



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

STUDIE "FRAUEN IM VEREINSSPORT"

ANALYSE VON MOTIVEN, BARRIEREN UND MÖGLICHEN ANTWORTEN

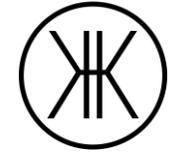
Für das
**Bundesministerium für Kunst, Kultur,
öffentlichen Dienst und Sport**
II/B/5 (Gesundheitssport, Schulsport, Breitensport)
Dampfschiffstraße 4, 1030 Wien
Geschäftszahl: 2020-0.354.299

ZIELE DER STUDIE „FRAUEN IM VEREINSSPORT“



- 1. Interesse und Nutzung des Vereinssports von Frauen in Österreich**
 - Analyse von soziodemographischen Gruppen und Unterschieden: Alter, Region, Familiensituation
- 2. Analyse der Motive von Frauen für den Vereinssport bzw. Barrieren dagegen**
- 3. Erarbeiten von bürgernahen Maßnahmen und Kommunikationsbotschaften, die den Einstieg für Frauen in den Vereinssport begünstigen**
- 4. Handlungsempfehlungen für Sportvereine zur gezielten kommunikativen Ansprache von Frauen**

METHODEN DER BEFRAGUNG



1. ExpertInneninterviews

- In diesem Projektschritt wurden anhand eines Gesprächsleitfadens 15 ExpertInnen aus dem Bereich Wissenschaft (Psychologie), Sportvereine, Medien, Sportministerium und Sportlerinnen mit Einblick in Vereinssport für Frauen befragt.
- Sophie Karmasin rekrutiert die ExpertInnen nach Absprache mit dem Auftraggeber und führt 15 Einzelgespräche telefonisch/per Video/persönlich durch.

2. Durchführen von 6 Gruppendiskussionen mit Frauen

- Es wurden 4 Gruppendiskussionen mit 10-12 Frauen, die gerne Sport, aber keinen Vereinssport betreiben, durchgeführt. Alle TeilnehmerInnen haben Erfahrung mit Vereinssport, aber sind aktuell keine Mitglieder.
- Wien und Bundesland:
 - eine Gruppe mit Frauen bis 30 Jahre (ohne Kinder)
 - eine Gruppe mit Frauen 30 – 50 Jahre (mit Kindern)
 - 2 Gruppen mit Frauen über 50 Jahre
- 2 weitere Gruppendiskussionen mit Frauen, die aktiv im Vereinssport sind.

3. Fragebogenerstellung für die quantitative Phase

- Auf Basis der ExpertInnengespräche und der qualitativen Befragung wurde ein Fragebogen entwickelt und mit dem Auftraggeber diskutiert und abgestimmt.
- Darin enthalten waren die wichtigsten Motive und Barrieren, aber auch mögliche Antworten und Maßnahmen der Sportvereine.

4. Durchführung einer repräsentativen Online Befragung in der weiblichen Bevölkerung

- Frauen zwischen 16 und 75 Jahren, österreichweit, Stichprobe: n=1000

EXPERTINNENINTERVIEWS



DIE UNTERSCHIEDLICHEN MOTIVE FÜR DEN VEREINSSPORT (NICHT WETTKAMPFSPORT)



	+++	Gemeinsamkeit, Zusammenhalt, Freunde, Kommunikation, zusammen in der Gruppe sporteln	++	
	+++	Freude, Spaß an der Bewegung	++	
	+++	Gesundheit, Wohlbefinden	+	
	++	Eine Sportart erlernen	+++	
	+	Wettkampf, sich messen, ein „Star“ werden	+++	
	+	Oft die einzige Möglichkeit Sport zu betreiben		
		Funktionärstätigkeit, Status und Macht	++	
	+	angeleitete Einheiten werden gerne angenommen		

DIE BARRIEREN FÜR DEN VEREINSSPORT



+++	Vereinbarkeitsfragen, Mehrfachbelastung durch Beruf, Familie
+	Sport im Verein passt weniger ins Zeitbudget, ist aufwendig (Haare, Umziehen)
+++	Männerwelten, Männerräume, „Machogehabe“, Rudel, Stammtischcharakter, Seilschaften, „Politikum“, Vereinsdisziplin schreckt ab
+++	Weniger an Teamsport interessiert, „das untereinander Messen“ nicht notwendig
+++	Bewegung kann man auch ohne Vereinssport unternehmen, zu starke Bindung
+	Sportvereine machen weniger Werbung über Social Media als andere Anbieter, man kennt sich zu wenig aus (kommerzielle sind weiter)
+	Fehlendes Bewusstsein, dass Vereine jenseits von Wettkampf und klassischen Sportarten Angebot haben
+	Scham, Unsicherheit ggü. dem eigenen Körper
+	Migrationsfragen Frauen (im urbanen Bereich)
+	Finanzielle Fragen
+	Ästhetik schreckt Frauen ab: Heizung, Duschen etc. sind wichtiger als für Männer

DIE MOTIVATION UND BINDUNG AN DEN VEREIN MUSS SCHON FRÜH ERFOLGEN



Die Vereinszugehörigkeit in jungen Jahren ist entscheidend für die weitere Bindung an den Verein. Ein späterer Einstieg ist um vieles schwieriger, teilweise nicht möglich.

