SPORT LAND N

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 haben deswegen alle Interessierten weiterhin die Möglichkeit, den Strategieprozess einzusehen und ihre Anregungen einzubringen.

Jochen Danninger
Landesrat für Wirtschaft, Tourismus und Sport

INHALTSVERZEICHNIS

1 AUSGANGSSITUATION — 6

Gesellschaftliche Entwicklungen 6
NÖ Sportlandschaft 8
Querschnittsmaterie Sport 10

2 STRATEGIEPROZESS — 12

Prozess-Phasen 12
Design Thinking 13

3 SPORTSTRATEGIE 2025 — 15

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

4 SPORTNETZWERK NIEDERÖSTERREICH — 30

SPORTLAND Niederösterreich 30
Unser Weg in die Zukunft 31

1 AUSGANGSSITUATION

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

146.500
WettkampfsportlerInnen

132
Einzel-SpitzensportlerInnen in der allgemeinen Klasse

59
Mannschaften und Teams der allgemeinen Klasse in den höchsten österreichischen Ligen

168
Einzel-SpitzensportlerInnen im Nachwuchs

2.800
NachwuchssportlerInnen in Talenteförderprogrammen

3353
Sportvereine mit
420.000
Mitgliedern

61
Sportverbände mit insgesamt
370.000
aktiven Mitgliedschaften

573
Gemeinden mit insgesamt
6.600
Sportanlagen und
228
Fitnessstudios

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.

42
Schulen mit
sportlichem Schwerpunkt

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

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

QUERSCHNITTSMATERIE 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

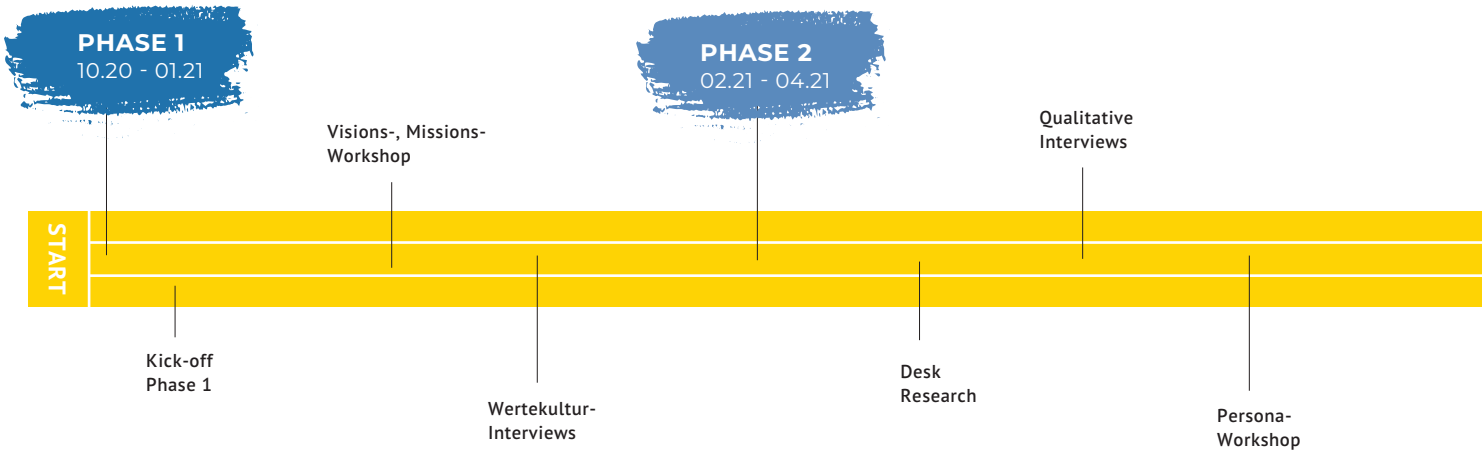
Die ökonomische Bedeutung des Sports wird vielfach unterschätzt. Bereiche wie etwa Sporttourismus, Sportartikelhandel und -verleih, Sportstättenbau oder Dienstleistungen des Sports sorgen dafür, dass in pandemielosen Zeiten jeder 20. Euro, der in Niederösterreich erwirtschaftet wird, unmittelbar oder 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^2-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.



