



STIFTERVERBAND

PETER SCHUBERT · INGER KÜHN · DAVID KUHN

**SPORTVEREINE UNTER
DRUCK: GESELLSCHAFTLICHE
INTEGRATIONSANKER MIT
PROBLEMEN BEI DER
MOBILISIERUNG VON
EHRENAMTLICHEN**

Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys 2023



Im Auftrag von:





STIFTERVERBAND

**SPORTVEREINE UNTER DRUCK: GESELLSCHAFTLICHE INTEGRATIONSANKER MIT
PROBLEMEN BEI DER MOBILISIERUNG VON EHRENAMTLICHEN**

Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys 2023

INHALT

1. Auf einen Blick	02
2. Einleitung	04
3. Sportvereine als Akteure der organisierten Zivilgesellschaft	06
4. Die gesellschaftliche Rolle des organisierten Sports im Wandel	12
5. Mitgliederentwicklung	16
6. Freiwillig Engagierte und bezahlte Beschäftigte	20
7. Verbandsorganisation und Zusammenarbeit	29
8. Handlungsempfehlungen	34
9. Methodik und Datenbasis	39
Literatur	40
Impressum	42

1. AUF EINEN BLICK

Die vorliegende Studie beschreibt auf Grundlage des ZiviZ-Survey 2023, einer repräsentativen Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen in Deutschland, die aktuelle Situation von Sportvereinen sowie Entwicklungen im Zeitverlauf. Die Analyse der Daten zeigt:

Sportvereine bilden weiterhin zentrale zivilgesellschaftliche Infrastruktur – gerade im ländlichen Raum

27 Prozent der zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland haben in ihren Aktivitäten und Angeboten Bezüge zum Sport. Das zeigt die vorliegende Studie auf Grundlage der Daten des ZiviZ-Surveys 2023. *Primär* im Sportbereich aktiv sind demnach 22 Prozent aller Organisationen und damit mehr als in jedem anderen Handlungsfeld. Besonders stark vertreten sind Sportvereine im ländlichen Raum, sie tragen dort wesentlich zur Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens bei.

Neue Fördervereine halten die Gründungsdynamik im Sport stabil

Der Anteil der Sportvereine an allen zivilgesellschaftlichen Organisationen ist zwischen 2012 und 2022 von 25 auf 22 Prozent zurückgegangen. Dies liegt insbesondere daran, dass in anderen Handlungsfeldern, wie zum Beispiel Bildung oder Umwelt, in den letzten zehn Jahren mehr neue Organisationen gegründet wurden als im Sport. Der Befund darf also nicht als Indiz für eine rückläufige Zahl von Sportvereinen oder gar als Indiz eines sich abzeichnenden Vereinssterbens interpretiert werden. Im Gegenteil: Auch im Sport entstehen weiterhin neue Organisationen, darunter insbesondere Fördervereine. Unter den seit 2010 im Sportbereich gegründeten Organisationen ist jeder dritte ein Förderverein.

Selbstverständnis als Mitgliederorganisation nimmt ab

Sportvereine verstehen sich traditionell als Gemeinschaften, die eng mit den Interessen ihrer Mitglieder verknüpft sind. Eine Mitgliedschaft war und ist nicht nur meistens die Grundvoraussetzung für die Teilnahme an ihren Angeboten und Aktivitäten. Der traditionelle Sportverein fungierte vielmehr auch als ein Ort des sozialen Austauschs und geselligen Miteinanders von Gleichgesinnten, verbunden mit einem Gefühl der sozio-emotionalen Zugehörigkeit. Dieses Selbstverständnis verändert sich. Vor zehn Jahren identifizierten sich noch 91 Prozent der Sportvereine mit dem Bild einer Mitgliederorganisation; bis 2022 sank dieser Wert auf 71 Prozent. Dies dürfte unter anderem darauf zurückzuführen sein, dass Bürgerinnen und Bürger Sportvereine tendenziell stärker oder gar primär als einen Dienstleister betrachten und seine Bedeutung als Wertegemeinschaft und Ort geselliger Kommunikation zurückgeht. Interessanterweise ist aus den Daten aber nicht abzulesen, dass sich Sportvereine quasi spiegelbildlich dazu vermehrt die Rolle eines Dienstleisters zuschreiben beziehungsweise sich als solchen verstehen. Der Wandel des eigenen Rollenverständnisses deutet dennoch darauf hin, dass sich Sportvereine in einem Prozess der Neuorientierung befinden, in dem die traditionellen Bedeutungsgehalte und Praxisformen einer Sportvereinsmitgliedschaft zugunsten anderer Rollenverständnisse und gesellschaftlicher Funktionen an Bedeutung verlieren.

Probleme der Mobilisierung von Engagierten verschärfen sich

Im Vergleich zu Organisationen in anderen Engagementfeldern stehen Sportvereine vor besonders großen Herausforderungen in der Mobilisierung von Personen, die in der Organisation freiwillig und unentgeltlich Aufgaben und Ämter übernehmen. Für den Zeitraum von 2017 bis 2022 berichten 27 Prozent der Sportvereine von einem Rückgang in der Zahl der Engagierten, nur 17 Prozent von einem Anstieg. Dabei erweist sich insbesondere die Gewinnung von Personen für dauerhafte Engagements und ehrenamtliche Leitungspositionen als besonders schwierig: Nur 13 Prozent der Sportvereine geben an, dass ihnen dies leichtfällt. Zu den Gründen für diese abnehmende Mobilisierungsfähigkeit zählen kurzfristige und langfristige Entwicklungen. Zu nennen sind unter anderem ein im Zuge der COVID-19-Pandemie verändertes Freizeitverhalten, insbesondere von vormals aktiv engagierten Personen, eine für die Übernahme von Ehrenämtern kontraproduktive, zunehmende bürokratische Belastung, aber auch ganz allgemein der Wandel von Lebensstilen und Wertevorstellungen in der Gesellschaft hin zu informellen, losereren Formen des Engagements.

Prozess der Öffnung für ein Engagement von Nicht-Mitgliedern in Sportvereinen vergleichsweise langsam

Während im Jahr 2012 noch 86 Prozent der Sportvereine ausschließlich Mitglieder als Engagierte hatten, ist dieser Anteil bis zum Jahr 2022 auf 76 Prozent gesunken. Dieser Prozess der Öffnung für Nicht-Mitglieder vollzieht sich in anderen Bereichen des zivilgesellschaftlichen Engagements (zum Beispiel in den sozialen Diensten und im Umweltschutz) jedoch deutlich schneller und ist Ausdruck der allgemein abnehmenden Bereitschaft von Menschen, sich fest und langfristig an Organisationen zu binden. Ursächlich dafür könnten die im Sport vergleichsweise hohen Anforderungen an Dauerhaftigkeit und/oder Qualifikationen für viele Engagementformen sein (zum Beispiel Trainerämter oder Schiedsrichterlizenzen), die der Einbindung von spontan und zeitlich befristet engagierten Nicht-Mitgliedern im operativen Geschäft Grenzen setzen. Dennoch ist künftig zu prüfen, wie sich Eintrittsbarrieren in den Vereinen senken lassen, um breitere Bevölkerungsgruppen anzusprechen, die einer formalen Mitgliedschaft zunächst zurückhaltend gegenüberstehen.

Mehr soziale als kulturelle Vielfalt unter Engagierten in Sportvereinen

Die Bedeutung der Diversitätsförderung in Sportvereinen hat in den letzten Jahren zugenommen, um neue Zielgruppen zu erreichen und gleichzeitig die Kreativität, Innovationskraft sowie die Fähigkeit zur Anpassung an neue Herausforderungen zu verbessern. Sportvereine weisen zwar eine erkennbare Vielfalt in Bezug auf das Alter und den sozioökonomischen Status ihrer Engagierten auf, doch hinken sie in puncto kultureller Diversität (wie auch Organisationen in anderen Engagementbereichen) hinterher. Auch in Bezug auf die Geschlechterdiversität besteht im stark männlich geprägten Sportbereich Verbesserungspotenzial. Angesichts einer sich stetig wandelnden Gesellschaft ist die gezielte Förderung von Diversität unerlässlich, um Sportvereine als zentrale Akteure der gesellschaftlichen Integration und als Spiegelbild einer pluralistischen Gesellschaft zu stärken.

Drei Viertel der Sportvereine arbeiten ausschließlich auf ehrenamtlicher Basis

Zwar hat sich der Anteil der Sportvereine mit bezahlten Beschäftigten von 10 Prozent im Jahr 2012 auf 24 Prozent im Jahr 2022 merklich erhöht, die meisten Sportvereine in Deutschland haben aber weiterhin keine bezahlten Beschäftigten zur Unterstützung ihrer Arbeit. Unter den Organisationen mit bezahlten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beschäftigen 31 Prozent lediglich eine einzige Person. Zudem berichten mit 77 Prozent deutlich mehr professionell aufgestellte Sportvereine vom Einsatz geringfügig Beschäftigter als von sozialversicherungspflichtig angestellten Beschäftigten (43 Prozent). Im Engagementfeldvergleich zeigt sich, dass auch in anderen Bereichen, wie soziale Dienste, Kultur und Umwelt-/Naturschutz der Anteil der Organisationen steigt, die bezahlte Kräfte einsetzen. Organisationen mit bezahlten Beschäftigten berichten zudem häufig von Beschäftigungszuwächsen in den vergangenen Jahren. Das heißt, ist der Prozess der Einstellung einer ersten bezahlten Person einmal angestoßen, können - erfolgreiche Arbeit vorausgesetzt - mehr Gelder mobilisiert werden, mit deren Hilfe dann weitere Personen angestellt werden können.

Neu gegründete Sportvereine sind seltener Mitglied in Verbänden

Verbände spielen traditionell eine wichtige Rolle in der Zivilgesellschaft, indem sie als Vermittler, Weiterbildungsanbieter und Ressourcenbündler agieren und ihren Mitgliedern eine öffentliche und politische Stimme verleihen. Im Sportsektor, der sich durch einen sehr hohen Grad an verbandlicher Organisation auszeichnet, gehören 84 Prozent der Sportvereine mindestens einem Verband an. Auffällig ist nun, dass neu gegründete Sportvereine sich offenkundig deutlich seltener dem klassischen Verbandssystem des selbstorganisierten Sports zugehörig fühlen und dementsprechend Mitglied eines Verbandes sind: Während die älteren bis 1989 gegründeten Vereine fast durchgängig verbandlich eingebunden sind, sinkt der Anteil bei Vereinen, die seit 2010 gegründet wurden, auf 54 Prozent. Dieser Trend ist teilweise durch das Aufkommen von Fördervereinen zu erklären, die weniger auf eine Verbandsmitgliedschaft angewiesen sind. Doch auch unter Ausschluss der Fördervereine bleibt der Anteil der verbandlich organisierten neueren Sportvereine mit Gründungsjahren seit 2010 mit 73 Prozent hinter dem der älteren zurück. So drückt diese Entwicklung ebenfalls aus, dass sich inzwischen immer mehr „alternative“ Sportvereine gründen, die sich in ihrem Selbstverständnis und der Art ihres Angebots ganz bewusst von dem klassischen Sportmodell (Orientierung an streng regelgeleiteten Sportarten, Leistungs- und Wettkampfsport, Teilnahme an von Verbänden organisierten Ligaspielbetrieb und Wettkämpfen, etc.) abgrenzen und keine Notwendigkeit einer Verbandsmitgliedschaft sehen.

2. EINLEITUNG

2.1 Sportvereine zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Sportvereine haben im *Vereinsland Deutschland* ohne Zweifel eine besondere Rolle in der Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens vor Ort. Dies zeigt allein schon ein Blick auf die Zahlen: Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) geht auf Grundlage der Berichterstattung seiner Mitgliedsorganisationen davon aus, dass es in den rund 87.000 Turn- und Sportvereinen fast 28 Millionen Mitgliedschaften gibt (DOSB 2023). Der Deutsche Freiwilligen-Survey zeigte im Jahr 2019 zudem zum wiederholten Male, dass sich mit 9,8 Millionen Freiwilligen im Bereich Sport und Bewegung so viele Bürgerinnen und Bürger engagieren, wie in keinem anderen gesellschaftlichen Bereich (Kausmann & Hagen 2022). Dabei sind Sportvereine in der Regel weit mehr als reine Interessengruppen zur sportlichen Betätigung: Sie sind Plattformen für Begegnungen, bieten Möglichkeiten zum Aufbau von Netzwerken und Vertrauensbeziehungen. Durch vielfältige Aktivitäten, Veranstaltungen und Kooperationsbeziehungen in der Kommune schaffen sie eine Verbindung zwischen privatem und öffentlichem Raum. Als einer der wenigen Orte, an dem Menschen heutzutage aus unterschiedlichen Milieus zusammentreffen, bieten Sportvereine zudem große Potenziale zur Förderung von Integration und der Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts.

Allerdings stehen Sportvereine aktuell vor vielfältigen Herausforderungen: Erstens konfrontieren der demografische Wandel und ein verändertes Freizeit- und Mobilitätsverhalten Sportvereine mit sinkenden Zahlen an freiwillig und ehrenamtlich Engagierten. Laut der sportbezogenen Sonderauswertung des Freiwilligen-Surveys 2019 hat der Sportbereich zwischen 2014 und 2019 rund eine Million ehrenamtlich Engagierte verloren (Braun/Sielschott/Burmann 2022). Auch wenn sich die zeitweise massiv eingebrochenen Mitgliederzahlen nach der COVID-19-Pandemie wieder stabilisiert haben, berichten viele Vereine davon, dass die Pandemie zu einem nachhaltigen Verlust an Engagierten geführt hat (zum Beispiel mit Blick auf Trainerinnen und Trainer).

Zweitens scheinen jüngere Generationen mehr an anderen Formen des Engagements interessiert zu sein. Traditionelle Ehrenämter werden oft als zu zeitintensiv und bindend empfunden. Hingegen wächst das Interesse an niedrigschwelligen Engagementmöglichkeiten. Dieses steht allerdings im Kontrast zu den Anforderungen der Sportvereine, die zur Durchführung ihrer Angebote Engagierte mit längerfristigem Einsatzwillen und der Bereitschaft zum Erwerb von Qualifikationen (wie zum Beispiel Trainerlizenzen) benötigen. Ein Mangel an qualifizierten Engagierten begrenzt die Kapazitäten zur Betreuung und Förderung des Nachwuchses, was nicht nur die sportliche Leistungsfähigkeit, sondern auch die soziale Funktion von Sportvereinen beeinträchtigt.

Drittens geht die abnehmende Bindungskraft von Menschen an Sportvereine als zivilgesellschaftliche Organisationen einher mit einer stärkeren Wahrnehmung dieser Organisationen als Dienstleistungsanbieter. Während Sportvereine im ursprünglichen Sinne Gemeinschaften sind, in denen Mitglieder aktiv partizipieren und sich engagieren, hat sich die Wahrnehmung zunehmend in Richtung eines Dienstleistungsanbieters verschoben, bei dem Mitglieder für eine Leistung bezahlen, ohne sich notwendigerweise emotional oder mit persönlichem Einsatz zu binden. Diese Entwicklung steht im Widerspruch zu dem gemeinnützigen Charakter von Sportvereinen und untergräbt das traditionelle Verständnis von Mitgliedschaft und Zugehörigkeit.

Viertens ist die finanzielle Belastung für Sportvereine ein stetig wachsendes Problem. Mit steigenden Preisen für Energie, Ausrüstung und Teilnahmegebühren an Wettbewerben sowie nur sehr begrenzten Möglichkeiten, die Einnahmen zum Beispiel durch eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge oder die Gewinnung von Sponsoren zu steigern, werden die Ressourcen insbesondere von Vereinen, die eigene Sportstätten unterhalten oder regelmäßig an Wettkämpfen teilnehmen, zunehmend strapaziert. Auch der Investitionsstau der öffentlichen Hand bei der Modernisierung von kommunalen Sportanlagen und die Notwendigkeit, bürokratische Prozesse und die Kommunikation zu digitalisieren, müssen angegangen werden, um die Attraktivität und Funktionalität von Sportvereinen zu erhalten.

Die genannten Herausforderungen werfen Fragen hinsichtlich der Anpassungs- und Zukunftsfähigkeit des klassischen Modells des Sportvereins auf. Aufgabe der Zivilgesellschaftsforschung ist es folglich, die Entwicklungen innerhalb der Sportvereine zu rekonstruieren, zu verstehen und Impulse für eine wirkungsvolle Engagementförderung zu entwickeln. Im Vergleich zu anderen zivilgesellschaftlichen Handlungsfeldern verfügt der Sport bereits über ein vergleichsweise etabliertes Set an Instrumenten der Berichterstattung. Erstens zeichnet die verbandliche Bestandserhebung des DOSB zuverlässig die Entwicklung der Vereinszahlen und Mitgliedschaften nach (zumindest für jene im System der Sportverbände organisierten Vereine) (DOSB 2024a). Zweitens erfasst der Sportentwicklungsbericht als Panel-Befragung regelmäßig die strukturelle Entwicklung von Sportvereinen und befragt zudem Schieds- und Kampfrichterinnen und -richter sowie Mitglieder (Breuer & Feiler 2021). Drittens zeigt der Deutsche Freiwilligensurvey und die darauf basierenden Sonderauswertungen zum Bereich Sport und Bewegung die Entwicklungen im freiwilligen Engagement (Braun/Sielschott/Burmann 2022).

Der ZiviZ-Survey ergänzt das Set an bestehenden Erhebungsinstrumenten im organisierten Sport in zweierlei Hinsicht: Erstens kann ein Vergleich zur Situation von Sportvereinen mit zivilgesellschaftlichen Organisationen in anderen Engagementfeldern vorgenommen werden. Als repräsentative Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen (siehe Kapitel 9: Methodik und Datenbasis) in den verschiedensten Feldern – Sport, Bildung, Kultur, Soziales, Umwelt etc. – vermag der ZiviZ-Survey, Ergebnisse zu den Strukturen und Entwicklungen von Sportvereinen mit jenen in anderen Feldern zu vergleichen. Zweitens werden mit dem ZiviZ-Survey auch im Sport aktive Organisationen erfasst, die nicht Teil des unter dem Dach des DOSB organisierten, klassischen Sportverbandssystems sind und somit aus Sicht von Verbänden eventuell *blinde Flecken* in der Landschaft der Sportvereine darstellen. Nachdem bereits eine Sonderauswertung des ZiviZ-Survey 2012 vorgenommen wurde (Krimmer 2016), soll im Rahmen der nun vorliegenden Auswertung des ZiviZ-Survey 2023 überprüft werden, in welchen Bereichen Veränderungen im Zeitverlauf festzustellen sind.

2.2 Ziele der Studie

Die vorliegende Studie zielt somit darauf ab, ein detailliertes Verständnis zur aktuellen Situation von Sportvereinen zu erlangen und ihre Rolle im gesellschaftlichen Kontext zu analysieren. Dabei sollen insbesondere folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche Veränderungen hinsichtlich der Strukturen und Herausforderungen von Sportvereinen sind im Zeitverlauf zu beobachten?
- Wie unterscheiden sich Sportvereine in ihren Strukturen und Entwicklungen von Organisationen in anderen Engagementfeldern?
- Wie können die Rahmenbedingungen der politischen und verbandlichen Engagementförderung im Bereich des organisierten Sports verbessert werden?

2.3 An wen sich diese Studie richtet

Die vorliegende Studie richtet sich an Personen, die ein besseres Verständnis für Sportvereine als zivilgesellschaftliche Organisationen gewinnen möchten. Die Studie liefert Orientierungswissen für Vorstände und Geschäftsführungen von Sportvereinen, aber auch für Einrichtungen der Engagementförderung, Verbände und politische Entscheidungsträgerinnen und -träger. Die Erkenntnisse aus der Analyse können dazu beitragen, gezielt Maßnahmen zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements im Sport zu entwickeln und zu verbessern. Zuletzt dient die Studie auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Sport-, Sportvereins-, Engagement- und Zivilgesellschaftsforschung als Vergleichsgrundlage der Ergebnisse der

vorliegenden Untersuchung mit eigenen und anderen (Sport-)Vereinsuntersuchungen und als Anregungen für weiterführende Fragestellungen und Forschungsvorhaben.¹

3. SPORTVEREINE ALS AKTEURE DER ORGANISIERTEN ZIVILGESELLSCHAFT

3.1 Sport weiterhin eines der größten Handlungsfelder zivilgesellschaftlicher Organisationen

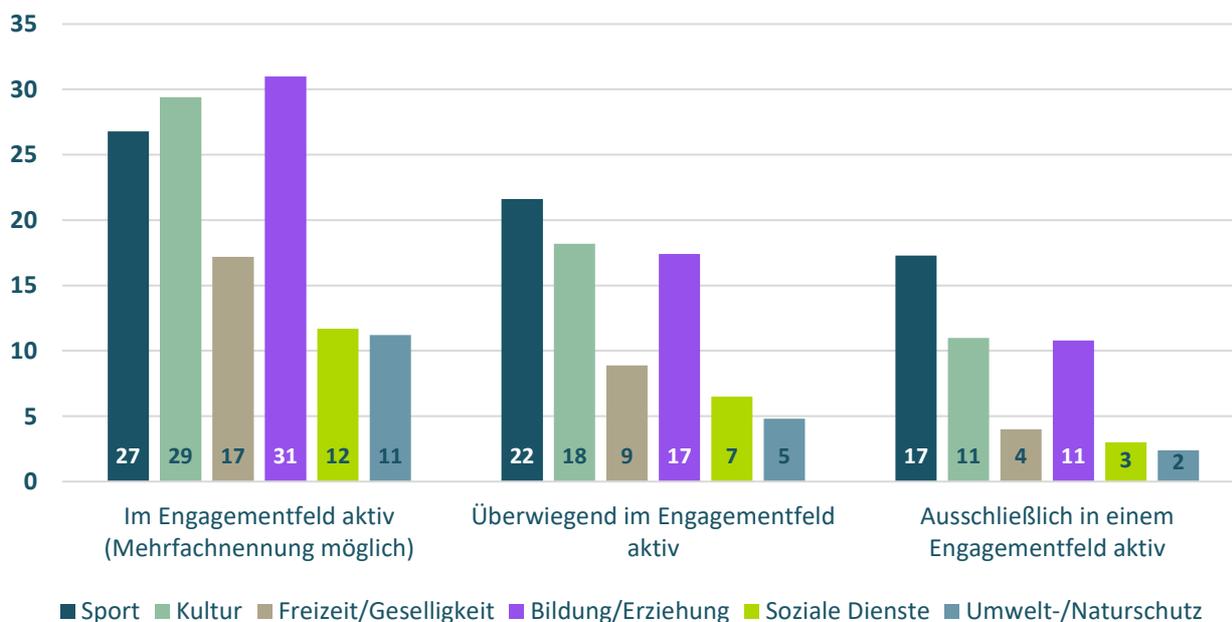
Zivilgesellschaftliche Organisationen in Deutschland sind in einer Vielzahl unterschiedlicher Handlungsfelder aktiv. Dazu zählen neben dem Sport auch die Bereiche Bildung, Kultur, Freizeit und Geselligkeit, Soziales oder auch Umwelt- und Bevölkerungsschutz und viele weitere. Unter der Vielzahl dieser Felder gehört der Sportbereich seit jeher zu den prominentesten. Im ZiviZ-Survey wurden die teilnehmenden Organisationen zunächst gebeten, alle Bereiche zu nennen, in denen sie tätig sind. Bei dieser Abfrage verorteten sich 27 Prozent im Sportbereich (siehe Abbildung 1). Mehr verorteten sich lediglich in den Bereichen Bildung (31 Prozent) und Kultur (29 Prozent).

