten ausprobieren können und herausfinden, was ihnen Spaß macht

# ZUKÜNFTIGE PROGRAMME



# WIE GUT FÜHLEN SIE SICH ÜBER BEWEGUNGSPROGRAMME/ SPORTVEREINE INFORMIERT?



Man nimmt aktuell sehr viel Werbung für Fitnessstudios wahr,

ABER

über Sportvereine speziell für Erwachsene fühlt man sich nicht sehr gut informiert.

Einige sind der Meinung, dass es sich dabei um eine Holschuld der KonsumentInnen handelt, wenn sie nähere Informationen darüber wünschen.

„wenn ich was wissen will, muss ich recherchieren“

Andere finden hingegen, dass man zumindest darauf aufmerksam gemacht werden sollte, wie dies bei Fitnessstudios auch ist. Ob man sich danach näher informiert, obliegt jedem selbst.

„aber eigentlich sollte es dazu zumindest Plakate geben, wie das auch bei Fitnessstudios ist“

# INVESTIERT DER STAAT MEHR ODER WENIGER IN SPORTFÖRDERUNG ALS IN KULTUR?



Man hat den Eindruck, dass der Staat aktuell mehr in Kultur als Sportförderung investiert,

DENN

...das Kulturprogramm in Österreich ist sehr vielfältig

...die Erhaltung vom Kulturprogramm schätzt man als aufwendiger ein



„für Kinder gibt es genug, für Erwachsene eigentlich nicht“

Die Befragten haben das Gefühl, dass im Sportbereich kaum Förderungen für Erwachsene existieren