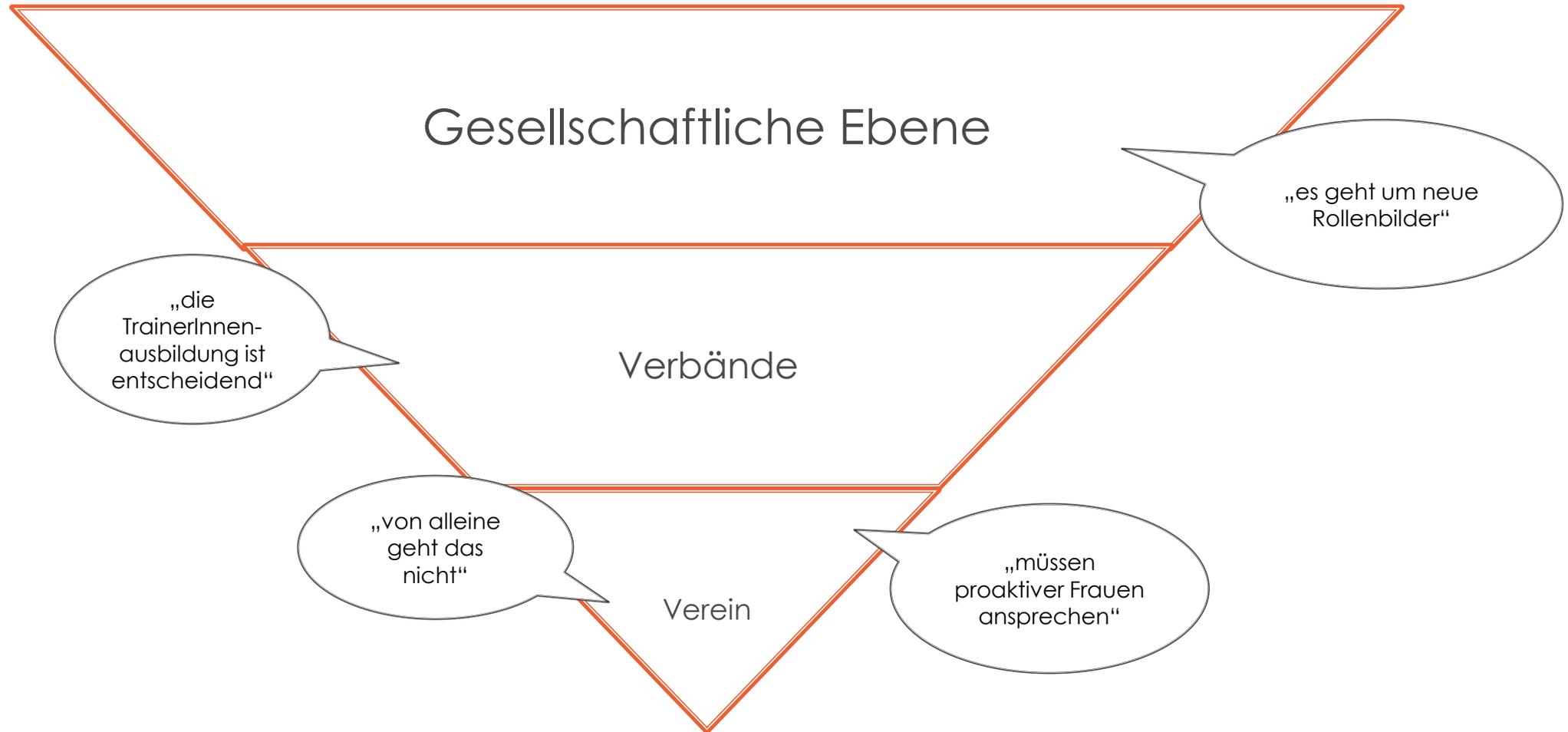
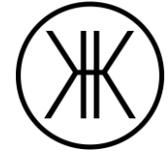
FÜR FRAUEN GIBT ES WENIGER SPEZIFISCHES VEREINSSPORTANGEBOT



- Der Eindruck, dass Sportvereine in Österreich **eine Männerwelt repräsentieren**, ist vorhanden.
- Dies äußert sich auf verschiedenen Ebenen:
 - Starke mediale Darstellung von Männersportarten
 - Im Fernsehen werden mehr Männersportarten gezeigt
 - Infrastruktur, die öffentlich sichtbar ist, betrifft Männersportarten
 - Vorbilder aus dem Sport sind meist männlich
 - Vereinsfunktionäre sind Männer
 - „Vereinsfunktionäre sind ältere Männer, die keine Veränderung zulassen“
 - Rauer Umgangston in den Sportvereinen: Männerwitze sind Alltag
 - Das Kameradschaftliche von Sportvereinen: „Gemeinsam gegeneinander wetteifern“
 - Erotikfragen
 - Prinzipien von Wettkampf

Die vielfältigen Angebote im Bereich Gesundheitssport, die weniger männerdominiert wahrgenommen werden, werden nicht einmal von ExpertInnen als Angebot genannt.

ES BRAUCHT MEHRERE EBENEN, UM VEREINSSPORT WEIBLICHER ZU MACHEN



WAS MÜSSTEN ... TUN, UM FRAUEN FÜR DEN VEREINSSPORT ANZUSPRECHEN?



Politik, Bildung, Schule, Förderstruktur, Genderpolitik:

- Traditionelle Geschlechterrollen verändern (Frauen im Gegensatz zu Männern, die alles der Familie unterordnen)
- Sport als wichtigen Teil des Lebens vermitteln, mehr Bewusstsein für die Wichtigkeit des Sports schaffen (dies ist in anderen Ländern viel stärker im Bildungssystem verankert)
- Das Thema Sportvereine und Frauen stärker zum Thema machen
- Die Achse Schule-Sport ausbauen; Sportlehrer in der Volksschule könnten viel bewirken, auch Mädchen motivieren
- Mehr Information in Kindergärten, Schulen zu Vereinssportangeboten
 - Vorbild: Funktionäre sprechen in Schulen LehrerInnen an (Atzgersdorf, Fivers VRC Margarethen)
- Entpolitisieren der Sportvereine
- **WICHTIG:** Was gibt es eigentlich schon? Erheben und Kommunizieren des bestehenden Angebots.

