

blickpunkt sportmanagement

News Januar 2011



Bild des Quartals: Das 32-köpfige Organisationskomitee der Fachtagung im November 2010

Kommentar: 2011 – Europäisches Jahr der Freiwilligkeit

Zeit auch die freiwillige Tätigkeit im Sport in den Blick zu nehmen – wieder einmal. Abgesehen davon, dass es sich um eine große Spanne unterschiedlicher Engagementformen handelt, kann man aber sagen, dass es im Sport u. a. bei den gewählten Ämtern der Vereinsführungen knirscht.

Der Sportentwicklungsbericht zeigt für Deutschland im Jahr 2009 einen Rückgang der Zahl eben dieser Ehrenamtlichen gegenüber 2007 von ca. 11 Prozent (vgl. Breuer & Wicker, 2010, 11). Die Zahl der geleisteten Stunden je Ehrenamtlichem hat nach dieser Erhebung zugenommen. Die Diskussion um die freiwillig Engagierten, die Probleme u. a. aus der Belastung mit den dazu gehörigen Aufgaben, der Gewinnung und Bindung von Kandidatinnen und Kandidaten ist ein Dauerbrenner. Warum scheint es nicht voran zu gehen?

Vielleicht ist es an der Zeit, einige der Tabus auf den Prüfstand zu stellen, die dazu beitragen, dass sich trotz langer Diskussion die Situation in den Vereinen

nicht wirklich verändert. Dazu zählt zuerst die Berücksichtigung des Stellenwertes des Themas in der Vereinsarbeit. In den Sportvereinen und -verbänden gibt es im Grunde keinen nominierten Ansprechpartner, der sich strategisch mit dem Thema Mitarbeit bzw. Mitarbeiter zu befassen hat. Wie kann das Zusammenspiel von bezahlten und unbezahlten Mitarbeitern in der Vereinsführung modern gestaltet werden? Wie können Vereine angeregt werden, noch mehr über das Thema Kooperation oder gar Fusion nachzudenken, um damit den Bedarf an Ämtern und Funktionen zu vermindern und die finanziellen Ressourcen für bezahlte Mitarbeiter/innen zu schaffen? Was heißt unter diesen Bedingungen eigentlich moderne Führungsstrukturen im Sportverein? Spannende Fragen, eigentlich könnte man ein solches Jahr der Freiwilligkeit als Startschuss für einen optimativen Sprung nach vorne nutzen ...

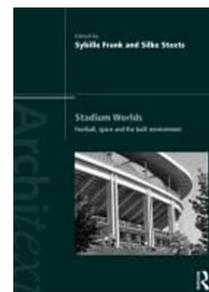
Prof. Dr. Ronald Wadsack

Inhalt:

Kommentar: 2011- Europäisches Jahr der Freiwilligkeit	1
Legitimationskapital der Sportvereine	2
10. Fachtagung „blickpunkt sportmanagement“: „Play the Games?! – Brennpunkt Olympia“	4
Rolf Töpferwien zu Gast bei der Ostfalia	4
Interview mit Gabriele Wach	5
News vom Campus Calbecht	5
SPO-MAN.news	5

Buch des Quartals

Stadium Worlds: Football, Space and the Built Environment
Frank, Sybille; Steets, Silke



Verlag: Routledge
Chapman & Hall,
2010
Sprache: Englisch
305 Seiten
Preis: 41,95 €

ISBN-13: 9780415549042

ISBN-10: 0415549043

In 15 Beiträgen werden verschiedene Facetten der modernen Stadien beleuchtet. Zuschauerverhalten, politische Bezüge, Medieneinsatz und Public Viewing sind einige der Themen.

Legitimationskapital der Sportvereine

Begriffliche Annäherungen

Legitimationskapital (LK) kann eine wichtige Komponente in der Führungsarbeit insbesondere von Non-Profit-Organisationen sein, um ihre gesellschaftliche Bedeutung zu konkretisieren. Curbach bezeichnet Legitimationskapital gar als die wichtigste Machtressource von NGOs.[1]

Bei genauerer Betrachtung finden sich einzelne Quellen, welche ebenfalls auf den Begriff LK Bezug nehmen. Curbach hat einige Beiträge v. a. zu NPO und NGO angeführt, welche zum Teil wiederum auf die Ausführungen von Beck zurückgeführt werden, wobei sie auch auf die enge Beziehung zu der gesamten Thematik des CSR (Corporate Social Responsibility) hinweist.[2] Kranenpohl bezieht LK speziell auf das Bundesverfassungsgericht.[3]

Legitimationskapital als Ressource von Sportvereinen [4]

Es ergibt sich zunehmend die Notwendigkeit, Mittelzuweisungen für den Sport als eine wesentliche Einnahmequelle in einem relevanten Kontext zu begründen. An diesem Punkt setzt das Konzept des Legitimationskapitals an.

Skizze des bisherigen Konzeptes

Akzeptiert man die Bedeutung des Legitimationskapitals für die Sportvereine und -verbände, so stellt sich die Frage nach einer angemessenen Darstellungsform. Gerade in lokal überschaubaren Zusammenhängen erscheint dieses Legitimationskapital wie eine Art „Selbst-Verständlichkeit“. Die Betrachter „wissen“, was der Verein für ihre Gemeinschaft „bedeutet“. Für eine systematische Darstellung des Legitimationskapitals und z. B. den gezielten Einsatz zur erfolgreichen Fundraisingarbeit müssen andere Kommunikationsformen gewählt werden.

Eine Option wäre die Erstellung eines „Engagement-Berichtes“. Es besteht jedoch die Gefahr, dass der Bericht für Entscheider eine zu komplexe Informationsaufgabe darstellt.

Eine übersichtliche Form kann mittels eines Spinnennetz-Diagramms erstellt werden (siehe Abbildung 1). Für die zu beachtenden Merkmale haben wir eine Anzahl von Kriterien gesammelt und syste-

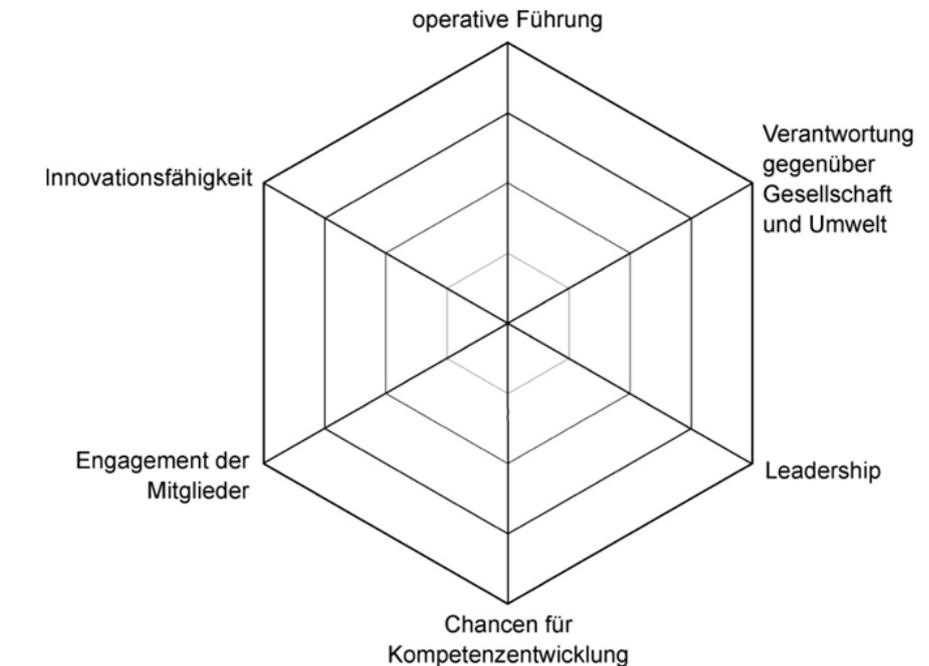


Abbildung 1: Spinnennetz-Diagramm zur Charakterisierung des organisationsspezifischen Legitimationskapitals.

matisiert. Letztlich wurden sechs Oberbegriffe gebildet, die sich durch weitere Aspekte spezifizieren lassen.

- Chancen für Kompetenzentwicklung (Beispielkriterien: Beitrag zu gesellschaftlichem Engagement, Mitarbeiterorientierung),
- Engagement der Mitglieder (Beispielkriterien: Solidarität/solidarisches Engagement, Partizipation „aller“ Mitglieder),
- Innovationsfähigkeit (Beispielkriterien: Empfindsamkeit/Responsiveness, Kooperationsbereitschaft),
- Leadership (Beispielkriterien: Realität der mit dem Sport verbundenen gesellschaftlichen Werte, Glaubwürdigkeit),
- Operative Führung (Beispielkriterien: Finanzielle Solidität, Verlässlichkeit),
- Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt (Beispielkriterien: Beteiligung an politischer Meinungs- und Willensbildung zu relevanten Themen, Aufgabenübernahme im Rahmen des (lokalen) Gemeinwohls).

Die angesprochenen Aspekte bedürfen sicherlich einer weiteren Konkretisierung und Aufarbeitung.

Die Mitgliederzahl ist wegen ihrer mangelnden qualitativen Aussagekraft nicht direkt in die Kriterien eingegangen. Denkbar ist z. B. eine Berücksichtigung z. B. als Partizipationskoeffizient im Rahmen des Merkmals „Engagement der Mitglieder“.

Für die Vorgehensweise in einer Sportorganisation kann es sinnvoll sein, die Erarbeitung der näheren Merkmale und Kriterien zum Ausgangspunkt der Beschäftigung mit dem Thema Legitimationskapital zu machen.

Legitimation

Wann erfolgt eine Legitimation bzw. wann gilt eine Leistung als legitim? „Legitimität kann in diesem Zusammenhang als Passung zwischen einer Organisation und ihrer gesellschaftlichen Umwelt definiert werden, als eine » (...) in einem bestimmten, sozial konstruierten System von Normen, Werten, Glaubenssätzen und Definitionen geteilte Wahrnehmung und Annahme, dass das Handeln einer Organisation wünschenswert, richtig und angemessen ist.« [5]

(Fortsetzung auf Seite 3)

(Fortsetzung von Seite 2)

Aus Sicht öffentlicher Institutionen kann Legitimation an dem politisch akzeptierten Handlungsbedarf festgemacht werden. Einen entsprechenden Entwurf zeigt Abbildung 2.

Solange sich Sportvereine in einem Feld bewegen, das u. a. mit dem Begriff der Subsidiarität einen gesellschaftlichen Anspruch erhebt und über die Anerkennung der Gemeinnützigkeit Alimentierungsansprüche anmeldet, bedarf es einer Akzeptanz dieses gesellschaftlichen Wertes.

Die Schwierigkeit liegt neben der Greifbarmachung des Legitimationskapitals in der sich verändernden Gültigkeit in sich verändernden gesellschaftlichen Kontexten und der generellen Verständigung auf eine gemeinschaftliche Akzeptanz.[7]

Warum Legitimationskapital und nicht Legitimationsvermögen?[8]

„Das Vermögen einer Unternehmung besteht aus der Gesamtheit der materiellen und immateriellen Güter, in die das Kapital einer Unternehmung umgewandelt wurde.“[9] Das Anlagevermögen steht dem Unternehmen dabei längerfristig zur Verfügung.[10]

Der Kapitalaspekt ist uns bei dem Legitimationskapital wichtig, da er zunächst das gesamte auf Basis des vergangenen und erkennbaren künftigen Aktivitätsportfolios angesammelte Reservoir an gesellschaftlichen Wirkungen umfasst. Dies ist quasi die von Betrachterpositionen abstrahierende idealtypische Sicht. Letztlich kann nur das aktivierte und in Akzeptanz

umgesetzte Legitimationskapital auf dem Markt der Anerkennung für den Sportverein Wirkung entfalten. Erst damit wird sie in diesem Sinne zu einer verwertbaren Komponente, indem z. B. im Wettbewerb um öffentliche Aufmerksamkeit, öffentliche Mittel oder Akzeptanz als kompetenter Gesprächspartner. Beispielhafte Ansatzpunkte dazu zeigt Abbildung 2. Diese Aktivierung beruht auf einer Sichtbarmachung des Legitimationskapitals durch den Sportverein gegenüber seinen Stakeholdern. Die kommunikative Vorleistung der Sichtbarmachung ist als Angebot an die Empfänger dieser Informationen zu verstehen. Sie entscheiden in ihrem Kontext über die Relevanz der Legitimationsaspekte und bilden daraus die für ihren Zusammenhang gültige Reputation des Sportvereins.

Diese Reputation sehen wir als erlangtes Vermögen im Sinne der Legitimation. Wenn man ihn mit Begriffen aus der Managementdiskussion verknüpfen möchte, liegt vermutlich der Aspekt der „Reputation“ am nächsten, den Fombrun v. a. in die Diskussion eingebracht hat. Er hat aus Sicht der Unternehmen die (gute) Reputation an vier Aspekten fest gemacht: Credibility (Glaubhaftigkeit, Glaubwürdigkeit), Trustworthiness (Vertrauenswürdigkeit/Zuverlässigkeit), Reliability (Beständigkeit, Vertrauen, Zuverlässigkeit), Responsibility (Pflicht, Verantwortung). [11]

Während Fombrun sich auf For-Profit-Organisationen bezieht, weist Curbach in Verbindung mit NGO/NPO darauf hin, dass sie durch ihr Legitimationskapital in der Lage sind, Anerkennung in öffentlichen Diskussionen zu erlangen und dass ihnen in ihren Themenbereichen Vertrauen entgegengebracht wird.

Prof. Dr. Ronald Wadsack

Literatur

[1] Curbach, Janina: Zwischen Boykott und CSR. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 3/2008, 371.

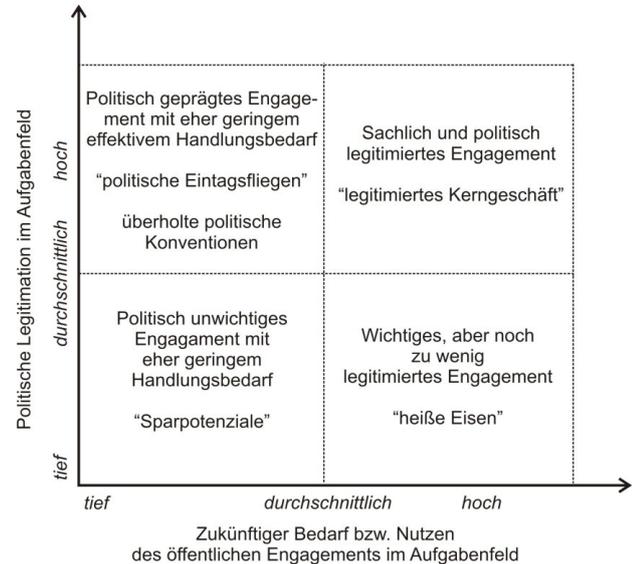


Abbildung 2: Legitimations-Bedarfs-Portfolio [6]

[2] Beck, Ulrich: Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter. Neue weltpolitische Ökonomie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2002, sowie Curbach a. a. O.

[3] Kranenpohl, Uwe: Hinter dem Schleier des Beratungsgeheimnisses. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2010, 433.

[4] Zu den grundlegenden Zusammenhängen des Konzeptes Legitimationskapital für Sportvereine vgl. Wadsack, Ronald & Wach, Gaby: Legitimationskapital als Ressource von Sportvereinen. In: Sciamus, 4/2010, 1-14.

[5] Curbach, 2008, 370 mit einem Zitat aus Suchman, M. C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. In: Academy of Management Review, 3/1995, 574 (Übersetzung: Curbach).

[6] Quelle: Heuermann, Roland/Tomenendal, Matthias: Öffentliche Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg 2011, 121 a. a. O.

[7] Zur Problematik der Legitimation im gesellschaftlichen Kontext siehe z. B. Homann, Karl & Suchanek, Andreas: Ökonomik: Eine Einführung. Tübingen: Mohr Siebek, 2000, 184-190.

[8] Für den Hinweis auf diese Frage danken wir Prof. Dr. Albert Galli.

[9] Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 10. Auflage. München: Oldenbourg 2006, 718.

[10] vgl. ebenda

[11] vgl. Fombrun, Charles J.: Reputation. Boston/Mass.: Harvard Business School Press 1996, 72.

Impressum

Herausgeber:

Studiengang Sportmanagement

Redaktion: Prof. Dr. Ronald Wadsack

Layout: Gabriele Wach

Ostfalia

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Fakultät Verkehr, Sport, Tourismus, Medien

Karl-Scharfenberg-Str. 55/57

38229 Salzgitter

Tel.: 05341 875 52290

mail: sportmanagement-info@ostfalia.de

„Play the Games?! – Brennpunkt Olympia“

Erfolgreiche Durchführung der Veranstaltungsreihe blickpunkt sportmanagement in Salzgitter

„Ohne Euren Einsatz und Euer Engagement wäre die Veranstaltung so nicht möglich gewesen“, fasste Anna-Sophie Hippke am Ende der Fachtagung den Kernpunkt der Veranstaltungsreihe blickpunkt sportmanagement zusammen.

Gemeinsam mit Michael Staier bildete sie die Spitze des 32-köpfigen Organisationskomitees der Fachtagung, die am 29. November 2010 von Studierenden des 5. Semesters Sportmanagement erfolgreich durchgeführt wurde. Zusammen mit der internationalen Exkursion nach London (Oktober 2010) bildete die Firmenkontaktmesse am 30. November 2010 den Abschluss der Veranstaltungstrilogie. Ca. 300 Teilnehmer, die sich aus Studierenden der Ostfalia und anderen Hochschulen, Schülern, Absolventen und weiteren Interessierten zusammensetzten, verfolgten das ganztägige Programm der Fachtagung. Den Höhepunkt bildete die Diskussionsrunde „München 2018 – eine Region steht Kopf?!“, bei der Gegner wie Dieter Janecek und Befürworter wie Prof. Dr. Helmut Digel die Olympiabewerbung kontrovers diskutierten. Zuvor führte u.a. Boris Schwartz von der Bewerbungsgesellschaft München 2018 mit einem Grundlagenvortrag in das Thema ein.

Der Nachmittag stand im Zeichen der Vielfalt Olympias, die durch Vorträge von

Dr. Karl Quade und Jan Holze über die Organisation und Idee sowohl der Paralympics, als auch der Youth Olympic Games aufgezeigt wurde. Den Abschluss bildete erneut eine Diskussionsrunde.

Am Folgetag eröffnete Anna Sophie Meyer und Adis Jazvin als Leitung des Organisationskomitees die 2. Firmenkontaktmesse – Jobs im Sport. Auf der Jobmesse hatten Studierende und Schüler die Gelegenheit, sich über Praktikums- und Ausbildungsmöglichkeiten in Unternehmen aus der Sportbranche zu informieren und frühzeitig Kontakte zu knüpfen. Vorträge und Unternehmenspräsentationen sowie eine Chill Out Lounge und eine umfangreiche Jobwall rundeten das Programm der Messe ab. Die zweite Auflage der Veranstaltung konnte die Anzahl der Aussteller und die Vielfalt des Programms steigern, wobei die langfristige Etablierung auf dem Markt weiter verfolgt werden muss.

Die Veranstaltungsreihe wurde, begleitet von einem Dozententeam der Ostfalia, komplett von Studierenden des 5. Semesters Sportmanagement konzipiert, geplant und durchgeführt. Trotz weniger Erfahrung der Bachelor-Studierenden gegenüber den Diplom-Studierenden wur-



den alle drei Veranstaltungen, die in dieser Zusammensetzung ein Novum in der deutschen Hochschullandschaft darstellen, erfolgreich umgesetzt.

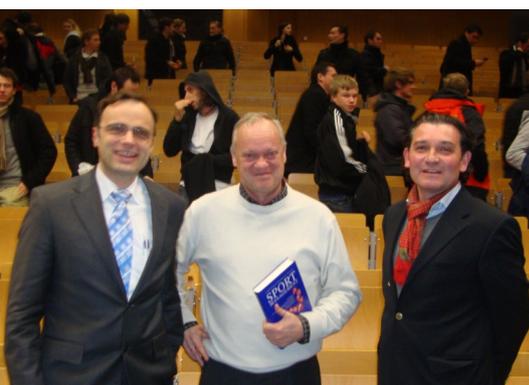
Referenten, Aussteller, Teilnehmer und Dozenten bezeichneten die Organisation und Umsetzung mit Attributen wie „hochprofessionell“, „beeindruckend“ und „informativ“. Die durchweg positiven Rückmeldungen lassen somit einen zuversichtlichen Blick in die Zukunft zu.

Sarah Herrmann

*Blickpunkt Sportmanagement – PR/
Öffentlichkeitsarbeit*

Weitere Informationen: www.ostfalia.de/blickpunkt-sportmanagement

Rolf Töpperwien zu Gast bei der Ostfalia



(von links): Prof. Dr. Dirk Gunter Trost, Rolf Töpperwien und Prof. Dr. Albert Galli.

Rund 200 Studierende, Beschäftigte und Gäste der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften waren am Dienstag, den 23. November 2010 um 19 Uhr zum Vortrag von Kult-Kommentator Rolf Töpperwien in das Audimax auf dem Campus Salzgitter gekommen. Der Gastvortrag des gebürtigen Osteroders mit dem Titel "Meine 1444 Reportagen aus dem Profifußball" fand im Rahmen der von Prof. Dr. Albert Galli geleiteten Lehrveranstaltung Sport und Medien des Studiengangs Sportmanagement statt.

Nach der Begrüßung durch den Dekan der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien, Prof. Dr. Dirk Gunther Trost, und

Studiendekan Galli, schilderte der seit Herbst 2010 pensionierte Töpperwien seinen Werdegang vom Publizistik-Studenten und Sportreporter für das Göttinger Tageblatt bis hin zu seiner Fernsehkarriere beim ZDF. „Der Vortrag von Rolf Töpperwien und die anschließende Diskussion boten vielfältige Einblicke in die Arbeitswelt großer Fernseh- und Sportredaktionen“, freut sich Professor Galli. „Für unsere Studierenden war das ein wertvoller Beitrag für die kritische Auseinandersetzung mit journalistischen Fragestellungen, neuen Medien und Marketing im Bereich Profifußball – für uns ein Volltreffer!“



Drei Fragen an ...

Gabriele Wach

wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sportmanagement und seit November 2010 Vizepräsidentin Bildung im Landessportbund Niedersachsen

Frage 1: Wie kam der Kontakt zum LSB und Ihrer neuen Aufgabe als Vizepräsidentin für Bildung zustande?

Durch meine ehrenamtliche Mitarbeit im Präsidium des Handballverbandes Niedersachsen für Bildung und Entwicklung war ich in den letzten Jahren in den Ausschuss für Bildung des LSB berufen.

Dadurch hatte ich schon einige Einblicke in die umfangreichen Aufgaben bekommen. Die Entscheidung, mich beim Landessporttag zur Wahl zu stellen, war dennoch nicht unbedingt leicht. Man übernimmt schon eine große Verantwortung für den Sport in Niedersachsen. Es geht oft um viel Geld, aber vor allem um viele, vorrangig junge Menschen.

Frage 2: Welches sind die Ziele Ihrer Tätigkeit?

Grundsätzlich geht es darum, das Verständnis für Bildung im und durch Sport in der Gesellschaft, aber auch in der Politik zu wecken und vor allem weiter zu entwickeln.

Das beinhaltet nicht nur die Übungsleiterausbildung und die Aus- und Weiterbildung von Ehrenamtlichen in den Vereinen.

Zudem vermittelt der „Sport“ im Verein neben den körperlichen Fähigkeiten immer auch z. B. Grundwerte und Einstellungen wie Respekt, Teamfähigkeit,

Leistungs- und Hilfsbereitschaft, Toleranz - um nur einige zu nennen. Diese werden im täglichen Leben, wie auch im beruflichen Alltag immer wieder eingefordert. Der Sport übernimmt somit weitreichende Aufgaben im Bereich Bildung, die zukünftig immer wichtiger werden. Das muss in den nächsten Jahren verstärkt aktiv vorangetrieben werden.

Auch die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit anderen Bildungsanbietern ist eine spannende Herausforderung für die Zukunft.

Frage 3: Welche Synergieeffekte sehen Sie zwischen Ihren beiden Rollen?

Es werden sich im Lauf der Zeit sicher immer wieder Anknüpfungspunkte ergeben, die beiden Bereichen, Hochschule und Landessportbund, zu Gute kommen.

Positiv finde ich einerseits meine wissenschaftliche und oftmals theoretische Arbeit im Zusammenhang mit sportspezifischen Themen an der Ostfalia, die dann hoffentlich sehr gut mit der „praktischen“ Umsetzung verschiedener Inhalte im Landessportbund Niedersachsen übereinstimmen. Umgekehrt ergeben sich aus der Arbeit im LSB sicher auch reichlich Anregungen für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit strategischen und operativen Herausforderungen des Sportverbandes.

News vom Campus Salzgitter

Im Dezember konnte **Prof. Naidoo** von der Nelson Mandela Metropolitan University aus Port Elizabeth am Campus Salzgitter begrüßt werden. Im Zuge seines Ostfalia-Besuches wollte er sich insbesondere über den Studiengang Sportmanagement informieren.

Im letzten Quartal 2010 haben die ersten Studierenden im Sportmanagement ihr Bachelor-Studium erfolgreich abgeschlossen. Herzlichen Glückwunsch.

Die Gewinner des SPO-MAN Awards sind im Jahr 2010:

Platz 1: Sascha Ernst

Platz 2: Mirko Schimmelschmidt

Platz 3: Julia Mühl

Eine traurige Meldung: Der bei der Fachtagung im November mit dem SPO-MAN Award für die beste Abschlussarbeit ausgezeichnete Sascha Ernst ist tot aufgefunden worden. Unser Mitgefühl gilt seinen Angehörigen.

Hinweis zum newsletter 4/2010

News aus der Praxis:

Schneller, höher, weiter!

Die deutsche Ausgabe des Annual Review of Football Finance kann zum Preis von 30 Euro (für akademische Zwecke) direkt bei Deloitte & Touche GmbH, Schwannstr. 6, 40476 Düsseldorf bestellt werden. Ansprechpartner ist Herr Christian Schneider.

PersonenDaten

Dipl. Des. Dipl. Kffr. Gabriele Wach
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Tel. 05341 875 52290

Mail ga.wach@ostfalia.de



SPO-MAN wünscht ein frohes, erfolgreiches neues Jahr 2011

Handball Cup, onTour in Mannheim und SPO-MAN.day – mit gleich drei Events wurde das Jahr 2010 erfolgreich abgeschlossen. Auch für das kommende Semester ist so einiges in Planung. In den Januar starten wir mit dem Interview des Monats.

Jan Hillmer, derzeit bei SPORTFIVE in Italien beschäftigt, erzählt vom Einstieg als einer der ersten SPM-Studierenden in Salzgitter, von seinem beruflichen Werdegang und von seinen Erfahrungen im Ausland.

Das Interview, die Highlights des vergangenen Jahres sowie alle weiteren Informationen rund um SPO-MAN findest Du

wie gewohnt im Netz unter www.spo-man.net...