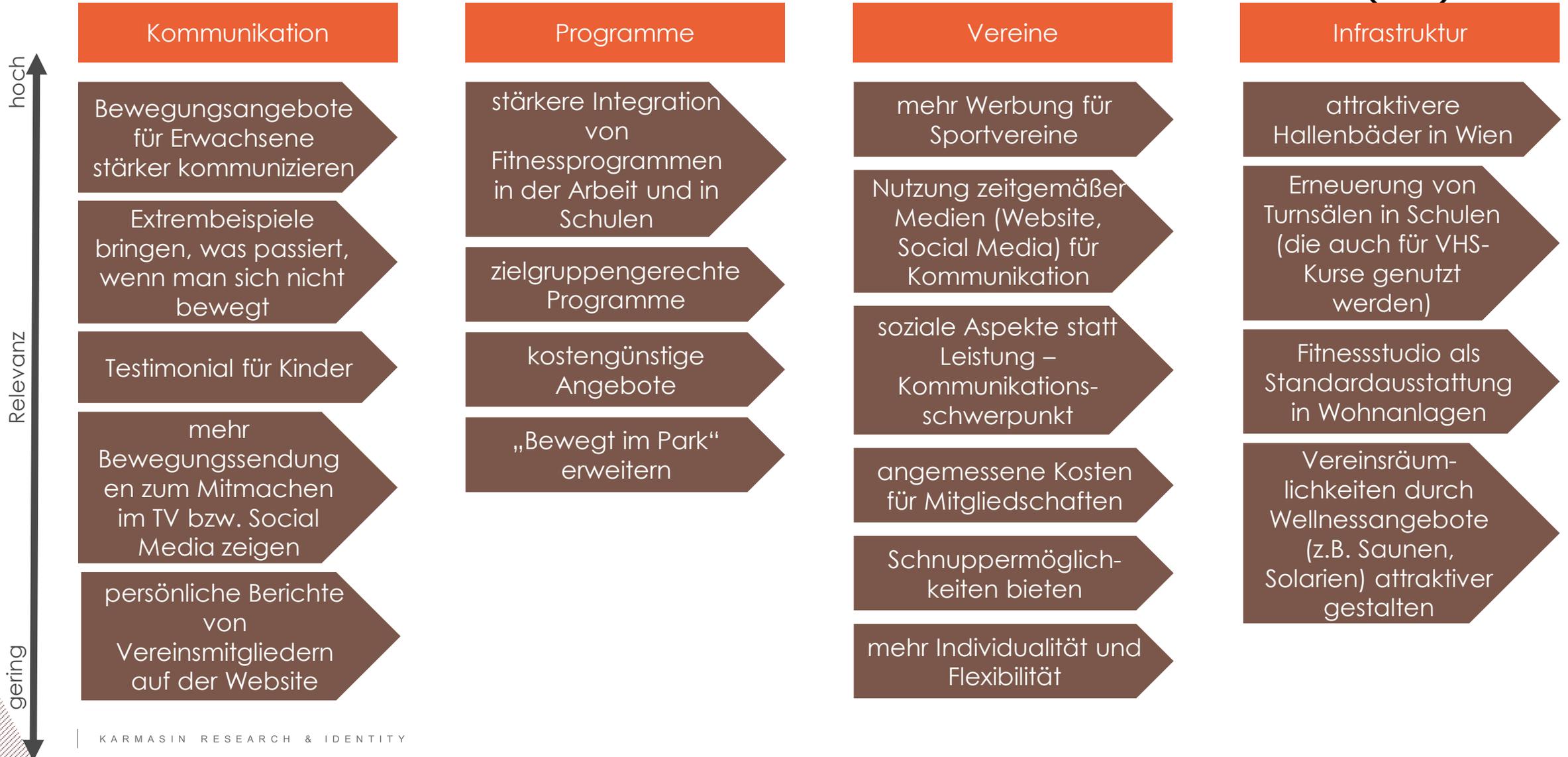


Mit dem Angebot für Kinder ist man zufriedener

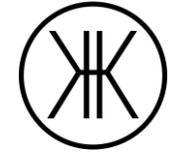
# ANREIZE UND UNTERSTÜTZUNG FÜR MEHR BEWEGUNG IM ALLTAG



# ANREIZE UND UNTERSTÜTZUNG FÜR MEHR BEWEGUNG IM ALLTAG (1)



# BEWERTUNG VON IDEEN, UM BEWEGUNG IM ALLTAG ZU FÖRDERN (1)



Bewegung auf Krankenschein: Arzt „verschreibt“ gratis Bewegung in einem Sportverein

Diese Idee sollte laut Meinung der meisten Befragten nicht weiterverfolgt werden,

DA

„es löst nicht mein Problem – ich muss trotzdem 3 Stunden dafür einkalkulieren mit Hin- und Zurückfahren, ich habe die Zeit nicht“

...viele Barrieren dadurch nicht bewältigt werden (z.B. Zeitthema oder mangelnde Motivation)

...die Kosten dafür für den Staat zu hoch sind

...Fitnessstudios/Bewegungsprogramme dann überlaufen wären

# BEWERTUNG VON IDEEN, UM BEWEGUNG IM ALLTAG ZU FÖRDERN (2)



 Arbeitgeber bieten z.B. 30 Minuten Bewegung im Unternehmen in der Arbeitszeit an



Diese Idee wird positiv empfunden,

DA

„ginge schnell und einfach – wäre super statt Rauchpausen“

...die Umsetzung zeiteffizient ist

...neben dem körperlichen Wohlbefinden auch das geistige Wohlbefinden (Konzentration) gesteigert wird

„das wäre super, weil man sich anschließend auch wieder besser konzentrieren kann“

# FAZIT



# FAZIT (1): „SPORT“ UND „BEWEGUNG“



- Die Begriffe „Sport“ und „Bewegung“ werden sehr differenziert betrachtet.
- Während Sport für Anstrengung, Leistungsorientierung und gezielte Aktivitäten in einer bestimmten Zeit steht, wird Bewegung mit Gemütlichkeit, Spaß und Integration in den Alltag verbunden.
- Aber sowohl „Sport“ als auch „Bewegung“ implizieren eine Steigerung des Wohlbefindens, sowie Gesundheit. Zudem kann beides in Gemeinschaft ausgeübt werden.



- Achtung in der Kommunikation, welche Begriffe verwendet werden.
- **Ältere und weniger aktive Personen, auch Frauen stärker über den Begriff „Bewegung“** ansprechen, um diese nicht zu überfordern .
- **Mit jüngeren Aktiven stärker über „Sport“ und Leistungsorientierung** kommunizieren.
- Für Kinder die Begriffe „Sport“ und „Bewegung“ mit Spaß und Gemeinschaft in Verbindung bringen.