WAS MÜSSTEN ... TUN, UM FRAUEN FÜR DEN VEREINSSPORT ANZUSPRECHEN?



Dachverbände, Steuerung über Förderung, Breitensport-Kommission:

- Aktive Ansprache von Mädchen, aktiv Mädchen/Frauen das passende Sportangebot vermitteln --> es ist zu wenig bekannt was Sportvereine bieten
 - „Tag des Sports“ ist interessant, „aber Mädchen werden hier nicht rekrutiert“
 - Direkte Ansprache von Frauen → z. B. über regionale Gesundheitsmessen oder den Arbeitgeber
 - Vereine unterstützen über Dachverbände
- Vereine von einer Männerkultur zu einer offenen Vereinskultur entwickeln. Hier geht es um Bilder, Sprache, Kommunikation, das „Verstaubte“ loswerden
- MultiplikatorInnen identifizieren
- Ex-Spielerinnen in Vereinstätigkeit integrieren (und weniger die Eltern)
- Zu starke politische Orientierung und Vernetzung (Rivalität zwischen Askö und Sportunion) auflösen
- Funktionärsbestellung („ein richtiges Politikum“) versachlichen
- Die Funktionärsstruktur für Frauen attraktiver machen
- Ausbildung, Weiterbildung von FunktionärInnen, TrainerInnen, LehrerInnen verbessern (Vorbild: Alpenverein Edelweiß)
 - Z. B. Funktionärsakademie der Sportunion funktioniert gut
 - Ausbildung für das Trainieren von Mädchen über die BSÖ.

WAS MÜSSTEN SPORTVEREINE TUN, UM FRAUEN FÜR DEN VEREINSSPORT ANZUSPRECHEN?



Vereinsangebot:

- Aktive Ansprache und Kommunikation für Frauen
 - Aktive Kommunikation an Schulen, Events, über die vielfältigen neuen Angebote informieren
 - Kooperation mit Betrieben, Elternverein, Kirche, Kindergarten, Volksschulen suchen
 - Andere Motive ansprechen als bei Männern: mehr auf Gesundheit, Wohlbefinden, Entspannung setzen, holistischer, psychischer Benefit
 - Mädchen: Freundinnen gemeinsam ansprechen, aus einer Freundinnengruppe rekrutieren
- Mehr Hobbysport (nicht nur Leistungssport) anbieten
 - Gemeinschaft anstatt Wettkampf, sportliches Können/mehr Kooperation als Wettkampf
 - Mehr Fitness als Sportorientierung/Leistungssport, Vorzüge für den Körper (Problemzonen) darstellen
- Mehr das Soziale herausstreichen
 - Das Gemeinsame/das „Plaudern“ besser ermöglichen
- Das zeitliche Angebot auf Frauen abstimmen
 - Es muss mehr Flexibilität geben, andere, an den Alltag von Frauen/Familien angepasste, Uhrzeiten geben, bedarfsorientierte Angebote (ev. auch Vormittag)
 - Frauen in die Reservemannschaft rekrutieren.
- Frauengruppen, aber auch gemischte Angebote anbieten
- Chance Familienangebote
 - Chance Eltern-Kind-Turnen → Eltern über die Kinder ansprechen
 - Kinderbetreuung anbieten, Programm für Kinder anbieten
 - Schwangere ansprechen

BESTEHENDE GUTE PROGRAMME ... AUF FRAUEN AUSRICHTEN UND FÜR DEN EINSTIEG NUTZEN



- Bewegt im Park → besondere Angebote für Frauen entwickeln
- Mehr zu Gesundheitsangeboten kommunizieren: www.fitsportaustria.at → Gesundheitsangebote aller Vereine kommunizieren → besonders interessant für Frauen
- Ähnlich wie das Trendsportfestival: Sportangebot für Frauen präsentieren und ausprobieren lassen
- Über Kinder die Eltern/Mütter (wieder) in Vereine bringen
- Explizite Müttersportprogramme anbieten
- Aber auch 60+ ansprechbar → Walking Nachmittag, nicht zu viel Bindung, Aktivität in Gemeinschaft

Großes Potential bei jungen Frauen für Sportvereine, die aktuell in Yoga Kurse, Fitnesscenter gehen

WAS MÜSSTEN SPORTVEREINE TUN, UM FRAUEN ANZUSPRECHEN?



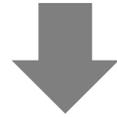
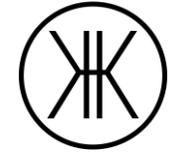
Vereinsstruktur:

- TrainerInnen müssen kompetent und sympathisch sein
 - Die Qualität und Sympathie der TrainerInnen sind für Frauen sehr wichtig
- Vereinsfunktionäre und Strukturen müssen weiblicher werden, in die Vereinsstruktur Frauen mehr einbeziehen
- Frauen zur Mitgestaltung einladen: Was wünscht Ihr Euch?

