

**kompetent  
zielorientiert  
innovativ**

A faded background image of a courtyard with a large, multi-story building and trees. The text is overlaid on this image.

**Berichte  
und  
Perspektiven**

**Verbandstag 2003**

**Verbandstag 29. März 2003 in Konz**

[www.LVRheinland.de](http://www.LVRheinland.de)



**Walfried Heinz (WH)**  
Präsident



**Willi Maurer (WM)**  
Vizepräsident



**Ralph Hiller (RH)**  
Referent für Finanzen



**Wolfgang Bender (WB)**  
Referent für Leistungs- u.  
Wettkampfsport



**Günter Bruchhaus (GB)**  
Referent für Breiten- u.  
Freizeitsport



**Jörg Klein (JK)**  
Referent für Schüler- u.  
Jugendfragen



**Toni Freisburger (TF)**  
Referent für  
Öffentlichkeitsarbeit



**Klaus Ermert (KE)**  
Referent für Lehrwesen



**Martin Schmitz (MS)**  
Referent für  
Rechtsangelegenheiten

## **Herausgeber:**

© 2003; Leichtathletik-Verband Rheinland e.V., Rheinau 11, 56075 Koblenz

### **Redaktion:**

Toni Freisburger  
Willi Maurer

### **Grafik/Layout:**

Willi Maurer

### **Titelfoto:**

Fotoarchiv der  
Verbandsgemeinde Konz

**Druck:** Druckerei Winters, Wissen

# Einladung zum Verbandstag 2003

Der Leichtathletik-Verband Rheinland führt seinen ordentlichen Verbandstag am Samstag, 29. März 2003, 14.00 Uhr, in der Sporthalle der TG Konz in Konz durch.

Alle Vereine des Verbandes sind zur Teilnahme recht herzlich eingeladen. Vereine, die keine Vertreter entsenden können, haben die Möglichkeit, ihre Stimmrechte durch datierte Vollmachtsurkunde auf ihren Kreisvorsitzenden zu übertragen. Die Vollmachtsurkunde muss vom Vertretungsberechtigten des übertragenden Vereins unterzeichnet sein und beim Verbandstag hinterlegt werden.

## Tagesordnung

### 1. Festlicher Teil:

1. Darbietung einer Musikgruppe
2. Eröffnung und Begrüßung durch den Präsident
3. Grußworte der Gäste
4. Ehrungen
5. Festrede durch Prof. Sterzenbach, Präsident des LSB Rheinland-Pfalz
6. Abschließende Musikdarbietung.

### 2. Offizieller Teil:

1. Feststellen der Anwesenden und Stimmberechtigten
2. Wahl eines Protokollführers und einer Wahlkommission
3. Bericht der Kassenprüfer
4. Stellungnahme und Aussprache zu den Berichten des Präsidiums
5. Behandlung der Anträge
  - a. Satzungsänderung
  - b. sonstige Anträge
6. Genehmigung des Haushaltsplanes
7. Wahl eines Versammlungsleiters
8. Entlastung des Präsidiums
9. Neuwahlen des Präsidiums
10. Wahl der Kassenprüfer und des Rechtsausschusses
11. Wahl des Tagungsortes für den nächsten Verbandstag
12. Verschiedenes

Anträge zum Verbandstag erbitten wir bis zum 20. März 2003 an die Geschäftsstelle des Leichtathletik Verbandes Rheinland zu senden. Die Anträge müssen ausführlich begründet sein.

Die Stimmkarten werden am. 29. März 2003, ab 13.30 Uhr, am Eingang zur Sporthalle in Konz ausgegeben.

Walfried Heinz  
Präsident

# Anfahrt LVR-Verbandstag, 29. März 2003, Konz

4-spurige Moselufer-Straße Trier nach Konz  
1,5 km hinter Staustufe Trier

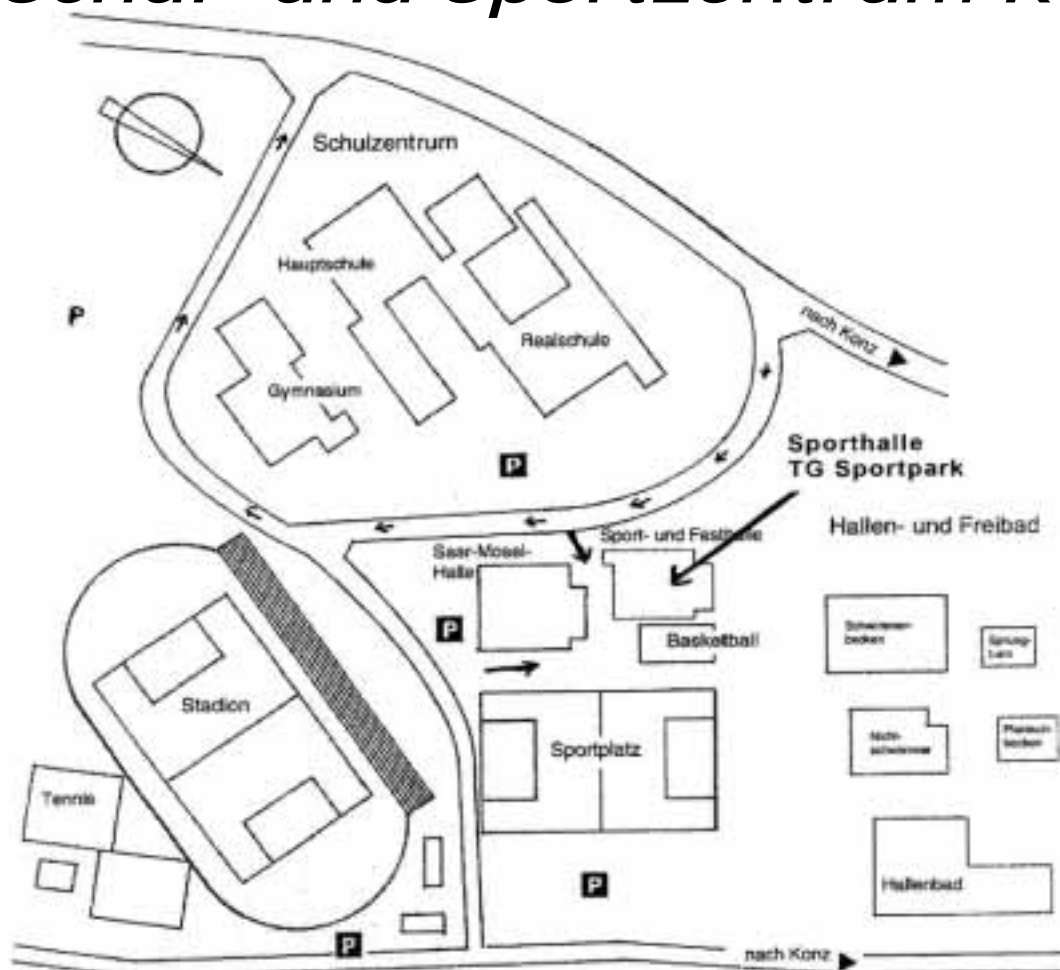
## Abfahrt Konz-Stadtmitte / Freilichtmuseum...

Weiter: Straße parallel der Bahn, nach 3,5 km über Verkehrsinsel, links,

## Richtung Wiltingen / Schul- und Sportzentrum

Vorfahrtsstraße folgen, nach 1 km (Ortsausgang) links in Schul- und Sportzentrum einbiegen (Einbahnstraße)

# *Schul- und Sportzentrum Konz*



<b>0</b>	<b>BERICHT PRÄSIDENT UND GESCHÄFTSSTELLE</b>	<b>1</b>
0.1	ALLGEMEINES (WH)	1
0.2	EINZELNE PUNKTE, KURZGEFASST (WH)	2
0.3	GESCHÄFTSSTELLE	5
0.4	ZUM SCHLUSS (WH)	6
<b>1</b>	<b>ZIELE UND ZIELGRUPPEN DES VERBANDES</b>	<b>7</b>
1.1	VERBANDSLEITBILD (WM)	7
1.2	SPORTLICHE ZIELE	8
1.2.1	Förderkonzept (TF)	8
1.2.2	LVR-Fundraising-Konzept (WM)	9
1.2.3	Talentfördergruppe (JK)	10
1.2.4	Modernisierung der Leichtathletik-Veranstaltungen (WM)	11
1.3	ÖKONOMISCHE ZIELE	12
1.3.1	Mitgliedererhaltung und -entwicklung (WM)	12
1.4	PSYCHOGRAPHISCHEN ZIELE (WM)	15
1.4.1	Image der Leichtathletik (WM)	15
1.4.2	Positionierung (WM)	16
1.4.3	Neues Erscheinungsbild (WM)	17
1.5	ZIELGRUPPEN (WM)	17
<b>2</b>	<b>LEISTUNGS- UND WETTKAMPFSPORT</b>	<b>18</b>
2.1	ATHLETEN UND ERFOLGE (WB)	18
2.2	ERFOLGE (WB)	21
2.3	STÜTZPUNKTARBEIT (D-KADER) (WB)	23
<b>3</b>	<b>BREITEN- UND FREIZEITSPORT</b>	<b>23</b>
3.1	AUFGABEN UND KOMPETENZEN (GB)	23
3.2	VOLKSLAUF (GB)	24
3.2.1	Volkslauf-Schülerpreis (GB)	25
3.2.2	RZ-Cup (WM)	25
3.3	WALKING (GB)	26
3.4	DLV-LAUF- UND WALKING-TREFFS (WM)	27
3.4.1	DLV-Qualitätsoffensive (WM)	27
<b>4</b>	<b>ÖFFENTLICHKEITSARBEIT</b>	<b>29</b>
4.1	DIE PRESSEARBEIT (TF)	29
4.1.1	Öffentlichkeitsarbeit (TF)	30
4.1.2	Publikationen (TF)	31
4.1.3	Befragung LVRdirekt (WM)	31
4.2	INTERNET (RH/WM)	35
4.3	MEISTEREHRUNG (TF)	38
4.4	FOTOWETTBEWERB (TF)	39
4.5	BETREUUNG VON MEDIEN UND SPONSOREN (TF)	39
<b>5</b>	<b>AUS- UND FORTBILDUNG</b>	<b>40</b>
5.1	TRAINER- UND ÜBUNGSLEITERAUSBILDUNG (KE)	41
5.1.1	Fortbildung:	41
5.2	REEBOK-SEMINARE (WM)	42
5.2.1	Teilnehmerkreis und Feedback (WM)	42
<b>6</b>	<b>SCHÜLER- UND JUGEND</b>	<b>45</b>
6.1	VERGLEICHSKÄMPFE (JK)	45
6.2	MITARBEITER UND PROJEKTE (JK)	45
6.3	SYMPOSIUM JUGENDBEFragung (TF)	46
6.4	DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE DER JUGENDBEFragung (WM)	47
<b>7</b>	<b>RECHTSWESEN</b>	<b>53</b>
7.1	ÜBERARBEITUNG DER VERBANDS-SATZUNG (MS)	53
7.2	HAFTUNGSFRAGEN (MS)	53

<b>8 FINANZEN</b> .....	<b>54</b>
8.1 HAUSHALTSKONSOLIDIERUNG ERFOLG UND GARANT FÜR DIE ZUKUNFT (RH) .....	54
8.2 HAUSHALTSPLAN 2003 (RH) .....	55
<b>9 MARKETING</b> .....	<b>56</b>
9.1 WARUM MARKETING IM LVR ? (WM) .....	56
9.2 KUNDENBINDUNG (WM) .....	58
9.2.1 Vereinsbefragungen (WM) .....	59
9.3 SPONSORING (WM).....	61
<b>10 WURDEN DIE GESETZTEN ZIELE ERREICHT?</b> .....	<b>64</b>
<b>11 ZIELE FÜR DIE KOMMENDEN 4 JAHRE</b> .....	<b>65</b>
11.1 PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT (TF) .....	65
11.2 MARKETING (WM) .....	65
11.2.1 „CRM“ (WM).....	66
11.2.2 Gewinnung unorganisierter Jogger (WM) .....	66
11.2.3 Sponsoring (WM) .....	68
ABBILDUNG 1: MITGLIEDERENTWICKLUNG 1990 BIS 2002.....	12
ABBILDUNG 2: LVR-MITGLIEDER NACH KREISEN .....	14
ABBILDUNG 3: MITGLIEDER NACH ALTERSGRUPPEN 2002.....	14
ABBILDUNG 4: IMAGEZUSCHREIBUNG .....	16
ABBILDUNG 5: POSITIONIERUNG DES LEICHTATHLETIK-VERBANDES RHEINLAND .....	16
ABBILDUNG 6: ENTWICKLUNG DER VOLKSLAUF-VERANSTALTUNGEN UND -TEILNEHMER .....	24
ABBILDUNG 7: TEILNEHMERINNEN AN VOLKSLÄUFEN .....	25
ABBILDUNG 8: ENTWICKLUNG DER DLV-LAUF- UND WALKING-TREFFS.....	27
ABBILDUNG 9: LAUF- UND WALKING-TREFFS MIT DEM DLV-QUALITÄTSURTEIL .....	28
ABBILDUNG 10: THEMEN UND RUBRIKEN IN LVRDIREKT .....	32
ABBILDUNG 11: IMAGE VON LVRDIREKT .....	34
ABBILDUNG 12: "LONG, LONG TIME AGO..." .....	35
ABBILDUNG 13: ENTWICKLUNG DER PAGEVIEWS .....	35
ABBILDUNG 14: DAS LVR-PORTAL 2003.....	36
ABBILDUNG 15: LVR-AUSBILDUNGSSTRUKTUR .....	40
ABBILDUNG 16: ZUSAMMENHANG ZWISCHEN ANFORDERUNGEN UND ERFÜLLUNG .....	48
ABBILDUNG 17: KÜNFTIGE AUFGABEN DES VERBANDES .....	60
ABBILDUNG 18: EINSCHÄTZUNG DES VERBANDES .....	60
ABBILDUNG 19: BEURTEILUNG DER GESCHÄFTSSTELLE .....	61
ABBILDUNG 20: SOZIODEMOGRAPHISCHE STRUKTUR DER JOGGER .....	67
TABELLE 1: ERFOLGE DER LVR-ATHLETINNEN UND ATHLETEN.....	21
TABELLE 2: INTERNATIONALE EINSÄTZE DER LVR-ATHLETINNEN UND ATHLETEN .....	22
TABELLE 3: SIEGER DES VOLKSLAUF-SCHÜLERPREISES .....	25
TABELLE 4: TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER AM RZ-CUP.....	26
TABELLE 5: DLV-LAUF- UND WALKING-TREFFS IN DEUTSCHLAND .....	29
TABELLE 6: THEMEN "ZU WENIG" ODER "ZU AUSFÜHRLICH" .....	33
TABELLE 7: BEWERTUNG DES LVR-INTERNETAUFTRITT .....	36
TABELLE 8: MANNSCHAFTSWERTUNG DER LVR-SCHÜLERINNEN UND -SCHÜLER .....	45
TABELLE 9: WICHTIGKEIT DER KOMPONENTEN DER AKTIVEN LEICHTATHLETEN .....	48
TABELLE 10: BEWERTUNG DER ITEM-GRUPPEN.....	49
TABELLE 11: ZUFRIEDENHEIT MIT DEN KOMPONENTEN DER LEICHTATHLETIK.....	49
TABELLE 12: ZUFRIEDENHEIT NACH GESCHLECHT .....	50
TABELLE 13: ZUFRIEDENHEIT NACH ALTER .....	50
TABELLE 14: ZUFRIEDENHEIT NACH SCHULART.....	50
TABELLE 15: MÖGLICHE AUSTRITTSGRÜNDE .....	51

# 0 Bericht Präsident und Geschäftsstelle

## 0.1 Allgemeines (WH)

Im Rahmen des letzten Verbandstages am 20. März 1999 in Mülheim-Kärlich haben wir das 50jährige Bestehen unseres Verbandes gefeiert. Dieser Tag stellte in mehrfacher Hinsicht eine Zäsur dar:

- € Wir haben in Mülheim-Kärlich wichtige Satzungsänderungen beschlossen. So wurde beispielsweise der "Vorstand" in "Präsidium" umbenannt und die Funktionen der einzelnen Präsidiumsmitglieder umbenannt.
- € Mehr als die Hälfte der Vorstandsmitglieder, überwiegend jahrzehntelang in ihrem Amt, schieden aus.
- € Nach fast 30 Jahren als Geschäftsführer ging Gerhard Paech in Rente. Die Ablösung durch seinen Nachfolger Achim Bersch verlief erwartungsgemäß reibungslos.

Gleich zu Beginn der neuen Wahlperiode hat das Präsidium seine Aufgaben für die folgenden Jahre definiert und Ziele gesetzt, gegliedert nach Schwerpunkten und Prioritäten. Die Umsetzung erforderte von allen Kollegen und der Geschäftsstelle Kreativität und ein großes Maß an Arbeit. Sie werden den folgenden Kapiteln dieser Broschüre entnehmen, dass wir diese Arbeiten weitgehend durchgeführt und unsere Ziele größtenteils erreicht haben.

Die Arbeit des LVR, unsere Ideen und Projekte waren und sind regelmäßig Modelle für den DLV und andere Landesverbände. Hier nenne ich unseren Vizepräsidenten Willi Maurer, der Mitglied des DLV-Bundesausschusses „Allgemeine Leichtathletik“ ist und darüber hinaus vielfach vom DLV und Landesverbänden insbesondere in Sachen Marketing gefragt ist.

Aufgaben des Präsidenten sind es, den Verband zu führen, ihn nach außen zu repräsentieren und –gemeinsam- mit anderen Mitgliedern des Präsidiums - die Interessen der Leichtathletik und des Verbandes nach innen und außen zu vertreten und zu fördern, vor allem in den übergeordneten Gremien des DLV, des Sportbundes Rheinland und des Landessportbundes Rheinland-Pfalz, aber auch in vielen weiteren Organisationen und Gesprächsrunden. Der Präsident ist kraft Amtes beispielsweise Mitglied im Verbandsrat des DLV und im Hauptausschuss des Sportbundes, beides die zweitwichtigsten Organe dieser Dach-(Spitzen-)Verbände. In diesen Sitzungen sind sowohl die Wahrnehmung der

Interessen unseres Verbandes und der Leichtathletik als auch - zum übergeordneten Wohle – Ideen und Beiträge aus unseren Verbands- oder persönlichen Erfahrungen zu Fragen der Leichtathletik und des Sports in ihrer Gesamtheit gefragt.

Auch in den vergangenen vier Jahren habe ich mich bemüht, mein Amt in diesem Sinne auszufüllen. Wichtig waren mir dabei immer die Interessen der Basis. Auch weise ich auf eine Reihe von Besprechungen, z.B. mit dem LSB oder öffentlichen Stellen hin und auf Schriftverkehr, die der Förderung der Interessen der Leichtathletik dienten. Als ein Beispiel nenne ich die Verhandlungen mit Kommunen, die ich gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen zum Bau oder zur Verbesserung von Sportstätten(z.B. Kunststoffbahnen) geführt habe, größtenteils mit Erfolg. Auch konnten wir damit die Planung und die Einrichtung in manchen Fällen optimieren.

## **0.2 Einzelne Punkte, kurzgefasst (WH)**

Aus den Berichten meiner Kollegen in dieser Broschüre werde ich wenige kurz ansprechen, aber darüber hinaus auf weitere Punkte eingehen.

Die **Mitgliederzahl** ist Indiz für die Größe und Bedeutung eines Verbandes, für sein Ansehen und die Qualität und Attraktivität seiner Angebote und für einen guten Service. Diese Zahl liegt schon lange über 30.000 mit insgesamt steigender Tendenz. In der zu Ende gehenden Wahlperiode hat die Mitgliederzahl einen regelrechten Ruck nach oben gemacht. Von etwas über 37.000 zum 01. Januar 1999 ist sie alleine in den ersten drei Jahren um fast 3.000 auf 39.950 gestiegen (jährlich ein neuer Höchststand). Die Mitglieder-Bestandserhebung zum 01. Januar 2003 ist derzeit noch nicht abgeschlossen. Wir sind so optimistisch zu glauben, dass wir jetzt die Schwelle von 40.000 überschreiten können

Die periodischen **Befragungen** der Mitglieds-Vereine oder die Jugend-Befragung 2001 mit Symposium in Koblenz fanden innerhalb des Verbandes, im DLV und in der Fachpresse große Beachtung. Diese Befragungen zeigen auf, ob Vereine und Athleten mit unserer Arbeit zufrieden sind, wo noch Schwachstellen sind, die wir verbessern müssen. Auch in vielfältiger anderer Weise halten wir Kontakt zwischen der Basis und dem Verband.

In diesem Zusammenhang nenne ich:

- € eine quantitativ und qualitativ deutlich verstärkte **Öffentlichkeitsarbeit**. Dies sind viele und informative Berichte in den Medien über Veranstaltungen, in den letzten Jahren aber auch aus der Arbeit des Verbandes und zu



aktuellen Themen der Leichtathletik. Über "sein" LVRdirekt hinaus ist Öffentlichkeitsarbeit für Toni Freiburger mehr als Schreiben und Interviews geben.