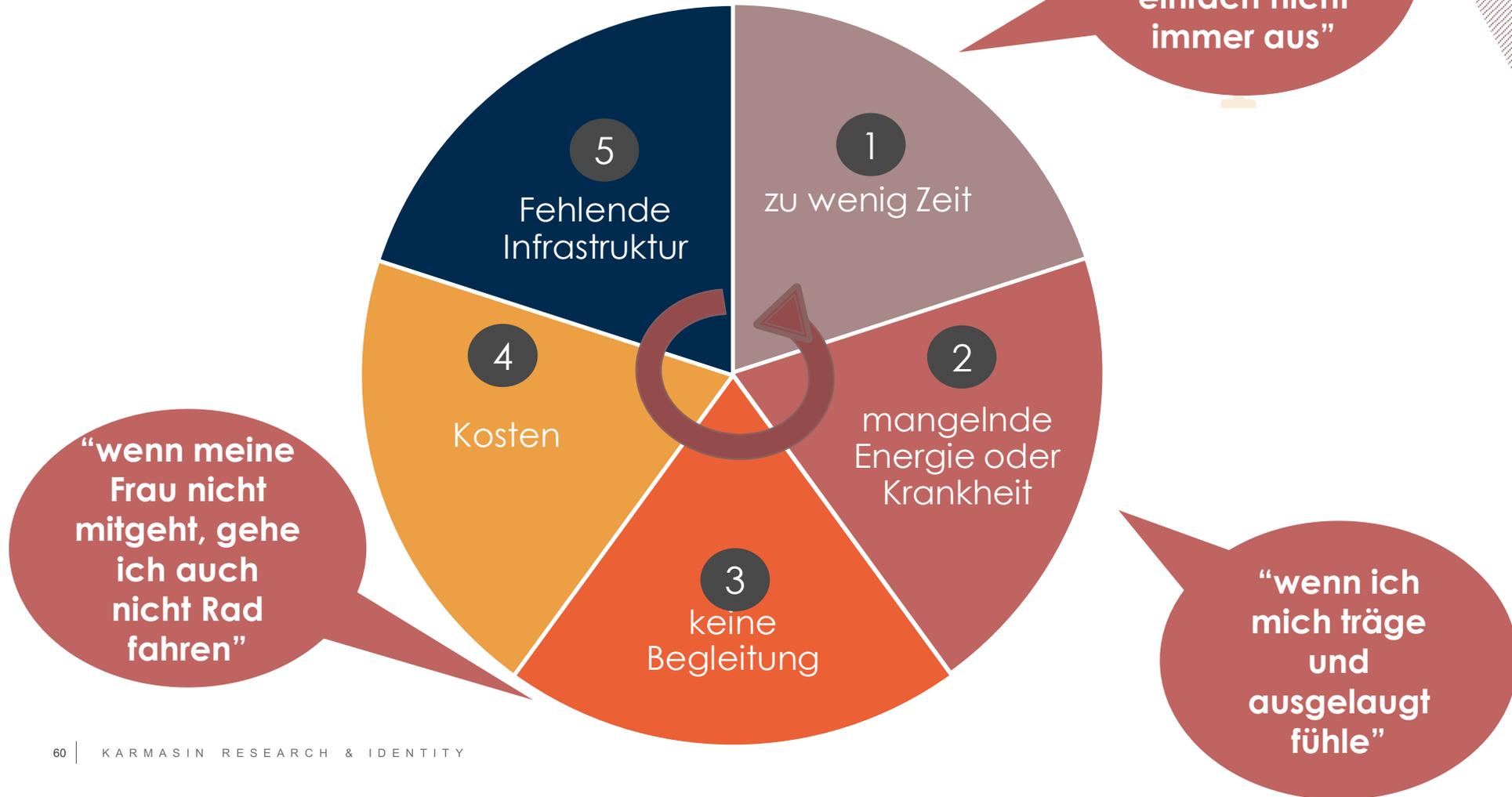
# FAZIT (2): MOTIVATOREN FÜR VERÄNDERUNG DES BEWEGUNGSVERHALTENS



Primär ausschlaggebende Faktoren für die Veränderung des Bewegungsverhaltens sind das **soziale Umfeld und die Steigerung der Gesundheit** bzw. des persönlichen Wohlbefindens.