PHASE 1

Visions-, Missions-Workshop und Wertekultur-Interviews
Das Projektkernteam führte unter externer Begleitung und mit Unterstützung der MitarbeiterInnen von SPORTLAND Niederösterreich, auf Basis der Grundlagen und Empfehlungen der Evaluierung der Sportstrategie 2020, eine gesamtheitliche 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 Projektkernteam 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 Projektkernteam 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.

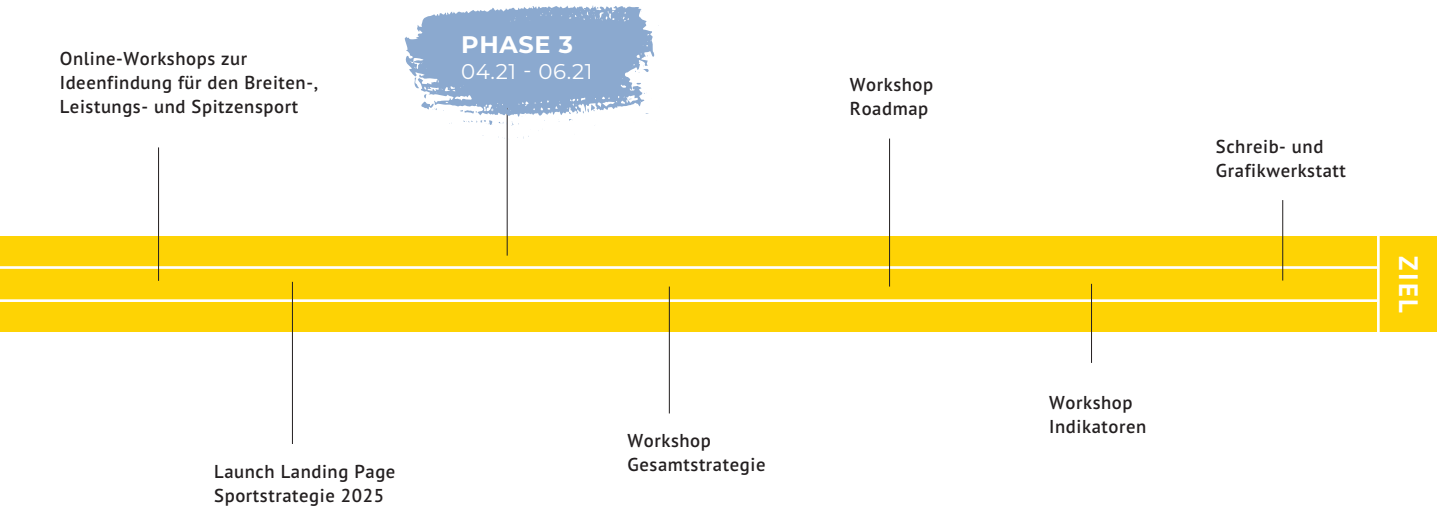
Persona-Workshop
Im Rahmen eines Persona-Workshops wurden die Zielgruppen im Breitensport vom Projektkernteam identifiziert sowie ein umfassender Überblick über die Bedürfnisse der NiederösterreicherInnen im Bereich Sport und Bewegung erarbeitet.

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

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.[1]



PHASE 3

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.

Gesamtstrategie-Workshops
Die Ergebnisse der ersten beiden Phasen wurden vom Projektkernteam 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 Strategie-Papier und die Präsentationselemente wurden in einer Schreibwerkstatt vom Projektkernteam finalisiert.

[1] Quelle: Lewrick, M., Link, P., Leifer, L. (2020). Das Design Thinking Toolbook. Versus Verlag AG.