- € Seit über drei Jahren ist auch der LVR im **Internet** zu finden. Unsere anerkannt gute Internet-Darstellung, für die Ralph Hiller verantwortlich zeichnet, wird immer mehr genutzt.

Im **Leistungssport**, selbstverständlich einem Schwerpunkt unserer Arbeit, sind nachweisbare Fortschritte festzustellen. Unsere neuen **Förderrichtlinien** tragen - im Zusammenwirken mit anderen Hilfen dazu bei, dass die Vereinswechsel unserer Spitzenathleten in andere Landesverbände deutlich gebremst werden konnten. Die Förderrichtlinien ermöglichen weitere Hilfen an Vereine, Schulsport und Breitensport. Wir hoffen, dass wir diese Förderung trotz der aktuell für den Sport gekürzten Landesmittel "durchhalten" können.

Neues Segment im **Breitensport** ist seit einigen Jahren das **Walking**, neben Volkslauf, Lauftreff, Senioren-LA und anderen Aktivitäten. Von unseren Aktivitäten zur Förderung des Breitensports sind insbesondere eine Reihe von Seminaren erwähnenswert, die wir in den letzten Jahren durchgeführt haben. Der Mitgliederzuwachs der letzten Jahre hat hauptsächlich seinen Grund im weiteren Wachsen des Breitensports.

Der LVR hat wieder ein umfangreiches **Veranstaltungsprogramm** durchgeführt, Meisterschaften von der Verbands- bis zur Kreisebene und war Ausrichter von Rheinland-Pfalz-, Westdeutschen Meisterschaften und von Vergleichskämpfen. Höhepunkt waren die Deutschen Senioren-Mehrkampf-Meisterschaften 1999 in Koblenz.

Für die Rheinland- und höherrangigen Meisterschaften und für die Vergleichskämpfe des Jahres 2003 haben wir erstmals mit den ausrichtenden Vereinen **Ausrichterverträge** abgeschlossen. Solche Verträge gibt es für Deutsche Meisterschaften schon immer und sie werden auch in anderen Landesverbänden praktiziert. Diese Verträge geben beispielsweise dem Verband die Möglichkeit, seine Sponsoren bei Meisterschaften darzustellen und schaffen - dies ist die Hauptbegründung - rechtlich relevante Klarheit in den Zuständigkeiten zwischen Verband und Ausrichter und in Haftungsfragen.

Die Überlegungen und Bemühungen, die **Leichtathletik attraktiver** zu machen, für Zuschauer, für Medien, aber auch für Athleten, Betreuer und Kampfrichter sind nicht neu und werden bundesweit diskutiert. Eine Arbeitsgruppe

unter Willi Maurer hat hierzu ein Meisterschaftsmodell entwickelt, das als Versuch getestet werden sollte, aber in wichtigen Teilen vor einigen Wochen keine Mehrheit im Verbandsrat fand. Trotzdem muss der Verband diese Initiativen in den nächsten Jahren fortsetzen.

Der **Nürburgring-Lauf**, unsere größte Veranstaltung und der teilnehmerstärkste Volkslauf im Rheinland, hat leider sein 25-jähriges Jubiläum nicht mehr feiern können. Mit der 23. Auflage im Jahre 2000 war Schluss. Was waren und sind die Gründe für die Aufgabe dieser sehr beliebten Veranstaltung? Ausfall von größeren Sponsoren und Steuerfragen waren zwei wichtige Gründe, die dem veranstaltenden Verein, Sportbund und Leichtathletik-Verband keine andere Wahl ließen, als die Veranstaltung aufzugeben. Der wichtigste Grund ist aber, dass wir durch die zunehmende Belegung des "Rings" mit Motorsport-Veranstaltungen (Formel 1) in den letzten Jahren schon von Jahr zu Jahr den Termin wechseln mussten und zuletzt überhaupt keinen festen Termin mehr von der Nürburgring-GmbH bekommen konnten, selbst bei einer weit höheren Ring-Miete. Mehrere Gespräche mit dem Ziel, die Veranstaltung zu retten oder wiederzubeleben, führten nicht zum Erfolg.

Auch in den letzten vier Jahren sind weitere Stadien mit **Kunststoffbahnen** neu- oder umgebaut worden. Inzwischen gibt es fast 30 dieser Sportstätten im Rheinland. Elektronische Zeit- und Windmessung sind heute auch bei uns schon weitgehend Standard.

In absehbarer Zukunft wird es im Rheinland, wenn kein Wunder geschieht - und Wunder sind bei den klammen öffentlichen Kassen noch unwahrscheinlicher geworden -, keine **Leichtathletik-Halle** geben. Die Großraum-Hallen in Koblenz und demnächst auch in Trier erlauben nur ein sehr eingeschränktes Leichtathletik-Programm und außerdem zeigen die Erfahrungen in Koblenz, dass diese Hallen sehr oft nicht dem täglichen Sport zur Verfügung stehen, sondern mit großen Sport- und vielen außersportlichen Veranstaltungen belegt sind, um die Folgekosten teilweise zu finanzieren.

Umso wichtiger ist deshalb die **Kooperation** mit unseren benachbarten Verbänden. Die Hallen in Ludwigshafen, Saarbrücken, Dortmund und Leverkusen kennen unsere Athleten von gemeinsamen Meisterschaften und anderen Veranstaltungen. Wir sind dankbar, dass viele unserer Athleten in diesen Hallen auch trainieren dürfen. Von besonderer Bedeutung für uns, und in erster Linie für den Westteil des Verbandsgebietes ist die große **Sport-Arena in Luxemburg**, die wir kürzlich anlässlich einer gemeinsamen Präsidiums-Sitzung mit

Luxemburg besichtigt haben. Die seit zwei Jahren eingeführten gemeinsamen Mehrkampf-Meisterschaften Rheinland-Luxemburg sind ein guter Anfang und die Zusammenarbeit muss nach meiner Meinung weiter ausgebaut werden. Dies gilt umso mehr, weil sich die Zusammenarbeit im "Pokal der Freundschaft" von ehemals sieben auf jetzt nur noch vier bis fünf Verbände zurückentwickelt hat.

### **0.3 Geschäftsstelle**

Eine weitere Aufgabe des Präsidenten ist es, als Arbeitgeber die Kontrolle über die Verbandsgeschäftsstelle auszuüben, einhergehend mit dem Weisungsrecht gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Geschäftsstelle.

Wie schon in der Einleitung geschrieben, löste unser jetziger Geschäftsführer Achim Bersch seinen langjährigen Vorgänger Gerhard Paech im April 1999 ab. Zum gleichen Zeitpunkt hatten wir Tanja Müller als weitere Mitarbeiterin in unserer Geschäftsstelle mit 30 Stunden pro Woche eingestellt. Ihr zur Seite stellten wir ab September 2000 mit Ruth Sauer eine 325-Euro-Kraft. Beide Mitarbeiterinnen haben uns inzwischen auf eigenen Wunsch verlassen. Ihnen folgten mit Nicola Korb (30 Stunden pro Woche) ab Dezember 2000 und Petra Schmitt (325-Euro-Kraft) ab Januar 2002 zwei leistungsfähige Mitarbeiterinnen. Der Beschluss des Präsidiums, die ehemals als Vollzeit konzipierte Stelle der Mitarbeiterin auf der Geschäftsstelle in eine 30-Stunden-Kraft und eine zusätzliche 325-Euro-Kraft zu ändern, erweist sich immer mehr als Volltreffer. Dadurch wird eine enorme Flexibilität der Geschäftsstelle, insbesondere in Urlaubs- und Krankheitszeiten, sowie bei Arbeitsspitzen erreicht. Außerdem ist es uns durch diese Maßnahme auch gelungen, den Dienstleistungsanteil der Geschäftsstelle für die Vereine zu erhöhen. Beispielhaft ist dabei die Rückübertragung der Startpassangelegenheiten auf die Geschäftsstelle zu nennen. Gleich zu Beginn der Legislaturperiode haben wir unsere neuen Büroräume im Haus des Sports bezogen. Diese beiden Räume haben einen weitaus besseren Raumzuschnitt als die der alten Geschäftsstelle. Ebenfalls zur Steigerung der Effektivität tragen regelmäßige Investitionen in moderne EDV-Geräte bei. Die Geschäftsstelle ist personell, räumlich und in Bürogeräten bestens für die aktuellen und künftigen Aufgaben unseres Verbandes gerüstet.

Durch die Geschäftsstelle erfolgt die Koordination der gesamten Verbandstätigkeit, einhergehend mit der Abwicklung nahezu aller administrativer Arbeiten der Hauptproduktbereiche. Kontakte zu den Vereinen und Schulen bestehen neben der Beratung in der Hauptsache durch den Verkauf aller durch den

LVR angebotenen Waren wie z. B. Druckwerke, Laufabzeichen, etc., Bearbeitung der Startpässe, Genehmigung von Leichtathletik-Veranstaltungen und Sponsorenidentifikationen, Ehrungen, der Kontrolle von Meldungen für Westdeutsche und Deutsche Meisterschaften sowie das Lehrgangswesen. Natürlich waren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstelle auch bei den zentralen Wettkämpfen des LVR wie Nürburgringlauf, Deutsche Senioren-Mehrkampfmeisterschaften, Leichtathletik-Wettbewerbe beim DJK-Bundessportfest und dem B-Jugend- und Schüler-Vergleichskampf in verantwortungsvollen Positionen mit eingebunden.

#### **0.4 Zum Schluss (WH)**

Beim Verbandstag am 29. März 2003 werde ich nicht mehr für das Amt des Präsidenten kandidieren. In den 25 Jahren, die ich an der Spitze des Verbandes stehe, hat sich verständlicherweise vieles verändert. Zum größten Teil waren die Veränderungen positive Entwicklungen, beispielsweise der Bau von Kunststoffbahnen. Wir konnten in dieser Zeit einen fast hoffnungslosen Rückstand gegenüber fast allen anderen Landesverbänden aufholen. Mit Koblenz-Oberwerth war im Sommer 1978 die erste Kunststoffbahn im Rheinland fertig gestellt worden. Nennen möchte ich auch die Expansion im Breitensport.

Ich beziehe deshalb in meinen Dank nicht nur die Wegbegleiter an der Verbandsspitze in den letzten vier Jahren, sondern auch in den vorausgegangenen über 20 Jahren ein. Das gilt gleichermaßen auch für die vielen Kolleginnen und Kollegen in den Kreisen und Vereinen. Viele von ihnen leben nicht mehr. Mein Dank gilt in besonderer Weise unserer Geschäftsstelle, in den letzten Jahren unter Achim Bersch und viele Jahre davor unter Gerhard Paech. Die Geschäftsstelle war immer ein "Aushängeschild" des LVR. Wohltuend und förderlich war für mich auch stets eine gute Zusammenarbeit.

Unsere Arbeit gefördert und vielfach überhaupt erst möglich gemacht haben haben Partner, seien es der Sportbund, der Landessportbund, der Deutsche Leichtathletik-Verband, andere Fachverbände, das Land und die Kommunen, denen wir besonders für die Investitionen in den Sport zu danken haben, die Schulen, die Wirtschaft, weitere Sponsoren und die Presse.

Ich bin zuversichtlich, dass der Leichtathletik-Verband Rheinland in eine weitere gute Zukunft gehen wird. Ich werde der Leichtathletik und dem LV Rheinland weiterhin verbunden bleiben.

Walfried Heinz, Präsident

# 1 Ziele und Zielgruppen des Verbandes

## 1.1 Verbandsleitbild (WM)

Das Präsidium des Leichtathletik-Verbandes Rheinland<sup>1</sup> hat Anfang 2001 im Rahmen einer Klausurtagung die Ziele des Verbandes festgelegt. Grundlage war das „Verbandsleitbild“ bzw. die „Verbandsphilosophie“ der *„Förderung der Leichtathletik durch Unterstützung und Koordinierung der sportbezogenen Interessen aller Mitgliedsvereine und deren in der Leichtathletik tätigen Aktiven“*<sup>2</sup>

Die Marketingziele des LVR bestehen aus 4 Metazielen mit ihren jeweiligen Unterzielen:

### **Sportliche Ziele:**

- € Förderung des Spitzensports
- € Nachwuchsförderung
- € Steigerung der Attraktivität der Leichtathletik-Veranstaltungen
- € Förderung der Leichtathletik in den Schulen
- € Gewinnung unorganisierter Jogger

### **Organisatorische Ziele:**

- € Betreuung und Beratung der Mitgliedsvereine
- € Schaffung von Dienstleistungskompetenz als Beitrittsmotiv
- € Entwicklung marktfähiger Dienstleistungen

### **Ökonomische Ziele:**

- € Mitgliedererhaltung
- € Mitgliedergewinnung

### **Psychographische Ziele:**

- € Imageverbesserung
- € den LVR zur Marke aufbauen
- € Neupositionierung der Breitensport-Leichtathletik

---

<sup>1</sup> Im Folgenden nur noch LVR genannt

<sup>2</sup> § 2 der Satzung des LVR

## 1.2 Sportliche Ziele

### 1.2.1 Förderkonzept <sup>(TF)</sup>

Ein Schwerpunkt der Arbeit des Präsidiums in den letzten 4 Jahren war die Förderung des Spitzen- und Breitensports. Aus bescheidenen Anfängen als Grundlage hat eine Arbeitsgruppe im vergangenen Jahr Förderrichtlinien erarbeitet, die als beispielhaft angesehen werden können.

Durch diese Förderung will der Verband erreichen, dass die Athletinnen und Athleten des Rheinlandes, die sich bei Deutschen Meisterschaften bewährt haben, im Rahmen des finanziell Möglichen durch Zuschüsse zu Fahrtkosten unterstützt werden. Ein weiteres Ziel der Förderrichtlinien ist es, die Trainingsbedingungen der Vereine zu verbessern und die Ausrichter internationaler Sportfeste zu unterstützen.

Mit der Ausschreibung des Volkslauf-Schülerpreises und Unterstützung von Laufabzeichen-Veranstaltungen werden auch ganz gezielt die Vereine unterstützt, die sich um den Breitensport kümmern.

Bereits für das vergangene Jahr waren im Haushalt entsprechende Mittel eingestellt. Die Zuwendungen wurden den entsprechenden Leistungen gemäß gestaffelt an die Athletinnen und Athleten ausgezahlt. Ebenso konnten erste Unterstützungsanträge der Vereine befriedigt werden.

Die Förderrichtlinien sind ganz sicher hilfreich. Die daraus resultierenden Zuwendungen werden als merkliche Unterstützung anerkannt. Diese Unterstützungen führen bei den Athletinnen und Athleten, aber auch bei den Vereinen ganz sicher zu einem neuen „Wir- Gefühl“ und sind mit ein Grund dafür, dass die Abwanderungswellen der letzten Jahre gestoppt werden konnten.

Die gesamten Förderrichtlinien stehen im Internet unter [www.LVRheinland.de](http://www.LVRheinland.de). Zudem wurden sie im vergangenen Jahr in LVRdirekt abgedruckt.

### 1.2.2 LVR-Fundraising-Konzept (WM)

Ziel des LVR-Fundraising-Konzeptes<sup>3</sup> ist es, den Förderern der Leichtathletik (im weitesten Sinne Mäzenen) die Möglichkeit zu bieten, aus der Anonymität des „Spenders“ in die Position des „Sponsors“ (soweit dies gewünscht ist) zu wechseln.

Hierfür sieht das LVR-Fundraising-Konzept folgende Module vor:

€ **Exklusiv-Sponsoring:**

Ab einem Betrag von 10.000 € hat der Sponsor das Recht, sich als „Offizieller Förderer der Leichtathletik im Rheinland“ zu bezeichnen.<sup>4</sup>

€ **„Personenneutrales“ Sponsoring:**

Der Förderbetrag fließt in das Gesamtförderbudget des LVR. Die „Verteilung“ auf die Athleten erfolgt durch den LVR entsprechend den Kriterien für die Förderung von Spitzenathleten.

Personenneutrale Fördermittel werden für die Unterstützung der Athleten als Fahrtkostenzuschuss, als Kostenübernahme bei sportärztlichen Untersuchungen, als Zuschuss für Aufenthaltskosten bei Meisterschaften oder zur Unterstützung der Leichtathletik-Vereine, z.B. Zuschuss für die Anschaffung von Sportgeräten<sup>5</sup>, verwandt.

€ **„Personengebundenes“ Sponsoring:**

Der Förderer / Sponsor vergibt den Förderbetrag personengebunden an einen oder mehrere Athleten. Mit dieser Art der Förderung übernimmt der Sponsor sozusagen die „Patenschaft“ über den / die Athleten. Die Höhe der Förderung eines Einzelathleten richtet sich nach dem „Marktwert“ des Athleten. Der „Marktwert“ eines Leichtathleten wird jeweils zu Beginn eines jeden Jahres vom LVR neu berechnet. Grundlage für die Berechnung des „Marktwertes“ ist die Platzierung des Leichtathleten in der vorangegangenen Saison.

€ **„Team-Sponsoring“:**

Der Förderer / Sponsor vergibt den Förderbetrag an ein "Leichtathletik-Team". Das "Leichtathletik-Team" tritt – unabhängig von der Teamform - bei den Veranstaltungen unter dem Namen des Sponsors auf.

<sup>3</sup> Fundraising ist der amerikanische Oberbegriff für alle Aktivitäten, die mit der Beschaffung von Ressourcen für Non-Profit-Unternehmen verbunden sind (Mayer, W.: Sponsoring-Explorer, Münster 1999)

<sup>4</sup> Einzelheiten werden im Sponsorship geregelt

<sup>5</sup> soweit diese nicht durch Dritte (z.B. SBR) bezuschusst werden

Förderungsmöglichkeiten sind: reiner Ausrüstervertrag, Prämienvertrag oder Fixumvertrag.

Bei den vorgenannten Modulen kann die Leistung der Sponsoren in Form von Geldleistungen, Sachleistungen<sup>6</sup> oder Know-how<sup>7</sup> bestehen.

Darüber hinaus besteht nach wie vor die Möglichkeit der:

€ **Finanziellen Unterstützung:**

durch eine ein- oder mehrmalige Spende in beliebiger Höhe, wobei eine kommunikative Nutzung, soweit dies vom Sponsor gewünscht wird, möglich ist.

### 1.2.3 Talentfördergruppe (JK)

Die Talent-Förder-Gruppe (TFG) hat sich seit der Gründung 1995 in den vergangenen vier Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. Die Zahl der Wochenenden im Winter konnte gesteigert werden, durchschnittlich durchlaufen 60 Schülerinnen und Schüler die Maßnahmen im Winterhalbjahr. Dabei steht neben dem gemeinsamen Training vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund: Die Kids sollen sich besser kennenlernen und bauen ein freundschaftliches Verhältnis zueinander auf. In den acht Jahren, die wir nun an diesem Projekt arbeiten, haben wir von den Sportlern fast nur positive Rückmeldungen bekommen.

Für die fachliche Seite haben wir bereits einige bekannte Trainer und Athleten eingeladen, die mit unserem Nachwuchs gearbeitet haben: Mona Steigauf, Henning von Papen, Alwin Wagner und Johannes Hücklekempkes fanden nicht nur die Idee gut, ihnen hat die Arbeit sichtlich viel Spaß gemacht.

Das zentrale Ziel, die Schüler/innen an den Leistungssport heranzuführen, gelingt uns recht gut. Die Teilnehmerzahlen bei den Deutschen Schülermeisterschaften stabilisieren sich nach den guten Jahren vor dem Jahrtausendwechsel wieder, viele schaffen den Sprung in den D-Kader.

Probleme bestehen leider immer noch im finanziellen Bereich, da es bisher noch nicht gelungen ist, externe Förderer für unsere besten Nachwuchsleichtathletinnen und -athleten zu finden.

---

<sup>6</sup> Bereitstellung von Kleidung, Fahrzeugen, Übernahme von Transportleistungen, Unterkunft und Verpflegung, Versicherungsleistungen

<sup>7</sup> Bereitstellung von Arbeits- oder Ausbildungsplätzen, Trainingsprogramme, Training-on-the-Job-Programme



In 2002 wurde zum ersten mal ein Blockwettkampf für die TFG angeboten, der nochmals als Qualifikationsmöglichkeit zur DM genutzt werden konnte. In diesem Winter wurde ein Leistungstest eingeführt, der den Leistungsstand der Athletinnen und Athleten besser vergleichen lässt.

Trotz aller Erfolge, die wir erzielt haben, sind wir abhängig von der guten Arbeit und Unterstützung der Vereine, die ich ausdrücklich positiv bezeichnen möchte.

#### **1.2.4 Modernisierung der Leichtathletik-Veranstaltungen (WM)**

Angesichts der anhaltenden Kritik von Zuschauern, Athletinnen und Athleten bis hin zu den Ausrichtern über die Form der leichtathletischen Veranstaltungen (Stichwort: Dauer der Veranstaltungen, Attraktivität der Veranstaltungen, sowohl für die Akteure als auch die Zuschauer) hat der LVR eine Projektgruppe gebildet, mit dem Auftrag, eine „Modellmeisterschaft“ zu konzipieren, die den heutigen Anforderungen der Zuschauer und Medien gerecht wird.