1. Menschen aus dem näheren Umkreis haben nicht nur als Vorbilder, sondern auch als alltägliche UnterstützerInnen eine wichtige **Funktion als Auslöser für mehr oder weniger** Sport und Bewegung. Durch Teamsport entsteht in weitere Folge ein **Gemeinschaftsgefühl**, das vor allem für Kinder besonders wichtig ist. Wenn Bewegung bzw. Sport gemeinsam gemacht wird, hat man mehr **Freude** daran. Das trifft bereits im Kindesalter zu. Der Effekt der Gemeinschaft und Gruppenbildung hat eine wichtige Funktion bei der langfristigen Motivation für Sport.
2. Die wahrgenommenen Effekte von Bewegung und Sport sind mannigfaltig und wirken sich nicht nur **positiv auf den Körper**, sondern auch auf die **psychische Gesundheit** aus. Nach körperlichen Aktivitäten hat man das Gefühl, ausgeglichen zu sein. Man ist **stolz** auf Erreichtes. Weiters bieten Bewegung und Sport **Spaß/Freude** und Abwechslung/Vielfalt. Diese positiven Erfahrungen wirken besonders motivierend.
3. Einfach im Alltag **nutzbare Sport- und Bewegungsangebote und -programme** sind sehr wertvoll, um Bewegung und Sport konsequent in den Alltag zu integrieren: (neue) Infrastruktur, attraktive Sportvereine, einfache Erreichbarkeit und Unternehmensangebote.
4. Weniger Effekt besitzen: Berichte über Spitzensportler, Modesportarten oder einmalige Sportprogramme und Veranstaltungen.

# NEGATIVE EINFLUSSFAKTOREN IM ALLTAG





# FAZIT (3): DIE BARRIEREN

- Die Barrieren für Sport und Bewegung im Alltag sind vielfältig.
- In erster Linie nennen berufstätige Erwachsene zu wenig Zeit (aufgrund der Familie oder des Jobs), aber auch mangelnde Energie als Hauptbarrieren. Hier geht es stark um das Überwinden eigener Bequemlichkeit und Gewohnheiten.
- Ältere klagen häufig über körperliche Einschränkungen, die dazu führen, dass Sportarten nur noch beschränkt ausgeübt werden können.
- Teilweise gibt man auch an, keine passenden FreundInnen/KollegInnen zu haben, die ebenfalls für Sport motiviert wären.
- Favorisierte Sportarten sind in Einzelfällen auch mit hohen Kosten verbunden.
- Fehlende oder veraltete Infrastruktur und/oder Vereine sind ebenfalls ein Hemmfaktor.

# FAZIT (4): ANSATZPUNKTE FÜR VERÄNDERUNG DES BEWEGUNGS-VERHALTENS(1)



- 
1. Stärkeres Bewusstmachen und **Nutzen der wahrgenommenen Effekte** von Sport und Bewegung auf Körper, Psyche, Wohlbefinden in der Kommunikation helfen beim Umstieg. In der Kommunikation der Themen Bewegung und Sport nicht nur auf körperliche Benefits, sondern auch auf die **Steigerung des psychischen Wohlbefindens hinweisen**.
  2. **Neue Bewegungssendungen zum Mitmachen entwickeln. Spezielle Testimonials für Kinder einsetzen.**
  3. Als Anerkennung für erreichte Ziele könnten **Belohnungen** angeboten werden, die jenseits finanzieller Anreize liegen( z.B. Maßnahmen für die Umwelt – Bäume setzen für verlorene Kilos oder bestimmte Anzahl an Kilometern, die man mit dem Rad fährt), um die Motivation und das Zusammengehörigkeitsgefühl der TeilnehmerInnen noch weiter zu stärken. Feedback ist in diesem Zusammenhang sehr wichtig: der Einsatz von Bewegungs-Apps, Fitnessstracker etc. zeigen **Leistungen auf und machen stolz**.
  4. **Eltern aufzeigen**, welche positiven Auswirkungen Bewegung und Sport auch auf schulische Leistungen von Kindern haben können, da dadurch die Konzentration gesteigert wird.