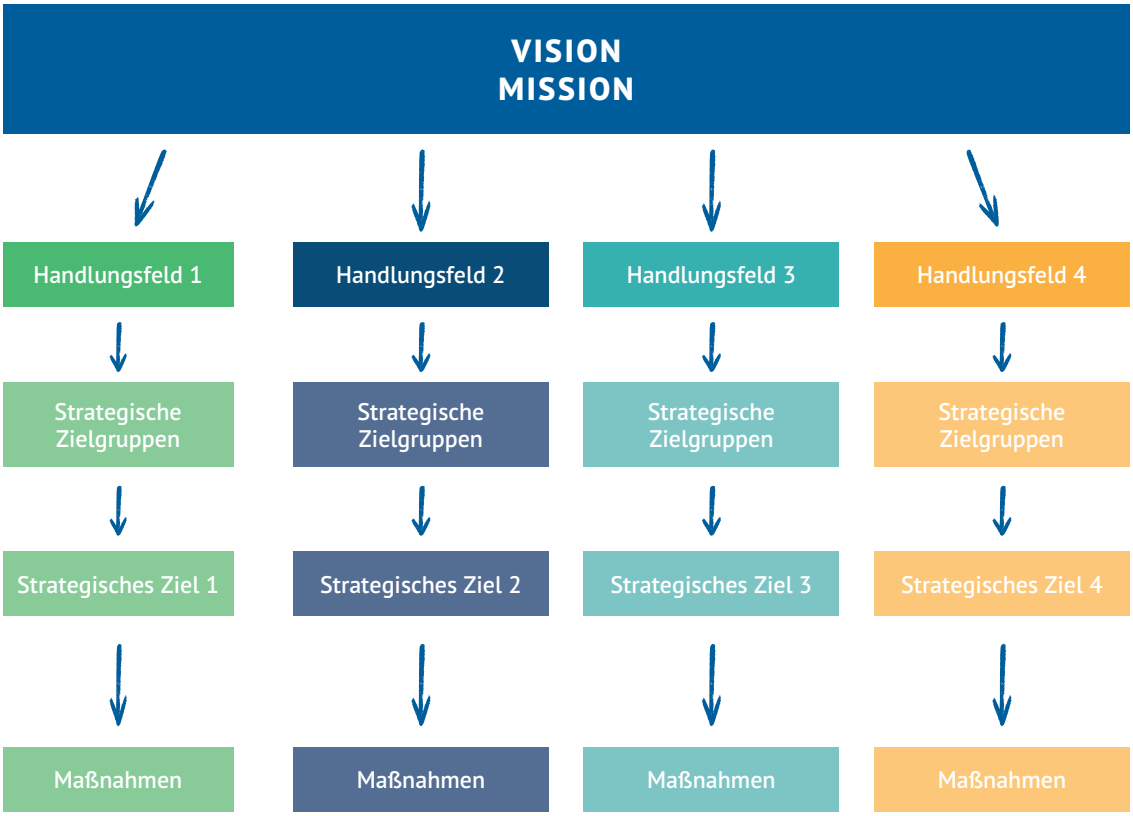
Ausgehend von einer starken Vision und Mission wurden in einem menschenzentrierten Prozess mehrere strategische Handlungsfelder entwickelt - menschenzentriert nicht nur aufgrund der Tatsache, dass mit zahlreichen Menschen in Niederösterreich über ihre Bedürfnisse zu Sport persönlich gesprochen wurde, 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 AkteurInnen 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

> **Das Schönste in der Schule sind die Pausen – da können wir Ballspielen!**

Einfluss
- Eltern
- Großeltern
- Lehrerin

Mediennutzungsverhalten
- YouTube
- Alexa
- Papa's Handy

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

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

DIE NACHZÜGLER

> **Ich fange nicht zum Volleyballspielen an, da dort sowieso nur die Guten spielen.**