Die Mitglieder der Projektgruppe waren:

**Greunke Harald, Oehler Wolfgang, Reifferscheid Heinz, Teusch Holger und Maurer Willi**

Die Projektgruppe hat zwei elementare Änderungen im Angebot und der Durchführung der Meisterschaften vorgeschlagen:

€ **die Verkürzung der Veranstaltungsdauer auf maximal 3 Stunden**

und

€ **eine zuschauerfreundlichere Darbietung der Leichtathletik durch Vermeidung parallel laufender Disziplinen.**

Durch die Reduzierung der Zahl der Disziplinen auf 11 war es möglich, die Veranstaltungsdauer, einschl. der Vorkämpfe, auf max. 3 Stunden zu verkürzen. Damit wäre eine entscheidende Verbesserung des Angebots in Richtung Zuschauer- und Medienfreundlichkeit erreicht worden. Ein weiteres „Plus“ des Modells waren die ausgewählten 11 Disziplinen. Sie sind fast deckungsgleich mit den Disziplinen, die im Rahmen einer vom DLV 2002 durchgeführten Befragung als die beliebtesten Leichtathletik-Disziplinen von den Zuschauern benannt wurden.

Die Attraktivität der Leichtathletik für den Zuschauer sollte dadurch erreicht werden, dass alle Finalkämpfe sozusagen exklusiv sind. D.h., zum Zeitpunkt des jeweiligen Finals findet nur diese eine Disziplin im Stadion statt. Mit dieser, für die traditionelle Leichtathletik revolutionären Änderung, wäre man, wie es der Vizepräsident des Deutschen Leichtathletik-Verbandes, Theo Rous formulierte, sozusagen zu den Wurzeln der Leichtathletik zurückgekehrt, zum Kampf „Mann gegen Mann“ bzw. Frau gegen Frau“.

## 1.3 Ökonomische Ziele

### 1.3.1 Mitgliedererhaltung und -entwicklung (WM)

Mit Stichtag 1. Januar 2002 hatte der LVR 39.950 Mitglieder. Gegenüber 1999, dem Beginn der Amtsperiode des jetzigen Präsidiums, ist das eine Zunahme um rd. 3.000 Mitglieder oder 8%.

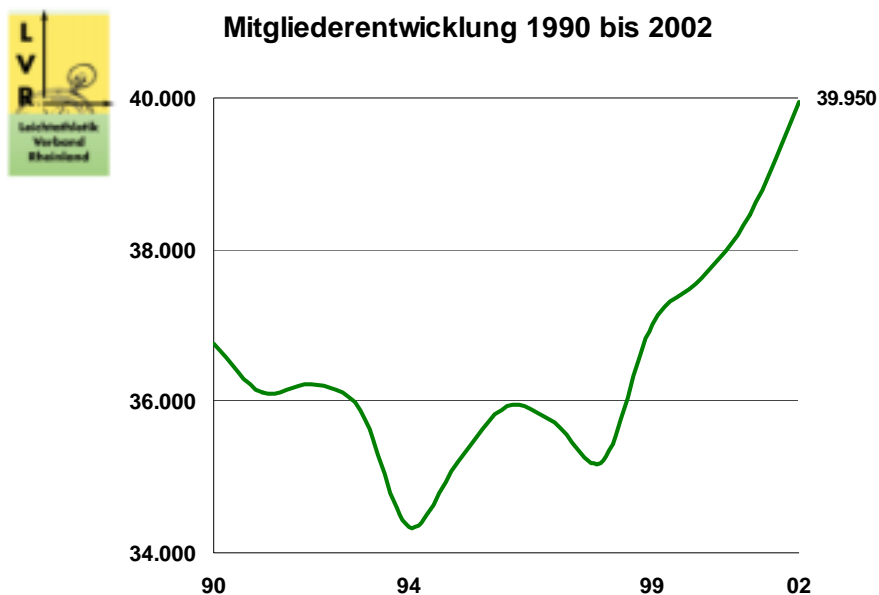


Abbildung 1: Mitgliederentwicklung 1990 bis 2002

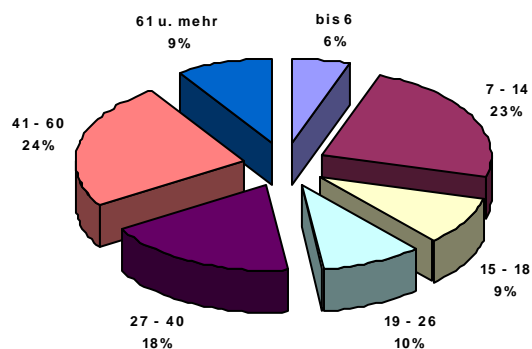
Der mitgliederstärkste Kreis ist der Leichtathletik-Kreis Mayen-Koblenz mit 6.800 Mitgliedern.

## **Werbung GLR**



**Abbildung 2: LVR-Mitglieder nach Kreisen**

Die Verteilung der Vereinsmitglieder aus die 7 Altersgruppen entspricht im wesentlichen dem Bild, das man auch in den anderen Leichtathletik-Verbänden in Deutschland vorfindet.



**Abbildung 3: Mitglieder nach Altersgruppen 2002**

Der Anteil der Kinder und Jugendlichen liegt zwar noch bei 38%, doch ist im Vergleich mit den Vorjahren ein Rückgang festzustellen. Kräftige Zunahmen

verzeichnen dagegen die Seniorensportler.<sup>8</sup> Ihr Anteil hat fast die 50%-Marke erreicht.

## 1.4 Psychographischen Ziele (WM)

Psychographische Ziele sind jene Ziele, die auf eine Einstellungs- und Verhaltensbeeinflussung der Käufer (Zielgruppe) ausgerichtet sind. Die psychographischen Ziele stellen gewissermaßen die qualitativen Sollzustände des Marketings dar. Typische Zielgrößen, die überwiegend über die Instrumente der Kommunikationspolitik erreicht werden, sind das Image, der Bekanntheitsgrad und die Kundenzufriedenheit.<sup>9</sup>

### 1.4.1 Image der Leichtathletik (WM)

Unter Image versteht man die Vorstellung, die eine Person über die Eignung einer Marke zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse hat. Für die Positionierung des Verbandes (siehe Seite 16) ist es notwendig, auf der Basis einer Imageanalyse die optimale Position zu ermitteln und sie durch Qualitäts- und Kommunikationsmaßnahmen gezielt zu beeinflussen.<sup>10</sup>

Im Rahmen der Vereinsbefragungen wurde auch das Image des Leichtathletik-Verbandes erfragt. Auf die Frage: „ Wenn Sie ein Vorstandskollege eines anderen Vereins fragen würde, wie Sie den LVR einschätzen, wie würden Sie antworten?“ bezeichnen die Kunden des LVR ihren Verband als:

- € freundlich
- € vertrauenswürdig
- € informativ
- € kundenfreundlich und
- € kompetent.

Um festzustellen, ob diese Einstufung auch dann Bestand hat, wenn man den Kunden bittet, sozusagen die Meinung eines Anderen abzugeben, wurde bei der Hälfte der Fragebogen die Fragestellung wie folgt geändert: „ Was glauben Sie, wie Ihre Kollegen aus anderen Leichtathletikvereinen bzw. –abteilungen den LVR einschätzen?“

Die Imagezuschreibungen dieser Personengruppe (rote gestrichelte Linie) weicht nur unwesentlich von der der Vergleichsgruppe ab, was die folgende Grafik zeigt:

<sup>8</sup> Seniorensportler im Sinne der Jahrgangseinteilung der Leichtathletik

<sup>9</sup> Koch, J.: Marketing, München 1999

<sup>10</sup> Trommsdorf, V.: Konsumentenverhalten, Stuttgart 2002, S. 159

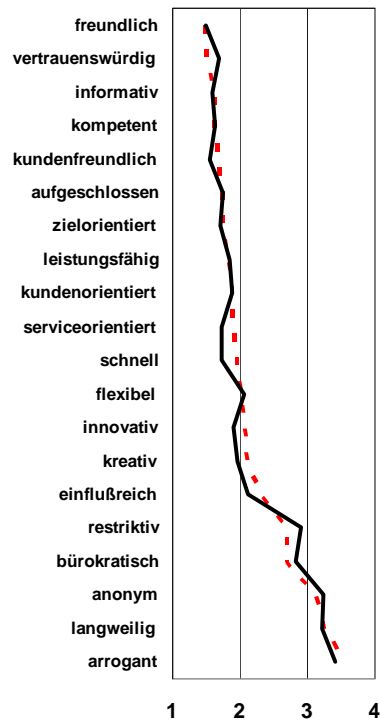


Abbildung 4: Imagezuschreibung <sup>11</sup>

### 1.4.2 Positionierung (WM)

Das Positionierungsziel des Verbandes ist der „Sport-Dienstleister“, sowohl für die Kunden aus dem Spitzen- und Wettkampfsport, als auch die Kunden aus dem Breiten- und Freizeitsport.

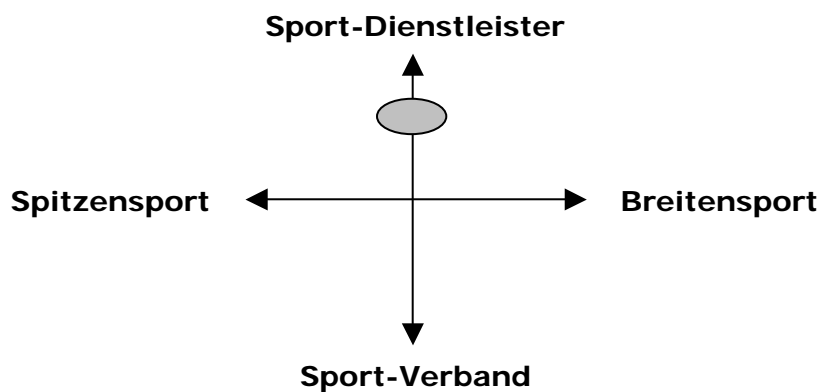


Abbildung 5: Positionierung des Leichtathletik-Verbandes Rheinland

<sup>11</sup> 1 = trifft zu; 2 = trifft einigermaßen zu; 3 = trifft eher nicht zu; 4 = trifft nicht zu

### 1.4.3 Neues Erscheinungsbild (WM)

Unter dem Begriff des Corporate Design versteht man eine „visuelle Identität“, die von der Öffentlichkeit sofort wiedererkannt werden soll. Das neue Corporate Design des LVR zieht sich wie ein „roter Faden“ vom Markenzeichen des Verbandes, über seine Geschäftspapiere, die Publikationen, die Formulare und Visitenkarten, bis hin zur Fahne.

Als das jetzige Präsidium vor etwa 3 Jahren im Verband seine Arbeit aufnahm, hat es sich zum Ziel gesetzt, den Sportfachverband, der bis dahin ein Verband der „Dienstgesinnung“ war, zu einem „Dienstleister“ für die Vereine zu wandeln. Angestrebt war eine Neuausrichtung der „Marke“ Leichtathletik-Verband Rheinland, verbunden mit einem langfristigen Aufbau eines modernen Images. Die Aufgaben des Verbandes sollten also nicht mehr nur darin bestehen, Meisterschaften „zu verwalten“, vielmehr war ein serviceorientiertes, modernes und flexibles Image angestrebt. Die Mitgliedsvereine, also die „Kunden“ des Verbandes, sollten durch innovative, serviceorientierte Angebotsformate an den Verband gebunden werden. Der LVR sollte zu einer „Marke“ aufgebaut werden.

Im Jahre 2001 wurde die Neuausrichtung des Verbandes durch ein neues Corporate Design kommuniziert.

Mit dem neuen Markenzeichen sollen auch die neuen Werte verknüpft werden: Stringente Neuausrichtung des Verbandes in einen Dienstleistungsverband, dargestellt durch die beiden Pfeile.

Zugleich symbolisieren die Markenzeichen die Grundwerte „höher“ und „weiter“, während die Uhr für die dritte Dimension



beiden Pfeile im neuen leichtathletischen „weiter“, während die Uhr „schneller“ steht.

### 1.5 Zielgruppen (WM)

Bei den Zielgruppen des Verbandes muss man zwischen den organisationsbezogenen und den konsumentenbezogenen Zielgruppen unterscheiden.

**Organisationsbezogene Zielgruppen** des Verbandes sind:

- € die Mitgliedsvereine, also die „Kunden“ des Verbandes
- € die Mitgliedsvereine des Sportbundes Rheinland, die Leichtathletik anbieten, die aber anderen Sportfachverbänden angeschlossen sind
- € die Mitgliedsvereine des Sportbundes Rheinland, die ihre Angebotspalette um die „Trendsportart“ Leichtathletik erweitern möchten

**Konsumentenbezogene Zielgruppen** des Verbandes sind:

- € Vereinsmitglieder der Kunden (Mitgliedsvereine) des LVR und
- € Sportler mit einer Affinität zur Leichtathletik (d.h., Personen, die angeben, in ihrer Freizeit Leichtathletik, Jogging oder Walking zu betreiben)

## 2 Leistungs- und Wettkampfsport

### 2.1 Athleten und Erfolge (WB)

In den zurückliegenden 4 Jahren konnten die Sportler/innen unseres Verbandes zahlreiche Erfolge bei den verschiedenen Deutschen Meisterschaften erzielen.

Am 19./20. Juni 1999 waren wir Ausrichter der Deutschen Senioren-Mehrkampfmeisterschaften in Koblenz. Diese Meisterschaft war vom LVR-Team ausgezeichnet vorbereitet und konnte ohne Probleme durchgeführt werden.

Im gleichen Jahr wurden Sabrina Mockenhaupt (LG Sieg) und Andrea O' Brien (TuS 1862 Kirn) vom Deutschen Leichtathletik-Verband in die Nationalmannschaft für die Junioren- Europameisterschaften in Riga berufen. Dabei konnte sich Sabrina einen ausgezeichneten 4. Platz im 5000 m Lauf und den 8. Platz über 3000 m erlaufen. Andrea O'Brien verpasste nur um Millimeter den 200 m Endlauf. Bei den Deutschen Meisterschaften 1999 waren die Sportler/innen unseres Verbandes sehr erfolgreich. Stellvertretend für alle möchte ich Sabrina Mockenhaupt mit vier Deutschen A-Jugendmeisterschaften und den Mannschaftssieger bei den Deutschen Crossmeisterschaften der Junioren die Gerolsteiner LGV hervorheben. Bei der Tagung des Pokals der Freundschaft konnten wir endlich erreichen, dass ab dem Jahr 2000 auch die Frauen zu diesem Vergleichskampf zugelassen wurden.

Seit dem Jahr 1999 ist Sabrina Mockenhaupt das Aushängeschild des LVR. Sabrina gelang es im Jahr 2001 erstmals wieder bei den (großen) Deutschen Meisterschaften einen Deutschen Titel für den LVR im 5000 m Lauf der Frauen



# **Werbung Adidas**

zu erringen. Dieser großartige Erfolg wurde von ihr im Laufe des Jahres durch weitere national und international bedeutsame Leistungen vervollständigt. Durch verbesserte Zuwendungen zu den Kosten für Fahrten zu Wettkämpfen und zum Training durch den LVR und der Vermittlung von weiteren Fördermaßnahmen durch den Landessportbund konnte Sabrina Mockenhaupt im Rheinland gehalten werden. Ferner wurden 2001 zwanzig weitere Athleten/innen mit Einkaufsgutscheinen zum Kauf von Sportkleidung unterstützt.

Um weitere Erfahrungen auf internationaler Ebene zu sammeln, wurden unsere Leistungsträger zu einem internationalen Sportfest in Luxemburg auf Kosten des LVR geschickt. Auch fanden im Jahr 2001 erstmals gemeinsame Mehrkampftesterschaften mit dem Verband Luxemburg statt, welche in der Zwischenzeit zum festen Bestandteil des Meisterschaftsprogrammes gehören.

Mit der Verabschiedung der Förderrichtlinien versucht der LVR seinen Vereinen eine weitere Möglichkeit zur Förderung der Athleten und Vereinen zu geben.

Organisator Marc Roos führte im Jahr 2000 erstmals ein Internationales Kugelstoß-Meeting im Schlosspark zu Engers durch, welches im Jahr 2002 mit der Qualifikation für die Europameisterschaften ihren Höhepunkt erreichte.

Ferner wurden am 12. Oktober 2002 die Ausrichter von Rheinlandmeisterschaften und höherwertigen Meisterschaften zu einer Ausrichter-Tagung nach Koblenz eingeladen. Bei dieser Tagung wurde vertraglich festgelegt, welche Bedingungen von den Ausrichtern ab dem Jahr 2003 für die Durchführung o.g. Meisterschaften zu erfüllen sind.

Bei unserer letzten Tagung des Pokals der Freundschaft in Kaiserslautern wurde der Antrag des LVR angenommen, ab dem Jahr 2003 nur noch einen Vergleichskampf nach folgendem Muster durchzuführen: Es findet ein volles Wettkampfprogramm statt, dabei gehen in jeder Klasse (Frauen-Männer-weibliche Jugend-männliche Jugend) nur noch ein Teilnehmer je Wettbewerb an den Start. Die Wertung erfolgt ab dem Jahr 2003 nach der Länderkampfwertung. Durch diese Maßnahme dürfte der jährliche Vergleich wieder interessanter werden und die Verbände können erhebliche Kosten sparen. Hier nun ein kurzer Überblick über die Erfolge bei den verschiedenen Deutschen Meisterschaften.

## 2.2 Erfolge (WB)

Unsere Sportler/innen (Schüler-Jugend-Juniorinnen/innen-Frauen-Männer) konnten in den Jahren 1999 – 2002 folgende Platzierungen erreichen:

22	Deutsche Meistertitel
26	Deutsche Vizemeisterschaften
20	dritte Plätze
26	vierte Plätze
25	fünfte Plätze
16	sechste Plätze
21	siebte Plätze
18	achte Plätze

**Tabelle 1: Erfolge der LVR-Athletinnen und Athleten**

Internationale Einsätze hatten zu verzeichnen:

### 1999:

#### Crosslauf-Weltmeisterschaften Juniorinnen

31. Platz Sabrina Mockenhaupt LG Sieg

#### Juniorinnen-Europameisterschaften Juniorinnen

4. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	5 000 m
8. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	3 000 m
VL	Andrea O'Brien	TuS 1862 Kirn	200 m

#### Juniorinnen-Hallen-Länderkampf GER – FR – I -GRB

2. Platz Sabrina Mockenhaupt LG Sieg 1 500 m

### 2000:

#### U 23 Länderkampf GER-FR-SP-TSCH

1. Platz Sabrina Mockenhaupt LG Sieg 3 000 m

#### U 18 Länderkampf GER-FR-SP-TSCH

1. Platz	Annika Schmitt	RW Koblenz	4 x 400 m
7. Platz	Gregg Quianoo	LG Saar-Mosel	200m

**2001****U 18 Weltmeisterschaften**

14. Platz	Stefan Keller	TuS 1862 Kirn	Kugel
-----------	---------------	---------------	-------

**U 23 Europameisterschaften**

3. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	10 000 m
10. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	5 000 m

**Europa-Cup**

6. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	3 000m
----------	---------------------	---------	--------

**Geher Europa-Cup**

34. Platz	Andrea Meloni	Diezer TSK	20 km
-----------	---------------	------------	-------

**2002****Europameisterschaften – Halle**

8. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	3 000m
----------	---------------------	---------	--------

**Europa-Cup**

4. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	5 000m
----------	---------------------	---------	--------

**Europameisterschaften**

10. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	10 000m
-----------	---------------------	---------	---------

**Militär-Weltmeisterschaften**

1. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	5 000m
----------	---------------------	---------	--------

**Welt-Cup**

7. Platz	Sabrina Mockenhaupt	LG Sieg	5 000m
----------	---------------------	---------	--------

**Geher Cup**

13. Platz	Andrea Meloni	Diezer TSK	20 km
-----------	---------------	------------	-------

**U 18 Länderkampf Deutschland-Ungarn-Schweiz**

1. Platz	Christina Mohr	Gerolsteiner LGV	3 000 m
1. Platz	Stefan Keller	TuS 1862 Kirn	Diskus
2. Platz	Stefan Keller	TuS 1862 Kirn	Kugel

**Tabelle 2: Internationale Einsätze der LVR-Athletinnen und Athleten**

## **2.3 Stützpunktarbeit (D-Kader) (WB)**

In den vergangenen 4 Jahren wurde in den D-Kader Stützpunkten ausgezeichnete Arbeit geleistet. Dafür gilt mein Dank allen Stützpunkttrainern.