# FAZIT (4): ANSATZPUNKTE FÜR VERÄNDERUNG DES BEWEGUNGS-VERHALTENS (2)



- 
5. Die **sozialen Effekte und Motivatoren** sind ein wesentliches Instrument, um für Bewegung und Sport zu begeistern und sollten stärker genutzt werden. Die Freude an Bewegung und Sport über **den Wert „Gemeinschaft“** stärken. Mehr Angebote/**Möglichkeiten für gemeinsame Aktivitäten** (z.B. Laufrunden, Skiausflüge etc.) anbieten. **Zielgruppengerechte Programme**, bei welchen sich Gleichgesinnte (z.B. SeniorInnen) treffen, um am selben Niveau zu starten. Wichtig sind die **gemeinschaftlichen „Fixtermine“**, wodurch man förmlich dazu gezwungen wird. Es fällt dadurch auch leichter, den „inneren Schweinehund“ zu überwinden. Organisieren von Gemeinde **Challenges** oder Wettbewerben einer bestimmten Gruppe.
  6. **Flächendeckende (attraktive) Infrastruktur und Vereine** sind wesentliche Instrumente zur Förderung von Bewegung und Sport (Schulturnsäle besser nutzen und modernisieren, Hallenbäder erneuern).
  7. **Stärkere Integration von Fitnessprogrammen in der Arbeit und in Schulen** (z.B. 20-30 Minuten bezahlte Zeit für Turnübungen/gemeinsame Spaziergänge, Sportprogramm in Schulen erweitern etc.).

# FAZIT (5): DIE AUSLÖSER



- Verschiedene Situationen oder Lebensumstände haben sehr positiven Einfluss auf das Bewegungsverhalten:
  - FreundInnen entscheiden sich für mehr Bewegung
  - Gewichtsziele/Abnehmen
  - Ärztlicher Rat, Empfehlung
  - Gutscheine, Aktionen Fitnessstudios, Vereine



- Freunde werben Freunde Aktivitäten aufsetzen
- Kooperation mit Ärzten
- Aktionen und Promotions mit Sportvereinen entwickeln



# FAZIT (6): SPORTVEREINE

- An Sportvereinen schätzt man die gemeinsamen Ziele. Die Mitgliedschaft in einem Verein erzeugt zudem ein Gemeinschaftsgefühl, das vor allem für Kinder wichtig ist. Aus diesem Grund nehmen Vereine in kleinen, ländlichen Orten eine sehr wesentliche Bedeutung ein.
- Negativ werden hohe Mitgliedsbeiträge, lange Bindungen bei Mitgliedschaften, aber auch geschlossene Gruppen (in die man schwer „aufgenommen“ wird) genannt. Auch der Zeitfaktor spielt eine Rolle.
- Man nimmt kaum Werbungen von Sportvereinen wahr. Sportvereine wirken im Vergleich zu Fitnessstudios daher etwas „verstaubt“.

- 
- Die **Bedeutung von Vereinen neu** aufladen. **Sportvereine besser und attraktiver bewerben** (vor allem für Erwachsene). Webseiten zeitgemäß und übersichtlich gestalten.
  - **Schnuppermöglichkeiten**, Tage der offenen Tür anbieten. Möglichkeiten bieten, um auch **neue Sportarten** (ev. auch in einem Verein) auszuprobieren (z.B. in Form von einem Tag der offenen Tür oder Probetrainings).
  - Nutzung **zeitgemäßer Medien** für die Kommunikation (z.B. An- und Abmeldung muss über Website möglich sein).
  - Als Kommunikationsschwerpunkt: **Gemeinschaft statt Leistung**.
  - Angemessene **Kosten** für Mitgliedschaften.
  - Stärker auf **Individualität und Flexibilität setzen** (z.B. Trainingszeiten, An- und Abwesenheit).
  - **Genutzte Infrastruktur modernisieren**
  - **Vereinsräumlichkeiten** durch Wellnessangebote (z.B. Saunen, Solarien) verbessern.

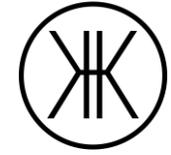
# FAZIT (7): BEWEGUNGSPROGRAMME UND ABZEICHEN



- Bewegungsprogramme und Abzeichen werden sehr positiv bewertet und haben Potential, noch zielgruppenspezifischer eingesetzt zu werden. Man glaubt, dass diese speziell für Kinder motivierend sein könnten, da Kinder gerne ihre Leistungen unter Beweis stellen.
- Die Bekanntheit der abgefragten Bewegungsprogramme und Abzeichen sind teilweise ausbaubar.
- Das Österreichische Schwimmbadabzeichen ist am bekanntesten, gefolgt vom Tag des Sports und dem Östa.
- Am attraktivsten werden der Tag des Sports, aber auch Bewegt im Park, bewertet.