QUALITATIVE BEFRAGUNG



ZIELSETZUNG



Aktuelle Erfahrungen,
Wahrnehmung und
Interesse am
Vereinsport aus Sicht
von Frauen



Ermitteln der Ursachen
für die geringe
Sportvereinsaktivität
von Frauen/
Barrieren gegen den
Vereinsport aus der
Sicht von Frauen

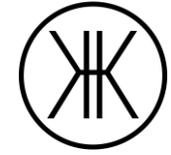


Ansatzpunkte für
Frauen, um die
Nutzung des
Vereinsport zu
unterstützen

MOTIVE FÜR DEN VEREINSSPORT



MOTIVE FÜR EINEN SPORTVEREIN (1)



- Bekanntschaften machen
- Man hat ein gemeinsames Ziel
- Man kann von anderen lernen
- Man wird nicht ausgelacht, es ist eine Gemeinschaft
- Motiviert zum Weitermachen
- Geht weit über den Sport hinaus: "das ganze Drumherum"
- Zusammenhalt und Miteinander macht einen Verein aus

Miteinander
Gemeinschaft

- Die Beziehung zum/r Trainer/in ist entscheidend

TrainerIn

- Manche Sportarten kann man nicht privat machen
- Man braucht ein Team für die Sportart
- Es gibt ein umfangreiches Angebot
- Es gibt immer neue Sportarten, die man kennenlernen kann
- Im Westen sind Sportstätten attraktiver

Infrastruktur,
Angebot, Team

- Man möchte in der Sportart weiterkommen und sich verbessern
- An Wettkämpfen teilnehmen
- „Zuseher spornen an“

Etwas lernen,
Level erreichen

- Man kommt über die Kinder zum Vereinssport
- Vereine sind auch für Kinder wegen der Gemeinschaft sehr wichtig

Kinder

← häufig genannt

→ selten genannt

MOTIVE FÜR EINEN SPORTVEREIN (2)



- Die Fixtermine sind wichtig für die Disziplin und die Motivation
- Vereine gehören wie Arbeit, Kirche, Familie zum Leben dazu

Fixpunkt Verein

- Tolle Sportarten günstig erlernen

Preislich attraktiv

häufig genannt

selten genannt

DIE POSITIVEN ASPEKTE EINES SPORTVEREINS VERSUS FITNESSCENTER ODER INDIVIDUELLEM SPORT?



BARRIEREN DES VEREINSSPORTS



DIE GRUNDSÄTZLICHEN BARRIEREN GEGENÜBER DEM VEREINSSPORT FÜR FRAUEN



- „ich kann und möchte mein Leben nicht nach dem Sportverein richten“
- „wie in der Schule“
- Zu wenig Flexibilität
- Zu straff organisiert

Fixe Zeiten

- „fühle mich in der Gruppe nicht wohl“
- „möchte anonym bleiben“
- „man wird als Frau nicht positiv aufgenommen“
- „Leistungsdruck“

Gruppendruck

- Die Prioritäten haben sich geändert: „Es gibt jetzt viel wichtigere Themen, die Motivation für Sport ist nicht (mehr) vorhanden“
- Es geht sich einfach neben Beruf, Familie, Freunden nicht mehr aus
- „Fitnessstudio geht schneller“
- Man muss auch am Wochenende viel Zeit investieren

Zeitbudget

- Assoziationen zu Vereinen sind problematisch: „das ist mehr plaudern als sporteln“
- „Vereine muss man mögen“
- Vereinsstrukturen
- „Vereinsmeierei“
- Politische Färbung der Vereine stört
- „Hauch alter Zeiten“

Vereinscharakter

- Frauen denken schneller, dass sie nicht mithalten können
- Wollen sich weniger dem Wettbewerb, Leistungsdruck aussetzen
- Wollen kein Ranking
- Wettkämpfe stressig, muss man aushalten

Zu starke Wettkampf- und Wettbewerbsorientierung

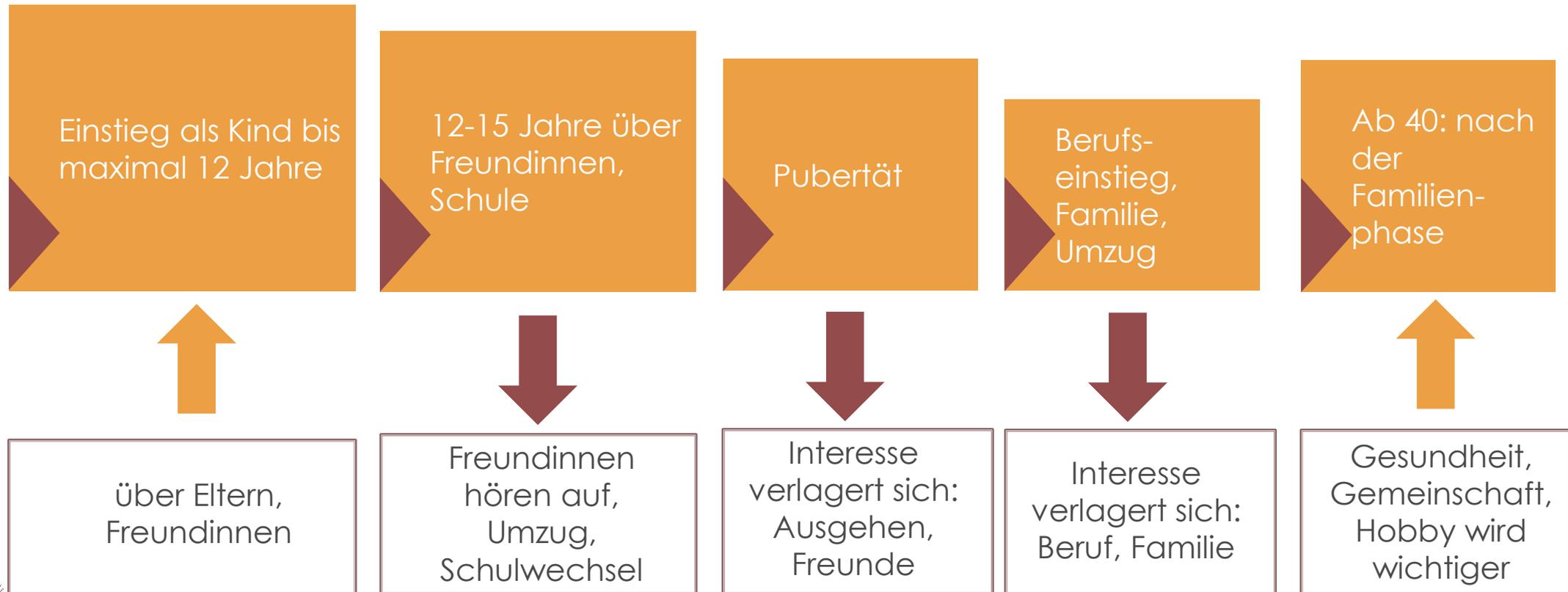
- Das Ambiente ist oft nicht attraktiv und schon in die Jahre gekommen („Turnsäle stinken“)
- Vereinsräume oft kalt
- Duschen sind „ungustiös“