Der LVR zeichnet sich dadurch aus, dass Talente nicht nur in Koblenz oder Trier entdeckt werden, sondern in den Vereinen des gesamten Verbandes. Dieser Tendenz trägt der Verband durch die Einrichtung von Stützpunkten Rechnung. Leider können dabei nicht alle Wünsche erfüllt werden. In den vergangenen Jahren wurden 4 Stützpunkte in Betzdorf – Koblenz – Kirn – Daun eingerichtet in den denen die Kaderathleten wöchentlich Möglichkeiten zum Training hatten. Bedingt durch die Entfernungen konnten aber nicht alle Kaderathleten betreut werden. Ferner fanden im Winter für ausgesuchte Disziplinen zentrale Maßnahmen auf Rheinland-Pfalz- Ebene in Mainz bzw. Ludwigshafen statt. Bei der Erfolgsbilanz der Deutschen Meisterschaften ist festzustellen, dass rund 75 % der Endkampfplatzierungen von Athleten/innen aus den Stützpunkten bzw. von den Kaderathleten/innen erreicht wurden. Zur Zeit gehören 90 D-Kader-Sportler/innen aus Rheinland-Pfalz dem LSB-Kader an, davon 42 aus dem Rheinland. Im Frühjahr des Jahres 2002 untersuchte eine ad-hoc-Kommission unser Stützpunkt-System und schlug eine Änderung der Förderung vor, um allen Kaderathleten eine intensivere Förderung zu ermöglichen. Dieser Vorschlag kann aber nur verwirklicht werden, wenn vom Landessportbund (LAL) Zustimmung erfolgt. Mehrere Sportler unseres Verbandes wurden in den vergangenen Jahren in die Bundeskader A – B – C - D/C vom Deutschen Leichtathletik-Verband berufen. Während die A-B-C-Kader Athleten eine entsprechende Förderung durch den Spitzenverband erhalten, werden die D/C-Kader-Athleten zusätzlich vom Landessportbund (LAL) unterstützt. Ferner haben wir unser Stützpunktsystem um den Rheinland-Kader erweitert. In den Rheinland-Kader werden Athleten/innen aufgenommen, welche noch nicht die Voraussetzungen für den D-Kader erfüllen. Diese Sportler/innen können am D-Kader-Stützpunkttraining teilnehmen

## **3 Breiten- und Freizeitsport**

### **3.1 Aufgaben und Kompetenzen (GB)**

Eine der tragenden Säulen in der Leichtathletik schlechthin ist der Breiten- und Freizeitsport mit seinen wesentlichen Teilbereichen wie Volkslauf, Walking, Wandern, Inline-Skaten, City-Rollern, sowie Lauf- und Walking-TREFFs. Daraus ergibt sich auch die Zuständigkeit des LVR als der dafür bestehende

Fachverband. Eine fachliche Aufsicht bzw. Betreuung wird immer schwieriger, weil auch andere Fachverbände sich für oben genannte Teilbereiche kompetent fühlen und nicht nur Veranstaltungen anbieten, sondern auch Ausbildung betreiben. Von diesen Fachverbänden abgesehen, nutzen vielerlei Institutionen (Krankenkassen, Fitness-Studios u. a.) ihr Angebot, um Lauf- und/oder Walking-TREFFs auf kommerzieller Basis zu erweitern.

Der LVR wird künftig noch stärker seine Kompetenz als der Fachverband für Laufen und Walking herausstellen müssen. Dabei wird es auch eine wichtige Aufgabe des Verbandes sein, die „Laufkunden“ vor den stark zunehmenden „wilden“ Laufveranstaltungen<sup>12</sup> zu schützen.

### 3.2 Volkslauf (GB)

Wie die Abbildung 7 zeigt, hat sich auch in den vergangenen 4 Jahren die Zahl der Volkslaufveranstaltungen und die der Teilnehmerinnen und Teilnehmer weiter erhöht. Hatten wir im LVR im Jahre 1999 bei 209 Volkslauf-Veranstaltungen insgesamt 55.660 Teilnahmen, so ist die Zahl der Veranstaltungen bis 2002 auf 235 (+ 12,5%) und die der Teilnahmen auf 62.800 (+ 12,8%) gestiegen.

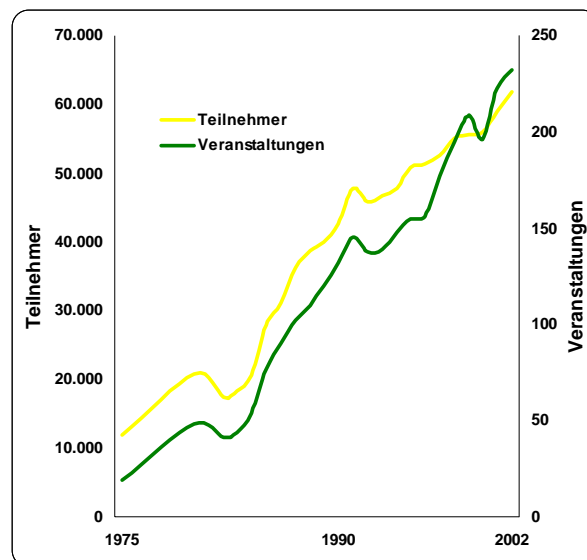


Abbildung 6: Entwicklung der Volkslauf-Veranstaltungen und -Teilnehmer

Dabei ist der Volkslauf keine Domäne der Erwachsenen. Immer mehr Schüler finden Gefallen daran, die Breitensport-Leichtathletik sozusagen unter „Wett-

<sup>12</sup> Als „wilde“ Laufveranstaltung zählen alle Volks- und Straßenläufe, die keine Genehmigung durch den LVR besitzen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieser Veranstaltungen genießen keinerlei Versicherungsschutz!

kampfbedingungen“ auszuprobieren. Auch das Segment der WalkerInnen nimmt von Jahr zu Jahr immer mehr zu.

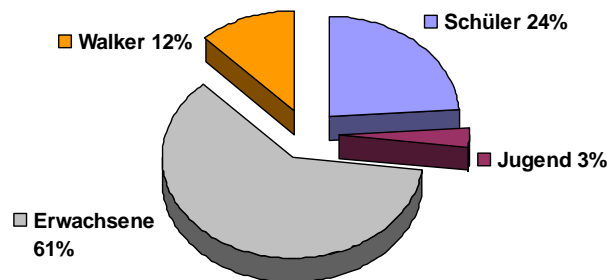


Abbildung 7: TeilnehmerInnen an Volksläufen

### 3.2.1 Volkslauf-Schülerpreis (GB)

Seit dem Jahre 1995 wird im LVR ein Volkslauf-Schülerpreis zur Intensivierung der Nachwuchsarbeit ausgeschrieben. Die Schüler und Schülerinnen sind die Jugendlichen von morgen und danach die Volksläufer/innen, von denen dann auch möglichst viele der Leichtathletik die Treue halten mögen.

Die Sieger der letzten Jahre:

2000	2001	2002
LT Welschbillig; 289 Punkte	LT Welschbillig; 277 Punkte	TG Boppard; 291 Punkte
DJK Marienstatt; 231 Punkte	LG Daleiden; 213 Punkte	LT Welschbillig; 264 Punkte
LG SV Langsur; 210 Punkte	TV Birkenfeld; 208 Punkte	TV Birkenfeld; 221 Punkte

Tabelle 3: Sieger des Volkslauf-Schülerpreises

### 3.2.2 RZ-Cup (WM)

Die Rhein-Zeitung Koblenz hat 2002 gemeinsam mit dem LVR einen Volkslauf-Cup, den „rz-Cup“ ins Leben gerufen. Die zum Cup gehörenden 10 Volkslaufveranstaltungen waren:

17.3	Bad Kreuznach	Seppel-Kiefer-Gedächtnislauf
9.5	Sinzig-Westum	Internationalen Volkslauf
9.6	Dernau	Rotweinwanderweg-Volkslauf
13.7	Horn	Internationalen Honiglauf
27.7	Eitelborn	Rund um die Sporckenburg
3.8	Heimbach-Weis	Rund um Rommersdorf
1.9	Birkenfeld	Stadtlauf
14.9	Ulmen	Eifelvolkslauf
28.9	Polch	Griesson-de Beukelaer Stadtlauf
19.10	Hachenburg	Internationalen Löwenlauf

Für die ersten 6 Platzierten bei den Frauen und Männern hatte die Rhein-Zeitung Preisgelder in Höhe von insgesamt 4.000 Euro ausgesetzt.

Neben der qualitativen Aufwertung der Veranstaltungen hatte die Cup-Serie auch einen quantitativen Effekt. So stieg die Teilnehmerzahl bei den 10-km-Läufen um insgesamt 15%.

	2001	2002	Veränd. <sup>13</sup>
<b>Teilnehmer ins.</b>	<b>5.303</b>	<b>6.049</b>	<b>4%</b>
darunter:			
männlich	3.590	4.032	2%
weiblich	1.713	2.017	8%
<b>Teilnehmer 10-km-Lauf ins.</b>	<b>1.868</b>	<b>2.420</b>	<b>15%</b>
darunter:			
männlich	1.401	1.798	13%
weiblich	467	622	21%

**Tabelle 4: Teilnehmerinnen und Teilnehmer am RZ-Cup**

Trotz des Erfolges und der großen Resonanz bei den Läuferinnen und Läufern hat sich die Rhein-Zeitung dafür entschieden, den rz-Cup nach dem ersten Jahr nicht mehr weiterzuführen.

### 3.3 Walking (GB)

Herausragend bei der Entwicklung des Volkslaufes ist das Walking. Hier sind noch Möglichkeiten, große Reserven zu mobilisieren. Aber ohne ständige Angebote durch Werbung bleibt kein Erfolg bestehen. Dank dem Walkingwart Hartmut Sielaff sind wir hoffnungsvoll auf Steigerungen, nicht zuletzt auch durch

- € **Walking-Tour**
- € **Walking-Cup und**
- € **Reebok-Walking-Serie**

die unter seiner Führung im LVR großen Zuspruch gefunden haben.

Nicht nur durch administrative Tätigkeiten des Volkslaufwartes und des Walkingwartes, sondern auch durch viele persönliche Kontakte mit den Volkslauf-Veranstaltern erhoffen wir uns, die gesteckten Ziele zu erreichen. Abgesehen von jährlich zwei Volkslauf-Veranstalter-Tagungen nehmen Volkslaufwart und Walkingwart oft auch aktiv an Volkslauf-Veranstaltungen teil.

<sup>13</sup> ohne Polch, da Polch 2002 erstmals stattgefunden hat



### 3.4 DLV-LAUF- und Walking-TREFFs (WM)

Die LAUF- und Walking-TREFFs fanden schon sehr früh im Rheinland einen hohen Zuspruch. Vor mehr als 20 Jahren gab es im Rheinland bereits 70 LAUF-TREFFs. Bis zum heutigen Tag hat sich ihre Zahl um fast 250% auf 176 erhöht. Einen nicht unerheblichen Anteil an dieser Entwicklung hatte die Walking-Bewegung. Schlossen sich zunächst die Walker noch den bestehenden LAUF-TREFFs an, so fand in den letzten Jahren zunehmend eine „Verselbständigung“ dieser Bewegung statt. Heute gibt es im Rheinland bereits 46 reine Walking-TREFFs, was einem Anteil von 26% entspricht. Hinzu kommen mehr als 50 LAUF-TREFFs, die eigene Walking-Gruppen anbieten.

Im Vergleich zum DLV ist im Rheinland in den vergangenen 20 Jahren ein deutlich stärkerer Anstieg zu beobachten.<sup>14</sup>

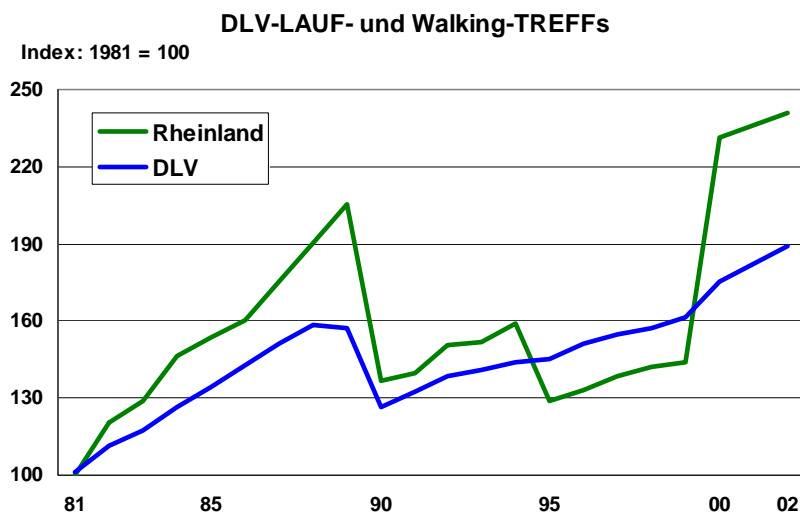


Abbildung 8: Entwicklung der DLV-LAUF- und Walking-TREFFs

#### 3.4.1 DLV-Qualitätsoffensive (WM)

Der Deutsche Leichtathletik-Verband (DLV) hat im Jahre 2002 erstmals ein Qualitätssiegel an LAUF-TREFFs in Deutschland vergeben. Die LAUF-TREFFs im LVR waren die ersten in Deutschland, denen der DLV das Qualitätssiegel verliehen hat.

Mit dem Qualitätssiegel möchte der DLV dem „Konsumenten“ Läuferin und Läufer eine Unterstützung bieten, den für sie/ihn geeigneten LAUF-TREFF zu finden.

<sup>14</sup> Der „Einbruch“ 1990 ist auf eine Bereinigung der LAUF-TREFF-Datenbank zurückzuführen.

Das Siegel garantiert, dass diese LAUF-TREFFs eine bestimmte Angebotsqualität erfüllen. So müssen die LAUF-TREFF-Leiter/innen und –betreuer/innen pro Jahr mindestens einmal an einer Fortbildungsveranstaltung teilnehmen.

Auch an die Vielfalt des Angebotes werden bestimmte Anforderungen gestellt. So muss der LAUF-TREFF unterschiedliche Lauf-Gruppen anbieten, eine eigene Anfängergruppe und mindestens eine Walkinggruppe.

Darüber hinaus wird von dem LAUF-TREFF erwartet, dass er seinen Teilnehmer/innen, aber auch den am Laufen interessierten Personen, bestimmte Zusatzangebote macht.

Von den 130 LAUF-TREFFs im Rheinland erhielten 19 das Qualitätssiegel „SEHR GUT“ und 11 das Qualitätssiegel „GUT“.



Abbildung 9: LAUF- und Walking-TREFFs mit dem DLV-Qualitätsurteil

Sieht man von den kleinen Leichtathletik-Ländern Brandenburg und Thüringen mit nur 15 bzw. 4 LAUF- und Walking-TREFFs ab, dann hat das Rheinland in Deutschland mit 23% den höchsten Anteil LAUF- und Walking-TREFFs, die das Qualitätssiegel des Deutschen Leichtathletik-Verbandes besitzen.

LANDESVERBAND	Lauf- u. Walking-Treffs	DLV-Qualitätsurteil		
		"gut"	"sehr gut"	Anteil
Brandenburg	15	3	2	33,3%
Thüringen	4	1		25,0%
Rheinland	130	11	19	23,1%
Schleswig Holstein	70	5	9	20,0%
Saarland	98	8	9	17,3%
Hessen	283	14	33	16,6%
Niedersachsen	197	12	18	15,2%
Bayern	334	18	25	12,9%
Westfalen	352	25	14	11,1%
Württemberg	466	12	31	9,2%
Rhein Hessen	24		2	8,3%
Nordrhein	283	8	14	7,8%
Baden	319	14	7	6,6%
Hamburg	18		1	5,6%
Berlin	29	1		3,4%
Pfalz	78	1		1,3%
Bremen	7			0,0%
Mecklenburg-V.	10			0,0%
Sachsen-Anhalt	19			0,0%
Sachsen	8			0,0%
<b>DLV Gesamt</b>	<b>2.744</b>	<b>133</b>	<b>184</b>	<b>11,6%</b>

© Willi Maurer, Berechnungen; Quelle: Deutscher Leichtathletik-Verband

Tabelle 5: DLV-LAUF- und Walking-TREFFs in Deutschland

## 4 Öffentlichkeitsarbeit

Ziel der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes war und ist es, durch Transparenz nach innen und nach außen die Arbeit des Präsidiums für unsere Mitglieder, aber auch für die interessierte Öffentlichkeit erkennbar und nachvollziehbar zu machen.

Dieses Ziel wurde durch eine ständige Information der Medien, durch verbesserte Öffentlichkeitsarbeit und durch einen hohen Informationsfluss in Richtung unserer Mitglieder weitgehend erreicht.

### 4.1 Die Pressearbeit (TF)

Ein wichtiger Teil der Arbeit in der abgelaufenen Wahlperiode war natürlich die Pressearbeit, durch die die gute Arbeit des Präsidiums und die Leistungen der Athletinnen und Athleten des Verbandes für das interessierte Sportpublikum erkennbar gemacht wurde.

So wurden alle wichtigen Medien in unserem Verbandsgebiet, die Printmedien, Rundfunk und Fernsehen, regelmäßig in einem Pressedienst über wichtige Abläufe im Bereich des LV Rheinland informiert. Beispielhaft seien hier Berichte über Verbandstage, Verbandsrat und Präsidiumssitzungen aufgeführt, aber auch Vorberichte zu Deutschen-, Westdeutschen- und Rheinland-Meisterschaften.

Bei der Pressearbeit kommt es in hohem Maße auf Aktualität an. Hinweise auf Meisterschaften und der nachfolgende Ergebnisdienst müssen zeitnah mitgeteilt werden. Dazu ist gerade im Verbreitungsgebiet der Rhein-Zeitung und

des Trierischen Volksfreunds aber auch an den "Rändern" des Verbandsgebietes mit der Bonner Rundschau, der Siegener Zeitung und der Mainzer Allgemeinen Zeitung die Mitarbeit der Pressesprecher der Kreise und der Vereine erforderlich, um in ausreichendem Maße in den Medien präsent zu sein. Gerade in diesem Bereich sehe ich noch Potentiale für Verbesserungen.

Um die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Pressearbeit zu erreichen, fanden ständig Gespräche mit den Medienvertretern statt. Dabei wurden auch regelmäßig Besuche bei den unterschiedlichen Medien durchgeführt.

Unsere Pressearbeit wurde in hohem Maße unterstützt von den freien Mitarbeitern des Trierischen Volksfreunds, Holger Teusch, und von Wolfgang Birkenstock und Volker Boch, die beide für die Rhein-Zeitung schreiben. Ich möchte mich bei den Journalisten auf diesem Wege für die Unterstützung recht herzlich bedanken.

#### 4.1.1 **Öffentlichkeitsarbeit** (TF)

Pressearbeit ist natürlich auch immer gleichzeitig Öffentlichkeitsarbeit im Innen- und im Außenverhältnis. Diese Art der Öffentlichkeitsarbeit haben wir zwar sehr ernst genommen, uns aber nicht nur auf diese Arbeit beschränkt. Über die Pressearbeit hinaus haben wir großen Wert auf eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit gelegt und damit unser Image nach innen und nach außen verbessert.

Unsere Öffentlichkeitsarbeit richtete sich in den letzten 4 Jahren an eine breite Öffentlichkeit. Daneben aber auch in hohem Maße an die Entscheidungsträger in den Parteien, der Verwaltung, der Wirtschaft und den Verbänden. Ein weiterer Schwerpunkt war die Information unserer Mitglieder und somit die Öffentlichkeitsarbeit nach innen.

In den vergangenen Jahren haben wir im LV Rheinland eine Menge Veranstaltungen durchgeführt, die insgesamt in der Öffentlichkeit und in den Medien große Beachtung fanden. Dadurch wurde der LVR als der kompetente Fachverband erkannt und konnte sein Image wesentlich verbessern.

Noch besser wirkte sich diese veränderte Öffentlichkeitsarbeit im Innenverhältnis aus. Es ist uns gelungen, die gute Arbeit des Verbandes transparent zu machen und durch diese Transparenz eine hohe Akzeptanz zu erreichen. Die Noten, die das Präsidium bei den Umfragen der letzten Jahre erreichte, verbesserten sich ständig.

### **4.1.2 Publikationen** (TF)

Neben unserem Internet-Auftritt (siehe gesonderter Bericht) ist die Informations-Broschüre „LVRdirekt“ eine weitere Neuerscheinung dieser Wahlperiode im Bereich der Medien. Dieses in diesem Jahr schon im 4. Jahrgang auf dem Markt befindliche Heft enthält Informationen, Tipps und amtliche Nachrichten rund um die Leichtathletik im Rheinland. Es schließt eine Lücke zwischen dem Internet und SportInForm und sorgt somit für eine Transparenz, die es bis zu diesem Zeitpunkt im Rheinland nicht gegeben hat.

Das Heft erscheint fünf mal im Jahr und enthält keine Ergebnisse von Meisterschaften oder Sportfesten, dafür aber Berichte von den Präsidiumssitzungen von Veranstaltungen im Jugendbereich, von Präsentationen des Verbandes wie Meisterehrung, Fotowettbewerb und vieles andere.

Es ist aber auch ein Heft, in dem wir gemeinsam Probleme diskutieren können und es sollte ein Forum für die Kreise, die Beiräte und die Vereine werden. Es wäre schön, wenn wir in der nächsten Zeit noch vielfältiger werden könnten und wenn die Vereine noch stärker mit dabei wären.

Wenn wir über Publikationen des Verbandes reden, dann muss man die jährlichen Veröffentlichungen „Leichtathletik im Rheinland“ (das Jahrbuch des Verbandes), „Volkslauf im Rheinland“ und „Terminplaner“ ansprechen. Auch hier überlassen wir nichts dem Zufall. Jeweils im Sommer wird auf einer Redaktionskonferenz die Richtung für die nächsten Broschüren festgelegt. Ein genauer Terminkalender zeigt auf, wann die anstehenden Arbeiten abgeschlossen werden müssen. Achim Bersch, unser Geschäftsführer, ist der Mann, dem die schwere Arbeit zufällt, diese Termine einzuhalten. Aber nur so ist es möglich, dass wir in den letzten Jahren immer pünktlich vor Weihnachten mit unseren Broschüren rauskommen konnten und dass diese interessanten Druckwerke unter dem Weihnachtsbaum ihren Platz fanden.