- Bekanntheit von attraktiven Angeboten, wie Tag des Sports und Bewegt im Park steigern und ausbauen.
- Wissen über einzelne Bewegungsprogramme und Abzeichen stärker kommunizieren.
- Neue zielgruppenspezifische Programme entwickeln.



# MASSNAHMEN AUF EINEN BLICK

01

Inszenieren der Glücksmomente bei Bewegung / Sport

Aber auch: was passiert, wenn man sich nicht bewegt

Persönliche Erfahrungsberichte nutzen

Eltern in ihrer Vorbildrolle unterstützen

Bewegung als Lebensgefühl kommunizieren

02

Vereine im Image modernisieren

stärker bekannt machen

Digitale Medien (besser) nutzen

leichter zugänglich machen

Infrastruktur ausbauen

Vereine aufwerten

03

Motivations- und Mitmachsendungen

Feedback, BelohnungsAPP und ErinnerungsAPP, Schrittzähler nutzen

Rituale, Fixtermine in Schulen, Unternehmen

Bewegungsangebote in Unternehmen: bezahlte Zeit für Turnübungen

Die alltägliche Erinnerung und Feedback

04

Möglichkeiten für gemeinsame Aktivitäten und Zielgruppen entwickeln (z.B. Laufrunden, Skiausflüge etc.) anbieten.

Role Models/Vorbilder für Zielgruppen, Kinder identifizieren und nutzen

Gemeinschaft und Role Models nutzen

05

Bekanntheit attraktiver Angebote wie „Bewegt im Park“ steigern

Schwimmabzeichen und Tag des Sports als Plattform nutzen, Bekanntheit ausbauen

Bewegungsprogramme ausbauen

# ZIELGRUPPEN





# STUDENTINNEN/SCHÜLERINNEN

1. StudentInnen/SchülerInnen haben tendenziell mehr Zeit für Sport als Personen, die arbeiten.
2. Für sie gibt es viele Programme/Möglichkeiten, um Sport zu betreiben.
3. StudentInnen erwähnen USI-Angebote als sehr positiv und nutzen diese auch.
4. Für SchülerInnen könnte es zum klassischen Turnunterricht weitere Möglichkeiten geben, um sich zu bewegen.
  - Es könnten beispielsweise Vereinstätigkeiten in Freistunden oder direkt im Anschluss an den Unterricht integriert werden. Der Vorteil dabei wäre, dass die Umsetzung zeiteffizient (auch ohne Aufwand für die Eltern) erfolgen könnte.
  - Zusätzliche Abzeichen/Programme würden begrüßt werden, da man sich als Kind gerne mit anderen misst und Wettbewerbe liebt.
5. **Kindern soll Sport/Bewegung Spaß machen. LehrerInnen spielen dabei eine wesentliche Rolle. LehrerInnen müssen Kinder individuell in Hinblick auf Bewegung fördern, auch Schwächere sollen nicht herabgewürdigt werden.**



**Interessant: Sportvereine modernisieren, individualisieren und flexibler gestalten. Angebote zusätzlich stärker kommunizieren.**

# (ÜBERGEWICHTIGE) KINDER ZWISCHEN 8 UND 14 JAHREN BZW. DEREN ELTERN



1. Eltern achten darauf, dass Kinder einen guten Überblick über verschiedene Sportarten haben und dadurch die für sie interessanteste Sportart herausfinden. Dabei kann die Neugierde der Kinder auf neue, interessante Sportarten geweckt werden.
2. Allerdings gelingt dies nicht immer, da sich Kinder häufig lieber mit anderen Freizeitinteressen beschäftigen (z.B. Handy oder Computer spielen).
3. Teilweise lassen sich neue Medien auch mit Sport verbinden (z.B. Nintendo Wii).
4. Wenn Kinder in Vereinen sind (z.B. Judo, Pfadfinder etc.) werden diese durch die gemeinschaftlichen Ziele zu Sport motiviert.
5. Auch Eltern sind wichtige Vorbilder, oft ist ihnen das gar nicht so bewusst.
6. Grundsätzlich gilt, dass Kindern spielerisch und individuell zum Sport geführt werden müssen. Zu viel Druck und Struktur schreckt eher ab.
7. Mädchen zeigen einen besonders sensiblen Umgang mit Wettbewerbssportarten und Unsicherheiten zu Schönheitsnormen. Gerade Vereine sollten diese Besonderheiten berücksichtigen.