Zudem wurde in der Befragung das Hauptengagementfeld erfasst – also der Bereich, in dem die Organisation *überwiegend* aktiv ist. In der Betrachtung der Hauptengagementfelder ist der Sportbereich mit 22 Prozent am stärksten vertreten, gefolgt von Kultur mit 18 Prozent und Bildung mit 17 Prozent.² Relativ zu allen befragten Organisationen ist der Sportbereich auch unter jenen Organisationen an erster Stelle, die sich lediglich in einem Engagementfeld verortet haben (17 Prozent).

Auffällig sind in Abbildung 1 insbesondere der hohe Wert in den Bereichen Bildung (31 Prozent) und Kultur (29 Prozent) bei der ersten Abfrage unter Erlaubnis von Mehrfachnennungen. Dies zeigt: Viele Organisationen, die sich primär in anderen Engagementfeldern als Bildung oder Kultur verorten, schreiben ihren Angeboten und Aktivitäten bildungsbezogene und kulturelle Mehrwerte zu.

Abbildung 1: Zivilgesellschaftliche Organisationen nach Engagementfeld

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

¹ Einen zusammenfassenden Überblick zur historischen Entwicklung und dem Stand der Sportvereinsforschung gibt der Sammelband von Thieme (2017)

² Nähere Informationen zur Verteilung der Engagementfelder sind im Hauptbericht zum ZiviZ-Survey 2023 zu finden (Schubert/Kuhn/Tahmaz 2023)

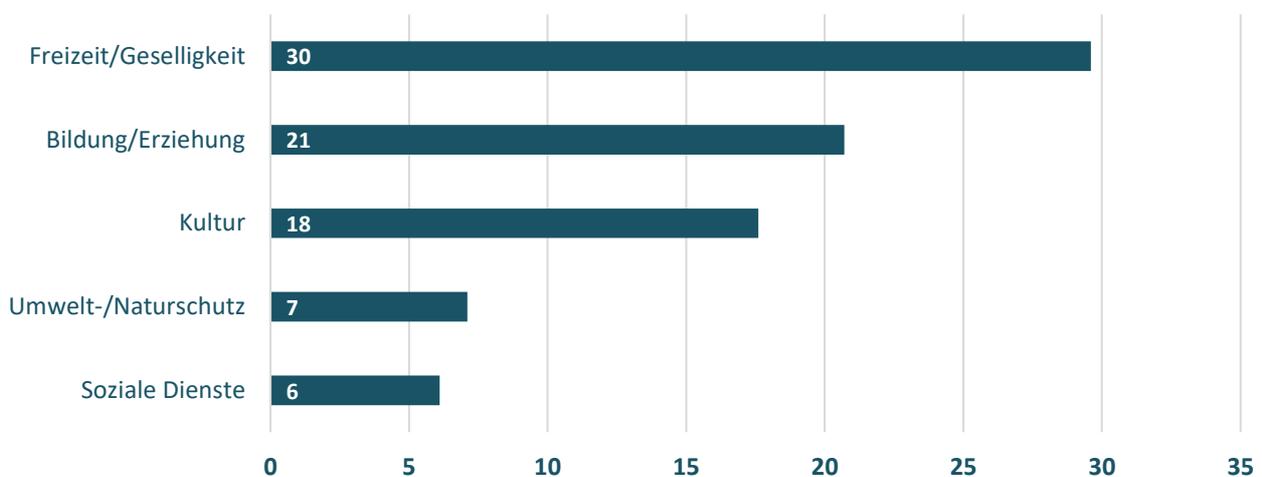
3.2 Organisationen mit sekundärem Handlungsfeld Sport besonders häufig Freizeitorganisationen

Für eine ganzheitliche Perspektive auf im Sportbereich aktive Organisationen sind auch jene Organisationen interessant, die den Sport als sekundäres Betätigungsfeld, aber nicht als Hauptbetätigungsfeld, angegeben haben. 5 Prozent der Organisationen im ZiviZ-Survey 2023 gaben zunächst Sport als eines von mehreren Betätigungsfeldern an, wählten unter der Angabe des Hauptengagementfeldes dann aber ein anderes aus. Abbildung 2 zeigt die Verteilung der Engagementfelder unter jenen Organisationen mit Sport als sekundärem Handlungsfeld. Auffällig ist hier insbesondere die häufige Verortung der Organisationen im Freizeitbereich. Doch auch im Bildungs- und Kulturbereich scheint es viele Organisationen zu geben, die Sportangebote oder -bezüge in ihre Aktivitäten integrieren.

Abbildung 2: Verteilung der Engagementfelder mit Sport als sekundärem Betätigungsfeld

In welchem Bereich ist Ihre Organisation überwiegend aktiv?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Der organisierte Sport in vergleichender Perspektive

Um die Entwicklungen im Engagementfeld Sport besser verstehen und einordnen zu können, werden in der vorliegenden Studie Vergleiche mit anderen Engagementfeldern vorgenommen, in denen ebenfalls eine substantielle Zahl zivilgesellschaftlicher Organisationen aktiv ist. Dabei fokussiert die Analyse auf die Bereiche, die nach Hauptengagementfeld gemäß ZiviZ-Survey 2023 die größten Organisationszahlen auf sich vereinen. Dazu zählen neben dem Sport (22 Prozent) die Bereiche Kultur (18 Prozent), Bildung und Erziehung (17 Prozent), Freizeit und Geselligkeit (9 Prozent), soziale Dienste (7 Prozent) und Umwelt- und Naturschutz (5 Prozent). Das breite Spektrum zivilgesellschaftlichen Engagements wird dabei nicht nur in der Vielzahl der existierenden Engagementbereiche sichtbar, sondern auch an den vielseitigen Betätigungsformen innerhalb eines jeden Sektors. So zählen zum Bereich Sport nicht nur Vereine für Fußball, Handball oder Basketball, sondern auch Angel-, Wander- und Schützenvereine. Kultur umfasst Vereinigungen wie Theater und Chöre, Einrichtungen wie Museen, aber auch Konzertveranstalter. Im Bereich Freizeit und Geselligkeit verorten sich typischerweise Kleingarten- und Karnevalsvereinigungen, Campingplätze oder Zuchtvereine. Betreuungsangebote für Kinder, Kita- und Schulfördervereine und andere außerschulischen Organisationen gehören dem Bereich Bildung und Erziehung an. Unter Umwelt- und Naturschutz fallen alle Organisationen, die sich dem Tier- und Artenschutz widmen, dem Klimaschutz oder aber insgesamt dem Thema Nachhaltigkeit.

3.3 Formale Organisationen im Sport fast ausschließlich als eingetragene Vereine organisiert

Im Rahmen des ZiviZ-Surveys werden zivilgesellschaftliche Organisationen mit unterschiedlichen Rechtsformen befragt. Dazu zählen neben eingetragenen Vereinen auch rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts, gemeinnützige Kapitalgesellschaften oder auch Genossenschaften mit einer dezidierten Gemeinwohlorientierung. Mit 94 Prozent ist die große Mehrheit der zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland als Verein organisiert (Schubert/Kuhn/Tahmaz 2023). Im Sportbereich liegt dieser Wert sogar noch deutlich höher: Im ZiviZ-Survey waren 99,4 Prozent der Organisationen als Verein organisiert, die sich primär im Sportbereich verorteten, lediglich 0,4 Prozent waren Stiftungen und 0,2 Prozent gemeinnützige Kapitalgesellschaften. Betrachtet man alle Organisationen, die sich (sei es als Hauptschwerpunkt oder Nebentätigkeit) im Sport verortet haben, dann sind dies immerhin zu 1,9 Prozent Stiftungen und 0,5 Prozent Kapitalgesellschaften. Dies zeigt: Auch Organisationen in anderen Rechtsformen, wie zum Beispiel Bürgerstiftungen oder Träger der Kinder- und Jugendhilfe, integrieren sportbezogene Aktivitäten in ihre Angebote. Aufgrund ihrer in der Gesamtschau dennoch untergeordneten Rolle wird im Folgenden vereinfacht von *Sportvereinen* gesprochen, wohlwissend, dass sich im Sportbereich vereinzelt auch andere Organisationstypen finden lassen.

3.4 Stabile Gründungsdynamik im Sport bei abnehmendem Anteil des Engagementfeldes an der organisierten Zivilgesellschaft insgesamt

Im Vergleich zur Ersterhebung des ZiviZ-Surveys im Jahr 2012 ist der Anteil der Organisationen, die sich vordergründig im Sportbereich verorten, von 25 auf 22 Prozent zurückgegangen. Deutliche Zuwächse verzeichneten zwischen 2012 und 2022 die Bereiche Bildung (+3,9 Prozentpunkte) und Umwelt (+1,3 Prozentpunkte). Die Beobachtung eines rückläufigen Anteils des Engagementfeldes Sport bedeutet aber nicht, dass es auch in absoluten Zahlen betrachtet weniger Organisationen im Sportbereich gibt. Im selben Zeitraum ist schließlich die Zahl an zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland insgesamt von circa 616.000 auf circa 657.000 Organisationen gestiegen (Schubert/Tahmaz/Krimmer 2023).

Für den rückläufigen Anteil der Organisationen im Sport ist eine in den verschiedenen Handlungsfeldern des zivilgesellschaftlichen Engagements unterschiedlich ausgeprägte Gründungsdynamik verantwortlich, insbesondere eine überproportional starke Zunahme von neuen Organisationen in den Bereichen Bildung und Umweltschutz. Die Gründungsdynamik eines bestimmten Engagementfeldes kann dabei aus zwei unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden: Zum einen kann man den Blick auf einen bestimmten Zeitraum und die Zahl aller in diesem Zeitraum gegründeten zivilgesellschaftlichen Organisationen richten. Daraus lässt sich ermitteln, wie hoch der jeweilige Anteil der Engagementfelder an der Gesamtzahl von Neugründungen ist. Zum anderen kann man den Blick auf ein bestimmtes Engagementfeld richten und die Zahl neugegründeter Organisationen innerhalb eines spezifischen Engagementfeldes untersuchen. Beide Betrachtungsweisen sind nützlich, um Einblicke in Verschiebungen zwischen den Engagementfeldern zu erhalten.³

Abbildung 3 stellt die beiden beschriebenen Perspektiven auf die Gründungsdynamik im Sportbereich dar. Die Balken im Diagramm zeigen den Anteil der Sportvereine an allen Neugründungen zivilgesellschaftlicher Organisationen (also über alle Engagementfelder hinweg) in einem bestimmten Zeitraum. Unter allen Organisationen, die in der Zeit vor 1950 gegründet wurden, machen Sportvereine 38 Prozent aus. Die Linie im Diagramm zeigt, wie viele der heute bestehenden Sportvereine in der jeweiligen Zeitperiode gegründet wurden. Immerhin 32 Prozent der Vereine wurden bereits vor 1950 gegründet.

³ Die Daten beziehen sich jedoch ausschließlich auf derzeit existierende Organisationen. Organisationen, die sich im Laufe der Zeit aufgelöst haben, fließen in die Betrachtung nicht mit ein.

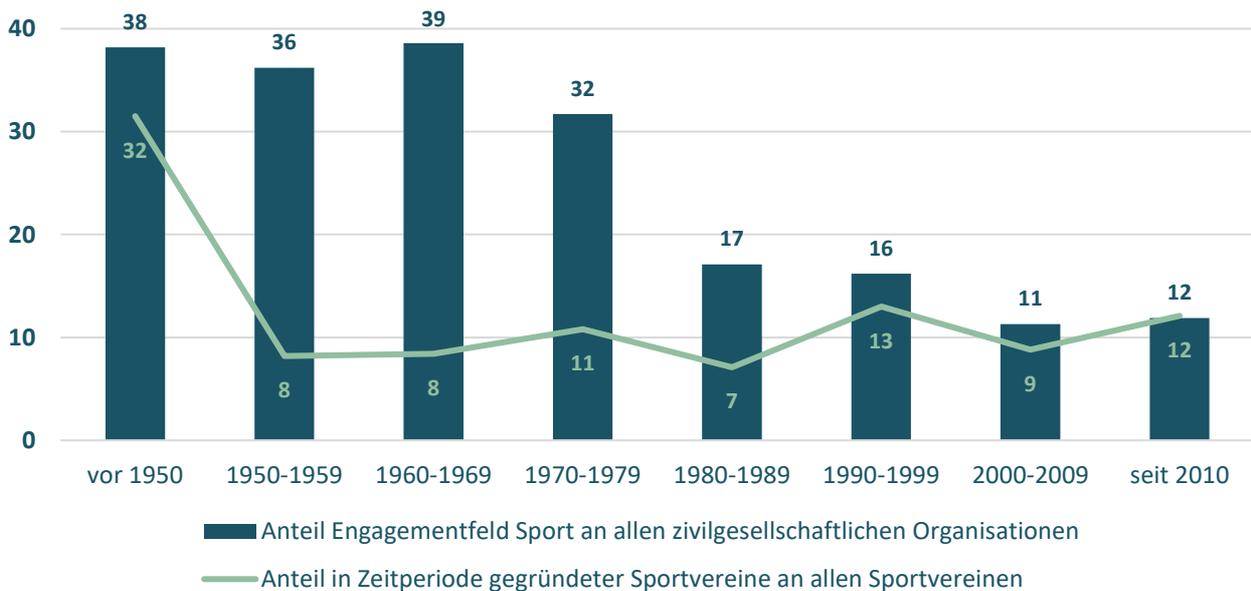
Aus Abbildung 3 wird deutlich, dass der Anteil der Sportvereine an den Neugründungen aller zivilgesellschaftlichen Organisationen im Zeitverlauf gesunken ist, zumindest bis in die 1980er Jahre. Gemessen an allen Neugründungen machen Sportvereine seit 2010 nur noch 12 Prozent aus, im Gegensatz zu 38 Prozent vor 1950. Seit den 1980er Jahren ist die Gründungsdynamik aber weitgehend konstant.

Im Engagementfeldvergleich sind Sportvereine überdurchschnittlich alt. Im Median wurde eine Organisation im Sportbereich 1971 gegründet, im Freizeitbereich 1981, im Kulturbereich 1992, im sozialen Bereich 1996, im Umweltschutz 1998 und im Bildungsbereich im Jahr 2000.⁴

Abbildung 3: Engagementfeld Sport nach Gründungsjahren

Wann wurde Ihre Organisation gegründet?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

3.5 Fördervereine als Treiber der stabilen Gründungsdynamik

In den vergangenen zwei Jahrzehnten ist insbesondere die Zahl der Fördervereine stark angestiegen. Allgemein sind damit Vereine gemeint, die andere gemeinnützige oder öffentlich-rechtliche Körperschaften, wie beispielsweise Schulen, Museen oder eben auch Sportvereine finanziell und/oder ideell unterstützen. Mittlerweile handelt es sich bereits bei einem Viertel aller Vereine um einen Förderverein, was hochgerechnet mehr als 150.000 Fördervereine im gesamten Bundesgebiet bedeutet (Schubert/Kuhn/Tahmaz 2023).

Auch im Sportbereich ist diese Entwicklung zu beobachten. Insgesamt gaben 10 Prozent der Vereine mit Tätigkeitsschwerpunkt Sport im ZiviZ-Survey 2023 an, ein Förderverein zu sein. Abbildung 4 zeigt den Anteil der Fördervereine im Bereich Sport differenziert nach Gründungsjahren. Unter den seit 2010 gegründeten Sportvereinen ist jeder Dritte (33 Prozent) ein Förderverein. Eingesetzt hat diese Gründungsdynamik jedoch bereits in den 1990er Jahren.

Gleichzeitig zeigt sich im Vergleich mit den anderen Engagementfeldern, dass im Sport Fördervereine immer noch einen etwas geringeren Anteil der Organisationen ausmachen. Besonders hoch ist der Anteil der Fördervereine im Bereich Bildung und Erziehung (59 Prozent). Ein wesentlicher Unterschied besteht darin,

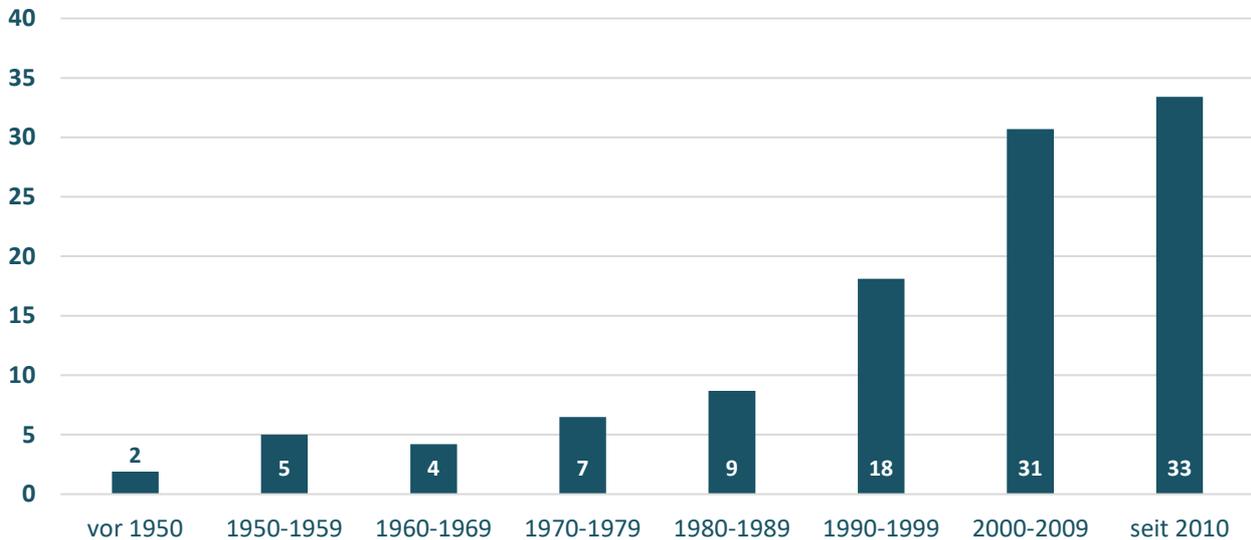
⁴ Der Median ist der Wert in der Mitte einer Verteilung. Ein Median des Gründungsjahres von 1971 bedeutet, dass 50 Prozent der Organisationen davor und 50 Prozent danach gegründet wurden.

dass im Sport die operativen Tätigkeiten überwiegend von den Sportvereinen selbst wahrgenommen werden, während im Bildungsbereich solche Aufgaben oft in öffentlicher Verantwortung liegen, wie beispielsweise bei staatlichen Schulen, Kindergärten oder Musikschulen.

Abbildung 4: Fördervereine im Sport nach Gründungsjahren

Ist Ihr Verein ein Förderverein?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Für die Popularität von Fördervereinen im Sportbereich gibt es unterschiedliche Gründe. *Strategisch* betrachtet können Fördervereine durch ihre spezifische Ausrichtung auf Fundraising-Aktivitäten effektiver darin sein, Fördermittel zu akquirieren und Spenderinnen und Spender anzusprechen.

In *rechtlicher* Perspektive kann die Auslagerung von Aktivitäten in einen Förderverein zur Haftungsvermeidung und Vermögenssicherung des operativ tätigen Vereins beitragen (zum Beispiel im Insolvenzfall). Rechtlich gesehen kann ein Förderverein mit eigener Satzung und eigenem Vorstand auch deshalb attraktiv sein, wenn dadurch die im Rahmen des Gemeinnützigkeitsstatus gewährten Steuerfreibeträge (zum Beispiel für wirtschaftliche Geschäftsbetriebe) doppelt in Anspruch genommen werden können.

Strukturell betrachtet kann die Popularität von Fördervereinen auch damit zu tun haben, dass durch die Mitgliedschaft in einem Förderverein das Bedürfnis nach persönlichem Engagement für bestimmte Themen und Interessen befriedigt werden kann, ohne jedoch, dass Mitglieder den Anforderungen eines aktiven und zeitintensiven Engagements gerecht werden müssen (Priemer/Krimmer/Labgine; Schubert/Kuhn/Tahmaz 2023).