### **4.1.3 Befragung LVRdirekt** (WM)

LVRdirekt, im 3. Jahr auf dem Markt, hat sich zu einem Premium-Produkt des LVR „gemausert“.

Nach einer Umfrage unter den Leserinnen und Leser von LVRdirekt sind je 1/3 mit ihrer Verbandszeitschrift „sehr zufrieden“ bzw. „zufrieden“. Ganze 3% gaben an, „weniger zufrieden“ zu sein. Von der Möglichkeit „unzufrieden“ anzukreuzen, hat keine Leserin und kein Leser Gebrauch gemacht.

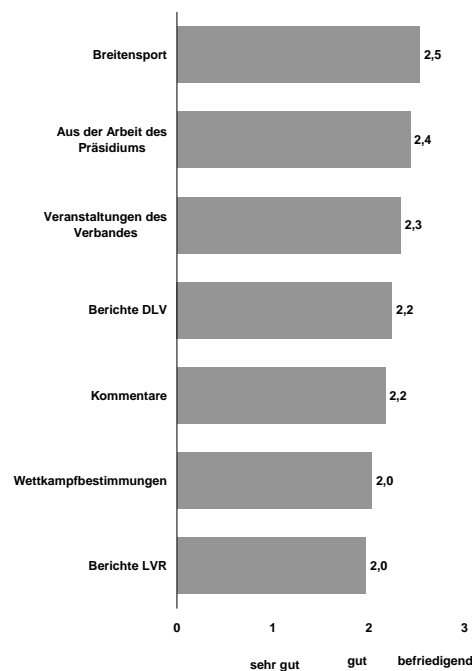
Rechnet man diese verbalen Bewertungen in Schulnoten um, so erreicht LVRdirekt *mit* einer Durchschnittsnote von 1,7 ein Traumergebnis.

Gut gefällt den Leserinnen und Leser das Format, die kurzen knappen, dennoch umfassenden Beiträge, sowie die Aktualität.

Gefragt nach den **Themen und Rubriken** von LVRdirekt sind Berichte über den LVR und über Wettkampfbestimmungen die Top-Themen. Mehr als ein Viertel der Leserinnen und Leser finden sie „sehr gut“ und über die Hälfte halten sie für „gut“. Aber auch die Kommentare, Berichte über Veranstaltungen des Verbandes und Berichte über den DLV schneiden nur unwesentlich schlechter ab. Immerhin geben 2/3 der Befragten diesen Rubriken die Note „gut“. Am schlechtesten schneidet der Breitensport ab. Die Hälfte der Befragten geben den Berichten nur die Note „befriedigend“.

Die folgende Abbildung zeigt das Ranking der Themen, umgerechnet auf eine Schulnotenskala:

"Wie gefallen Ihnen folgende Themen und Rubriken in LVR-direkt?"



Antwortvorgaben:  
 "sehr gut", "gut", "befriedigend", "weniger gut", "lese ich nie"

© Willi Maurer: Berechnungen und Grafik

**Abbildung 10: Themen und Rubriken in LVRdirekt**

Um künftig eine Themenlastigkeit zu vermeiden, wurde gefragt, „Über welche Themen wird Ihrer Meinung nach zu wenig oder zu oft in LVRdirekt berichtet?“.

	zu wenig	gerade richtig	zu häufig	zu ausführlich
		(Angaben in %)		
Leichtathletik-Kreise	66,7	30,3	3,0	0,0
Leichtathletik-Bezirke	60,6	33,3	3,0	3,0
Breitensport	47,1	50,0	2,9	0,0
Athletinnen und Athleten	44,4	50,0	2,8	2,8
Arbeitsgruppen	36,4	57,6	3,0	3,0
Veranstaltungen des Verbandes	25,7	65,7	8,6	0,0
Wettkampfbestimmungen	23,5	67,6	5,9	2,9
Berichte LVR	14,7	79,4	5,9	0,0
Kommentare	14,3	82,9	2,9	0,0
Aus der Arbeit des Präsidiums	5,9	70,6	23,5	0,0
Berichte DLV	3,0	78,8	18,2	0,0

**Tabelle 6: Themen "zu wenig" oder "zu ausführlich"**

Erwartungsgemäß kamen die Leserinnen und Leser zu dem Ergebnis, dass aus den Leichtathletik-Bezirken und –Kreisen zu wenig berichtet wird. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Redaktion von LVRdirekt keine Beiträge aus den Bezirken oder Kreisen zur Verfügung gestellt werden. Hier kann nur zum wiederholten Mal an die Adresse der Leichtathletik-Kreise appelliert werden, dringend Pressewarte einzusetzen. Nur mit einer offensiven „PR-Arbeit“ kann die Leichtathletik auch in den Kreisen ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt werden.

Geteilt war die Meinung zum Breitensport und zu den Athletinnen und Athleten. Während die eine Hälfte der Meinung ist, dass zu wenig über Breitensport und Athleten berichtet wird, findet die andere Hälfte den Umfang gerade richtig.

Das **Image** von LVRdirekt wurde anhand von 18 Adjektiven erfragt. Auf die Frage: „Inwieweit sind folgende Aussagen für Sie zutreffend bzw. nicht zutreffend?“, waren die Antworten „ganz genau“, „überwiegend“, „weniger“ oder „gar nicht“ möglich.

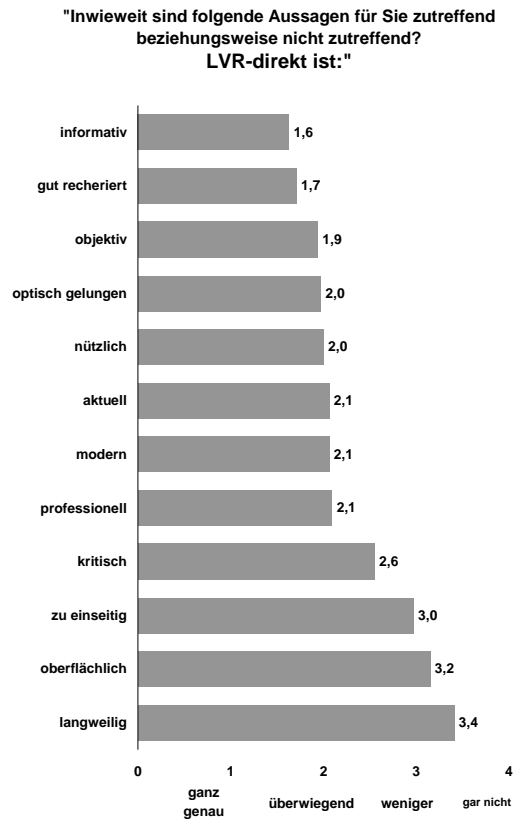
Fasst man „ganz genau“ und „überwiegend“ zusammen, dann wird LVRdirekt von über 90% der Befragten als:

- € gut recherchiert,
- € informativ,
- € kompetent und
- € objektiv

angesehen.

Auch die Aufmachung der Verbandszeitschrift wird mit „übersichtlich“, „professionell“, „modern“ und „optisch gelungen“ von mehr als  $\frac{3}{4}$  der Befragten eingestuft.

Ein wenig mehr Kritik würde LVRdirekt nach Ansicht der Befragten gut tun. Immerhin sind knapp die Hälfte der Befragten der Meinung, dass das Adjektiv „kritisch“ *weniger* bzw. *gar nicht* auf LVRdirekt zutrifft.



"LVR-direkt ist:"  
"ganzen genau", "überwiegend", "weniger", "gar nicht"

© Willi Maurer: Berechnungen und Grafik

#### Abbildung 11: Image von LVRdirekt

Die Leserbefragung hat uns eine Vielzahl hilfreicher Informationen und Daten geliefert, deren Ergebnisse wir ins redaktionelle Konzept einfließen lassen.

Die Ergebnisse haben aber auch bestätigt, dass es richtig war, LVRdirekt von Beginn an nicht als „Verbandsorgan“ zu positionieren. Die Vielfalt von attraktiven Themen, Informationen und Tipps rund um die Leichtathletik haben bisher den Inhalt bestimmt und werden auch weiterhin den Inhalt bestimmen. Ergänzt werden diese durch „amtliche“ Nachrichten, wie Regeländerungen, Termine o.ä., die aktuell den Konsumenten zugänglich gemacht werden. Selbstverständlich wird LVRdirekt auch die Plattform für Diskussionen bleiben, in Zukunft vielleicht noch einen „Tick“ kritischer als bisher.



## 4.2 Internet (RH/WM)



Abbildung 12: "Long, long time ago..."

So fing es am 15. September 1999 an. Unter [www.LVRheinland.de](http://www.LVRheinland.de) konnten die Kunden des LVR erstmals Informationen aus dem Internet abrufen. Im Rahmen einer Pressekonferenz wurde am 23. September 1999 in der Europäischen Sportakademie in Trier der Internetauftritt des LVR den Vereinsvertretern und der Öffentlichkeit vorgestellt.

Seit 1999 hat nicht nur das Informationsangebot des LVR zugenommen, auch die Zahl der „User“ ist enorm angestiegen.

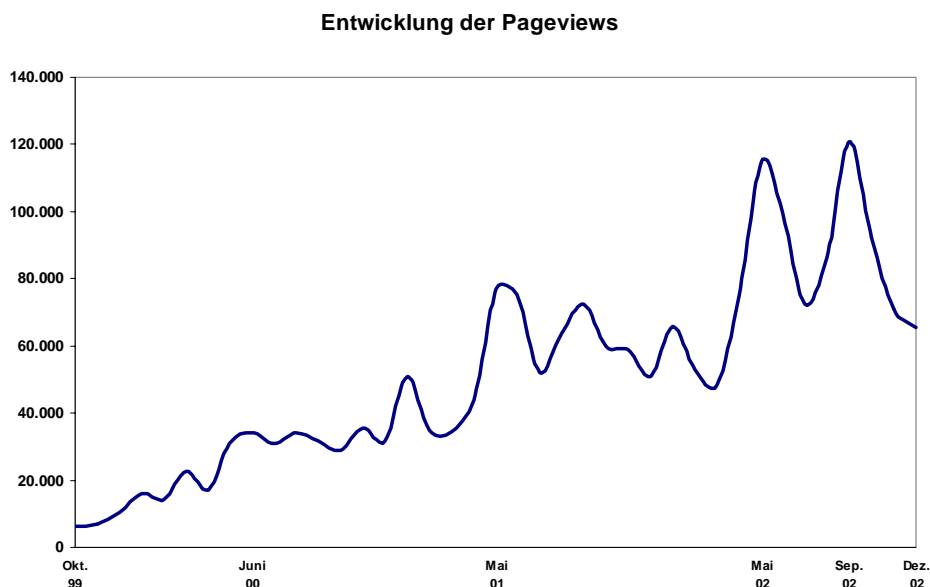


Abbildung 13: Entwicklung der PageViews

2002 waren es fast 1 Mio. PageViews<sup>15</sup>, die die LVR-User abgerufen haben.

Mit dem neuen Erscheinungsbild des LVR hat sich auch das „Outfit“ der Homepage geändert. Heute präsentiert sich der LVR so:



Abbildung 14: Das LVR-Portal 2003

Nach mehr als 3 Jahren gibt es nur noch 40% der LVR-Kunden<sup>16</sup>, die angeben, die Homepage nicht zu kennen. Von den Kunden, die die LVR-Seite ständig nutzen, erhält der Internetauftritt hervorragende Noten. Auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 haben die Befragten folgende Noten vergeben:

Aktualität der Informationen	2,0
Sportliche Angebote schnell finden	2,0
Newsletter-Angebot	2,3
Umfang der Download-Möglichkeiten	2,5
Design der Internet-Seite	2,3
<b>Gesamteindruck</b>	<b>2,1</b>

Tabelle 7: Bewertung des LVR-Internetauftritt

Redaktionell ist der Referent für Finanzangelegenheiten, Ralph Hiller, für den Internetauftritt verantwortlich. Als LVR-Webmaster leistet Markus Wagner, Polch, von Beginn an hervorragende Arbeit.

<sup>15</sup> Anzahl der Sichtkontakte der Nutzer mit einer HTML-Seite. Die Zahl der PageViews ist das Maß für die Nutzung des Internetauftrittes

<sup>16</sup> Ergebnis der Vereinsbefragung 2002. Der Wert von 40% bezieht sich auf die jeweiligen Vereinsvorsitzenden bzw. Abteilungsleiter.

## **Werbung Sparkasse Koblenz**

### 4.3 Meisterehrung <sup>(TF)</sup>

Bis zum Jahre 1999 wurde die Meisterehrung des Verbandes, die Präsentation unserer Leistungsträger, der Öffentlichkeit vorenthalten. Dies änderte sich erstmals mit der Ehrung der Meister des Jahres 1999, die aus terminlichen Gründen - die letzten DLV Meisterschaften fanden im Dezember statt - im Januar 2000 bei der Sparkasse Koblenz durchgeführt wurden.

Um auch wirklich die Besten aus dem Rheinland zu präsentieren und um den Zeitaufwand der Präsentation auf ein erträgliches Maß zu reduzieren, musste eine Überarbeitung der zu Ehrenden vorgenommen werden. Zur Meisterehrung wurden Gäste aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Sport eingeladen und viele kamen auch zu unserer Veranstaltung. Dies setzte sich in den kommenden Jahren fort.

Mit Andreas Krisam, SWR Studio Koblenz (1999 und 2000) und mit Dirk Köster, Radio RPR 1 (2001 und 2002) führten Profis durch das Programm. Für die zu Ehrenden ein Erlebnis und eine echte Feierstunde und für den Verband eine gute Möglichkeit, seine Leistungsträger in einem entsprechenden Rahmen der Öffentlichkeit vorzustellen. Im vergangenen Jahr wurde die Meisterehrung zusätzlich dadurch aufgewertet, dass neben den „Eigengewachsen“ Andrea Meloni und Sabrina Mockenhaupt mit unserem Ehrengast Marion Wagner (USC Mainz), der Vize-Welt- und Europameisterin in der 4 x 100 m Staffel, eine weitere DLV-Athletin der absoluten Spitzenklasse dabei war.

Vor der eigentlichen Meisterehrung fand jeweils eine Pressekonferenz statt, bei der neben Mitgliedern des Präsidiums und der Sparkasse auch einige Spitzensportlerinnen und Spitzensportler anwesend waren. Diese Pressekonferenz wird zunehmend besser besucht und trug dazu bei, dass die Meisterehrung in den Medien immer besser dargestellt wird.

Diese Art der Präsentation hatte natürlich zunächst nicht nur Freunde. Nach der ersten Veranstaltung hagelte es nur so an Protesten. Insbesondere die Kosten für die Moderation und die Art der Durchführung waren Schwerpunkte der Kritik. Heute sind diese Kritiker weitgehend verstummt. Diese neue Art der Meisterehrung ist inzwischen weitgehend anerkannt und konnte auch ihre Akzeptanz erheblich steigern. Zwischenzeitlich ist sie die Öffentlichkeitsveranstaltung des LVR.

#### **4.4 Fotowettbewerb (TF)**

Von Ralph Hiller stammte die Idee, für den Bereich des LV Rheinland einen Fotowettbewerb durchzuführen. Erstmals im Jahre 2001 schrieb der LV Rheinland einen solchen Wettbewerb aus. In drei Motivbereichen konnten die Mitglieder des Verbandes in der Zeit von Januar bis September ihr Bild des Jahres schießen. An diesem Wettbewerb beteiligen sich 23 Hobbyfotografen, die der Jury, bestehend aus dem Journalisten Wolfgang Birkenstock, dem Sportjournalisten Volker Boch, dem Referenten für Öffentlichkeitsarbeit des Sportbundes Rheinland Bernd Stemmeler, dem Sportjournalisten und Fotografen Gustav Schröder und dem Vertreter der Leichtathletikkreise Rainer Stein, insgesamt 56 Bilder vorlegten.

Auch die zweite Auflage des Fotowettbewerbs im Jahre 2002 war ein großer Erfolg. Mit insgesamt 102 Bildern von 62 Bewerbern konnte das Vorjahresergebnis weit übertroffen werden. Wie die Juroren feststellten war nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität mächtig gestiegen.

Die jeweiligen Siegerehrungen fanden im Rahmen der Meisterehrung 2001 und 2002 bei der Sparkasse Koblenz statt. Die besten drei Bilder eines jeden Motivbereichs wurden vergrößert und während der Meisterehrung ausgestellt.

Der Fotowettbewerb ist ganz sicher eine Öffentlichkeitsveranstaltung, die sehr stark nach innen wirkt. Durch die Arbeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmern wird die Dynamik der Leichtathletik aufgezeigt. Um dies zu erreichen wird das Interesse an der Leichtathletik im Rheinland nicht nur bei denen gesteigert die mitmachen, sondern auch in dessen Umfeld, bei Vereinen und Kreisen. Durch die Ausstellung der Bilder wirkt der Fotowettbewerb auch nach außen.

#### **4.5 Betreuung von Medien und Sponsoren (TF)**

Um das Ziel, das sich das Präsidium für die letzten 4 Jahre gesetzt hatte, zu erreichen, waren Freunde und Unterstützer von außerhalb des Verbandes dringend erforderlich. Es ist uns gelungen, durch Transparenz nicht nur nach innen, sondern vor allem auch nach außen die gute Arbeit der Leichtathleten darzustellen, so dass unter anderen die Medien, Sponsoren, und Behörden auf den LV Rheinland aufmerksam wurden.

So blieb es nicht aus, dass gemeinsame Veranstaltungen mit unterschiedlichen Behörden und Institutionen durchgeführt und erfolgreich abgeschlossen

wurden. Ich denke da insbesondere an die Lehrerfortbildung des vergangenen Jahres, die große Beachtung fand und in diesem Jahr fortgesetzt werden soll. Aber auch an gemeinsame Ausbildungsveranstaltungen mit dem Sportausrüster Reebok, oder an die Meisterehrung bei der Sparkasse Koblenz.

Die Medien in unserem Bereich haben diese Entwicklung aufmerksam beobachtet und darüber berichtet.

Das Präsidium hatte das Bedürfnis und den tief empfundenen Wunsch, sich für diese gute Zusammenarbeit bei den Betroffenen zu bedanken und hatte im vergangenen Oktober seine Freunde und Unterstützer zu einem gemeinsamen Abendessen in „Gretchens Garten“ in Urbar eingeladen.

Ca. 20 Personen aus Wirtschaft, Verwaltung, Medien, Sport und Politik sind der Einladung gefolgt und Walfried Heinz, der Präsident des Verbandes, konnte seinen Dank übermitteln. Natürlich war auch das Präsidium des LV Rheinlandes mit dabei. Es wurde spät an diesem Abend. Das zeigt, dass die Leichtathleten und ihre Freunde nicht sprachlos sind, sondern intensive Beziehungen pflegen, die ausbaufähig sind zum Wohle der Leichtathletik.

## 5 Aus- und Fortbildung

Im Referat Lehrwesen des LVR wird die Aus- und Fortbildung von Trainern und Sportlehrern geplant, organisiert und evaluiert. 2001 ist das Lehrteam im LVR neu zusammengestellt worden.

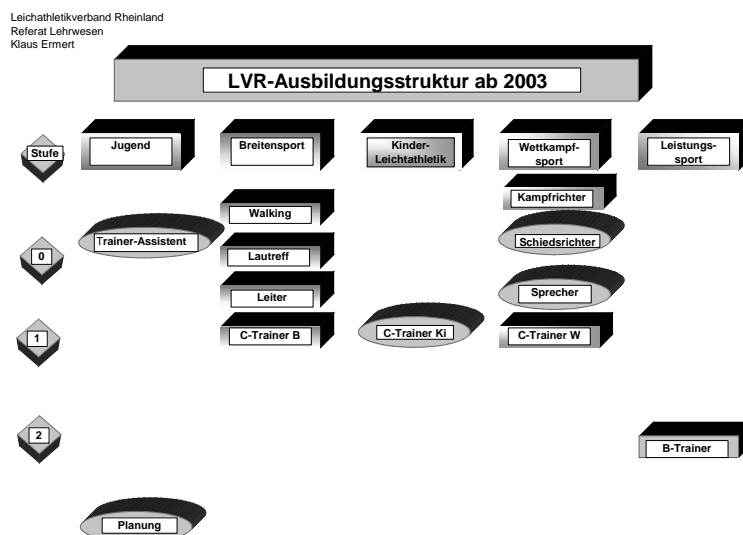


Abbildung 15: LVR-Ausbildungsstruktur

## **5.1 Trainer- und Übungsleiterausbildung (KE)**

Das Referat organisiert derzeit die Ausbildung von C-Trainern für die Bereiche Wettkampfsport und Breitensport. In Planung ist die Ausbildung von C-Trainern speziell für den Bereich Kinder-Leichtathletik. Darüber hinaus ist es Aufgabe des Referates, Kampfrichter, Schiedsrichter, Obleute, Sprecher usw. zu schulen. Für Aufgaben im Leistungssport werden Ausbildungen zum Trainer auf dem B-Niveau angeboten. Die Ausbildung zum B-Trainer findet in den Disziplinblöcken Sprint, Lauf, Sprung, Wurf, Mehrkampf statt. Ziel der Ausbildung ist es, den Trainerstamm im LVR durch geeignete Personen zu vergrößern.