**Interessant: Besondere Information (Zusammenhang Bewegung und Konzentration erläutern) und Unterstützung von Eltern, um ihre Kinder für Bewegung und Sport zu begeistern.**



## ERWACHSENE ZWISCHEN 25 UND 49 JAHREN

1. Für Erwachsene zwischen 25 und 49 Jahren hat die Zeitkomponente und die mangelnde Energie einen wesentlichen Einfluss auf ihr Bewegungsverhalten.
2. Nach langen Arbeitstagen möchte man das Haus nicht mehr verlassen, um Sport zu machen.
3. Man nützt hauptsächlich die Wochenenden dafür und integriert Bewegung in Freizeitbeschäftigungen (z.B. mit den Kindern in den Tierpark gehen).
4. Auch die Integration von Bewegung in den Alltag spielt für diese Zielgruppe eine wichtige Rolle. Dazu zählt das Benutzen von Treppen statt Rolltreppen oder Aufzügen.
5. Vereine werden von diesen Befragten häufig mit Leistungsdruck in Verbindung gebracht. Man wünscht sich allerdings Spaß statt Leistungsdruck. Vereine müssten diese Zielgruppe daher stärker über diese Komponente ansprechen.
6. Auch langfristige Mitgliedschaften und hohe Kosten stoßen diese Zielgruppe ab.



Interessant: Arbeitgeber bieten z.B. 30 Minuten Bewegung im Unternehmen in der Arbeitszeit an.

# MENSCHEN ÜBER 50 JAHRE



1. In dieser Zielgruppe befinden sich häufig Personen, die früher häufig Sport gemacht haben, jetzt allerdings aus gesundheitlichen Gründen nur noch in eingeschränktem Ausmaß dazu fähig sind.
2. Sie stehen dieser Entwicklung sehr traurig gegenüber und würden sich wünschen, aktiver sein zu können.
3. Durch Operationen (z.B. Knie oder Hüfte) ist Sport wie früher nicht mehr möglich. Dennoch nehmen sie gerne an Fitnesskursen oder –programmen (z.B. Bewegt im Park) teil.
4. Diesen ProbandInnen fällt es schwer zu beobachten, dass Jüngere sich besser bewegen können. Sie wünschen sich daher zielgruppengerechte Programme mit Gleichgesinnten.



**Interessant: Neue Formate mit Mitmachcharakter entwickeln.**

# MENSCHEN, DIE SICH AUS MEDIZINISCHER SICHT MEHR BEWEGEN SOLLTEN, ES ABER NICHT AUSREICHEND TUN



1. In dieser Zielgruppe handelt es sich häufig um Personen mit Übergewicht, Rückenproblemen oder hohem Blutdruck.
2. Sie betrachten Sport meist als sehr anstrengend.
3. Eine Sportart, die wirklich Spaß macht, haben sie selten gefunden.
4. Meist zählt spazieren gehen zu ihrer favorisierten Bewegungsform.
5. Dieser Zielgruppe müsste näher gebracht werden, was passiert, wenn sie sich weiterhin nicht bewegt (Negativbeispiele).



Interessant: gemeinschaftliche Aktivitäten oder Sendungen im TV zum Mitturnen können Anreize für diese Zielgruppe sein.

**VIELEN DANK.**



**KARMASIN**  
RESEARCH & IDENTITY

**DR.<sup>in</sup> SOPHIE KARMASIN** | Goldschmiedgasse 10/204 | 1010 Wien  
+43 664 8131706 | [sophie@karmasin-research.at](mailto:sophie@karmasin-research.at) | [karmasin-research.at](https://karmasin-research.at)  
**KARMASIN RESEARCH & IDENTITY GMBH** | FN: 336458† | UID: ATU65393317