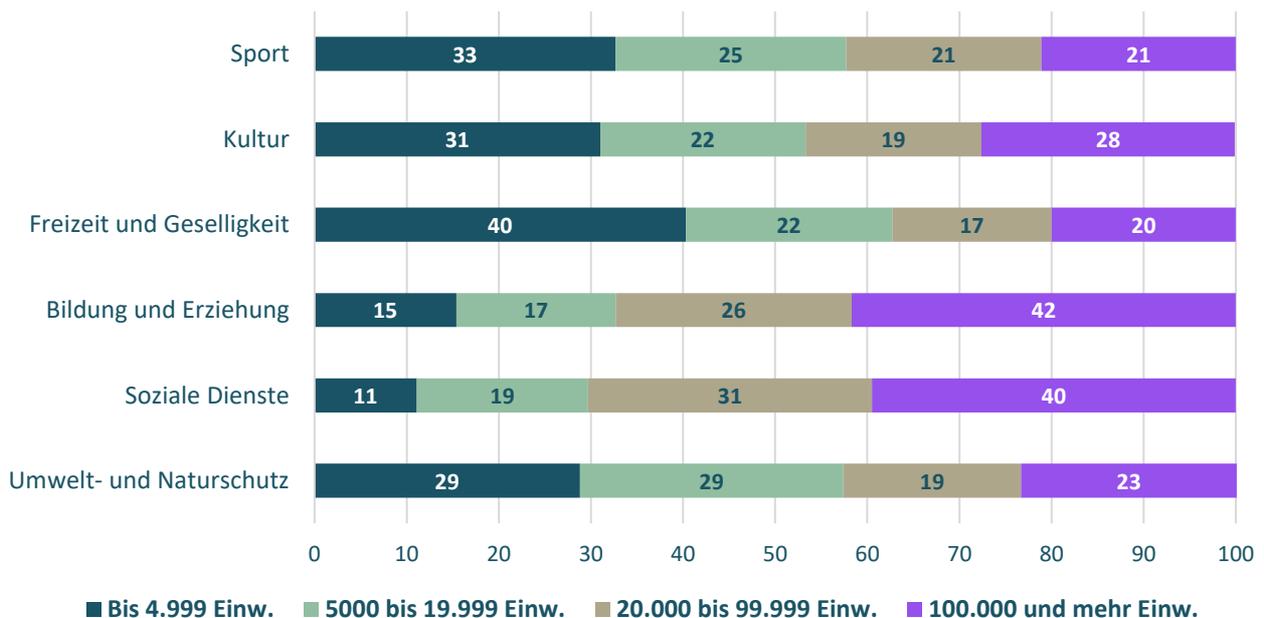
Zuletzt kann die Gründung eines Fördervereins auch *politisch* motiviert sein, wenn Mitglieder ihren spezifischen Interessen und Mitgestaltungsansprüchen mehr Nachdruck verleihen wollen. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn ein Förderverein für einen Mehrspartensportverein Gelder ausschließlich für eine bestimmte Sportart oder für die Jugendarbeit sammelt und nicht für den Gesamtverein an sich.

3.6 Sportvereine besonders stark in ländlichen Räumen vertreten

Sportvereine sind vornehmlich in ländlichen und kleinstädtischen Gemeinden präsent, was sie von einigen anderen Bereichen des Dritten Sektors unterscheidet. Abbildung 5 zeigt für die Engagementfelder mit den größten Organisationszahlen die Verteilung der Organisationen nach Gemeindegröße, in der sie ihren jeweiligen Hauptsitz haben.

Noch häufiger als der Sportbereich sind Organisationen aus Freizeit und Geselligkeit (40 Prozent) mit ihrem Hauptsitz in kleineren Gemeinden vertreten, während Bildung und Erziehung sowie soziale Dienste überwiegend, nämlich mit 42 Prozent beziehungsweise mit 40 Prozent, in Großstädten präsent sind. Daraus ergibt sich für Sportvereine eine besondere Relevanz für die Gestaltung des Zusammenlebens und die Lebensqualität im ländlichen Raum.

Abbildung 5: Hauptsitz zivilgesellschaftlicher Organisationen nach Gemeindegröße und Engagementfeld
Wie viele Einwohnerinnen und Einwohner hat die Gemeinde/Stadt, in der Ihre Organisation ihren Hauptsitz hat? Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

3.7 Junge Vereine mit größerem Aktionsradius

Die regionale Verortung des Geschäftssitzes eines Vereins gibt aber noch keinen genauen Aufschluss über seinen Aktionsradius. Auch wenn viele Organisationen ihre Angebote an Zielgruppen lokal vor Ort auf kommunaler Ebene richten, gibt es auch Organisationen, die bundesweit oder sogar international tätig sind. Die meisten Sportvereine sind lokal vor Ort (72 Prozent) oder in ihrer Region beziehungsweise auf Kreis- und Bezirksebene (47 Prozent) aktiv. Nur wenige Sportvereine sind im gesamten Bundesland (13 Prozent), deutschlandweit (9 Prozent), europaweit (3 Prozent) oder gar weltweit (1 Prozent) aktiv.⁵

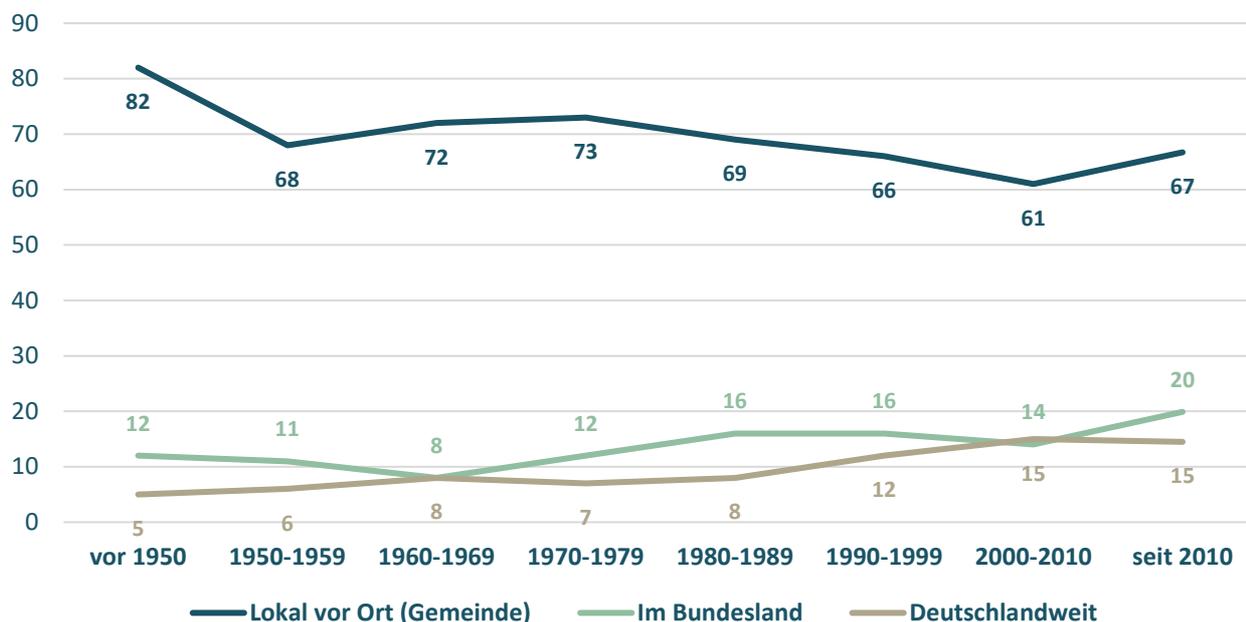
Betrachtet man den Aktionsradius der Sportvereine differenziert nach Gründungsjahren, wird sichtbar, dass jüngere Organisationen mit Gründungsdatum ab 1990 oder später deutlich häufiger überregional aktiv sind (siehe Abbildung 6). Die Digitalisierung könnte ein wesentlicher Treiber dieser Entwicklung sein. Die Nutzung von Onlineplattformen und sozialer Medien kann Sportvereinen ermöglichen, ihre Reichweite zu vergrößern und Angebote zu skalieren. Online-Trainingsprogramme, virtuelle Wettkämpfe und die Nutzung von Social-Media-Plattformen für Marketing und Mitgliedergewinnung sind nur einige Beispiele, wie Digitalisierung die Skalierbarkeit von Sportangeboten unterstützt.

⁵ Teilnehmende der Befragung wurden gefragt, in welchem Umfeld ihre Organisation aktiv sei (Mehrfachnennungen möglich).

Abbildung 6: Aktionsradius von Sportvereinen nach Gründungsjahr

In welchem Umfeld ist Ihre Organisation aktiv?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

4. DIE GESELLSCHAFTLICHE ROLLE DES ORGANISIERTEN SPORTS IM WANDEL

Zivilgesellschaftliche Organisationen übernehmen in unserer Gesellschaft ganz unterschiedliche Funktionen. Einige fungieren als Orte, an denen sich Bürgerinnen und Bürger mit gleichen Interessen treffen und diesen gemeinschaftlich nachgehen. Andere Organisationen bieten Dienstleistungen für spezifische Zielgruppen an, dienen als Organisations- und Kommunikationsplattform für marginalisierte Gruppen, erproben neue Lösungsansätze für gesellschaftliche Probleme oder ermöglichen politische Partizipation.

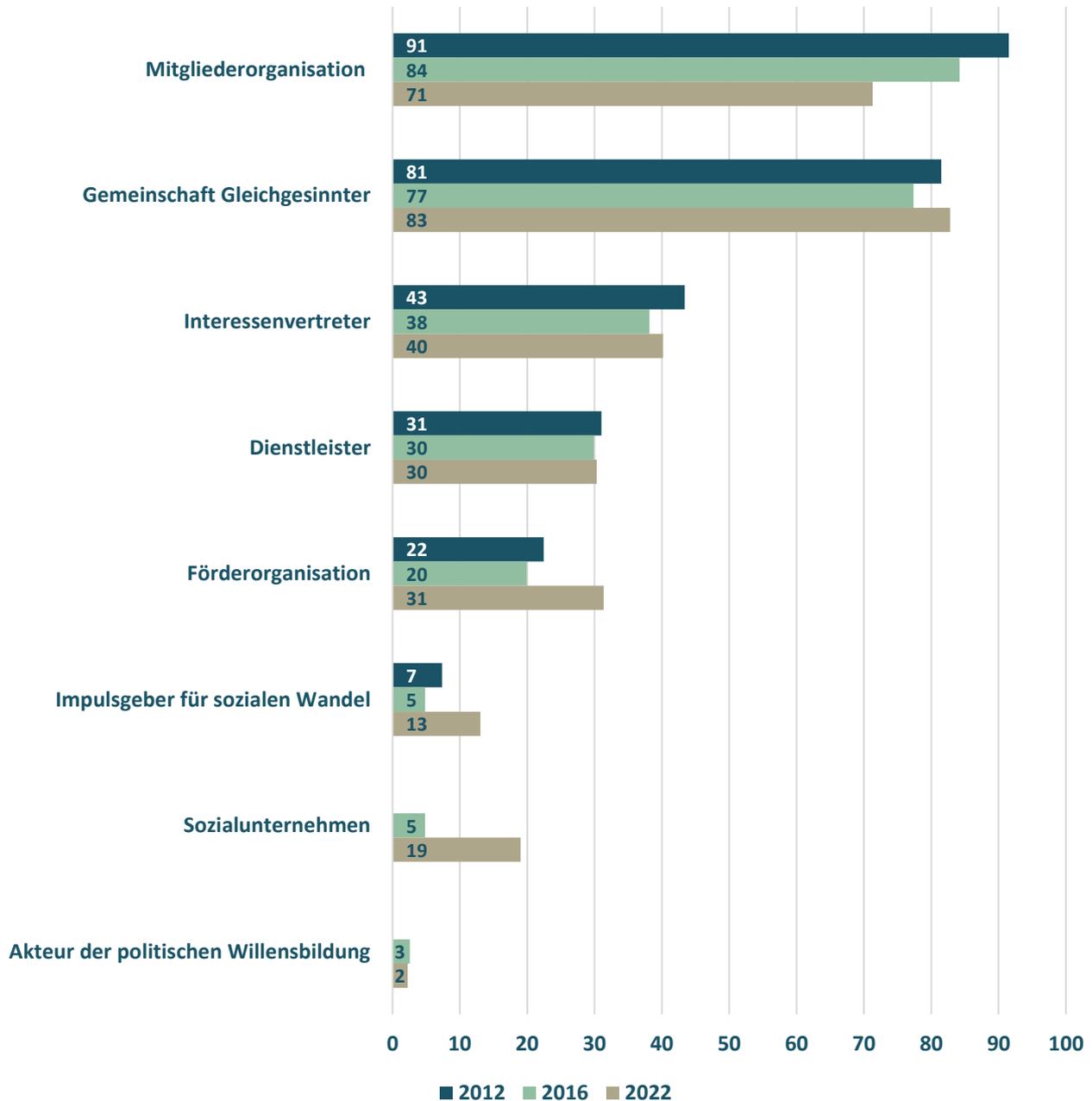
Im ZiviZ-Survey wird daher regelmäßig das Selbstverständnis der Organisationen erfasst, um nachvollziehen zu können, wie zivilgesellschaftliche Organisationen ihre eigene Rolle in der Gesellschaft verstehen. Für sämtliche Engagementfelder zeigt sich dabei eine herausragende Bewertung des Selbstverständnisses als *Gemeinschaft Gleichgesinnter*. Dies ist insofern nicht verwunderlich, als das Ziel der Verfolgung gemeinsamer Interessen und Werte zu den konstitutiven Grundprinzipien der Organisationsform *Verein* gehört. Weitere Rollenverständnisse wie die als *Mitgliederorganisation*, als *Interessenvertreter* und als *Förderorganisation* rangieren dahinter. Seltener verstehen sich Organisationen als *Impulsgeber für sozialen Wandel*, als *Sozialunternehmen* oder als *Akteure der politischen Willensbildung* (Schubert/Tahmaz/Krimmer 2023).

4.1 Abnehmendes Selbstverständnis als Mitgliederorganisationen

Im Vergleich zu anderen Engagementfeldern zeigt sich dabei erwartbar, dass sich Sportvereine (71 Prozent), neben Organisationen im Bereich Freizeit und Geselligkeit (72 Prozent), besonders häufig als Mitgliederorganisation verstehen – das heißt, als Vereinigung, die sich primär den Interessen ihrer Mitglieder verpflichtet fühlt. Dieser Zustimmungsanteil zum Selbstverständnis als Mitgliederorganisation hat unter Sportvereinen zwischen 2012 und 2022 allerdings stark um 20 Prozentpunkte abgenommen (siehe Abbildung 7). Diese Entwicklung wird besonders deutlich, wenn man den Zustimmungsanteil differenziert nach

Gründungsjahren der Sportvereine betrachtet. Die Zustimmungsrates zum Verständnis als Mitgliederorganisation hat sich stetig verringert, von 74 Prozent bei Organisationen, die in den 1950er Jahren gegründet wurden, bis hin zu 58 Prozent bei jenen, die sich in den 2010er Jahren formierten.

Abbildung 7: Selbstverständnis der Organisationen im Sportbereich
 Wie würden Sie das Selbstverständnis Ihrer Organisation beschreiben?
 „Wir verstehen uns als...“
 Anteile „trifft (voll) zu“ in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2012, ZiviZ-Survey 2017, ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Diese Tendenz eines abnehmenden Selbstverständnisses als Mitgliederorganisation kann nun keineswegs ausschließlich mit dem verstärkten Aufkommen von Fördervereinen im Sport erklärt werden. In der Tat stimmen zwar nur 48 Prozent der Fördervereine dem Selbstverständnis als Mitgliederorganisation zu. Doch auch unter den operativ tätigen Organisationen im Sport liegt der Wert mit 74 Prozent nur geringfügig höher als der Gesamtdurchschnitt von 71 Prozent und damit deutlich unterhalb des Zustimmungsteils von

91 Prozent im Jahr 2012. Eine gängige These zu dieser Entwicklung ist, dass der Anteil der Menschen, die den Sportverein auch als einen Ort des sozialen Kontakts, des geselligen Zusammenseins, der affektiven Bindung und Identifikation betrachten, abnimmt und im Gegenzug der Anteil jener steigt, die den Sportverein eher sachlich-nüchtern als eine Art Dienstleister in Sachen Sport betrachten. Allerdings wird diese Deutung zumindest nicht von den Daten des ZiviZ-Surveys gedeckt, soweit sie das Selbstverständnis der dem Vorstand angehörenden Befragten zu ihrem Sportverein als „Dienstleister“ betreffen. Der Zustimmunganteil des Selbstverständnisses als Dienstleister bleibt über die drei Erhebungswellen mit circa 30 Prozent konstant.

Parallel zur rückläufigen Entwicklung des Verständnisses als Mitgliederorganisationen manifestiert sich die zahlenmäßige Zunahme von Fördervereinen im Sportbereich in einem Anstieg des Selbstverständnisses als Förderorganisation: Gaben im Jahr 2012 lediglich 22 Prozent der Sportvereine an, sich als Förderorganisation zu verstehen, stieg dieser Anteil im Jahr 2022 auf 31 Prozent. Zum anderen ist ein Wandel in Bezug auf ihre gesellschaftliche Rolle zu beobachten. Auch wenn sich Sportvereine selbst nicht als *Akteure der politischen Willensbildung* wahrnehmen (Zustimmungsanteil lediglich 2 Prozent), verstehen sie sich aber zunehmend als *Impulsgeber für sozialen Wandel*. Hier ist ein Anstieg von 7 Prozent im Jahr 2016 auf 13 Prozent im Jahr 2022 zu verzeichnen, wie Abbildung 7 zeigt. Obwohl sich Sportvereine im Vergleich zu Organisationen in anderen Engagementfeldern seltener mit diesem Selbstverständnis identifizieren (Schubert/Kuhn/Tahmaz 2023), kann diese Entwicklung als Ausdruck eines gewachsenen Bewusstseins für ihre Rolle als Institution mit gesellschaftlicher Verantwortung verstanden werden.⁶

Abschließend zeigt sich in Abbildung 7 der interessante Befund eines deutlichen Zuwachses im Selbstverständnis als *Sozialunternehmen*. Lag der Zustimmunganteil im Jahr 2016 noch bei 5 Prozent, betrug er 2022 bereits 19 Prozent. Interessanterweise sind es keineswegs nur junge Sportvereine, die diesem Selbstverständnis zustimmen: Tatsächlich haben alte Sportvereine mit Gründungsjahr vor 1950 mit 25 Prozent den höchsten Zustimmungswert.

Für diese Entwicklung kann es ganz unterschiedliche Ursachen geben. Naheliegend ist zunächst ein rein semantischer Effekt: Seit 2016 hat der Begriff des Sozialunternehmens in Deutschland an Popularität gewonnen und wird bisweilen als diffuser Sammelbegriff für ganz unterschiedliche Organisationsformen des Dritten Sektors verwendet. So ist durchaus denkbar, dass sich auch manche Sportvereine mit diesem Begriff identifizieren, ohne dass die Organisationen tatsächlich auf Grundlage eines veränderten Finanzierungsmodells oder eines veränderten Grades an Innovationsorientierung operieren. Denkbar ist aber auch, dass die Selbstbeschreibung des eigenen Vereins als Sozialunternehmen ein Indiz dafür ist, dass Sportvereine zunehmend nach alternativen, marktbasierenden Finanzierungsquellen suchen, nicht zuletzt aufgrund der Probleme vieler Vereine in der Gewinnung von Mitgliedern (und damit der klassischen Finanzierung über Mitgliedsbeiträge) und/oder diese sich in einem bereits weiter fortgeschrittenen Stadium der Professionalisierung ihrer Arbeit und eines marktorientierten Managements befinden. Dies dürfte zum einen auf Vereine zutreffen, bei denen der Schwerpunkt der Arbeit im (semi-)professionellen Leistungs- und Spitzensport liegt und damit Gewinnung und Bindung von Sponsoren und Fans von zentraler Bedeutung sind. Zum anderen trifft dies aber auch auf viele Großsportvereine zu, die sich zu professionell agierenden Dienstleistungsbetrieben im Bereich des Breiten-, Freizeit- und Gesundheitssports entwickelt haben und denen schon seit vielen Jahren mit dem „Freiburger Kreis“ eine außerhalb des klassischen Sportverbandssystems stehende, eigene Plattform des Austauschs und der Interessenvertretung zur Verfügung steht. So zeigt sich in den Daten, dass Sportvereine mit jährlichen Gesamteinnahmen über 100.000 Euro dem Selbstverständnis als Sozialunternehmen deutlich häufiger zustimmen (30 Prozent).

⁶ Die hier beschriebenen Veränderungen im Rollenverständnis zivilgesellschaftlicher Organisationen ist keineswegs auf den Sportbereich beschränkt. Obwohl das Selbstverständnis als Mitgliederorganisation sehr große Zustimmung erfährt, ist ein statistisch signifikanter Rückgang festzustellen (Schubert/Tahmaz/Krimmer 2023). Dies trifft insbesondere für jüngere Organisationen zu. Dieser Befund kann darauf hindeuten, dass Organisationen zunehmend seltener nach innen gerichtet sind oder möglicherweise die Wichtigkeit formaler Mitgliedschaften nachlässt.

4.2 Sportvereine als informelle Lernorte

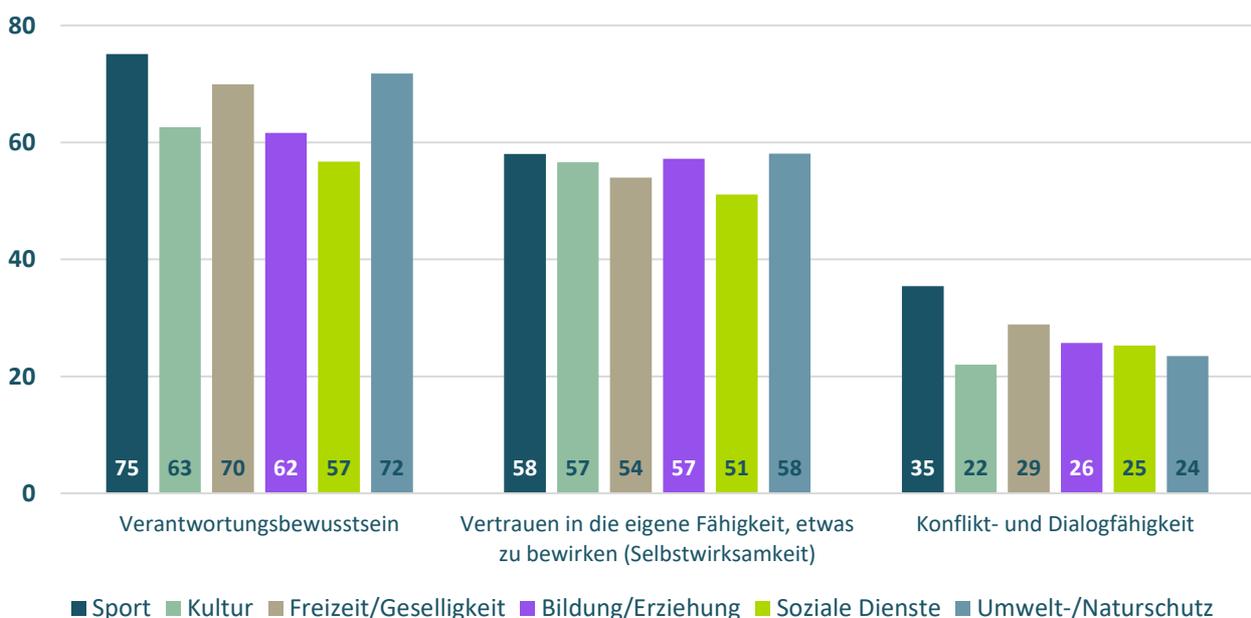
Eine weitere wichtige Funktion zivilgesellschaftlicher Organisationen besteht darin, dass sie Räume für informelles Lernen bieten, gerade für freiwillig Engagierte. So bieten Sportvereine ihren Mitgliedern und Engagierten nicht nur die Möglichkeit, sportliche Fertigkeiten und Techniken zu erlernen. Trainerinnen und Trainer, Kassenwarte, Vorstandsmitglieder oder Engagierte in vergleichbaren Rollen können durch ihr Engagement Vertrauen in die eigene Selbstwirksamkeit erlangen oder auch fachliche und soziale Kompetenzen stärken (Priemer & Schwind-Gick 2020). Auch analytisches und kritisches Denken sind zentrale Lernaspekte, die durch freiwilliges Engagement erworben werden können. Zusätzlich zur persönlichen Kompetenzentwicklung sind auch Lernerfahrungen denkbar, die insbesondere auf gesellschaftlicher Ebene wirken. Dazu zählen die Wertschätzung von Gerechtigkeit und Rechtsstaatlichkeit, von Menschenwürde und Menschenrechten. Sie können auch Offenheit gegenüber anderen Überzeugungen und kultureller Vielfalt oder die Bereitschaft zur politischen Beteiligung einschließen.⁷

Der Fragebogen des ZiviZ-Survey enthielt eine Abfrage demokratischer Kompetenzen, die Engagierte in der Organisation erwerben können. Zugrunde gelegt wurde dabei ein breites Konzept möglicher demokratischer Kompetenzen in Anlehnung an ein Modell des Europarats (Council of Europe 2016). Auf die Frage nach den drei bedeutsamsten Lernerfahrungen von Engagierten hoben 75 Prozent der Sportvereine, und damit im Vergleich zu anderen Engagementbereichen besonders häufig, Verantwortungsbewusstsein hervor (siehe Abbildung 8). Die bereits erwähnte Selbstwirksamkeit, also das Vertrauen in die eigene Fähigkeit, Veränderungen herbeizuführen, führen mehr als die Hälfte, nämlich 58 Prozent der Befragten, als möglichen Lerneffekt an, gefolgt von Konflikt- und Dialogfähigkeit (35 Prozent). Gerade letztere Kompetenz ist den Urteilen der Befragten zufolge in Sportvereinen besonders ausgeprägt und verdient vor dem Hintergrund zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung und der Verengung von Diskursräumen vermehrt Aufmerksamkeit. Zudem sind auch ein Bewusstsein für kulturelle Vielfalt und Menschenrechte für ein Fünftel der befragten Sportvereine kennzeichnende Erfahrungen, die Engagierte im Rahmen ihrer ehrenamtlichen Tätigkeiten machen.

Abbildung 8: Ausgewählte Lerneffekte durch Engagement nach Engagementfeld

Welche Kompetenzen können Menschen erlernen, die sich bei Ihnen engagieren?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

⁷ Einen guten Überblick zu der recht kontrovers geführten Diskussion zu der Vielzahl der Sportvereinen zugeschriebenen sozialen Funktionen in der Sportpolitik und der Sportorganisationsforschung bietet der Sammelband von Jaitner & Körner (2018). Die vorliegende Studie beschränkt auf die Funktion von Sportvereinen als Ort des informellen und impliziten Lernens.

Die skizzierte Transformation von Sportvereinen von klassischen Mitgliederorganisationen hin zu Dienstleistern wirft allerdings bedenkliche Fragen hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Sportvereinen als Schulen der Demokratie auf. Demokratische Kompetenzen, die insbesondere durch das aktive Engagement und die Interaktion innerhalb einer Mitgliederorganisation gefördert werden, könnten in einem dienstleistungsorientierten Modell an Bedeutung verlieren. In solchen Strukturen steht weniger das gemeinschaftliche Handeln und Entscheiden im Vordergrund, sondern vielmehr die Erbringung spezifischer Leistungen. Dies könnte die essenzielle Demokratiefunktion von Sportvereinen untergraben, die stark auf das ehrenamtliche Engagement und die daraus resultierende Abstimmung und Kompromissfindung zwischen den Mitgliedern baut. Der Wandel hin zu Dienstleistern birgt daher das Risiko, dass wichtige demokratische Praktiken wie Konfliktlösung und Dialogbereitschaft weniger erlebt und erlernt werden, was gerade in einer Zeit zunehmender gesellschaftlicher Polarisierung von großem Nachteil wäre.

5. MITGLIEDERENTWICKLUNG

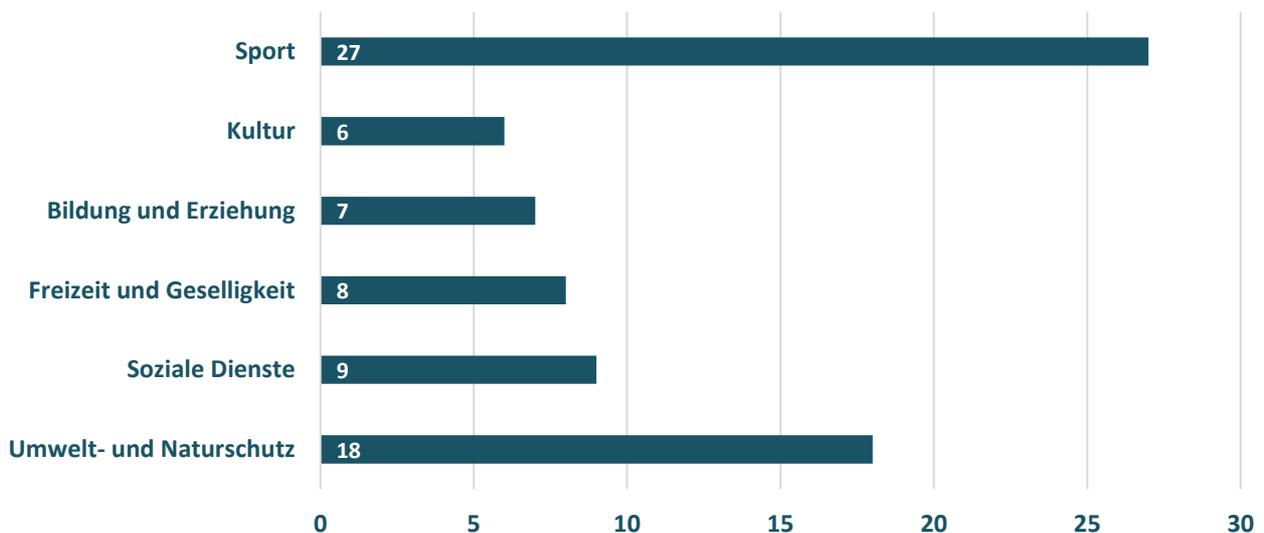
5.1 Viele mitgliedsstarke Vereine im Sport

Eine stabile Mitgliederbasis ist für Sportvereine essenziell, umso mehr, da für viele Vereine Mitgliedsbeiträge die zentrale Einnahmequelle darstellen. Gemäß ZiviZ-Survey 2023 haben 42 Prozent der Vereine bis zu 100 Mitglieder, 32 Prozent zwischen 101 und 300 und 27 Prozent mehr als 300. Der Sportbereich ist verglichen mit anderen Engagementfeldern von besonders vielen mitgliedsstarken Vereinen geprägt. Im Umwelt- und Naturschutz geben 18 Prozent, in den anderen Bereichen sogar weniger als 10 Prozent der Organisationen an, mehr als 300 Mitglieder zu haben (siehe Abbildung 9). 18 Prozent der Sportvereine haben sogar mehr als 500 Mitglieder. Über die drei Erhebungswellen des ZiviZ-Survey blieb der Anteil großer Sportvereine mit mehr als 300 Mitgliedern im Wesentlichen konstant. Dieser Befund ist insofern überraschend, als in der Sportvereinsforschung immer wieder betont wird, dass die Landschaft der Sportvereine von Kleinst- und Kleinvereinen dominiert wird. Dieser Befund ist aus der Binnenperspektive des Sports heraus betrachtet natürlich richtig. Bezogen auf das Spektrum zivilgesellschaftlicher Organisationen insgesamt gilt es dagegen festzuhalten, dass Sportvereine im Durchschnitt deutlich größer sind und in den anderen Handlungsfelder der Zivilgesellschaft (sehr) kleine Organisationen noch stärker dominieren.

Abbildung 9: Engagementfelder im Vergleich nach Vereinsgrößen mit mehr als 300 Mitgliedern

Wie viele Mitglieder hat Ihre Organisation derzeit (2022)?

Anteile mit mehr als 300 Mitgliedern in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

5.2 Licht und Schatten bei der Entwicklung der Mitgliederzahlen

In den drei Erhebungswellen des ZiviZ-Surveys wurden die teilnehmenden Organisationen danach gefragt, wie sich ihre Mitgliederzahlen in den letzten fünf Jahren verändert haben. Die letzte Erhebungswelle vom Herbst 2022 steht damit unter dem Eindruck der COVID-19-Pandemie, die zunächst zu einem starken Einbruch gefolgt von einem Prozess der Einholung der Mitgliedschaftszahlen führte. Der Befragungszeitpunkt fiel bereits in die Phase der Erholung. So gaben 35 Prozent der Organisationen gesunkene Mitgliederzahlen an, 25 Prozent gestiegene und 40 Prozent unveränderte Mitgliederzahlen.

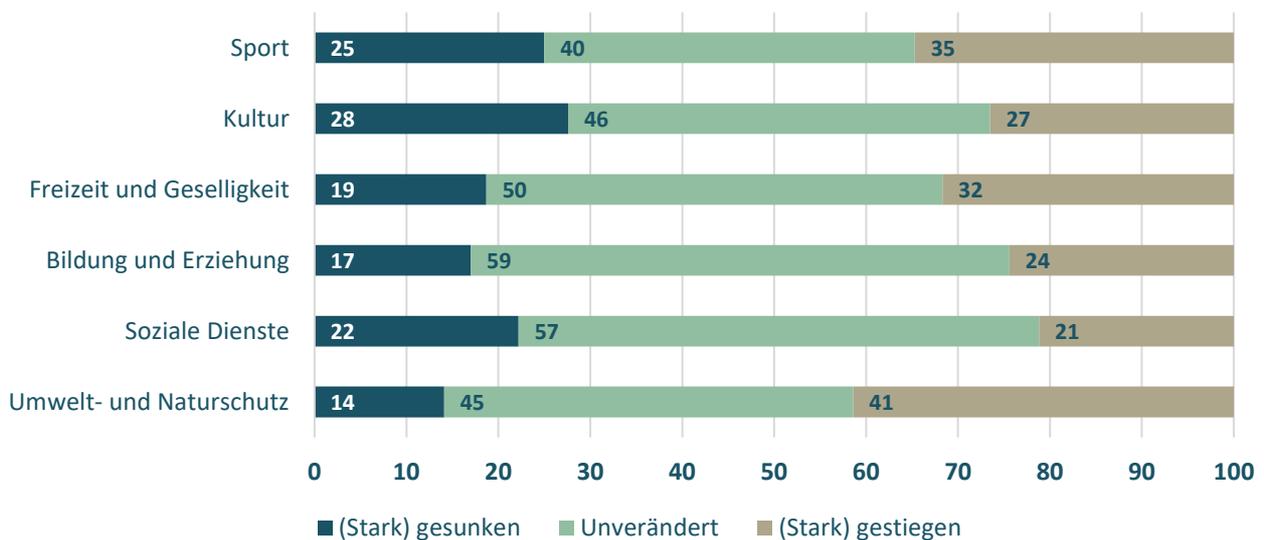
Betrachtet man die jeweiligen Ergebnisse der drei Befragungswellen zu der Frage der Mitgliederentwicklung in Sportvereinen, so zeigt sich augenscheinlich ein positiver Trend: 2022 berichten 35 Prozent der Vereine über einen Mitgliederzuwachs gegenüber 30 Prozent im Jahr 2012. Gleichwohl bleibt dieser Befund schwierig zu bewerten. Es könnte sich hier um einen zeitlich befristeten Erholungseffekt nach dem externen Schock der Pandemie mit starken Einbrüchen der Mitgliederzahlen handeln, der die Zuverlässigkeit des Zeitreihenvergleichs einschränkt.

Aussagekräftiger erscheint demgegenüber eine Kontextualisierung des Befundes mithilfe eines Vergleichs mit der Entwicklung von Mitgliedschaften in den anderen Engagementfeldern auf Grundlage der aktuellen Erhebungswelle (siehe Abbildung 10). Eine besonders positive Entwicklung der Mitgliedschaften zeigt sich im Umwelt- und Naturschutz. Hier berichteten 41 Prozent von gestiegenen Mitgliederzahlen. Im Sport sind sowohl der Anteil an Organisationen mit steigenden als auch mit sinkenden Mitgliederzahlen vergleichsweise hoch – seltener sind sie hingegen stabil geblieben.

Abbildung 10: Entwicklung der Mitgliederzahlen nach Engagementfeld

Wie hat sich die Zahl der Mitglieder in Ihrer Organisation seit 2017 entwickelt?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

5.3 Mobilisierung junger Mitglieder gelingt den Sportvereinen vergleichsweise gut

Im ZiviZ-Survey wurden die Organisationen um eine Einschätzung gebeten, wie gut sie in der Lage sind, Mitglieder zu gewinnen und zu binden. Dabei wurde zunächst gefragt, ob die Organisation aktuell genügend Mitglieder habe. Die Befragungsergebnisse zeigen, dass etwas mehr als ein Viertel (27 Prozent) der Sportvereine der Aussage (voll) zustimmt, ähnlich wie Organisationen in den Bereichen Umwelt- und Naturschutz (28 Prozent) oder Bildung und Erziehung (25 Prozent). Überdurchschnittlich oft teilen diese

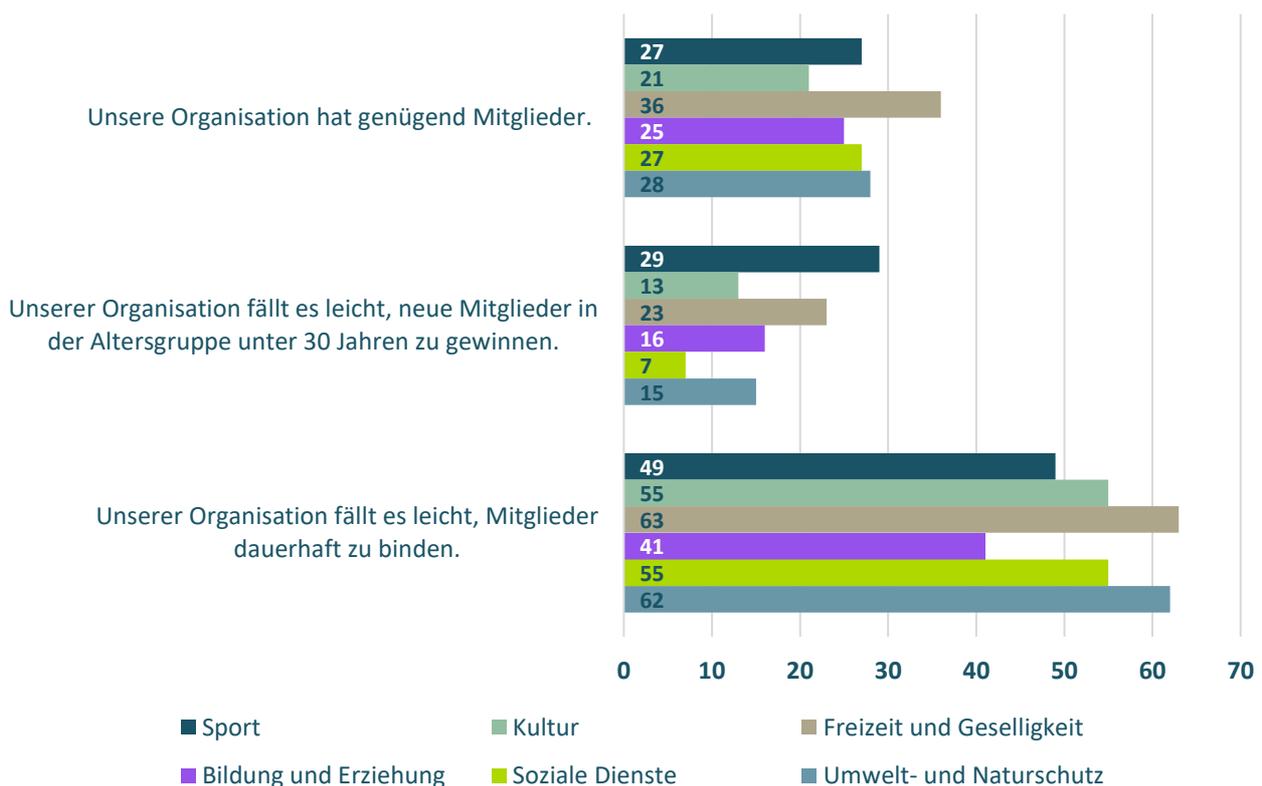
Einschätzung Organisationen im Freizeitbereich (siehe Abbildung 11). Während jedoch 2016 noch 38 Prozent der Sportvereine angaben, dass sie über eine ausreichende Zahl an Mitgliedern verfügen, waren es 2022 nur noch 27 Prozent.

Daneben wurden die Organisationsvertreterinnen und -vertreter gefragt, ob sie bei der Mitgliedergewinnung in der Altersgruppe der unter Dreißigjährigen erfolgreich sind. Hier schneidet der Sportbereich im Vergleich zu anderen Engagementbereichen am besten ab. 29 Prozent der Sportvereine geben an, dass es ihrer Organisation leichtfällt, junge Menschen unter 30 Jahren als Mitglieder zu gewinnen. Organisationen aus dem Bereich Freizeit und Geselligkeit folgen mit 23 Prozent vor den Engagementfeldern Bildung und Erziehung (16 Prozent) und Kultur (13 Prozent). Organisationen im Bereich sozialer Dienste fällt die Gewinnung junger Mitglieder am schwierigsten (7 Prozent). Dieser Befund ist nun wenig überraschend, belegt aber eindrucksvoll die besondere Bedeutung von Sportvereinen als überaus wichtigem Akteur auf dem Feld zivilgesellschaftlichen Engagements im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit. In Bezug auf organisierte Sportangebote für Kinder und Jugendliche weisen Sportvereine nach wie vor eine monopolähnliche Stellung auf. Den Befund etwas relativierend muss allerdings auch darauf verwiesen werden, dass das Handlungsfeld Bildung und Erziehung einen höheren Zuwachs an Organisationen und Zahl der Engagierten aufweist, die sich ebenfalls schwerpunktmäßig um Angebote für Kinder und Jugendliche kümmern, diese dort aber nicht als Mitglieder geführt, sondern als externe Zielgruppe verstanden werden.

Abbildung 11: Gewinnung und Bindung von Mitgliedern nach Engagementfeld

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Anteile „trifft (voll) zu“ in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Des Weiteren wurden die Organisationen gebeten, eine Aussage darüber zu treffen, ob es ihnen leichtfällt, einmal gewonnene Mitglieder auch dauerhaft zu binden. Wie Abbildung 11 zeigt, sind in der Mitgliederbindung Organisationen aus den Bereichen Freizeit und Geselligkeit (63 Prozent) und Umwelt- und Naturschutz (62 Prozent) besonders erfolgreich. Die Bereiche Kultur und soziale Dienste rangieren mit jeweils 55 Prozent dahinter, gefolgt von Sport (49 Prozent) und schließlich Bildung und Erziehung (41 Prozent). Die Zahlen belegen, dass es Vereinen in den Bereichen Kultur, Freizeit und Geselligkeit und soziale Dienste

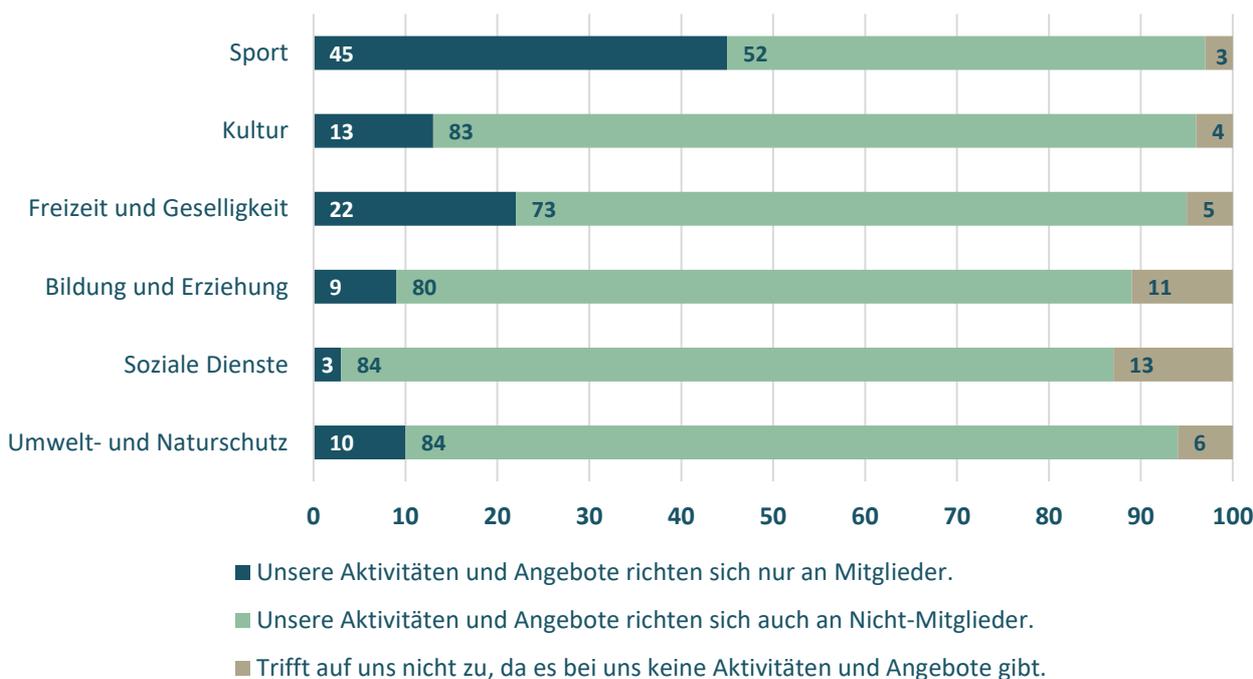
etwas besser gelingt, ihre Mitglieder langfristig zu binden. Dies ist ein Indiz dafür, das sich die Beziehung Sportverein-Mitglied wohl etwas gelockert hat und viele Mitglieder nur eine instrumentelle Beziehung zu ihrem Verein pflegen.

5.4 Häufigere Öffnung von Angeboten für Nicht-Mitglieder

Wie bereits beschrieben, stellt die Mitgliedergewinnung viele Sportvereine vor Probleme und die Vereine schreiben sich zudem immer seltener das Selbstverständnis einer Mitgliederorganisation zu. Vor dem Hintergrund dieser Befunde liegt die Vermutung nahe, dass Sportvereine ihre Angebote zunehmend auch für Nicht-Mitglieder öffnen. In den drei Erhebungswellen 2012, 2016 und 2022 wurde jeweils danach gefragt, ob sich die Angebote der Organisationen ausschließlich an Mitglieder oder auch an Nicht-Mitglieder richten. In der Tat zeigen die Daten eine deutliche Verschiebung über den Zehnjahreszeitraum: Während 2012 nur etwa ein Drittel der Vereine (29 Prozent) angab, ihre Angebote auch für Außenstehende zu öffnen, waren es sowohl im Jahr 2016 als auch im Jahr 2022 mehr als die Hälfte der befragten Sportvereine (54 beziehungsweise 52 Prozent). Jedoch veranschaulicht Abbildung 12, dass Sportvereine im Vergleich zu anderen Bereichen ihre Angebote noch immer deutlich häufiger exklusiv nur an Mitglieder richten. In keinem anderen Engagementfeld sind Angebote in dem Umfang ausschließlich Mitgliedern vorbehalten, wie es im Bereich Sport der Fall ist. Hier geben 45 Prozent der Sportvereine an, ihre Aktivitäten nur Mitgliedern zugänglich zu machen. Im Bereich Freizeit und Geselligkeit sind es etwas mehr als ein Fünftel (22 Prozent), im Kulturbereich nur 13 Prozent der Organisationen, die ihre Angebote exklusiv für Mitglieder bereitstellen. Dennoch ist eine Öffnung von Seiten der Sportvereine erkennbar, indem immer häufiger Vereinsangebote und Aktivitäten stundenweise oder gegen die Zahlung von Gebühren auch anderen zugänglich gemacht werden. Dieser Befund unterstreicht die Beobachtung des zunehmenden Dienstleistungscharakters von Sportvereinen.

Abbildung 12: Adressaten der Angebote nach Engagementfeld

Wer kann die Aktivitäten und Angebote Ihrer Organisation nutzen?
Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

6. FREIWILLIG ENGAGIERTE UND BEZAHLTE BESCHÄFTIGTE

So gut wie alle Sportvereine in Deutschland werden maßgeblich von freiwillig Engagierten getragen, die in den Vereinen unentgeltlich Aufgaben und Ämter übernehmen. Dazu zählen in Sportvereinen typischerweise Vorstandsmitglieder, Trainerinnen und Trainer, Jugendleiterinnen und -leiter oder Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter. Die Beweggründe eines Engagements sind vielfältig. Wie die Sonderauswertung des Deutschen Freiwilligensurveys im Bereich Sport und Bewegung zeigt, zählt zuallererst die Freude an der Tätigkeit und der Teilnahme am Vereinsleben selbst zu den wichtigsten Beweggründen (Braun/Sielschott/Burmann 2022). Hinzu kommt der Wunsch nach der Pflege sozialer Kontakte oder nach Anerkennung, die durch die Übernahme verantwortungsvoller Aufgaben erlangt werden kann. Auch bieten freiwillige Tätigkeiten in Sportvereinen umfangreiche Gestaltungsmöglichkeiten, die es den Engagierten erlauben, eigene Ideen einzubringen und umzusetzen. Zuletzt können auch berufliche Erwägungen eine Rolle spielen, da durch ehrenamtliche Tätigkeiten neue Erfahrungen oder Kompetenzen erworben (und nachgewiesen) werden können.

Laut des ZiviZ-Surveys 2023 engagieren sich im Median 15 Freiwillige in einem Sportverein.⁸ Im Vergleich zu anderen Engagementbereichen weisen Sportvereine damit eine relativ hohe Anzahl an Freiwilligen auf. Der Median liegt in Freizeitvereinen ebenfalls bei 15, in Kulturvereinen bei 14, im Bereich soziale Dienste bei zwölf und im Bildungsbereich bei zehn Engagierten. Die Anzahl der Engagierten in Sportvereinen zeigt allerdings eine breite Streuung: 14 Prozent der Sportvereine haben bis zu fünf Engagierte, 23 Prozent zwischen sechs und zehn, 24 Prozent verzeichnen 11 bis 20, 28 Prozent haben 21 bis 50 und 11 Prozent der Vereine können auf mehr als 50 Freiwillige zählen.

6.1 Sportvereine vor besonders großen Problemen bei der Mobilisierung von Engagierten

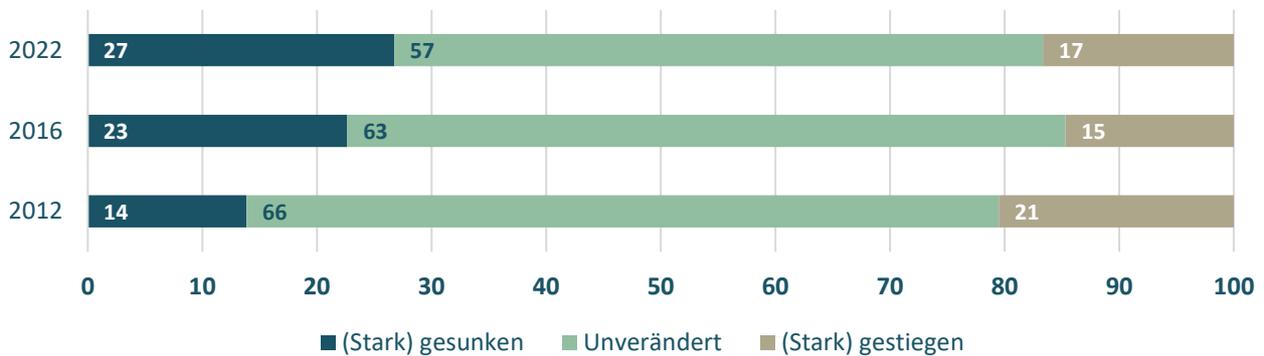
Im ZiviZ-Survey werden die Organisationen regelmäßig gefragt, wie sich die Zahl an freiwillig engagierten Personen in ihrer Organisation in den vergangenen fünf Jahren entwickelt hat. Für den Sportbereich offenbaren die Ergebnisse dabei eine sichtbar negative Engagemententwicklung, wie dies auch schon die Sonderauswertungen des Freiwilligensurveys 2014 und 2019 zeigten (Braun/Sielschott/Burmann 2022). Im ZiviZ-Survey 2023 gaben 27 Prozent der Sportvereine rückläufige und nur 17 Prozent steigende Engagiertenzahlen an. In keinem anderen Engagementfeld berichteten so viele Organisationen von einem Rückgang der Zahl ehrenamtlich in der Vereinsarbeit Tätiger. Im Umwelt- und Naturschutz waren es 15 Prozent, im Bildungsbereich 18 Prozent, in den sozialen Diensten 21 Prozent und in Freizeit und Geselligkeit sowie Kultur jeweils 22 Prozent, die auf rückläufige Engagiertenzahlen verwiesen. Bezogen auf alle zivilgesellschaftlichen Organisationen halten sich die Anteile an Organisationen mit steigenden (20 Prozent) und sinkenden Engagiertenzahlen (21 Prozent) in etwa die Waage.

Wie Abbildung 13 zeigt, ist die rückläufige Entwicklung von Engagiertenzahlen in Sportvereinen kein gänzlich neuer Befund. Bereits 2016 gaben deutlich mehr Sportvereine rückläufige als steigende Engagiertenzahlen an. In einer Zehnjahresperspektive ist der Anteil an Vereinen mit rückläufigen Engagiertenzahlen um ganze 13 Prozentpunkte von 14 auf 27 Prozent gestiegen.

⁸ Das bedeutet, dass die Hälfte der Sportvereine weniger und die andere Hälfte mehr als 15 freiwillige Engagierte hat.

Abbildung 13: Entwicklung der Engagiertenzahlen von Sportvereinen im Zeitverlauf

Wie haben sich die Zahlen der freiwillig Engagierten in Ihrer Organisation in den letzten fünf Jahren entwickelt? Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2012, ZiviZ-Survey 2017, ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Zusätzlich zur Angabe der Engagiertenzahlen wurden die Organisationsvertreterinnen und -vertreter im ZiviZ-Survey um Einschätzung gebeten, inwiefern sie in der Lage sind, Menschen für ein kurzfristiges oder ein dauerhaftes Engagement zu gewinnen. Auch hier zeigen sich die besonderen Herausforderungen des organisierten Sports. Abbildung 14 veranschaulicht, dass Sportvereine besonders mit der Herausforderung konfrontiert sind, freiwillig Engagierte zu gewinnen und langfristig zu binden, vor allem wenn es um Tätigkeiten mit einem hohen Grad an Verbindlichkeit und Kontinuität geht. Lediglich 13 Prozent stimmten (voll) zu, dass es ihnen leichtfällt, Engagierte für dauerhafte Engagements zu gewinnen und nur 17 Prozent stimmten (voll), dass sie für ehrenamtliche Leitungspositionen genug Engagierte finden. Immerhin etwas mehr als die Hälfte der Sportvereine gibt an, Menschen für kurzfristige Engagements mobilisieren zu können.

Diese Befunde korrespondieren mit den Ergebnissen des aktuellen Sportentwicklungsberichts. Danach stellen die Gewinnung und Bindung ehrenamtlicher Funktionsträgerinnen und -träger nicht nur die mit Abstand größte Herausforderung für Sportvereine dar. 14,8 Prozent der Sportvereine bezeichnen dies gar als ein existenzgefährdendes Risiko (Breuer & Feiler 2021).

Gleichwohl handelt es sich um eine Problematik, die sich nicht auf den Sportbereich beschränkt, sondern ein strukturelles Problem innerhalb der gesamten organisierten Zivilgesellschaft darstellt. Trotzdem fällt auf, dass die Herausforderungen im Sportbereich im besonderen Maße zugenommen haben: Im Jahr 2012 gaben 49 Prozent der Befragten an, dass die Aussage „Für ehrenamtliche Leitungspositionen finden wir genug Engagierte“ (gar) nicht zutrifft. Diese Zahl ist bis 2022 auf 61 Prozent angestiegen.

Es ist davon auszugehen, dass mehrere Faktoren zum beobachteten Rückgang des Engagements in Sportvereinen beitragen und die Herausforderungen der Mobilisierung verschärfen. In kurzfristiger Perspektive hat sicherlich die COVID-19-Pandemie mit den damit verbundenen Aktivitätsbeschränkungen die Möglichkeiten der Ausübung eines Engagements negativ beeinflusst. Es ist auch denkbar, dass sich das Freizeitverhalten vieler Menschen während der Pandemie derart verändert hat, dass sie nach dem Ende der Kontaktbeschränkungen ihr Engagement nicht wieder aufgenommen haben.

Langfristiger betrachtet könnte diese Entwicklung aber auch eine Konsequenz der schon seit längerem beobachtbaren Tendenz einer zunehmenden Informalisierung des Engagements sein – ein Trend weg von traditionell formalisierten hin zu flexibleren und informellen Formen des Engagements (Schubert 2023). Diese Verschiebung mag durch einen Wandel der Lebensstile und Wertevorstellungen hin zu mehr Individualismus und gesteigerter Mobilität verstärkt werden, wodurch die Bindung an Organisationen geschwächt wird. Diese Dynamik betrifft nicht nur Sportvereine, sondern auch andere Bereiche des freiwilligen

Engagements, wie beispielsweise die sozialen Dienste, auch wenn die Herausforderungen im Sportsektor besonders markant erscheinen.

Abbildung 14. Gewinnung und Bindung von Engagierten nach Engagementfeld

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Anteile "trifft (voll) zu" in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Die Herausforderung in der Besetzung von Leitungspositionen hat sicherlich auch mit der bürokratischen Belastung im Ehrenamt zu tun. Ehrenamtliche Führungsrollen werden oft durch den erheblichen administrativen Aufwand behindert, der mit diesen Positionen verbunden ist. Die Arbeit umfasst typischerweise Aufgaben wie die Mitgliederverwaltung, die Einreichung komplexer Anträge für öffentliche Zuschüsse und die Sicherstellung, dass die Organisation die Anforderungen an den Status der Gemeinnützigkeit erfüllt. Darüber hinaus führen rechtliche Bedenken, wie die persönliche Haftung im Ehrenamt, Datenschutzanforderungen gemäß der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und steuerliche Überlegungen bezüglich verschiedener Einnahmen- und Ausgabenposten zu einer zusätzlichen Belastung. Hinzu kommt eine nicht unerhebliche, gleichsam sportssystemimmanente Bürokratielast in Form von Melde- und Berichtspflichten an Sportverbände insbesondere im Kontext der regelmäßigen Teilnahme von Mitgliedern und Mannschaften an sportlichen Wettbewerben und umfängliche Genehmigungsverfahren bei der Vorbereitung und Durchführung größerer Sportveranstaltungen. Eine Studie des Normenkontrollrats Baden-Württemberg hat beispielsweise für einen mittelgroßen Sportverein einen jährlichen bürokratischen Aufwand von 337 Stunden und Kosten von rund 15.000 Euro festgestellt (Normenkontrollrat Baden-Württemberg 2019). Diese Einschätzung wird durch Daten des ZiviZ-Surveys 2023 gestützt, in dem etwa drei Viertel der befragten Sportvereine (77 Prozent) angeben, dass Verwaltungsaufgaben für das leitende Gremium besonders zeitintensiv sind. Besonders zu Buche schlagen gemäß der Studie des Normenkontrollrats Baden-Württemberg die ordnungsgemäße Buchführung, die Erstellung eines Jahresabschlusses und die Wahrnehmung der Aufgaben des Datenschutzes.

6.2 Prozess der Öffnung für Engagement von Nicht-Mitgliedern in Sportvereinen vergleichsweise schwach ausgeprägt

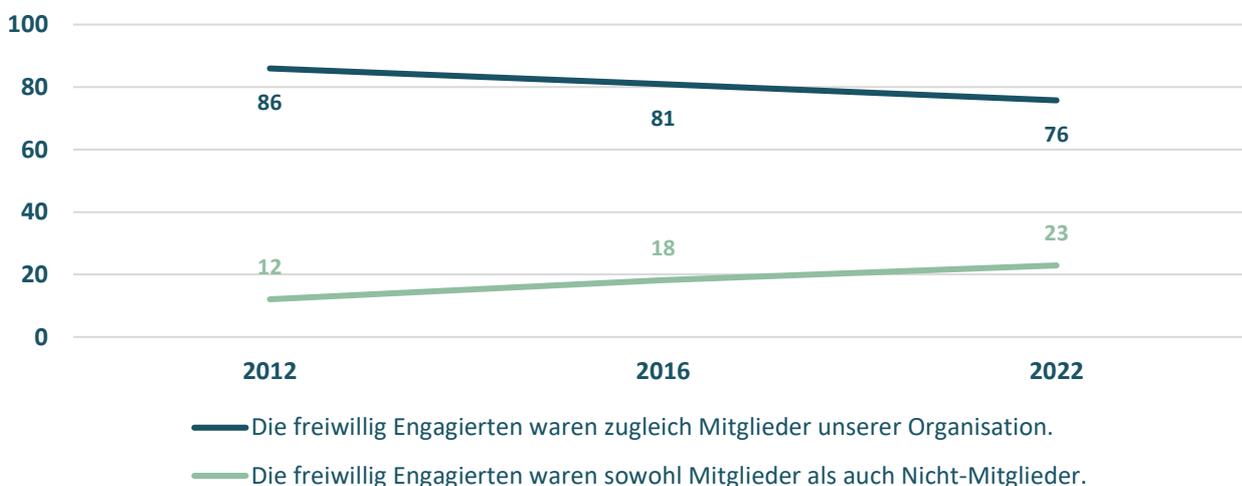
Die Informalisierung von Engagement führt nicht nur zu zunehmenden Schwierigkeiten in der Mobilisierung von Engagierten – sie drückt sich auch in einer zunehmenden Entkoppelung von Engagement und Mitgliedschaft aus. Im Jahr 2012 gaben 86 Prozent der Sportvereine an, dass sich in Ihrer Organisation ausschließlich Personen engagieren, die auch formal eine Mitgliedschaft in der Organisation aufweisen. Im Jahr 2022 lag dieser Wert nur noch bei 76 Prozent (siehe Abbildung 15). Umgedreht bedeutet dies: ein zunehmender Anteil an Organisationen gibt an, dass es in der Organisation inzwischen auch engagierte Nicht-Mitglieder gibt. Dieser Befund könnte darauf hindeuten, dass sich Organisationen verstärkt für die Teilhabe von Personen außerhalb der Organisation öffnen oder dass die Bereitschaft hilfsbereiter Personen abnimmt, eine formale Mitgliedschaft einzugehen. Offenbleiben muss allerdings die Frage, ob sich in diesen Daten vielleicht nur eine Zunahme der klassischen Form des Engagements von Nicht-Mitgliedern in Sportvereinen widerspiegelt: nämlich die vielfältigen Formen der Mithilfe von Eltern im Rahmen der Kinder- und Jugendarbeit (Fahrdienste, insbesondere zu Auswärtsspielen, Mithilfe bei Sportveranstaltungen und Vereinsfesten, ersatzweise Aushilfe bei fehlenden Trainerinnen und Trainern etc.).

Die beschriebene Dynamik, bei der Organisationen auch Nicht-Mitglieder als Engagierte einzubinden, entwickelt sich in Sportvereinen langsamer als in anderen Bereichen. In den Engagementfeldern der sozialen Dienste und dem Umweltschutz engagieren sich beispielsweise mit 44 Prozent beziehungsweise 39 Prozent deutlich häufiger auch Nicht-Mitglieder.

Abbildung 15: Entkoppelung von Engagement und Mitgliedschaft

Wer waren die freiwillig Engagierten in Ihrer Organisation?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet

Für die seltener vorkommende Einbindung von Nicht-Mitgliedern in Sportvereinen gibt es verschiedene Erklärungen. Erstens sind Sportvereine, anders als viele Organisationen im Sozial- und Umweltsektor, als sogenannte *Eigenleistungsorganisationen* (im Unterschied zu Drittleistungsorganisationen) zu betrachten. Sie erstellen Angebote primär von Mitgliedern für Mitglieder, weisen also naturgemäß eine stärkere Binnenorientierung auf. Zweitens stellt ein Engagement in Sportvereinen oft höhere Anforderungen an Dauerhaftigkeit und Verbindlichkeit (zum Beispiel Trainer- oder Schiedsrichterfunktionen), was die Zugänglichkeit für Nicht-Mitglieder, die sich spontan und zeitlich befristet engagieren wollen, erschwert. Diese These untermauern die Daten mit einem ähnlichen Befund zum Bereich des Bevölkerungsschutzes, der ebenfalls eine geringe Beteiligung von Nicht-Mitgliedern aufweist und qualifikationsintensiv ist (hierzu zählen zum

Beispiel die freiwilligen Feuerwehren). Eine weitere Barriere zur stärkeren Entkoppelung von Engagement und Mitgliedschaft könnten Fragen der persönlichen Haftung sein. So kann der Nachweis einer formalen Mitgliedschaft risikominimierend wirken.

Trotz dieser Hürden sollten auch Sportvereine prüfen, ob und wie Eintrittsbarrieren – konkret die Voraussetzung einer festen Mitgliedschaft für ein Engagement – abgebaut oder zumindest etwas reduziert werden können, um ein breiteres Spektrum an freiwilligem Engagement zu ermöglichen. Angesichts der offenkundig steigenden Nachfrage nach Möglichkeiten des Engagements ohne Mitgliedsbindung besteht die Notwendigkeit, mehr Konzepte für niederschwellige Angebote zu entwickeln, um Menschen über die formale Mitgliedschaft hinaus an Organisationen zu binden, neue Partizipationsmöglichkeiten zu schaffen, aber auch Einnahmeverluste durch fehlende Mitgliedsbeiträge durch alternative Finanzierungsquellen zu kompensieren.

6.3 Mehr soziale als kulturelle Vielfalt unter Engagierten in Sportvereinen

Angesichts der wachsenden Herausforderungen bei der Mobilisierung von Engagierten gewinnt die Förderung von Diversität innerhalb zivilgesellschaftlicher Organisationen zunehmend an Bedeutung. Die Förderung von Vielfalt unter den Mitgliedern und Engagierten der Organisationen wird vermehrt als ein Schlüsselsatz betrachtet, um neue Zielgruppen authentisch ansprechen und für die Organisation begeistern zu können. Zudem kann Diversität zur Steigerung der Produktivität, Innovationskraft und Anpassungsfähigkeit von Organisationen beitragen (Hummel/Pfirter/Germer 2023). Durch die Einbindung unterschiedlichster Individuen – mit verschiedenen Interessen sowie religiösen und kulturellen Hintergründen – leisten Sportvereine einen entscheidenden Beitrag zur Förderung eines inklusiven Gemeinschaftsgefühls.

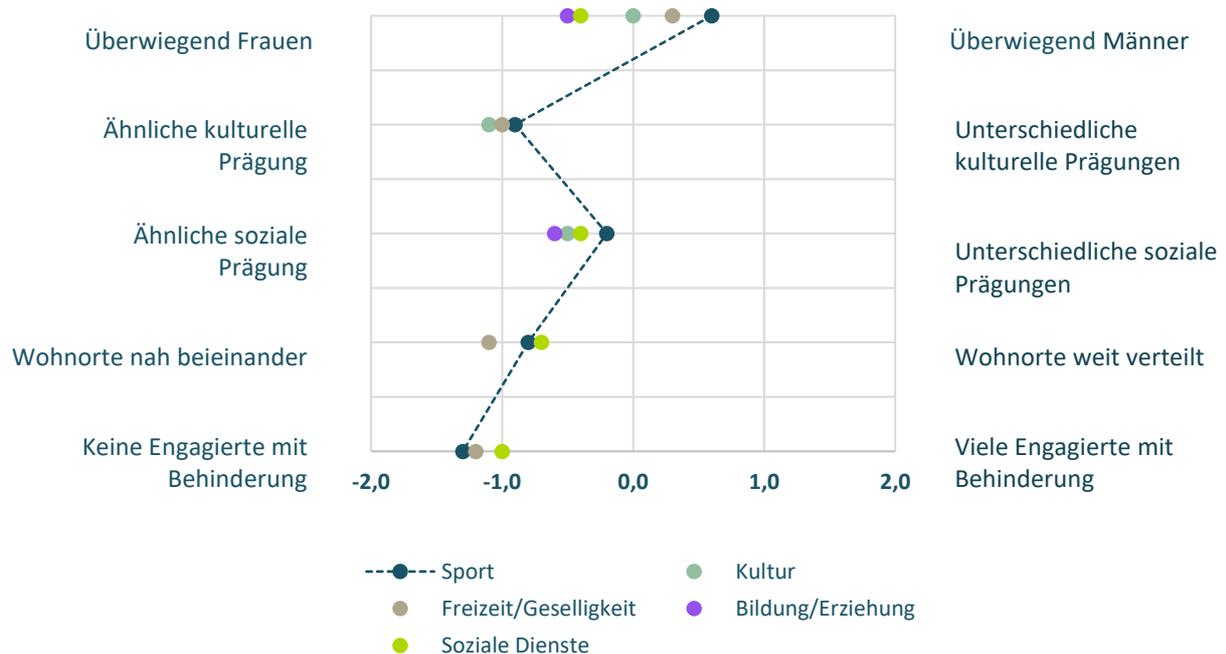
Diversität hat viele verschiedene Dimensionen, so zum Beispiel Alter, kulturelle Herkunft, sozioökonomischer Status oder auch Vorliegen einer körperlichen oder geistigen Behinderung. Hinsichtlich des Alters zeigt sich: Unter den Engagierten in einem durchschnittlichen Sportverein entfallen 8 Prozent auf die Altersgruppe bis 17 Jahre, 18 Prozent auf die Altersgruppe 18 bis 30 Jahre, 56 Prozent auf die Altersgruppe 31 bis 64 Jahre. Etwa die Hälfte der Sportvereine (54 Prozent) hat keine Engagierten unter 18 Jahren, 25 Prozent haben keine Engagierten unter 30 Jahren, 26 Prozent haben keine Engagierten über 65 Jahren.

Diese Zahlen zeigen Potenzial für Verbesserungen bei der Gewinnung junger Engagierter auf, dennoch hebt sich der Sportbereich bei der Aktivierung junger Engagierter positiv ab. Abgesehen vom Bevölkerungsschutz haben Organisationen in anderen Engagementbereichen deutlich seltener junge Engagierte. Folglich spielen Sportvereine weiterhin eine zentrale Rolle in der Gesellschaft als Lernorte für Engagement und Verantwortungsübernahme junger Menschen.

Abbildung 16 zeigt die Befunde zu weiteren Diversitätsdimensionen im Engagementfeldervergleich. Dabei zeigt sich, dass Sportvereine besonders männlich geprägt sind. Über die Hälfte der Sportvereine gibt an, mehr engagierte Männer als Frauen zu haben, in 37 Prozent der Fälle ist die Geschlechterverteilung ausgeglichen, in den übrigen 11 Prozent sind mehr Frauen engagiert. Frauen stellen hingegen in Organisationen in den Feldern Bildung und Soziales häufig die Mehrheit der Engagierten. In Bezug auf kulturelle Diversität zeigen sich über die verschiedenen Engagementbereiche hinweg nur geringe Unterschiede: Eine Minderheit der Organisationen berichtet von einer kulturell diversen Mitgliedschaft, wobei im Sportbereich nur 10 Prozent eine solche Vielfalt angeben. Beim Thema der sozialen Diversität, betrachtet anhand von Bildung und Einkommen, scheinen Sportvereine jedoch eine etwas breitere Vielfalt aufzuweisen als andere Engagementfelder. Ein Viertel der Sportvereine gibt an, dass ihre Mitglieder hinsichtlich ihres sozialen Hintergrunds divers sind. Die Präsenz von Engagierten mit körperlichen und/oder geistigen Behinderungen ist allerdings in nur wenigen Organisationen gegeben.

Abbildung 16: Diversität der Engagierten nach Engagementfeld

Was trifft auf Ihre freiwillig Engagierten zu?
Mittelwerte auf Skala von -2 bis +2



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet

6.4 Anerkennungsformen des Engagements im Sportbereich besonders ausgeprägt

Anerkennung und Wertschätzung spielen für viele freiwillig Engagierte eine zentrale Rolle. Die Stärkung dieser Anerkennung kann durch verschiedene Instanzen erfolgen, beispielsweise durch politische Maßnahmen, Verbände oder direkt vor Ort durch die Organisationen selbst. Anerkennung kann in unterschiedlichen Formen erfolgen, darunter Lob und Ehrungen, Zeugnisse, Kostenerstattungen, Weiterbildungsmöglichkeiten oder auch begrenzte finanzielle Entschädigungen im Rahmen der steuerfreien Ehrenamts- oder Übungsleiterpauschalen.

Gemäß Tabelle 1 nutzen Sportvereine eine Vielfalt von Maßnahmen, um das freiwillige Engagement innerhalb ihrer Organisation zu würdigen. Eine überwiegende Mehrheit der Sportvereine (62 Prozent) drückt ihre Wertschätzung durch nicht-finanzielle Anreize beziehungsweise Angebote aus, wie etwa durch Lob und Ehrungen. Weitere Anerkennungsformen beinhalten Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten (46 Prozent), die Nutzung der steuerfreien Ehrenamts- oder Übungsleiterpauschale (42 Prozent), Aufwandsentschädigungen (33 Prozent) sowie die Ausstellung von Zeugnissen oder Zertifikaten (22 Prozent). In vielen Bundesländern besteht zudem die Möglichkeit, dass sich freiwillig Engagierte eine Ehrenamtskarte ausstellen lassen können, die ihnen zahlreiche Vergünstigungen bietet. 13 Prozent der Sportvereine unterstützen ihre Engagierten bei der Beantragung oder machen auf diese Möglichkeit aufmerksam.

Ein Vergleich mit den Ergebnissen des ZiviZ-Surveys 2012 zu Anerkennungsformen im Sport zeigt sich eine deutliche Entwicklung: Damals berichteten nur 34 Prozent der Sportvereine von Weiterbildungsmöglichkeiten und lediglich 6 Prozent förderten die Ehrenamtskarte. Im Vergleich der Engagementfelder fällt auf, dass gerade die Nutzung der steuerfreien Ehrenamts- und/oder Übungsleiterpauschale sowie Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung im Sport häufiger genannt werden.

Tabelle 1: Anerkennung von Engagement in den Organisationen nach Engagementfeld

Welche der folgenden Leistungen und Anerkennungsformen erhalten freiwillig Engagierte in Ihrer Organisation? Anteile in Prozent (Mehrfachnennung möglich)

	Sport	Kultur	Freizeit/ Geselligkeit	Bildung/ Erziehung	Soziale Dienste	Umwelt-/ Naturschutz
Steuerfreie Ehrenamtszuschale und/oder Übungsleiterzuschale	42	18	12	17	30	13
Aufwandsentschädigungen	33	20	20	20	37	24
Nicht-finanzielle Formen der Anerkennung	62	57	57	48	63	52
Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung	46	16	14	15	30	17
Zeugnisse und/oder Zertifikate	22	6	5	10	15	6
Ehrenamtskarte	13	8	6	6	14	9

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

6.5 Jeder vierte Sportverein mit bezahlten Beschäftigten

In Deutschland bildet der Dritte Sektor einen beachtlichen Arbeitsmarkt mit rund 3,7 Millionen Beschäftigten, wie Schätzungen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) für das Jahr 2016 zeigen (Hohendanner et al. 2019). Ein Großteil dieser Beschäftigung entfällt auf einen sozialstaatsnahen Bereich der organisierten Zivilgesellschaft, zu dem insbesondere Organisationen in den Bereichen der sozialen Dienste, des Gesundheitswesens oder des Bildungsbereichs zählen. Diese Organisationen agieren oftmals auf gesetzlich geregelten Finanzierungsmechanismen, entwickeln erhebliche wirtschaftliche Aktivität und beschäftigen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Auf der anderen Seite steht ein eher sozialstaatsferner Dritter Sektor, in dem das bürgerschaftliche Engagement die Hauptarbeitsressource darstellt und viele Organisationen gänzlich ohne bezahlte Mitarbeiter auskommen (müssen). Zu diesem Bereich gehört auch der Sport.

Laut ZiviZ-Surveys 2023 verfügt jeder vierte Sportverein über mindestens eine bezahlt beschäftigte Person, ein deutlicher Anstieg im Vergleich zu 2012 (siehe Abbildung 17). Besonders ältere und etablierte Vereine neigen dazu, bezahlte Arbeitskräfte zu beschäftigen. Innerhalb dieser Gruppe von Sportvereinen beschäftigen allerdings 31 Prozent lediglich eine Person, 45 Prozent zwischen zwei und fünf Personen, 11 Prozent zwischen sechs und zehn Personen, 7 Prozent zwischen elf und 20 und nur 6 Prozent mehr als 20 Personen. Im Vergleich zu anderen Bereichen weist der Sport zudem einen überdurchschnittlich hohen Anteil an geringfügig Beschäftigten auf. Unter den Sportvereinen mit bezahlten Arbeitskräften haben 77 Prozent geringfügig Beschäftigte, nur 43 Prozent sozialversicherungspflichtig Angestellte.

Während die Bereiche der sozialen Dienste, Kultur und Medien sowie Umwelt- und Naturschutz von 2012 bis 2022 ebenfalls Zuwächse am Anteil der Organisationen mit bezahlten Beschäftigten verzeichnen konnten – soziale Dienste und Umwelt- und Naturschutz jeweils um 6 Prozentpunkte und Kultur und Medien um 8 Prozentpunkte – zeigt der Bereich Bildung und Erziehung nach einem anfänglichen Anstieg einen leichten Rückgang von 41 Prozent im Jahr 2016 auf 35 Prozent im Jahr 2022. Der Anteil im Bereich Freizeit und Geselligkeit blieb über das Jahrzehnt hinweg auf konstant niedrigem Niveau.

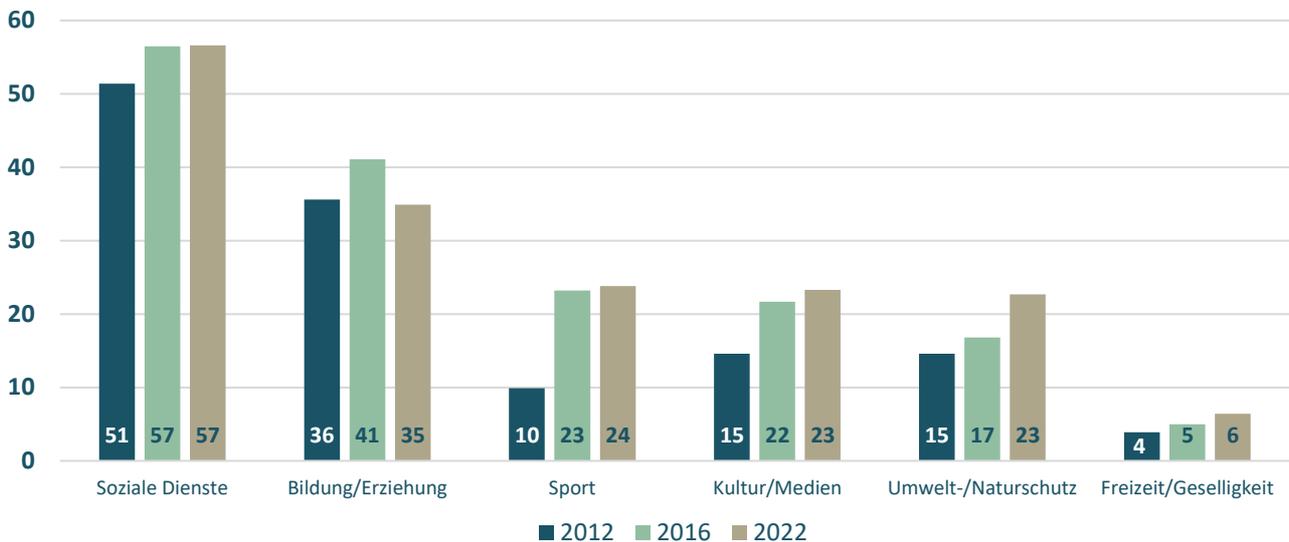
Zum Anstieg im Anteil an Sportvereinen mit bezahlten Beschäftigten können unterschiedliche Aspekte beigetragen haben. Ein wesentlicher Aspekt ist die zunehmende Herausforderung, Freiwillige für die unentgeltliche Übernahme von Aufgaben zu mobilisieren. Dies zwingt Vereine dazu, auf bezahlte Kräfte zurückzugreifen, um essenzielle Funktionen und Dienstleistungen aufrechtzuerhalten. Ein weiterer bedeutender

Faktor ist die steigende Komplexität der rechtlichen, finanziellen und organisatorischen Führung von Sportvereinen, die über das typische ehrenamtliche Engagement hinausgeht. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, das Finanzmanagement, die Organisation von Veranstaltungen und die Mitgliederverwaltung erfordern zunehmend professionelle Kenntnisse und Fähigkeiten, die oft nur durch die Einstellung qualifizierter bezahlter Mitarbeiter sichergestellt werden können.

Abbildung 17: Anteile an Organisationen mit bezahlten Beschäftigten nach Engagementfeld

Arbeiten in Ihrer Organisation bezahlte Beschäftigte?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

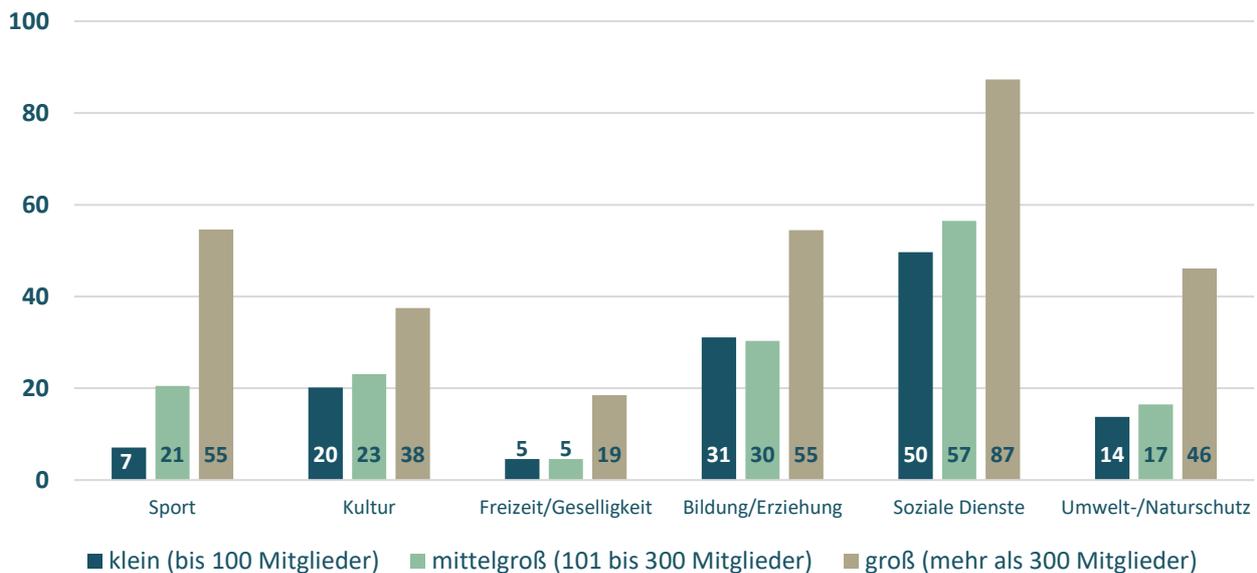
6.6 Mitgliederstarke Organisationen noch immer häufig unter rein ehrenamtlicher Führung

Trotz der Existenz zahlreicher Vereine mit hohen Mitgliederzahlen, die für die Verantwortlichen ein hohes Maß an administrativen Aufgaben mit sich bringen, werden viele dieser Organisationen weiterhin ausschließlich auf ehrenamtlicher Basis geführt. So verfügen 45 Prozent der Sportvereine mit mehr als 300 Mitgliedern über keine bezahlten Beschäftigten. Mit Ausnahme des Bereichs der sozialen Dienste, in dem große, mitgliedstarke Organisationen fast immer über professionelle Strukturen verfügen, haben große Organisationen in anderen Bereichen der Zivilgesellschaft häufig rein ehrenamtliche Strukturen (siehe Abbildung 18). Unter den Sportvereinen mit bis zu 100 Mitgliedern gaben 7 Prozent an, bezahlte Beschäftigte zu haben, unter den Vereinen mit 101 bis 300 Mitgliedern waren es 21 Prozent und unter jenen mit mehr als 300 Mitgliedern 55 Prozent.

Abbildung 18: Anteile an Organisationen mit bezahlten Beschäftigten nach Mitgliedern

Arbeiten in Ihrer Organisation bezahlte Beschäftigte?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

6.7 Sportvereine mit bezahlten Beschäftigten berichten von Beschäftigungswachstum

Unter den Sportvereinen mit bezahlten Beschäftigten geben 27 Prozent an, dass die Beschäftigtenzahlen in den vergangenen fünf Jahren gestiegen sind, bei nur 6 Prozent sind diese gesunken. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich in anderen Engagementfeldern. Dies verwundert nicht, da Schätzungen des IAB von einem kontinuierlichen Wachstum der Beschäftigtenzahlen im Dritten Sektor ausgehen. So lässt sich aber insgesamt in der Zivilgesellschaft – und auch für Sportvereine – eine zunehmende Entkoppelung zwischen rein auf Freiwilligkeit und Ehrenamtlichkeit basierenden Organisationen einerseits und professionell operierenden Organisationen andererseits beobachten. Die Verberuflichung findet weiterhin nur in einem Teilsegment der Zivilgesellschaft statt, führt jedoch nicht zu zunehmender hauptamtlicher Unterstützung des Engagements in der Breite.

7. VERBANDSORGANISATION UND ZUSAMMENARBEIT

7.1 Verbände im Sportbereich von besonderer Bedeutung

Traditionell nehmen Verbände in der Zivilgesellschaft eine wichtige unterstützende Funktion für Engagement vor Ort ein. Sie fungieren als Knotenpunkte für den Austausch zwischen den Akteuren, stellen Angebote zur Weiterbildung bereit und bündeln Ressourcen und Expertise, die ihre Mitglieder nutzen können. Darüber hinaus verliehen sie ihren Mitgliedsorganisationen eine Stimme in der Öffentlichkeit und gegenüber der Politik. Verbände sind insbesondere dort von Bedeutung, wo ein Zusammenspiel von öffentlichen und gemeinnützigen Strukturen politisch gefördert und gestaltet wird oder wo sie als zentrale Ansprechpartner für staatliche Fördermittel und Finanzierungen agieren. Beides trifft auf den Sportsektor zu.

Die Organisationsstrukturen innerhalb der Verbände unterscheiden sich stark je nach Engagementfeld. Während beispielsweise der Bereich Freizeit und Geselligkeit weniger ausgeprägte Verbandsstrukturen aufweist, existiert in Bereichen wie der freien Wohlfahrtspflege eine komplexe Struktur von Spitzenverbänden, die in einer eher lockeren Bundesarbeitsgemeinschaft zusammenarbeiten. Auch im Sportbereich zeigt sich ein besonders hoher verbandlicher Organisationsgrad, der eine Doppelstruktur aufweist, womit jeder verbandlich organisierte Sportverein mindestens zwei Verbänden angehört: in sportfachlicher Hinsicht zum einen mindestens einem Sportfach- beziehungsweise Spitzenverband (Mehrspartenvereine der angebotenen Sportarten entsprechend mehreren Sportfach-/Spitzenverbänden), zum anderen in sportartübergreifender Perspektive der dem Regionalprinzip folgenden Verbandsgliederung in Stadt- beziehungsweise Kreissportbünde und Landessportbünde. Aus dem Zusammenschluss von 101 Sportverbänden (16 Landessportbünde, 68 Spitzenverbände und 17 Verbände mit besonderen Aufgaben) konstituiert sich wiederum der DOSB als Dachverband (DOSB 2024b).

Somit gibt auch die große Mehrheit von 84 Prozent der Organisationen mit Hauptengagementfeld Sport im ZiviZ-Survey an, Mitglied in einem Verband zu sein.⁹ In den anderen großen Engagementfeldern liegen die Anteile an Organisationen mit Verbandsmitgliedschaft deutlich niedriger. Im Bereich der sozialen Dienste beträgt dieser 54 Prozent, im Freizeitbereich 49 Prozent, im Kulturbereich 47 Prozent, im Umweltbereich 43 Prozent und im Bildungsbereich 34 Prozent.

Doch auch im Sport gibt es trotz des komplexen und etablierten Verbandssystems einen über die Erhebungswellen des ZiviZ-Survey konstanten Anteil von 16 Prozent der Organisationen, die nicht verbandlich organisiert sind. Gerade jüngere Vereine scheinen in Verbänden seltener organisiert zu sein. Dies verdeutlicht Abbildung 19. Unter den bis 1989 gegründeten Sportvereinen ist die ganz überwiegende Mehrheit verbandlich organisiert. Unter Vereinen mit jüngeren Gründungsjahren ist der Anteil aber deutlich niedriger. Unter den seit 2010 gegründeten Vereinen liegt er nur noch bei 54 Prozent.

Zum Teil lässt sich diese Entwicklung mit der zunehmenden Zahl und Bedeutung von Fördervereinen erklären, für die eine Verbandsmitgliedschaft weniger notwendig ist als für einen operativ tätigen Sportverein, der am Wettkampfbetrieb teilnehmen möchte. Unter Fördervereinen im Sportbereich sind lediglich 25 Prozent Mitglied in einem Verband. Zur Gruppe der nicht-verbandlich organisierten Vereine gehören zu 46 Prozent Fördervereine. Doch selbst wenn man Fördervereine aus der Analyse gänzlich exkludiert, zeigt sich in Abbildung 19 für jüngere Vereine im Sportbereich noch immer ein deutlich geringerer verbandlicher Organisationsgrad. Unter Sportvereinen mit Gründungsjahr seit 2010 liegt der Wert dann bei 73 Prozent, das heißt rund ein Viertel der in den letzten zwölf Jahren gegründeten Sportvereinen sieht für sich keine Notwendigkeit, sich einem Verband anzuschließen. Hier liegt die Vermutung nahe, dass es sich zum einen um Vereine mit Angeboten in den Bereichen des reinen Spaß-, Freizeit- und Gesundheitssports handelt, die – da in kein Wettkampfsystem, keinen Ligaspielbetrieb etc. eingebunden – in einer Verbandsmitgliedschaft keinen Mehrwert sehen. Zum anderen dürfte es sich um zumeist kleine und homogene, stark milieugebundene Sportvereine handeln, deren Mitglieder sich über die gemeinsame Zugehörigkeit zu einer bestimmten

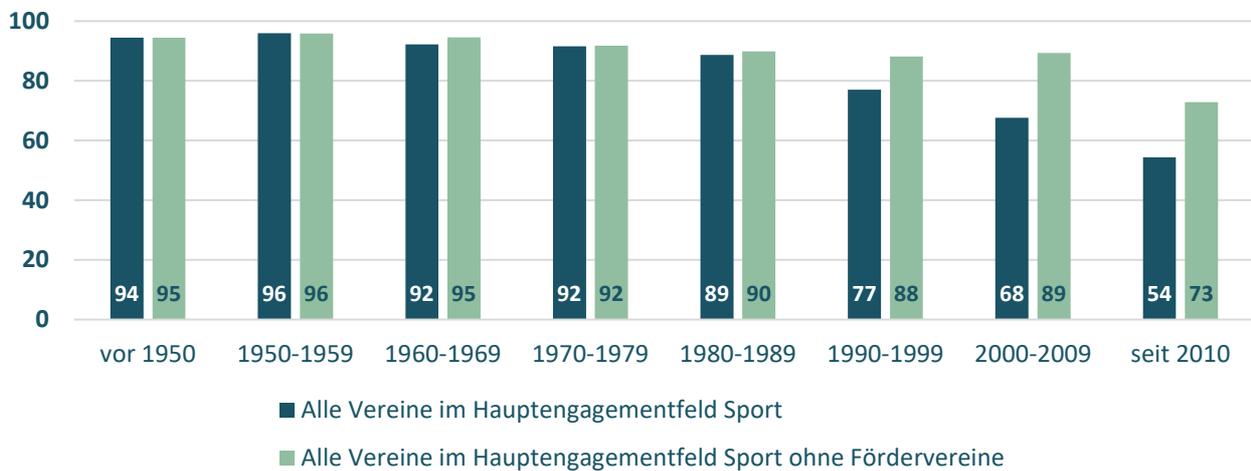
⁹ Die Erhebung fragt lediglich nach einer Verbandszugehörigkeit, ohne den spezifischen Verband zu identifizieren.

(Rand-)Gruppe der Gesellschaft entlang von Merkmalen wie Nationalität, Religion, sexuelle Orientierung, etc. definieren (migrantische Vereine, reine Frauensportvereine, LGBTIQ-Vereine etc.).

Abbildung 19: Verbandsmitgliedschaften von Sportvereinen

Ist Ihre Organisation Mitglied in einem Verband?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Tabelle 2 differenziert den Befund zur Verbandsmitgliedschaft noch einmal genauer nach Engagementfeld aus. Die meisten Analysen im vorliegenden Papier beruhen auf der Angabe des Hauptengagementfeldes („überwiegend im Engagementfeld Sport aktiv“, siehe mittlere Spalte in Tabelle 2). Betrachtet man die Organisationen, die *ausschließlich* im Sportbereich tätig sind, dann ist der Anteil der verbandlich organisierten Vereine mit 86 Prozent etwas höher. Niedriger ist er mit 77 Prozent hingegen unter Organisationen, die das Engagementfeld Sport als eines von mehreren Engagementfeldern (aber nicht unbedingt als Hauptengagementfeld) angegeben haben. Entsprechend gibt es in Deutschland noch mehr im Sportbereich aktive Organisationen, die ebenfalls nicht in Verbandsstrukturen eingebunden sind. Aus Tabelle 2 wird zudem deutlich, dass 7 bis 8 Prozent der Organisationen, die sich im Sportbereich verortet haben, selbst ein Verband sind.

Tabelle 2: Verbandsmitgliedschaften und Verbände im Sport

Zustimmungsanteile in Prozent

	Unter anderem im Engagementfeld Sport aktiv	Überwiegend im Engagementfeld Sport aktiv	Ausschließlich im Engagementfeld Sport aktiv
Verbandsmitglied	77	84	86
Selbst Verband	8	8	7

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Tabelle 3 betrachtet noch einmal genauer, inwiefern sich Sportvereine mit und ohne Verbandsmitgliedschaft voneinander unterscheiden. Als weitere Differenzierung wird diese Unterscheidung getrennt für (a) alle Sportvereine und (b) alle Sportvereine unter Ausschluss von Fördervereinen vorgenommen. Als Sportvereine werden hier wiederum jene Organisationen betrachtet, die Sport als Hauptengagementfeld angegeben haben.

Deutlich wird dabei, dass Vereine ohne Verbandsmitgliedschaft deutlich kleiner sind: Sie haben im Schnitt weniger Mitglieder und Engagierte und zudem deutlich seltener bezahlte Beschäftigte. Auch das

Selbstverständnis als Mitgliederorganisation scheint unter Vereinen ohne Verbandsmitgliedschaft schwächer ausgeprägt zu sein. Zudem zeigt sich, dass Sportvereine ohne Verbandsmitgliedschaft häufiger ein sekundäres Engagementfeld angeben, darunter insbesondere Kultur und Freizeit. Hinsichtlich der siedlungsstrukturellen Verortung zeigen sich keine auffälligen Unterschiede.

Tabelle 3: Organisationen mit und ohne Verbandsmitgliedschaft im Vergleich

	Alle Sportvereine		Alle Sportvereine ohne Fördervereine	
	Mitglied in Verband	Kein Mitglied in Verband	Mitglied in Verband	Kein Mitglied in Verband
Häufigstes sekundäres Engagementfeld	Freizeit (10%) Kultur (5%) Bildung (4%)	Kultur (12%) Freizeit (12%) Bildung (9%)	Freizeit (10%) Kultur (4%) Bildung (3%)	Kultur (17%) Freizeit (17%) Bildung (8%)
Hauptsitz des Vereins nach Gemeindegröße	Kleine Gemeinde (33%) Kleinstadt (25%) Mittelstadt (21%) Großstadt (21%)	Kleine Gemeinde (31%) Kleinstadt (24%) Mittelstadt (23%) Großstadt (23%)	Kleine Gemeinde (31%) Kleinstadt (24%) Mittelstadt (23%) Großstadt (22%)	Kleine Gemeinde (33%) Kleinstadt (26%) Mittelstadt (21%) Großstadt (21%)
Selbstverständnis (Anteil trifft (voll) zu)	Mitgliederorganisation (75%) Förderorganisation (26%) Impulsgeber für sozialen Wandel (13%)	Mitgliederorganisation (53%) Förderorganisation (59%) Impulsgeber für sozialen Wandel (12%)	Mitgliederorganisation (75%) Förderorganisation (24%) Impulsgeber für sozialen Wandel (13%)	Mitgliederorganisation (68%) Förderorganisation (22%) Impulsgeber für sozialen Wandel (12%)
Mitgliederzahlen	Median = 160 Mittelwert = 1.001	Median= 40 Mittelwert = 244	Median = 160 Mittelwert = 1.002	Median = 49 Mittelwert = 393
Engagiertenzahlen	Median = 20 Mittelwert = 65	Median= 10 Mittelwert = 29	Median = 20 Mittelwert = 66	Median = 10 Mittelwert = 34
Anteil bezahlte Beschäftigte	27%	9%	27%	12%

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

Jenseits der hier betrachteten formalen Organisationen gibt es sicherlich auch noch vielfältige informelle Initiativen im Sportbereich, die ebenfalls nicht an Verbandsstrukturen gekoppelt sind. So zeigt der Freiwilligensurvey 2019, dass sich knapp 6 Prozent der im Sportbereich engagierten Bürgerinnen und Bürger in einem informellen Kontext, zum Beispiel in einer Nachbarschaftsinitiative engagieren (Braun/Sielschott/Burmann 2022).¹⁰ Betrachtet man die Gesamtheit an informell engagierten Bürgerinnen und Bürger, so entfallen gar 21 Prozent auf den Bereich Sport und Bewegung (Schubert 2023).

7.2 Zusammenarbeit mit anderen Akteurinnen und Akteuren

Jenseits von Verbänden arbeiten zivilgesellschaftliche Organisationen in verschiedenen Formen und ganz unterschiedlichem Ausmaß mit weiteren externen Akteurinnen und Akteuren zusammen. Im Sportbereich ist zum Beispiel eine Kooperation mit der kommunalen Sportverwaltung beziehungsweise dem Sportamt unabdingbar, wenn es um den Zugang zu und Fragen der Instandhaltung von kommunalen Sportanlagen geht, auf die rund 60 Prozent aller Vereine angewiesen sind (Breuer & Feiler 2021). Auch eine Zusammenarbeit mit anderen öffentlichen Einrichtungen, wie zum Beispiel Schulen und Kindergärten, ist denkbar. Sinnvoll beziehungsweise erforderlich ist zudem oft eine Kooperation mit privatwirtschaftlichen Unternehmen, sei es etwa zum Zweck der Einwerbung von Spenden- und Sponsorengeldern, der Übernahme von

¹⁰ 3,5 Prozent in selbst organisierten Gruppen, 0,6 Prozent in Nachbarschaftshilfen, 0,6 Prozent allein, 0,6 Prozent in Selbsthilfegruppen und 0,4 Prozent in Initiativen oder Projektarbeit.

Aufgaben der Renovierung und Pflege eigener Sportanlagen oder Durchführung von (größeren) Sportveranstaltungen.

Abbildung 20 zeigt, wie häufig Sportvereine und Organisationen in anderen Engagementfeldern mit öffentlichen Einrichtungen, der Kommunalpolitik/-verwaltung und privatwirtschaftlichen Unternehmen zusammenarbeiten.¹¹ Mit 16 Prozent gab nur ein verhältnismäßig kleiner Anteil der Vereine an, oft oder sehr oft mit öffentlichen Einrichtungen (wie zum Beispiel Schulen) zusammenzuarbeiten, weitere 19 Prozent tun dies immerhin manchmal. Angesichts des ab dem Jahr 2026 bestehenden Rechtsanspruchs auf eine Ganztagsbetreuung in Grundschulen, der künftig eine intensivere Zusammenarbeit von Schulen mit Anbietern außerschulischer Bildungsaktivitäten verlangt, erscheint die Zusammenarbeit von Sportvereinen und Schulen noch unterentwickelt.

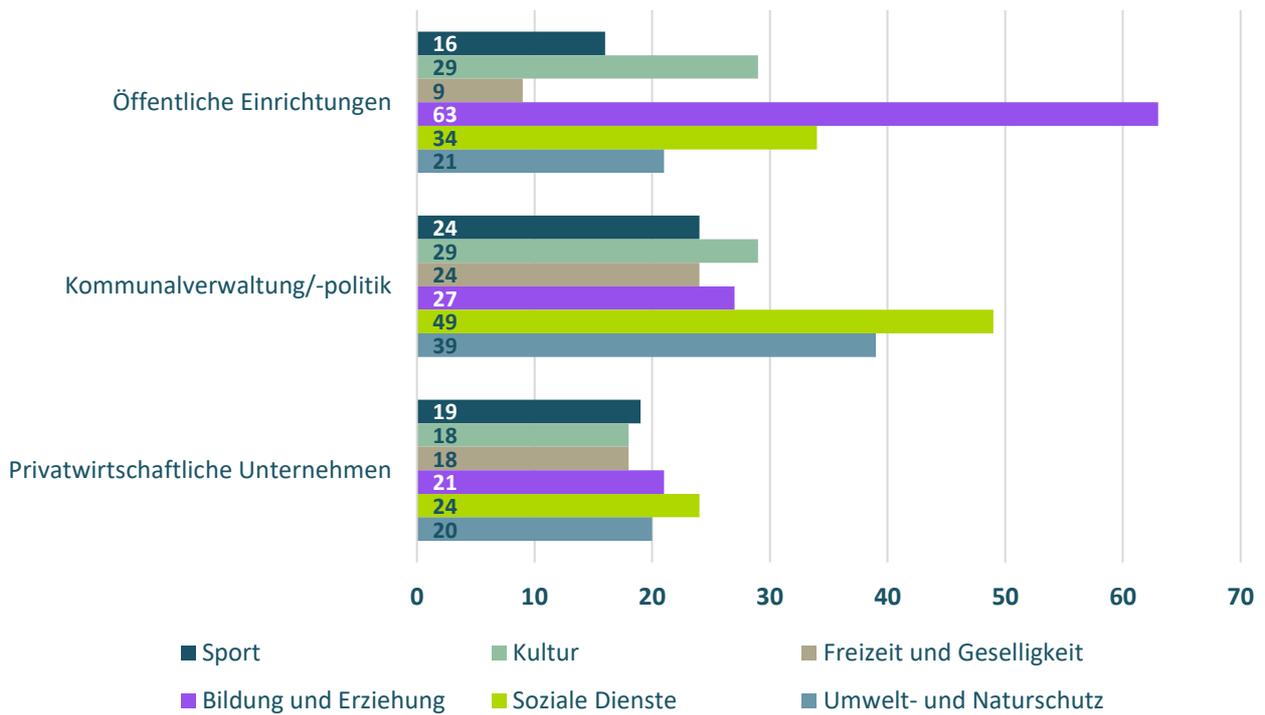
In etwa jeder vierte Sportverein arbeitet mit der Kommunalverwaltung/-politik oft oder sehr oft zusammen, ein weiteres Viertel immerhin manchmal. Viele Sportvereine nutzen kommunale Sportanlagen, sodass ein Kontakt zum Sportamt erforderlich ist. Dennoch ist die Häufigkeit einer kommunalen Zusammenarbeit im Vergleich zu anderen Engagementfeldern im Sport eher gering ausgeprägt. Die Ursache hierfür dürfte darin liegen, dass es sich bei der Förderung des Sports durch die öffentliche Hand grundsätzlich um eine freiwillige Leistung handelt und das System des selbstorganisierten Sports für sich in Anspruch nimmt, autonom für eine Grundversorgung der Bevölkerung in Sachen Sport zu sorgen. In den Bereichen von Bildung und Erziehung, den sozialen Diensten und im Umwelt- und Naturschutz steht demgegenüber die öffentliche Hand (Staat, Bundesländer, Kommunen) dem Sozialstaatsprinzip folgend in der Pflicht, eine Grundversorgung der Bevölkerung sicherzustellen.

Eine Beleg für diese grundsätzliche Differenz des Engagementfeldes Sport von den anderen Handlungsfeldern (mit Ausnahme von Freizeit und Geselligkeit) zeigt sich in dem folgenden Befund: Im ZiviZ-Survey wurden Organisationen gebeten, anzugeben, welche der folgenden drei Aussagen am ehesten auf ihre Organisation zutrifft: (a) Unsere Arbeit sollte von staatlichen Stellen geleistet werden, (b) Unserer Arbeit sollte durch uns geleistet und vom Staat finanziert werden oder (c) Unsere Arbeit sollte durch uns geleistet und von uns selbst finanziert werden. Im Sportbereich erhielt Aussage (c) mit 72 Prozent den höchsten Zustimmunganteil, weitere 28 Prozent entfielen auf Aussage (b) und nur 1 Prozent auf Aussage (a). In vielen anderen Engagementfeldern, wie zum Beispiel Bildung, Soziales oder Kultur, ist die Erwartungshaltung an eine staatliche (Ko-)finanzierung der Aktivitäten oder gar eine Übernahme der Aufgabe durch staatliche Einrichtungen deutlich stärker ausgeprägt. Daraus resultiert auch eine größere Notwendigkeit, ein partnerschaftliches Verhältnis mit der Kommune aktiv zu pflegen.

¹¹ In der Befragung wurde ein breites Verständnis von „Zusammenarbeit“ zugrunde gelegt. Gemeint waren damit Auftragsverhältnisse, Förderverhältnisse, Partnerschaften oder Netzwerke.

Abbildung 20: Häufigkeit der Zusammenarbeit nach Engagementfeld

Wie oft arbeitet Ihre Organisation mit den folgenden Organisationen und Institutionen zusammen?
Anteil „oft“ und „sehr oft“ in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

8. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

In den Ergebnissen der vorliegenden Sonderauswertung des ZiviZ-Surveys 2023 wurde deutlich, dass Sportvereine vor einer zunehmenden Zahl von Herausforderungen stehen und auf den verschiedenen Ebenen von Verein, Verband und Politik Handlungsbedarf besteht, um die Zukunftsfähigkeit von Sportvereinen zu sichern und sie an die sich wandelnden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Im folgenden Abschnitt werden einige Ansatzpunkte dargelegt, die eine intensive Auseinandersetzung erfordern. Diese Empfehlungen zielen darauf ab, Sportvereine als Basisorganisation und Fundament des Systems des selbstorganisierten Sports in ihrer strukturellen, organisatorischen und gesellschaftlichen Rolle zu stärken und richten sich sowohl an die Vereine selbst als auch an Sportverbände und die Politik.

Strategien zur Gewinnung und langfristigen Bindung von Engagierten in Zeiten der Informalisierung

Die abnehmende Bereitschaft in der Gesellschaft für ein längerfristiges Engagement in festen Positionen (wie Trainerfunktionen oder Vorstandsämter), sowie in formalen Organisationen insgesamt, erfordert von Sportvereinen innovative Ansätze im Freiwilligenmanagement. Dazu könnten zählen:

- **Rollen- und Aufgabenprofile an Interessenlagen von Engagierten anpassen:** Vereine besitzen gegenüber anderen Organisationsformen (wie Privatbetrieben oder Verwaltungen) den Vorteil, dass sie nicht in so großem Ausmaß darauf angewiesen sind, für präzise definierte Stellen mit einem bestimmten Aufgaben- und Anforderungsprofil die passende Person zu finden. Sie sind in der Lage, Stellenbeschreibungen und Aufgabenprofile an die individuellen Fähigkeiten, Interessen und zeitliche Verfügbarkeit von Engagementwilligen anzupassen. Sportvereine sollten diesen Strukturvorteil gezielter nutzen, traditionelle Rollendefinitionen auf den Prüfstand stellen und zu neuen, flexibleren Formen der Arbeitsverteilung finden. So gibt es vielleicht Personen, die zwar das Training einer Jugendmannschaft übernehmen, aber nicht auch noch am Wochenende zu Auswärtsspielen mitfahren wollen, sodass dies von einer zweiten Person übernommen werden könnte. Ausgangspunkt zur Gestaltung eines solchen Ansatzes wären offene Gespräche und kontinuierliche Feedbackmechanismen mit aktuellen und potenziellen Ehrenamtlichen über ihre Interessen und Fähigkeiten und wie diese am besten im Verein eingesetzt werden können. Dies könnte auch die Einführung modularer Aufgabenbereiche beinhalten, die je nach Bedarf und Verfügbarkeit kombiniert werden können. Im Ergebnis könnte dies zu einer Entlastung überlasteter Ehrenamtlicher führen und die Zugangsbarrieren für Engagementwillige für die Übernahme eines Amtes beziehungsweise Aufgabenkomplexes reduzieren.
- **Schaffung einer Willkommenskultur für neue Engagierte:** Die klassische Ehrenamtskarriere, bei der dem aktiven Engagement zunächst eine langjährige Mitgliedschaft und der Aufbau und die Pflege sozialer Vertrauensbeziehungen vorausgehen, hat an Bedeutung verloren und ist als Option beziehungsweise Angebot insbesondere für neue und jüngere Mitglieder wenig attraktiv. Sportvereine sollten ihren (Neu-)Mitgliedern ermöglichen, sich schnell und unkompliziert in das Vereinsleben einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. Häufig bestehen Barrieren, die aus etablierten Machtverhältnissen und Vorbehalten gegenüber Veränderungen resultieren, wodurch wertvolle Ressourcen und Potenziale ungenutzt bleiben. Sportvereine könnten aktiv darauf hinarbeiten, diese Barrieren abzubauen und eine inklusive Atmosphäre zu schaffen, in der die Fähigkeiten und das Engagement jedes Einzelnen geschätzt und gefördert werden. Die aktive Einbindung neuer Mitglieder in Projekte und Aufgabenbereiche sollte nicht nur als eine Chance für persönliches Wachstum, sondern auch als Bereicherung für den gesamten Verein betrachtet werden.
- **Teamansatz für Verantwortlichkeiten:** Statt Positionen wie die eines Vorstandspostens, eines Traineramtes oder einer Schiedsrichterfunktion an eine einzelne Person zu binden, könnte ein Teamansatz verfolgt werden, bei dem sich mehrere Freiwillige eine Aufgabe teilen. Dies kann die Flexibilität erhöhen und den Einzelnen entlasten, während gleichzeitig eine kontinuierliche Besetzung der Positionen gesichert ist. Anstatt eine dauerhafte Verpflichtung zu fordern, könnten Positionen auf ein

Rotationssystem umgestellt werden, das es mehreren Freiwilligen ermöglicht, sich abzuwechseln. Dies könnte insbesondere in weniger kritischen oder unterstützenden Rollen angewendet werden und so den Druck von einzelnen Ehrenamtlichen nehmen und dadurch die Bereitschaft, sich zu engagieren, erhöhen.

- **Projektbasiertes Engagement als Einstieg:** Die zunehmende Beliebtheit eines projektbasierten Engagements könnte von Sportvereinen als Einstiegspunkt für eine tiefergehende Beteiligung am Vereinsleben stärker genutzt werden. Personen, die zunächst projektbezogen mitarbeiten, können schrittweise an die Übernahme fester Aufgaben herangeführt werden, wenn sie die Vereinskultur kennenlernen und eine Bindung aufbauen. Ansatzpunkte für solch niederschwellige Angebote des Einstiegs in ein projektbezogenes Engagement wären etwa die Übernahme von bestimmten Aufgaben bei Veranstaltungen aller Art (Sportfest, Turnier, Vereinsjubiläum, Weihnachtsfeier etc.) und explizit als *Projekt* erkennbare beziehungsweise entsprechend deklarierte Maßnahmen (zum Beispiel Modernisierung einer Sportstätte, Entwicklung eines Marketingkonzepts, Neugestaltung des Internetauftritts etc.), für die dann entsprechend zeitlich befristet agierende Arbeitsgruppen zu bilden wären.
- **Anreizsysteme schaffen:** Ein weiterer Ansatzpunkt ist die Entwicklung von Anreizsystemen, die langfristiges Engagement motivieren. Dies kann von einer stärkeren Anerkennung und Wertschätzung von Engagierten in der Vereinskommunikation bis hin zu spezifischen Vorteilen wie Weiterbildungsangeboten, Zertifikaten oder anderen Formen der Anerkennung reichen. Insbesondere gilt es in der Kommunikation nach innen und außen herauszustellen, dass die vielfältigen Möglichkeiten eines an die Bedürfnisse und Interessen von Mitgliedern angepassten Engagements auch ein attraktives Angebot darstellen, ein Angebot der sinnstiftenden Freizeitgestaltung, der Selbstentfaltung und Realisierung eigener Ideen, der Erweiterung sozialer Netzwerke und kommunikativen Einbindung in verschiedene Gruppen sowie des Erwerbs von fachlichen, sozialen und kommunikativen Kompetenzen darstellen.
- **Einstieg erleichtern durch Mentoring-Programme:** Engagementwilligen sollten die Bedenken gegen die Übernahme eines Amtes genommen und der Einstieg erleichtert werden, indem sie in der Vor- und Anfangsphase ihrer Arbeit von den jeweiligen Amtsvorgängern beziehungsweise erfahrenen Ehrenamtlichen geschult, angeleitet und betreut werden und auch zu späteren Zeitpunkten bei spezifischen Problemlagen als Ansprechpartner zu Verfügung stehen. Durch die enge Zusammenarbeit können neue Freiwillige schrittweise an verantwortungsvolle Aufgaben herangeführt und für eine langfristige Mitarbeit gewonnen werden.

Die DNA als Mitgliederorganisation erhalten

Das abnehmende Selbstverständnis als Mitgliederorganisation und die zunehmende Wahrnehmung in der Bevölkerung des Sportvereins als Dienstleister führt zu fundamentalen Fragen hinsichtlich der immateriellen Mehrwerte von Sportangeboten in zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation (zum Beispiel hinsichtlich der Bildung von Sozialkapital oder des Erwerbs demokratischer Kompetenzen). Um den Charakter des gemeinnützigen Sports (in Abgrenzung zum rein kommerziellen Sport) zu erhalten, sollten Sportvereine gezielt Maßnahmen ergreifen, um ihre Identität als Mitgliederorganisationen zu stärken und das Bewusstsein für die Vorteile und die Bedeutung einer mitgliedschaftsbasierten Struktur zu schärfen. Dazu könnten zählen:

- **Stärkung der Mitgliederbeteiligung:** Sportvereine könnten ihre Mitgliederversammlungen aktiver bewerben und so die Sichtbarkeit der ehrenamtlichen Arbeit erhöhen. Die Präsenz prominenter Vereinsmitglieder kann das Engagement und das Interesse an der Vereinsführung und -gestaltung steigern. Die Beteiligung von Mitgliedern könnte ebenfalls durch regelmäßige Umfragen, Arbeitsgruppen oder Projektgruppen gefördert werden, in denen Mitglieder direkt an der Gestaltung und

Umsetzung von Vereinsaktivitäten beteiligt sind. Dies stärkt das Gefühl der Mitbestimmung und fördert die demokratische Teilhabe.

- **Transparenz und Kommunikation:** Die Vereine sollten in ihrer Kommunikation verstärkt auf Transparenz setzen und regelmäßig über die Verwendung von Mitgliedsbeiträgen sowie über Projekte und Entwicklungen im Verein berichten. Dies kann durch regelmäßige Newsletter, Mitgliederversammlungen oder offene Diskussionsrunden erfolgen, in denen Mitglieder ihre Ideen und Vorschläge einbringen können.
- **Betonung der Gemeinschaftswerte:** Es ist wichtig, dass der Verein seine Rolle als sozialer Treffpunkt und Gemeinschaft, die mehr bietet als nur Dienstleistungen, betont. Veranstaltungen wie gemeinsame Sporttage, Vereinsfeste oder soziale Initiativen können dazu beitragen, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und die Bindung der Mitglieder an den Verein zu vertiefen.

Diversität als Stärke erkennen und fördern

Die Förderung von Diversität in Sportvereinen ist nicht nur eine Frage der Fairness und Gerechtigkeit, sondern auch ein strategischer Ansatz, um die Organisationen widerstandsfähiger, innovativer und gesellschaftlich relevanter zu machen. Die Herausforderungen und Möglichkeiten, die Diversität bietet, erfordern ein umfassendes Verständnis und proaktive Maßnahmen, um tatsächliche Veränderungen herbeizuführen. Während die Förderung von Diversität entscheidend ist, müssen sich Sportvereine allerdings auch der Grenzen bewusst sein. Als freiwillige Zusammenschlüsse teilen Mitglieder oft ähnliche Ziele, Interessen und Werte, was zu einem gewissen sozialstrukturellen und soziokulturellen Bias führen kann. Aus dem mehr oder weniger hohen Grad an sozialer Homogenität speist sich ein nicht unerheblicher Teil der Motivation zur Mitgliedschaft und zur Mitarbeit. Dennoch sollten Sportvereine es tunlichst vermeiden, ihre Organisation in erster Linie als ein Vehikel zu betrachten, um vorrangig „unter sich“ beziehungsweise „unter seinesgleichen“ zu bleiben. Es ist deshalb wichtig, ein Gleichgewicht zwischen der Förderung von Diversität und der Bewahrung der Identität und Kohäsion des Vereins zu finden.

- **Bewusstsein stärken und sensibilisieren:** Ein erster Schritt zur Förderung von Diversität ist die Schaffung eines tiefgreifenden Verständnisses und Bewusstseins für die Bedeutung sozialer und kultureller Heterogenität, die nicht als eine Bedrohung, sondern als eine Bereicherung des Vereinslebens betrachtet werden sollte. Schulungen und Workshops, die sich mit den Themen Vielfalt, Inklusion und unbewussten Vorurteilen beschäftigen, können hierzu einen wertvollen Beitrag leisten. Diese Bildungsangebote sollten nicht nur für das Leitungsgremium des Vereins (zum Beispiel den Vorstand), sondern für alle Mitglieder zugänglich gemacht werden, um ein vereinsweites Umdenken zu fördern.
- **Barrieren und Ausschlüsse kritisch reflektieren:** Eine kritische Überprüfung interner Prozesse auf Barrieren und Ausschlüsse ist unerlässlich, um strukturelle Hindernisse für Diversität zu erkennen und abzubauen. Dies kann von der Gestaltung der Vereinsräumlichkeiten bis hin zu den Mitgliedschaftsbeiträgen und der Sprache in der Außenkommunikation reichen.
- **Rekrutierungsprozesse anpassen:** Die Rekrutierungsprozesse von Sportvereinen müssen diversitätsbewusst gestaltet werden, um Personen mit unterschiedlichen kulturellen und sozialen Hintergründen sowie junge Engagierte gezielt anzusprechen und einzubeziehen. Dabei ist es wichtig, sich bewusst zu machen, dass traditionelle Rekrutierungswege möglicherweise bestimmte Gruppen ausschließen. Partnerschaften mit anderen Organisationen, die in der Arbeit mit diversen Gemeinschaften erfahren sind, können neue Wege eröffnen und die Ansprache erleichtern.
- **Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit anpassen:** Die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit muss diversitätsbewusst gestaltet werden, um verschiedene Zielgruppen effektiv zu

erreichen und anzusprechen. Der Einsatz unterschiedlicher Kommunikationskanäle und -formate kann helfen, breitere Bevölkerungsgruppen einzubeziehen.

Anpassung der Sportverbände an die veränderte Engagementlandschaft

Dass jüngere Sportvereine seltener eine Mitgliedschaft in Sportverbänden aufweisen, stellt diese Verbände vor die Aufgabe, ihre Strukturen und Angebote an die sich wandelnden Bedürfnisse von Sportvereinen anzupassen, aber auch ganz grundsätzlich ihr Rollenverständnis zu reflektieren. So befinden sich Sportverbände wie der DOSB in einem Spannungsfeld zwischen der Fokussierung auf die Bedarfe und Interessen ihrer Mitgliedsorganisationen und dem Anspruch einer gesamtgesellschaftlich umfassenden Förderung des Sports in allen seinen Facetten. Letzteres hätte gegebenenfalls zur Konsequenz, das verbandliche Angebotsspektrum zu erweitern, zum Beispiel mithilfe folgender Ansätze:

- **Flexibilisierung der Verbandsstrukturen und -angebote:** Verbände könnten ihre Strukturen und Angebote flexibilisieren, um auch jüngeren und kleineren Vereinen, die möglicherweise andere Bedürfnisse haben als traditionelle, wettkampforientierte Sportvereine, attraktive Mitgliedschaftsoptionen zu bieten. Dies könnte die Entwicklung spezifischer Unterstützungsangebote für Vereine mit einem Fokus auf Spaß-, Freizeit- und Gesundheitssport umfassen, die außerhalb des klassischen Wettkampfsystems stehen.
- **Stärkung der Inklusion und Vielfalt innerhalb des vereinsbasierten Sportsystems:** Sportverbände könnten Initiativen fördern, die die Vielfalt und Inklusion innerhalb des Sports stärken. Dazu gehört die gezielte Unterstützung von Vereinen, die sich spezifischen Gruppen widmen, wie migrantischen Vereinen, Frauensportvereinen sowie LGBTIQ-Vereinen. Verbände könnten durch Beratung, Weiterbildung und finanzielle Unterstützung dazu beitragen, dass diese Vereine gestärkt werden und ihre Sichtbarkeit innerhalb der Sportlandschaft erhöhen.

Verwaltungsstrukturen neu denken

Angesichts der zunehmenden Bürokratiebelastung und dem Rückgang der Bereitschaft zur Übernahme ehrenamtlicher Leitungsfunktionen in Sportvereinen, wird zukünftig die Debatte (weiter) geführt werden, wie Verwaltungsstrukturen reformiert und modernisiert werden könnten. Drei Viertel der Sportvereine sind nach wie vor rein ehrenamtlich tätig, was die Dringlichkeit effizienter und unterstützender Maßnahmen unterstreicht.

- **Digitale Unterstützungsangebote für Vereine:** Die Implementierung digitaler Anwendungen und KI-Modelle kann die Vereinsverwaltung vor Ort entlasten. Onlineportale, die speziell für die Bedürfnisse von Sportvereinen entwickelt werden, können Alltagsaufgaben automatisieren und vereinfachen, von Mitgliederverwaltung bis hin zur Organisation von Veranstaltungen und Buchhaltung.
- **Aufbau digitaler Geschäftsstellen und kommunaler Unterstützungsstrukturen:** Sportverbände könnten zentralisierte digitale Geschäftsstellen einrichten, die für mehrere Vereine gleichzeitig verwaltende Dienstleistungen erbringen. Denkbar wäre auch, Verwaltungsaufgaben aus Vereinen auszulagern, zum Beispiel durch die Schaffung kommunaler Service-Stellen oder Freiwilligenagenturen. Diese könnten Services wie Buchhaltung, rechtliche Beratung oder Unterstützung bei der Antragstellung für Fördermittel anbieten.
- **Förderung von Vereinsfusionen und -kooperationen:** Angesichts der Herausforderungen in der Mobilisierung von ehrenamtlich Engagierten könnte die Förderung von Fusionen zwischen Sportvereinen eine strategische Option darstellen.¹² Unterstützungsstrukturen und Beratungsdienste

¹² 6 Prozent der Sportvereine haben in den letzten zehn Jahren fusioniert oder ziehen dies in Erwägung.

könnten dabei helfen, diese Fusionen erfolgreich zu gestalten und Synergien effektiv zu nutzen. Dies könnte nicht nur die administrativen Lasten reduzieren, sondern auch die organisatorische Kapazität und Widerstandsfähigkeit der beteiligten Vereine stärken. Auch jenseits von Fusionen könnten Vereinsk Kooperationen zu Synergien führen, zum Beispiel in Form von vereinsübergreifenden Spielgemeinschaften, der gemeinsamen Nutzung von Sportstätten oder gemeinschaftlich organisierten Veranstaltungen. Solche Kooperationen können die Belastung einzelner Vereine verringern und gleichzeitig die Angebotspalette für Mitglieder erweitern.

- **Innovative Rechtsformkonstruktionen erkunden:** Es könnte sinnvoll sein, alternative Organisationsformen zu erkunden, bei denen nicht jeder Verein rechtlich selbstständig sein muss. Unselbstständige Gruppen oder Unterabteilungen größerer Organisationen könnten administrative Effizienz steigern und gleichzeitig die rechtlichen und bürokratischen Hürden für einzelne Vereine reduzieren.

Ausbau von Partnerschaften zwischen Sportvereinen und dem Bildungssektor

Mit dem ab dem Jahr 2026 in Deutschland eingeführten Rechtsanspruch auf Ganztagsbetreuung in Grundschulen wird die Notwendigkeit einer intensiveren Kooperation zwischen Schulen und Anbietern außerschulischer Bildungs- und Freizeitaktivitäten deutlich zunehmen. In diesem Kontext erscheint die aktuelle Zusammenarbeit zwischen Sportvereinen und Bildungseinrichtungen noch ausbaufähig. Es besteht die Chance, Sportvereine als zentrale Partner in der Gestaltung des Ganztagsangebots zu etablieren, wodurch nicht nur der Sport selbst, sondern auch soziale und interkulturelle Kompetenzen gefördert werden können. Sportvereine ermöglichen jungen Menschen, Verantwortung zu übernehmen, Selbstwirksamkeit zu erfahren und Kontakte über soziale und kulturelle Grenzen hinweg zu knüpfen. Diese Erfahrungen tragen maßgeblich zur persönlichen Entwicklung bei und stärken das soziale Miteinander. Daher sollte sportliche Aktivität in Schulen nicht ausschließlich in Eigenregie durchgeführt, sondern als Chance für eine enge und produktive Zusammenarbeit mit Sportvereinen betrachtet werden.

Um diese Potenziale voll auszuschöpfen, sollten Sportvereine aktiv den Dialog mit lokalen Schulen suchen, um Bedarfe zu identifizieren und maßgeschneiderte Kooperationsmodelle zu entwickeln. Sie sollten sich als kompetente Partner im Bereich der Ganztagsbetreuung positionieren, indem sie ihre Expertise in der Organisation von Sport- und Freizeitangeboten einbringen. Sportverbände sollten sich, insbesondere auf Ebene der Bundesländer, für die Integration von Sportvereinen in die Gestaltung der Ganztagsbetreuung einsetzen und Best Practices für die Gestaltung einer gelungenen Zusammenarbeit vor Ort in die Breite tragen.

9. METHODIK UND DATENBASIS

Grundlage der Analysen in diesem Bericht ist der ZiviZ-Survey 2023, eine repräsentative Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen in Deutschland. Nach den ersten beiden Erhebungswellen (ZiviZ-Survey 2012¹³ und ZiviZ-Survey 2017¹⁴) wurde der ZiviZ-Survey inzwischen zum dritten Mal durchgeführt. Mit der Erhebung werden zentrale Strukturmerkmale zivilgesellschaftlicher Organisationen sowie neue Handlungsfelder, Herausforderungen und Bedarfe erfasst. Die Ergebnisse liefern der Zivilgesellschaft, der Politik sowie der Zivilgesellschafts- und Engagementforschung wichtiges Orientierungswissen.

Berücksichtigt werden im ZiviZ-Survey vier Organisationsformen, in denen Engagement vordergründig stattfindet: eingetragene Vereine, gemeinnützige Kapitalgesellschaften, gemeinwohlorientierte Genossenschaften und rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts. Für die bundesweite Befragung wurde zunächst mittels Registerauslesen eine möglichst vollständige Datenbank aller zivilgesellschaftlicher Organisationen zusammengestellt (N=651.605). 125.000 Organisationen wurden dann zufällig ausgewählt und postalisch zur Teilnahme an einer Online-Befragung eingeladen.

Bundesweit nahmen 12.792 Organisationen an der Befragung teil, darunter 10.708 Vereine, 1.204 Stiftungen, 671 gemeinnützige Kapitalgesellschaften und 209 gemeinwohlorientierte Genossenschaften. Die Befragung fand im September 2022 statt. Die Netto-Rücklaufquote betrug demnach 12,6 Prozent.

Tabelle: 4 Rücklauf ZiviZ-Survey 2023 nach Rechtsform

Rechtsform	Stichprobe (kontaktierte Organisationen)	Rücklauf (teilgenommene Organisationen)	Netto- Rücklaufquote
Eingetragene Vereine	102.540	10.708	13,2%
Gemeinnützige Kapitalgesellschaften	7.564	671	9,5%
Gemeinwohlorientierte Genossenschaften	1.939	209	11,5%
Rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts	12.957	1.204	10,4%
Gesamt	125.000	12.792	12,6%

Quelle: ZiviZ-Survey 2023.

Von den 12.792 Organisationen gaben 3.274 Organisationen an, unter anderem im Bereich Sport aktiv zu sein. 2.524 Organisationen gaben den Sport als ihr Hauptengagementfeld an. Letztere Teilmenge wurde für die vorliegende Sonderauswertung als Grundlage genommen.

Im Zuge der Auswertung wurden die erhobenen Daten nach Rechtsform und für Vereine zusätzlich nach Bundesland gewichtet. So wurde sichergestellt, dass die Rechtsform- und Bundesländerverteilung zivilgesellschaftlicher Organisationen in der Befragung der Verteilung in der Grundgesamtheit entspricht und somit repräsentativ ist.

¹³ Krimmer & Priemer 2013

¹⁴ Priemer/Krimmer/Labigne 2017

LITERATUR

Braun, S., Sielschott, S., & Burrmann, U. (2022). Ehrenamtliches und freiwilliges Engagement im Sport. Sportbezogene Sonderauswertung der „Deutschen Freiwilligensurveys“ von 2014 bis 2019.

Breuer, C., & Feiler, S. (2021). Sportvereine in Deutschland: Ergebnisse aus der 8. Welle des Sportentwicklungsberichts. Sportentwicklungsbericht für Deutschland 2020-2022 - Teil 1.

Council of Europe (2016). Kompetenzen für eine demokratische Kultur. <https://rm.coe.int/16806ccc0b#:~:text=Demokratische%20und%20interkulturelle%20Kompetenz%20wird,sich%20aus%20demokratischen%20und%20interkulturellen>

DOSB (2024a). Mitgliederstatistik. <https://www.dosb.de/medienservice/statistiken>

DOSB (2024b). Mitgliederorganisationen. <https://www.dosb.de/ueber-uns/mitgliedsorganisationen>

DOSB (2023). Bestandserhebung 2023. https://cdn.dosb.de/user_upload/www.dosb.de/uber_uns/Bestandserhebung/Bestandserhebung_2023.pdf

Hohendanner, C., Priemer, J., Rump, B., & Schmitt, W. (2019). Zivilgesellschaft als Arbeitsmarkt. In H. Krimmer (Hrsg.), Datenreport Zivilgesellschaft (S. 93-112). Wiesbaden: Springer.

Hummel, S.; Pflirter, L. & Germer, F. (2023). Da ist Diverses möglich – Wege der Umsetzung von Diversität und Inklusivität in zivilgesellschaftlichen Organisationen. Opusculum Nr. 174. https://www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/wp-content/uploads/2023/06/OP-174_final_mit_urn.pdf

Jaitner, D., & Körner, S. (Hrsg.). (2018). Soziale Funktionen von Sportvereinen: revisited. Reflexive Sportwissenschaft, Band 9. Berlin: Lehmanns Media Verlag.

Kausmann, C., & Hagen, C. (2022). Gesellschaftliche Bereiche des freiwilligen Engagements. *Freiwilliges Engagement in Deutschland: Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019*, 95-124.

Krimmer, H. (2016). Der gemeinnützige Sport zwischen Kontinuität und Wandel. Sonderauswertung Sport des ZiviZ-Survey 2012. Essen: Stifterverband. <https://www.ziviz.de/download/file/fid/12>

Krimmer, H., & Priemer, J. (2013). ZiviZ-Survey 2012: Zivilgesellschaft verstehen. Berlin, ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2012_zivilgesellschaft_verstehen.pdf

Normenkontrollrat Baden-Württemberg. (2019). Entbürokratisierung bei Vereinen und Ehrenamt. Empfehlungsbericht des Normenkontrollrats Baden-Württemberg. https://stm.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/dateien/PDF/191204_NKR_BW_Entbuerokratisierung_bei_Vereinen_und_Ehrenamt.pdf

Priemer, J., & Schwind-Gick, G. (2020). Sportvereine: Bildungsakteure der Zivilgesellschaft (Policy Paper). Essen: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz_policy_paper_sportvereine.pdf

Priemer, J., Krimmer, H., & Labigne, A. (2017). ZiviZ-Survey 2017. Vielfalt verstehen. Zusammenhalt stärken. Berlin, ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2017.pdf

Schubert, P. (2023). Informelles Engagement: Die neue Normalität? https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/informelles_engagement_die_neue_normalitaet.pdf

Schubert, P., Kuhn, D., & Tahmaz, B. (2023). ZiviZ-Survey 2023. Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel–Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken. Essen: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_hauptbericht.pdf

Schubert, P., Tahmaz, B., & Krimmer, H. (2023). Zivilgesellschaft in Krisenzeiten: Politisch aktiv mit geschwächten Fundamenten. Berlin: ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_trendbericht.pdf

Thieme, L. (Hrsg.). (2017). Der Sportverein - Versuch einer Bilanz. Schorndorf: Hofmann.

IMPRESSUM

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme der Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben vorbehalten.

Herausgeber

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Baedekerstraße 1 · 45128 Essen
T 0201 8401-0
mail@stifterverband.de
www.stifterverband.org

Autorinnen und Autoren

Dr. Peter Schubert, Inger Kühn, David Kuhn

Kontakt:

peter.schubert@stifterverband.de
T 030 322982 576

Redaktion

Dr. Peter Schubert

Empfohlene Zitierweise

Schubert, P., Kühn, I. & Kuhn, D. (2024). Sportvereine in der Krise? Gesellschaftliche Integrationsanker mit Problemen bei der Mobilisierung von Ehrenamtlichen: Sonderauswertung des ZiviZ-Survey 2023. Berlin: ZiviZ im Stifterverband.

Essen, September 2024