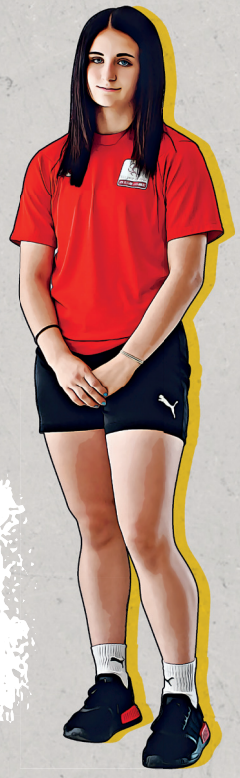
Einfluss
- Mama
- Beste Freundin und KlassenkameradInnen
- Billie Eilish

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

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



DIE TRAUMJÄGER

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

> **Teamwork makes the dream work!**

Einfluss
- Mutter
- Sportlehrerin
- Ältere Teamkollegen
- Trainerin

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

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 TAUSENDSASSAS

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

Einfluss
- Youtuber, Influencer
- Familie
- Sportprofessor

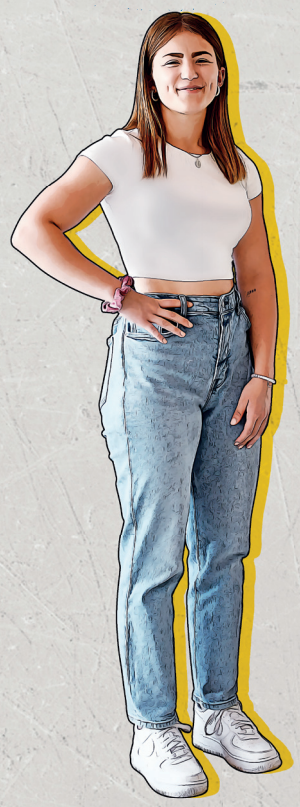
Mediennutzungsverhalten
- Hohe Online-Aktivität
- E-Sports, Twitch
- YouTube, Instagram
- X-Games

Freizeit & Motivation
- Polysportiver Sport – Skateboard, Freibad, Parcours, Fußballtraining
- Zeit mit Freunden
- PlayStation
- Neues ausprobieren/sich immer wieder „challengen”
- Tutorials zum Erlernen neuer Fertigkeiten

> **Just do it!**

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

DIE WOHLFÜHLER



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

> **Live your life!**

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 Sportteilung

Einfluss

- Eltern
- FreundInnen
- Lehrerin

Mediennutzungsverhalten

- Netflix
- Apple Music
- Aktiv auf Instagram

DIE DURCHSTARTER

Einfluss

- Coach
- Dominic Thiem
- Eltern
- Kontrahenten

Mediennutzungsverhalten

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

Freizeit & Motivation

- Freizeit = Regeneration
- Smartphone als stetiger 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

> **Losing is never an option!**

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

DIE ACHTSAMEN

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

> **Vor lauter Erledigungszwang vergesse ich oft das Wesentliche – Leben.**

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

DIE SELBSTLOSEN

> **Irgendwie muss ich alles unter einen Hut bringen.**

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

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

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

HANDLUNGSFELDER UND STRATEGISCHE ZIELE

Die inhaltliche Zusammenführung der Ergebnisse des Strategieprozesses erfolgte in Anlehnung an das Modell „Long-Term Development in Sport and Physical Activity 3.0" von Sport for Life.

Das Modell stellt einen Rahmen für die sportliche Entwicklung jedes Kindes, Jugendlichen und Erwachsenen dar, um die optimale Teilnahme an Sport und Bewegung zu ermöglichen, und berücksichtigt dabei die individuellen Wachstums- und Entwicklungsphasen.

Als Schwerpunkte werden die Entwicklung von Sportkompetenz, das Streben nach sportlichen Höchstleistungen und die Befähigung von Menschen für die lebenslange Ausübung von Sportaktivitäten und gesundheitsfördernder Bewegung aufgezeigt.