### **5.1.1 Fortbildung:**

Außer der Erstausbildung neuer Trainer bildet die Weiterbildung von Lizenztrainern einen Schwerpunkt im Referat Lehrwesen. Ziel der Trainerfortbildung ist es, die Qualität der Trainer im LVR zu verbessern und so das Leistungsniveau unserer Athleten zu steigern. In den vergangenen beiden Jahren standen zwei große Fortbildungsmaßnahmen im Mittelpunkt: Eine zum Thema „Coaching“, zu dem Paul Schmidt als Referent gewonnen werden konnte, der über viele Jahre die deutschen Mittelstreckler als DLV-Bundestrainer betreut hat und eine zweite zum Thema „Jahresperiodisierung im Sprint“. Diesen Lehrgang leitete als Referent Wolfgang Thiele, der als DLV-Trainer jahrelang für die Erfolge der deutschen Sprinterinnen verantwortlich war. Künftig sollen unsere Trainer noch gezielter auf ihre Aufgaben im Leistungssport vorbereitet werden. Das Angebot an Fortbildungsmaßnahmen soll einerseits spezielle Themen aus einzelnen Disziplinblöcken aufgreifen, andererseits sollen aber auch Lehrgänge zu disziplinübergreifenden Themen angeboten werden. So könnten beispielsweise die Themen Koordination, Kondition, Kinder-Leichtathletik, Videoeinsatz in Training und Wettkampf oder Physiotherapie Lehrgangsinhalte bilden.

Im Rahmen der Sportlehrer-Fortbildung 2002 wurden besonders erfolgreich Lehrgänge zum Thema „Leichtathletik in der Schule“ angeboten, die sich an Sportlehrer im Schuldienst richteten. Ziel des Referats in diesem Bereich ist es, Leichtathletik in den Schulen zeitgemäß zu vermitteln, Schüler für die Sportart zu begeistern, sie den Vereinen zuzuführen und dort langfristig zu halten. Die drei Veranstaltungen 2002 in Kirn, Montabaur und Manderscheid erwiesen sich als große Erfolge. Evaluation Alle vom neuen Lehrteam des LVR realisierten Lehrgangmaßnahmen wurden von den Teilnehmern mittels Fragebögen bewertet. Dabei wurde ein außerordentlich hoher Grad an Zufrieden-

heit bei den Teilnehmern an LVR-Lehrgängen ermittelt. Die Bewertung aller Lehrgangsmaßnahmen lag durchschnittlich zwischen 1,3 und 1,8 auf einer Skala, die den Schulnoten entsprach.

## 5.2 Reebok-Seminare (WM)

Reebok Deutschland gehört seit dem Jahre 2000 zu den Hauptsponsoren des LVR. Schon sehr früh hat Reebok den „Walking-Markt“ erkannt und bearbeitet. Mit Seminaren für Walking-TREFF-LeiterInnen und –BetreuerInnen hat Reebok

sozusagen den Grundstein für die Verbreitung des Walking im Rheinland gelegt. Parallel hierzu wurden die LAUF-TREFF-LeiterInnen und –BetreuerInnen von Reebok geschult.



Neue sportwissenschaftliche und medizinische Erkenntnisse vermittelten in hervorragender Weise die Referenten, von Olympiasieger Hartwig Gauder angefangen, über den Sportwissenschaftler Dr. Arno Schimpf, bis hin zum renommierten Sportmediziner, Dr. Rudolf Ziegler. Durch die Reebok-Seminare wurde die Qualität der LAUF- und WalkingTREFF-LeiterInnen und –BetreuerInnen im Rheinland deutlich angehoben.

### 5.2.1 Teilnehmerkreis und Feedback (WM)

Insgesamt wurden von Reebok zwischen 2000 und 2002 mehr als 600 Personen geschult. Durch eine permanente Bewertung der Referenten mittels „Feedback-Bogen“, wurde die Qualität der Ausbildung immer auf hohem Niveau gehalten.



# Werbung Reebok

Datum	Zielgruppe	Referent	TeilnehmerInnen	Feedback <sup>17</sup>
-------	------------	----------	-----------------	------------------------

**2000**

02.12	DLV-Walking-TREFF-Leiter /-Betreuer	Dr. Arno Schimpf	56	
-------	-------------------------------------	------------------	----	--

**2001**

10.03	DLV-Walking-TREFF-Leiter /-Betreuer	Hartwig Gauder	57	1,7
26.05	DLV-LAUF-TREFF-Leiter /-Betreuer	Dr. Rudolf Ziegler	48	1,4
01.09	DLV-Walking-TREFF-Leiter /-Betreuer	Dr. Arno Schimpf	55	1,6
15.09	DLV-Walking-TREFF-Leiter /-Betreuer „NORDIC-Walking“	Harald Biet	27	1,6
20.10	DLV-LAUF-TREFF-Leiter /-Betreuer	Dr. Rudolf Ziegler	58	1,8
21.10	DLV-LAUF-TREFF-Leiter /-Betreuer	Dr. Rudolf Ziegler	34	1,9

**2002**

16.03	DLV-Walking-TREFF-Betreuer	Dr. Arno Schimpf	33	1,5
17.03	DLV-LAUF-TREFF-Betreuer	Dr. Rudolf Ziegler	25	2,2
13.04	DLV-Walking-TREFF-Leiter	Dr. Arno Schimpf	23	1,5
20.04	DLV-LAUF-TREFF-Leiter	Dr. Rudolf Ziegler	25	1,5
07.09	DLV-LAUF-TREFF-Leiter Aufbau	Dr. Rudolf Ziegler	29	2,0
28.09	DLV-Walking-TREFF-Leiter	Dr. Arno Schimpf	23	1,7
19.10	DLV-Walking-TREFF-Betreuer	Dr. Arno Schimpf	49	2,0
20.10	DLV-LAUF-TREFF-Betreuer	Dr. Rudolf Ziegler	20	1,4

<sup>17</sup> Bewertung des Seminars durch die Teilnehmer auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6

## 6 Schüler- und Jugend

### 6.1 Vergleichskämpfe (JK)

Nach den Ergebnissen der beiden Vereinsbefragungen ist die Nachwuchsarbeit der wichtigste Teilbereich in den Aufgaben des Verbandes.

Wir haben in den letzten vier Jahren versucht, dieser Aufgabe gerecht zu werden.

Neben der routinemäßigen Durchführung der Vergleichskämpfe im eigenen Verband konnten wir sieben Mannschaftssiege verbuchen.

	1999	2000	2001	2002
Pokal A-Jugend männlich	4	4	3	1
Pokal A-Jugend weiblich	3	1	2	1
B-Jugend männlich	4	4	3	3
B-Jugend weiblich	4	2	1	2
Schüler	2	4	4	2
Schülerinnen	1	2	1	3
Cross-Vergleichskampf	1	2	2	-

**Tabelle 8: Mannschaftswertung der LVR-Schülerinnen und -Schüler**

Highlights waren die beiden Vergleichskämpfe des Jahres 2002. Die A-Jugend verbrachte drei Tage über Pfingsten gemeinsam in Koblenz und Kortrijk (Belgien). Durch das tolle Klima innerhalb der Mannschaft wurde die Fahrt zu einem besonderen Erlebnis.

Der Länderkampf der südwestlichen Verbände im September in Koblenz war zwar sportlich nicht so erfolgreich, jedoch bekamen die Organisatoren um Achim Bersch viel Lob für die perfekte Präsentation der Veranstaltung.

### 6.2 Mitarbeiter und Projekte (JK)

Eine erfreuliche Tatsache ist, dass es uns nach vielen Jahren wieder gelungen ist, Jugendsprecher in die AG zu integrieren. Nach einem halben Jahr haben sich Julian Meurer und Christoph Schneider bereits eingearbeitet und wirken trotz ihrer aktiven Karriere und der Belastungen in der Schule bei einigen Pro-

jekten mit. Wir hoffen, in Zukunft noch weitere Mitarbeiter zu gewinnen, damit auch uns der Nachwuchs nicht ausgeht!

Zur neuen Amtszeit soll der AG ein weiterer Mitarbeiter hinzugefügt werden: Wegen der Wichtigkeit und der hohen Belastung soll der Bereich Talentsichtung und Talentförderung in Zukunft einen höheren Stellenwert besitzen.

Das Projekt Startpässe wurde weitergeführt, bei Meisterschaften findet man kaum noch Athleten ohne Startberechtigung. Ein Problem mit den Nachmeldungen besteht aber weiterhin. Für 2003 soll auch dort eine Lösung gefunden werden.

Gemeinsam mit dem Referent für Lehrwesen und dem Referent für Leistungssport wurde ein Konzept zur zukünftigen Arbeit des D-Kaders entwickelt, da die bisherige Arbeit nicht alle Kaderathleten involvierte. Wir versprechen uns davon eine engere Zusammenarbeit mit den Athleten und deren Heimtrainern.

Seit einigen Jahren wurde auch im Schulsport wieder eine Initiative gestartet. Anfang 2002 fanden unter Mithilfe des DLV im Verbandsgebiet drei Lehrerfortbildungsveranstaltungen mit insgesamt 200 Teilnehmern statt. Thema war die Umsetzung des Kinderleichtathletikkonzeptes des DLV.

### **6.3 Symposium Jugendbefragung (TF)**

Eine ganz wichtige Veranstaltung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit war für den LV Rheinland das von der Rhein-Zeitung unterstützte Symposium „Jugendbefragung“, das am 27. Oktober 2001 in Koblenz durchgeführt wurde. Vorausgegangen war eine Jugendbefragung der LVR-Jugend, die von unserem Vizepräsident Willi Maurer durchgeführt und ausgewertet wurde. Sein Auswertungsbericht, der nicht nur im Rheinland, sondern weit darüber hinaus in der gesamten Bundesrepublik starke Beachtung fand, war Grundlage für das Symposium.<sup>18</sup>

Eine Podiumsdiskussion, die von Andreas Krisam, SWR, Studio Koblenz, geleitet wurde, war mit Dr. Franz Josef Kemper, (Abt.-Leiter Innenministerium Rh-Pf.) Dr. Harald Schmid, (Botschafter der Kampagne „Kinder stark machen“) Theo Rous, (DLV Vizepräsident), Rudolf Schön (Leiter der Förderstufe 3 beim DLV) und Martin Kallmeyer (DLV Jugendsprecher) sehr gut besetzt und so blieben entsprechende Ergebnisse nicht aus.

---

<sup>18</sup> Maurer, Willi: Ist die Leichtathletik bei der Jugend noch zeitgemäß?, Leichtathletik-Verband Rheinland, Koblenz 2002, Materialien Heft 3

Anschließend hatten die ca. 100 geladenen Teilnehmerinnen und Teilnehmer Gelegenheit, in 4 Workshops, die von Dr. Franz-Josef Weihrauch, (Abt.-Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Krombacher), Wolfgang Rummeld (Vorsitzender des Bundesausschuss Jugend im DLV), Joachim Scheer (Jugendbildungsreferent beim LV Nordrhein) und Winfried Vonstein (IAAF-Supervisor „Kids Athletics“) geleitet wurden, über bestimmte Themenschwerpunkte zu diskutieren.

Das Symposium Jugendbefragung war eine Veranstaltung, die bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern und in der Öffentlichkeit große Beachtung fand und auch entsprechend in den Medien behandelt wurde.

#### **6.4 Die wichtigsten Ergebnisse der Jugendbefragung** (WM)

Auslöser der Befragung der jugendlichen Leichtathleten waren die Klagen der Vereine, dass ihnen die Jugend „wegläuft“. Mit der Befragung von mehr als 300 Jugendlichen in den Altersjahrgängen 12 bis 18 wollte der LVR herausfinden, ob der Rückgang der Jugendlichen in den Vereinen auf Unzufriedenheit zurückzuführen ist, oder ob es andere Gründe gibt.

Dabei wurden erstmals in Deutschland die Jugendlichen gebeten, eine Bewertung der Leichtathletik und ihres Umfeldes vorzunehmen. Das dabei eingesetzte Verfahren wurde aus der Kundenzufriedenheitsforschung übernommen. Die Jugendlichen wurden gebeten ihre „Anforderungen“ an die Leichtathletik und die „Bewertung“ der Leichtathletik anhand vorgegebener Statements auf einer 4-stufigen Skala (von 4=beste Note bis 1=schlechteste Note) zu bewerten.

Die "Zufriedenheit" der Jugendlichen mit der Leichtathletik ist das Ergebnis der Differenz zwischen Erwartungs- und Erfüllungswert.

#### ***Anforderungen an die Leichtathletik und an ihr Umfeld***

Die Leichtathletinnen stellen mit 3,26 leicht höhere Anforderungen als die männlichen Athleten, deren Durchschnittswert bei 3,22 liegt.

Mit zunehmendem Alter sinken die Anforderung an die Leichtathletik, wobei die Hauptschüler die anspruchsvollsten sind.

Anforderungen an das leichtathletische Umfeld	Sehr Wichtig (4)	Wünschens-Wert (3)	Mir egal (2)	Unnötig (1)	Durchschnittliche Wichtigkeit
Anteile in %					
Training	72	24	4	0	3,68
Trainingsgruppe	44	40	12	4	3,57
Trainer	56	34	10	1	3,44
Fachverband	35	43	18	4	3,09
Leichtathletik-Verein	35	43	17	5	3,09
Leichtathletik-Veranstaltungen	34	39	21	6	3,00

Tabelle 9: Wichtigkeit der Komponenten der aktiven Leichtathleten

Der wichtigste Bereich in der Leichtathletik ist für die Jugendlichen das Training. Der Trainer, die eigentliche Schlüsselposition eines Athleten, kommt erst auf Platz drei.

### *Erfüllungsgrad der Leichtathletik-Komponenten*

Die Leichtathletinnen bewerten die Erfüllung Ihrer Ansprüche mit 3,14 höher als die männlichen Athleten, deren Durchschnittswert bei 3,11 liegt.

Auch beim Erfüllungsgrad ist ein Zusammenhang zwischen Alter und Bewertung festzustellen.

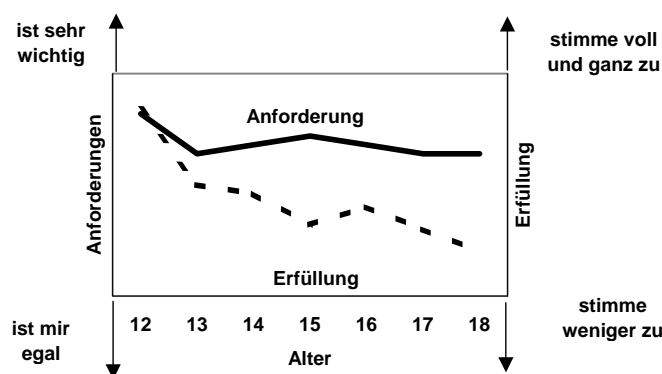


Abbildung 16: Zusammenhang zwischen Anforderungen und Erfüllung

Von den Schülern sind die Hauptschüler am ehesten der Ansicht, dass ihre Erwartungen an das leichtathletische Umfeld erfüllt sind.

Den höchsten Erfüllungswert erreicht mit 3,49 das Training, die Leichtathletik-Veranstaltung ist mit 2,57 das Schlusslicht. Nimmt man den Erfüllungswert als Qualitätsmaßstab für die Leichtathletik-Veranstaltungen, muss man darüber nachdenken, wie man diese, nicht nur für den Zuschauer, sondern auch für die Jugendlichen, attraktiver machen kann.

Erfüllungswerte des leichtathletischen Umfeldes	Stimme voll und ganz zu (4)	Stimme weitgehend zu (3)	Stimme weniger zu (2)	Stimme überhaupt nicht zu (1)	Durchschnittlicher Erfüllungsgrad
<b>Anteile in %</b>					
<b>Training</b>	62	29	7	3	3,49
<b>Trainer</b>	53	36	9	2	3,40
<b>Trainingsgruppe</b>	45	36	13	6	3,35
<b>Leichtathletik-Verein</b>	45	33	13	9	3,15
<b>Fachverband</b>	26	43	17	14	2,81
<b>Leichtathletik-Veranstaltungen</b>	21	38	19	21	2,57

Tabelle 10: Bewertung der Item-Gruppen

### *Zufriedenheit mit der Leichtathletik und ihrem Umfeld*

Die Zufriedenheit der Jugendlichen mit der Leichtathletik und ihrem Umfeld, ist eigentlich eine Unzufriedenheit. Die höchste Diskrepanz besteht beim Verband, gefolgt von den Veranstaltungen und der Trainingsgruppe.

Leichtathletisches Umfeld	Zufrieden	Neutral	Unzufrieden
<b>(Angaben in %)</b>			
<b>Trainer</b>	19,2	56,0	24,8
<b>Training</b>	14,3	59,9	25,8
<b>Trainingsgruppe</b>	11,3	59,4	29,4
<b>Verein</b>	28,8	42,2	29,0
<b>Veranstaltung</b>	25,4	29,6	45,0
<b>Verband</b>	22,8	29,3	47,9
<b>Insgesamt</b>	<b>19,9</b>	<b>47,7</b>	<b>32,5</b>

Tabelle 11: Zufriedenheit mit den Komponenten der Leichtathletik

Zwischen den Geschlechtern gibt es kaum Unterschiede in der Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit der Leichtathletik.

Geschlecht	Zufriedenheit	Neutral	Unzufrieden
(Angaben in %)			
männlich	20,2	47,9	31,9
weiblich	19,6	47,5	32,8

**Tabelle 12: Zufriedenheit nach Geschlecht**

Am zufriedensten mit der Leichtathletik und ihrem Umfeld sind noch die 14- und 15-jährigen. Mit zunehmendem Alter steigt dann die Unzufriedenheit mit dem leichtathletischen Umfeld.

Alter	Zufriedenheit	Neutral	Unzufrieden
(Angaben in %)			
12	18,8	47,8	33,4
13	20,2	46,4	33,4
14	21,4	47,7	30,9
15	21,4	48,2	30,3
16	18,1	48,1	33,8
17	16,8	48,4	34,8
18	17,4	51,3	31,3

**Tabelle 13: Zufriedenheit nach Alter**

Von den Schülern sind es die Realschüler, die mit einem Zufriedenheitswert von -0,08 am ehesten mit der Leichtathletik „zufrieden“ sind, während die Hauptschüler die „unzufriedensten“ sind.

Schulart	Zufriedenheit	Neutral	Unzufrieden
(Angaben in %)			
Hauptschule	18,0	49,1	32,9
Realschule	20,3	47,0	32,7
Gymnasium	20,1	47,1	32,8

**Tabelle 14: Zufriedenheit nach Schulart**

### ***Gründe, mit der Leichtathletik aufzuhören***

Wenn man zu dem Ergebnis kommt, dass die Jugendlichen nicht in vollem Umfange mit der Leichtathletik zufrieden sind, stellt sich die Frage, welche Gründe es für den Jugendlichen geben könnte, die Leichtathletik aufzugeben.

Anhand von 29 Statements wurden die Jugendlichen gebeten, die Gründe zu nennen, die für eine mögliche Aufgabe der Leichtathletik infrage kämen. Spitzenreiter mit mehr als 50% ist „keine Zeit mehr fürs Training“, gefolgt von den „Sportverletzungen“ und dem „ärztlichen Verbot der Sportausübung“. Für ein Drittel wäre aber auch denkbar, dass eine andere Sportart mehr Spaß macht.



Vereinsinterne Gründe, wie z.B. „Training langweilig“ oder „Zustände im Verein schlecht“, oder „Krach mit dem Trainer“ haben für die Jugendlichen wohl nicht die Bedeutung, wie allgemein unterstellt wird. Man kann also davon ausgehen, dass die Attraktivität des Trainings und des Vereinsumfeldes nicht die entscheidenden Punkte für die Aufgabe der Leichtathletik sind.

Rang	Mögliche Austrittsgründe	Angaben in %		
		i	m	w
1	keine Zeit mehr fürs Training	51	51	56
2	Dauerhafte Sportverletzung	40	38	45
3	Arzt hat mir verboten weiter Sport zu treiben	36	39	37
4	andere Sportart macht mehr Spaß	33	33	37
5	"keine Lust mehr"	22	24	22
6	Training langweilig	22	19	27
7	Zustände im Verein schlecht	20	23	20
8	Trainingszeit ungünstig	19	22	18
9	Krach mit dem Trainer	17	16	20
10	keine Lust mehr mit dem "Kindergarten" zu trainieren	11	13	10

(Mehrfachnennungen möglich)

**Tabelle 15: Mögliche Austrittsgründe**

Zwischen den Geschlechtern gibt es z.T. deutliche Unterschiede bei den möglichen Austrittsgründen. So ist die Möglichkeit, dass eine „andere Sportart mehr Spaß macht“, für die weiblichen Leichtathletinnen eher denkbar, als für ihre männlichen Kollegen.