Infrastruktur nicht einladend

ZUGEHÖRIGKEITSDAUER VEREINSSPORT



DIE TYPISCHE VEREINSKARRIERE VON FRAUEN



AUSLÖSER WARUM FRAUEN IN EINEM VEREIN AUFGEHÖRT HABEN?



↑ häufig genannt

Familiengründung, Kinder,
Leistungssport nicht mehr
vereinbar



- „Mütter passen auf die Kinder auf“
- „Die Prioritäten liegen bei der Familie“
- „man kann nicht das ganze Wochenende weg sein“

(Einstieg ins) Berufsleben



- „fixe Zeiten habe ich im Beruf genug, das brauche ich nicht auch noch im Verein“
- Berufliche Verpflichtungen gehen vor

Umzug



- „in meiner Nähe gibt es jetzt keinen Verein mehr“
- „der Verein wäre zu weit weg“
- „in der Stadt lange Anfahrtswege“

Wechsel der Bezugspersonen,
bzw. TrainerInnenwechsel



- „die Trainerin hat aufgehört“
- „die Freundin hat aufgehört“
- „verliebt“

Anforderungen an das
Ambiente sind gestiegen



- „ich möchte es nicht mehr stinkend“

Verletzungen, gesundheitliche
Themen



- „verletzungsbedingt musste ich leider aufhören“

Körperempfinden, Scham



- „bin zu dick geworden“

Vereinsstrukturen zu traditionell



- „will nicht nur Kaffee kochen“

↓ selten genannt

OFT SIND ES KOMBINIERTE FAKTOREN, DIE DEN VEREINSAUSSTIEG BEDINGEN



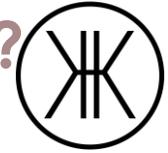
Neue Lebensphase

Umzug

Zeitprobleme

Eine andere Priorisierung der Lebensbereiche führt in Kombination mit Ortswechsel oder Trainerwechsel schnell zum Ausstieg.

WARUM IST MAN NICHT WIEDER IN EINEN VEREIN EINGESTIEGEN?



↑ häufig genannt

Starre Zeiten

- „das System ist mir zu starr“
- „möchte mich nicht langfristig binden, sondern viel ausprobieren“

Körperliche Verfassung

- „Nach der Babypause hat man viel verlernt, kann das schwer wieder aufbauen“
- „mit 50 habe ich die Kondition nicht mehr“

Körperempfinden

- „mache Sport lieber alleine, ich möchte mich nicht zeigen“
- „Angst mich zu blamieren“

Gemeinschaft nicht so wichtig

- „die Gemeinschaft im Verein ist eher für Jüngere interessant“,
- „lieber anonym bleiben“

Wenig Information und
Ansprache

- „es werden nur Kinder für Vereine angesprochen, aber nicht Ältere“

Angebot über Arbeitgeber

↓ selten genannt

„Nähe, Zeiten und Freunde müssen passen“

WAS HAT SICH IN DEN LETZTEN JAHREN BEI SPORTVEREINEN VERÄNDERT?



+

POSITIVE ASPEKTE

- Online Angebot verstärkt seit der Corona Pandemie angeboten
- Pauschaltarif, mit dem man viele Kurse und Sportarten ausprobieren kann
- Angebot eines Zehnerblocks
- Sportvereine kooperieren stärker mit Schulen (aber noch nicht genug)
- Internetrecherche leichter geworden, aber könnte noch verbessert werden (Sportart abhängig)
- Man versucht junge Frauen „zu pushen“, gelingt aber nicht immer

Chancen für
Sportvereine

-

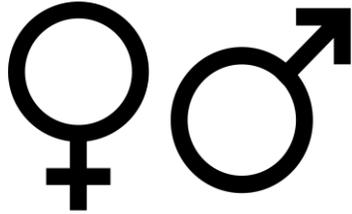
NEGATIVE ASPEKTE

- Früher war alles auf ehrenamtlicher Basis, heute werden die TrainerInnen bezahlt
- Der politische Bezug ist schwächer geworden, aber immer noch vorhanden, was bedauert wird

GESCHLECHTERSPEZIFISCHE ASPEKTE FRAUEN UND VEREINSSPORT

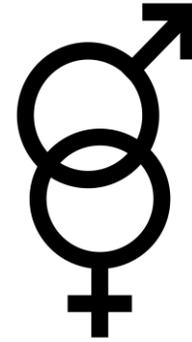


GEMISCHTE VEREINE?



- Idealerweise würden man sich neben gemischten Gruppen auch eigene Frauenangebote wünschen, va. bei körperbetonten Sportarten

Mehr Interesse bei 50+ Frauen



- Gemischte Trainings werden bevorzugt
- „Dann ist es ruhiger, disziplinierter, ausgeglichener“
- Dann gibt es kein „Herumgezicke“
- „Man ergänzt sich, kann sich viel anschauen“
- Eine tolle Herausforderung für Frauen

„da rennt der Schmäh mehr“



DIE SPEZIFISCHEN MOTIVE FÜR EINEN SPORTVEREIN FÜR



Unterschiedliche Motive



- Das Gemeinschaftsgefühl steht im Vordergrund
- Mehr tratschen

- Sich messen, Wettbewerbe
- Konkurrenzkampf wird gesucht
- Mehr netzwerken

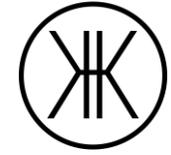
Auslöser aufzuhören

- Andere Prioritäten
- Hohe zeitliche Belastung für Familie und Beruf
- „Frauen müssen mehr leisten“, „Männer spielen sich eher frei“
- „Müssen im Gegensatz zu Männern am Abend wegen den Kindern zuhause sein“
- „Frauen sagen „Ja“ zur Familie, Männer zur Meisterschaft“

- Hören wegen Verletzungen auf

„Kampfsport-Training oder Fußball, da erwartet man sich einen gewissen Drill ...„du schaffst das, komm schon mach weiter“. Glaube, dass Burschen deshalb eher in diesem Milieu sind, weil sie eher diese Sportarten bevorzugen als Bauch-Beine-Po.“

GESCHLECHTERUNTERSCHIEDE SIND STÄRKER AUF EINER STRUKTURELLEN EBENE ZU FINDEN, WENIGER AUF EINER INDIVIDUELLEN



(Junge) Frauen haben den Eindruck, dass sie direkt von den Trainerinnen und Trainern bewusst motiviert werden, es werden keinen Nachteile erkannt. „Sollte es einen Vorfall geben, kann man ja jederzeit den Verein verlassen“

Auf einer strukturellen Ebene, in Bezug auf Vereinbarkeitsfragen, Flexibilität, Körperbewusstsein, Wettkampforientierung, werden Frauen in Vereinen „weniger gut abgeholt“.

Auf der Funktionärssebene erkennen Frauen oft, dass Männer (vor allem in den oberen Hierarchiestufen) stärker vertreten sind, obwohl sich langsam „etwas tut“: „Es kommen viele junge, engagierte Frauen nach“

„Männer kümmern sich um das Finanzielle“

„Männer sind bequemer, Frauen engagierter“

„Frauen sorgen für den Kaffee, Männer sind für Sportgeräte verantwortlich“

„Ältere Männer setzen sich durch“

WAS KÖNNTE FRAUEN BEI EINEM SPORTVEREIN ABSCHRECKEN?

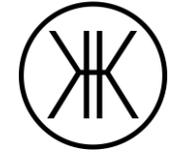


- Zu derbe, untergriffige Sprüche
- Politische Färbung, „politisieren“
- Kein Feedback, kein Ermutigen
- Zu viel Kritik, Tadeln, „von oben herab“, „anfahren“
- Peinliche blamable Situationen

ANSATZPUNKTE UM VEREINSSPORT FÜR FRAUEN ZU ATTRAKTIVIEREN



IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVIEREN (1)



1

BESSERE ZIELGRUPPENANSPRACHE - FÜR FRAUEN



- Mehr Präsenz
- Einladende Information, speziell für Frauen
- Junge Frauen/Mädchen früher begeistern
- Werbung in Bezirkszeitung, Postwurfsendung, Kooperation mit Thermen, Schulen, Unternehmen, Ärzten
- Social Media nutzen
- Newsletter
- Ferienaktionen zum Kennenlernen mit Kindern, Frauencamps zum Kennenlernen
- Schnupperkurse anbieten für Frauen → Coupon in der Bezirkszeitung
- Bewusste Aktionen für Nicht-Mitglieder: z. B. Frauen Business Tage

„ich möchte, dass man merkt, dass Frauen erwünscht sind“

2

MEHR FLEXIBILITÄT, ZEITEN ANPASSEN



- Kurse finden häufiger statt, sogar hintereinander, mehrmals die Woche, damit man aussuchen kann
- Auswechkurse (identies Angebot an mehreren Tagen), Umbuchen von Kursen ermöglichen
- Mehr zeitliche Auswahl
- Mehr Abendangebote
- Programm nicht an Schulzeiten binden (z. B. keine Kurse an schulautonomen Tagen oder Ferien)
- Wochenende (Intensiv-)Angebote
- Eingehen auf individuelle Wünsche

„kein Mensch hat um 14 Uhr Zeit für Zumba“

„Frauen müssen flexibel sein, Sport muss sich hier unterordnen und nicht umgekehrt“

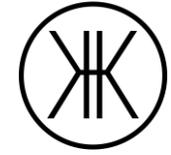
3

MEHR FLEXIBILITÄT, AUCH BEIM PREIS



- Sich an Fitnessstudios und anderen privaten Anbietern orientieren:
 - Einzeltraining
 - 10er Blöcke
 - Monatskarten
 - Individuelles Training
- Preis nach Kurszeiten staffeln
- Pauschalgebühr für alle Angebote und nicht nur einen Kurs
- Familienmitgliedschaft
- „Bring your friend“ Bonus
- Folgekurse mit 5% Rabatt
- Treuebonus: Sporttaschen, T-Shirts
- Happy Hours (für Kursangebote und Preise)
- Einstiegsgeschenke
- Leichtere und schnellere Kündigung ermöglichen (nicht gebunden fühlen)

IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (2)



4

SCHULEN BESSER NUTZEN



- An Wochenenden, Ferientagen die Schulen mehr nutzen
- Gerade in den Schulen mehr Werbung machen für:
 - Mütter und
 - Kinder
- Vereine sollen sich in den Schulen vorstellen: „wie eine Messe“
- Eltern über Schulen informieren, dass Bewegung für Kinder wichtig ist

„Schulen sind für den Nachwuchs entscheidend, aber durch Ganztagschulen wird es schwieriger“

„gerade in den Ferien, Wochenenden hätte ich ja Zeit“

5

INFRASTRUKTUR MODERNISIEREN



- Hallen, Räume, Garderoben erneuern
- „Eventuell die schöneren Räume mit höherem Preis verbinden“
- Abrechnung und Zugang mit elektronischem System

“es graut einen, wenn man vorbei geht (z. B. U-Bahnbögen)“

6

VEREINSIMAGE MODERNISIEREN



- Immer mit dem Trend gehen
- Den Vereinsbegriff modernisieren, wirkt sehr „altbacken“, wie ein: „Briemarkenverein“
- So wie: „Turnen mit Philipp im ORF“
- „manchmal sind auf den Vereinsseiten Fotos aus den 80er Jahren“
- Aktuelle Informationen auf den Webseiten

“das Angebot ist ja nicht schlecht, das Image der Vereine schon“

IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (3)



7 MEHR ANGEBOTE FÜR FAMILIEN, FRAUEN



- Parallele Kinderprogramme (Halle z. B. teilen)
- „Coole“ Angebote für Kinder, dann gehen die Frauen auch mehr
- Eltern-Kind Turnen, Angebote
- Kinderbetreuung
- „Plus Size Kurse“ für Frauen
- Religiös bestimmte Frauengruppen (die dann das Kopftuch ablegen können)
- „Ladies Days“ mit speziellen Wellness Angeboten
- Gemischte Angebote und reine Frauenangebote
- „Großelternangebote mit Kindern“
- Zusatzangebote: Ernährungsberatung, Body Check, Damen Sauna, ...
- Mehr Gesundheitsangebote, mehr „Wellness, Flow, Wohlfühlangebote weniger Leistungsorientierung für Frauen

8 TRAINERINNEN SCHULUNG



- TrainerInnen, mit denen sich Frauen identifizieren
- Gerade Frauen brauchen mehr persönliche Beziehung und Motivation
- Fragen „wie es einem geht“
- Unterstützung und nicht Kritik
- Individuelles Eingehen
- „oft braucht es mehr Empathie“: „Frauen nehmen Kritik persönlicher“
- Müssen es schaffen, Spaß zu vermitteln
- Niveau teilweise heben
- ABER: Geschlecht einer/s Trainers/in egal

„Trainer sind soo wichtig“

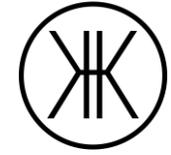
„brauchen manchmal mehr Gespür“

9 ENTPOLITISIEREN



- Gerade Frauen interessieren sich nicht für Politik in Sportvereinen

IDEEN, UM SPORTVEREINE ZU ATTRAKTIVEREN (4)



10

MEHR KOOPERATIONEN



- Vereinslokale, Hallen, Infrastruktur gemeinsam nutzen
- Gemeinsame Aktivitäten aller Vereine organisieren
- Aber auch Einkaufszentren könnten genutzt werden
- Kooperation mit Hotels: Bewerbung und Räume
- Kooperation mit Jungschar, Pfadfindern, Kirche
- Kooperationen mit Unternehmen: Online Kurse anbieten
- In der Mittagspause Sport machen oder in der Arbeitszeit

11

MEHR ANREIZE



- Mit Versicherungen kooperieren: Vereinsgebühr zahlt Versicherung oder Bonus von Versicherung, wenn man Sportverein nutzt
- Gesundheits-100er, wenn man Sportverein besucht oder Beitragssenkung
- „über AK einen Vereinsgutschein ausgeben“
- Arbeitgeber zahlen Vereinsgebühr

12

DIGITALISIEREN

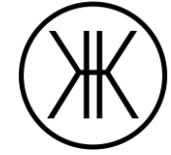


- Digitalangebote verstärken: nicht nur live, auch abrufbar machen
- Hybridangebote: live vor Ort und digital anbieten
- Ergänzende Online Angebote: Krafttraining, Theorie, aber auch Einzeltraining über Webcam

FAZIT EXPERTINNEN UND FRAUEN

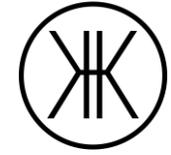


DIE EINSCHÄTZUNGEN DER EXPERTINNEN UND FRAUEN SIND ÄHNLICH, WENNGLEICH DIE EXPERTINNEN MANCHE ASPEKTE AUSGEPRÄGTER BETRACHTEN



- Die **Motive für den Vereinssport** liegen bei Frauen im Allgemeinen (stärker als bei Männern) im Bereich der Gemeinschaft, etwas gemeinsam erleben sowie Gesundheit, Wohlbefinden und Freude.
- Insgesamt ist der Zugang zu Sport und Bewegung **für Frauen ein anderer**: Gesundheit, Ausgleich, Entspannung stehen mehr im Vordergrund. Diese Art von Bewegung kann auch ohne Verein umgesetzt werden.
- Wettkampf und Wettstreben sind für Frauen (bis auf diejenigen, die sich im Leistungssport engagieren) weniger motivierend und sogar vielfach abschreckend.
- Der menschliche Zugang zum Trainer/zur Trainerin ist bei Frauen wichtiger als bei Männern.
- Sportvereine besitzen bei den befragten Frauen ein grundsätzlich positives Image, auch wenn die aktuelle Nutzung aus verschiedenen Gründen aktuell nicht umgesetzt wird.

DIE BARRIEREN LIEGEN NICHT NUR AUF DER EBENE DER VEREINE, SONDERN AUF STARKEN GESELLSCHAFTLICHEN RAHMENBEDINGUNGEN



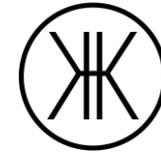
- Die **Barrieren für den Vereinssport** für Frauen liegen auf mehreren Ebenen und werden primär einem **gesellschaftlichen Rollenbild zugeschrieben**: Frauen sind ab der Familiengründung bzw. und oder dem Berufseinstieg zeitlich stark gefordert. Sobald Kinder betreut werden müssen, stecken Frauen gerade in persönlichen Bereichen zurück. Sport und besonders Vereinssport wird zeitlich nicht mehr untergebracht und daher oft aufgegeben.
- Angesichts dieser gesellschaftlichen Realitäten **widersprechen aber Sportvereine zusätzlich den Bedürfnissen** von jungen Frauen. Diese Aspekte werden von den ExpertInnen in höherem Ausmaß artikuliert.
 - Die **Disziplin und Verbindlichkeit** des Vereinssports passt weniger in den Lebensalltag. Sportvereine bieten starre Trainingszeiten, insgesamt lässt sich das starre Vereinsleben nur schwer mit den verschiedenen – oft kurzfristigen – Herausforderungen von Frauen und insbesondere jungen Müttern verbinden.
 - Der **Gruppendruck** ist vor allem für Frauen oft unangenehm, auch weil Körperideale und Unsicherheiten gegenüber dem eigenen Körper und dem Können schwerer wiegen als bei Männern. Diesen Aspekt nennen stärker Frauen ab 50 Jahren.
 - Die **Männerkultur**, -sprache und Vereinsstruktur der meisten Sportvereine spricht Frauen weniger an. Diesen Punkt kritisieren die ExpertInnen (hier stärker die Frauen) heftiger. Der überwiegende Männeranteil bei den Vereinsfunktionären steht im direkten Zusammenhang mit dieser Beobachtung.
 - Wenig attraktive **Infrastruktur** ist für Frauen ein zusätzlich gewichtigeres Argument als für Männer.
- Weitere allgemeine Argumente gegen Sportvereine, die ebenso für Männer zutreffen:
 - Vereinsatmosphäre spricht grundsätzlich nicht an
 - Gesundheitliche Einschränkungen
 - Umzug erschwert Vereinsbesuch aufgrund zu langer Anfahrt

ANSATZPUNKTE



- Die Vereinszugehörigkeit **in jungen Jahren ist entscheidend** für die weitere Bindung an den Verein. Ein späterer Einstieg ist um vieles schwieriger, teilweise nicht möglich. Mädchen legen weniger Wert auf sportliche Aktivitäten und Wettkampfsport, sie müssen mit anderen Argumenten und Angebote angesprochen und vor allem in der Pubertät und nach der Familiengründung gehalten werden.
- Neue und weniger männlich dominierte Sportvereinsangebote wie **Gesundheitssportangebote sind noch zu wenig präsent**. Nicht einmal alle ExpertInnen kennen diese. Insgesamt erscheint sehr wichtig, diesen neuen, modernen und flexibleren Sportvereinsangebote besser zu kommunizieren.
- Expertinnen sehen Ansätze zur **Veränderung auf mehreren Ebenen**:
 - Auf einer gesellschaftlichen Ebene: Ändern der Geschlechterrollen
 - Auf der Ebene der Dachverbände: Aktives und ehrliches Bemühen um Mädchen und Frauen
 - Auf der Ebene der Kooperationen: Hier insbesondere Schulen und Sportvereine, die Achse Schule-Sport ausbauen
 - Auf der Ebene des Vereinsangebots: Entwickeln von Angeboten, die Frauen mehr entsprechen
 - Auf der Ebene der Vereinsstruktur: Ehrliches Einbinden von Frauen als Funktionärinnen
- Expertinnen und die Frauen selbst sind der Meinung, dass Männer und Frauen als TrainerInnen für Frauen geeignet sind, es geht mehr um die empathischen und pädagogischen Kenntnisse gepaart mit Engagement. Das Geschlecht spielt dabei keine entscheidende Rolle.
- In Bezug auf gemischte oder reine Frauengruppen sind die Meinungen offen: Junge Frauen präferieren eher gemischte Gruppen, ältere Frauen ab 50 eher reine Frauengruppen.

ANSATZPUNKTE FÜR SPORTVEREINE UND FRAUEN AUF EINEN BLICK



01

Mehr das Gemeinsame, Soziale herausstellen

Informationsangebote an der Schule

Kooperation mit anderen Vereinen, Kirche, Unternehmen

Mehr Präsenz und Kommunikation von Flugblättern bis Social Media

Vereine im Image modernisieren

**Kommunikation
Information**

02

**Kurszeiten, Abend-
Wochenendkurse**

Preis, Abos, 10er Blöcke

Schnupperkurse organisieren

Flexibilität

03

**Mehr
Kinderbetreuungsangebote**

Eltern-Kind Kurse

Informationsangebote zu Ernährung, Gesundheit etc.

Kinderangebote

Frauen Only Angebote

Mehr Wohlfühlen, weniger Wettkampf

Familienangebote

04

Mehr motivieren, weniger tadeln

Empathie und nicht Kritik

Individuelles Eingehen

Ausbildung

05

Infrastruktur ausbauen und modernisieren

Online Kurse, Hybridangebote

Digitale Abrechnung

Entpolitisieren

Anreize schaffen: weniger Versicherung zahlen bei Vereinsbesuch

Frauen mehr in die Funktionärsrolle bringen

**Modernisieren,
Digitalisieren**

VIELEN DANK.



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

DR.ⁱⁿ SOPHIE KARMASIN | Goldschmiedgasse 10/204 | 1010 Wien
+43 664 8131706 | sophie@karmasin-research.at | karmasin-research.at
KARMASIN RESEARCH & IDENTITY GMBH | FN: 336458† | UID: ATU65393317