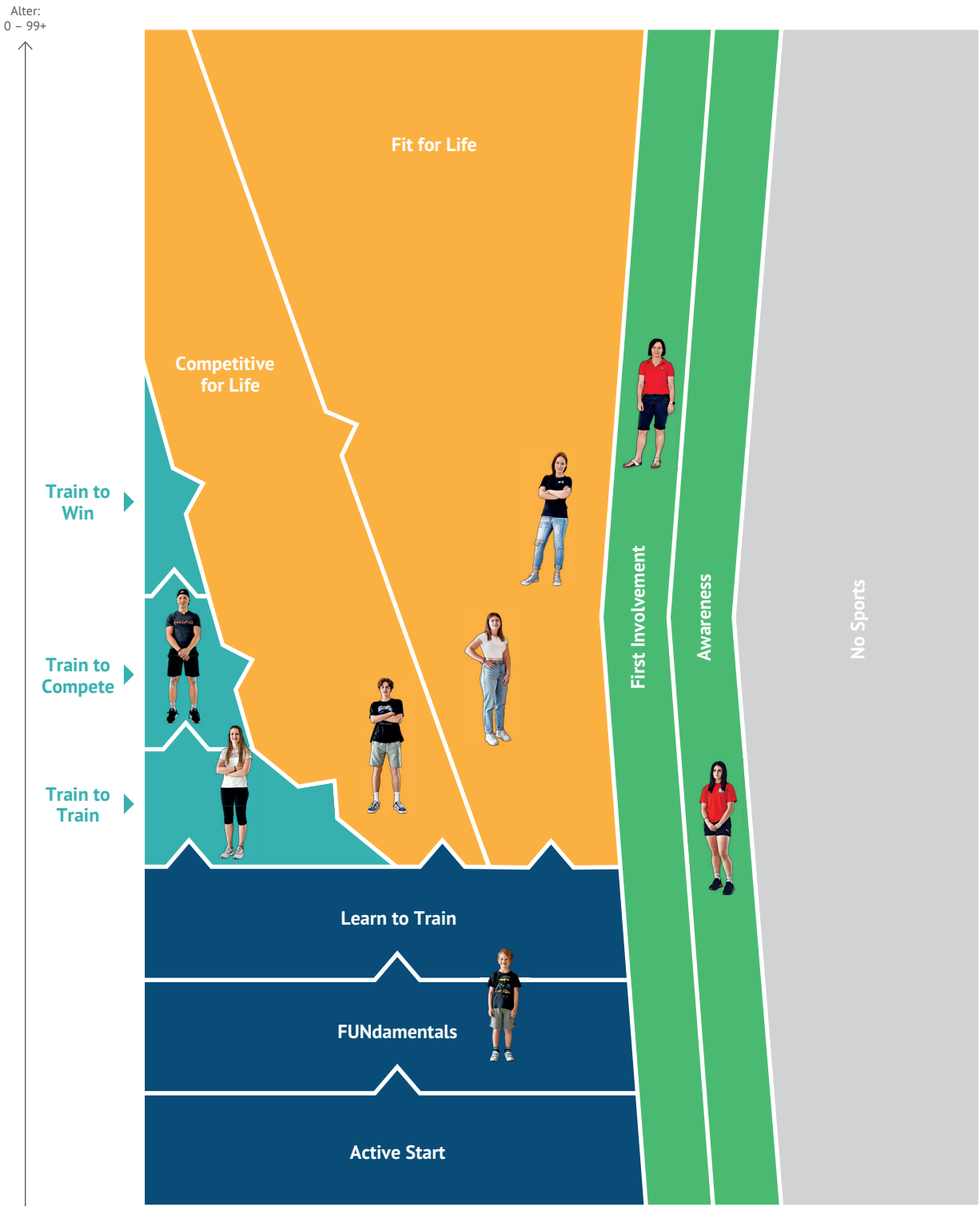
Im Gegensatz zu bisherigen Darstellungen des Zusammenhanges zwischen Breiten- und Spitzensport in aufbauender Pyramidenform umfasst das Modell alle Personen, die aktiv sind, sei dies mit dem Ziel sportliche Höchstleistungen anzustreben, wettkampforientierten Breitensport zu betreiben oder sich durch Bewegung und Sport gesund und fit zu halten.