Auch könnten sich weibliche Athleten in stärkerem Maße vorstellen, wegen des „langweiligen Trainings“ die Leichtathletik aufzugeben.

Vergleicht man die hypothetischen Austrittsgründe der aktiven Leichtathleten mit den tatsächlichen Gründen ehemaliger Leichtathleten, stellt man abgesehen von den Formulierungen der Fragestellungen fest, dass die Gründe mehr oder weniger übereinstimmen. Auf Platz 1 steht „keine Zeit“ gefolgt von „gesundheitlichen Gründen“.

### **Fazit**

Die Befragung der Jugendlichen hat Schwachstellen in der Jugend-Leichtathletik aufgedeckt. Sie hat Zusammenhänge aufgezeigt, die man bisher vermutet hat, die aber jetzt empirisch belegt sind. Sie hat Hinweise darauf gegeben, in welchen Bereichen die Jugendlichen Verbesserungen erwarten und welche Bereiche zur Zufriedenheit der Jugendlichen sind. Sie ist aber auch, und das sehr erfreulich, bei den jugendlichen Leichtathleten auf positive Resonanz gestoßen. Hinweise wie: „Finde den Fragebogen sehr sinnvoll“ oder „das Beantworten der Fragen hat viel Spaß gemacht“, finden sich immer wieder bei den allgemeinen Bemerkungen.

Sie hat verdeutlicht, dass die Trendsportarten, wie der Vergleich von „Wunsch“ und „Wirklichkeit“ gezeigt hat, (noch) nicht in der Lage sind, Jugendliche von den traditionellen Sportangeboten abzubringen. Die Jugend fährt trotz Bungee-Jumping und Snowboarding weiter Fahrrad, joggt und geht schwimmen. Die Minderheiten, die die Trendsportarten nachfragen, sind die sog. „Sporthopper“, eine Klientel, auf die der organisierte Sport verzichten kann. Selbst wenn man diesen Personenkreis für die Sportvereine gewinnen würde, sie wären auch bei entsprechenden Angeboten weiterhin auf der Suche nach neuen Angebotsformen und würden von Verein zu Verein „hoppen“.

Auf die Leichtathletik übertragen bedeutet das, dass sie nicht diesen „Sporthoppern“ zuliebe die leichtathletischen Angebotsformen verfremden soll. Selbst wenn man den Diskuswurf durch die Frisbeescheibe (Diegel, 1995) ersetzen würde, wäre das keine Gewähr dafür, diese Interessenten für die Leichtathletik zu gewinnen. Bestätigt wird dies auch durch empirische Untersuchungen, die mit Hinweis auf die beispiellose Faszination, die traditionelle Wettkampfsportarten auf Jugendliche ausüben, vor einer vollkommenen Abkehr von traditionellen Sportangeboten warnen (Kurz/Brinkhoff, 1989, 101).

Die Befragung der Jugendlichen im Rheinland hat gezeigt, dass die Leichtathleten, besonders die jüngeren Altersgruppen, gefordert und gefördert werden wollen. Einer „Luschi-Leichtathletik“ wird eine klare Absage erteilt.

Die große Aufgabe wird es sein, die Leichtathleten, die, wie die Untersuchung gezeigt hat, im Durchschnitt 6 Jahre Leichtathletik betreiben, im Laufe ihrer sportlichen Karriere zu begeistern. Begeistern heißt, das Training so gestalten, dass es nicht schon im zweiten Trainingsjahr für die Athleten zur Routine wird. Die hohe Beschwerderate über die Trainingsabläufe und die Trainingsgestaltung zeigt, dass hier der eigentliche Grund für die frühzeitige Aufgabe der Leichtathletik liegt.

Andererseits haben die Zufriedenheitswerte deutlich gezeigt, die 12- und 13-jährigen, also die Leichtathletik-Anfänger, sind begeistert und sind noch zu begeistern. Im Laufe der Jahre nimmt, bedingt durch stereotype Trainingsabläufe, diese Begeisterung ab. Wen wundert es, wenn die Jugendlichen dann in eine - vermeintlich interessantere Sportart - wechseln.

Eine Lösung könnte eine „Netzwerkorientierung“ (Bruhn, 2001, 2) sein, wie sie heute in der Wirtschaft praktiziert wird. Kleine, früher regional bedeutsa-

me Vereine, müssen strategische Netzwerke zur Know-how-Stärkung mit großen Vereinen aufbauen. Die großen Vereine können mit diesen Allianzen ihre Wettbewerbsposition weiter sichern.

Eine solche Netzwerkorientierung dürfte in der Leichtathletik nicht unproblematisch sein. Trainer und Vereine müssten umdenken, weg von der egoistischen Vereinnahmung der Athleten zum Zwecke der eigenen Profilierung.

Wenn die Leichtathletik weiterhin als Sport „wettbewerbsfähig“ bleiben will, dann muss der Athlet, also der Kunde des Vereins, im Mittelpunkt stehen. Die Wünsche des Kunden müssen erkannt, akzeptiert und erfüllt werden. Die Befragung hat gezeigt, die Wünsche der Kunden sind nicht unrealistisch, man muss sie nur ernst nehmen.

## 7 Rechtswesen

Der Referent für Rechtsangelegenheiten des LVR, Rechtsanwalt Martin Schmitz aus Neuwied, hat in der Legislaturperiode 1999 bis 2003 für den Verband vielfältige Tätigkeiten ausgeübt. Exemplarisch seien folgende genannt:

### 7.1 Überarbeitung der Verbands-Satzung (MS)

Es wurde festgestellt, dass im Laufe mehrerer früherer Legislaturperioden verschiedene Satzungsänderungen von Verbandstagen beschlossen worden waren, die jeweils dem Amtsgericht angemeldet wurden, jedoch nicht in einer einheitlichen und zusammenhängenden Satzung publiziert wurden. Das Präsidium hatte daher beschlossen, die Satzung inhaltlich und redaktionell zu überarbeiten. Die überarbeitete Satzung wird dem Verbandstag zur Beschlussfassung vorgelegt.

### 7.2 Haftungsfragen (MS)

Mehrfach stellten sich Haftungsfragen, die geklärt werden mussten. In einem Fall war es sogar notwendig, den Leichtathletikverband in einem Prozessverfahren gegen eine unbegründete Klage zu verteidigen. Der Referent für Rechtsangelegenheiten hat diese Tätigkeit vor dem Amtsgericht wahrgenommen. Der Prozess wurde gewonnen.

## 8 Finanzen

### 8.1 Haushaltskonsolidierung Erfolg und Garant für die Zukunft (RH)

Der Haushalt der vorangegangenen Periode des Leichtathletik-Verbandes war gezeichnet von einem hohen Fixkostenanteil (Personal-, Fahrtkosten, Sitzungsgelder u.a.) auf der Ausgabenseite und einer „alleinigen“ Abhängigkeit von der Landeszuweisung auf der Einnahmeseite.

Unter Federführung des neuen Präsidiums sollte sich diese Gegebenheit in der laufenden Wahlperiode ändern.

Bereits mit der Neubesetzung der Mitarbeiter der Geschäftsstelle ist man einen Schritt in diese Richtung gegangen. Die Geschäftsstelle als „Aushängeschild“ des LVR“ wurde in zwei Schritten mit modernster EDV ausgestattet. Unser Einsatz eines „Rechnungsprogrammes“ kann die Einnahmenseite besser verwaltet werden. Hierdurch konnte auch eine schnellere Bearbeitung der Wünsche der Kunden erreicht werden.

Durch gezielte Kostenanalysen (Angebotsvergleiche u.a.) und Ausweitung der Angebote an Maßnahmen (Lehrgänge, insbesondere Breitensport-Seminare von Reebok) konnte der Anteil der Eigeneinnahmen in den letzten Jahren von 20,54 % auf 37,11 % gesteigert werden.

Die Umstellung und Einführung des Euro verlief reibungslos. Die Finanzordnung wurde den aktuellen Gegebenheiten und Bedürfnissen angepasst.

Erst durch diese Haushaltsführung ist es dem LVR ermöglicht worden, Maßnahmen wie z.B. die Leistungsförderung, Lehrerfortbildung, Ausstattung von Jugendmannschaften bei Vergleichskämpfen u.v.m. zu finanzieren.

Das Land Rheinland-Pfalz hat die Landeszuweisungen im Jahre 2003 um 12,13 % gekürzt. Ein tiefer Schnitt in die Leistungsfähigkeit des Sportes. Unsere Aufgabe wird es sein, diese Umstände mit entsprechenden Mitteln zu meistern. Hier liegt die Herausforderung der nächsten Jahre. Das Präsidium hat mit der Vorlage des Haushaltsplanes 2003 gehandelt. Durch zahlreiche Einsparungen konnte erreicht werden, dass es zu keiner Erhöhung der Gebühren und Umlagen kommt. Auch konnte die Höhe der Förderung des Leistungs- und Breitensportes auf der Grundlage des Jahres 2002 gehalten werden.

## 8.2 Haushaltsplan 2003 (RH)

Titel	Erläuterung	Ansatz 2003	Ergebnis 2002
0-18	Bestandsvortrag	398,60 €	536,57 €
1-11	Allgemeine Zuweisungen	136.500,00 €	155.395,00 €
1-12	Personalkostenzuweisung	20.250,00 €	23.050,00 €
1-11.2	Sonderzuweisung LSB	- €	- €
2-22.1	Einnahmen Aus-/Fortbildung	9.500,00 €	12.945,94 €
2-23.4	Vertrieb von Abzeichen	21.000,00 €	29.127,47 €
2-23.6	Vertrieb von Informationsmaterial	32.500,00 €	43.472,47 €
2-24.1	Passgebühren	3.250,00 €	4.229,97 €
2-24.5	Genehmigungsgebühren	7.750,00 €	8.262,86 €
2-29	Vermischte Einnahmen	3.101,40 €	12.866,77 €
2-291	Auflösung Rücklage		20.451,67 €
	<b>Gesamteinnahmen:</b>	<b>234.250,00 €</b>	<b>310.338,72 €</b>
4-31.1	Aus- und Fortbildung	14.500,00 €	12.496,40 €
4-31.2	Aus- + Fortbildung Aktiver	10.000,00 €	8.627,97 €
4-41.1	Meisterschaften + sonstige Veranstaltungen	11.636,00 €	12.486,15 €
4-42.1	Maßnahmen des Breitensports	6.650,00 €	5.863,10 €
4-42.2	Breitensport - Vertrieb von Abzeichen	10.750,00 €	19.983,39 €
4-43.1	Ehrenpreise	-	- €
4-43.2	Repräsentative Aufgaben/Bestennadeln	2.000,00 €	3.741,76 €
4-51.1	Beiträge auf Bundesebene	14.555,00 €	14.645,52 €
4-51.2	Beiträge auf Landesebene	750,00 €	- €
4-52.1	Versicherungen	950,00 €	814,84 €
4-61	Tagungen und Mitgliedsversammlungen	4.500,00 €	7.993,61 €
4-71.1	Öffentlichkeitsarbeit	45.466,00 €	63.312,41 €
4-71.2	Zeitungen	494,50 €	486,45 €
4-81	Personalkosten	74.040,00 €	72.021,30 €
4-82	Reisekosten - Hauptamtliche	500,00 €	369,00 €
4-91.3	Miete	1.800,00 €	1.730,36 €
4-91.6	Beschaffung+Unterhaltung - Einrichtung	500,00 €	2.316,51 €
4-91.7	Bürobedarf	5.000,00 €	5.499,35 €
4-91.81	Telefonkosten	2.250,00 €	2.226,34 €
4-91.82	Porto	7.500,00 €	8.634,31 €
4-93	Steuern	2.250,00 €	2.117,14 €
4-94	Sonstige Verwaltungskosten	6.809,00 €	9.122,29 €
8-31.3	Nachwuchsförderung	3.350,00 €	4.319,80 €
8-41	Jugendveranstaltungen	5.499,50 €	5.378,22 €
8-47	Internationale Begegnungen	1.750,00 €	5.174,60 €
8-61	Jugendtagungen	750,00 €	579,30 €
	Sonstige Ausgaben (Rückstellung)	- €	40.000,00 €
	Bestandsvortrag	- €	398,60 €
	<b>Gesamtausgaben:</b>	<b>234.250,00 €</b>	<b>310.338,72 €</b>

Allgemeine Rücklage

40.000,00 €

Stand: 02.02.2003

## 9 Marketing

### 9.1 Warum Marketing im LVR ? (WM)

Vor ca. 20 Jahren war der Sport ein sog. „Verkäufermarkt“. D.h., die Aufnahmekapazität der Sportvereine war kleiner als die Nachfrage. Es gab Sportarten, wie Tennis, die ihre Mitgliedsanwärter zunächst auf Wartelisten stellten um sie dann, bei ausreichender Kapazität, aufzunehmen.

Diese Angebots- Nachfragesituation hat sich im Laufe der Jahre deutlich verändert:

- € die Zahl der angebotenen Sportarten hat massiv zugenommen<sup>19</sup>
- € die Zahl der Sportvereine hat sich verdoppelt<sup>20</sup> und
- € neben den Sportvereinen sind es heute vermehrt kommerzielle Sportanbieter und sportfremde Organisationen, wie die Volkshochschulen, die Sport anbieten.

Parallel hierzu ist zu beobachten, dass die Zeiten, in denen der organisierte Sport Jahr für Jahr Mitgliederzuwächse im zweistelligen Bereich verzeichnen konnte, mittlerweile vorbei sind. Wenn heute die Sportverbände Zuwächse melden, dann handelt es sich i.d.R. nur noch um einen Anstieg der „Mitgliedschaften“. Tatsächlich geht die Zahl der Vereinsmitglieder in den letzten Jahren kontinuierlich zurück.<sup>21</sup>

Dies hat dazu geführt, dass auch unter den Sportfachverbänden der „Kampf“ um den „Kunden Sportverein“ groteske Formen angenommen hat. Während sich vor 20 Jahren die Sportfachverbände durch ihre „Produkte“, also ihre Sportart, vom Fachverbands-Konkurrenten differenziert haben, nähern sich heute zwar nicht ihre Produkte, aber ihre Angebotspalette an. So ist der Fußballverband längst weg davon, ein Monofachverband zu sein. Mit sog. Breitensportangeboten, wie Skigymnastik und Laufftreff, sollen neue Kundensegmente den Fußballvereinen zugeführt werden. Auch der Turnverband, von je her der Verband, der am umfassendsten Sport anbot, bietet heute neben Laufen und Walken sogar Schwimmen an.

---

<sup>19</sup> in den 60-er Jahren gab es etwa 30 Sportarten, heute sind es über 240

<sup>20</sup> 2002 gibt es in Deutschland rd. 90.000 Sportvereine

<sup>21</sup> Opaschowski, H.: Die Zukunft des Sports, Hamburg 1996

Zugleich haben sich die Anforderungen der Kunden des LVR verändert. So sind die Anforderungen der direkten Kunden des Leichtathletik-Verbandes, also der Leichtathletik-Vereine, durch die fortschreitende Öffnung der Sportart Leichtathletik in Richtung Freizeit- und Breitensport, immer heterogener geworden. Gleichzeitig stiegen die Wünsche und Anforderungen der indirekten Kunden des Verbandes, der Wettkampfsportler, der Freizeit- und Breitensportler in den LAUF- und Walking-TREFFs, vor allem aber die der Millionen unorganisierten Jogger.

Eine „Verwaltung“ dieser Kunden mit den herkömmlichen Mitteln und Ansätzen ist in der heutigen Zeit zum Scheitern verurteilt. Erfolgversprechender ist der individuelle Service für den Leichtathletik-Kunden. D.h., zunächst den Kunden erkennen, seine Wünsche in Erfahrung bringen und diesen dann gezielt ansprechen. Schon das Erkennen der Kunden setzt Methoden voraus, die im klassischen Verbandsbetrieb bis dato unbekannt waren.

Bereits 1994 hat der LVR erste zaghafte Versuche unternommen, mit Mitteln des modernen Marketings den Verbandsbetrieb auf die neuen Herausforderungen des Sports einzustellen. Der eigentliche Durchbruch erfolgte 1999, als man sich dazu entschied, den Vizepräsidenten mit den Aufgaben des Marketings zu betrauen.

Ziel war die „Vermarktung“ des LVR. „Vermarktung“ heißt, die Bedürfnisse der Vereine, also der Kunden, erfragen, Lösungsmöglichkeiten anbieten und damit der Sportart Leichtathletik –sowohl der Wettkampf- als auch der Breitensport-Leichtathletik- zu einem höheren Stellenwert bei den „Endkunden“<sup>22</sup> zu verhelfen.

Angestrebt war die Umpositionierung des Verbandes vom „Verband der Dienstgesinnung“ zum „Sport-Dienstleister“.

Nun können Dienstleistungen im Wettbewerb nur dann bestehen, wenn sie ein Marketingmanagement haben, das ständig die Kundenbedürfnisse analysiert, den Markt beobachtet und die innerbetrieblichen Aktivitäten auf die Bedürfnisse des Marktes abstellt.

Für die Analyse der Kundenbedürfnisse und die Beobachtung des Marktes wurden Methoden der Marktforschung eingesetzt. In mehreren Befragungen der Mitgliedsvereine wurden die qualitativen und quantitativen Anforderungen dieser Kunden festgestellt (siehe hierzu auch 9.2.1).

---

<sup>22</sup> Unter „Endkunden“ werden zunächst die an der Sportart Leichtathletik interessierten Sportlerinnen und Sportler verstanden, aber auch der Personenkreis, der sich passiv für Leichtathletik im Fernsehen oder im Stadion interessiert

Gerade die qualitativen Anforderungen werden zum entscheidenden Erfolgsfaktor im Wettbewerb um den Sportkunden. Individuelle Serviceleistungen am Kunden (den Vereinen) entscheiden heute über Wettbewerbsvorteile. Nur wenn in den Augen der Kunden ein zusätzlicher Wert in allen Leistungsbereichen erreicht wird, sind die Qualitätsansprüche der Kunden getroffen.

Ein Verband, der den Erwartungen seiner Kunden lediglich „genügt“, wird als durchschnittlich und damit austauschbar wahrgenommen.

## 9.2 Kundenbindung (WM)

Was versteht der LVR unter **Kundenbindung** und was tut er dafür, seine Kunden zu binden?

- € Er versucht gezielt auf die Einzelinteressen und Wünsche seiner Kunden einzugehen
- € Er sucht den direkten Dialog mit seinen Kunden, was durch den Internetauftritt erheblich unterstützt wurde
- € Per Fragebogen oder per Internet werden in jedem Jahr die Kundenbedürfnisse erfragt.
- € Last but not least wird eine **Kundenzeitschrift** fünf mal im Jahr herausgegeben, die eine besondere Rolle im Beziehungsmarketing einnimmt.

Zur Kundenbindung tragen ebenfalls die vielen kostenlosen Dienstleistungen des Verbandes bei. Um einige Beispiele zu nennen:

- € Ein Leitfaden Sponsoring für Volkslaufveranstalter wurde erstellt,
- € Befragung der Volksläufer und der Volkslaufveranstalter zum Zwecke des „Abgleichs“ von Anforderungen und Angebot haben stattgefunden,
- € Eine Befragung der jugendlichen Startpassinhaber wurde durchgeführt (vgl. Abschnitt 6.4)
- € Eine Modellkonzeption Verbesserung leichtathletischen Meisterschaftsangebotes wurde erarbeitet.

Dabei ist sich der Verband des Problems kostenloser (Zusatz-)Leistungen bewusst. Sie verursachen für den Verband Kosten, werden aber vielfach vom Kunden gar nicht als geldwerter Vorteil empfunden.



Der Gewohnheitseffekt ist so groß, dass diese Leistungen als selbstverständlich vorausgesetzt werden, ohne dass man ihnen einen besonderen Wert beimisst.

Hinzu kommt, dass durch kostenlose (Zusatz-)Leistungen permanent eine neue Erwartungshaltung aufgebaut wird, die zum Schluss aber nicht zu der gewünschten Kundenbindung führt, weil die Leistungen als selbstverständlich vorausgesetzt werden.

### 9.2.1 Vereinsbefragungen (WM)

Zur Messung der Kundenzufriedenheit setzt der LVR objektive und subjektive Meßmethoden ein. Zu den „Objektiven Verfahren“ zählen der Mitgliederbestand, der Marktanteil der Leichtathletik am gesamten Sportmarkt und die Abgangs- und Zugangsrate von Mitgliedsvereinen. „Subjektive Verfahren“ basieren auf individueller Wahrnehmung physischer und psychischer Sachverhalte und werden nach merkmalsgestützten und ereignisorientierten Verfahren aufgeteilt.<sup>23</sup>

Die letzte Befragung der LVR-Kunden fand Ende 2002 statt. Angesichts eines recht umfangreichen Fragebogens kann der Rücklauf von 24% als eine recht hohe Akzeptanz angesehen werden.

Auf die Frage, in welchen Bereichen der LVR in den kommenden Jahren die Schwerpunkte seiner Verbandsarbeit setzen soll, wurde genannt:

- € Verstärkte Tätigkeit in den Schulen (89%)
- € Förderung der Schüler und Jugendlichen in den Leichtathletik-Vereinen (89%)
- € Intensivierung der Talentförderung (83%)
- € Förderung des Breiten- und des Spitzensports (78 bzw. 70%)

Wie schon in den vorausgegangenen Befragungen, haben sich die Anforderungen nur unwesentlich verändert.

