

**SPORT**

**LAND**



# **SPORTSTRATEGIE 2025**



Wir alle freuen uns auf uneingeschränkte Sport- und Freizeiterlebnisse, die uns gerade im vergangenen Jahr besonders gefehlt haben. Denn die Corona-Pandemie hat uns gezeigt, wie wichtig ein aktiver Lebensstil und körperliches Wohlbefinden sind. Wir alle spüren und fühlen, wie schnell wir unsere Akkus aufladen können, wenn wir Wege zu Fuß oder mit dem Rad in der freien Natur zurücklegen. Daher hatte die Covid-19-Krise auch einen großen Einfluss auf die Entstehung unserer neuen Sportstrategie, mit der wir dem Wunsch unserer Landsleute nach Sport, Bewegung und Freizeit nachkommen.

Es ist unbestritten, dass Sport schon jetzt einen hohen Stellenwert für die NiederösterreicherInnen hat, weshalb wir uns ganz herzlich beim SPORTLAND Niederösterreich und dem gesamten Sportnetzwerk für die wichtigen Ideen und Anregungen bedanken möchten. Denn diese Unterstützung war zentral für die Sportstrategie 2025, die allen Landsleuten zugutekommt.

**Johanna Mikl-Leitner**  
Landeshauptfrau



Der Sport steht vor großen Herausforderungen. Durch die vielen Einschränkungen, mit denen wir zuletzt konfrontiert waren, hat man aber auch gesehen, wie wichtig Sport & Bewegung für unsere Gesellschaft, insbesondere für die physische und geistige Gesundheit unserer Kinder und Jugendlichen ist. Aus diesem Grund liegt der Fokus unserer Sportstrategie 2025 auch auf unserem Nachwuchs. Mit einem aktiven Lebensstil kann gesundheitlichen, sozialen, aber auch gesellschaftlichen Problemen entgegengewirkt werden. Konkret wollen wir nun zunehmend niederschwellige Rahmenbedingungen für den Zugang zum Sport schaffen, Kindern ein Angebot zu vielen unterschiedlichen Sportarten bieten, die Weiterentwicklung des Sports proaktiv vorantreiben und die Rahmenbedingungen im Spitzensport verbessern.

Als Sportlandesrat ist es mir sehr wichtig, dass die zukünftige Marschrichtung nicht im stillen Kämmerchen entsteht, sondern mit Hilfe der NiederösterreicherInnen stetig weiterentwickelt wird. Unter [www.sportlandnoe2025.at](http://www.sportlandnoe2025.at) haben deswegen alle Interessierten weiterhin die Möglichkeit, den Strategieprozess einzusehen und ihre Anregungen einzubringen.

**Jochen Danninger**  
Landesrat für Wirtschaft, Tourismus und Sport



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>AUSGANGSSITUATION</b>	<b>6</b>
	Gesellschaftliche Entwicklungen	6
	NÖ Sportlandschaft	8
	Querschnittsmaterie Sport	10
<b>2</b>	<b>STRATEGIEPROZESS</b>	<b>12</b>
	Prozess-Phasen	12
	Design Thinking	13
<b>3</b>	<b>SPORTSTRATEGIE 2025</b>	<b>15</b>
	Aufbau der Sportstrategie	15
	Vision	16
	Mission	17
	Strategische Zielgruppen	18
	Handlungsfelder und strategische Ziele	22
	Handlungsfeld 1 - Eintritt in die sportliche Welt	24
	Handlungsfeld 2 - Sportarten spielerisch (kennen)lernen	25
	Handlungsfeld 3 - Spitzensport - vom Traum zum Ziel	26
	Handlungsfeld 4 - Sport und Bewegung ein Leben lang	27
	Sportstrategie 2025 im Überblick	29
<b>4</b>	<b>SPORTNETZWERK NIEDERÖSTERREICH</b>	<b>30</b>
	SPORTLAND Niederösterreich	30
	Unser Weg in die Zukunft	31

## GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGEN

Im Jahr 2020 sah sich die niederösterreichische Sportlandschaft mit einer unerwarteten Herausforderung, der Coronavirus-Pandemie, konfrontiert. Aktuell ist der Sport auf seinem Weg aus der Krise. Um für den Sport der Zukunft bestmöglich gerüstet zu sein, braucht es neben kurz- und mittelfristigen Maßnahmen zur Krisenbewältigung auch eine langfristige Strategie. Die durch COVID-19 veränderten Rahmenbedingungen und der gesellschaftliche Wandel spielen dabei eine wesentliche Rolle. Diese wurden daher in die Entwicklung der Sportstrategie 2025 miteinbezogen.



### COVID-19

Die Corona-Pandemie hat der Sport-Community stark zugesetzt. Studien zeigen deutlich die Auswirkungen der aktuellen Gesundheitskrise. Sport ist für einen Großteil der Bevölkerung enorm wichtig (66 %) und hat daher unter Corona besonders gelitten. Die aktive Sportausübung sowie der passive Sportkonsum sind über alle Altersgruppen zurückgegangen. AnbieterInnen für Bewegung und Sport sind von Mitgliederschwund stark betroffen. Arbeitsplätze stehen auf dem Spiel. Vermehrter Bewegungsmangel mit seinen indirekten, vielfach belegten negativen Effekten sowie rückläufige wirtschaftliche Wertschöpfung, sind die Folgen für die Situation des Sports in Niederösterreich.

- ▶ Im ersten Lockdown im April 2020 wurde österreichweit, vor allem in der Altersgruppe der 29-Jährigen der gemeinsame Sport, neben Treffen mit Familienmitgliedern und FreundInnen bzw. das Reisen, am meisten vermisst (32 %).
- ▶ Für Niederösterreich (und das Burgenland) ergibt sich wegen Corona ein klar negativer Bewegungssaldo (-9 %). Jede/r vierte NiederösterreicherIn gab im Herbst 2020 an, weniger Sport zu betreiben als in Zeiten vor Corona, wobei deutliche Unterschiede zwischen den befragten Altersgruppen zu erkennen sind. Unter 29-Jährige haben etwas mehr Sport betrieben, über 70-Jährige jedoch deutlich weniger.
- ▶ Beim medialen Sport-Konsum zeigt sich, dass Sport im TV um 10 % mehr konsumiert wurde, während das Sport-Streaming um 9 % abgenommen hat.
- ▶ Wenig überraschend sind die Auswirkungen der Corona-bedingten Veranstaltungsbeschränkungen. Sportveranstaltungen wurden österreichweit von den Befragten um 59 % seltener besucht als in Zeiten vor der Krise.
- ▶ Mit einer Wertschöpfung von minus 16,51 %, gehört die Sportwirtschaft zu den – durch die COVID-19-Pandemie – überdurchschnittlich stark betroffenen Wirtschaftsbereichen.
- ▶ Noch stärker fällt der Effekt im Bereich der Beschäftigung der Sportwirtschaft aus: ein Verlust von 7.179 Arbeitsplätzen entspricht einem Minus von 18,01%.
- ▶ Der Kernbereich des Sports (Betrieb von Sportanlagen, Sportvereine, SportlerInnen, TrainerInnen) ist mit einem Minus von direkt 18 % noch stärker betroffen als die gesamte Sportwirtschaft.

Quelle: OBSERVER Brand Intelligence GmbH – Sorgen und Bedenken im Rahmen der Coronakrise, April 2020

Quelle: OBSERVER Brand Intelligence GmbH – Sport in der Coronakrise, Oktober 2020

Quelle: SportsEconAustria Institut für Sportökonomie – Ökonomische Wirkungen der COVID-19-Pandemie auf Niederösterreichs Sportwirtschaft, April 2020

## MEGATRENDS

Im Zuge der Strategieentwicklung wurde ein Trend-Screening der Megatrends des Zukunftsinstituts vorgenommen. Megatrends sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft nicht nur kurzfristig, sondern auch auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends sind nie linear und eindimensional sondern beeinflussen einander gegenseitig. Relevante Megatrends im Bereich Sport haben sich durch die Coronavirus-Pandemie noch verstärkt. Folgende Trend-Entwicklungen wurden als hochrelevant für den Sport in Niederösterreich identifiziert:



### NEW WORK

Der Megatrend „New Work“ steht für den Wandel in der Arbeitswelt. Die rationale Leistungsgesellschaft wird von der Kreativökonomie abgelöst. Die gelungene Symbiose von Leben und Arbeiten steht zukünftig im Mittelpunkt.



### KONNEKTIVITÄT

Die Gesellschaft ist zunehmend vernetzt. Digitale Kommunikationstechnologien verändern das soziale Miteinander, Lebensstile und Verhaltensmuster. Um diesen Wandel als Chance zu nutzen, brauchen Unternehmen bzw. Organisationen und Personen neue Netzwerk-Kompetenzen.



### INDIVIDUALISIERUNG

Zukünftig wird sich der persönliche Freiheitsraum maßgeblich erweitern. Selbstbestimmung, Eigenverantwortung, Wahlfreiheit sowie individuelle Lebensstile sind zentrale Elemente des Megatrends „Individualisierung“.



### GESUNDHEIT

Die Gesundheit wird künftig als Voraussetzung für ein gutes Leben in der Gesellschaft gelten. Da das Gesundheitsbewusstsein der Menschen größer wird, werden zunehmend gesundheitsfördernde Lebenswelten gefordert.

**600.000**

NiederösterreicherInnen betreiben  
zumindest 1x pro Woche Sport

**3353**  
Sportvereine mit  
**420.000**  
Mitgliedern

**61**  
Sportverbände mit insgesamt  
**370.000**  
aktiven Mitgliedschaften

**146.500**  
WettkampfsportlerInnen

**NÖ  
SPORTLANDSCHAFT**

Sport wird aus den unterschiedlichsten Motiven betrieben, sei es um sich gesund und fit zu halten, die Natur zu genießen, sportliche Leistungen zu verbessern und um sich im Wettkampf zu messen, Spaß, Spannung und Abenteuer zu erleben, soziale Kontakte zu pflegen oder Stress abzubauen. Den rund 1,69 Mio. NiederösterreicherInnen steht ein vielfältiges Sportangebot öffentlicher, gemeinnütziger und kommerzieller SportanbieterInnen zur Verfügung.

**573**  
Gemeinden mit insgesamt  
**6.600**  
Sportanlagen und  
**228**  
Fitnessstudios

**132**

Einzel-SportlerInnen in  
der allgemeinen Klasse

**42**  
Schulen mit  
sportlichem Schwerpunkt

**59**

Mannschaften und Teams  
der allgemeinen Klasse in den  
höchsten österreichischen Ligen

**1**  
NÖ Sport-Leistungs-Zentrum mit  
**367**  
SchülerInnen in über  
**20**  
Sportarten

**168**

Einzel-SportlerInnen  
im Nachwuchs

**2.800**  
NachwuchssportlerInnen  
in Talentförderprogrammen

**1**  
OLYMPIAZENTRUM/SPORTZENTRUM  
Niederösterreich als Trainings- und  
Wettkampfstätte im NÖ Zentralraum

## QUERSCHNITTMATERIE SPORT

Sport und Bewegung tragen zur Lebensqualität der Menschen bei und leisten einen wertvollen Beitrag zur Gesellschaft. Sport stellt sich dabei als Querschnittsmaterie dar und wirkt in verschiedensten Lebensbereichen, in gesellschaftlicher, ökonomischer und ökologischer Hinsicht. Sport ist ein Abbild gesellschaftlicher Entwicklungen und gestaltet diese gleichzeitig mit. Es gilt immer wieder die Bedeutungsdimensionen von Sport und damit dessen Stellenwert bewusst zu machen. Folgende Wirkungsdimensionen sind vielfach belegt.

### GESUNDHEIT



Die positiven Effekte von Bewegung und Sport auf die physische und mentale Gesundheit sind unbestritten. Körperliche Inaktivität gilt nachweislich als Risikofaktor für eine Reihe von Krankheitsbildern wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Stoffwechselerkrankungen, Krebserkrankungen, Osteoporose, Depressionen oder neurodegenerative Erkrankungen und steht generell mit einem frühzeitigen Tod in Zusammenhang. Der Beitrag des Sports zur Erfüllung der Bewegungsempfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) ist vielfach belegt, wobei sich die Auswirkungen auf die Gesundheit je nach Sportart sowie Dauer, Häufigkeit und Intensität der sportlichen Aktivität unterscheiden.

### WOHLBEFINDEN



Aktiver Sport hat einen substantiellen Effekt auf die persönliche Lebensqualität und ist mit zahlreichen Emotionen verbunden, die sich positiv auf die subjektive Stimmung auswirken. Menschen, die häufiger Sport treiben sind tendenziell zufriedener und glücklicher. Dies trifft insbesondere auf Sportarten zu, die mit einer hohen sozialen Interaktion verbunden sind.

### BILDUNG



Bewegung und Sport spielen zudem bei der Entwicklung kognitiver Fähigkeiten eine maßgebende Rolle und stehen mit schulischen Leistungen, der Konzentrationsfähigkeit, dem Gedächtnis und der Ausdrucksfähigkeit in positivem Zusammenhang. Vor allem im Kindes- und Jugendalter sind regelmäßige Bewegungseinheiten damit ein wesentlicher Faktor für den schulischen Lernerfolg.



### PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG

Der Sport vermittelt persönlichkeitsbildende Grundwerte wie Fairness, Engagement, Teamgeist und Respekt gegenüber anderen. In keinem anderen Lebensbereich sind Glücksmomente und Enttäuschungen so nahe beisammen wie im Sport. Das gemeinsame Feiern von Siegen und die Verarbeitung von Niederlagen sind wertvolle Erfahrungen und tragen zu einem positiven Selbstwertgefühl bei.



### SOZIALKAPITAL

Sport fördert die Entwicklung sozialer Beziehungen und ist das verbindende und integrierende Element vor dem Hintergrund zunehmender Individualisierung. Sport kann die Wirkung von Maßnahmen zur Integration, Inklusion und Geschlechtergerechtigkeit wesentlich erhöhen und stärkt somit eine Kultur des Miteinanders.



### ÖKONOMIE

Die ökonomische Bedeutung des Sports wird vielfach unterschätzt. Bereiche wie etwa Sporttourismus, Sportartikelhandel und -verleih, Sportstättenbau oder Dienstleistungen des Sports sorgen dafür, dass in pandemiefreien Zeiten jeder 20. Euro, der in Niederösterreich erwirtschaftet wird, unmittelbar oder mittelbar auf den Sport zurückzuführen ist. Dies geht einher mit einem nennenswerten Einfluss auf den Arbeitsmarkt. Etwa 40.000 Personen sind in Niederösterreichs Sportwirtschaft beschäftigt. Demgegenüber sind die gesundheitsökonomischen Folgen körperlicher Inaktivität zu erwähnen, die sich sowohl im Gesundheitswesen wie auch gesamtwirtschaftlich durch Produktivitätsentgänge und Berufsunfähigkeiten negativ zu Buche schlagen.



### ÖKOLOGIE

Nicht nur Großsportveranstaltungen, sondern Sportaktivitäten an sich, stehen häufig in Verbindung mit Reisetätigkeiten, sei dies zu Trainingsstätten, Wettkämpfen oder in den Sporturlaub. Sie bedingen damit die Entwicklung umweltfreundlicher Raum- und Verkehrskonzepte zur Reduzierung der CO<sup>2</sup>-Emissionen. Zudem erfordert der Energie- und Wasserressourcenverbrauch in Zusammenhang mit der Errichtung und dem Betrieb von Sportinfrastruktur wie Schwimmbädern, Eishallen oder der Beregnung von Fußballspielfeldern in Zeiten des Klimawandels moderne Konzeptionen.

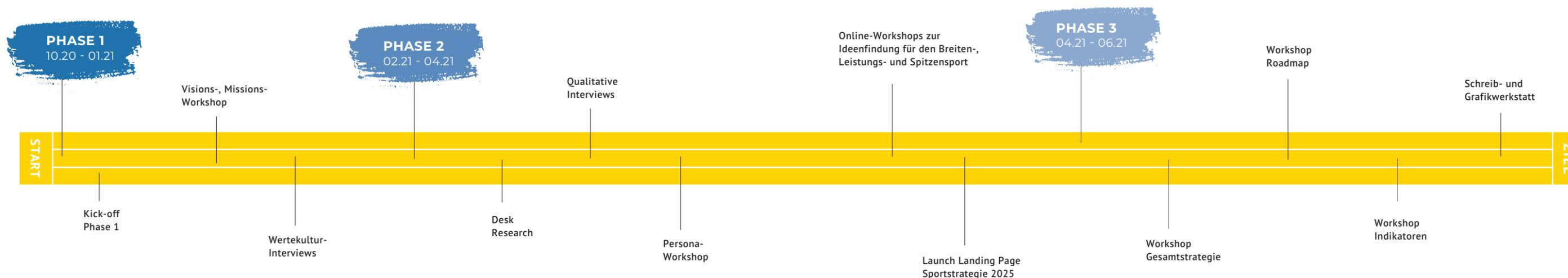
# 2 STRATEGIEPROZESS

Zur Erarbeitung der Sportstrategie 2025 wurde im Herbst 2020 ein umfassender Erhebungs- und Entwicklungsprozess gestartet. Es wurde auf die Abstimmung mit anderen Strategien des Landes geachtet und die Anschlussfähigkeit zu übergeordneten strategischen Dokumenten auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene geprüft. Das Projektteam setzte sich aus MitarbeiterInnen der Sportabteilung des Landes Niederösterreich, der SPORTLAND Niederösterreich Programme sowie des SPORTZENTRUM Niederösterreich zusammen. Unterstützt wurde das Team von einem externen Beratungsunternehmen. Die Projektleitung lag bei der Sportabteilung des Landes Niederösterreich. Um die Standpunkte aller Stakeholder in der Strategieentwicklung einzubinden und die Meinungen von ExpertInnen zu hören, wurde ein breiter Partizipationsprozess aufgesetzt. Die Einbeziehung aller MitarbeiterInnen von SPORTLAND Niederösterreich und von externen Personen aus klassischen, organisierten Sportstrukturen, aber auch aus sportfernen Bereichen, ermöglichte eine kreative Herangehensweise und eine breite Ideenfindung.

## DESIGN THINKING

Zur Entwicklung der Sportstrategie wurde der methodische Ansatz von Design Thinking herangezogen. Der Prozess war geprägt von Kreativität, klarer Struktur und Ergebnisoffenheit. In der Entwicklungsarbeit wurden die NiederösterreicherInnen und ihre Bedürfnisse hinsichtlich Sport und Bewegung in den Mittelpunkt gestellt.

**Design Thinking** ist eine dynamische Methode zur Problemlösung und Innovation, bei der kreatives und methodisches Arbeiten miteinander kombiniert werden. Design Thinking will möglichst viel kreatives Potential bei allen Stakeholdern eines Innovationsvorhabens freisetzen, um systematisch komplexe Probleme zu lösen und individuelle, nutzergerechte Lösungen zu finden.<sup>1</sup>



### PHASE 1

#### Visions-, Missions-Workshop und Wertekultur-Interviews

Das Projektteam führte unter externer Begleitung und mit Unterstützung der MitarbeiterInnen von SPORTLAND Niederösterreich, auf Basis der Grundlagen und Empfehlungen der Evaluierung der Sportstrategie 2020, eine gesamtgesellschaftliche Analyse gesellschaftlicher Megatrends durch und bewertete deren Relevanz für SPORTLAND Niederösterreich. Auf Basis dieser Trendbewertung und einer anschließenden Erhebung der internen Wertekultur, wurden die Bausteine für die Vision und Mission formuliert.

### PHASE 2

#### Desk Research

Anhand bereits vorhandener Informationsquellen, Studien und Statistiken setzte sich das Projektteam mit Themen wie aktives Sportverhalten und passiver Sportkonsum in Zeiten von COVID-19, Auswirkungen der aktuellen Gesundheitskrise auf den Sport, das Bewegungs- und Sportverhalten in Niederösterreich sowie die Digitalisierung im Sport auseinander.

#### Qualitative Interviews

Das Projektteam führte mit 50 NiederösterreicherInnen verschiedenen Alters, Geschlechts, unterschiedlichen Berufsgruppen und Aktivitätslevels persönliche Interviews, um ein umfassendes Bild über das Sportverhalten und den

Sportkonsum der niederösterreichischen Bevölkerung zu erhalten.

#### Persona-Workshop

Im Rahmen eines Persona-Workshops wurden die Zielgruppen im Breitensport vom Projektteam identifiziert sowie ein umfassender Überblick über die Bedürfnisse der NiederösterreicherInnen im Bereich Sport und Bewegung erarbeitet.

#### Leistungs- und Spitzensport-Workshop

Die Bedürfnisse der AthletInnen im Leistungs- und Spitzensport in der Aufbau-, Anschluss- und Hochleistungsphase wurden mit ExpertInnen aus diesen Bereichen erörtert und diskutiert.

#### Online-Workshops zur Ideenfindung für den Breiten-, Leistungs- und Spitzensport

Um auf die festgestellten Problemlagen und Herausforderungen in den Bereichen Breiten-, Leistungs- und Spitzensport reagieren zu können, wurden mit über 80 Personen in 8 Online-Workshops Ideen gesammelt und Lösungsansätze im interdisziplinären Austausch erarbeitet. Neben VertreterInnen aus Gesellschaftsbereichen wie Politik, Gesundheit, Wirtschaft, Tourismus, Sport, Bildung und Wissenschaft, brachten sich ebenso ExpertInnen, unter anderem aus den Fachgebieten Digitalisierung, Trendsport und Sportinfrastruktur, ein.

#### Launch Landing Page Sportstrategie 2025

Mit dem Launch der Landing Page zur Sportstrategie 2025 wurde für die NiederösterreicherInnen die Möglichkeit geschaffen, ein wichtiger Teil bei der Erstellung des strategischen Plans für SPORTLAND Niederösterreich zu sein, und zur laufenden Weiterentwicklung in der operativen Umsetzung mit ihren Impulsen und Anregungen beizutragen.

### PHASE 3

#### Gesamtstrategie-Workshops

Die Ergebnisse der ersten beiden Phasen wurden vom Projektteam in 2 Workshops zusammengeführt, und aufbauend darauf die zukünftigen Handlungsfelder, strategischen Ziele sowie Maßnahmenbündel formuliert.

#### Schreib- und Grafikwerkstatt

Die in den Gesamtstrategie-Workshops erarbeiteten Inhalte, das Strategiepapier und die Präsentationselemente wurden in einer Schreibwerkstatt vom Projektteam finalisiert.

<sup>1</sup> Quelle: Lewrick, M., Link, P., Leifer, L. (2020). Das Design Thinking Toolbook. Versus Verlag AG.



**Ausgehend von einer starken Vision und Mission wurden in einem menschenzentrierten Prozess mehrere strategische Handlungsfelder entwickelt - menschenzentriert nicht nur aufgrund der Tatsache, dass mit zahlreichen Menschen in Niederösterreich über ihre Bedürfnisse zu Sport persönlich gesprochen wurde, sondern auch aufgrund der intensiven Beteiligung von KollegInnen und ExpertInnen aus dem Breiten- und Spitzensport.**

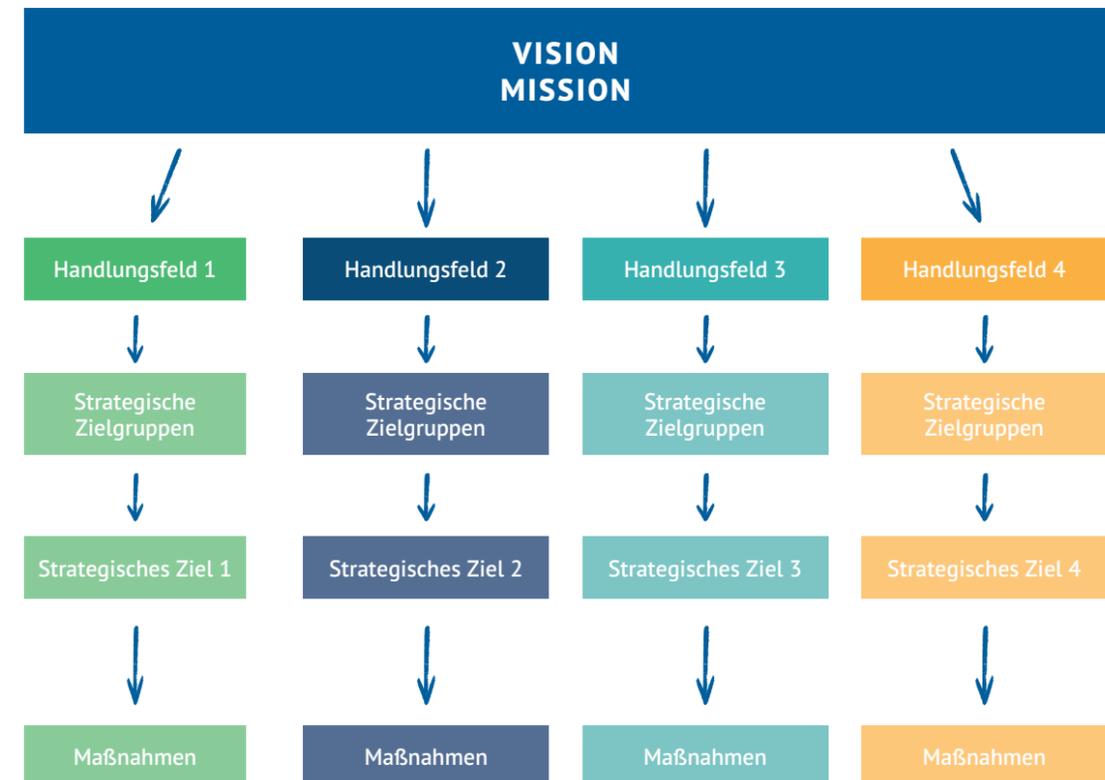
Patrick Rammerstorfer, MSC MBA  
Pro Active Beratungs- u. Trainings GmbH, Geschäftsführender Gesellschafter

# 3

## SPORTSTRATEGIE 2025

### AUFBAU DER STRATEGIE

Übergeordnet in der Architektur der Strategie stehen Vision und Mission, welche als strategisches Leitbild fungieren. Ausgehend von der Vision und Mission wurden vier Handlungsfelder mit jeweils einem strategischen Ziel definiert, die wesentlich dazu beitragen, auf die ermittelten Bedürfnisse im Breiten-, Leistungs- und Spitzensport in Niederösterreich zu reagieren. Anhand der entwickelten strategischen Ziele werden wirksame sportpolitische Maßnahmen erarbeitet, die geeignet sind, den niederösterreichischen Sport zu stärken.



# VISION

In einer Zukunft, in welcher der persönliche Akku immer schneller auf Reserve läuft, ist Sport die beste Ladestation.

Diese Zukunft wollen wir führend mitgestalten, indem wir innovative und wirksame Sportangebote forcieren, die einen gesellschaftlichen Mehrwert stiften.

Unsere besondere Fähigkeit liegt darin, dass wir den Sport l(i)eben, seinen hohen Stellenwert kennen und gemeinsam mit den AkteurlInnen an einem Strang ziehen.

Dazu schaffen wir einen fruchtbaren Boden für kreative Ideen und sorgen dafür, dass aktiver Sport zum stetigen Grundbedürfnis der NiederösterreicherInnen wird.

Mit unserem Handeln begeistern wir für ein Leben mit Sport und die Weitergabe dieser Lebenseinstellung von Generation zu Generation.

# MISSION

Unsere Mission ist es, dem Sport den hohen Stellenwert zu geben, den er verdient und das Bewusstsein für einen aktiven Lebensstil in der Bevölkerung, bei Kindern und Jugendlichen und EntscheidungsträgerInnen zu verankern. Der Leistungs- und Spitzensport, für den wir optimale Rahmenbedingungen schaffen, ist dafür ein starker Motor.

Wir sind mutig und offen gegenüber Neuem und hinterfragen und adaptieren ständig unsere bestehenden Angebote. Wir (er-)kennen das Potenzial von Trends in Sportarten, Infrastruktur und Digitalisierung.

Wir unterstützen Ideen, die insbesondere den Nachwuchs für Sport begeistern, ermutigen alle sich einzubringen, binden sie aktiv in Entwicklungsprozesse ein und fördern aussichtsreiche Projekte.

Das alles erreichen wir, wenn die Querschnittsmaterie Sport durch unser Handeln als Lösung für vielschichtige, gesellschaftliche Herausforderungen verstanden wird.

## STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN

### DIE BEWEGUNGSDRÄNGLER



**Name:** Jonas Schützenhofer-Nemec  
**Alter:** 7 Jahre  
**Familie:** Schwester (5), Vater (33), Mutter (34)  
**Wohnort:** Baden

#### Einfluss

- ▶ Eltern
- ▶ Großeltern
- ▶ Lehrerin

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ YouTube
- ▶ Alexa
- ▶ Papa's Handy

„Das Schönste in der Schule sind die Pausen – da können wir Ballspielen!“

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Bewegungsspiele in der Natur
- ▶ Ballspiele
- ▶ Bewegung mit Spaß, Abwechslung & Fantasie

#### Probleme

- ▶ Fehlende Ressourcen der Eltern
- ▶ Fehlende/r Bewegung/-raum in der Schule und zuhause
- ▶ Abhängigkeit vom sozialen Umfeld
- ▶ Disziplin & Normen vor Spaß, Kreativität und Fantasie
- ▶ Fehlende individuelle Förderung, Vielfalt und Abwechslung

### DIE NACHZÜGLER

#### Einfluss

- ▶ Mama
- ▶ Beste Freundin und KlassenkameradInnen
- ▶ Billie Eilish

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Spotify
- ▶ Will Netflix, hat aber „nur“ Disney+
- ▶ Instagram zum Stöbern

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Musik (Spotify)
- ▶ Spazieren mit Hund
- ▶ Zeit mit bester Freundin
- ▶ Schulische Erfolge

#### Probleme

- ▶ Druck, die Erwartungen des sozialen Umfeldes zu erfüllen
- ▶ Andere Hobbies und Schule nehmen viel Zeit in Anspruch
- ▶ Sozialen Anschluss finden
- ▶ Hohe Bildschirmzeit
- ▶ Sportbedürfnisse jugendlicher Mädchen werden zu wenig bedient
- ▶ Wettkampfgedanke, Vergleiche, Reduzierung auf Stereotype im Sport
- ▶ Vergleiche mit jüngerer Schwester

„Ich fange nicht zum Volleyballspielen an, da dort sowieso nur die Guten spielen.“

**Name:** Luisa Zlabinger  
**Alter:** 14 Jahre  
**Familie:** Schwester (5), Vater (40), Mutter (38)  
**Wohnort:** Echsenbach im Waldviertel



### DIE TRAUMJÄGER



**Name:** Jessica Pözl  
**Alter:** 14 Jahre  
**Familie:** Bruder (17), Mutter (44), Vater (47)  
**Wohnort:** Lilienfeld

#### Einfluss

- ▶ Mutter
- ▶ Sportlehrerin
- ▶ Ältere Teamkollegen
- ▶ Trainerin

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Tik Tok, Instagram, Snapchat
- ▶ Musik (Spotify)
- ▶ YouTube

„Teamwork makes the dream work!“

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Freizeit als Ausgleich zum Sport
- ▶ Wochenende bedeutet Family-Time
- ▶ Mit Hund spazieren gehen

#### Probleme

- ▶ Schwierigkeiten, sportlichen Anschluss im SLZ St. Pölten herzustellen
- ▶ Integration in neue Mannschaft
- ▶ Vereinbarkeit von Wettkämpfen und Schule
- ▶ Keine Möglichkeit für das Modell „Sport und Lehre“
- ▶ Mangel an ganzheitlich qualifizierten TrainerInnen durch fehlende Strukturen

### DIE TAUSENSASSAS

#### Einfluss

- ▶ Youtuber, Influencer
- ▶ Familie
- ▶ Sportprofessor

#### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Hohe Online-Aktivität
- ▶ E-Sports, Twitch
- ▶ YouTube, Instagram
- ▶ X-Games

#### Freizeit & Motivation

- ▶ Polysportiver Sport – Skateboard, Freibad, Parcours, Fußballtraining
- ▶ Zeit mit Freunden
- ▶ PlayStation

- ▶ Neues ausprobieren/sich immer wieder „challengen“
- ▶ Tutorials zum Erlernen neuer Fertigkeiten

#### Probleme

- ▶ Höher Aufwand (Organisation, Recherche, Anfahrt etc.) für Angebot und Infrastruktur
- ▶ Verbotskultur im öffentlichen Raum
- ▶ Fehlendes Angebot/fehlende Infrastruktur für Trendsportarten

„Just do it!“



**Name:** Miro Kleister  
**Alter:** 16 Jahre  
**Familie:** Schwester (28), Mutter (54), Vater (60)  
**Wohnort:** Baden

## DIE WOHLFÜHLER



**Name:** Hannah Heinemann  
**Alter:** 17 Jahre  
**Familie:** Zwillingbruder (17), Bruder (10), Vater (48), Mutter (43)  
**Wohnort:** Baden

### Einfluss

- ▶ Eltern
- ▶ FreundInnen
- ▶ LehrerIn

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Netflix
- ▶ Apple Music
- ▶ Aktiv auf Instagram

### Freizeit & Motivation

- ▶ Gemeinsame Bewegung und Zeit mit Freunden und Familie
- ▶ Neue Leute kennenlernen
- ▶ Steigerung der eigenen Leistung
- ▶ Abwechslung
- ▶ Musik und Essen
- ▶ Teilnahme Frauenlauf

### Probleme

- ▶ Wenig Ansporn im schulischen und familiären Umfeld
- ▶ Sorgen und soziale Einschränkungen durch COVID-19
- ▶ Schule als „Vollzeitjob“
- ▶ Stress und Druck von außen
- ▶ Fehlende Motivation Sport alleine zu betreiben
- ▶ Geschlechtsspezifische Sportteilnahme

“ Live your life!

## DIE ACHTSAMEN



**Name:** Laura Schulz  
**Alter:** 24 Jahre  
**Familie:** Single, Bruder (28)  
**Wohnort:** Melk

### Einfluss

- ▶ Eltern
- ▶ Freundeskreis
- ▶ StudienkollegInnen

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Spotify, Netflix
- ▶ Abo Magazin Flow und Standard
- ▶ Analoger Terminkalender
- ▶ Facebook für Veranstaltungen, Instagram als Ideengeber
- ▶ Events: Spaß-Turniere Spikeball, ÖH-Kurse, Elektro-Yoga

### Freizeit & Motivation

- ▶ Einklang mit Körper und Geist
- ▶ Offenheit und Neugier
- ▶ Abwechslung
- ▶ Bewegung in der Natur
- ▶ Sport als Mittel zum Zweck und Ausgleich
- ▶ Körperliches Wohlbefinden durch Sport und Bewegung

### Probleme

- ▶ Stress im Beruf und Alltag
- ▶ Zeitmangel und Druck durch Mehrfachbelastung
- ▶ Zunehmend gesundheitliche Probleme

“ Vor lauter Erledigungszwang vergesse ich oft das Wesentliche – Leben.

## DIE DURCHSTARTER

### Einfluss

- ▶ Coach
- ▶ Dominic Thiem
- ▶ Eltern
- ▶ Kontrahenten

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Facebook, Instagram
- ▶ YouTube für Workouts
- ▶ Livestream-Portale und Sky

### Freizeit & Motivation

- ▶ Freizeit = Regeneration
- ▶ Smartphone als steter Begleiter
- ▶ Networking zur Sponsoren-Akquise
- ▶ Top 100 als großes Ziel im nächsten Jahr

### Probleme

- ▶ Finanzielles Risiko bei Schritt ins Profitum, fehlende Begleitung vom Nachwuchs in den Spitzensport
- ▶ Fehlendes Auffangnetz bei Scheitern am Weg zum Profisportler
- ▶ Hohe finanzielle Anforderungen für notwendiges Trainings- und Wettkampfumfeld
- ▶ Abhängigkeit von adäquater Sportinfrastruktur

**Name:** Nik Tallar  
**Alter:** 19 Jahre  
**Familie:** Mutter (50), Vater (52)  
**Wohnort:** Kirchberg am Wagram

“ Losing is never an option!



## DIE SELBSTLOSEN

### Einfluss

- ▶ Familie (Eltern, Schwester, Kinder, Ehemann)
- ▶ Befreundete Familien
- ▶ ArbeitskollegInnen
- ▶ PädagogInnen in Kindergarten und Schule

### Mediennutzungsverhalten

- ▶ Ö3, ausgewählte Filme
- ▶ Kochzeitschriften
- ▶ Pinterest, Facebook und Instagram

### Freizeit & Motivation

- ▶ Kochen und Haushalt
- ▶ Zeit mit Kindern
- ▶ Soziale Medien

“ Irgendwie muss ich alles unter einen Hut bringen.

**Name:** Katharina Schmall  
**Alter:** 35 Jahre  
**Familie:** Mann (36), Sohn (8), Sohn (5)  
**Wohnort:** Blindenmarkt

### Probleme

- ▶ Knappe Zeitressourcen
- ▶ Finanzielle Belastung & unsichere Jobaussichten
- ▶ Hohes Stresslevel
- ▶ Wenig flexibles Sportangebot
- ▶ Fehlende Work-Life-Balance
- ▶ Große logistische Herausforderungen im Alltag





**HANDLUNGSFELD 1:****” Eintritt in eine sportliche Welt**

Damit die Teilnahme an Sportaktivitäten gelingt, sind zwei Bedingungen wesentlich. Zum einen muss Bewusstsein für den Sport vorhanden sein und zum anderen Wissen über verfügbare Sportangebote vorliegen. In weiterer Folge ist die erste Erfahrung mit einer Sportaktivität elementar. Während ein positives Erlebnis zum Weitermachen animiert, kann ein negatives Erlebnis zur generellen Ablehnung von Sport führen. Daher müssen Barrieren, die Sport verhindern, abgebaut und ein einladendes Umfeld geschaffen werden, um möglichst vielen Menschen den Eintritt in den Sport zu ermöglichen.

**→ STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:****→ STRATEGISCHES ZIEL:**

Verbesserung der Rahmenbedingungen für niederschweligen Zugang zu Sport.

**→ MASSNAHMEN:**

Bei der Entwicklung von bewusstseinsbildenden Maßnahmen, die in weiterer Folge zu einem ersten Kontakt mit Sport bei der strategischen Zielgruppe führen sollen, gilt es Rahmenbedingungen für einen möglichst niederschweligen Zugang zum Sport zu schaffen. Dabei wird der Sport als Querschnittsmaterie verstanden und soll durch Initiativen, sowohl im privaten als auch beruflichen Umfeld, an Stellenwert gewinnen. Auch die Unterstützung und Stärkung lokaler TreiberInnen des Sports, soll einen wesentlichen Teil des Maßnahmenbündels in diesem Handlungsfeld einnehmen.

**HANDLUNGSFELD 2:****” Sportarten spielerisch (kennen)lernen**

Im ersten Lebensabschnitt sind das Sammeln von möglichst vielfältigen Bewegungserfahrungen, das Ausprobieren und Experimentieren mit neuen Sportarten und vielen Aktivitäten besonders wichtig. Die Aneignung einer bewegungs- und sportaffinen Lebenseinstellung, die sich auszeichnet durch körperliche Kompetenz, Motivation, Selbstvertrauen sowie Wissen und Verständnis über die positiven Auswirkungen lebenslangen Sporttreibens, steht im Zentrum. Bewegungs- und Sportangebote sollen daher möglichst vielfältig und abwechslungsreich sein. Durch den Erwerb polysportiver Kompetenzen sollen Kinder nicht nur an ein langfristiges Sporttreiben herangeführt werden, sondern auch ein breites Spektrum an Fähigkeiten und Fertigkeiten entwickeln, die als Fundament für leistungsorientiertes Sporttreiben erforderlich sind.

**→ STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:****→ STRATEGISCHES ZIEL:**

Forcierung des Erwerbs polysportiver Kompetenzen.

**→ MASSNAHMEN:**

Um Kindern schon in jungen Jahren viele unterschiedliche Sportarten näher- und beizubringen, wird auf einen möglichst spielerischen Zugang (Gamification) bei der Maßnahmenentwicklung gesetzt. Um logistischen Herausforderungen entgegenzuwirken, soll durch Kooperationen mit Vereinen und SportanbieterInnen auch das Angebot an betreuten Sporteinheiten während und direkt nach Kindergarten und Volksschule verstärkt werden. Da Kinder naturgegeben über einen ausgeprägten Bewegungsdrang verfügen, soll bei der Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen in diesem Handlungsfeld, unter Einbeziehung aller kindlichen Bezugspersonen, immer ein ganzheitlicher Ansatz gewählt werden.

**HANDLUNGSFELD 3:****Spitzensport —  
Vom Traum zum Ziel**

In der frühen Pubertät fällt bei vielen Kindern die Entscheidung Richtung Leistungs- und Spitzensport. Der Weg zum Podium ist ein steiniger, da neben Trainings- und Wettkampfbetrieb auch Schule und Lehre bzw. Studium und Weiterbildungsmöglichkeiten miteinander vereinbart und mit dem sozialen Umfeld in Einklang gebracht werden müssen. Im Hochleistungssport mit einhergehenden hohen Trainingsumfängen spielt zudem auch die finanzielle Komponente eine entscheidende Rolle. Die optimale Abstimmung von Training, Wettkämpfen und Regeneration ist ein wesentlicher Bestandteil einer langfristigen AthletInnenentwicklung. Die mit zunehmendem Trainingsalter einhergehende Spezialisierung erfordert darüber hinaus ExpertInnen-Knowhow, hochwertige Trainingsangebote sowie eine auf die AthletInnen ausgerichtete Vernetzung aller im Leistungs- und Spitzensport tätigen Organisationen.

**→ STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:****→ STRATEGISCHES ZIEL:**

Verbesserung der Trainingsbedingungen, Ausbildungsmöglichkeiten und finanziellen Absicherung.

**→ MASSNAHMEN:**

Unterstützungen für den niederösterreichischen Leistungssport sollen zukünftig den Nachwuchs noch stärker in den Fokus rücken und mit Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Berufsbildes TrainerIn ergänzt werden. Zudem gilt es neben den sportlichen, auch die strukturellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den niederösterreichischen Spitzensport zu schaffen. Konkret soll dies gelingen, in dem Maßnahmen entwickelt werden, welche die Trainingsbedingungen der heimischen Leistungs- und SpitzensportlerInnen und deren Optionen zur Aus- und Weiterbildung verbessern sowie zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten durch WirtschaftspartnerInnen eröffnen.

**HANDLUNGSFELD 4:****Sport und Bewegung  
ein Leben lang**

Wenn ein solider Grundstein für langjährige Sportausübung gelegt wurde, werden Sport und Bewegung Teil des Lebens bleiben und aus unterschiedlichsten Motiven heraus betrieben, wobei soziale Kontakte, Spaß, Vergnügen oder Gesundheit im Vordergrund stehen. Dabei nehmen manche bis ins hohe Alter regelmäßig an Wettbewerben teil, während andere aus dem Gesundheits- und dem Fitnessmotiv heraus sportlich aktiv sind. Um ein langfristiges Sport- und Bewegungsangebot zur Verfügung stellen zu können, ist es für SportanbieterInnen wichtig, einen bewegungsfreundlichen öffentlichen Raum sowie die passende Infrastruktur, etwa auch für Trendsportarten, bereitzustellen. Sport soll flexibel und einfach ausgeübt werden können.

**→ STRATEGISCHE ZIELGRUPPEN:****→ STRATEGISCHES ZIEL:**

Aktive Weiterentwicklung des Sports mit zeitgemäßen Angeboten.

**→ MASSNAHMEN:**

Um den sportbegeisterten NiederösterreicherInnen die passenden Rahmenbedingungen für ein lebenslanges Sporttreiben zu geben, werden die Angebote und Maßnahmen stetig weiterentwickelt und an aktuellen Trends ausgerichtet. Hier wird daher zukünftig verstärkt auf neue Medien, digitale Möglichkeiten und technische Innovationen gesetzt und diese proaktiv vorangetrieben.

# SPORT IST DIE ANTWORT.



# 4 SPORTNETZWERK NIEDERÖSTERREICH

## SPORTLAND NIEDERÖSTERREICH

Die Sportstrategie 2025 bildet den Orientierungs- und Handlungsrahmen für SPORTLAND Niederösterreich. SPORTLAND Niederösterreich ist die Leitorganisation im niederösterreichischen Sport und nimmt die Lead-Rolle in sportlichen Themen in Niederösterreich ein. Für die Erreichung der definierten Ziele stehen im System des Sportressorts der Landesverwaltung drei Organisationseinheiten mit ihren jeweiligen Aufgabenbereichen zur Verfügung: die Abteilung Sport beim Amt der NÖ Landesregierung, SPORTLAND Niederösterreich Programme sowie das SPORTZENTRUM Niederösterreich.

Aufgabe der Gesamtorganisation ist es, in Vollziehung des NÖ Sportgesetzes, den Sport in Niederösterreich zu unterstützen, zu fördern und zu servizieren. Bei der Entwicklung von Sportprojekten, über die Kommunikation bis hin zu finanziellen Förderungen und Sponsorings, arbeiten die Organisationseinheiten von SPORTLAND Niederösterreich eng zusammen, um einerseits die Ausrichtung an der Sportstrategie und andererseits einen effizienten Mitteleinsatz zu gewährleisten.

**” Wertschätzung, Aufgeschlossenheit und Zielstrebigkeit, verbunden mit der Leidenschaft für den Sport, prägen seit Beginn das strategische und operative Tun im SPORTLAND Niederösterreich sowie die Zusammenarbeit mit seinen PartnerInnen. In diesem gemeinsamen Miteinander wollen wir auch zukünftig den Sport für die NiederösterreicherInnen gestalten und weiterentwickeln. Nicht zuletzt deshalb, weil wir der festen Überzeugung sind, dass der Sport maßgebliche Lösungsansätze für die Zukunft bereithält!**

**Mag.a Ilse Stöger**  
Abteilung Sport des Landes Niederösterreich, Abteilungsleitung,  
Strategische Leitung OLYMPIAZENTRUM Niederösterreich,  
Geschäftsführung NÖ Landessportrat und NÖ Sportfachrat

## UNSER WEG IN DIE ZUKUNFT

Bei der Umsetzung der Sportstrategie 2025 kann auf bestehende und bislang gut funktionierende Strukturen mit sämtlichen PartnerInnen zurückgegriffen werden. Im Sinne einer Verbesserung des Sportangebots sowie der Bedingungen im Spitzensport, sollen zudem die Vernetzung und Abstimmung im Sportnetzwerk Niederösterreich verstärkt und Partnerschaften mit komplementären Bereichen sinnvoll und zielführend optimiert werden. Wichtig ist ein konzertiertes Handeln, um den zukünftigen Herausforderungen in der niederösterreichischen Sportlandschaft gemeinsam begegnen und Chancen aufgreifen zu können, Doppelgleisigkeiten zu vermeiden und insgesamt den größten Nutzen zu stiften.

Die Ausarbeitung der Maßnahmenpakete und die Umsetzung der Maßnahmen werden die nächsten konsequenten Schritte sein. Um die Erreichung der Ziele evaluieren zu können, werden aussagekräftige Indikatoren herangezogen. Ein regelmäßiges Wirkungscontrolling und rollierende Abstimmungsprozesse stellen sicher, dass man frühzeitig und flexibel auf mögliche Entwicklungen reagieren kann. Diese Umsetzung läuft in engster Kooperation mit dem niederösterreichischen Sportnetzwerk und unter Einbeziehung aller NiederösterreicherInnen, die unter [www.sportlandnoe2025.at](http://www.sportlandnoe2025.at) die Möglichkeit haben, sich laufend in die Weiterentwicklung des Sports in Niederösterreich einzubringen und somit ihren Teil zu mehr Bewegung in unserem Bundesland beitragen können.



“ Bewusstseinsbildung für einen frischen Geist in einem gesunden Körper schaffen!

“ Förderung von Sportarten und Sporträumen für Mädchen!

“ Wochenendangebote für Jugendliche schaffen!

“ Für einen sportlich-aktiven Lebensstil braucht es ein attraktives Angebot!

“ Mehr sportliche Angebote für Mütter und Kinder!

“ Mehr Aufmerksamkeit für Randsportarten!

“ Die persönliche Weiterentwicklung und der persönliche Erfolg soll beim Sporttreiben im Vordergrund stehen!

“ Wenn es einen Weg geben würde die Turnhallen der Schulen zugänglich zu machen, dann wäre das eine gute Sache!

“ Spaß und Freude vor Leistung und Druck!



## WAS IST DEIN WUNSCH FÜR DEN SPORT IN NIEDERÖSTERREICH? BRING DICH EIN!

Zahlreiche Ideen für den Breiten- und Spitzensport haben SPORTLAND Niederösterreich im Zuge des Entwicklungsprozesses der Sportstrategie bereits erreicht. Wir freuen uns auch zukünftig über Eure Anregungen und Gedanken, damit wir weiterhin den Sport in Niederösterreich gemeinsam gestalten können.

MEHR INFOS



[www.sportlandnoe2025.at](http://www.sportlandnoe2025.at)

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung Sport  
3109 St. Pölten, Landhausplatz 1, Haus 13  
Tel.: +43 (0)2742/9005 - 12597  
E-Mail: [post.wst5@noel.gv.at](mailto:post.wst5@noel.gv.at)  
[www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Sport](http://www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Sport)

#### Redaktionsteam und Text

Mag. (FH) Christoph Henneis, MBA; Carina Klein, MA; Sarah Ledermüller, BA; Sebastian Pöggsteiner, Bakk. BSc (WU); Christian Resch, MA; Franz Stocher, OLY; Mag.a Ilse Stöger

#### Fotos

Philipp Monihart (S. 2), Benni Schön (S. 4), iStock (S. 31), SPORTUNION (S. 33)

#### Coverfoto

iStock

#### Grafik und Layout

Verena Waldum, SpotOne Content & Communication;  
Mema Amann, ATELYAY kreativagentur.;  
Grafiken Zielgruppen: André-Philippe Luif, FangDas\* die neue Werbung.

#### Druck

Amt der NÖ Landesregierung, Abt. Gebäudeverwaltung, Amtdruckerei

#### Stand

Juni 2021

Alle Angaben ohne Gewähr. Kein Anspruch auf Vollständigkeit. Für etwaige Druckfehler wird keine Haftung übernommen.

**Amt der NÖ Landesregierung  
Abteilung Sport**

3109 St.Pölten  
Landhausplatz 1, Haus 13  
Tel.: +43 (0)2742/9005 - 12597  
E-Mail: [post.wst5@noel.gv.at](mailto:post.wst5@noel.gv.at)  
[www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Sport](http://www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Sport)

**Niederösterreich-Werbung GmbH  
SPORTLAND Niederösterreich Programme**

3100 St.Pölten  
Niederösterreich Ring 2, Haus C  
Tel.: +43 (0)2742/9000 - 19800  
E-Mail: [info@sportlandnoe.at](mailto:info@sportlandnoe.at)  
[www.sportlandnoe.at](http://www.sportlandnoe.at)

**SPORTZENTRUM Niederösterreich GmbH  
SPORTZENTRUM Niederösterreich**

3100 St.Pölten  
Dr. Adolf Schärf-Straße 25  
Tel.: +43 (0)2742/295  
E-Mail: [office@sportzentrum-noe.at](mailto:office@sportzentrum-noe.at)  
[www.sportzentrum-noe.at](http://www.sportzentrum-noe.at)