Die Sportstrategie Niederösterreich 2025 baut auf vier Handlungsfeldern auf, die sich auf die Phasen des Modells beziehen und den Menschen ins Zentrum aller Überlegungen stellt.

In den Handlungsfeldern wurden als AdressatInnen der Sportstrategie 2025 strategische Zielgruppen definiert sowie strategische Ziele festgelegt, die durch ein Bündel an Maßnahmen erreicht werden sollen.

„Die Entwicklung von Sportkompetenz in jungen Jahren ist das Fundament für Leistungs- und Spitzensport und für sportliche Aktivitäten bis ins hohe Alter.

Sebastian Pöggsteiner, Bakk. BSc (WU)
Abteilung Sport des Landes Niederösterreich, Bereichsleitung Sportentwicklung



Handlungsfeld 1: Eintritt in eine sportliche Welt

Handlungsfeld 2: Sportarten spielerisch (kennen)lernen

Handlungsfeld 3: Spitzensport – Vom Traum zum Ziel

Handlungsfeld 4: Sport und Bewegung ein Leben lang

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 niederschwelligen 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 niederschwelligen 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:

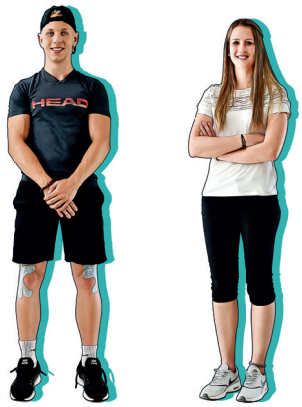
Um Kindern schon in jungen Jahren viele unterschiedliche Sportarten näher- und beizubringen, wird auf einen möglichst spielerischen Zugang (Gamification) bei der Maßnahmenentwicklung gesetzt. Um logistischen Herausforderungen entgegenzuwirken, soll durch Kooperationen mit Vereinen und SportanbieterInnen 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.

VISION
MISSION

Handlungsfeld 1

Eintritt in eine sportliche Welt

Strategische Zielgruppen

Die Nachzügler,
Die Selbstlosen

Strategisches Ziel 1

Verbesserung der Rahmenbedingungen für niederschwelligen Zugang zu Sport.

Maßnahmen

- Familienfreundliche Sportangebote
- Sport im Berufsalltag
- Multifunktionale Sportinfrastruktur
- Kooperationen in Querschnittsbereichen
- Sportengagement fördern

Handlungsfeld 2

Sportarten spielerisch (kennen)lernen

Strategische Zielgruppen

Die Bewegungsdrängler

Strategisches Ziel 2

Forcierung des Erwerbs polysportiver Kompetenzen.

Maßnahmen

- Gamifizierte Sportausübung
- Sportangebote während/nach Kindergarten/Schule
- Polysportive Freifächer
- Lehrer-/Eltern-Fortbildungen

Handlungsfeld 3

Spitzensport – Vom Traum zum Ziel

Strategische Zielgruppen

Die Traumjäger,
Die Durchstarter

Strategisches Ziel 3

Verbesserung der Trainingsbedingungen, Ausbildungsmöglichkeiten und finanziellen Absicherung.

Maßnahmen

- Sportmarketing & Employer Branding
- Unterstufen-Modelle
- Berufsbild “TrainerIn” stärken
- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für LeistungssportlerInnen

Handlungsfeld 4

Sport und Bewegung ein Leben lang

Strategische Zielgruppen

Die Wohlfühler,
Die Tausendsassas,
Die Achtsamen

Strategisches Ziel 4

Aktive Weiterentwicklung des Sports mit zeitgemäßen Angeboten.

Maßnahmen

- Neue Medien und digitale Möglichkeiten nützen
- Trendsportarten forcieren
- Nährboden für Sportinnovationen schaffen
- One-Stop-Shop Förderwesen

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 servicieren. 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 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!

Mehr sportliche Angebote für Mütter und Kinder!

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

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

Mehr Aufmerksamkeit für Randsportarten!

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

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
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, Amtsdruckerei

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
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
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
www.sportzentrum-noe.at