---

<sup>23</sup> Töpfer, A.: Die Analyseverfahren zur Messung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, in: Töpfer, A.: (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, Neuwied 1999

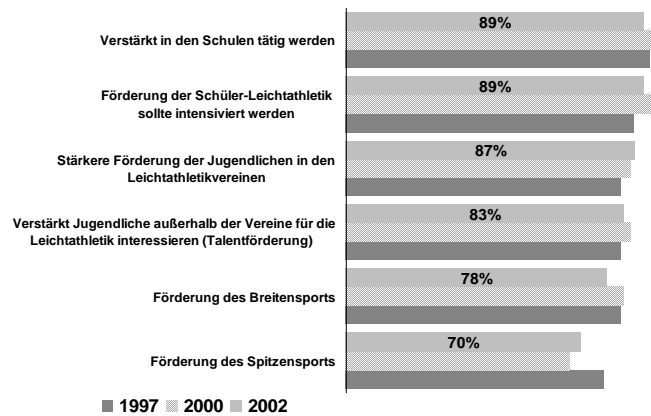


Abbildung 17: Künftige Aufgaben des Verbandes

Was die Arbeit der Präsidiumsmitglieder betrifft, so wurden auch in der Befragung 2002 hervorragende Urteile abgegeben.

So wurden dem LVR

- € Klare Zielvorstellungen (93%)
- € Hohe Aufgeschlossenheit der Ansprechpartner (92%)
- € Leistungsfähigkeit und Zukunftsorientiertheit (89%) und
- € Positive Erfahrungen der Befragten (85%)

attestiert.

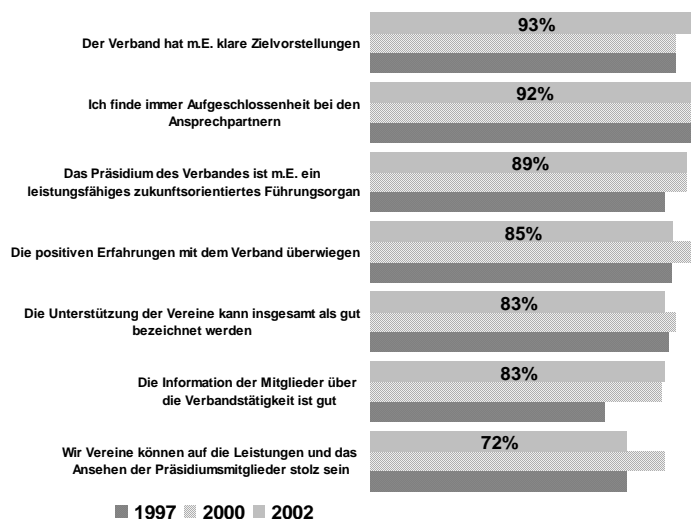


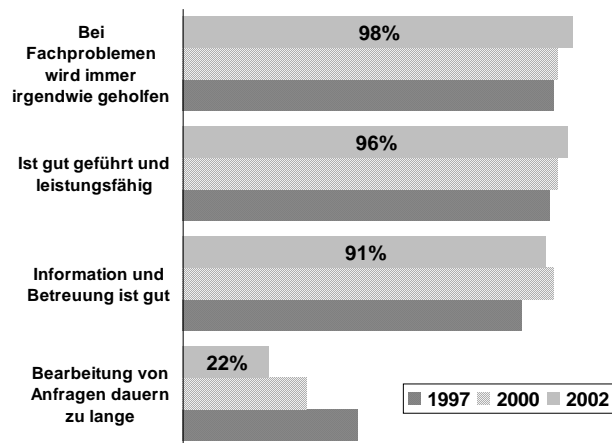
Abbildung 18: Einschätzung des Verbandes

Da die Befragung 2002 bereits die dritte ihrer Art war, sind die Ergebnisse Teil einer Längsschnitt-Betrachtung, die Erfolge oder Misserfolge deutlich macht.

Zu früheren Befragungen zeigen sich auch hier teilweise deutliche Verbesserungen in der Beurteilung.

Auch die Geschäftsstelle hat ihr positives Image verbessert.

So sind 98% der Befragten der Ansicht, dass Ihnen bei Fachproblemen immer geholfen wird. Die Geschäftsstelle selbst wird als gut geführt und leistungsfähig angesehen.



**Abbildung 19: Beurteilung der Geschäftsstelle**

Die Probleme der LVR-Kunden sind nach wie vor die gleichen. So geben 70% der Befragten an, dass ihnen Übungsleiter im Bereich Schüler/Jugend fehlen. Im Erwachsenenbereich ist das Übungsleiterdefizit etwas geringer, nennen doch „nur“ 53% fehlende Übungsleiter im Wettkampf- und Breitensport als ihr Problem. 2/3 der Befragten sind auch weiterhin auf der Suche nach Anregungen, wie neue Mitglieder für die Vereine gewonnen werden können. Diesen Vereinen wird der LVR Konzepte anbieten, um die (noch) unorganisierten Jogger mit neue Angebotsformen für die Leichtathletik zu gewinnen.

### 9.3 Sponsoring (WM)

Die Wirtschaft ist permanent auf der Suche nach neuen Möglichkeiten der Kommunikation mit ihren Zielgruppen. Der Grund hierfür liegt in der immer stärker werdenden Informationsflut (man spricht von einem „information overkill“).

Man geht heute davon aus, dass 95% der Werbung wirkungslos verpuffen. Nur noch 13% der Fernsehzuschauer verfolgen die Werbespots. Der Rest der Zuschauer „zappt“ sich durch die Programme, geht zur Toilette, holt sich etwas zu essen oder verrichtet Hausarbeit.

Mit immer höherem Werbeeinsatz versucht die Wirtschaft ihre Produkte zu verkaufen. Rd. 20 Mrd. Euro werden für Werbung ausgegeben, wovon gerade mal 5% auf Sponsoring entfallen.

Dabei wird Sponsoring sehr häufig mit dem sog. Mäzenatentum verwechselt oder gleichgesetzt. Im Gegensatz zu einem Mäzen kann ein **Sponsor** zwar eine Einzelperson sein, meist ist es aber ein Unternehmen bzw. eine Firma.

Der Sport-Sponsor stellt Geld, Sachmittel, Know-how und organisatorische Leistungen für Sportler, Sportvereine und Sportveranstaltungen bereit.

Im Unterschied zum Mäzen werden diese Mittel vom Sponsor mit dem Ziel vergeben, eine wirtschaftlich relevante Gegenleistung zu erhalten. Man spricht hier auch von einem **Sponsorship**. Der Gesponserte erhält also keine Gelder aus altruistischen Gründen, sondern es ist immer ein klar definiertes Ziel des Sponsors, meistens ein kommunikatives Ziel, damit verbunden.

Beim **Mäzen** handelt es sich um eine Person, die aus idealistischen und altruistischen Motiven z.B. den Sport unterstützt. Diese Personen wollen i.d.R. nicht genannt werden.

Die „Gegenleistung“ dieser Mäzene ist meist die persönliche Freude über die Erfolge ihrer Schützlinge oder es ist gesellschaftliches und politisches Ansehen, was damit erreicht werden soll.

Der LVR ist in der glücklichen Lage, dass er über eine Vielzahl von Sponsoren und ständigen Anzeigenkunden verfügt. Diesen Firmen, Unternehmen und Institutionen möchten wir an dieser Stelle recht herzlich danken für das erbrachte Vertrauen und die Unterstützung.

Wir danken unseren **Hauptsponsoren**

im Leistungs- und Wettkampfsport:

**Adidas und Sparkasse Koblenz,**

im Breiten- und Freizeitsport:

**Reebok Deutschland, Rhein-Zeitung und  
Meddys Laufladen.**

Wir danken auch den **Co-Sponsoren**:

**Erhard Sport, Bitburger Brauerei, Lotto Rheinland-Pfalz, und  
Kodak.**

Einen hohen Stellenwert haben aber auch unsere **Anzeigekunden**, die mit ihren Inseraten dazu beitragen, dass wir das hohe Niveau unsere Publikationen halten können:

**Meddys Laufladen, Münz GmbH, Rhein-Zeitung, Sparkasse Koblenz,  
Rhodius Mineralquellen, Bitburger Brauerei, Lotto Rheinland-Pfalz,  
Deutscher Sportverlag, Runners Point, Pilz Laufsport und Erhard  
Sport.**

## 10 Wurden die gesetzten Ziele erreicht?

Die **sportlichen Ziele** wurden nur marginal erreicht:

- € Auf der Grundlage eines Förderkonzeptes wurde die finanzielle Förderung des Spitzensports zwar erheblich ausgeweitet, doch hat das LVR-Fundraising-Konzept bei den Sponsoren noch nicht die Resonanz gefunden, die notwendig wäre.
- € Die Steigerung der Attraktivität der Leichtathletik-Veranstaltungen wurde durch einen Beschluss des Verbandsrates für die nächsten Jahre „auf Eis“ gelegt.
- € Die Förderung der Leichtathletik in den Schulen wurde durch das Angebot von Lehrerfortbildungen zumindest angestoßen.
- € Die Gewinnung von unorganisierten Joggern ist gemeinsam mit dem DLV in der konzeptionellen Phase. Inwieweit die Steigerung der Mitgliederzahlen des LVR auf den Zugang von Joggern zurückgeführt werden kann, bleibt zunächst Spekulation.

Die **organisatorischen Ziele** wurden überwiegend erreicht:

- € Die Betreuung und Beratung der Kunden hat qualitativ zugenommen, was auch die Befragungen bestätigen.
- € Die Schaffung einer Dienstleistungskompetenz kann ebenfalls als erreicht angesehen werden. Inwieweit dies als Beitrittsmotiv gesehen wurde, ist noch zu evaluieren.
- € Das Ziel der Entwicklung marktfähiger Dienstleistungen muss dagegen auf die kommende Periode verschoben werden.

Die **ökonomischen Ziele** der Mitgliedererhaltung und Mitgliedergewinnung können als voll erreicht angesehen werden.

Bleiben noch die **psychographischen Ziele**, die relativ schwer messbar sind. Dennoch kann man aufgrund der Befragungen sagen, dass sich das Image des Verbandes deutlich verbessert hat. Die beiden anderen Ziele, den LVR zur Marke aufzubauen und die Breitensport-Leichtathletik neu zu positionieren, müssen als langfristige Ziele gesehen werden, die nicht innerhalb einer Wahlperiode erreicht werden können.

## 11 Ziele für die kommenden 4 Jahre

### 11.1 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (TF)

Wenn auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den letzten 4 Jahren an der Verbandsspitze verbessert und den Notwendigkeiten angepasst wurde, sind weitere Verbesserungen dringend notwendig. Schwerpunkt der nächsten 4 Jahre wird es sein, die Akzeptanz der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit innerhalb des Verbandes wesentlich zu erhöhen und die Berichterstattung in den Medien zu verbessern.

Dabei ist eine, bisher kaum vorhandene Zusammenarbeit, zwischen den Vereinen, den Kreisen und dem Verband dringend erforderlich. Es ist mir in den letzten 4 Jahren nicht gelungen, die Wichtigkeit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Vereine so deutlich zu machen, dass sie von den Vereinen erkannt und anerkannt wurde.

In diesem Bereich, Herausstellen der Wichtigkeit der Öffentlichkeitsarbeit, wird auch in den nächsten 4 Jahren einer der Schwerpunkt der Arbeit des Referenten für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit liegen müssen. Es wäre schön, wenn Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in vielen Vereinen und Kreisen zukünftig nicht das achte oder neunte Rad am Wagen wäre, sondern etwas mehr als bisher als wichtige und notwendige Funktion anerkannt würde.

### 11.2 Marketing (WM)

Wenn man davon ausgehen muss, dass der „organisierte Sportmarkt“ gesättigt ist (vgl. Abschnitt 9), dann bieten sich marketingstrategisch für die Leichtathletik zwei Alternativen an:

1. Die Gewinnung von Sportlern, die heute noch andere Sportarten ausüben
2. Die Gewinnung von Nichtsportlern und unorganisierten Sportlern (z.B. Jogger<sup>24</sup>)

Beide Alternativen setzen voraus, dass die Leichtathletik ihre Angebote präziser auf die Bedürfnisse ihrer potentiellen „Abnehmer“ abstimmt. Dazu ist es

---

<sup>24</sup> Nach den Ergebnissen der Allensbacher Werbeträger-Analyse geben 16 Mio. Menschen an, in ihrer Freizeit teils regelmäßig, teils gelegentlich zu joggen (AWA 2002)

notwendig zu wissen, was die Kunden veranlasst, sich für das eine oder gegen das andere Sportangebot zu entscheiden.

Ein ganz wichtiger Aspekt ist in diesem Zusammenhang die Qualität des Sportangebots. Da viele Sportarten aus der Sicht des „Sportkunden“ austauschbar sind, spielt die Qualität des Sportangebotes für den „Sportkunden“ eine immer größere Rolle. Er erwartet von einer neuen Sportart nicht nur einen Mindeststandard (also eine Sportkernleistung), er erwartet vielmehr Zusatzleistungen (also einen sog. „Mehrwert“).

Will man mit Qualität neue Kunden gewinnen und zugleich die alten Kunden an sich binden, müssen Anforderungen definiert werden, wie diese Qualität mit objektiven Indikatoren gemessen werden kann. Um es klar zu sagen, der LVR hat nicht die Absicht, dem Kunden zu sagen, was Qualität ist, der Kunde, also der Markt, definiert die Qualität selbst. Wir wollen aber dem Kunden ein Qualitätsraster an die Hand geben, nach dem er entscheiden kann, welche Anforderungen aus seiner persönlichen Sicht erfüllt sein müssen.

### **11.2.1 „CRM“ (WM)**

Jedes Unternehmen muss sich die Frage stellen: Wer sind meine besten Kunden und was muss ich tun, damit sie es auch möglichst lange bleiben? Diese Frage müssen sich in der heutigen Zeit auch die Sportfachverbände stellen.

Zur Beantwortung dieser Frage setzen die Unternehmen „CRM“ ein. Customer Relationship Management hat die Aufgabe, relevante Kundeninformationen in Form eines sog. Kundenprofils zur Verfügung zu stellen um stabile und ertragreiche Kundenbeziehungen aufzubauen, weiterzuentwickeln und zu pflegen.

Übertragen auf den LVR bedeutet das, die Wünsche und Anforderungen der Kunden im Rahmen der Kundenkontakte zu erfassen, um künftig die Leistungen des Verbandes zielgruppenspezifisch anbieten zu können. Die dazu notwendige Implementierung eines Data-Warehouse in der Geschäftsstelle wird ein Ziel für die kommende Periode sein.

### **11.2.2 Gewinnung unorganisierter Jogger (WM)**

Marketing hat in der Leichtathletik nicht den Zweck, die Sportart Leichtathletik „an den Mann zu bringen“, sondern die Sportwünsche der leichtathletikaffinen Kunden zu erfragen und zu befriedigen.

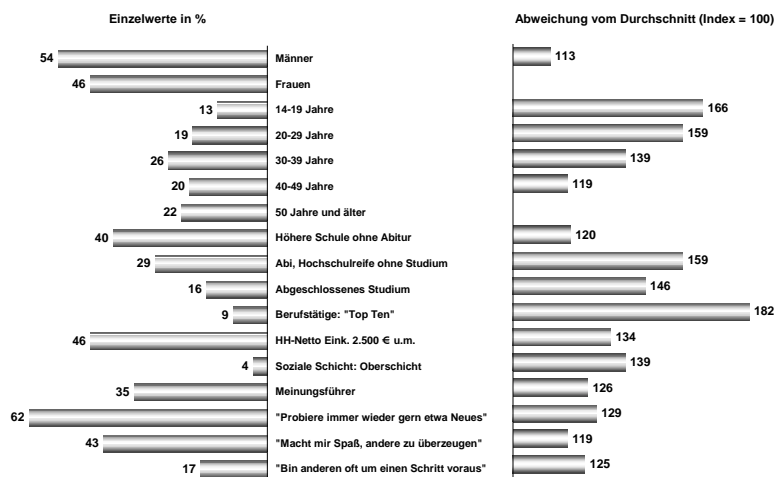


In Deutschland gibt es rd. 16 Mio. Menschen, die angeben, in ihrer Freizeit „Jogging oder Waldlauf“ zu betreiben<sup>25</sup>. Unabhängig von der Intensität<sup>26</sup> ihrer sportlichen Betätigung kann man diesen Menschen eine Affinität zur Leichtathletik unterstellen. Mehr noch, die Sportart bzw. die Sportarten, die eine Person aus 34 möglichen Freizeitsportarten auswählt, repräsentiert ihr „Consideration-Set“. D.h., bei der anstehenden Entscheidung, eine Sportart in einem Sportverein auszuüben, gehören die Sportarten im „Consideration-Set“ (in unserem Fall das Joggen) zu den subjektiv für relevant gehaltenen Alternativen.<sup>27</sup> Die 16 Mio. Jogger sind als potentielle Kunden der Leichtathletik zu sehen.

Von ihrer soziodemografischen Struktur ist die Personengruppe der Jogger, wie die Abbildung 20 zeigt, eine hoch interessante Gruppe für die Leichtathletik-Vereine.

## Jogger

*? jung, gebildet, einkommensstark ?  
? den anderen immer einen Schritt voraus ?*



In Rheinland-Pfalz geben 1 Mio. Personen über 14 Jahren an, in ihrer Freizeit "häufig" oder "ab und zu" Jogging zu betreiben

© Willi Maurer; Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträger Analyse (AWA 2002); Institut für Demoskopie Allensbach

### Abbildung 20: Soziodemographische Struktur der Jogger

Aufgabe der Leichtathletik-Verbände wird es sein, den Leichtathletik-Vereinen Hilfestellungen zu geben, damit diese das Bedürfnis und den Wunsch der 16 Mio. Menschen, einen leichtathletischen Sport auszuüben, durch entsprechende attraktive Angebote befriedigen können.

<sup>25</sup> Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2002

<sup>26</sup> Bei der Beantwortung der Frage nach der ausgeübten Sportart konnte zwischen „das mache ich regelmäßig“, „das mache ich ab und zu“ oder „das mache ich nie“ gewählt werden

<sup>27</sup> Trommsdorff, V.: Konsumentenverhalten, Stuttgart 2002

Dabei müssen wir uns davon frei machen, dass wir diesen Kunden ein Sportprodukt (die Leichtathletik) anbieten. Wir müssen vielmehr den Konsumenten eine **Lösung** für ihr Problem anbieten.<sup>28</sup>

D.h., wir sollten dem Kunden nicht anbieten, mit Gleichgesinnten durch den Wald zu laufen und dafür auch noch 10 Euro zu zahlen. Nein, wir sollten dem Kunden anbieten, ihn auf seinen 1. Marathon bzw. seinen ersten 10-km-Lauf vorzubereiten. Wir sollten dem Kunden anbieten, seine überschüssigen Pfunde möglichst auf Herz-/Kreislaufschonende Weise los zu werden.

Wenn immer mehr Personen bei Vereinen des Turnverbandes walken, dann ist das ein Indiz dafür, dass das entsprechende Angebot der Leichtathletik nicht attraktiv genug ist, oder dass das Angebot der Leichtathletik beim Kunden nicht bekannt ist.

Das Bedürfnis des Kunden nach Bewegung ist gleich geblieben. Entscheidend ist die Attraktivität des sportlichen Angebotes.

Gemeinsam mit dem Deutschen Leichtathletik-Verband arbeitet der LVR an einer Konzeption für die Gewinnung von unorganisierten Joggern und Walkern. Mit der Umsetzung der Konzepte wird noch in diesem Jahr in den Landesverbänden Deutschlands begonnen.

### 11.2.3 Sponsoring (WM)

Nachdem die Bitburger Brauerei ihr Sponsoringengagement für das Jahr 2003 kurzfristig zurückgezogen hat, bemüht sich der Verband nun um einen oder mehrere andere Sponsoren für die Meisterschaften 2003.

Realistischerweise muss man aber berücksichtigen, dass sich die schlechte konjunkturelle Situation gerade im Bereich der Werbung erheblich auswirkt. So ist das Werbevolumen in Deutschland im vergangenen Jahr drastisch zurückgegangen.<sup>29</sup> Wenn man dann bedenkt, dass Sponsoring gerade mal einen Anteil von 5% an den Werbemaßnahmen der Unternehmen hat (vgl. Abschnitt 9.2.1), dann dürften die Chancen einen Sponsor zu finden, nicht einfacher werden.

---

<sup>28</sup> So ist ein Hersteller von Bohrmaschinen der Ansicht, der Kunde brauche einen Bohrer. Tatsächlich braucht der Kunde aber das Loch in der Wand.

<sup>29</sup> Die Massenentlassungen bei den großen Verlagen sind überwiegend auf den Einbruch der Werbespendings zurückzuführen.

# Wir danken unseren Sponsoren für ihre Unterstützung

im Leistungs- und Wettkampfsport:



im Breiten- und Freizeitsport:



Dank sagen wir auch unseren Co-Sponsoren:

