



Gerrit Kröger

Sport als Instrument der Stadtentwicklung:  
Flensburg auf dem Weg zur Sportstadt

# KIELER STUDIEN ZUR STADT- UND REGIONALENTWICKLUNG

Gerrit Kröger

**Sport als Instrument der Stadtentwicklung:**  
Flensburg auf dem Weg zur Sportstadt

**3** 2020

Herausgegeben von  
Rainer Wehrhahn, Florian Dünckmann und Axel Prieb  
Geographisches Institut der Universität Kiel  
ISSN 2747- 4747

Diese Veröffentlichung entspricht im Wesentlichen der im Geographischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel im Jahre 2019 angenommenen gleichlautenden Masterarbeit.

Das Titelfoto zeigt den Butcher Jam auf dem Schlachthof in Flensburg  
Foto: Gerrit Kröger, 2019

©

Alle Rechte vorbehalten

## Vorwort

Bereits 2016 entstand die Idee, für meine Abschlussarbeit ein Thema auszuwählen, das einen Zusammenhang zwischen Sport und Stadtentwicklung herstellt. So entschied ich mich bereits im Rahmen meiner Bachelorarbeit ein Thema an dieser Schnittstelle auszuwählen und untersuchte das demographische Erbe der olympischen Segelwettbewerbe von 1972 in Kiel. Dabei analysierte ich die Komponenten Alterung und Schrumpfung auf Stadtteilebene am Beispiel von Kiel-Schilksee. In diesem Stadtteil wurde das Olympische Dorf für die Segelwettbewerbe errichtet, das nach Abschluss der Spiele zur Bewohnung genutzt wurde.

Im Rahmen meines Auslandsaufenthalts im Sommersemester 2018 in der süditalienischen Stadt Cagliari, die 2017 von der European Capitals and Cities of Sport Federation (ACES Europe) als „European City of Sport“ gekürt wurde, wuchs in mir die Idee, auch meine Masterarbeit an der Schnittstelle zwischen Sport und Stadtentwicklung anknüpfen zu lassen.

Der Begriff „Sportstadt“ begegnet mir als Leistungssportler immer wieder. Frankfurt, Leverkusen, Köln oder Düsseldorf sind nur einige Beispiele von Städten, die sich selbst als Sportstädte benennen. Ich entschloss mich dazu, dem Begriff „Sportstadt“ im Rahmen dieser Arbeit näher auf den Grund zu gehen und die Frage zu erör-

tern, inwieweit der Sport ein geeignetes Instrument der Stadtentwicklung sein kann.

Bei der Bearbeitung der Masterarbeit stand ich immer wieder vor neuen Herausforderungen, die es zu meistern galt. Verschiedene Personen standen mir mit Rat zur Seite, um diese Herausforderungen zu bewältigen. Bei denen möchte ich mich ausdrücklich bedanken: Entscheidend bei der Themenwahl half mir mein Zweitbetreuer Prof. Dr. Florian Dünckmann. Ein großer Dank gilt aber vor allem meinem Erstbetreuer, Herrn Prof. Dr. Rainer Wehrhahn, an den ich mich immer wenden konnte und der mir bei der späteren Veröffentlichung half. Meinen ganz besonderen Dank möchte ich Petra Sinuraya aus der Arbeitsgruppe Stadt- und Bevölkerungsgeographie aussprechen, welche das Layout für die Veröffentlichung gestaltete und mir hier sehr viel Arbeit abnahm. Weiter danken möchte ich namentlich Philipp Scheithauer, der mir für meine zahlreichen Besuche in Flensburg stets eine Couch zur Verfügung gestellt hat. Bedanken möchte ich mich auch bei meinen Eltern, die mich während des Studiums stets unterstützen.

Hamburg, im November 2020  
*Gerrit Kröger*



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
Zusammenfassung	VI
Summary	VII
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Forschungsinteresse	1
1.2 Forschungsfragen und Ziele der Arbeit	2
1.3 Aufbau der Untersuchung	4
<b>2 Grundlagen und Konzepte</b>	<b>4</b>
2.1 Begriffsbestimmung Sport	4
2.2 Das Verhältnis von Sport und Raum	5
2.2.1 Sport- und Bewegungsräume	7
2.2.2 Konzeptuelle Konstruktion der „Sportstadt“	7
<b>3 Sport als Instrument der Stadtentwicklung</b>	<b>11</b>
3.1 Sport als Teil städtebaulicher Leitbilder	11
3.1.1 Begriffsdefinition eines städtebaulichen Leitbildes	11
3.1.2 Städtebauliche Leitbilder der Nachkriegszeit	12
3.1.3 Ansätze der Sportentwicklungsplanung – Sport im Städtebau	12
3.1.4 Die „Sportstadt“ – ein neues städtebauliches Leitbild?	14
3.2 Sport als weicher Standortfaktor	15
3.2.1 Stadtimage und -identität durch Sport	16
3.2.2 Freizeitsport – Versportlichung der Stadt	17
3.2.3 Sportveranstaltungen – Festivalisierung der Stadtentwicklung	19
3.2.4 Sporttourismus	21
3.2.5 Sportwirtschaft	23
3.3 Potentialidentifizierung und Kategorisierung	27
<b>4 Forschungsmethodik und Durchführung der Untersuchung</b>	<b>28</b>
4.1 Erhebungsmethodik	28
4.2 Methoden der Datenauswertung	30
<b>5 Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen von Sport als Instrument der Stadtentwicklung am Beispiel von Flensburg</b>	<b>31</b>
5.1 Kriterien für die Auswahl des Fallbeispiels	31
5.2 Sport als Teil der Stadtentwicklung in Flensburg	31
5.2.1 Sportentwicklungsplanung „Sport und Bewegung in Flensburg“	31
5.2.2 Integriertes Stadtentwicklungskonzept „Perspektiven für Flensburg“	34

5.2.3	Sport als Bestandteil weiterer städtischer Strategien .....	37
5.3	Die Akteure .....	37
5.3.1	Politik .....	37
5.3.2	Fachämter der Stadtverwaltung .....	39
5.3.3	Sportverband Flensburg e. V. ....	39
5.3.4	Sportvereine .....	39
5.3.5	Jugendhilfeträger .....	40
5.3.6	Sportwirtschaft .....	41
5.3.7	Stadtmarketing .....	41
5.3.8	Sportveranstalter .....	41
5.3.9	Presse und Medien .....	42
5.3.10	Bildungseinrichtungen .....	42
5.3.11	Netzwerke .....	42
5.3.11.1	Von der Planungsgruppe zur Sportentwicklungsplanung .....	43
5.3.11.2	Lenkungsgruppe Sportentwicklungsplanung .....	43
5.3.12	Interessenkonflikte im Flensburger Sportsystem .....	43
5.3.13	Zwischenfazit .....	45
5.4	Flensburg auf dem Weg zur Sportstadt .....	45
5.4.1	Breiten- und Trendsport in organisierter und freier Form .....	45
5.4.2	Sportveranstaltungen und Stadtentwicklung .....	51
5.4.3	Leistungssport .....	55
5.4.4	Sportinfrastruktur und Verteilung .....	56
5.4.5	Stadtimage und Stadtidentität .....	61
5.4.6	Tourismus und Sport .....	64
5.4.7	Bewertung der Nutzung von Sport als Instrument der Stadtentwicklung .....	64
<b>6</b>	<b>Abschließende Beantwortung der Forschungsfragen .....</b>	<b>67</b>
<b>7</b>	<b>Fazit und Ausblick .....</b>	<b>68</b>
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>69</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Gesamtkomplex Sport	4
Abb. 2:	Trialektik des Sports	5
Abb. 3:	Hierarchische Verteilung von Sportstätten im abstrakten Raum	7
Abb. 4:	Ebenenmodell	7
Abb. 5:	Definition Sport- und Bewegungsraum	8
Abb. 6:	Harte vs. weiche Standortfaktoren	16
Abb. 7:	Häufigkeit des Sporttreibens in der Bevölkerung über alle Sportarten 2015	18
Abb. 8:	Kategorisierung der Wirkungen von Sportevents	21
Abb. 9:	Sporttourismus	22
Abb. 10:	Anteile an der Bruttowertschöpfung für ausgewählte Wirtschaftsbereiche	23
Abb. 11:	Aggregiertes Konsummuster für die aktive Sportausübung 2015	25
Abb. 12:	Ausgaben der privaten Haushalte zur aktiven Sportausübung	25
Abb. 13:	Aggregiertes Konsummuster für die passive Sportausübung/das Sportinteresse	26
Abb. 14:	Ausgaben der privaten Haushalte zur passiven Sportausübung/Sportinteresse	26
Abb. 15:	Forschungszyklus	28
Abb. 16:	Schlüsselmaßnahme „multifunktionale Spiel- und Bewegungsflächen“	36
Abb. 17:	Akteurskonstellation des Flensburger Sportsystems	38
Abb. 18:	Skate- und BMX-Park Schlachthof	40
Abb. 19:	Imagekampagne des Vereins „Die schönste Förde der Welt“	42
Abb. 20:	Kontroverse Interessenfelder des Flensburger Sportsystems	44
Abb. 21:	Grad der sportlichen Aktivität	46
Abb. 22:	Einordnung der sportlichen Aktivität	46
Abb. 23:	Sportartengruppen in Flensburg und im interkommunalen Vergleich	47
Abb. 24:	Die Top 10 der ausgeübten Sport- und Bewegungsaktivitäten	48
Abb. 25:	Verschiedene Sportpräferenzen nach Altersgruppen	49
Abb. 26:	Organisatorischer Rahmen der Sport- und Bewegungsaktivitäten	49
Abb. 27:	Beurteilung der Bedingungen für Sport und Bewegung in Flensburg	51
Abb. 28:	Heimspiel der SG Flensburg-Handewitt in der Flens-Arena	53
Abb. 29:	Rum-Regatta 2019	54
Abb. 30:	Butcher Jam 2019	55
Abb. 31:	Orte der Sport- und Bewegungsaktivitäten	57
Abb. 32:	Übersicht über die Flensburger Sportstätten	58
Abb. 33:	Übersicht über die Flensburger Sportstätten mit 20-minütiger fußläufiger Erreichbarkeit	58
Abb. 34:	Verteilung von Fitnessstudios in Flensburg	59
Abb. 35:	Verteilung von Fitnessstudios in Flensburg mit 20-minütiger fußläufiger Erreichbarkeit	60
Abb. 36:	Anzahl an Sportstätten pro Ordnungsklasse	60
Abb. 37:	Räumliche Verteilung von Sportstätten nach Ordnungsklassen	61
Abb. 38:	Erreichbarkeitsbuffer für die Sportstätten der drei Ordnungsklassen	62
Abb. 39:	Sport- und bewegungsfreundliche Stadt – Städtevergleich	63

## Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Stichprobenartige Übersicht selbsternannter Sportstädte in Deutschland.....	9
Tab. 2:	Indikatoren einer Sportstadt .....	10
Tab. 3:	Nachfragetypen im Sporttourismus .....	22
Tab. 4:	Ausgewählte Kennzahlen des Wirtschaftsfaktors Sport .....	24
Tab. 5:	Interviewpartner .....	29
Tab. 6:	Leitziele der Sportentwicklungsplanung .....	33
Tab. 7:	Querschnittsthemen und Handlungsansätze .....	34
Tab. 8:	Maßnahmenübersicht zum Querschnittsthema C) öffentlichen Räume als lebendige Orte und städtische Ressource .....	35
Tab. 9:	Flensburg-Strategie .....	36
Tab. 10:	Top 5 Sportvereine .....	40
Tab. 11:	Top 20 Fachverbände in Flensburg .....	50
Tab. 12:	Wichtige Sportveranstaltungen in Flensburg und direktem Umland .....	52
Tab. 13:	Bewertung des Sportsystems in Flensburg mit Anzahl an Nennungen .....	63
Tab. 14:	Bewertung der Nutzung des Sports als Instrument der Stadtentwicklung.....	65

## Zusammenfassung

Sport im Verständnis als Bewegungskultur ist viel mehr als nur eine Form der Bewegung, er kann als ein Lebensstil aufgefasst werden, mit dem viele positive Attribute verknüpft sind. Der Begrifflichkeit Sport in ihrer definitiven Unschärfe kommt dabei ein überaus positives Image zugute und genau davon erhoffen sich auch zahlreiche Städte Vorteile. Sport im Verständnis als weicher Standortfaktor ist in den letzten Jahren zunehmend in den Fokus der Stadtentwicklung gerückt, da sich von einer Inszenierung über den Sport viele Effekte versprochen werden. Die Inszenierung über den Sport hat zwei Facetten. Auf der einen Seite eine interne, die beispielhaft über eine zielorientierte Sportentwicklungsplanung gesteuert werden kann und einen Fokus z. B. auf die Aspekte Gesundheitsförderung der Bevölkerung und die Schaffung von Sportangeboten im öffentlichen Raum legt. Auf der anderen Seite bietet die Außendarstellung von Städten über den Sport – insbesondere über Sportveranstaltungen - je nach regionaler, nationaler oder internationaler Bedeutung einen hohen Grad medialer Resonanz. Darüber kann eine Stadt in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt werden. Bei der Inszenierung über den Sport ist der öffentliche Raum überwiegend der Innenstädte von hoher Relevanz. Er bietet die Bühne der Veranstaltung und wird öffentlich wahrgenommen, repräsentiert also die Stadt nach außen.

Für eine dauerhafte Darstellung über den Sport führen verschiedene Städte den Begriff Sport oder eine spezifische Sportart in der Außenvermarktung auf. Prominente Beispiele sind die Städte Kiel („Kiel.Sailing.City“), Düsseldorf („Sportstadt Düsseldorf“) und Hamburg („Hamburg Active City“). Beim Ansatz einer konzeptionellen Konstruktion der Sportstadt lassen sich vor allem drei Kernelemente ableiten, die nahezu alle sich selbst als Sportstädte betitelnde Städte aufweisen. Jene Städte sind bedeutender Standort des Breitensports; in ihnen finden herausragende Sportevents statt und sie stellen einen wichtigen Standort des Leistungssports dar.

Anhand der Stadt Flensburg konnte analysiert werden, dass es nicht zwingend notwendig ist, sich bewusst als Sportstadt zu titulieren, um die Potentiale des Sports für die Stadtentwicklung auszuschöpfen. Flensburg nutzt eine Sportentwicklungsplanung als Leitfaden der Sportentwicklung, die in Strategien der Stadtentwicklung integriert wurde (ISEK). Es zeigt sich, dass Flensburg Sportevents in der Stadtentwicklung einplant und über eine entsprechende Vermarktung touristisches Potential ausschöpfen möchte. Hier erweist sich die enge Kooperation zwischen wirtschaftlichen und kommunalen Akteuren als teils gewinnbringend, teils hinderlich, da der Fokus sehr stark auf die Wirtschaft geworfen wird.

## Summary

Sport, understood as the culture of human motion, is much more than a simple form of movement. It can be considered a lifestyle, closely linked to a number of positive attributes. The term 'sport', in all its fuzziness, profits from an immensely positive image, which is why a great number of cities wants to derive benefits from it. In recent years, sport, in its role as a soft location factor, has increasingly become a focal point for city development, with the idea to use it as a new stage to generate certain effects. Sport as a staging area is characterised by two facets: On the one hand there is an internal level of staging, exemplified by the use of target-oriented sport development planning, focusing, for instance, on aspects such as health promotion or the provision of sport services in the public space. On the other hand there is the public image generated through sport – mainly through sport events –, which can provide for high levels of media impact, depending on the regional, national or international dimension of the events. By this means, a city can be brought into focus. The staging of sport is mostly relevant for city centres. A city centre hosting an event receives public attention, thus representing the city to the outside world.

Several cities use the term 'sport' or a specific type of sport as a long-term marketing tool. Prominent examples include the cities of Kiel ("Kiel. Sailing City"), Düsseldorf ("Sportstadt Düsseldorf") and Hamburg ("Hamburg Active City"). The approach of a conceptual construction of a sports city is based on three core

elements, which can be found in nearly all cities that use this term for themselves. Those very cities are prominent sites of mass sports, they are host to outstanding sport events, and they are also important centres of competitive sport.

Based on the example of the city of Flensburg it could be shown that using the term 'sport city' is not a necessary requirement for cities to capitalise on sport's potential for city development. Flensburg uses specific sport development planning as a guideline for sport development, which in turn is part of the city's integrated urban development concept. It is clear that Flensburg includes sport events in its city development strategy, using the corresponding marketing to tap their full touristic potential. The close cooperation between economic and municipal stakeholders proves to be profitable and debilitating at the same time, since the primary focus is on the commercial side. Nonetheless sport is recognised as a soft location factor, as evidenced by the "Flensburg liebt dich" marathon. The city administration consciously promotes sport in the public space, but there continues to be further potential. At the time of the investigation, sport already constitutes an important image factor for the city. The major weaknesses remaining are found in the communication of the sports offers in Flensburg, and also in the provision of infrastructure, which needs to be overcome in order to fully leverage sport's potential and to enhance the quality of life in the city, which in turn would have favourable effects on the economy.



# 1 Einleitung

Kiel ist nur eine von zahlreichen Städten, die den Sport als wesentlichen Bestandteil der Außenvermarktung nutzt. So präsentiert sich Kiel als „Kiel.Sailing.City“ und profiliert sich über den Segelsport und eine jährlich wiederkehrende Sportgroßveranstaltung – die Kieler Woche. Nicht nur für Kiel, sondern für eine ganze Reihe an Städten ist der Sport in der Außendarstellung ein wichtiger Faktor geworden, um als Stadt medial präsent zu sein. Hamburg präsentiert sich als „Active City“ mit einer ganzen Reihe an Sportgroßveranstaltungen; Düsseldorf betitelt sich als Sportstadt und setzt dabei auf die Förderung leistungssportlicher Akteure. Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit ist die Frage, welchen Beitrag der Sport zur Stadtentwicklung beisteuern kann. Ein wesentlicher Fokus wird dabei auf den Begriff „Sportstadt“ gelegt und versucht diesen konzeptionell zu fassen. Die Stadt Flensburg dient dabei als zu analysierendes Fallbeispiel.

## 1.1 Forschungsinteresse

Stadtentwicklung und Sport wurden in der öffentlichen Diskussion und auch in der verwaltungsinternen Praxis lange Zeit als zwei voneinander isolierte Ressorts betrachtet. Ein Grund dafür liegt in der kommunalen Verwaltungsstruktur, die sich aus verschiedenen Fachabteilungen zusammensetzt. Eine ressortübergreifende Zusammenarbeit im Bereich Sportentwicklung zum Zweck einer integrativen Sport- und Stadtentwicklung wurde dadurch deutlich erschwert (STEINEBACH 2011, S. 9).

In sogenannten integrierten Stadtentwicklungskonzepten findet Sport und Bewegung teils Einzug, aber meist nur oberflächlich unter der Überschrift „Erholung und Freizeit“. Die komplexen Veränderungen der Lebenswelten der Menschen machen auch vor dem Sport nicht halt. Sowohl das Sportumfeld als auch die Sportarten ändern sich. Diese Veränderungen sind auch für die Stadtentwicklung von hoher Relevanz (KÄHLER 2016, S. 287). Noch bis in die 1990er Jahre wurden überwiegend nur die formellen Sportarten der Sportfachverbände als Sport eingestuft. Dieser formelle Sport wurde in regelgerechten Sportstätten und nur selten in städtischen Freiräumen ausgeübt. Sport im städtischen Kontext war vor diesem Hintergrund also überwiegend eine Angelegenheit der Sportvereine und der kommerziellen Betriebe (KÄHLER 2014, S. 267).

Doch durch die sich verändernden Lebenswelten, wandelte sich auch das Sportverhalten: Sinkende Arbeitszeiten bei gleichzeitig steigender Flexibilität, größere

Ansprüche an die Freizeitgestaltung und eine erhöhte Mobilität sind einige Faktoren, die sich deutlich auf die Nachfragesituation im Bereich Sport und Bewegung auswirken. Die Nachfrage nach Sportangeboten differenziert sich immer stärker aus. Der Stellenwert spezieller und individueller Angebote steigt. Zudem haben sich eine Reihe informeller und selbstorganisierter Formen von Sport und Bewegung neben dem „klassischen“ Sporttreiben in Sportvereinen etablieren können. Dieser Trend ist insbesondere in der Ausdifferenzierung der Sportlandschaft erkennbar. So existierten in den 1960er Jahren nur etwa 30 unterschiedliche Sportarten, wohingegen es Anfang des 21. Jahrhunderts bereits rund 240 Sportarten waren (STEINEBACH 2011, S. 9).

Sport ist in der heutigen Gesellschaft vor allem individuelle Bedürfnisbefriedigung und hilft Spannungen des Alltags abzubauen (ALBERS 2006, S. 352). Durch Fitness wird das körperliche und seelische Wohlbefinden sowie die Leistungsfähigkeit gesteigert und die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper erhöht (ebd.). Sport dient für viele als präventive Strategie zum Schutz vor Erkrankungen. Auch der Gesetzgeber fördert dies, indem er nach § 20 SGB V die Krankenkassen dazu verpflichtet, gesundheitsfördernde Maßnahmen zu fördern. Dies sind „Bonuszahlungen für gesundheitsbewusstes Verhalten“ (§ 65a SGB V). Massenmedien und Werbung prägen dazu das Leitbild eines „gesunden, gestählten und verschönernten Körpers“ (PRAHL 2002, S. 212) und verstärken damit den Gesundheits- und Fitnesstrend. Ein weiteres zentrales Motiv für sportliche Aktivitäten in der Freizeit bilden das gemeinschaftliche Miteinander bei der gemeinsamen Sportausübung in einer Gruppe sowie der Faktor Spaß am Sport an sich (ALBERS 2006, S. 352). Der Sport nimmt hier eine sozial-integrative Rolle an, da sich in Sporteinrichtungen und Vereinen Menschen ganz unterschiedlicher Herkunft begegnen. Hinzu kommt, dass auch der passive Sportkonsum etwa beim Besuch von Sportveranstaltungen oder beim Schauen von TV-Übertragungen weiter an Bedeutung gewinnt, sodass ein gestiegenes Sportinteresse festgestellt werden kann (ALBERS 2006, S. 352).

Bewegung findet dabei zunehmend außerhalb von normgerechten Sportstätten statt (KÄHLER 2015, S. 7). Der öffentliche Raum nimmt dadurch zunehmend eine wichtigere Rolle ein und wird z.B. in Form von Gehen, Nordic-Walking, Radfahren, Skaten, Longboarden, Klettern, Ballspiel, Parkour und vielen weiteren informellen Sport- und Bewegungsaktivitäten genutzt (KÄHLER 2014, S. 267). Durch die neue Raumwirksamkeit erhält das Themengebiet Sport, Spiel und Bewegung unmittelbare Relevanz im Kontext von Freiraum-, Wohn-

umfeld- und Stadtentwicklung (KÄHLER 2014, S. 267). Auch im Bereich Stadtmarketing wird Sport immer häufiger verwendet. Er soll Touristen und Auslandsinvestitionen anziehen. Sportanlagen dienen auch als Katalysatoren für weiteres Wachstum und die Ausrichtung großer Sportevents ist inzwischen eine bewährte Strategie, sich im globalen Städtewettbewerb zu profilieren. Diese Profilierung im Städtewettbewerb über den Sport kann auf ganz unterschiedlichen räumlichen Ebenen ausgetragen werden, d. h. auf globaler, kontinentaler, nationaler oder regionaler/lokaler Ebene (GRATTON und HENRY 2001, S. 4).

Die Verwendung von Sport als Instrumentarium im Stadtmarketing oder in der Stadtentwicklung erfolgt vor dem Hintergrund, dass „weiche“ Standortfaktoren (Kap. 3.2) maßgeblichen Einfluss für die Attraktivität einer Stadt haben und die Attraktivität einer Stadt nicht allein über die „harten“ Standortfaktoren definiert wird (RASCHE 2008, S. 257). Da Sport positiv konnotiert ist, eröffnen sich für den Charme und die Lebensqualität einer Stadt vielschichtige Optionen für die Standortprofilierung. RASCHE hebt dabei vier Potentiale des Sports hervor (2008, S. 257 f.): Erstens kann die Lebensqualität durch Sportinfrastruktur und damit verbundene Dienstleistungen gesteigert werden. Zweitens strahlt eine städtische Kulisse eine gewisse Faszination für Sporttreibende aus, sodass für Sportgroßveranstaltungen (z. B. Marathon) bewusst ein urbanes Ambiente ausgewählt wird. Derartige im städtischen Raum geführte Wettkämpfe ermöglichen eine „Alltagsflucht ohne Stadtfucht“ (ebd.). Drittens beleben Sportveranstaltungen den Städtetourismus und folglich auch die regionale Dienstleistungswirtschaft. Viertens fördert der Sport das Stadtimage.

Durch die Verwendung des Begriffs Sportstadt (Kapitel 2.2.2) und der damit einhergehenden Vermarktung versuchen verschiedene Städte diese positiven Eigenschaften des Sports in ihrer Außendarstellung verstärkt aufzugreifen. Diese vielschichtigen Faktoren machen den Sport als Instrument für die Stadtentwicklung sehr attraktiv, die praktische Umsetzung jedoch nicht immer einfach. Daher setzt sich diese Arbeit u. a. als Ziel auf Basis einer Potentialanalyse konkrete Empfehlungen für die Stadtentwicklung zu geben. In Kapitel 1.2 werden nachfolgend die Forschungsfragen und Ziele dieser Arbeit dargestellt.

## 1.2 Forschungsfragen und Ziele der Arbeit

Im Rahmen dieser Masterarbeit soll untersucht werden, inwiefern Sport ein geeignetes Instrument der Stadtentwicklung sein kann. Dazu werden Potentiale des Sports

für die Stadtentwicklung detailliert aufgezeigt und analysiert. Überdies wird sich näher mit dem Konzept der Sportstadt auseinandergesetzt und es soll beantwortet werden, was eine Sportstadt ausmacht und ob das Konzept sich als ein neues städtisches Leitbild eignet? Da der Sport in einer Stadt Resultat einer historischen, lokalen Entwicklung ist, macht er eine Kommune in besonderer Weise einzigartig. Sport kann für die Stadtentwicklung erst dann bewertet und genutzt werden, wenn die jeweilige sportspezifische Historie, die lokalen Akteure, die besonderen Entwicklungsbedingungen der Kommune, deren Möglichkeiten zur Weiterentwicklung sowie die daraus abgeleiteten Leitbilder und sportpolitischen Ziele der Stadt berücksichtigt werden. Daher muss Sport auf der kommunalen Ebene als integrierter Teil einer Stadt und ihrer Entwicklung betrachtet und nicht als eigenes, geschlossenes System angesehen werden (KÄHLER 2016, S. 292).

Für eine hinreichende Beantwortung der gestellten Forschungsfrage, inwiefern Sport ein geeignetes Instrument der Stadtentwicklung sein kann, ist es also notwendig auf kommunaler Ebene auf die besonderen lokalen Rahmenbedingungen einzugehen. Auf Grundlage geführter Expertengespräche wird analysiert, was die sportbezogenen Leitbilder und strategischen Ziele der Stadt Flensburg sind, um darauf aufbauend Handlungsempfehlungen aussprechen zu können und gewisse übergeordnete Erkenntnisse für andere Städte nutzbar zu machen. Mit Flensburg wurde eine Stadt ausgewählt, in der Sport zunehmend auf der städtischen Agenda steht. Mit einer Sportentwicklungsplanung wurde ein Leitfaden der zukünftigen Sportentwicklung aufgestellt, der einen guten Analyse- und Diskussionsrahmen bietet. Für die Analyse im Rahmen einer Masterarbeit eignet sich Flensburg überdies auch auf Grund seiner Größe mit rund 90.000 Einwohner/innen, da im Gegensatz zu Metropolen das Akteursgefüge und die Anzahl infrastruktureller Einrichtungen der Sportwelt überschaubar sind.

Anhand von Flensburg wird aufgezeigt, ob und in welcher Form Sport bereits in der kommunalen Entwicklung der Stadt verwendet wird. Konkret wird dabei folgenden Forschungsfragen anhand des Fallbeispieles nachgegangen:

- 1 Was trägt der Sport zum Erreichen der Entwicklungsziele der Stadt Flensburg bei?
- 2 Inwieweit nutzt Flensburg konzeptuelle Bestandteile der Sportstadt als Leitbild für die Stadtentwicklung?

### 1.3 Aufbau der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung gliedert sich in sieben Kapitel.

Im an die Einleitung angrenzenden Kapitel 2 werden zunächst die wesentlichen Grundlagen und Konzepte erläutert. Dazu gehört in Kapitel 2.1 eine Begriffsbestimmung von Sport. Was kann unter diesem Überbegriff verstanden werden? Kapitel 2.2 legt das Verhältnis von Sport und Raum dar und definiert, was unter Sport- und Bewegungsräumen verstanden werden kann (Kap. 2.2.1) und was eine Sportstadt konzeptionell ausmacht (Kap. 2.2.2).

Aufbauend darauf werden in Kapitel 3 die Potentiale, die der Sport als Instrument für die Stadtentwicklung mit sich bringt, dargestellt und analysiert. Dazu wird zunächst der Sport als Teil städtebaulicher Leitbilder in Kapitel 3.1 näher betrachtet und darauf eingegangen, was genau ein städtebauliches Leitbild (Kap. 3.1.1) ist und wie einige relevante Leitbilder der Nachkriegszeit aussahen (Kap. 3.1.2). Kapitel 3.1.3 führt dann aus, was die formalen Rahmenbedingungen der Nutzung des Sports für den Städtebau und die Stadtentwicklung sind. Kapitel 3.1.4 analysiert aus den vorangegangenen Informationen, ob die Sportstadt das Potential für ein neues städtebauliches Leitbild besitzt. Kapitel 3.2 geht anschließend auf die wichtigsten Potentiale von Sport als weichen Standortfaktor ein. Folgende Fragen sind dabei entscheidend: Wie beeinflusst Sport das Stadtimage und die Stadtidentität (Kap. 3.2.1), welche Rolle spielt der Freizeitsport (Kap. 3.2.2), welche Potentiale haben Sportveranstaltungen (Kap. 3.2.3), welchen Stellenwert haben der Sporttourismus (Kap. 3.2.4) und die Sportökonomie (Kap. 3.2.5). In Kapitel 3.3 werden nochmal alle wesentlichen Potentiale der vorherigen Kapitel herausgestellt und kategorisiert.

In Kapitel 4 folgt die Darstellung der Forschungsmethodik. Dazu wird zunächst in Kapitel 4.1 die Auswahl der Methodik begründet, um dann das Forschungsdesign näher zu erläutern (Kap. 4.2).

Die Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen von Sport als Instrument der Stadtentwicklung werden auf kommunaler Ebene am Beispiel der Stadt Flensburg in Kapitel 5 näher analysiert. In Kapitel 5.1 wird dargestellt, warum Flensburg einen geeigneten Untersuchungsraum darstellt. Im darauf folgenden Kapitel 5.2 wird auf Ebene von städtischen Strategiepapieren und politischen Zielsetzungen genauer betrachtet, welchen Stellenwert Sport bereits für die Stadtentwicklung einnimmt. Die Sportentwicklungsplanung (Kap. 5.2.1), das integrierte Stadtentwicklungskonzept (Kap. 5.2.2) sowie weitere städtische Strategiepapiere (Kap. 5.2.3) bieten dafür wichtige Grundlagen. Überdies werden Informationen aus Experteninterviews mit eingebunden. Diese Informationen fließen größtenteils in das Kapitel 5.3 ein, in dem auf einige wesentliche Akteure des Sportsystems in Flensburg eingegangen wird. In Kapitel 5.4 werden auf Grundlage der konzeptionellen Elemente einer Sportstadt die Strukturen in Flensburg näher betrachtet. Dies beinhaltet eine Analyse des Breiten- und Trendsports, eine Identifizierung wesentlicher Sportveranstaltungen, eine Betrachtung der Leistungssportlichen Strukturen und eine Analyse der Sportinfrastruktur auf Basis der in 2.2 dargestellten Theorien. Hinzu kommen die Einordnung des Stadtimages, des Tourismus und eine zusammenfassende Bewertung der Nutzung des Sports in Flensburg.

Die abschließende Beantwortung der Forschungsfragen erfolgt in Kapitel 6, um dann in Kapitel 7 das Fazit und einen Ausblick auf wesentliche Handlungs- und Entwicklungsfelder zu geben.

## 2 Grundlagen und Konzepte

Für eine klare Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes werden im nachfolgenden Kapitel einige Begrifflichkeiten und ihre Verwendung im Kontext dieser Arbeit dargestellt. Überdies wird auf zentrale Grundlagen und Konzepte, die für den weiteren Verlauf relevant sind, eingegangen.

### 2.1 Begriffsbestimmung Sport

Der Begriff „Sport“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch derart mehrdeutig verwendet, dass eine klare Begriffsbestimmung nicht möglich scheint. Dennoch wurden innerhalb der Sportwissenschaft und angrenzender Disziplinen zahlreiche Ansätze einer Begriffsdefinition unternommen, mithilfe derer man versucht, einer zunehmenden Ausdifferenzierung des Sports gerecht zu werden. Im Nachfolgenden werden einige Darstellungen aufgegriffen, um daraus ein für die Arbeit zielführendes Begriffsverständnis abzuleiten.

Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) legt über seine Aufnahmeordnung fest, welche Sportverbände Mitglied im DOSB werden können. Die Mitglieder können Gelder aus verschiedenen staatlichen Förderprogrammen erhalten und genießen eine zunehmende mediale Aufmerksamkeit. In der Aufnahmeordnung definiert der DOSB die sportlichen Voraussetzungen wie folgt:

„Die Ausübung der Sportart muss eigene, sportartsbestimmende motorische Aktivität eines jeden zum Ziel haben, der sie betreibt [. . .]. Die Ausübung der eigenmotorischen Aktivitäten muss Selbstzweck der Betätigung sein [. . .]. Die Sportart muss die Einhaltung ethischer Werte wie z. B. Fairplay, Chancengleichheit, Unverletzlichkeit der Person und Partnerschaft durch Regeln und/oder ein System von Wettkampf- und Klasseinteilungen gewährleisten.“ (DOSB 2018, S. 2 f.)

Der letzte Teil des vorausgegangenen Zitats und insbesondere auch die organisatorischen Voraussetzungen einer DOSB-Mitgliedschaft (vgl. DOSB 2018, S. 3 f.) legen dar, dass das Sportverständnis des DOSB lediglich den organisierten Vereins- und Wettkampfsport beinhaltet. Dieses Verständnis wird in der Literatur als enges Sportverständnis (u. a. HOLZKE 2001, S. 146; WOPP et al. 2010, S. 9 f.) bezeichnet. Es orientiert sich an der traditionellen Idee des regelgeleiteten Wettkampfsports, der meist an traditionelle Sportarten, Betriebs- und Organisationsformen (Mannschaft, Verein) gebunden ist (RITTNER 1991, S. 11). Sport ist jedoch nicht gleichbedeutend mit Vereins- und Wettkampfsport, der sich wiederum in Berufs-, Spitzen-, Leistungs- und Breitensport gliedern ließe (PETERS und ROTH 2006, S. 18). Ein derar-

tiges Begriffsverständnis würde beispielsweise Formen des Gesundheits-, Erlebnis- oder auch Schulsports ausgrenzen (ebd.).

DIGEL und BURK legen mit ihrem Säulenmodell einen wesentlichen Grundstein für ein erweitertes Sportverständnis, das einer zunehmenden Ausdifferenzierung des Sports besser gerecht wird und über das enge Sportverständnis hinaus geht. Der Gesamtkomplex Sport besteht hier aus fünf Teilsystemen (Abb. 1). Das Säulenmodell verdeutlicht die Mehrdeutigkeit des Sportverständnisses. Daraus leitet sich ein weites Sportverständnis ab, welches sich für eine sportgeographische Untersuchung als zielführend erweist, um nicht von vornherein Sportarten auszuschließen, die nach dem engen Sportverständnis nicht unter die Begrifflichkeit Sport fallen würden. Dem weiten Sportverständnis liegt das Wortpaar „Sport und Bewegung“ zu Grunde (KLOS 2009, S. 11). WOPP et al. definieren den Begriff Sport demnach wie folgt:

„Der Begriff des Sports beinhaltet vielfältige Bewegungs-, Spiel- und Sportformen, an denen sich alle Menschen unabhängig von Geschlecht, Alter, sozialer und kultureller Herkunft an unterschiedlichsten Orten allein oder in Gemeinschaft mit anderen zur Verbesserung des physischen, psychischen und sozialen Wohlbefindens sowie zur körperlichen und mentalen Leistungssteigerung beteiligen können“ (WOPP et al. 2010, S. 10)

Die im Zitat dargestellte Auslegung des Sportbegriffs wird im weiteren Verlauf der Arbeit als Begriffsverständnis angewandt. Auch der britische Sportgeograph John BALE (2003) greift in seinem Werk „Sports Geography“

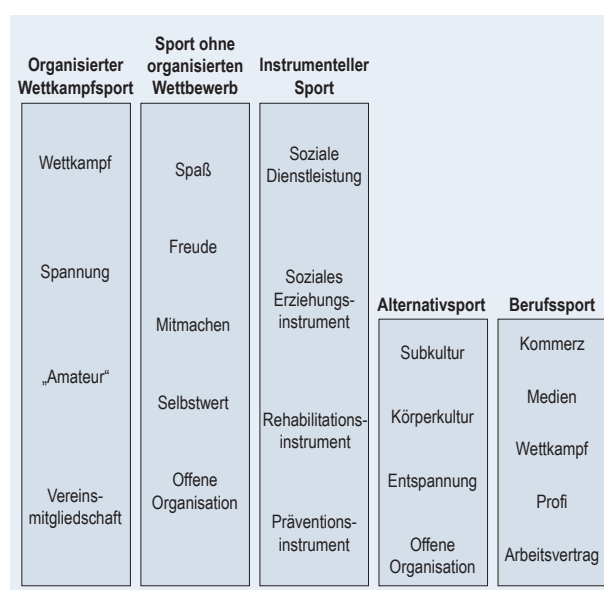


Abb. 1: Gesamtkomplex Sport

Quelle: DIGEL und BURK 2001, S. 21, verändert



auf ein weites Begriffsverständnis zurück. BALE hebt die von EICHBERG vorgeschlagene Trialektik des Sports als Körperkultur hervor (vgl. Eichberg 1988). Wie in Abbildung 2 dargestellt setzt sich der Sport nach dieser Auffassung aus einer spielerischen, einer körper- und gesundheitsorientierten sowie einer leistungsorientierten Variante zusammen (HÜRTE 2007, S. 13). Am Beispiel des Laufens verdeutlicht BALE die Idee der Trialektik des Sports. Den ersten Teil dieser Dreiteilung bildet die freie, spontane Art der Bewegung. Kinder, die spontan auf einem Feld oder auf dem Schulhof „Fangen“ spielen („play sport“). Sie hören dann auf, wenn sie sich müde fühlen. Diese spielerische Art der Bewegung ist an keine festen Orte gebunden (BALE 2003, S. 7). Zweitens kann ein Lauf unter dem Motiv, etwas für die eigene Fitness und das eigene Wohlbefinden zu tun, bewältigt werden („wellfare Sport“) (ebd., S. 7f.). Als drittes unterscheidet BALE die Ausübung von Sport als Wettkampfsport, unter dem Motiv Erfolge und Rekorde zu erzielen („achievement sport“). Ein Sprinter in einem olympischen 100 m-Finale startet mit dem Motiv zu gewinnen oder zumindest eine persönliche Bestleistung aufzustellen. Ein solches Finale wird nicht in einem Wald oder auf dem Laufband ausgetragen, sondern auf einer speziell dafür designten und exakt vermessenen Laufbahn umgeben von einem Stadion (BALE 2003, S. 8).

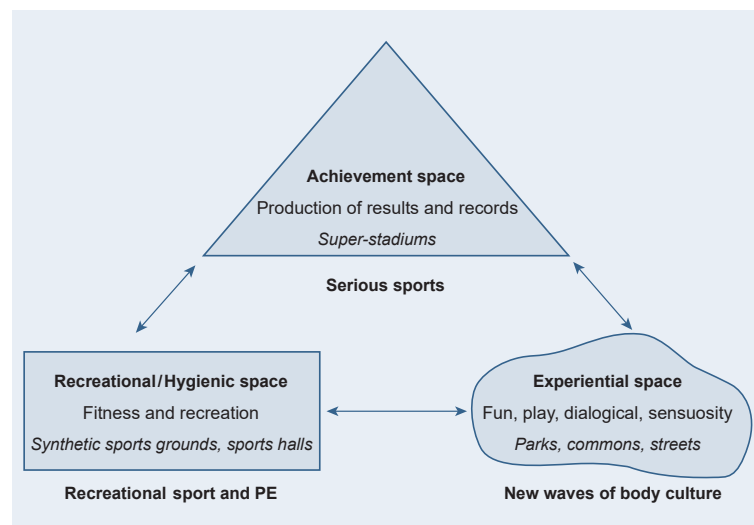
Diese Dreiteilung des Sports lässt sich gleichwohl genauso gut an anderen Bewegungsformen darstellen. Das Beispiel des Laufens dient nur der Veranschaulichung der in Abbildung 2 dargestellten Trialektik.

Ausgehend von einer solchen Dreiteilung des Sports wirkt sich jede Form anders auf den Raum aus und stellt unterschiedliche Raumanforderungen. Durch diese divergierenden Raumanforderungen existieren verschiedenste „Sporträume“ (Kap. 2.2.1), die der jeweiligen Art der sportlichen Nutzung eine Bühne bieten sollen.

Auf Basis eines weiten Sportverständnisses und der Trialektik des Sports wird im nachfolgenden näher auf das Verhältnis von Sport und Raum eingegangen.

## 2.2 Das Verhältnis von Sport und Raum

Das der Arbeit zugrunde liegende Raumverständnis versteht Raum weniger als objektive Struktur, die fest vorgegeben ist, sondern begreift diesen vielmehr als gesellschaftliche Räumlichkeit. Raum wird somit als sozial,



**Abb. 2: Trialektik des Sports**

Quelle: eigene Darstellung, verändert nach BALE 2003, S. 9

ökonomisch und/oder politisch konstruierter Bereich bedeutsam. Er stellt also nicht nur die „Arena“ dar, sondern bietet das soziale und politische Werkzeug gesellschaftlicher Veränderung (GEBHARDT und REUBER 2011, S. 647).

Beim Verhältnis von Sport und Raum besteht stets ein wechselseitiges Verhältnis. Sport kann dabei immer in einem räumlichen System gefasst werden, das Räume strukturell und funktionell prägen kann und das parallel durch eigenständige Interaktionsräume und Funktionsgefüge gekennzeichnet ist (PETERS und ROTH 2006, S. 28).

Zur Ausübung einer Sportart suchen Menschen Räume auf, die dafür geeignet erscheinen – sogenannte „Sporträume“. Meist beeinflussen die vorhandenen und vorkonstruierten „Sporträume“ das Sportverhalten. Teils konstruiert der Mensch Räume als „Sporträume“ oder eignet sich Räume anderer Bestimmung an und belegt diese im Sinne einer Sportausübung mit einer neuen Bedeutung. Diese formellen und informellen Sporträume sind elementar für das alltägliche Sporttreiben. Hinzu kommen temporäre Sporträume. Diese sind für den Sport geschaffene Orte, die zeitlich begrenzt als Bühne für die Inszenierung von Sportveranstaltungen genutzt werden (WÄSCHE 2014, S. 7).

Das Resultat ist ein relationales Phänomen mit zwei Fixpunkten, einerseits mit dem sporttreibenden Menschen und andererseits dem Ort der Sportausübung. Erst der Ort ermöglicht die Art der Sportausübung und -teilnahme und erst der Sporttreibende macht den Ort durch sein Handeln zu einem Sportraum (ebd., S. 7). DIETRICH beschreibt diese Wechselwirkung folgendermaßen:

„Wer sich bewegt, braucht nicht nur Raum; indem er sich bewegt, schafft er sich auch Raum. Der einmal vom Menschen durch Bewegung angeeignete und erschlossene Raum gewinnt eine spezifische Struktur, die auf die Bewegungen zurückwirkt“ (DIETRICH 1992, S. 17).

PETERS und ROTH betonen, dass die räumlichen Kategorien als Sportsystem eine entscheidende Rolle bei der Ausübung von Sport spielen (2006, S. 28). Als Beispiele nennen sie die räumlichen Begrenzungen und die Geometrie eines Spielfeldes oder den Raumgewinn beim American Football. WAGNER geht so weit und definiert den Sport überdies als „struggle over space“ (1981, S. 92). Es erweist sich auch das Sportsystem in seiner Gänze außerhalb der unmittelbaren Sportausübung als raumgebunden und raumprägend (Stadien und Parkplätze als physisches Muster in der Landschaft) (PETERS und ROTH 2006, S. 7), was sich auch anhand der zahlreichen kommunalen Sportstättenplanungen zeigt.

Für eine nähere Betrachtung der Wechselwirkung zwischen Sport und Raum ist es unumgänglich, sich mit den Arbeiten des britischen Sportgeographen John BALE auseinanderzusetzen. In seinem Werk „Sports Geography“ begreift er Sportwissenschaft und Geographie als verwandte wissenschaftliche Disziplinen mit dem Raum als verbindendes Element. Sowohl die Geographie als auch die Sportwissenschaft beschäftigten sich mit dem Raum und der Art und Weise, wie dieser beansprucht wird und wie sich Menschen in ihm bewegen und interagieren. Regionen bilden ein zentrales Merkmal der Sportorganisation; Orte dienen als Mittel der Identifizierung der meisten Sportmannschaften; Sport wird von der physischen Umgebung sowie Landschaft beeinflusst und beeinflusst diese zunehmend auch selbst. Kurz gesagt, sowohl Sport als auch Geographie sind Raumwissenschaften (BALE 2003, S. 2).

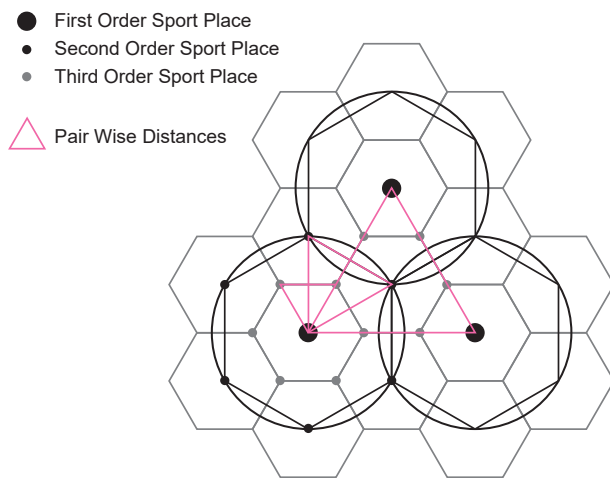
BALE begründet in der Schnittmenge zwischen Sport und Geographie eine neue wissenschaftliche Disziplin – die Sportgeographie – die Methoden interdisziplinär zusammenstellt, um einseitige Betrachtungsweisen zu verhindern. Eine wichtige Grundlage seiner Arbeit ist das Konzept von *Space* und *Place*. Beide englischen Ausdrücke lassen sich leider nicht bedeutungsgleich ins Deutsche übersetzen. Daher folgt eine kurze Beschreibung der dahinterstehenden Konzepte, um sie in dieser Masterarbeit anzuwenden. Aus architektonischer Perspektive vermerkt Christian Norberg-Schultz, dass *Spaces*, auf denen Leben erscheint, *Places* sind und dass ein *Space* ein *Place* ist, wenn dieser einen eigenen ausgeprägten Charakter aufweist (VERTINSKY und BALE 2004, S. 1). Der Humangeograph YI-FU TUAN beschreibt *Space* als abstrakten formlosen Raum, wohingegen ein *Place*

ein einzigartiges Gesicht aufweist. Aus der Einzigartigkeit eines *Places* folgt, dass diesem eine bestimmte Bedeutung zukommt, dieser also mit bestimmten Bedeutungen oder Erinnerungen aufgeladen wird (TUAN 1979, S. 387). Diese Bedeutungszuschreibungen können auch über den Sport geschehen, wodurch der Sport ein wichtiges Instrument der Herausbildung einer Stadtidentität sein kann, um einen *Space* in einen *Place* umzuwandeln (vgl. Kap. 3.2.1).

Beim Verhältnis zwischen Sport und Raum geht es auch unmittelbar um die Verteilung von Sporträumen. Einen Ansatz dafür bietet John BALE mit seiner „Sports Place Theory“, die auf Walter Christallers Grundannahmen der Zentrale-Orte-Theorie zurückgreift. In dem Modell beschreibt BALE die Verteilung von Sportstätten unterschiedlicher Größenordnung im abstrakten Raum (*Space*) und unterscheidet drei wesentliche Ordnungsklassen von Sportstätten: Sportstätten mit regionalem Einzugsgebiet („centre of regional catchment“) werden der ersten, Sportstätten mit dem Einzugsgebiet eines Stadtteils („centre of district catchment“) der zweiten und Sportstätten mit lokalem Einzugsgebiet („centre of local catchment“) der dritten Ordnungsklasse zugeordnet (BALE 2003, S. 86). BALE setzt für die Verteilung der Sportstätten die Grundannahme voraus, dass Sportstätten eine zentrale Lage im jeweiligen Marktgebiet haben müssen, um Sportmöglichkeiten für das Hinterland zu schaffen (ebd., S. 85). Er geht weiter davon aus, dass die Bedeutung der Sportstätte mit der Anzahl der angebotenen Sportarten steigt (ebd.). Demnach erfolgt auch die Zuordnung in die entsprechenden Ordnungsklassen. Ordnungsklasse eins hat dabei durch seine funktionelle Wichtigkeit den größten Einflussbereich und versorgt damit Personen eines deutlich größeren Gebietes als eine Sportstätte dritter Ordnungsklasse, die überwiegend der unmittelbaren Nachbarschaft dient. So stellt BALE ein Einzugsgebiet von 800 m für Sportinfrastruktur dritter Ordnungsklasse sowie 2000 m für Sportstätten zweiter Ordnungsklasse fest (2003, S. 86). Eine Sportinfrastruktur der ersten Ordnungsklasse hat nach AHLFELDT und FEDDERSEN dabei ein Einzugsgebiet von 5000 m (2008, S. 8). Mit steigender Entfernung zu einem Sportangebot sinkt jedoch die Nachfrage, woraus sich für jede Sportform bestimmte Einzugsgebiete ergeben.

Im abstrakten Raum ordnet BALE nach dem Vorbild von Christaller die Sportstätten ideal symmetrisch ausgerichtet anhand von verschiedenen Hexagonen an, damit sich die Einzugsgebiete der Sportstätten nicht überschneiden, Reisekosten der Sportausübenden zu ihren favorisierten Sportangeboten minimiert werden und die Sportanbieter eine angemessene Marktgröße an Perso-



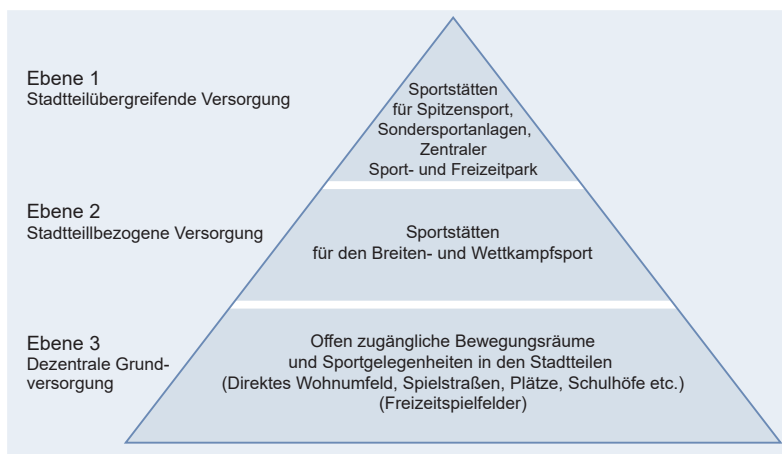


**Abb. 3: Hierarchische Verteilung von Sportstätten**

Quelle: AHLFELDT und FEDDERSEN 2008, S. 7

nen zum wirtschaftlichen Überleben besitzen (BALE 2003, S. 85). Die Sportstätten dritter Ordnungsklasse haben dem Modell zur Folge die geringsten Abstände zueinander, wohingegen Sportstätten erster Ordnungsklasse durch ihre größeren Einzugsgebiete weiter voneinander entfernt liegen. Im Modell der Abbildung 3 ist der Abstand zwischen Sportstätten erster Ordnungsklasse dreimal so groß wie der Abstand zwischen Sportstätten der dritten Ordnungsklasse. Bei Sportstätten der zweiten Ordnungsklasse ist der Abstand zweimal so groß zu jenen der dritten Ordnungsklasse. Nach diesem Modell wird eine ideale Verteilung von Sportstätten im Raum erreicht.

Auch das Ebenenmodell gliedert Sportstätten und Sporträume in drei unterschiedliche Stufen (Abb. 4) und be-



**Abb. 4: Ebenenmodell**

Quelle: WETTERICH und ECKL 2006, S. 14, verändert

rücksichtigt dabei die Versorgungsgebiete der jeweiligen Infrastruktur. In einem pyramidalen System sind dies an der Spitze, auf der Ebene einer stadtteilübergreifenden Versorgung, Sportstätten für Spitzensportanlagen, Sondersportanlagen oder zentrale Sport- und Freizeitparks. Auf der darunter liegenden Ebene ordnen sich Sportstätten für den Breiten- und Wettkampfsport ein, die als stadtteilbezogene Versorgung dienen. Die unterste Ebene bildet als Basis die dezentrale Grundversorgung mittels offen zugänglicher Bewegungsräume und Sportgelegenheiten in den Stadtteilen (WETTERICH und ECKL 2006, S. 14).

Aufbauend auf die Betrachtung der Wechselwirkung zwischen Sport und Raum werden im nachfolgenden Kapitel die Begrifflichkeiten Sport- und Bewegungsraum sowie „Sports landscape“ erläutert (Kap. 2.2.1), um anschließend Kernelemente einer „Sportstadt“ darzulegen (Kap. 2.2.2).

### 2.2.1 Sport- und Bewegungsräume

Für Sport und Bewegung suchen Menschen Räume auf, die dafür passend erscheinen, sogenannte Sport- oder Bewegungsräume (vgl. Kap. 2.2). Die Begriffe Sport- und Bewegungsraum werden im Kontext dieser Arbeit synonym verwendet. DIETRICH versteht Bewegungsräume wie folgt:

„Bewegungsräume sind einerseits durch Bewegung hervorgebrachte Räume. Andererseits sind Bewegungsräume als jene Umweltausschnitte zu bezeichnen, die allein durch Bewegungshandlungen in ihrer Besonderheit erfahren und erlebt werden können“ (Dietrich 1992, S. 17).

Diese Räume bieten über infrastrukturelle Einrichtungen und Flächen als formelle oder teils auch informelle Sporträume die Basis des Sporttreibens. Ohne Sport- und Bewegungsräume wären weder selbstorganisierte noch institutionell organisierte Sport- und Bewegungsaktivitäten in einer Kommune möglich (SCHABERT und ECKL 2016, S. 13).

Sporträume können sehr vielseitig beschaffen sein und ganz verschiedene Größenordnungen aufweisen. Sie sind durch eine oder mehrere Sportarten bzw. Sportnutzungen gekennzeichnet (HÜRTEEN 2007, S. 1). Sporträume können u. a. in Grünflächen wie Parks, oder auf Sportplätzen, auf Wasserflächen, etwa auf Seen, innerhalb von öffentlichen (z. B. Sporthallen oder Schwimmbäder) oder privaten Einrichtungen (z. B. Fit-

nessstudios) gelegen sein (WALDENBURG 2017, S. 7). Sie können somit durch die Verwaltungen einer Stadt zur Verfügung gestellt werden (öffentliche Sportstätten) oder die Einwohner einer Stadt eignen sich diese selbstständig für temporäre sportliche Aktivitäten an (ebd.).

BALE verwendet den Begriff „*sportscares*“, mit dem insbesondere die formalen Sporträume aufgefasst werden, also Räume, die dem Sport gewidmet sind (vgl. BALE 2003). Dazu zählen z. B. kleinräumige Einheiten wie Tennisplätze, Kegelbahnen und Basketballplätze, aber auch großräumige Einheiten wie Leichtathletikstadion, Skipisten oder Golfplätze (HÜRTE 2007, S. 1). Drei Charakteristika weisen all diese *sportscares* auf. Erstens sind diese durch eine spezielle, auf die jeweilige Sportart angepasste Infrastruktur gekennzeichnet. Zweitens erhalten sie durch die Wahrnehmung der Menschen eine kollektive Bedeutungszuschreibung als Sportraum und drittens sind sie durch das Vorhandensein von Marktstrukturen gekennzeichnet (ebd.). Damit gemeint sind nicht nur weltweit bekannte Stadien wie das Olympiastadion in Berlin, sondern auch kleinräumige Sporträume/*sportscares*, wie die Turnhalle der örtlichen Schule, der „Bolzplatz“ um die Ecke oder das örtliche Schwimmbad (ebd.).

Begrifflich werden Sporträume im Folgenden weiter ausdifferenziert. Dabei wird zwischen Sportstätte, Sportanlage, Sportgelegenheit und Bewegungsraum unterschieden (vgl. WETTERICH, ECKL und SCHABERT 2009, S. 13). Sportstätten untergliedern sich in völlig unterschiedlich aufgebaute Sportanlagen und Sportgelegenheiten. Gemeinsam ist diesen in Bezug auf die bauliche Ausgestaltung und Nutzungsform völlig unterschiedlichen Sportanlagen und Sportgelegenheiten, dass sie baulich oder organisatorisch zumindest zeitweise explizit für Sport und Bewegung zur Verfügung stehen (SCHABERT und ECKL 2016, S. 13).

Abbildung 5 zeigt, dass „Bewegungsraum“, „Sportanlage“ und „Sportgelegenheit“ fließend ineinander übergehen. Dabei entsteht ein Kontinuum zwischen dem Bewegungsraum auf der einen und der Sportanlage auf der anderen Seite, auf dem sich die unterschiedlichen Sporträume anordnen lassen. Ein Bewegungsraum stellt hiernach einen Raum dar, der keine baulichen Ausformungen oder organisatorischen Regelungen für die Ausübung von Sport aufweist und somit nicht explizit für eine sportliche Nutzung geschaffen wurde. Hingegen weist eine Sportanlage eine volle bauliche Ausge-

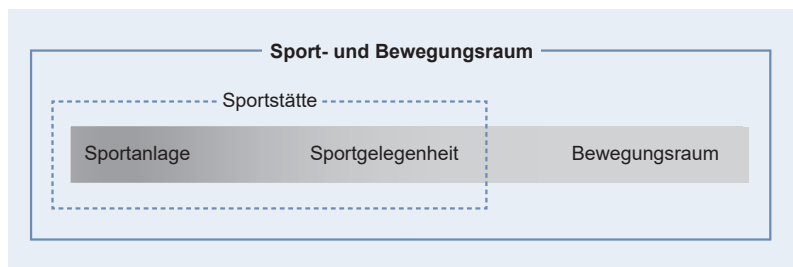


Abb. 5: Definition Sport- und Bewegungsraum

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 13, verändert

staltung mit ausschließlicher Nutzung durch den Sport auf (SCHABERT und ECKL 2016, S. 13).

Aufbauend auf die begrifflichen Grundlagen von Sport- und Bewegungsräumen werden im nächsten Kapitel die konzeptionellen Elemente einer „Sportstadt“ näher beleuchtet.

### 2.2.2 Konzeptuelle Konstruktion der „Sportstadt“

Immer mehr Städte bezeichnen sich aus unterschiedlichen Motiven und Zielsetzungen heraus als „Sportstadt“. Das nachfolgende Kapitel soll darlegen, was sich genau hinter der Begrifflichkeit „Sportstadt“ verbirgt und inwiefern die „Sportstadt“ konzeptionell gefasst werden kann. Als Annäherung an die Begrifflichkeit Sportstadt, eignet sich zunächst das nachfolgende Zitat von KLEIN:

„Die ‚Sportstadt‘ ist ein politisches Label, das sich in städtischen Marketingkonzepten wiederfindet. Die Förderung von Sport steht dort an prominenter Stelle. ‚Sportstadt‘ wollen nicht zufällig viele Städte sein, ist doch neben dem dynamisch und jung klingenden Label ‚Sportlichkeit‘ nicht nur der Imagegewinn und die Schaffung einer starken Corporate Identity vielversprechend – in Hamburg spricht man ja z. B. von ‚unserem Marathon‘ oder ‚unseren Cyclastics‘. Auch das mit der ‚Sportstadt‘ verbundene ökonomische Versprechen ist von großer Bedeutung für die leeren kommunalen Kassen“ (2007, S. 2).

In ihrer Darstellung sind vier potentielle zentrale Elemente einer „Sportstadt“ erkennbar. Diese Bausteine müssen weitergehend hinterfragt werden, um sich der Begrifflichkeit konzeptionell anzunähern. An erster Stelle betont sie, dass die „Sportstadt“ ein politisches Label sei, das in städtischen Marketingkonzepten auftaucht. Über ein solches Label sollen zweitens ein Imagegewinn und drittens eine starke Corporate Identity erreicht sowie viertens ein ökonomischer Mehrwert erzielt werden. Bei der Betrachtung verschiedener selbst benannter Sportstädte lassen sich diese vier zentralen Aussagen von KLEIN größtenteils bestätigen. Tabelle 1 stellt dafür eine stichprobenartige Übersicht mit insgesamt 18 selbst benannten Sportstädten in Deutschland dar, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit bietet. In den meisten Fäl-

len wird die „Sportstadt“ unmittelbar über die kommunalen Verwaltungsstrukturen dargestellt, seltener über extra dafür gegründete Vereine oder privatwirtschaftliche Unternehmen. Das Konzept der „Sportstadt“ basiert hierbei überwiegend auf drei Säulen: Sportliche Großveranstaltungen mit meist internationalem Charakter, die Unterstützung von Spitzensportlern sowie die Förderung des Nachwuchs- und Breitensports. Insbesondere über große Sportevents wird durch die Städte versucht ein positives sportfreundliches und -förderndes Image der Stadt nach außen und innen zu transportieren. Hinzu kommen die durch den Leistungssport erzielten Erfolge, die identitätsstiftend wirken sollen. In einigen Beispielen aus der unten dargestellten Tabelle wird eine Vernetzung von Sport und Wirtschaft forciert und über die „Sportstadt“ werden dabei personelle Ressourcen eingesetzt, die als Kommunikatoren dienen, um Netzwerkstrukturen zu etablieren. Dahinter verbirgt sich häufig die Intuition positive ökonomische Ausstrahlungseffekte zu erzielen.

Dass der Titel „Sportstadt“ jedoch bislang weder ein geschützter Begriff ist, noch eine einheitliche Definition existiert, erschwert den Umgang und die Analyse. Um einen klaren Analyserahmen zu schaffen, erweist es sich von daher als hilfreich die konstituierenden Faktoren des Labels „Sportstadt“ herauszuarbeiten. In den Selbstdarstellungen der sich als „Sportstadt“ betitelnden Städte erscheinen auch laut ALBERS zumeist drei zent-

rale Gründe für die Benennung als „Sportstadt“, die einzeln oder kombiniert durch die Städte aufgeführt werden (2004, S. 88):

- Austragungsort bedeutender Sportevents,
- bedeutender Standort des Leistungssports (Olympiastützpunkt, Leistungszentrum, bedeutende Stadien, Heimatort bedeutender Vereine der nationalen Ligen),
- bedeutender Standort des Breitensports (zahlenmäßig große und vielseitige Vereinslandschaft, bedeutende regionale und überregionale Breitensportveranstaltungen, intensive Nachwuchsförderung).

Diese drei zentralen Aspekte bilden die Grundlage für Tabelle 1, die mit Hilfe der Selbstbeschreibungen der „Sportstädte“ ausgefüllt wurde.

Einigen Städten wird der Titel „Sportstadt“ jedoch auch verliehen, womit die Aussage der „Sportstadt“ als rein „politisches Label“ (KLEIN 2007, S. 2) erweitert werden muss. Die Titelverleihung erfolgt durch ACES Europe, welches ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Brüssel ist, der seit 2001 jedes Jahr die Auszeichnungen in den Kategorien European Capital, City, Community und Town of Sport vergibt. Die Europäische Kommission würdigte die Titelverleihung von ACES Europe als offiziellen Partner (European Commission 2019, o. S.). Beide Institutionen arbeiteten als offizielle Partner in der Europäischen

**Tab. 1: Stichprobenartige Übersicht selbsternannter „Sportstädte“ in Deutschland**

	Name	Organisationsform	Austragungsort von Sportgroßveranstaltungen	Bedeutender Standort des Leistungssports	Bedeutender Standort des Breitensports	Vernetzung von Sport und Wirtschaft
A	B	C	D	E	F	G
1	Sportstadt Bremerhaven	Verein	X	X	X	X
2	Sportstadt Burghausen	Kommune	X	X	X	
3	Sportstadt Cottbus	Verein	X	X	X	
4	Sportstadt Dillingen	Kommune	X	X	X	
5	Sportstadt Düsseldorf	Städtische Tochterges.	X	X	X	X
6	Sportstadt Frankfurt am Main	Kommune	X	X	X	X
7	Sportstadt Heilbronn	Kommune	X	X	X	
8	Sportstadt Köln	Kommune/Verein	X	X	X	X
9	Sportstadt Leverkusen	Kommune	X	X	X	X
10	Sportstadt Ravensburg	Kommune	X		X	
11	Sportstadt Wuppertal	Verein	X	X	X	X
12	Active City Hamburg	Städtische Tochterges.	X	X	X	X

Quelle: eigene Zusammenstellung (Stand: 30.07.2019)

Tab. 2: Indikatoren einer „Sportstadt“

Nr.	Indikatoren	Pkt.	Anmerkung
A	B	C	D
1	Bedeutender Standort des Breitensports	5	zahlenmäßig große und vielseitige Vereinslandschaft, bedeutende regionale und überregionale Breitensportveranstaltungen, intensive Nachwuchsförderung, demographische Nachfragestrukturen, Sportentwicklung
2	Austragungsort bedeutender Sportevents	5	regional, national oder international bedeutsame Sportveranstaltungen, Wettbewerbsaktivitäten
3	Bedeutender Standort des Leistungssports	5	Olympiastützpunkt, Leistungszentrum, bedeutende Stadien, Heimatort bedeutender Vereine der nationalen Ligen
4	Sportinfrastruktur	4	Sportstätten und Bewegungsräume, Investitionen in die Sportinfrastruktur
5	Stadtimage und -identität	4	Außenwahrnehmung und Selbstwahrnehmung einer Stadt
6	Verankerung des Sport in strategischen Papieren der Stadt	3	Sportentwicklungsplanung, Bewegungsraumkonzept, ISEK, etc.
7	Präsenz in den Medien	3	Massenmedien, Soziale Netzwerke und Internetauftritte
8	Städtisches Marketing	2	Stadtmarketing, Veröffentlichungen
9	Verknüpfung von Sport und Wirtschaft	2	Sportförderung, Sponsoring, Verbände, Handelskammern, Wirtschaftsförderung etc.
10	Sporttouristisches Angebot	1	Vorhandene Angebotsstrukturen
11	Zeitgeist	1	Neue Vorschläge, Plan für Investitionen im Sportbereich, Trendsport
12	<b>Summe</b>	<b>35</b>	

Quelle: eigene Darstellung nach ALBERS 2004, S. 88 und ACES Europe 2019, S. 5

Woche des Sports zusammen. ACES Europe hat eine Reihe von Indikatoren entwickelt, anhand derer die vorher genannten Kategorien bewertet werden. Beispiele sind u. a. die Bewertung von Breitensportlichen Angebotsstrukturen, die Einstufung des Anteils Sporttreibender an der Bevölkerung oder die Bewertung von Sportveranstaltungen nach einem Punkteschlüssel (ACES 2018, S. 4).

Um die Begrifflichkeit „Sportstadt“ konzeptionell zu erfassen, müssen die von ACES genutzten Bewertungsgrundlagen jedoch weiter angepasst werden. Diese fließen in veränderter Form in die Tabelle 2 ein. Hinzu kommen die drei von ALBERS (2004, S. 88) aufgestellten Gründe für die Benennung von Sportstädten (Tab. 2, Indikatoren 1 bis 3) sowie die aus der Betrachtung der selbsternannten Sportstädte abgeleiteten Indikatoren.

Den elf Indikatoren wurde in der tabellarischen Darstellung eine Gewichtung zwischen eins und fünf zugeordnet, wobei fünf die höchste Gewichtung ist. Indikatoren mit einer hohen Gewichtung sind konzeptionell von höherer Bedeutung für eine „Sportstadt“ als jene mit einer niedrigeren Gewichtung, obgleich diese nicht zu vernachlässigen sind. Die drei erstgenannten Indikatoren nehmen mit 15 Punkten über 40% der Gesamtgewichtung ein und haben damit den höchsten Stellenwert. In Addition mit den anderen Indikatoren kann die „ideale“ „Sportstadt“ entlang dieses Analysewerkzeugs eine Gesamtpunktzahl von 35 Punkten erreichen. Für die Analyse Flensburgs ab Kapitel 5 dienen diese Indikatoren als wesentlicher Analyserahmen und es erfolgt anhand von qualitativen und quantitativen Daten eine Bepunktung, die argumentativ dargelegt und mit den Expertenaussagen untermauert ist.

### 3 Sport als Instrument der Stadtentwicklung

Dass sich Sport als populäre Projektionsfläche für zahlreiche Funktionen und Wünsche als Instrument der Stadtentwicklung und insbesondere auch des Stadtmarketings eignet (Kap. 2.2.2), wurde in vielen Städten bereits frühzeitig erkannt. Neben harten wirtschaftlichen Standortfaktoren, die Städte etwa über Sportevents erwerben wollen, werden insbesondere auch die weichen Standortfaktoren im internationalen Städtewettbewerb immer wichtiger (Kap. 3.2).

Dem Sport im Allgemeinen und einzelnen Sportpersönlichkeiten und Mannschaften im Speziellen wird zumeist ein sehr positives Image durch die Öffentlichkeit beigegeben. Diesen Imagefaktor wollen sich auch Städte zunutze machen, indem sie um den Zuschlag von Sportgroßveranstaltungen werben. Jedoch kann sich ein Image auch schnell wandeln, was das Beispiel der Tour de France zeigte. Damit die Bevölkerung den Wettkapfsport positiv bewertet, ist es notwendig, dass sich Sportler in einem fairen Wettbewerb messen. Nachdem zahlreiche Dopingkandale bekannt wurden, litt das Image des Radsports gravierend. Darauf zogen sich zuerst Fernsehsender und in Folge dessen auch die Sponsoren von einzelnen Radsportteams zurück (STEINEBACH et al. 2011, S. 19).

Neben dieser, vor allem nach außen gerichteten, erfüllt der Sport noch eine weitere wichtige Funktion für die Entwicklung von Städten, die weitestgehend nach innen gerichtet ist. Einer Stadtgesellschaft bietet insbesondere der Vereinssport ein geeignetes Mittel, den sozialen Zusammenhalt und das Dazugehörigkeits- oder Gemeinschaftsgefühl zu stärken, indem er für Begegnungen zwischen Menschen verschiedenen Alters oder sozialer und kultureller Herkunft sorgt. Dieses Potential besitzt – wenn auch in abgeschwächter Form – ebenso der informell, nicht in Sportvereinen betriebene Sport der Menschen im öffentlichen Raum, indem er als ein Zeichen der Zugehörigkeit zu einer Gruppe Gleichgesinnter ausgeübt wird (KÄHLER 2016, S. 287).

Sportliche Erfolge des Spitzensports können eine Stadt attraktiver machen und ihr Profil nachhaltig stärken, wenn sie von medialer, herausragender und ethischer Bedeutung sind. Für die Stadtentwicklung erscheint es sinnvoll, wenn sich Sportpolitik und -entwicklungsplanung diese besonderen Wirkungen des Sporttreibens zunutze machen (ebd.).

#### 3.1 Sport als Teil städtebaulicher Leitbilder

Insbesondere durch die weichen Standortfaktoren, die der Sport mit sich bringt, kann Sport als Instrument für die Entwicklung einer Stadt von großer Bedeutung sein. Dass dies viele Städte zu nutzen versuchen, zeigt die häufige Verwendung der Begrifflichkeit „Sportstadt“ (Kap. 2.2.2). Das nachfolgende Kapitel stellt dar, ob Sport im Kontext der Stadtentwicklung als ein neues städtebauliches Leitbild gefasst werden kann. Dafür wird zunächst geklärt, was überhaupt als ein städtebauliches Leitbild zu verstehen ist (Kap. 3.1.1). Darauf aufbauend werden exemplarisch einige Leitbilder der Nachkriegszeit beschrieben (Kap. 3.1.2). Im Anschluss wird in Kapitel 3.1.3 erläutert, wie der Sport bereits heute städtebaulich eingebunden wird. Kapitel 3.1.4 fasst daraus zusammen, ob das Konzept der „Sportstadt“ sich als ein neues städtebauliches Leitbild eignet.

##### 3.1.1 Begriffsdefinition eines städtebaulichen Leitbildes

Ein städtebauliches Leitbild lässt sich definieren als ein dominierendes und übergreifendes, verdichtetes und bildlich fassbares Zielkonzept, das immer auf einem gewissen kollektiven Grundkonsens beruht und mit utopischen, manchmal auch modischen Momenten durchsetzt ist (STREICH 1988, S. 133).

Aus dieser Definition können sechs konstituierende Elemente eines städtebaulichen Leitbildes abgeleitet werden, die im weiteren Verlauf des Kapitels zur Analyse des möglichen Leitbildes der „Sportstadt“ herangezogen werden. Als erstes Element sind städtebauliche Leitbilder dominierende Zielkonzepte, die der Orientierung und Steuerung von städtebaulicher Entwicklung dienen. Leitbilder beinhalten zweitens übergreifende Ziele im Sinne eines normsetzenden, ganzheitlichen Überbaus. Ferner fungieren sie als Modelldarstellungen der Orientierung bei der Operationalisierung von Zielen bzw. bei Einzelentscheidungen. Viertens zeigen Leitbilder eine anschaulich gestaltete Bündelung und eine komplexitätsreduzierende Verdichtung von Zielen auf. Als fünftes Begriffselement basieren Leitbilder auf einem gewissen Grundkonsens, um als kollektive Konzeptvorstellungen zu wirken. Sechstens sind Leitbilder bildlich fassbar, das heißt hinreichend konkret und illustrativ (STREICH 1988, S. 49 f.; KUDER 2001, S. 45). In der Betrachtung des jüngsten Leitbildes „Nachhaltigkeit“ ist eine Erweiterung des sechsten Begriffselementes notwendig. Neuere Leitbilder geben nunmehr eher einen übergeordneten breiten Rahmen, als konkrete Aussagen über die Gestaltung vor.



In der Stadtentwicklung der Nachkriegszeit lassen sich verschiedene Leitbilder feststellen. Ein Leitbild entsteht nicht aus dem Nichts, sondern ist die Folge eines Kontinuums vorhergegangener Leitbilder, deren Vorstellungen über Ziele und Möglichkeiten der Planung jeweils aus einer spezifischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Situation heraus entstehen (ASTLEITHNER 1999, S. 42). Damit ein neues Leitbild entsteht, muss eine kollektive Unzufriedenheit mit einem Zustand vorliegen, die zur Findung von Lösungen motiviert (SCHUBERT 2015, S. 122). Ein Leitbild gelangt prozesshaft über allgemeine Anerkennung zur Geltung (ebd.). Leitbilder können nicht als eindeutig abzugrenzende Untersuchungsgegenstände eingegrenzt werden; sie resultieren aus einem Aushandlungsprozess verschiedener Akteure innerhalb eines bestimmten zeitlichen Kontextes (ASTLEITHNER 1999, S. 42). Einige wesentliche Leitbilder werden im Folgenden kurz vorgestellt. Diese vergangenen Leitbilder weisen eine hohe Relevanz auf, da sich neue Leitbilder aus diesen ergeben und Elemente daraus aufgreifen können.

### 3.1.2 Städtebauliche Leitbilder der Nachkriegszeit

In der Nachkriegszeit der 1950er Jahre entstand das Leitbild der „gegliederten und aufgelockerten Stadt“ in Anlehnung an die im Jahre 1941 veröffentlichte Charta von Athen (HEINEBERG 2006, S. 130). Damit war zumeist eine räumliche Trennung von Wohn-, Arbeits- und Verkehrsflächen verbunden. Dazu hatte die Idealstadt eine klar beschränkte Größe (ASTLEITHNER 1999, S. 29). Allerdings war es problematisch, da es neben einer starren Zuordnung von Funktionen und Flächen zu einem erheblichen Flächenverbrauch kam. Weniger verdichtete Wohngebiete konnten nur schwer an den öffentlichen Nahverkehr angeschlossen werden, was den motorisierten Individualverkehr begünstigte (HEINEBERG 2006, S. 130).

Das daraus abgeleitete Leitbild „der autogerechten Stadt“ versuchte den technologischen Fortschritt in Form des aufkommenden Automobils in die Stadtstruktur zu integrieren. Alle Planungsmaßnahmen sollten sich dem ungehinderten Verkehrsfluss des Automobils unterordnen (STROHM 2016, S. 602).

Im Jahr 1960 wurden vor allem von Sozialwissenschaftlern komplett neue Dimensionen der Stadt in Form des Leitbildes „Urbanität durch Dichte“ gefordert. Eine städtebauliche Verdichtung und Verflechtung der Nutzungsarten traten an die Stelle des Leitbildes der „gegliederten und aufgelockerten Stadt“. Damit verbunden wurden große Flächensanierungen in Innenstadtbereichen durchgeführt, aber auch Ersatzwohnungsbau mit erheblicher Wohndichte und in der Regel ohne Funk-

tionsmischung meist „auf der grünen Wiese“ geschaffen. Die hier entstandenen Großwohnsiedlungen gerieten bereits in der ersten Hälfte der 1980er Jahre in eine Krise, weil sie nicht oder nicht mehr den Wohn- und Lebensvorstellungen ihrer Bewohner entsprachen (HEINEBERG 2006, S. 131 f.).

In den 1980er Jahren entwickelte sich in vielen Kommunen der Gedanke, Städte ökologischer zu gestalten, womit der Grundstein des Leitbildes der nachhaltigen Stadtentwicklung gelegt wurde (HEINEBERG 2006, S. 135). Dieses Leitbild versucht den umweltbezogenen Problemen, wie einer flächenfressenden Siedlungsexpansion, der Entmischung von Wohnungen, Arbeitsstätten, Versorgungs- und Freizeiteinrichtungen sowie der Ausweitung des motorisierten Individual- und Wirtschaftsverkehrs zu begegnen (ebd., S. 135 f.). Eine langfristige Veränderung und nicht nur kurzfristige lokale und regionale Entwicklungsperspektiven stehen im Vordergrund (SCHUBERT 2015, S. 147). Das Aktionsprogramm „Agenda 21“ der Vereinten Nationen aus dem Jahre 1992 bewirkte ein Umdenken in Richtung nachhaltiger Entwicklungen, in dessen Folge Kommunalverwaltungen dazu aufgefordert wurden, im Dialog mit den Bürgern, örtlichen Organisationen und der Privatwirtschaft Handlungsprogramme (Lokale Agenda 21) für eine ökologisch, wirtschaftlich und sozial verträgliche Entwicklung zu erarbeiten (ASTLEITHNER 1999, S. 60). Drei wesentliche Aspekte werden in Verbindung mit dem Leitbild der Nachhaltigkeit viel diskutiert. Dies sind die Dichte im Städtebau, die Polyzentralität insbesondere in Form sog. dezentraler Konzentration und die Nutzungsmischung in Form einer funktionalen Mischung innerhalb von Stadtquartieren (HEINEBERG 2006, S. 137).

### 3.1.3 Ansätze der Sportentwicklungsplanung – Sport im Städtebau

Die Nutzung des Sports im Städtebau der Nachkriegszeit ist immer im Rahmen des historischen Kontextes zu betrachten und passt sich inhaltlich in die vorhergehend beschriebenen städtebaulichen Leitbilder jener Zeit ein. Dabei dient die Sportentwicklungsplanung als Instrument, um Sporträume zu planen. Eine Sportentwicklungsplanung bietet über ein zielorientiertes methodisches Vorgehen die Möglichkeit, örtliche oder regionale Rahmenbedingung für Sport und Sporträume zu gestalten und in ein Gesamtkonzept einzubetten (DOSB 2019, o. S.). Dafür werden neben einer Bestandsaufnahme der aktuellen Sportinfrastruktur, zahlreiche weitere Einflussfaktoren mit eingebunden, wie z.B. demographische Entwicklungen, gesellschaftliche Veränderungen bzw. spezifische Sporttraditionen und -trends sowie Perspektiven der Angebotsentwicklung und kommunalpolitische Rahmenbedingungen (ebd.). Nach RÜT-



TEN und ZIEMAINZ können drei verschiedene Ansätze in der Sportentwicklungsplanung der Nachkriegszeit unterschieden werden (2009, S. 107 ff.). Dies sind ein richtwertbezogener Ansatz, ein verhaltensorientierter Ansatz sowie ein kooperativer Ansatz (ebd.).

Als richtwertbezogener Ansatz wurde 1961 der Goldene Plan der Deutschen Olympischen Gesellschaft (DOG) veröffentlicht. Dieser sollte den identifizierten Bedarf an Sportstätten als längerfristig angelegter Aktionsplan ausgleichen (WETTERICH und ECKL 2006, S. 17). Dabei wurden dem Bestand an Sportstätten Soll-Werte gegenübergestellt, die in Richtlinien der DOG festgelegt wurden. Grundlage dieser Richtlinien war das Verhältnis von Sportfläche zur Einwohnerzahl. Drei Parameter wurden dabei als bewertende Kriterien des Bedarfs neben der Einwohnerzahl im Untersuchungsgebiet angewendet: Erstens die Schulsysteme und Klassenzahlen, zweitens die Sportvereine und betrieben Sportarten sowie drittens die quantitative Bestandsaufnahme der vorhandenen Sportanlagen (HAASS 1990, S. 9). WETTERICH und ECKL fassen die Leistungen des Goldenen Plans folgendermaßen zusammen: „In einer beeindruckenden Aufbauleistung konnte eine an internationalen Standards gemessenen hervorragende Sportstätteninfrastruktur in der Bundesrepublik geschaffen werden, die eine wesentliche Grundlage für die systematische Ausbreitung des Sports darstellte“ (2006, S. 17). Insbesondere quantitative Defizite in der Sportinfrastruktur wurden über den Goldenen Plan behoben.

Durch ein geändertes Sportverhalten und eine zunehmende Ausdifferenzierung des Sports erscheint dieser richtwertbezogene Ansatz aus heutiger Sicht nicht mehr für eine nachhaltige Verbesserung der Sportsituation angemessen. Die normorientierten Sportstätten boten wenig Spielraum, um auf neue Sporttrends einzugehen (vgl. RÜTTEN und ZIEMAINZ 2009, S. 108 f.). Der verhaltensorientierte Ansatz der Sportentwicklungsplanung erschien vor diesem Hintergrund als zielführender. Eine Orientierung am realen Sportverhalten der Bevölkerung in einer Kommune, soll zu einer bedarfsgerechten Planung von Sportanlagen führen. Dafür wird die aktuelle Sportnachfrage empirisch ermittelt und dem vorhandenen Bestand einer Kommune gegenübergestellt (GÖRING et al. 2018, S. 6). Das Kernpapier dieses Ansatzes ist seit 2000 der vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) erstellte „Leitfaden für die Sportstättenentwicklungsplanung“. An diesem Ansatz ist im Wesentlichen problematisch, dass er sich zu straff an normierten Sporträumen orientiert, aktuelle Angebots- und Organisationsstrukturen des Sports ausblendet und zu wenig informelle Bewegungsräume berücksichtigt (WETTERICH und ECKL 2006, S. 18).

Zeitgleich entwickelte sich der Ansatz der Kooperativen Planung. Die Kooperative Planung setzt sich zum Ziel, Sport- und Bewegungsvorstellungen aller Bevölkerungsgruppen in einer Kommune ganzheitlich abzubilden. Dabei versucht man in einer kooperativen Planungsgruppe, alle Interessen und unterschiedlichen Perspektiven zu berücksichtigen. Nach der Phase der gemeinsamen Planung erfolgt die Phase der gemeinsamen Umsetzung. Ein Risiko der Kooperativen Planung besteht darin, dass die Interessen einzelner teilnehmender Interessengruppen stärker berücksichtigt werden als anderer. Ebenfalls kann die organisatorische Betreuung und Ergebnissicherung auf Grund der Größe der Planungsgruppe erschwert sein (RÜTTEN und ZIEMAINZ 2009, S. 109). Die Beteiligung steigert jedoch die Akzeptanz der Planung und Durchführung von Maßnahmen der Sportentwicklung.

Die deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft (DVS) unterbreitete 2010 das Memorandum zur kommunalen Sportentwicklungsplanung, das einen integrierten Ansatz enthält, der die Vorteile der drei zuvor beschriebenen Ansätze zu verbinden versucht. Das Memorandum erschien 2018 in einer zweiten aktualisierten Fassung und wird für aktuelle Sportentwicklungsplanungen angewandt. Diesem integrierten Planungsprozess dient der kooperative Ansatz als Planungsgrundlage. Wesentliches Ziel ist es über einen ganzheitlichen Ansatz, die regionalen Besonderheiten des Untersuchungsgebiets für Sport und Bewegungsaktivitäten und deren Sporträume zu identifizieren und in ein Gesamtkonzept zu integrieren. In ein solches Konzept werden relevante Einflussfaktoren wie z. B. demographische Entwicklungen, gesellschaftliche Veränderungen bzw. spezifische Sporttraditionen eingebunden. Empirische Bestandsaufnahmen, Ausblicke auf die Angebotsentwicklung und Strukturen der Kommunalpolitik werden dabei ebenfalls berücksichtigt (GÖRING et al. 2018, S. 1). Diese Form der Sportentwicklungsplanung kann für die jeweiligen Kommunalverwaltungen als Grundlagenpapier und Leitfaden ihrer Sportentwicklung dienen. Es bildet den aktuellen Stand ab und gibt je nach Qualität der Sportentwicklungsplanung zumeist auch klare Handlungsempfehlungen. Indem versucht wird, alle relevanten Akteure in den Planungsprozess einzubinden, gelingt die interdisziplinäre Verknüpfung. Insbesondere werden Sport- und Stadtentwicklung vernetzt, sodass dem „Inseldenen“ in kommunalen Verwaltungsstrukturen in Teilen begegnet werden kann. Eine Einbindung der Sportentwicklungsplanungen in integrierte Stadtentwicklungskonzepte (ISEK) bestätigt den disziplinübergreifenden Ansatz und ist im Einzelfall näher zu analysieren (Kap. 5).

### 3.1.4 Die „Sportstadt“ – ein neues städtebauliches Leitbild?

Alle vier in Kapitel 3.1.3 beschriebenen Ansätze der Sportentwicklungsplanung haben das Ziel, geeignete Sporträume zu schaffen. Dabei werden die Handlungsempfehlungen zur Sportentwicklungsplanung insbesondere durch übergeordnete Interessenvertretungen aus dem Bereich Sport, wie der Deutschen Olympischen Gesellschaft, dem Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) oder der deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft (DVS) herausgegeben. Die Interessenvertretungen sehen einen eigenen Nutzen darin, dass in den Kommunen die Sporträume aufgewertet werden. Daher geben diese den Kommunen Handlungsempfehlungen und Orientierungshilfen, die auch zahlreiche praktische Anwendungen enthalten, was bei einer Recherche des Begriffes Sportentwicklungsplanung sehr deutlich wird. Die große Zahl der kommunalen Sportentwicklungsplanungen, die in den letzten Jahren auf Grundlage des Memorandums zur kommunalen Sportentwicklungsplanung veröffentlicht wurde, verdeutlicht den aktuellen Trend der Städte, sich mit Sporträumen zu befassen.

Für die Kommunen sind derartige Leitfäden zur Umsetzung ihrer Sportentwicklung durchaus nützlich und erscheinen zumeist als Orientierungsrahmen geeignet. Bestehen bereits gute infrastrukturelle Rahmenbedingungen, die auch entsprechend genutzt werden, versuchen sich Städte gerne über diese zu vermarkten. Jens FLATAU beschreibt in diesem Zusammenhang die Attraktivität und einen gewissen Leitbildcharakter des Sports für eine Stadt wie folgt:

„[...] das Sporttreiben ist sozusagen ein Charakteristikum der Moderne und der Begriff modern ist ja eigentlich [...] immer positiv besetzt in unserer Gesellschaft. Also das Individuum signalisiert sozusagen Modernität an seine Mitmenschen, indem es Sport treibt. [...] Und das Gleiche können Sie [...] von der individuellen auf die kollektive Ebene transformieren und eine Stadt, die modern ist, die hat Sport. [...] Und was hat Sie? [...] Sportevents, sie bewirbt sich um internationale Meisterschaften. Das wäre der Wettkampfsport. Sie hat am besten einen Bundesligaverein im Fußball und vor allen Dingen auch [...] Sportevents, die dann eher Breitensportlich sind. Und was natürlich für die Stadtentwicklung sehr wichtig ist, sie hat auch die entsprechenden Strukturen. [...] Wenn eine Stadt sich nach außen positiv darstellen will, dann gehört heutzutage der Sport mit dazu [...]“ (FLATAU 2019, Abs. 16)<sup>1</sup>.

Der Sport ist vor diesem Hintergrund weit mehr als reine körperliche Aktivität. Er dient Städten zur Selbstinszenie-

rung, da Mode, Musik und ein gewisses Environment eng mit dem Sporttreiben verflochten sind (KLEIN 2008, S. 22). Das Bild einer Stadt wird insbesondere durch zwei Aspekte geprägt. Zum einen ist dies der gebaute, materialisierte Raum, als „Hardware“ einer Stadt, zum anderen der Wahrnehmungs-, Bewegungs- und Erfahrungsraum als eine Art „Software“ der Stadt (ebd., S. 13.). Menschliches Handeln und Aktivität bestimmen die Raumwahrnehmung und damit indirekt das Image einer Region. Eine „Sportstadt“ soll beide Seiten abbilden. Eine geeignete infrastrukturelle Ausstattung ist die Hardware; die Software sind menschliche Aktivitäten, insbesondere jegliche Bewegungsformen. Vor allem über Sportveranstaltungen kann somit das Bild einer belebten, aktivitätsfreudigen Stadt nach außen transportiert werden und damit die Software belebt werden. Das Konzept der „Sportstadt“ setzt Sport als wesentlichen Bestandteil der städtischen Außen- aber auch Innendarstellung in Szene, um von der positiven Bedeutungszuschreibung des Sportbegriffs zu profitieren. Für eine wirkliche Umsetzung durch die Kommunalverwaltung ist insbesondere die Sportangebotsseite von besonderer Bedeutung, die einen weiteren Teil der Software einer „Sportstadt“ bildet:

„Sie können die schönsten Sportanlagen haben und haben vielleicht auch viele Menschen, denen das reicht, weil sie gerne individuell Sport treiben wollen, aber natürlich gehört nach wie vor zu einer sportfreundlichen Stadt auch ein gutes Sportvereinsangebot. (FLATAU 2019, Abs. 66).“ Das Konzept „Sportstadt“ entspricht nicht vollständig dem eines klassischen städtebaulichen Leitbildes. Ein gewisses übergreifendes Zielkonzept lässt sich zwar feststellen, dass in Form der Ermöglichung und Förderung des Sports für alle fassbar ist. Es fehlt aber ein ganzheitlicher Überbau und eine hinreichende Verdichtung von Zielen. Eine Sportentwicklungsplanung kann dem abhelfen und als genereller Leitfaden für die Herausbildung einer „Sportstadt“ dienlich sein. Sie kann als eine Art Gerüst zur Orientierung und Operationalisierung von Zielen bei der Konstruktion eines städtebaulichen Leitbildes „Sportstadt“ behilflich sein und ist dabei regional angepasst. Für eine Ausformulierung einer Zielkonzeption, welche die regionalen Besonderheiten einer Stadt mitberücksichtigt, kann sie somit ein nützliches Instrumentarium sein. Dennoch sollte diese immer eine gewisse Offenheit zulassen, um neue Trends berücksichtigen zu können. Durch die zunehmende Verbreitung der Begrifflichkeit „Sportstadt“ ist ein gewisser Grundkonsens zu erkennen, sodass die „Sportstadt“ Potentiale für ein übergeordnetes Leitbild hat (Kap. 2.2.2).

Ferner kann als eine weitere Zielsetzung der „Sportstadt“, die Erhöhung der Sichtbarkeit des Sports im öf-

<sup>1</sup> Die an diesem Beispiel verwendete Zitiermethode wird für alle durchgeführten Interviews in dieser Form angewandt; nähere Informationen zu den interviewten Experten und zur Methodik finden sich unter Kapitel 4.

fentlichen Raum identifiziert werden, um damit den Stadtraum zu beleben. Vor allem der öffentliche Raum der Innenstädte wird zur Bühne sportlicher Aktivität und damit für mehr Bewegungsaktivitäten zugänglich gemacht. Er wird zu einem Bewegungsraum, der nutzbar für zahlreiche nicht-institutionalisierte Sportaktivitäten wird. So werden etwa Jogger oder Skateboardfahrer zu inoffiziellen Repräsentanten der „Sportstadt“ im öffentlichen Raum (KLEIN 2008, S.22). Sie transportieren ein durch sportliche Aktivitäten besetztes Bild des öffentlichen Raumes nach außen und prägen damit die Wahrnehmung eines Raumes. Dieses Bild wird ferner auch über den Profisport transportiert, welcher medial sehr präsent ist und damit eine große Außenwirkung entfaltet. Ein bildlich fassbarer Charakter im Sinne eines Leitbildes kann der „Sportstadt“ also zugeschrieben werden, wenngleich dieses wenig konkret ist und eher durch das Subjekt nach außen getragen wird. Individuelles Verhalten im Raum in Form von Sportausübung wird somit prägend für die Raumwahrnehmung. Die Städte versuchen diese Aktivitäten in bestimmte Areale zu leiten und die positive Konnotation des Sports für eine Attraktivierung dieser Räume zu nutzen bzw. sich darüber nach außen zu inszenieren. Die „Sportstadt“ transportiert ein modisches, modernes Bild einer Stadt.

Die Prüfung der Definition nach STREICH (1988, S. 133) hat ergeben, dass die „Sportstadt“ durchaus ein gewisses Potential für ein städtebauliches Leitbild besitzt. Ein Fokus liegt dabei darauf, den Sport für alle zu fördern und den öffentlichen Raum attraktiver zu gestalten. Der Sport kann einer Stadt quasi als Hardware Abhilfe verschaffen und erweist sich vor diesem Hintergrund als geeignet. Die zunehmende Verbreitung der Begrifflichkeit „Sportstadt“ spricht für einen steigenden Grundkonsens des Konzeptes. Allerdings erschweren eine fehlende hinreichende bildliche Fassbarkeit sowie eine nicht gegebene hinreichende Verdichtung von Zielen die Anwendung der „Sportstadt“ als städtebauliches Leitbild. Eine Sportentwicklungsplanung kann hier helfen und ermöglicht die Anwendung auf regionaler Ebene.

### 3.2 Sport als weicher Standortfaktor

Städte und Regionen stehen heute einem zunehmenden nationalen und internationalen Wettbewerb um die Ansiedlung von Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen, um kaufkräftige Verbraucher und Touristen gegenüber. Auf Seite der Unternehmen sind weiterhin die harten Standortfaktoren, die für die Betriebstätigkeit eines Unternehmens direkt kostenwirk-

sam sind (z. B. Gewerbesteuer oder Büromiete), für die Standortwahl maßgeblich entscheidend. Für Arbeitnehmer und Touristen gewinnen mehr und mehr die weichen Standortfaktoren an Bedeutung. Jene haben nur mittelbare Auswirkungen auf die Kosten eines Betriebes. Zu den weichen Standortfaktoren zählen unter anderem das Kultur- und Sportangebot, der Freizeitwert oder das soziale Klima. Ein Unternehmen kann bei einem hohen Wohnwert und tollem Kulturangebot eines Standortes vermutlich leichter qualifiziertes Personal finden, wodurch die Standortbedingungen zum Standortfaktor werden (GLÜCKLER 2011, S. 917).

Eine scharfe Abgrenzung zwischen weichen und harten Standortfaktoren ist nicht zielführend, da die Einordnung je nach Perspektive variieren kann und stark von subjektiven Einschätzungen abhängt. Das Kulturangebot kann für Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ein harter Standortfaktor für einen Automobilhersteller hingegen ein weicher Standortfaktor sein. Die Abbildung 6 stellt einige weiche und harte Standortfaktoren gegenüber und verdeutlicht mit der bogenförmigen gestrichelten Linie den fließenden Übergang.

Neben der Bereitstellung infrastruktureller Rahmenbedingungen, versuchen Städte auch aktiv an ihren weichen Standortfaktoren zu arbeiten und damit die Lebensqualität vor Ort zu steigern. So gewinnen attraktive Angebote im Sportbereich zunehmend an Bedeutung (GANS, HORN und ZEMANN 2003, 74). Damit einher steigt der Freizeitwert und die Städte präsentieren ihre Leistungsfähigkeit zum Beispiel über die Austragung von Sportgroßereignissen. Darüber können lokale und regionale Images geprägt sowie die eigene Wettbewerbsposition gestärkt werden (ebd., S. 74 f.). Insbesondere die mediale Präsenz des jeweiligen Ereignisses bietet eine Bühne sich als Stadt nach außen hin zu präsentieren und erfreut sich daher zunehmend großer Beliebtheit als städtische Strategie (ebd.).

Das nachfolgende Kapitel geht in fünf Schritten auf die Potentiale ein, die der Sport als zumeist weicher Standortfaktor bietet. Im ersten Schritt wird auf die Rolle des Sports bei der Herausbildung eines Stadtimages und einer Stadtidentität eingegangen. Im anschließenden Unterkapitel werden der Freizeitsport und seine Besonderheiten aufgeführt. Es folgen die Analyse von Sportveranstaltungen, die Betrachtung des Sporttourismus und der Sportökonomie.

#### 3.2.1 Stadtimage und -identität durch Sport

Historisch bedeutende Gebäude, die Historie als Kurort, Universitätsstadt oder Hauptstadt, bekannte Persönlich-

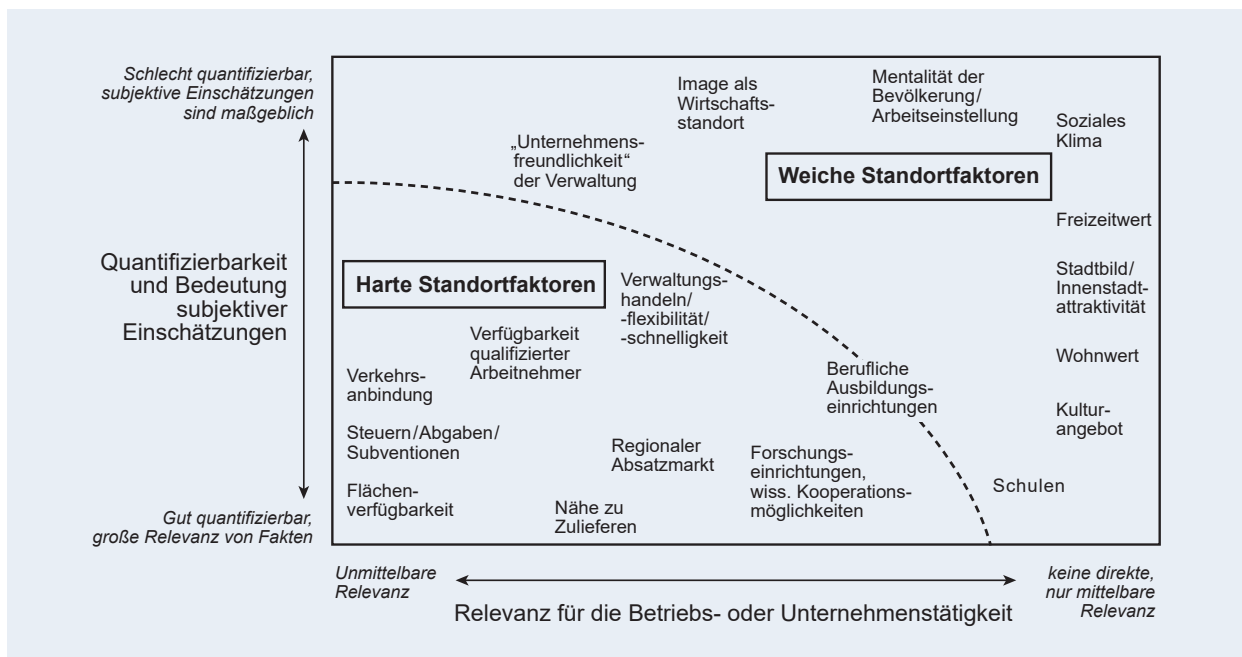


Abb. 6: Harte vs. weiche Standortfaktoren

Quelle: MELDE et al. 2015 nach Grabow et al. 1995, verändert

keiten, traditionelle Feste oder zum Beispiel die landschaftliche Einbettung – das alles sind signifikante Besonderheiten, welche prägend auf das Bild einer Stadt wirken. Das Stadtmarketing nimmt sich häufig dieser Aushängeschilder an und nutzt derartige Besonderheiten für die Außendarstellung: Köln ist Domstadt, Baden-Baden bekannt als traditioneller Kurort, Weimar profitiert vom Bauhaus, Bern verkörpert die Gelassenheit der Schweiz, Kiel ist nicht zuletzt durch die Kieler Woche berühmt, Salzburg ist Mozartstadt und Dresden wird Elbflorenz genannt (HILBER und DATKO 2012, S. 7).

Die Identität einer Stadt erscheint dagegen weitaus kleinteiliger als das Stadtimage (HILBER und DATKO 2012, S. 7). Bei der Stadtidentität treten diese Aushängeschilder eher in den Hintergrund. Volker REMY verdeutlicht den Unterschied zwischen Image und Identität sehr anschaulich. Im Zusammenhang mit der Imagewerbung führt er das „Concept Car“ des Genfer Automobilsalons an, bei der Identitätsentwicklung hingegen das alltags-taugliche Gefährt der Automobilausstellung von Frankfurt. Das eine wird bestaunt, das andere ermöglicht ein Vorankommen (REMY 2006, S. 137). Auf der einen Seite steht also ein künstlich designtes Idealbild einer Stadt als Stadtimage, das mit großen Gesten ein Bild aufsetzt, das womöglich die beabsichtigten Effekte erzielt, aber häufig nur kurzfristig wirkt. Diesem steht auf der anderen Seite eine langfristig in kleinen Schritten gewachsene und aus vielen Einzelteilen bestehende Stadtidentität gegenüber (HILBER und DATKO 2012, S. 8).

Der Begrifflichkeit Stadtidentität liegt die Annahme zu Grunde, dass jede Stadt einzigartig ist. Danach hat jede Stadt eine spezifische bebaute und unbebaute Umwelt, eine charakteristische demographische Zusammensetzung und eine eigene Historie. Der niederländische Stadthistoriker Willem Frijhoff vertritt die Auffassung, dass eine Stadt auch dann weiter existiert, wenn ihre Infrastruktur und Gebäude nicht mehr fortbeständen. Die Stadt bestehe dann in den Gewohnheiten und im Gedächtnis ihrer Einwohner weiter. Die Stadtidentität setzt sich aus einem komplexen Wirkungsgeflecht von physisch-materieller Gestalt und Traditionen, Lebensweisen und Wertevorstellung der Einwohner zusammen (KÜHNE 2012, S. 163 ff.).

Ferner lässt sich die Stadtidentität in zwei grundlegende Bedeutungsrichtungen aufteilen. Die erste Bedeutungsrichtung ist die Wahrnehmung einer Stadt aus der Perspektive des Individuums und dient dabei der Identifizierung und Klassifizierung von Städten. Einfach ausgedrückt: Erst muss man wissen, dass Cagliari, Songdo oder Flensburg überhaupt existieren und die jeweilige Stadt anhand spezifischer Merkmale erkennen. Erscheint eine Stadt auf der persönlichen Landkarte, kann eine Person sich dann mit ihr identifizieren (KÜHNE 2012, S. 164). Über den Spitzensport, etwa durch ein ansässiges Sportteam oder einen lokalen Einzelsportler sowie über Sportevents kann eine Stadt auf der regionalen, nationalen oder gar internationalen Bühne bekannter werden und sich darüber für viele überhaupt erst iden-



tifizierbar machen. Im Sinne von *Space* und *Place* wird damit eine Stadt mit einer Bedeutung konnotiert und somit zu einem *Place*.

Bei der zweiten Bedeutungsrichtung rückt das Individuum zunehmend ins Zentrum. Im Sinne dieser Auffassung kann Stadtidentität als die Identifikation mit einer Stadt aufgefasst werden. Stadtidentität wirkt also als eine Art kollektiver Identifikator, der die Individuen an einem Ort zusammenbringt und ein „Wir-Gefühl“ verursacht. Eine solche gemeinsame Identifikation kann geographisch-landschaftlicher als auch sozioökonomischer oder historischer Art sein (KÜHNE 2012, S. 164). Insbesondere aber der Sport kann ein solches „Wir-Gefühl“ über berühmte Sportler, große Sportevents oder Sportteams hervorrufen. So schreiben KARP und YOELS professionellen Sportteams eine „quasi-religious function“ (1990, S. 91) zu. Diese Teams machen eine Stadt nicht nur auf der Landkarte identifizierbar, sondern sind auch eine Quelle der Identifikation und des Stolzes in die eigene Stadt. Sie schaffen, ähnlich wie bedeutende Gebäude wie etwa die Golden Gate Bridge, eine Identifikation mit der Stadt (KARP und YOELS 1990, S. 91).

Derartige identitätsstiftende Faktoren können für Städte wesentliche Voraussetzungen für die Profilierung und Positionierung als Standort bilden (GUBLER 2012, S. 174 ff.). Eine entsprechend nach außen transportierte Identität kann als Alleinstellungsmerkmal einen Standort gegenüber anderen besonders in Szene rücken und ein nützlicher Standortfaktor im Städtewettbewerb sein (ebd.). Beim Verbalisierungsprozess einer Stadtidentität ist jedoch Vorsicht geboten und es empfiehlt sich alle Stadtakteure frühzeitig mit einzubeziehen, um die heterogenen Interessen innerhalb einer Stadt abbilden zu können. Die Komplexität und Pluralität der Interessen innerhalb einer Stadt sind dadurch nicht komplett auflösbar, aber es stellt den Prozess auf eine breite Basis. Dadurch kann die Maßnahme auch den Gemeinschaftssinn stärken und bei der Verbalisierung des Selbstverständnisses einer Stadt dienlich sein (KÜHNE 2012, S. 164 f.). In einem solchen Prozess verschwimmen die Grenzen zwischen Image und Identität einer Stadt zunehmend.

### 3.2.2 Freizeitsport – Versportlichung der Stadt

Neben der identitäts- und imagestiftenden Komponente des Sports ist der Freizeitsport ein weiterer wichtiger weicher Standortfaktor. Der Freizeitsport gliedert sich dabei in zwei Komponenten: Auf der einen Seite das aktive Sporttreiben in Vereinen oder in selbstorganisierter Form und auf der anderen Seite der Zuschauersport. Für die zweite Komponente gibt es inhaltliche Überschneidungen mit den zwei nachfolgenden Unterkapiteln 3.2.3

und 3.2.4, weshalb auf den Zuschauersport hier nur sehr grundlegend eingegangen wird.

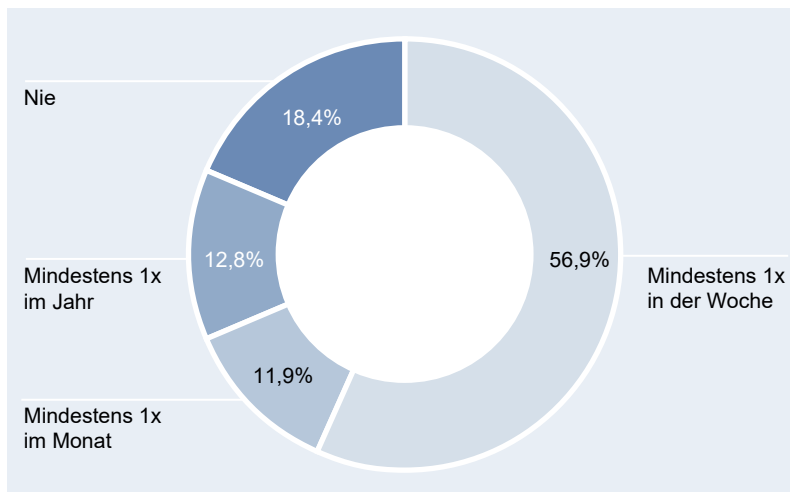
Professor Jens FLATAU beschreibt die Bedeutung des Sports als Freizeitbeschäftigung für eine Stadt wie folgt und greift damit einige zentrale Punkte dieses Unterkapitels auf:

„Der Sport, das ist eine interessante Sache. Einerseits braucht ihn kein Mensch zum Überleben, aber sobald wir ein bisschen freie Zeit, Energie und Geld haben, investieren wir diese drei Ressourcen am liebsten in den Sport. Deswegen ist es immer so schwer zu sagen. Ist Sport jetzt etwas, was unheimlich wichtig ist oder was nicht wichtig ist? Es hat tatsächlich so eine Zwischenstellung. Aber je wohlhabender die Gesellschaft ist, desto wichtiger wird er, weil wir im Prinzip weit über das hinaus sind, was wir zum Überleben brauchen. Das heißt, Sport ist wichtig und eine Stadt, die sich selbst als „Sportstadt“ etikettiert, [...], die signalisiert dann natürlich nach außen: wir machen für unsere Bürgerinnen und Bürger das, was ihnen wichtig ist. Und wir wissen, was ihnen wichtig ist und wir wollen auch versuchen, das umzusetzen.“ (FLATAU 2019, Abs. 66).

Spätestens seit der Fitness- und Gesundheitswelle in den USA der 1980er Jahre erlebte der Sport auch in Deutschland einen Wandel. Die Freizeit rückte durch sinkende Arbeitszeiten in den Lebensmittelpunkt und Sport wurde zu einem zentralen Element der Freizeitgestaltung. Sport wurde immer weniger mit dem Leistungsstreben gleichgesetzt, sondern es standen Spaß, Gruppendynamik sowie Selbstverwirklichung im Vordergrund. So wurde der Sport in den 1980er Jahren zur Massenbewegung, die von starken Kommerzialisierungstendenzen begleitet war. Sportarten wie Aerobic, Triathlon, Mountainbiking oder Inline-Skaten erfreuten sich auch in Deutschland fortan großer Beliebtheit (ALBERS 2006, S. 351 f.).

Dies belegen auch die Zahlen (Abb. 7): 56,9% der Bevölkerung treibt mindestens einmal in der Woche Sport und noch 69% der Bevölkerung zumindest einmal im Monat (BMW i 2018, S. 13). Der Sport teilt sich dabei in zwei wesentliche Organisationsformen. Bezogen auf die über 16-Jährigen sind dem selbstorganisierten Sport 72% der Sportlerinnen und Sportler zuzuordnen, dem Vereinssport 28% (BMW i und BISp 2019, S. 3). 92% der sportlichen Aktivitäten sind dem informellen, selbstorganisierten Sportsektor zuzurechnen (ebd.).

Sport ist zu einer individuellen Bedürfnisbefriedigung geworden. Damit hilft der Sport Spannungen des Alltags – ausgelöst durch etwa Arbeit, Familie oder den Bildungsbereich – abzubauen. Insbesondere wirkt Sport förderlich auf das körperliche und seelische Wohlbefinden, die Leistungsfähigkeit und damit auf die Zufrieden-



**Abb. 7: Häufigkeit des Sporttreibens in der Bevölkerung über alle Sportarten**

Quelle: eigene Darstellung nach BMWi 2018, S. 13

heit mit dem eigenen Körper. Der Sport ist somit für viele Menschen eine selbst gewählte Strategie gegen Krankheit und zur Erhöhung ihrer Lebenserwartung. Das dies auch Erfolg versprechend ist, belegen medizinische Studien (ALBERS 2006, S. 352).

Gesundheit und Fitness sind somit die ersten zwei Potentiale, die insbesondere auf der individuellen Ebene liegen. Von diesen kann aber auch eine Stadt profitieren, indem sie die Rahmenbedingungen schafft, um so die Lebensqualität zu erhöhen. Weitere Motive für sportliche Aktivitäten in der Freizeit sind neben dem Streben nach Gesundheit und Fitness die Geselligkeit und Gemeinschaft sowie der Spaß am Sport für Menschen jeden Alters.

Auch die Stadtentwicklung sieht Sport als Potential, was die Flensburger Stadtplanerin Urte ALBERTI wie folgt beschreibt:

„Ein wesentliches Potential für die Stadtentwicklung sind gesündere Menschen, die fitter sind, die hier gesünder leben können. Für mich ist der Sport [...] sehr eng mit den Flächen verknüpft. Es ist wichtig die Freizeitflächen zu stärken, die die Aufenthaltsqualität für Menschen erhöhen. Das ist ein großes Potential. Da brauchen wir passende Konzepte, um zu erkennen, welche Flächen geeignet sind und benötigt werden, um diese vor dem Hintergrund des starken Drucks auf dem Wohnungsmarkt z. B. planungsrechtlich zu sichern.“ (ALBERTI 2019, Abs. 72).

Der öffentliche Raum ist dabei entscheidend für die Ausübung von Sportarten. So treiben zwei Drittel der Menschen einer Stadt Sport außerhalb von Sportorganisationen und wählen für diese freie Form der Sportausübung zumeist den öffentlichen Raum (KÄHLER 2016, S. 288). Zudem sinkt die Zahl der Mitglieder in den Mannschafts-

sportarten auf Grund der demographischen Entwicklungen und durch ein sich weiter ausdifferenzierendes Sportangebot (ebd.). Da sich die von der Bevölkerung ausgeübten Sportarten mit dem Alter wandeln (ALFS 2013, S. 23), werden sehr vielseitige Anforderungen an Räume zur freien Sportausübung gestellt. Hinzu kommen geschlechtsspezifische und sozioökonomische Zusammenhänge. Bis zu einem Alter von etwa 20 Jahren werden Spielsportarten bevorzugt, besonders Fußball. Die 20- bis 49-Jährigen betreiben eher Individualsportarten. Hier dominieren Fitnesssportarten, wie bspw. Fitness, Laufen oder Schwimmen. Mit über 50 sind Sportarten mit einem gesundheitsför-

dernden Fokus am beliebtesten (z. B. Wandern, Gymnastik) (ebd., S. 23). Nicht nur die Sportlerin oder der Sportler außerhalb von Sportorganisationen nutzt den öffentlichen Raum, sondern auch Vereine oder Unternehmen im Fitnessbereich bieten hier mittlerweile eigene Angebote (z. B. in Parks, auf Grünflächen, Wegen, Plätzen etc.). Für die kommunale Verwaltung ergibt sich daraus insbesondere die Herausforderung, dass ein großer Teil des Sporttreibens in Räumen stattfindet, die nicht in der Zuständigkeit kommunaler Sportverwaltungen, sondern der anderer Ämter, wie dem Grünflächen-, dem Stadtplanungs- oder etwa dem Schulamt liegen, die eher wenig Sportfachkenntnisse besitzen. Es besteht das Potential, dass die Fachdisziplinen der Verwaltung sich vernetzen, um so voneinander zu profitieren. Das Sportamt etwa richtet seinen Blick zumeist nur auf die Normsportstätten, sodass eine Zusammenarbeit als gewinnbringend zu bewerten ist und jeder sein Wissen auch über die örtlichen Gegebenheiten mit einbinden kann (KÄHLER 2016, S. 289).

Das Sporttreiben in den Vereinen schafft für eine Stadtgesellschaft hervorragende Gelegenheiten der Begegnung zwischen Menschen unterschiedlichster Herkunft, Glaubensrichtungen, Alters etc. Darüber kann ein Zusammengehörigkeitsgefühl und die Identifikation mit der Heimatstadt oder dem Wohnquartier entstehen (KÄHLER 2016, S. 287). Die Sportnetzwerke können somit den Zusammenhalt in einer Stadtgesellschaft stärken, welches ein weiteres Potential des Sports in der Freizeit darstellt. Menschen fühlen sich mehr mit einem Ort verbunden und somit wohler. Hinzu können über den Sport Inklusion und Integration gefördert werden.

Neben dem aktiven Sport wurde auch der passive Sportkonsum von Live-Übertragungen via Fernsehen oder



beim Besuch von Sportveranstaltungen immer wichtiger und dokumentiert das insgesamt gestiegene Sportinteresse. Motive für den passiven Sportkonsum sind (s. ALBERS 2006, S. 352; FREYER 2003, S. 101 f., S. 191):

- Spannung, Unterhaltung,
- Kommunikation, Gemeinschaft,
- Schönheit, Ästhetik, Grazie, Perfektion, Anmut,
- Identifikation mit den Sportlerinnen und Sportlern.

Die nachfolgenden drei Unterkapitel gehen noch einmal in unterschiedlicher Weise auf die Potentiale von Sportveranstaltungen als weichen Standortfaktor ein und erläutern somit auch die Wirkungen des passiven Sportkonsums.

### 3.2.3 Sportveranstaltungen – Festivalisierung der Stadtentwicklung

In der Literatur wird der Zusammenhang zwischen Sport und Stadtentwicklung zumeist über Sportgroßveranstaltungen hergestellt. Städte wetteifern um die Austragung nationaler und internationaler Sportereignisse des Spitzensports und Breitensports – egal ob Olympische Spiele, Welt- und Europameisterschaften, Laufmarathons oder Triathlons (KLEIN 2008, S. 21). Durch die mediale Präsenz ist die Durchführung großer nationaler und internationaler Sportevents für Städte von höherer Relevanz. Sie bieten eine ideale Gelegenheit, sich auf regionaler, nationaler oder sogar internationaler Ebene zu präsentieren und entsprechende Reputation zu erhalten (STEINEBACH et al. 2011, S. 19). Zahlreiche unterschiedliche Sportarten bieten eine breite Palette an Veranstaltungsformaten, sodass in der Regel attraktive Angebote an Sportevents für die Bevölkerung geschaffen werden können, wovon auch die Stadtentwicklung profitieren kann. Dabei ist jedoch die mediale Reichweite von Sportart zu Sportart stark unterschiedlich.

Ein Fokus liegt insbesondere auf Sportevents des Spitzensports, da diese auf Grund ihrer Bekanntheit die größte mediale Reichweite erzielen. Durch die mediale Präsenz der jeweiligen Veranstaltung werden Informationen über den Schauplatz des Ereignisses an eine große Konsumentenzahl (lokale und regionale Bevölkerung, Kunden, potentielle Investoren u. a.) vermittelt (GANS et al. 2003, 74). Nicht selten nutzt das Stadtmarketing Sportgroßveranstaltungen zur Imagepflege (KLEIN 2008, S. 21). Sportveranstaltungen erscheinen in Zeiten symbolischer Politiken einer neoliberalen Gesellschaft als ein lukratives Geschäft (ebd.). Für diesen Zweck werden Investitionen getätigt: In den international sichtbaren Hochleistungssport, in repräsentative

Stadionbauten, in prestigeträchtige Großveranstaltungen (ebd.). Sportevents erfahren eine weitaus größere mediale Wahrnehmung als Kulturveranstaltungen wie Schlagermoves oder so manches Popkonzert (ebd.). Bei Radrennen, Marathons oder Triathlons z. B. säumen Zuschauermassen die Straßen und die internationale Presse erstattet weiträumig über die Veranstaltung Bericht. Ein Bild der Stadt wird über Film- und Fernsehaufnahmen nach außen transportiert, das nicht nur viele, sondern häufig auch die schönsten Seiten der Stadt abbildet (KLEIN 2008, S. 21).

Nach GRATTON et al. (2004) können Sportveranstaltungen nicht über einfache Gewinn-Verlust-Rechnungen bewertet werden, sondern sie stellen eine touristische Strategie dar, die als langfristiger Prozess zur Identifizierung und Klassifizierung einer Stadt dient. Durch diese wird eine Stadt für potentielle Touristen, Investoren etc. überhaupt erst auf der Landkarte sichtbar (S. 987; Kap. 3.2.1). Im Rahmen einer Strategie eines Destinationsmanagements können zwei allgemeine Arten von Sportevents differenziert werden (ALBERS 2004, S. 32). Events können entweder neu initiiert werden, um darüber zu versuchen, die gewünschten Wirkungen zu erzielen oder es wird ein bereits stattfindendes Event und seine Effekte durch das Destinationsmanagement genutzt (ebd.).

In wirtschaftlichen Transformationsphasen sollen Sportveranstaltungen Städten zu einem Image- und Identitätswandel verhelfen und einen zusätzlichen touristischen und wirtschaftlichen Mehrwert bringen, der nicht nur kurzfristig während einer Veranstaltung Wirkung zeigt, sondern langfristig durch die überregionale Wahrnehmung einer Stadt (GRATTON et al. 2004, S. 987).

Die Ziele und Wirkungen eines Sportevents lassen sich in nach außen und nach innen gerichtete unterscheiden. Ein externes Ziel ist die Steigerung der Attraktivität für potentielle Besucher, welches über eine Schärfung des städtischen Profils mit Sportevents als Aushängeschildern stattfinden soll, um sich so zusätzlich von konkurrierenden Standorten abgrenzen zu können. Darüber sollen die Besucher-/Gästepersonen kurzfristig während des Events, aber auch langfristig durch die Erschließung neuer Zielgruppen erhöht werden. Mit der Ausrichtung von Events will die Stadt bekannter werden und ein bestimmtes Image erzeugen. Neben den Eventbesuchern, von denen man sich eine positive Mundpropaganda verspricht, setzt man vor allem auf die Darstellung in den Medien, über die man sich eine Reihe von Multiplikatoreffekten erhofft. Die mediale Reichweite steigert sich entsprechend mit Bedeutung und Größe einer Veranstaltung. Daran gekoppelt

sind Imagebildungsprozesse (z. B. als „Sportstadt“) sowie touristische Effekte (ALBERS 2004, S. 33).

Neben den genannten externen Effekten bestehen auch eine Reihe interner Effekte für die Bewohner/innen des Veranstaltungsortes: Abhängig von der Regelmäßigkeit und Größe einer Veranstaltung kann diese sportfördernd auf die Stadtbevölkerung wirken. Etwa dadurch, dass neue Sportinfrastruktur gebaut oder bestehende aufgewertet wird und die lokalen Sportvereine durch ein gestiegenes Sportbewusstsein gestärkt werden. Hinzu kommen auch Wirkungen auf das Binnenmarketing, da über Events Identifikationspunkte der Bevölkerung geschaffen werden können, die zu einem „Wir-Gefühl“ führen. Insbesondere kleinere Veranstaltungen oder Breiten-sportevents mit einem hohen Anteil an einheimischen Eventbesuchern bieten ein hohes Identifikationspotential mit dieser Veranstaltung (ALBERS 2004, S. 33 f.).

Zwar können auch derartige Events große Teilnehmer- und Zuschauerzahlen erzielen, exemplarisch sind die zahlreichen Stadtläufe genannt, aber deren mediale Reichweite und das Teilnehmerfeld sind regional begrenzt. Kleinere Sportevents bieten aber andere Potentiale, die zumeist weit unterschätzt werden. Sie können den zivilgesellschaftlichen Zusammenhalt stärken. Dadurch können sie teils entscheidend an der Bildung einer Stadtidentität mitwirken, indem bestimmte Werte transportiert werden (vgl. Kap. 3.2.1). Ein wichtiges stark unterschätztes Potential von kleineren Sportveranstaltungen sind insbesondere der Aufbau von sozialen Netzwerken auf Seiten der Teilnehmer, Zuschauer, Organisatoren und Sponsoren (TAKS et al. 2015, S. 4). Darüber unterscheiden sie sich u. a. von Großveranstaltungen, bei denen eine solche Vernetzung zumeist nur auf organisatorischer Ebene stattfindet. Ferner beleben kleinere Sportveranstaltungen das Stadtbild und erzeugen das Bild eines gut genutzten öffentlichen Raumes und einer aktiven städtischen Gemeinschaft nach innen und nach außen. Von einer regelmäßigen Ausrichtung eines oder mehrerer derartiger Sportevents erhoffen sich Event-Orte ebenfalls touristische Effekte zu erzielen (ALBERS 2006, S. 357). Solche Effekte können initiiert werden, wenn die Veranstaltung geschickt in das Destinationsmanagement eingebettet wird (ebd.).

Insbesondere Sportgroßveranstaltungen werden von Seiten der Anwohner allerdings nicht immer positiv aufgenommen. Immer häufiger zeigt sich eine hohe Skepsis auf Grund möglicher negativer Auswirkungen, die von Events ausgehen können. An erster Stelle wird die finanzielle Belastung gefürchtet, da durch den Bau der entsprechenden Sportinfrastrukturen zumeist hohe Kos-

ten entstehen. Diese Infrastruktur wird nach Veranstaltungsende häufig nicht mehr ausgelastet (GRATTON et al. 2004, S. 987). Der Nahverkehr benötigt im Zeitraum des Events zusätzliche Kapazitäten, um die Besuchermengen einer Sportgroßveranstaltung zu transportieren (ebd.). Andere Touristen können durch eine Überfüllung des Stadtraums mit den Eventbesuchern ein negatives Bild der Stadt bekommen (ebd.). An- und Abreise der Besucher, deren Aufenthalt und die zusätzliche Lärm- und Abfallbelastung zeigen neben den möglichen Bau von Wettkampfstätten direkte oder indirekte Auswirkungen auf die Umwelt (ALBERS 2004, S. 34).

Für die Stadt- und Regionalentwicklung können Sportveranstaltungen jedoch wichtige Impulse setzen, um Standortqualitäten zu verbessern und Einheimische weiter an den Standort zu binden sowie Ansiedelwillige für den Standort zu gewinnen. Im Vordergrund stehen dabei insbesondere infrastrukturelle Verbesserungen, die für Großveranstaltungen realisiert werden (ALBERS 2004, S. 33).

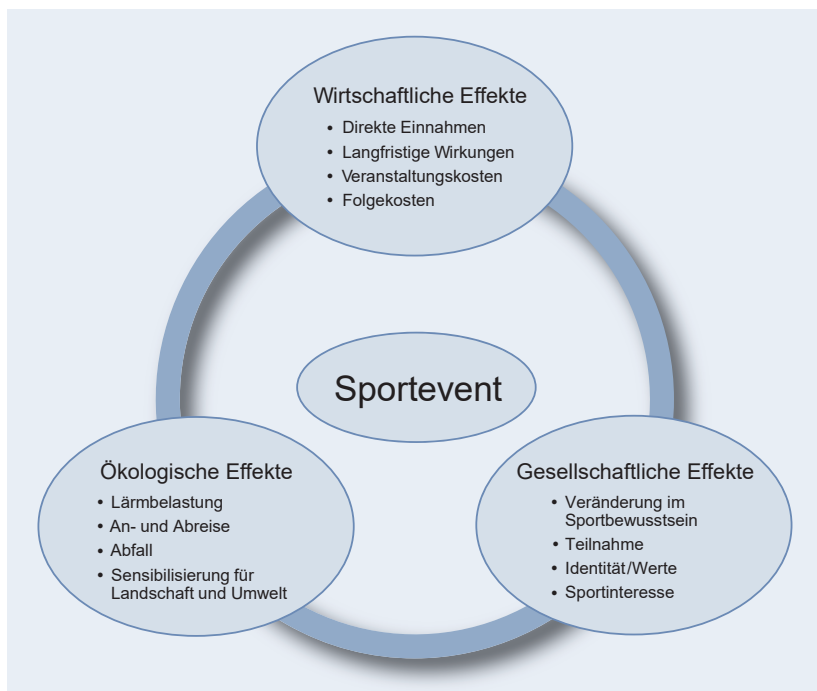
Die zuvor beschriebenen Effekte einer Sportveranstaltung kategorisiert Abbildung 8.

Um die positiven Effekte von Sportveranstaltungen auszuschöpfen und um die negativen Effekte möglichst gering zu halten, eignet sich ein professionelles Eventmarketing. Nach DREYER ergeben sich daraus drei mögliche Marketingstrategien, die durch Städte gewählt werden können (1998, S. 52):

1. Veranstaltungen als Mittel zur Vermarktung einer Destination,
2. Veranstaltungen als Mittel zu Vermarktung von Produkten,
3. direkte Vermarktung der Veranstaltung.

Zwar ist die erste Strategie die favorisierte der meisten Städte und Regionen, zumeist geht die Vermarktung dennoch nicht über die unmittelbare Vermarktung der Veranstaltung hinaus (DREYER 1998, S. 52).

Ein viel zitiertes Beispiel der Stadtentwicklung anhand von Großveranstaltung ist Barcelona, das sich insbesondere durch die olympischen Spiele auf der Weltbühne als touristische Spitzendestination positionieren konnte (vgl. BOTELLA 1995; BRUNET 2002; ENGELHART 2009; MEYER-KÜNZEL 1999; WEHRHAHN 2004; WENGE 2004). Auch Hamburg oder London vermarkten sich auf der Weltbühne über Sportgroßveranstaltungen als Destination. In diesem Kontext wird häufig von Festivalisierung oder Eventisierung der Stadtentwicklung gesprochen, also einer



**Abb. 8: Kategorisierung der Wirkungen von Sportevents**

Quelle: eigene Darstellung nach ALBERS 2004, S. 33

Stadtentwicklung mithilfe von Großveranstaltungen. Solche Großveranstaltungen sind aber zumeist nur in Metropolen durchzuführen, da diese die infrastrukturellen Rahmenbedingungen bieten. Dies kann nur eingeschränkt auf Städte mittlerer Größe – wie Flensburg – übertragen werden. Hier müssen jeweils spezielle Kriterien erfüllt sein, um die Ansiedlung von bestimmten Veranstaltungsformaten mit überregionaler Bedeutung überhaupt erst zu ermöglichen. Dies können die geographische Lage oder bestimmte gesellschaftliche bzw. institutionelle Rahmenbedingungen sein, die den Weg für bestimmte überregional bedeutende Veranstaltungsformate ebnen, um damit die gewünschten Effekte zu erzielen.

In der Gesamtbetrachtung resultieren aus Sportveranstaltungen auf der einen Seite tangible und somit monetär evaluierbare ökonomische Effekte auf der anderen Seite intangible nicht wirtschaftliche Wirkungen (z. B. Erhöhung des Bekanntheitsgrades, Imageeffekte), die erst langfristig ökonomisch wirksam werden können (ALBERS 2004, S. 33). Eine Kalkulation aller auch langfristigen wirtschaftlichen Effekte ist nie vollständig realisierbar (ebd.). Auf Grund der Multiplikatoreffekte sind Sportveranstaltungen inzwischen mehr als ein weicher Standortfaktor, was vor allem auch am Wettbewerb um die Austragung von Großveranstaltungen zu sehen ist. Sie erweisen sich im Städtewettbewerb inzwischen als eine Art harter Standortfaktor.

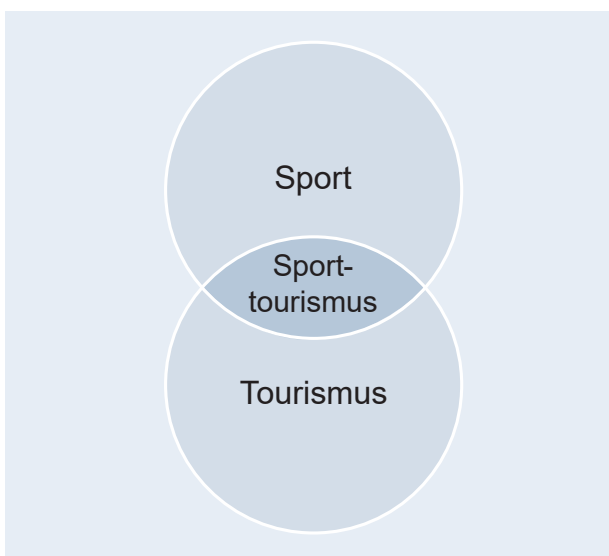
Auch kleinere Sportveranstaltungen mit einem geringen Aufwand und einer kürzeren Vorlaufzeit bieten für Städte mittlerer Größe viele positive innere Effekte, Sportgroßveranstaltungen eignen sich hingegen mehr um extern Wirkung zu erzielen und eine Stadt auf der Weltbühne zu inszenieren.

### 3.2.4 Sporttourismus

Egal ob Aktivurlaub, Trainings- oder Wettkampfreisen, Sportferien oder Erholungsreisen: Der Sporttourismus wird zu einem zunehmend wichtigeren Tourismusmarkt (PETERS und ROTH 2006, S. 52) und somit auch für Städte als touristische Destinationen interessant. Im Nachfolgenden sollen Potentiale des Sporttourismus dargestellt werden. Dafür muss definiert werden, was unter Sporttourismus überhaupt verstanden werden kann und ein kurzer Überblick über

den Markt gegeben werden, der sehr heterogene Strukturen aufweist.

Die Begrifflichkeit Sporttourismus setzt sich aus den gesellschaftlichen Phänomenen Sport und Tourismus zusammen. In der Überschneidung beider Märkte, besteht das Marktsegment des Sporttourismus (Abb. 9). Auf der einen Seite gibt es in Deutschland ca. 45 Mio. Sporttreibende, die mindestens einmal pro Woche aktiv Sport treiben (BMWi 2018, S. 13). Auf der anderen Seite gab es in Deutschland 2018 55 Mio. Reisende (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. 2019, o. S.). Beide Branchen erwirtschaften zusammen etwas über 7 % des BIP in der Bundesrepublik (BMWi 2018, S. 5). Die Schnittmenge beider Bereiche ist jedoch nur schwer zu beziffern und es fehlen offizielle Zahlen. Ein Indiz für die Marktgröße und die positive Entwicklung kann exemplarisch die deutschlandweite Umfrage des dwif im Zeitraum 2015/2016 sein, die in gleicher Form bereits 2011/2012 durchgeführt wurde. Von 2011/2012 auf 2015/2016 gewann der „Aktivurlaub“ (mit viel Bewegung/ Sport) an Bedeutung und der Anteil an den Gesamtnennungen der Urlaubsarten stieg von 8 auf 13 % (BMWi 2017, S. 11). Damit liegt dieser auf Rang acht der Urlaubsarten (ebd.). Der Sporttourismus nimmt bezogen auf den gesamten touristischen Markt etwa 4 bis 7 % des Marktvolumens und der Beschäftigung ein (HÜRTEEN 2007, S. 68). Konkrete Zahlen für dieses Marktsegment existieren jedoch kaum, da es keine einheitliche Definition des Sporttourismus



**Abb. 9: Sporttourismus**

Quelle: eigene Darstellung

gibt. Allerdings existieren eine Reihe unterschiedlicher Definitionen für den Sporttourismus, die eine geeignete Grundlagen bilden (u. a. FREYER 2001, S. 41; DREYER 2004, S. 330 f.). STANDEVEN und DE KNOP definieren den Sporttourismus in einem ähnlichen Verständnis wie FREYER und DREYER wie folgt:

„All forms of active and passive involvement in sporting activity, participated in casually or in an organized way for noncommercial or business/commercial reasons, that necessitate travel away from home and work locality“ (1999, S. 12).

Nach dieser Definition wird zwischen Geschäfts- und Urlaubsreisen differenziert und weiter in aktives und passives Sporttreiben unterschieden. Bei den Geschäftsreisen wird lediglich danach unterschieden, ob es zu einer aktiven Sportausübung kommt oder ob ein passives Interesse an Sport besteht (HÜRTE 2007, S. 62). Dies können z. B. Trainings- und Wettkampfreisen von Profisportlern sowie Reisen der Trainer, Betreuer und Funktionäre sein (ALBERS 2006, S. 355). Bei den Urlaubsreisen kann die Unterscheidung in aktives und passives Sporttreiben anhand der Motive noch weiter ausdifferenziert werden. Touristen mit dem Hauptmotiv der aktiven Sportausübung können als Sporturlauber benannt werden (ALBERS 2006, S. 355). Sie wollen sich sportlich betätigen und ihren Bewegungsdrang befriedigen bzw. eine neue Sportart erlernen (ebd.). Ferner gibt es jene Touristen, bei denen der Sport ein Nebenmotiv der Reise darstellt. Sie können als sportorientierte Aktivurlauber bezeichnet werden (FREYER 2001, S. 61). Ferner können Sporteventtouristen als Nachfragetyp des Sporttourismus identifiziert werden. Sie unternehmen Reisen, um eine Sportveranstaltung zu besuchen (DREYER 1995, S. 32).

Die Tabelle 3 stellt die eben beschriebenen unterschiedlichen Nachfragetypen des Sporttourismus gemeinsam mit einer kurzen Erklärung und den Reisemotiven zusammen.

Die beschriebenen Nachfragetypen an Sporttouristen können eine potentielle Zielgruppe für eine städtische Destination sein. Ein entsprechendes sporttouris-

**Tab. 3: Nachfragetypen im Sporttourismus**

A	Nachfragetyp B	Beschreibung C	Mögliche Reisemotive D
1	sportorientierter Aktivurlauber	Sportliche Aktivitäten sind ein wesentlicher Teil des Urlaubs, bilden aber nicht die einzige Betätigung. Es werden verschiedene Sportaktivitäten ausgeübt.	physische: aktive Erholung, Fitness, Gesundheit, interpersonelle: Geselligkeit, psychische: Spaß, Erlebnisdrang.
2	Sporturlauber	Sport ist das Hauptmotiv der Reise.	physische: Sport treiben, Bewegungsdrang, Erlernen einer neuen Sportart, psychische: Spaß, Prestigemotive: Wunsch nach Anerkennung, persönliche Entfaltung.
3	Veranstaltungstourist	Reise zum Besuch von Sportveranstaltungen. Es liegt ein passives Sportinteresse vor.	physische: Abwechslung, interpersonelle: (Geschäfts-) Kontakte, psychische: Wunsch nach Anerkennung.
4	Trainingsreisender	Reise eines Leistungssportlers ins Trainingslager.	physische: Leistungsverbesserung
5	Wettkampfreisender	Reise eines Leistungssportlers zur Wettkampfstätte	physische: Leistungsverbesserung, Prestigemotive: Wunsch nach Anerkennung, finanzielle Motive.

Quelle: eigene Darstellung nach Dreyer 1995, S. 32

tisches Portfolio, das aktiv beworben wird, kann einen Standortvorteil erbringen. Die Marktgröße des Sporttourismus kann zwar nicht mit den klassischen Formen des Tourismus konkurrieren, kann aber das Angebotspektrum erweitern. Der Wandel hin zu einem sportlichen Image kann über ein solches Angebot erreicht werden. Jedoch müssen dafür die entsprechenden Voraussetzungen gegeben sein, um für einen oder mehrere Nachfragetypen des Sporttourismus attraktiv zu sein. Entsprechende physische (landschaftliche Gegebenheiten) und/oder infrastrukturelle Voraussetzungen bieten die Basis.

### 3.2.5 Sportwirtschaft

Sport ist nicht nur für den Tourismus ein relevanter Wirtschaftsfaktor, sondern ist als Querschnittsbranche Teil mehrerer Wirtschaftszweige. Die Verflechtung mit anderen Branchen zeigt sich z. B. in Bereichen wie Sportartikelumsätze, Sportdienstleistungen, Werbung, Sponsoring, Medienrechte und Sportstätten. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) erfasst die sportindizierten ökonomischen Wirkungen regelmäßig über ein sogenanntes „Satellitenkonto“, das über aufwändige Verfahren der Wirtschaftsstatistik die ökonomische Bedeutung der Querschnittsbranche

Sport bemisst (BMWi 2018, S. 2.). Diese wirtschaftlichen Kennzahlen des BMWi dienen dem nachfolgenden Kapitel als Grundlage.

Der Sport erwirtschaftet mit einem Anteil von 2,2% einen bedeutenden Teil des Bruttoinlandsproduktes (BIP) (Abb. 10). Er ist damit vergleichbar mit der Bruttowertschöpfung des Verkehrsgewerbes, d. h. der gesamten Personen und Güterbeförderung (BWMi 2018, S. 5). Der sinkende Anteil am BIP von 2,5 % 2010 auf 2,2 % 2015 erklärt sich durch ein – im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittliches Wachstum der Sportwirtschaft. In Tabelle 4 sind einige weitere Kennzahlen der Sportwirtschaft zusammengestellt. So stieg neben der Bruttowertschöpfung (3,9%) auch die sportbezogene Produktion um 4,0% von 2010 auf 2015. Der sportbezogene Konsum der Privaten stieg sogar um 10,1%. Lediglich die sportbezogene Erwerbstätigkeit sank um 9,5% von 1,372 auf 1,242 Millionen Erwerbstätige, was einem Anteil von 2,9% aller Erwerbstätigen entspricht (BMWi 2018, S. 4).

Bei der Betrachtung der Ausgabenstrukturen für eine aktive und eine passive Sportausübung zeigen sich unterschiedliche Muster in Deutschland. Für die aktive

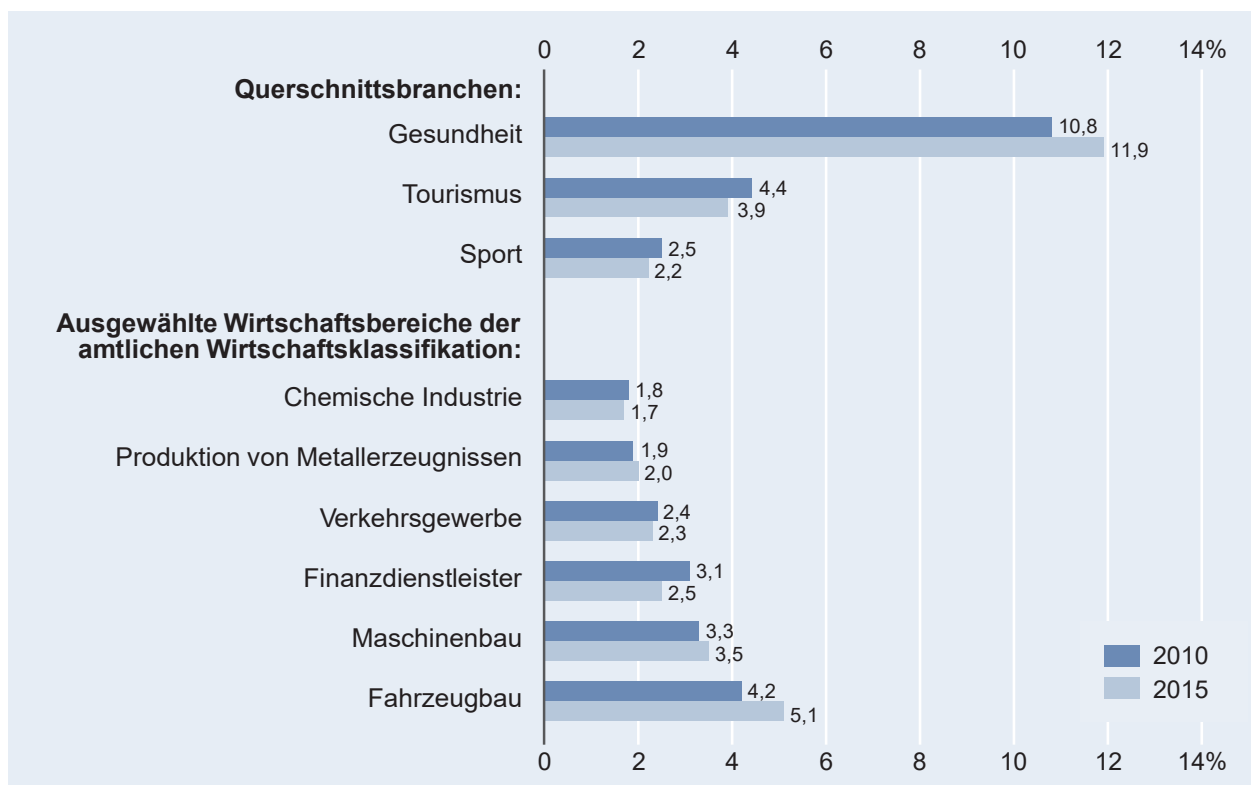


Abb. 10: Anteile an der Bruttowertschöpfung für ausgewählte Wirtschaftsbereiche; Angaben in % des gesamtwirtschaftlichen Bruttoinlandsproduktes

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des BMWi 2018, S. 5



Sportausübung wurden im Jahr 2015 von den privaten Haushalten insgesamt 56,2 Mrd. Euro ausgegeben. Knapp 40 % dieser Ausgaben entfallen auf die Sportbekleidung (7,9 Mrd. Euro) und Sportausrüstung (13 Mrd. Euro). Auch die Beiträge und Eintrittsgelder für die Teilnahme an Sportveranstaltungen oder Mitgliedschaften in Vereinen und Fitnessstudios sind ein bedeutender Ausgabenfaktor (20,1 % bzw. 11,3 Mrd. Euro). Abbildung 11 gibt diese Ausgabenstruktur aufgeschlüsselt wider.

Differenziert man die Konsummuster nach Sportarten wie in Abbildung 12, zeichnen sich ganz unterschiedliche Kostenstrukturen ab. So waren 2015 die Ausgaben mit insgesamt 7,67 Millionen Euro im Bereich Fitness am höchsten (BMW 2018, S. 16). Der Trend hin zur individuellen und selbstorganisierten Sportausübung zeigt sich also auch in den Ausgabenstrukturen. Nach den Ausgaben im Bereich Fitness liegen in diesem Ranking Radsport, Wandern, Reiten, Schwimmen, Skifahren und Laufen auf den vorderen Rängen.

Für die passive Sportausübung gaben die privaten Haushalte in Deutschland 2015 insgesamt rund 8,8 Mrd. Euro aus – also deutlich weniger als für die aktive Sportausübung. Das Konsummuster zur passiven Sportausübung wird in der Abbildung 13 dargestellt. Mit 2,0 Mrd. Euro sind 22,3 % der Ausgaben für Pay-TV. 15,3 % der Ausga-

ben zur passiven Sportausübung sind Spenden an Vereine und passive Mitgliedschaften. Es folgen an dritter Stelle Eintrittsgelder zu Sportveranstaltungen mit 1,3 Mrd. Euro (14,3 %) (BMW 2018, S. 17).

Auf Ebene der Sportarten zeigt sich eindeutig, dass Fußball die Sportart ist, für die aus Sportinteresse am meisten Geld ausgegeben wird (Abb. 14). Danach folgen mit weitem Abstand weitere Mannschaftssportarten mit Ligabetrieb. Zahlreiche olympische Sportarten, wie etwa die Leichtathletik schaffen es nicht unter die Top 10 (BMW 2018, S. 18).

Die dargestellten wirtschaftlichen Kennzahlen zeigen die große wirtschaftliche Bedeutung des Sports für die Gesamtwirtschaft. Sport ist mehr als ein reiner weicher Standortfaktor, sondern als Wirtschaftsfaktor von Bedeutung. Die Sportwirtschaft ist für Städte ein Markt mit einem konstanten Wachstum in den letzten Jahren und eignet sich als eine Strategie des Strukturwandels. Es hat sich gezeigt, dass das Marktvolumen für die aktive Sportausübung das Marktvolumen der passiven Sportausübung bezogen auf die Ausgaben der privaten Haushalte deutlich übersteigt. Ein Fokus der städtischen Perspektiven sollte also insbesondere auf der Förderung des aktiven Sports liegen. Der Markt des passiven Sportkonsums darf aber nicht unterschätzt werden und kann insbesondere für Städte interessant sein, da sich

Tab. 4: Ausgewählte Kennzahlen des Wirtschaftsfaktors Sport

Berichtsjahr	2010	2015	Veränderung (2010 bis 2015)
<b>Produktion, in Milliarden Euro</b>			
sportbezogen	109,8	114,2	4,0%
% an gesamt	2,3	2,1	
<b>Bruttowertschöpfung, in Milliarden Euro</b>			
sportbezogen	58,3	60,6	3,9%
% an gesamt	2,5	2,2	
<b>Aufkommen an Nettogütersteuern, in Milliarden Euro</b>			
sportbezogen	8,4	9,2	9,9%
% an gesamt	3,2	3,0	
<b>Konsum der privaten Haushalte, in Milliarden Euro</b>			
sportbezogen	59,1	65,0	10,1%
% an gesamt	4,2	4,1	
<b>Erwerbstätige, in Millionen</b>			
sportbezogen	1,372	1,242	-9,5%
% an gesamt	3,3	2,9	

Quelle: BMW 2018, S. 4

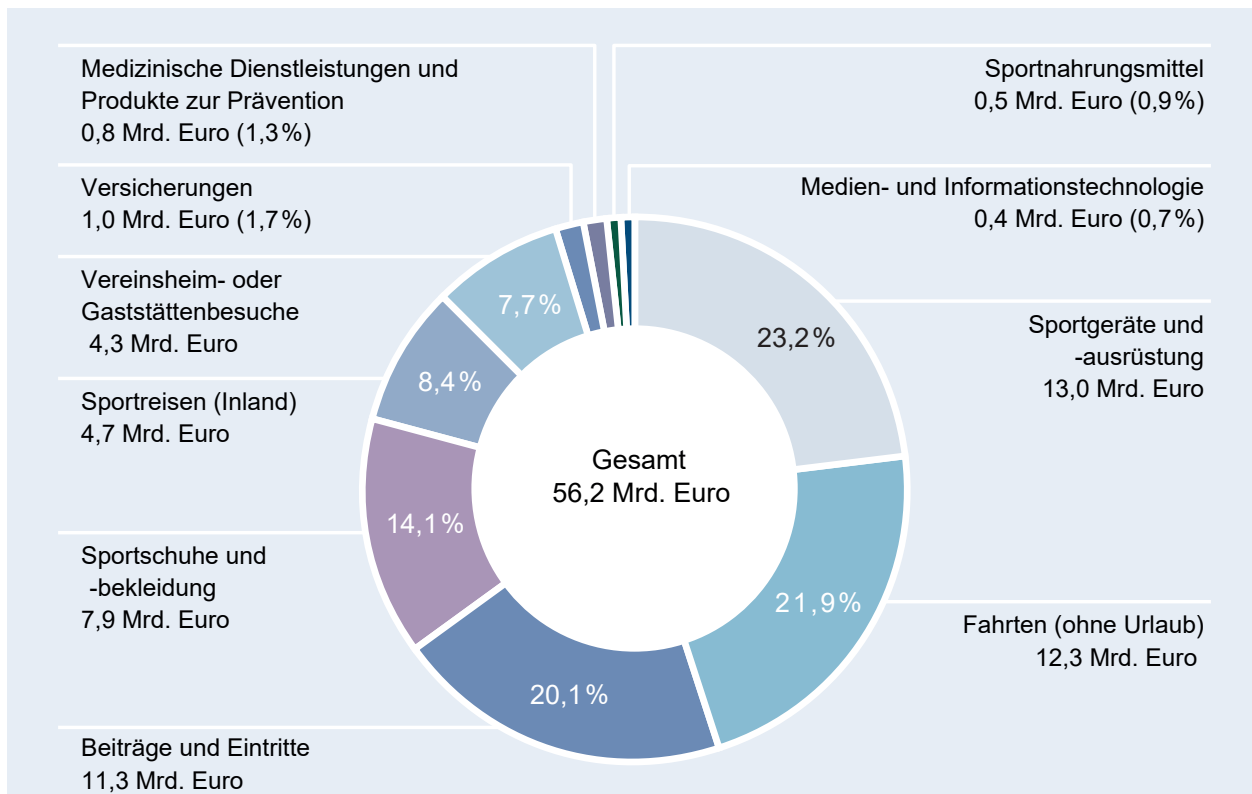


Abb. 11: Aggregiertes Konsummuster für die aktive Sportausübung

Quelle: BMWi 2018, S. 15

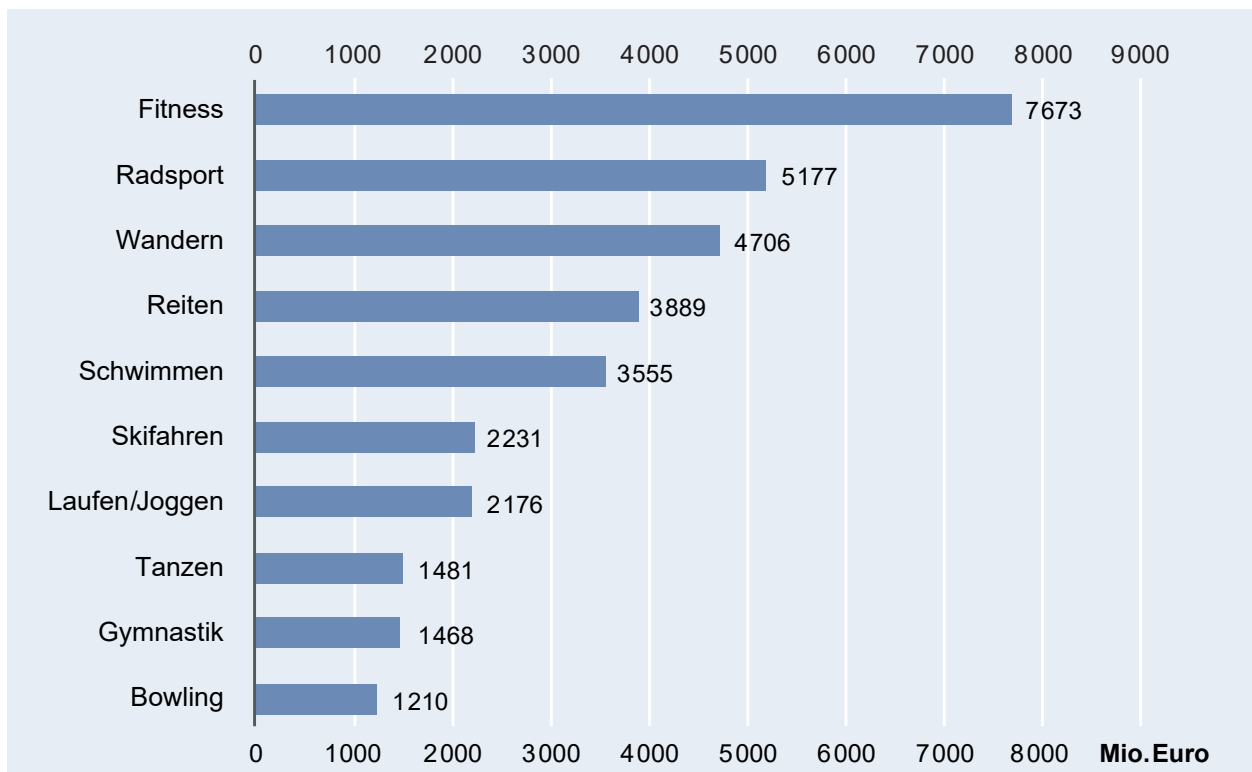


Abb. 12: Ausgaben der privaten Haushalte (Bevölkerung 16 Jahre und älter) zur aktiven Sportausübung

Quelle: BMWi 2018, S. 16

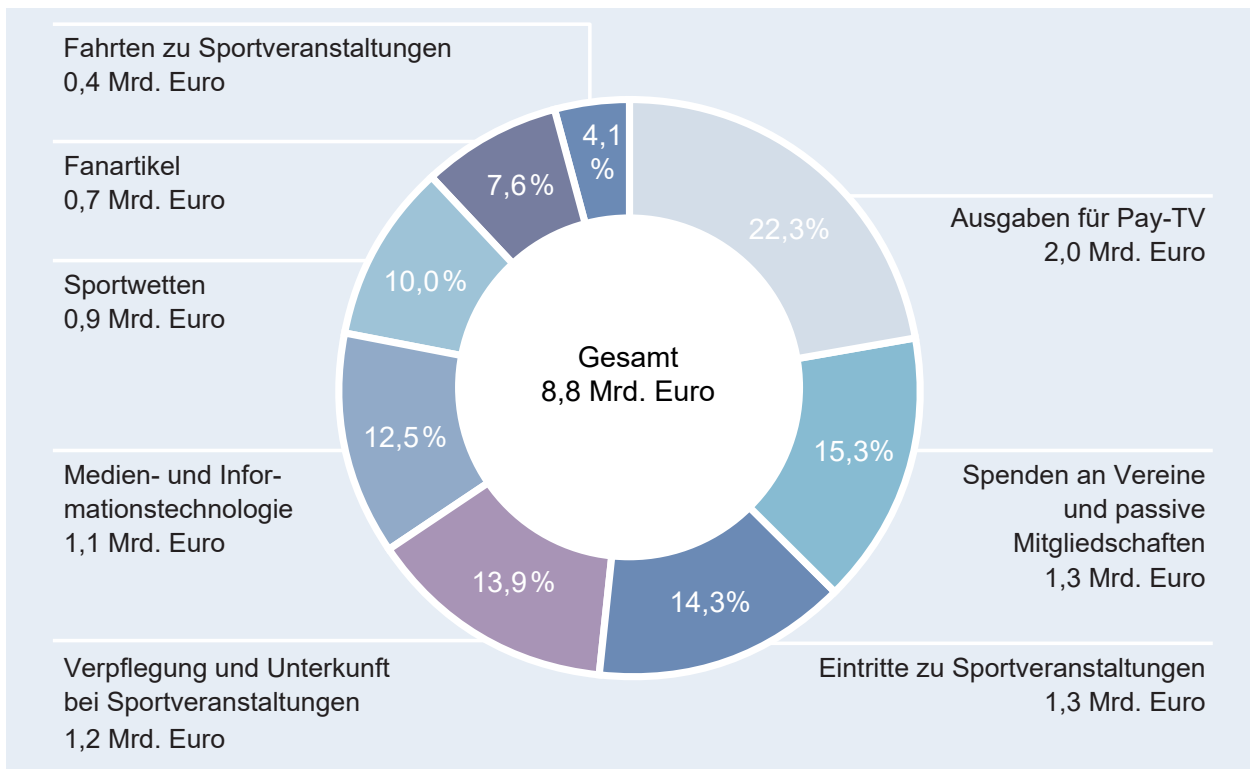


Abb. 13: Aggregiertes Konsummuster für die passive Sportausübung/das Sportinteresse

Quelle: BMWi 2018, S. 17

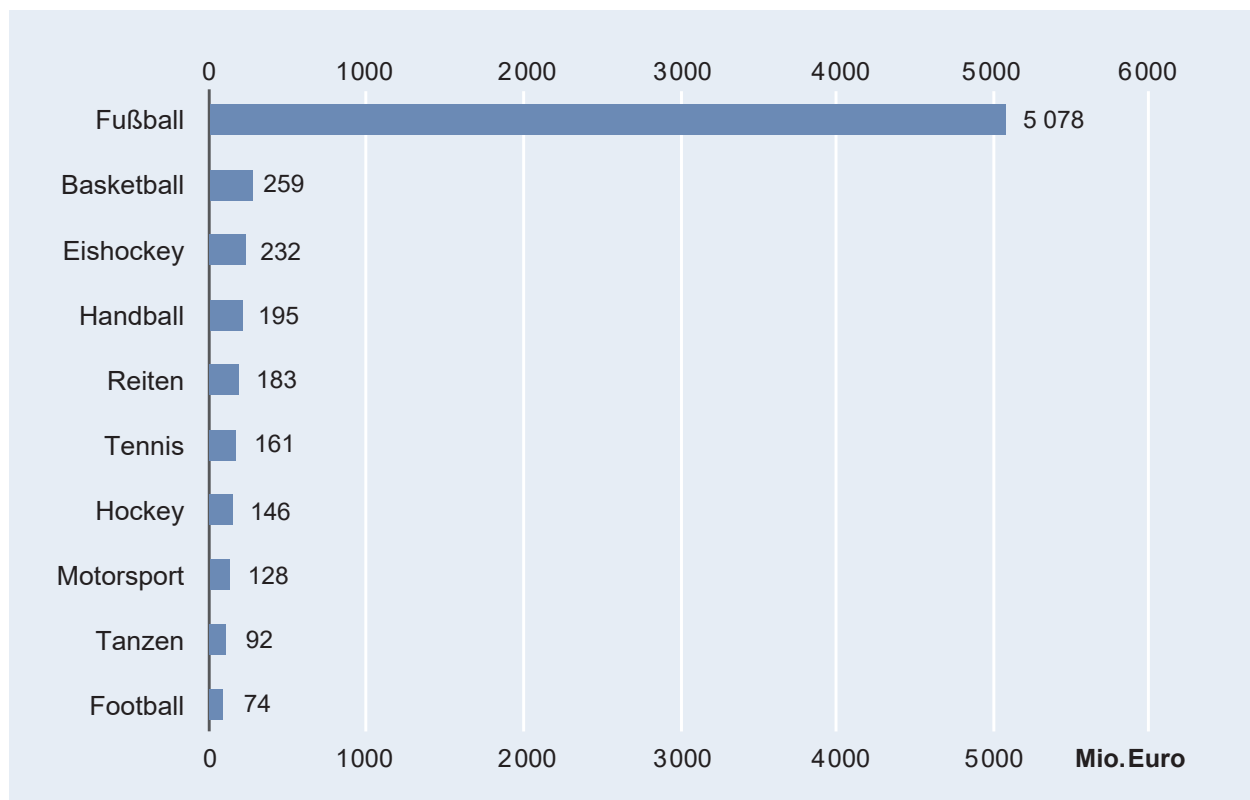


Abb. 14: Ausgaben der privaten Haushalte (Bevölkerung 16 Jahre und älter) zur passiven Sportausübung/Sportinteresse

Quelle: BMWi 2018, S. 18

diese Konsumausgaben vor allem auf die städtischen Ballungsräume konzentrieren (z.B. für den Besuch von Sportveranstaltungen).

### 3.3 Potentialidentifizierung und Kategorisierung

In Kapitel 3.1 wurde festgestellt, dass die „Sportstadt“ Grundzüge eines städtebaulichen Leitbildes hat und in Kombination mit einer Sportentwicklungsplanung als strategische Zielkonzeption anwendbar ist. Zahlreiche Städte, die sich selbst als Sportstädte bezeichnen, realisieren ein solches Leitbild bereits. Kapitel 3.2 hat die verschiedenen Seiten von Sport als „weichen“ Standortfaktor in Kapitel 3.2 aufgezeigt. Sport kann sehr wesentlich für die Herausbildung einer Stadtidentität sein, da er die Identifikation mit der Stadt fördern kann. Als Alleinstellungsmerkmal ist er auch in Imagekampagnen für die Außenvermarktung einer Stadt relevant. Sportevents und große Sportmannschaften können nützlich sein. Dennoch sollte ein Verbalisierungsprozess immer auf eine breite Basis gestellt werden, um eine Imagekampagne erfolgreich zu machen. Für die Identifikation und Stadtidentität nimmt der Freizeit- und Alltagssport eine wichtige Rolle ein. Über gemeinsame sportliche Aktivitäten werden ganz unterschiedliche Menschen einer Stadt zusammengebracht, wodurch der Zusammenhalt innerhalb der Stadtgesellschaft gestärkt werden kann. Bietet eine Stadt entsprechende Rahmenbedingungen – also Sport- und Bewegungsräume – kann über den Sport die Zufriedenheit mit dem Leben in einer Stadt erhöht werden und so die Lebensqualität der Menschen vor Ort gesteigert werden.

Sportveranstaltungen bieten je nach Größe unterschiedliche Potentiale für eine Stadt. Kleinere Sportveranstaltungen mit geringem Aufwand und kurzer Vorlaufzeit

bieten insbesondere für Städte mittlerer Größe viele positive innere Effekte (Identifikation), Sportgroßveranstaltungen eignen sich hingegen mehr um extern Wirkung zu erzielen und eine Stadt auf der Weltbühne oder zumindest überregional zu inszenieren. Sportveranstaltungen können ein Auslöser für Sporttourismus in unterschiedlichen Varianten sein. Die Marktgröße des Sporttourismus kann zwar nicht mit den klassischen Formen des Tourismus konkurrieren, bietet aber die Möglichkeit ein anderes Stadtbild in die Welt zu transportieren und sich im touristischen Angebotsspektrum breiter aufzustellen.

Insbesondere die Sportwirtschaft birgt große Potentiale für eine Stadt. Das Marktvolumen für die aktive Sportausübung übersteigt das Marktvolumen der passiven Sportausübung bezogen auf die Ausgaben der privaten Haushalte, sodass eine entsprechende Priorisierung in den Städten auf den aktiven Sport erfolgen sollte

Der Sport bietet also folgende Potentiale für eine Stadt (kein Anspruch auf Vollständigkeit):

1. Die „Sportstadt“ eignet sich als strategisches Leitbild der Stadtentwicklung.
2. Sport trägt zur Identifikation der Bewohner mit ihrem Wohnort bei.
3. Sport bildet ein Alleinstellungsmerkmal für Städte.
4. Sport verbindet Menschen unterschiedlichster Gruppen.
5. Sport steigert die Lebensqualität in einer Stadt.
6. Sport ist ein relevanter weicher Standortfaktor.
7. Sportveranstaltungen dienen als Katalysator für externe und interne Effekte.
8. Sporttourismus ist ein zunehmend wichtigerer Tourismusmarkt.
9. Sport ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor.
10. Die Sportwirtschaft ist ein Wachstumsmarkt.

## 4 Forschungsmethodik und Durchführung der Untersuchung

Für eine angemessene Beantwortung der Forschungsfragen der Untersuchung, wurde auf verschiedene Methoden zurückgegriffen. Welche Methoden genau verwendet wurden und warum die ausgewählten Methoden sich als geeignet erweisen, wird in nachfolgenden Unterkapiteln dargestellt. Der Aufbau dieser Unterkapitel orientiert sich an dem in Abbildung 15 dargestellten Forschungszyklus. So wird zunächst auf die ausgewählten Forschungsmethoden und Methoden der Datenerhebung in Kapitel 4.1 eingegangen. Kapitel 4.2 behandelt anschließend die Methoden der Datenauswertung, -analyse und -darstellung.

### 4.1 Erhebungsmethodik

Nach der Eingrenzung des Forschungsobjektes und der Ausformulierung der Forschungsfragen galt es im nächsten Schritt geeignete Erhebungsmethoden für die Untersuchung zu finden (Abb. 15). Hierfür erweist sich insbesondere eine Kombination zweier verschiedener Ansätze als zielführend: Einerseits sind dies Verfahren der qualitativen Sozialforschung, die der Phänomenologie und Hermeneutik entstammen, andererseits die dem Positivismus und Kritischem Relationalismus zurechenbaren quantitativen Methoden (LAMNEK und KRELL 2010, S. 54; MEIER KRUKER und RAUH 2005, S. 8). Als weitere Datengrundlage kommen Sekundärdaten hinzu, die für ein tieferes theoretisches Verständnis und für die Einarbeitung in lokale Strukturen Basisinformationen wesentliche Basisinformationen sind.)



Abb. 15: Forschungszyklus

Quelle: eigene Darstellung

Für die Datenerhebung und Erfassung der lokalen Strukturen wurden ausgewählte Experten anhand eines Leitfadeninterviews befragt. Die Leitfadeninterviews sind der qualitativen Sozialforschung zuzuordnen und erweisen sich für die Erfassung städtischer Netzwerk- und Akteurskonstellationen als zielführend. Für den Leitfaden wurde ein halbstandardisiertes Forschungsdesign gewählt, für das ein in verschiedene thematische Bereiche gegliederter und eine Vielzahl konkreter Fragen enthaltener Leitfaden zu Grunde gelegt wurde (vgl. BOHNSACK et al. 2018, S. 152). Die Struktur des Leitfadens orientierte sich dabei an den in Kapitel 2.2.2 erarbeiteten konzeptionellen Eigenschaften einer Sportstadt, wurde aber je nach Experten und neu hinzugewonnenem Wissen aus vorherigen Interviews strukturell angepasst. Die Gliederung erfolgte damit nach dem von PRZYBORSKI und WOHLRAB-SAHR beschriebenen Prinzip eines systematischen Aufbaus anhand Themenbereichen, denen Einführungsfragen als „Eingangsstimulus“ vorgestellt waren (2014, S. 130). Der Leitfaden enthielt jedoch keine festgelegten Antwortkategorien, sondern die interviewte Person hatte hinreichend Freiheit, die Fragen in eigenen Worten und der für sie passend erscheinenden Detailschärfe zu beantworten. Die Reihenfolge der Fragen wurde dabei frei nach Gesprächssituation angepasst (BOHNSACK et al. 2018, S. 152). Die Leitfragen dienten somit als Orientierungshilfe in einem natürlichen Gesprächsverlauf. Eines der Ziele der Leitfadeninterviews war es, die bestehenden Akteursnetzwerke in Flensburg sichtbar zu machen und schlüssig herauszuarbeiten. In diesem wurde in offener, narrativer Form nach wichtigen Bezugspersonen und Zusammenarbeit gefragt (FUHSE 2018, S. 143). Als Abschluss des Fragebogens diente eine standardisierte Matrix, über die verschiedene Indikatoren der Sportwelt in Flensburg von den Experten bewertet wurden. Die Matrix enthält verschiedene Wortpaare, die von den Experten jeweils mit mehr Zustimmung in die eine oder andere Richtung bewertet wurden, um so einen Eindruck über das Image und potentielle Handlungsfelder zu erhalten.

Für die Interviews wurden sieben verschiedene Ansprechpartner als Experten ausgewählt, die auf Grund ihrer Aufgaben über Sonderwissen für die Beantwortung der Forschungsfragen verfügen. Experten sind dabei Personen, die in einem bestimmten Themenfeld über „Sonderwissen“ bzw. „Binnenwissen“ verfügen (PRZYBORSKI und WOHLRAB-SAHR 2014, S. 118). Sie können als eine Art „Kristallisationspunkt“ (BOGNER und MENZ 2005, S. 7) wirken, welcher repräsentativ für eine größere Gruppe stehen kann. Als Experten wurden die in Tabelle 5 aufgeführten Personen befragt. Dieses geschah auf Grundlage der eigenen Recherche sowie über Kontaktvermitt-



Tab. 5: Interviewpartner

A	Name	Position	Grund der Befragung	Ort, Datum
	B	C	D	E
1	Prof. Dr. Jens Flatau	Professor für Sportökonomie und Sportsoziologie an der CAU zu Kiel	Experte für Fragestellungen im Bereich Sportentwicklung	Kiel, 18.03.2019
2	Sönke Krüger	Fachbereich Stadtentwicklung und Klimaschutz der Stadt Flensburg – Koordination Wirtschaft, Tourismus und Stadtmarketing	Experte zum Flensburger Stadtmarketing und Tourismus	Flensburg, 21.03.2019
3	Stefan Riedel	Vorsitzender des Sportvereins Freie Waldorfschule Flensburg e.V. (Veranstalter des Flensburg Marathons), Kletterwart des DAV Sektion Flensburg	Experte zur Durchführung und Organisation von Sportgroßveranstaltungen in Flensburg	Flensburg, 21.03.2019
4	Marlis Möller	Sportkordinatorin der Stadt Flensburg	Expertin für die Organisationsstrukturen der Flensburger Sportwelt	Flensburg, 22.03.2019
5	Urte Jona Alberti	Fachbereich Stadtentwicklung und Klimaschutz, Stadt- und Landschaftsplanung der Stadt Flensburg	Expertin der Stadtplanung mit Aufgaben im Bereich Sport- und Freizeitanlagen, öffentliche Räume	Flensburg, 22.03.2019
6	Dirk Dillmann	Initiator Sportpiraten Flensburg e.V.	Experte für die Nutzung von Sport als Jugendhilfeträger, Entwicklung von Sportstätten im öffentlichen Raum und Veranstalter von Sportveranstaltungen	Flensburg, 22.03.2019
7	Ingo Dewald	Vorstand Sportverband Flensburg e.V.	Experte und Stellvertreter der Flensburger Sportvereine	Flensburg, 25.03.2019

Quelle: eigene Zusammenstellung

lungen. Die Kontaktaufnahme erfolgte per E-Mail oder telefonisch. Dabei wurden bereits wesentliche Informationen über die Studie und das geplante Gespräch mitgeteilt. Die Expertengespräche wurden alle persönlich geführt und dauerten zwischen 45 Minuten und 1,5 Stunden. Es erfolgte jeweils eine Tonaufnahme unter Einverständnis des Gesprächspartners sowie eine anschließende Transkription. Als geeignete Transkriptionsmethode wurde dabei eine wörtliche, aber geglättete Form der Transkription gewählt (KUCKARTZ 2014, S. 134ff.). Die spätere Auswertung und Codierung der Interviews wird im anschließenden Kapitel 4.2 näher beschrieben.

Für die leitfadengestützten Experteninterviews sind verschiedene Prinzipien der qualitativen Sozialforschung angewandt worden. Das Prinzip der Offenheit ermöglicht es auch unerwartete, neue Informationen von den Experten zu erhalten, die durch eine zu starke Fixierung auf Hypothesen oder vorher strukturierte Antwortkategorien womöglich nicht erfahrbare wären (LAMNEK und KRELL 2010, S. 20). Ein exploratives Vorgehen wird dadurch ermöglicht, über dies teils neue Hypothesen generiert werden können. So entwickelten sich zahlreiche Nachfragen meinerseits frei losgelöst vom Leitfaden im Gesprächsfluss, um weitere Details über zuvor getätigte neue Aspekte der Experten zu erhalten. Dies setzt eine

gewisse Flexibilität des gesamten Forschungsprozesses voraus, um neue Erkenntnisse einbauen zu können (ebd., S. 23 f.). Der Kommunikationsprozess zwischen Forscher und Interviewtem ist daher ein konstitutiver Baustein des Forschungsprozesses (BOHNSACK et al. 2018, S. 152). Für die Erfassung sozialer Phänomene, die immer eine Prozesshaftigkeit besitzen, ist auch eine Prozessualität im Forschungsakt sinnvoll (LAMNEK und KRELL 2010, S. 22), die durch zuvor beschriebene Prinzipien gewährleistet wird. Verhaltensweisen und Aussagen der Untersuchten sollten von daher immer als „prozesshafte Ausschnitte der Reproduktion und Konstruktion sozialer Realität“ angesehen werden (ebd., S. 22).

Als weitere Datenerhebungsmethode wurden während eines 5-tägigen Forschungsaufenthalts in Flensburg Begehungen verschiedener Sporträume durchgeführt, die mehrfach in den Interviews Erwähnung fanden. Unter anderem zeigte mir Herr Dirk DILLMANN im Anschluss an das Experteninterview das Gelände des Skate- und BMX-Parks Schlachthof und ferner wurden z. B. der Volkspark sowie das Manfred-Werner-Stadion besucht. Die Begehungen halfen bei den späteren kartographischen Ausarbeitungen. Im Zuge dieser Begehungen wurden Fotos gemacht, die im weiteren Verlauf der Arbeit einer besseren Anschaulichkeit dienen. Während der Aufenthalte

in Flensburg wurden verschiedene Sportevents in der Stadt besucht, um einen besseren Eindruck der Größenordnung dieser Events zu bekommen. Ein SG Flensburg Handewitt-Spiel, die Rumregatta, 72,5h Schlachthof und der Flensburg Marathon sind derartige aufgesuchte Veranstaltungen.

Für ein zusätzliches Hypothesen prüfendes Verfahren wurden die qualitativen Methoden, um quantitative Vorgehensweisen der Datenerhebung ergänzt. Dazu dient die Erfassung und Kartierung von Sportinfrastruktur innerhalb Flensburgs, um die Expertenaussagen in einen besseren räumlichen Kontext setzen zu können. Dankenswerter Weise wurden für die Zwecke dieser Arbeit einige Geodaten zu öffentlichen Sport- und Bewegungsräumen von der Abteilung Vermessung des Technisches Betriebszentrums der Stadt Flensburg zur Verfügung gestellt.

## 4.2 Methoden der Datenauswertung

Für die Auswertung der Interviewtranskriptionen wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse gewählt. Dies ist ein regelgeleitetes „Verfahren qualitativ orientierter Textanalyse“, zur Untersuchung und Strukturierung großer Materialmengen, das im ersten Schritt qualitativ-interpretativ bleibt“ (MAYRING und FRENZEL 2014, S. 543), im zweiten Schritt jedoch auch statistische Analysen und Quantifizierungen enthält (BOHNSACK et al. 2018, S. 121). Das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse ermöglicht die Aufarbeitung großer Datenmenge über ein Kategoriensystem, das eine hohe Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit gewährleisten soll (MAYRING 2016, S. 115). Das Kategoriensystem für die Textinterpretation wurde für diese Arbeit deduktiv-induktiv gebildet. Dabei werden zunächst aus der Theorie deduktiv thematische Kategorien gebildet, entlang derer die Transkripte kodiert wurden. Bei der erneuten Durchsicht des Materials wurden induktiv Subkategorien erstellt und die Transkripte über diese genauer kodiert (KUCKARTZ 2014, S. 77).

Ziel war es entlang einer solchen strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse theoriegeleitet die Interviews für die Analyse aufzubereiten.

Für die qualitative Inhaltsanalyse erwies sich die Software MaxQDA als geeignet, da diese einen guten Überblick über das selbst erstellte Kategoriensystem ermöglicht und Einzelkategorien zugeordnete Textabschnitte schnell ausgewertet werden können. Verknüpfungen von Kategorien sowie verschiedene Auswertungstools erweisen sich in dem Programm als zielführend für die Arbeit.

Für die Matrix wurde eine Mischmethode der Datenauswertung gewählt. Für eine Gewichtung von Imagefaktoren sowie zur Identifizierung von Handlungsempfehlungen erweisen sich quantitativ-analytische Methoden der Datenauswertung als geeignet, welche jedoch auf Grund der geringen Stichprobengröße mit Vorsicht zu genießen sind. Die angekreuzten Gewichtungen der Faktoren bilden die kombinierten Bewertungen der sieben Gesprächspartner ab und erfahren erst in Kombination mit den inhaltlichen Aussagen der Leitfadeninterviews volle Entfaltung. Daher ist eine rein quantitative Auswertung der Matrix nicht zielführend.

Für die Betrachtung und Analyse räumlicher Daten wurden Geographische Informationssysteme genutzt. Die Auswertung räumlicher Daten vollzog sich dabei prozessual in den Phasen der Datenaufbereitung, Datenspeicherung und Ergebnisdarstellung (ROHKOHL und FLATAU 2015, S. 160). Die Rohdaten wurden teils selbst erhoben, teils von der Abteilung Vermessung des Technisches Betriebszentrums der Stadt Flensburg zur Verfügung gestellt. Für die Bearbeitung der räumlichen Daten wurden thematische Layer erstellt, das heißt die Geodaten der Sport- und Bewegungsräume kategorisiert, um sie dann besser analysierbar zu machen. Die Auswertung der kartographischen Darstellungen erfolgt auf Grundlage der in Kapitel 2.2 beschriebenen theoretischen Grundlagen.

## 5 Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen von Sport als Instrument der Stadtentwicklung am Beispiel von Flensburg

Die Einzigartigkeit einer Kommune lässt sich zumeist bereits an ihrer demographischen Entwicklung als wesentliches Unterscheidungskriterium erkennen. Auch der Sport als Resultat einer historischen, lokalen Entwicklung spiegelt die Einzigartigkeit einer Kommune wider. Durch Sport wird ein Teil der Kultur und der derzeitigen Situation einer Stadt repräsentiert. Die Bewertung und Nutzung von Sport für die Stadtentwicklung wird daher erst begreifbar, wenn die jeweilige sport-spezifische Historie, die lokalen Akteure, die besonderen Entwicklungsbedingungen der Kommune, deren Möglichkeiten zur Weiterentwicklung sowie die daraus abgeleiteten Leitbilder und sportpolitischen Ziele der Stadt berücksichtigt werden. Von daher erweist es sich als relevant Sport auf der kommunalen Ebene als integrierten Teil der Stadt und ihre Entwicklung und nicht als eigenes, geschlossenes System anzusehen (KÄHLER 2016, S. 292).

Für eine hinreichende Beantwortung der eingangs gestellten Forschungsfragen:

- „Was trägt der Sport zum Erreichen der Entwicklungsziele der Stadt Flensburg bei?“
- Inwieweit nutzt Flensburg konzeptuelle Bestandteile der Sportstadt als Leitbilder der Stadtentwicklung?“

ist es relevant am Beispiel der Stadt Flensburg auf die besonderen lokalen Rahmenbedingungen einzugehen sowie auf Grundlage geführter Expertengespräche zu analysieren, was die sportbezogenen Leitbilder und strategischen Ziele der Stadt sind. Darauf aufbauend lassen sich Handlungsempfehlungen formulieren.

### 5.1 Kriterien für die Auswahl des Fallbeispiels

Mit Flensburg wurde eine Stadt für die Analyse ausgewählt, in der Sport zunehmend auf der städtischen Agenda steht. Über eine Sportentwicklungsplanung stellte man dort im Sommer 2016 einen Leitfaden der zukünftigen Sportentwicklung auf, der einen guten Analyse- und Diskussionsrahmen bietet. An einem solchen strategischen Leitfaden lässt sich die Entwicklung und Nutzung des Sports für die Stadtentwicklung bewerten und bisher angestoßene Prozesse evaluieren.

Für die Analyse im Rahmen einer Masterarbeit eignet sich Flensburg überdies auch auf Grund seiner Größe, da Flensburg als Mittelstadt im Gegensatz zu Großstädten eine weniger komplexe Akteurskonstellation und eine begrenzte Anzahl infrastruktureller Einrichtungen des Sportsystems besitzt. Flensburg ist eine von ca. 600 Mittelstädten in Deutschland (20.000 – 99.999 Einwohner) und von seinen wirtschaftlichen Kennzahlen her durchschnittlich. Somit kann angenommen werden, dass eine Übertragbarkeit von Kernaussagen für andere Städte unter Berücksichtigung der regionalen Rahmenbedingungen möglich erscheint.

Wichtig für die Auswahl des Standortes war auch, dass ein ausgewogenes Sportsystem vorliegt mit einigen relevanten Eckpfeilern im Profi- und Breitensport und Ansätze des Konzeptes einer Sportstadt bereits erkennbar sind. Als günstig für die Analyse ist zudem festzustellen, dass Flensburg nicht über einen Fußballverein in der höchsten Spielklasse verfügt, da von diesem ein erheblich unausgewogenes Bild der Sportlandschaft ausgehen würde (vgl. Abb. 14).

### 5.2 Sport als Teil der Stadtentwicklung in Flensburg

Sport als interdisziplinäres Feld ist in vielerlei Hinsicht relevant für die Stadtentwicklung in Flensburg. Dies wurde von den Akteuren der Stadtverwaltung erkannt und in unterschiedlichen strategischen Papieren festgehalten. Die nachfolgenden Unterkapitel setzen sich mit wesentlichen Papieren an der Schnittstelle von Sport- und Stadtentwicklung auseinander. Zunächst wird auf die Sportentwicklungsplanung der Stadt Flensburg mit einigen Kernaussagen eingegangen (s. Kapitel 5.2.1). Im nächsten Schritt wird anhand des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) der Stadt Flensburg analysiert, inwieweit Sport ein Thema für die Stadtentwicklung ist. Im letzten Schritt werden weitere sportpolitische Ziele dargestellt, die an der Schnittstelle zwischen Sport- und Stadtentwicklung liegen. Hier bietet das Ratsinformationssystem der Stadt Flensburg wesentliche Einsicht in politische Papiere und Beschlussvorlagen.

#### 5.2.1 Sportentwicklungsplanung „Sport und Bewegung in Flensburg“

Das Institut für Kooperative Planung und Sportentwicklung veröffentlichte im März 2016 eine von der Stadt Flensburg beauftragte Sportentwicklungsplanung mit dem Titel „Sport und Bewegung in Flensburg“. Ingo DEWALD, der als Vorstand des Sportverbands Flensburg am Prozess der Sportentwicklungsplanung mitwirkte, beschreibt den Hintergrund der Beauftragung wie folgt:

„[...] die Hintergründe, warum wir eine Sportentwicklungsplanung gemacht haben, waren, dass es sehr viel Unzufriedenheit und offensichtliche Diskrepanzen von Anlagennutzung und -verwaltung gab [...] und dass man auch einen Maßstab brauchte.“ (DEWALD 2019, Abs. 22).

Das Ziel war es also über das Dokument eine Steuerungsgrundlage zu schaffen, mit der zukunftsfähige Strukturen im Bereich Sport und Bewegung gewährleistet werden können. Das Dokument soll somit „einen roten Faden in der zukünftigen Sportentwicklung“ bieten (KRÜGER 2019, Abs. 67). Dies beinhaltet Fragen der Angebotsstrukturen sowie der Organisation von Sport und Bewegung. Hinzu kommen Fragestellungen zu Sport- und Bewegungsräumen sowie zur kommunalen Sportförderung (SCHABERT und ECKL 2016, S. 6).

Die Sportentwicklungsplanung setzt sich dabei aus vier inhaltlichen Schwerpunkten zusammen. Im ersten Abschnitt werden detailliert die Strukturen des Sports in Flensburg erfasst. Mit inbegriffen sind hier z. B. Analysen über die vorhandenen Sport- und Bewegungsräume, über den vereinsorganisierten Sport oder zur demographischen Entwicklung. Der zweite Teil enthält eine Bedarfsanalyse, welche die Bedarfe der Bildungseinrichtungen, der Sportvereine und Bevölkerung abbildet. Dies bildet drittens die Grundlage für eine Bilanzierung von Beständen und Bedarfen zur Sportstättenversorgung in der Stadt Flensburg. Im letzten Schritt wurden Leitziele, Empfehlungen und Maßnahmen vorgestellt, die auf Grundlage der vorher erhobenen Erkenntnisse und Daten in einer kooperativen Planungsgruppe erarbeitet wurden (SCHABERT und ECKL 2016, S. 6 ff.).

Im Mittelpunkt dieser Kurzvorstellung der Sportentwicklungsplanung werden folgend einige zentrale Aussagen und Ziele aus dem Werk aufgeführt. So wurden in den Handlungsempfehlungen, die sich in 11 Teile gliedern, jeweils Leitziele sowie Handlungsempfehlungen formuliert, die zusammengefasst in Tabelle 6 gelistet sind. Einzelne Teilaspekte der Sportentwicklungsplanung finden in den weiteren Analysen dieses Kapitels Berücksichtigung.

Für eine bessere Umsetzung der Handlungsempfehlungen der Sportentwicklungsplanung wurde die Stelle einer Sportkoordination durch die Stadt geschaffen sowie eine Lenkungsgruppe Sportentwicklungsplanung etabliert, die sich im Abstand von sechs Wochen regelmäßig zusammensetzt. Hinzu kommt eine Planungsgruppe, die im jährlichen Turnus tagt. Insbesondere die Sportkoordination soll als „Ansprechpartner“ und „Umsetzungstreiber“ fungieren (MÖLLER 2019, Abs. 8). Aus der Planungs-

gruppe heraus wurde eine Matrix entwickelt, über die Handlungsempfehlungen und Leitziele aus der Sportentwicklungsplanung priorisiert wurden. Überdies wurden die Aufgaben für die Umsetzung klar verteilt und dienen seitdem der Lenkungsgruppe als Arbeitsgrundlage. Marlis MÖLLER beschreibt es als Sportkoordination der Stadt Flensburg wie folgt:

„Wir haben [...] diese Ziele der Sportentwicklungsplanung in eine Matrix gebracht und versuchen [...] das so zu verfolgen, dass wir diese Ziele jeweils so durchgehen und [...] einen Stand uns gegenseitig mitteilen, weil verschiedene Akteure dran arbeiten, sodass wir [...] durch diese Treffen [...] einen Treiber haben. Da müssen wir die nächsten Schritte einleiten. Da müssen wir weitergehen; die Machbarkeitsstudie ist abgeschlossen, jetzt brauchen wir wieder einen politischen Beschluss. Dann werden auch Aufgaben verteilt innerhalb der Fachbereiche.“

Ein Kritikpunkt der Sportentwicklungsplanung ist die Gefahr der Pfadabhängigkeit, das heißt, dass diese ausgehend von der Ausgangslage eines bestimmten Zeitpunktes Handlungsempfehlungen ausspricht. So wurden die Daten der Sportentwicklungsplanung im Jahr 2015 erhoben und die Ziele 2016 verabschiedet. Es besteht die Gefahr der fehlenden Offenheit, um auf Trends und Änderungen der Rahmenbedingungen der Sportwelt reagieren zu können. Diesen Aspekt sieht auch der Erlebnispädagoge Dirk DILLMANN, Organisator der Sportpiraten:

„[...] die Sportentwicklungsplanung ist, glaube ich, auch gut, aber auch da muss man eine Offenheit zulassen. Als die Sportentwicklungsplanung angesetzt wurde und entwickelt wurde, war mir z. B. noch nicht klar, dass BMX und Skateboarding olympisch werden. Es war mir auch nicht klar, das Bouldern olympisch wird oder Parcour. Das ist jetzt nirgendwo festgehalten.“ (DILLMANN 2019, Abs. 80).

Aus diesem Grund wurde vom Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg am 15.05.19 als Mitteilungsvorlage vorgelegt, dass eine Fortschreibung der kommunalen Sportentwicklungsplanung für die Erfassung neuer Bedarfe und eine Neubewertung der Ziele im 5-Jahres Turnus vorgesehen ist. Damit soll den Veränderungsprozessen innerhalb der Vereine, der Rahmenbedingungen und neu entstehenden Bedarfen Rechnung getragen werden, die sich bis 2020/2021 eingestellt haben (Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg 2019, Mitteilungsvorlage ABS-6/2019)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Politische Mitteilungsvorlagen, Beschlüsse oder Niederschriften werden nachfolgend in dem hier angewandten Schema zitiert.

Tab. 6: Leitziele der Sportentwicklungsplanung

A	Leitziel B	Empfehlungen und Maßnahmen C
1	Die Informationen über die bestehenden Sport- und Bewegungsmöglichkeiten sollen verbessert werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der Informationen im Internet,</li> <li>• Flensburger Sportapp,</li> <li>• Sportfesttage in den Stadtteilen.</li> </ul>
2	Die Darstellung der Bedeutung von Sport und Bewegung in Flensburg soll verbessert werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsenz in den Medien,</li> <li>• professionelles Marketing.</li> </ul>
3	Die Flensburger Sportvereine sollen ihre Aufgaben und Tätigkeitsschwerpunkte kritisch hinterfragen und die Vereinsstrukturen auf die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen anpassen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zukunftswerkstätten zur Sportvereinsentwicklung,</li> <li>• Einführung hauptamtlicher Strukturen,</li> <li>• Verberuflichung bei der Durchführung von Sportangeboten,</li> <li>• Einführung eines Übungsleiterpools,</li> <li>• Zusammenarbeit bei den Sportangeboten/Spezialisierung der Sportvereine,</li> <li>• Fusion von Sportvereinen,</li> <li>• Verbesserung der Kooperationen von Sportvereinen und Schulen.</li> </ul>
4	Der Sportverband Flensburg soll als zentrale Instanz des Flensburger Sports gestärkt werden und künftig koordinierende und vernetzende Aufgaben übernehmen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übernahme zusätzlicher Aufgaben,</li> <li>• Übernahme städtischer Aufgaben,</li> <li>• verberuflichte Struktur.</li> </ul>
5	Das Sport- und Bewegungsangebot in Flensburg soll bedarfsorientiert ausgebaut werden. Für jede Bürgerin / jeden Bürger soll ein attraktives Sport- und Bewegungsangebot vorhanden sein.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flensburger SportCard,</li> <li>• dezentrales Sport- und Bewegungsangebot,</li> <li>• Ausbau des niederschweligen Sport- und Bewegungsangebots,</li> <li>• Sportvereine im Betrieblichen Gesundheitsmanagement.</li> </ul>
6	Die Hallenbelegung und die Hallenvergabe sollen überarbeitet werden mit dem Ziel, die vorhandenen Ressourcen optimal auszulasten und für mehr Transparenz bei der Belegung zu sorgen. Bei Neubauten und Sanierungen soll im Sinne einer Modernisierung auf eine bedarfsgerechte, generations- und sportartübergreifende Nutzung geachtet werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kategorisierung von Hallen und Räumen,</li> <li>• Optimierung der Hallenbelegung,</li> <li>• Einführung der Hallenbelegungssoftware TVK,</li> <li>• zentrale Vergabe der Hallen,</li> <li>• Funktionszugewinne für Vereinsheime,</li> <li>• Schaffung von Bewegungslandschaften beim Neubau von Grundschulhallen,</li> <li>• Ersatz für die bestehende Trendsporthalle,</li> <li>• Kalthalle für Leichtathletiktraining.</li> </ul>
7	Der vorhandene Bestand an Sportplätzen soll modernisiert und punktuell um Kunststoffrasenflächen ergänzt werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernisierung, Sanierung und Öffnung von Sportplätzen,</li> <li>• zentrale Kunststoffrasenplätze für den Vereinssport,</li> <li>• Modernisierung und Ausbau des Stadions,</li> <li>• Leichtathletik-Rundlaufbahnen.</li> </ul>
8	Die Bedingungen für den Schwimmsport in Flensburg sollen verbessert werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klärung der Zuständigkeiten und Rahmenbedingungen zur vereinssportlichen Nutzung des Campusbades,</li> <li>• Frühschwimmstunden für Leistungssportler,</li> <li>• Erweiterung der Kapazitäten in Lehrschwimmbecken,</li> <li>• Bereitstellung von Schwimmzeiten für spezielle Zielgruppen.</li> </ul>
9	In Flensburg soll es ein abgestimmtes Angebot an zentralen (stadtteilübergreifenden) und dezentralen (quartiersnahen) attraktiven und multifunktionalen Flächen für Spiel, Sport und Bewegung für alle Altersgruppen geben"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zentrale, stadtteilübergreifende Sport- und Bewegungsmöglichkeiten im öffentlichen Raum (Sport- und Bewegungsparks),</li> <li>• kleinere multifunktionale Freizeitsportanlagen in jedem Stadtteil,</li> <li>• Bewegungsfreundliche Schulhöfe,</li> <li>• Vernetzung der Sport- und Bewegungsmöglichkeiten,</li> <li>• Publikation der Informationen.</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von SCHABERT und ECKL 2016, S. 98 ff.



### 5.2.2 Integriertes Stadtentwicklungskonzept „Perspektiven für Flensburg“

Das im April 2018 veröffentlichte Dokument mit dem Titel „Perspektiven für Flensburg“ beschreibt Ziele, Handlungsfelder und Projekte für die Stadtentwicklung Flensburgs in den kommenden Jahren. Dabei werden verschiedene u. a. bauliche, kulturelle, soziale, sportliche und wirtschaftliche Aspekte integriert, sodass mit dem integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) eine übergeordnete Rahmenplanung der zukünftigen Stadtentwicklung vorliegt. Es setzt sich aus drei Bänden zusammen (Stadt Flensburg 2018a, S. 10):

- Integriertes Stadtentwicklungskonzept (Konzept und Maßnahmen),
- Analyse und Materialband (Anlagenband I),
- Abschlussbericht der Dialogphase.

Als Hauptteil stellt das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) die wesentlichen Aussagen des Konzeptes, Leitmotive und räumlichen Leitideen der Stadtentwicklung dar. Hinzu kommen die daraus resultierenden Schlüsselmaßnahmen. Das ISEK bildet den Rahmen für die zukünftige Stadtentwicklung in Flensburg mit einem Zielhorizont bis 2030. Es formt damit die Basis für politische Entscheidungen. Das ISEK stützt sich auf einer Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT), einer Untersuchung von Querbezügen zwischen den strategischen Zielen der Stadt (Flensburg-Strategie) und der Ableitung von Querschnittsthemen (Stadt Flensburg 2018a, S. 9).

Die Verknüpfung von Sport- und Stadtentwicklung ist im ISEK vor allem im räumlich-strategischen Entwicklungskonzept dargestellt. Es umfasst vier Querschnittsthemen, denen verschiedene Handlungsansätze zugeordnet werden (Tab. 7). Insbesondere das Querschnittsthema C) (öffentliche Räume als lebendige Orte und städtische Ressource) integriert den Sport als wesentlichen Baustein unmittelbar in die Stadtentwicklung. Diesem Querschnittsthema zugeordnete Handlungsansätze spiegeln sich durch die Einbettung der Sportentwicklungsplanung in das ISEK wider (vgl. Tab. 6 mit Tab. 7). Spiel- und Bewegungsräume werden als eigener Handlungsansatz im ISEK geführt.

Wesentlich ist die Verknüpfung dieser Querschnittsthemen mit entsprechenden Schlüsselmaßnahmen. Für das Querschnittsthema „öffentliche Räume als lebendige Orte und städtische Ressource“ wurden eine Reihe von Handlungsansätzen und Maßnahmen erarbeitet, die in der Tabelle 8 aufgeführt sind. Es zeigt sich ein breiter Maßnahmenkatalog, von denen einige priorisiert wurden und entsprechend mit einem Stern als Schlüsselmaßnahme gekennzeichnet sind. In Flensburg soll nach dem ISEK somit ein abgestimmtes Netz an öffentlichen Räumen gesamtstädtisch und auf Ebene der einzelnen Quartiere zur Verfügung stehen, die zahlreiche generationsübergreifende Angebote für Spiel und Bewegung ermöglichen (Stadt Flensburg 2018a, S. 63). Naturräumliche Qualitäten sollen nachhaltig erhalten werden und für alle zugänglich gemacht werden. Ferner

Tab. 7: Querschnittsthemen und Handlungsansätze

Querschnittsthema	Handlungsansätze			
<b>A) Wachsende Stadt Flensburg (Flächenkonkurrenz)</b>	A 1 Nachverdichtung, Sanierung Stadterneuerung	A 2 Nachhaltige Flächenentwicklung im Stadtgebiet	A 3 Umnutzung (Konversion) als Ausgangspunkt für die Entwicklung neuer Wohnquartiere und Urbaner Gebiete	A 4 Interkommunale Kooperation
<b>B) Kultur-, Bildungs- und Wissenschaftsstadt</b>	B 1 Wissenstransfer und Vernetzung von Bildungs- und Qualifizierungsangeboten	B 2 Weiterentwicklung des Campus	B 3 Förderung der kulturellen Vielfalt	B 4 Image als Stadt der Kultur, Bildung und Wissenschaft weiter ausbauen
<b>C) Öffentliche Räume als lebendige Orte und städtische Ressource</b>	C 1 Naturerlebnisräume bewahren und entwickeln	C 2 Spiel- und Bewegungsräume für alle	C 3 Vernetzung durch Fuß- und Fahrradwege	C 4 Digitale Bereitstellung von Informationen
<b>D) Lebens- und Erlebnisraum Innenstadt</b>	D 1 Lebendige Quartiere	D 2 Aufwertung der Erlebnisräume	D 3 Abbau stadträumlicher Barrieren	D 4 Nachhaltige Mobilität

Quelle: eigene Darstellung nach Stadt Flensburg 2018a, S. 29

sollen zwischen den einzelnen Räumen Fuß- und Fahrradwege für bewegungsfördernde Verbindungen sorgen (ebd.). Diese sehr plakativen übergeordneten Ziele werden durch konkrete Maßnahmenübersichten (wie in Tabelle 8) im ISEK gestützt.

Am Beispiel der Schlüsselmaßnahme C 2.1 zeigt sich besonders gut, wie die aus der Sportentwicklungsplanung gewonnenen Informationen in das ISEK eingeflossen sind. Ein geändertes, weiter ausdifferenziertes Sportverhalten der Bevölkerung äußert sich in einem Bedarf an multifunktionalen Spiel- und Bewegungsräumen, die am besten räumlich miteinander verbunden sind. Dies bestätigt auch Urte ALBERTI, die an der Erarbeitung des ISEK partizipierte:

„[...] was wir total erhellend fanden, auch für die Stadtplanung, war die Erhebung im Rahmen der Sportentwicklungsplanung. Die Statistiken, die das beauftragte Fachbüro aufgeführt hat, mit welcher Sportart, in welcher Art und Weise, von wem, in welcher Altersgruppe usw. Sport ausgeführt wird. Diese Erhebung war für uns und auch für die Erarbeitung des ISEK bereichernd und wichtig, um die betroffenen Flächenansprüche und im Bestand genutzten Flächen in den Blick zu nehmen z. B. die Wege und Räume für die vielen Joggerinnen und Jogger. Dies hat unter anderem auch die Idee gespeist, die Multifunktionalität von Flächen zu fördern.“ (ALBERTI 2019, Abs. 24).

Die in Tabelle 8 gekennzeichneten Schlüsselmaßnahmen wurden im nächsten Schritt des ISEK in Verbindung mit den übergeordneten elf Zielsetzungen und Handlungsfeldern gesetzt und es wurde überprüft, wo die Schwerpunkte der jeweiligen Schlüsselmaßnahme lie-

gen. Abbildung 16 zeigt diese inhaltlichen Schwerpunkte der Schlüsselmaßnahme „multifunktionaler Spiel- und Bewegungsflächen“ auf. Über die Qualifizierung öffentlicher Räume zu „multifunktionalen Spiel- und Bewegungsflächen“ soll es zu einer Erhöhung der Lebensqualität, der Förderung eines gesunden Lebensumfeldes und der Förderung gesellschaftlichen Zusammenlebens in Stadt und Quartier kommen. Die Qualifizierung und Anpassung des Freiraums, verknüpft mit Freizeit und Bewegung, dient einer Weiterentwicklung der Wohnquartiere und des Wohnumfeldes. Ebenso sollen derartige Flächen die Identifikation mit der Stadt als Lebensraum erhöhen sowie darüber stadträumliche Barrieren abgebaut werden (Stadt Flensburg 2018a, S. 66).

Multifunktionale Spiel- und Bewegungsflächen sollen laut ISEK auf öffentlichen Räumen mit Stadtteilbezug im Sinne der Bewegungsförderung weiterentwickelt werden (Stadt Flensburg 2018a, S. 66). Insbesondere wird ein Fokus dabei auf bestehende Flächen wie Spiel- oder Bolzplätze oder Stadtteilparks gelegt, um so perspektivisch für alle Flensburger Stadtteile eine multifunktionale Fläche zu bieten (ebd.). Die Zuständigkeit einer detaillierteren Ausgestaltung liegt in den Händen der Fachplanung Spiel- und Bewegungsräume (ebd.).

Wesentliche Entwicklungschancen zeigt das ISEK in der Strategie der „Stadt der kurzen Wege“<sup>2</sup> auf, für die bereits

<sup>2</sup> Die „Stadt der kurzen Wege“ dient als Leitbild, dass Wege zwischen den Daseinsfunktionen Wohnen, Arbeiten, Versorgung, Dienstleistungen, Bildung, Erholung zu minimieren versucht, da kurze Wege zu Fuß oder mit dem Rad gut überbrückt werden können und nicht zwingend ein Auto notwendig ist.

Tab. 8: Maßnahmenübersicht zum Querschnittsthema C)

Maßnahmenübersicht und Schlüsselmaßnahmen		C) Öffentliche Räume als lebendige Orte und städtische Ressource	
C 1 Naturerlebensräume bewahren und entwickeln	C 2 Spiel- und Bewegungsräume für alle	C 3 Vernetzung durch Fuß- und Fahrradwege	C 4 Digitale Bereitstellung von Informationen
C 1.1 Kleingarten Park(s)*	C 2.1 Multifunktionale Spiel- und Bewegungsräume mit Quartiersbezug*	C 3.1 Vernetzung durch Velorouten*	C 4.1 Digitale Aufbereitung von Informationen über Spiel- und Bewegungsmöglichkeiten
C 1.2 Volkspark / Stadion*	C 2.2 Qualifizierung öffentlicher Räume mit gesamtstädtischer Bedeutung	C 3.2 Entwicklung des Bahndamms (siehe Lebens- und Erlebnisraum Innenstadt)	C 4.2 Digitale Aufbereitung Mobilitätsangebote
C 1.3 Museumsberg, Alter Friedhof und Christiansenpark*	C 2.3 Qualifizierung der Flächen mit Wasserzugang (u.a. auch Stadtstrände)		
*Schlüsselmaßnahmen			

Quelle: eigene Darstellung nach Stadt Flensburg 2018a, S. 63

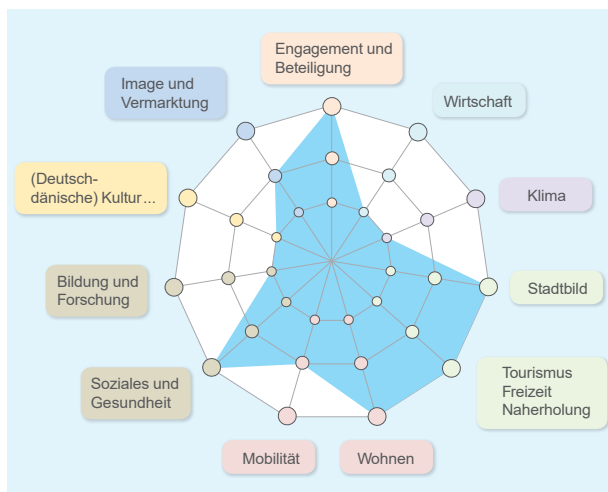


Abb. 16: Schlüsselmaßnahme „multifunktionale Spiel- und Bewegungsflächen“

Quelle: Stadt Flensburg 2018a, S. 66

zahlreiche Voraussetzungen erfüllt sind und auch der Zugang zu hochwertigen Freiräumen ist in vielen Punk-

ten gewährleistet. Neben dem zuvor erwähnten Netz an multifunktionalen öffentlichen Räumen werden weitere Entwicklungschancen in der Funktion des öffentlichen Raums als Kommunikations- und Bewegungsort gesehen. Es wird als Notwendigkeit erachtet, die Bewegung von Kindern und Jugendlichen zu fördern und auf bestehende Bedarfe anderer Nutzergruppen (z. B. Bewegungspark für Senioren) zu reagieren. Hinzu besteht die Chance Flensburg als Fahrradstadt weiterzuentwickeln. Die neuen Möglichkeiten der digitalen Bereitstellung von Informationen über bestehende Bewegungs- und Mobilitätsangebote werden sehr begrüßt. Herausforderungen in der Umsetzung werden insbesondere darin gesehen, dass vorhandene Grünflächen teils nicht entsprechend gepflegt werden können und wenig generationsübergreifende Spiel- und Bewegungsangebote bestehen (Stadt Flensburg 2018a, S. 59).

Anhand dieser auszugshaften Darstellung konnte die starke Einbindung sportspezifischer Fragestellungen in das ISEK aufgezeigt werden. Die Überschneidung der

Tab. 9: Flensburg-Strategie

A	Globalziel B	Absichten C
1	Flensburg will Dein Engagement - und macht es möglich.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg etabliert eine transparente und moderne Beteiligungskultur.</li> <li>Flensburg stärkt die gesellschaftliche Teilhabe aller Einwohnerinnen und Einwohner.</li> <li>Alle Einwohner*innen fühlen sich als Flensburger*innen.</li> </ul>
2	Flensburg bleibt führender Wirtschaftsstandort in der Region.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg macht Wirtschaft zum kommunalen Handlungsschwerpunkt.</li> <li>Flensburg optimiert seine überregionale Anbindung auf der Nord-Süd-Achse.</li> <li>Flensburg positioniert sich ganzheitlich als führende Einkaufsstadt der Region.</li> </ul>
3	Flensburg wird regionaler Motor für Klimaschutz, Energieeffizienz und erneuerbare Energien.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg setzt den Klimapakt um.</li> <li>Flensburg stärkt sein Branchencluster.</li> <li>Flensburg bildet eine Modellregion.</li> </ul>
4	Flensburg ist ein wunderbares Erlebnis – auch für unsere Gäste.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburgs Stadtbild ist rundum attraktiv.</li> <li>unsere Gäste von nah und fern erleben Qualität.</li> <li>Flensburg baut seine touristische Infrastruktur aus.</li> </ul>
5	Flensburg wächst. Unser Wohnraum ist attraktiv, vielfältig und gut verbunden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg findet die Balance zwischen Wohnen, Arbeiten und Erholen.</li> <li>Flensburg bietet attraktives Wohnen für alle.</li> <li>Flensburg verbessert den ÖPNV und wird zu einer fahrradfreundlichen Stadt.</li> </ul>
6	Bildung ist der Schlüssel für eine bessere Sozialstruktur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg bietet den integrierten Bildungsweg von der Kindertagesstätte bis zu den Hochschulen.</li> <li>Flensburg profiliert sich als europäische Universitätsstadt.</li> <li>Flensburg stärkt seine Position als aktiver Forschungs- und Entwicklungsstandort in der Region.</li> </ul>
7	Flensburg wird zum innovativen Mittelpunkt der deutsch-dänischen Kulturregion.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg setzt auf einzigartige kulturelle Angebote.</li> <li>Flensburg bietet kulturelle Bildung von Anfang an.</li> </ul>
8	Flensburg stärkt sein Image nach innen und nach außen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flensburg positioniert sich offensiv als internationales Zentrum zwischen Aarhus und Hamburg.</li> <li>Flensburg stärkt sein Wir-Gefühl.</li> <li>Flensburg vermarktet sich vorbildlich.</li> </ul>

Quelle: Stadt Flensburg 2018a, S. 66

Sport- und Stadtentwicklung findet sich insbesondere in Fragestellungen der nachhaltigen Mobilität (Velourten) und von Spiel- und Bewegungsräumen. Die integrierte Struktur mit fachübergreifenden Themenschwerpunkten bietet eine gute Grundlage für die zukünftige Entwicklung Flensburgs. Auch hier bietet sich ein Monitoring und eine Fortschreibung an, um zukünftige Entwicklungen aufnehmen zu können.

### 5.2.3 Sport als Bestandteil weiterer städtischer Strategien Flensburg Strategie

Als wesentliches Grundsatzpapier und Orientierungsrahmen für Politik und Verwaltung wurde 2013 die Flensburg-Strategie beschlossen. Sie bildet den Rahmen für das ISEK und die Sportentwicklungsplanung und steht als Präambel über der Stadtentwicklung Flensburgs. Es zeigt sich eine sehr breite Aufstellung der strategischen Ziele, die kaum verdichtet sind. Eine hinreichende Konkretisierung dieser Flensburg-Strategie wurde in weiteren Schritten insbesondere mit dem ISEK umgesetzt, das eines der Leit- und Impulsprojekte in der Folge der Strategie war. Die acht Globalziele sowie damit in Zusammenhang stehende Absichten können der Tabelle 9 auf der vorherigen Seite entnommen werden und sind beispielsweise im ISEK angewendet. Hierzu gehört unter anderem die Einordnung der Schlüsselmaßnahmen (Abb. 16). Erst durch die aus der Flensburg-Strategie initiierten Leit- und Impulsprojekte wird die Strategie präziser und mehr als ein sehr allgemein formulierter Rahmen. Sport oder Bewegung werden in dieser Strategie nicht explizit erwähnt, erscheinen aber indirekt in vielen Aspekten (z. B. Tab. 9 Feld C5) der übergeordneten Strategie (Stadt Flensburg 2016, S. 2 ff).

Sport wird u. a. auch in weiteren zwei Konzepten der Stadt als eines von vielen Feldern aufgegriffen. Exemplarisch sollen hier das Tourismuskonzept flensburgfjord und der Masterplan Mobilität 2030 erwähnt werden.

#### Flensburgfjord

In der Tourismusstrategie der Region bildet der Sport eines von vielen Feldern. So wurde auf der Website der Tourismus-Agentur der Aspekt „Aktivurlaub“ in das Angebot mit aufgenommen und somit die Gruppe der Aktivurlauber als potentielle Besucher erkannt. Insbesondere Wandertouren und Fahrradtouren werden hier angeboten (Tourismus Agentur Flensburger Förde GmbH 2019, o. S.).

#### Masterplan Mobilität 2030

Im Masterplan Mobilität kommt im Rahmen der Zielsetzung der „Stadt der kurzen Wege“ der Förderung des Fuß- und Radverkehrs eine besondere Bedeutung zu. Der Vernetzung und Attraktivierung verschiedener öffentlicher

Räume insbesondere für den Fuß- und Fahrradverkehr wird viel Bedeutung beigemessen. Ein Verweis zur Fachplanung Spiel- und Bewegungsräume ist gegeben (SHP Ingenieure 2018, S. 1 ff.).

Die Sportentwicklungsplanung und das ISEK erweisen sich auf Grundlage dieser Betrachtung als die strategischen Schlüsselpapiere der Integration von Sport in die Stadtentwicklung. In weiteren strategischen Papieren und Konzepten kommt dem Sport nur eine untergeordnete Rolle zu.

## 5.3 Die Akteure

Für eine ganzheitliche Analyse, was der Sport zum Erreichen der Entwicklungsziele der Stadt Flensburg beiträgt, ist es relevant auf wesentliche Akteure der Flensburger Sportwelt einzugehen, da von diesen maßgeblich die Einbindung des Sports in die Stadtentwicklung abhängt. Die Frage, wer an der Sportentwicklung partizipiert, ist eine ganz entscheidende, um letztlich beantworten zu können, inwieweit der Sport in die Stadtentwicklung integriert ist und ob in Flensburg rein konzeptionell bereits eine Sportstadt besteht. Es wurde sich über Interviews, Gespräche und Literaturrecherchen ein möglichst umfassendes Bild der Akteurskonstellation des Flensburger Sportsystems gemacht, wobei jedoch nicht ausgeschlossen werden kann, dass Akteure außen vor geblieben sind. Die Abbildung 17 bietet eine Übersicht der komplexen Verflechtungen der Akteure des Flensburger Sportsystems. Die Abbildung erhält die wesentlichen Akteure und dessen Netzwerkbeziehungen zueinander. Es wird unterschieden in sehr regelmäßigen und regelmäßigen Austausch sowie lose Verbindungen zwischen den Akteuren. In unterschiedlichen Farben wurden die Kreise umrahmt oder gefüllt. Diese Farben stehen für verschiedene Gremien, Ausschüsse oder Netzwerke, die unmittelbar über der Abbildung gelistet sind. Der Sportverband Flensburg sitzt so z. B. in drei verschiedenen Zusammenkünften (Lenkungsgruppe, Sportausschuss, Planungsgruppe).

### 5.3.1 Politik

Politische Entscheidungen sind die Grundlage für die Entwicklungsprozesse in einer Stadt. Im Bereich Sport und Stadtentwicklung sind verschiedene politische Akteure involviert. Als oberstes Organ trifft in Flensburg die Ratsversammlung (Gemeindevertretung) die grundlegenden Entscheidungen. Damit schafft sie den Rahmen für die Arbeit der Verwaltung. 43 gewählte, ehrenamtlich tätige Bürgerinnen und Bürger gehören ihr an. Für einzelne Aufgabenbereiche wurden durch die Ratsversammlung Ausschüsse gewählt, durch die wie-

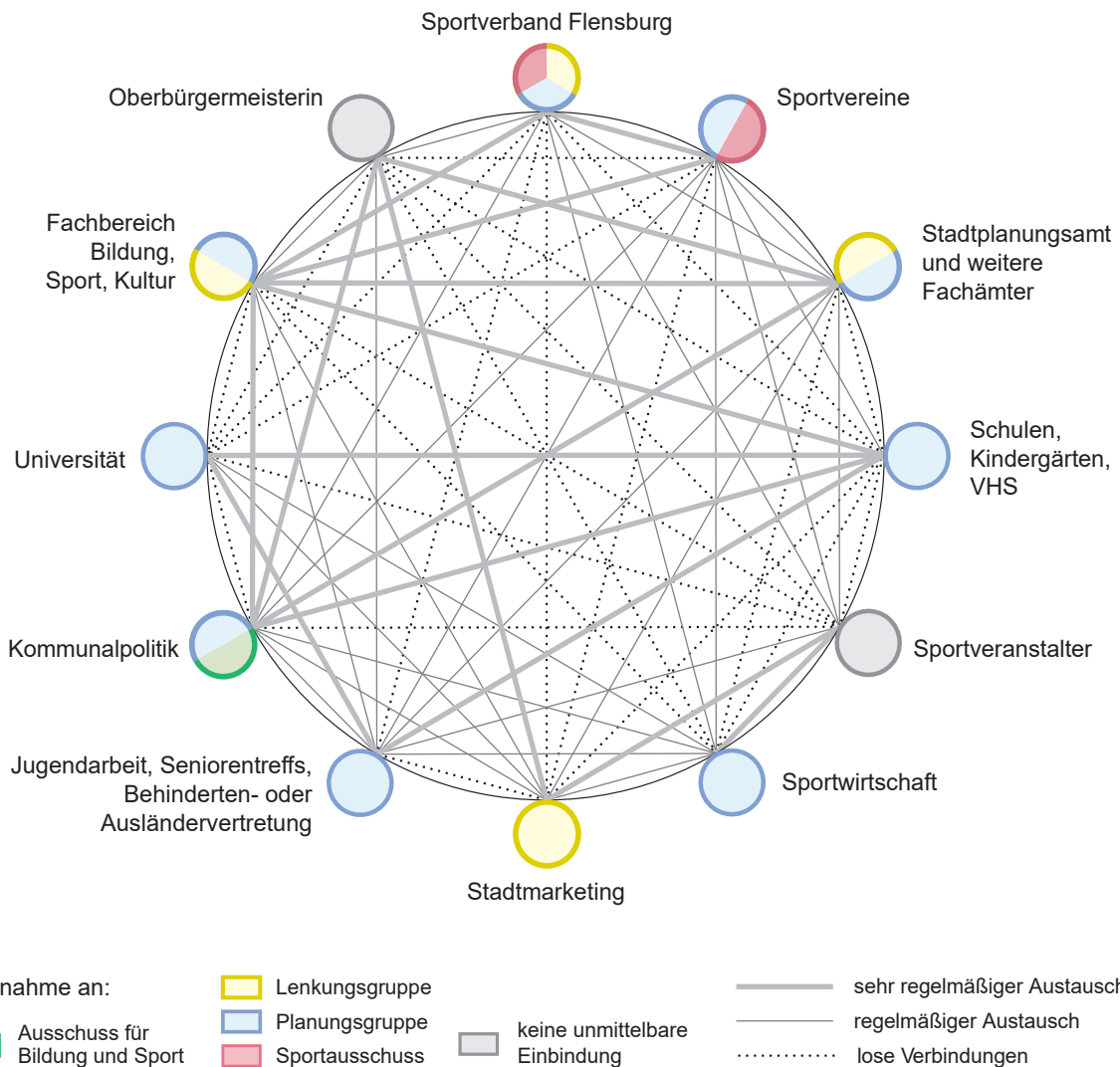
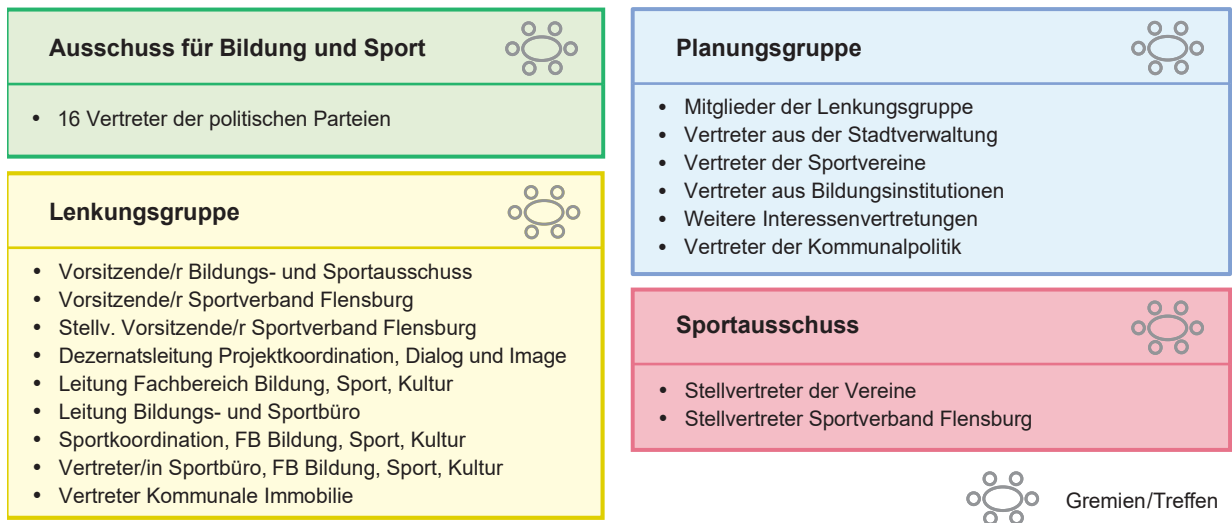


Abb. 17: Akteurskonstellation des Flensburger Sportsystems

Quelle: eigene Darstellung



derrum teils eigenständig Entscheidungen getroffen oder für die Ratsversammlung vorbereitet werden. Bestehend sind die Ausschüsse aus Mitgliedern der Ratsversammlung sowie Personen der politischen Parteien. Für den Bereich Sportentwicklung stellt der Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg ein wichtiges Organ dar. Dieser hat die Aufgabengebiete Schulentwicklung und –verwaltung, Erwachsenenbildung, Volkshochschule und Weiterbildung, Hochschulangelegenheiten, Sportwesen und Sportanlagen und setzt sich aus 16 gewählten Vertretern der politischen Parteien zusammen. Im Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg, im Finanzausschuss und in der Ratsversammlung wurde die Umsetzung der Ziele und Handlungsempfehlungen der Sportentwicklungsplanung 2016 beschlossen (Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg 2019, Mitteilungsvorlage ABS-3/2019).

Die Oberbürgermeisterin Simone Lange ist die Verwaltungsleitung und Rechtsvertreterin der Stadt Flensburg. Sie ist insbesondere auch für die Vorbereitung und Ausführung der Beschlüsse der Ratsversammlung und ihrer Ausschüsse zuständig und das Bindeglied zwischen Politik und Verwaltung (Stadt Flensburg 2019, o. S.).

### 5.3.2 Fachämter der Stadtverwaltung

Unter der Oberbürgermeisterin sind die Dezernatsleitungen angesiedelt, die als Vorstände der Verwaltung fungieren. Hier ist insbesondere das Dezernat 2 Projektkoordination, Dialog und Image mit Stephan Kleinschmidt als Dezernatsleitung zu nennen. Diesem sind verschiedene Bereichsleitungen untergeordnet - die Stadtentwicklung, der Fachbereich Bildung, Sport und Kultur sowie der Einwohnerservice. Der Fachbereich Bildung, Sport, Kultur, der von Dr. Wolfgang Sappert geleitet wird, fungiert als wesentliche Instanz der Sportentwicklung, hat aber in vielen Punkten Überschneidungen mit anderen Fachbereichen. So beispielsweise mit den Fachbereichen Jugend oder Soziales und Gesundheit, die dem Dezernat 3 Jugend, Soziales, Gesundheit und zentrale Dienste zugeordnet sind. Relevante thematische Überschneidungen gibt es immer wieder mit dem Fachbereich Stadtentwicklung und Klimaschutz, der dem Dezernat 2 zugeordnet ist, wodurch ein Austausch vereinfacht wird. Das Bildungs- und Sportbüro ist als die zentrale Verwaltungsinstanz der Sportentwicklung aufzuführen, die dem Fachbereich Bildung, Sport und Kultur untergeordnet ist (Stadt Flensburg 2019, o. S.). Hier erfolgt unter anderen die Koordinierung der Sportförderung in der Stadt. Als wesentliche Netzwerke der Sportentwicklung sind die Lenkungsgruppe und die Planungsgruppe geschaffen worden, in der Akteure aus den Fachämtern mit eingebunden sind.

### 5.3.3 Sportverband Flensburg e. V.

Der Sportverband Flensburg e. V. (SVFL) ist die Vertretung des organisierten Sports in Flensburg. Der Sportverband setzt sich aus einem siebenköpfigen, ehrenamtlich geführten Vorstand sowie zwei festen Personalstellen in der Geschäftsstelle zusammen. Er vertritt über 21.000 aktive SportlerInnen aus den 63 Flensburger Sportvereinen (SVFL 2019, o.S.). Der Sportverband bietet neben seiner beratenden Funktion, Aus- und Fortbildungen, die Ermöglichung des Sportabzeichens und verschiedene Bezuschussungsmöglichkeiten für seine Mitglieder. Er ist vernetzt mit dem Landessportverband und wird über aktuelle Entwicklungen in Kenntnis gesetzt. Insbesondere wirkt der Sportverband aber als Stimme der Flensburger Vereine, bündelt Anliegen sowie Wünsche und trägt diese an die Verantwortlichen aus Politik und Verwaltung heran, um die Interessen des Sports mit in die Stadtentwicklung einzubringen. Ingo DEWALD, 1. Vorsitzender des SVFL, beschreibt den Prozess, wie Anliegen aus den Vereinen an den SVFL herangetragen werden:

„Wir haben einmal informelle Informationen. Das heißt, wir kriegen einfach Zuschriften oder Anrufe [...]. Wir haben in Einzelfällen, das ist jetzt in letzter Zeit seltener notwendig geworden, [...], einen sogenannten Sportausschuss, der einberufen wird und in dem eine offene Anzahl von Vereinsvertretern [...] aktuelle Themen der Sportentwicklung und des Sports [...] bespricht, wie z. B. Hallenvergabe oder Platzbewertung [...], damit man da zumindest eine Meinungsabschichtung bekommt über die eigene Meinung hinaus.“ (DEWALD 2019, Abs. 4).

So war der Sportverband auch ein wichtiger Akteur bei der Erstellung der Sportentwicklungsplanung für die Stadt Flensburg. Weiter beschreibt DEWALD den Prozess, wie Anliegen aus den Vereinen in die Verwaltung getragen werden, vor dem Hintergrund der Sportentwicklungsplanung wie folgt:

„Moderation ist das eine, Abwägung das andere [...] -Verband heißt immer Interessen zu artikulieren und zu kommunizieren und das machen wir A in der Lenkungsgruppe und teilweise dann auch in direkter Ansprache von handelnden Personen. Sei es in der Politik, sei es in der Verwaltung.“ (DEWALD 2019, Abs. 28).

### 5.3.4 Sportvereine

Der Sportverband führt derzeit 63 Sportvereine, die den organisierten Sport in der Stadt Flensburg repräsentieren (SVFL 2019, o. S.). Mit über 21.000 Mitgliedern sind rund 23 % der Einwohner Flensburgs in Sportvereinen organisiert (SCHABERT und ECKL 2016, S. 10). In Flensburg gibt es vier Sportvereine mit über 1.000 Mitgliedern – also sogenannte Großsportvereine (ebd.). Die größten fünf Sportvereine Flensburgs sind in Tabelle 10 aufgeführt. Diese haben allein von ihrer Größe schon ein star-

Tab. 10: Top 5 Sportvereine

Nr.	Verein	bis 18	ab 18	Gesamt
A	B	C	D	E
1	T.S.B. Flensburg	1.984	2.658	4.642
2	Polizei Sportverein Flensburg	267	1.061	1.328
3	Flensburger Betriebssportg.	12	1.013	1.025
4	Sportverein Adelby	344	667	1.011
5	Ildrætsforening Stjernen	279	561	840

Quelle: eigene Darstellung nach SCHABERT und ECKL 2016, S. 10

kes Gewicht, besitzen durch die heterogene Vereinsstruktur aber teils deutlich voneinander abweichende Interessen. Dennoch ist es relevant die Sportvereine als wesentliche Akteure der Sportentwicklung in Flensburg zu benennen. Der SVFL ist das Sprachrohr der Vereine und trägt deren Anliegen weiter an die entsprechend zuständigen Personen heran. Teils geschieht dies aber auch direkt durch die Sportvereine. Hinzu kommen die Interessen der Profisportvereine, die ein deutlich anderes Maß an Wahrnehmung erfahren und schnell zu einem Politikum werden.

### 5.3.5 Jugendhilfeträger

Die Jugendhilfeträger sollten ebenfalls als eine zentrale Institution der Sport- und Stadtentwicklung aufgefasst werden. Das Beispiel der Sportpiraten Flensburg e.V. zeigt, welche positiven Raumwirkungen von Jugendhilfeträgern ausgehen können. So wurde aus einer alten Industriebrache ohne Nachnutzungskonzepte aus einer Zwischennutzung nach und nach einer der größten Skate- und BMX-Parks Europas durch die Anstrengungen des Jugendhilfeträgers und der Jugendlichen vor Ort geformt, auf der jährlich mit dem Butcher Jam eine Sportgroßveranstaltung mit mehreren tausend Zuschauern ausgetragen wird. Die Anlage „Schlachthof“ (Abb. 18) ist heute ein beliebter Anlaufpunkt für Jugendliche aus ganz Flensburg und verbindet sie im sozioökonomisch eher benachteiligten Stadtteil Nordstadt. Zahlreiche Veranstaltungsformate sowie weitere Sportangebote wie z. B. Basketball oder Fußball stehen auf der Anlage des Schlachthofs zur Verfügung und begeistern Jugendliche für den Sport und schaffen Identifikation und Eigenverantwortung.

Sport und Bewegung wurden dabei als Mittel der Sozialarbeit erkannt und eignen sich auf Grund der Poten-



Abb. 18: Skate- und BMX-Park Schlachthof

Quelle: eigene Aufnahme vom 22.03.2019

tiale in besonderer Weise. Die Sportpiraten sind an dieser Stelle nur exemplarisch als wichtiger Multiplikator hervorgehoben.

Die Jugendhilfe kann als Kommunikator der Interessen von Jugendlichen aber auch des nicht-organisierten Sports angesehen werden. So betont Marlis MÖLLER (Sportkoordination Flensburg), „[sie] reagieren sehr stark auf Trends, auch weil sie einfach sehr stark an der Zielgruppe Jugendliche orientiert sind“ (MÖLLER 2019, Abs. 86). Hinzu kommt die starke interdisziplinäre Vernetzung der Jugendhilfe, weshalb sie einen relevanten Akteur der Sportentwicklung darstellen. Dirk DILLMANN, Gründer der Sportpiraten, schildert es wie folgt:

„Wir als Jugendhilfeträger arbeiten [...] mit dem Fachbereich Jugend [...]. Mit dem Fachbereich hatten wir immer zu tun, aber wir hatten auch mit der Stadtentwicklung zu tun, wir haben mit dem Tourismus zu tun, wir haben mit dem Kulturbüro zu tun, wir haben mit Bildung zu tun, weil wir [...] mit Schulen zusammen arbeiten und mit Kitas. Wir bereichern Stadtfeste mit verschiedenen Aktionen. Dementsprechend sind wir als Jugendhilfeträger glaube ich auch die einzige Einrichtung in Flensburg, die so interdisziplinär aufgestellt ist und von daher sind wir gut vernetzt und ich glaube auch, dass unsere Arbeit anerkannt und wertgeschätzt wird.“ (DILLMANN 2019, Abs. 16).

### 5.3.6 Sportwirtschaft

Die sportwirtschaftlichen Akteure prägen die Sport- und Stadtentwicklung Flensburgs auf verschiedene Weise und finden daher an dieser Stelle Erwähnung. Durch Werbung befördern sie bestimmte Trends (z. B. Crossfit, Parcours, Bouldern etc.), die auf die Stadtentwicklung einwirken und Raumbedarf haben. Sportwirtschaftliche Akteure sind im Stadtbild deutlich ersichtlich und wirken von daher auf die Wahrnehmung Flensburgs (Fitnessstudios, Sportgeschäfte etc.). Aus der Sportwirtschaft entstammen zahlreiche Projekte, die Arbeitsplätze schaffen und eine weitere Tertiärisierung der Wirtschaftsstruktur begünstigen und zu mehr Bewegung in der Gesellschaft führen. So entstand erst kürzlich in Flensburg mit dem Flensbloc eine Boulderhalle. Mit dem „el capitan“ ist eine Kletterhalle im Hafen des Ostufers in der Diskussion, die ein leerstehendes Silo als Kletterturm umstrukturieren möchte. Weitere Angebote wie etwa ein Jump-House oder Bowlingbahnen stellen zahlreiche sportökonomische Wirtschaftsakteure dar.

### 5.3.7 Stadtmarketing

Das Stadtmarketing Flensburgs findet sich in der Stabsstelle Wirtschaft, Marketing und Internationale Zusammenarbeit wieder, die direkt an die Oberbürgermeisterin angedockt ist. Sönke KRÜGER als Mitarbeiter dieser

Stabsstelle schildert, dass Sport wichtig für das Marketing geworden ist. Im Rahmen des Vereins „Schönste Förde der Welt“ wurde „Flensburg liebt dich“ als eine übergreifende Image- und Marketingkampagne entwickelt. Der Verein die „Schönste Förde der Welt“, in dem die Stabsstelle Wirtschaft, Marketing und Internationale Zusammenarbeit neben zahlreichen Akteuren aus der Wirtschaft (inkl. Tourismus) Mitglied ist, nimmt in Flensburg wesentliche Aufgaben des Stadtmarketings der Stadt Flensburg wahr.

„[...] innerhalb dieser Marke hat man vor zwei Jahren einen Marathon ins Leben gerufen, den „Flensburg liebt dich Marathon“, gemeinsam mit dem SV Waldorf-FL in Persona Herrn Riedel. Und der Flensburg Marathon wird im Rahmen des Stadtmarketing auch als Aushängeschild genutzt und dementsprechend auch vermarktet und das gehört auch bei mir als Teilaufgabe dazu.“ (KRÜGER 2019, Abs. 4).

Die Imagekampagne sollte im ersten Schritt insbesondere regionale Wirksamkeit entfalten, wurde dann aber mit steigender Zahl der Unterstützer und Fürsprecher überregional ausgeweitet. Sie wurde zweisprachig in Deutsch und Dänisch angelegt und ermöglicht die Einbindung von Kooperationen und Sponsoren auf beiden Seiten der Grenze. Veranstaltungen wie der Marathon sollen im Rahmen der Imagekampagne die Identifikation und das Wertgefühl der Flensburger erhöhen, um zu Botschaftern der deutsch/ dänischen Region zu werden (Stadt Flensburg 2018b, S. 95).

Die Integration von Sportveranstaltungen in Imagekampagnen hat sich insofern als eine Strategie des Stadtmarketings bewährt, die auch unmittelbare Auswirkungen auf die Stadtentwicklung hat. Sönke KRÜGER beschreibt die Effekte des Marathons wie folgt:

„Sowas wie der Flensburg Marathon zieht sicherlich Marathonläuferinnen und Marathonläufer an. Die kommen aus Hamburg oder aus ganz Deutschland und aus Dänemark. In Dänemark machen wir auch sehr viel Werbung dafür oder wird viel Werbung dafür gemacht. Die haben dann noch ihre Familie mit dabei, die dann am Rand steht [...]. Das gehört auch mit dazu, aber es ist ein eher geschlossener Kreis.“ (KRÜGER 2019, Abs. 26)

Auch der Spitzensport in Form der SG Flensburg Handewitt wird in Kampagnen des Vereins als medial präsenter Imageträger genutzt und stellt somit eine zweite Komponente der Vermarktung über den Sport dar (Abb. 19).

### 5.3.8 Sportveranstalter

Sportveranstaltungen haben externe und interne Wirkungen auf die Stadt Flensburg und deren Entwicklung.





Abb. 19: Imagekampagne des Vereins „Die schönste Förde der Welt“

Quelle: Die schönste Förde der Welt e.V. 2019, o. S.

Insbesondere größere Sportveranstaltungen entfalten eine unmittelbare Wirkung auf eine Stadt, sodass diese eine besondere Berücksichtigung erfahren. Sie binden Ressourcen bringen aber auch zahlreiche Potentiale für die Stadtentwicklung mit sich, was letztlich auch am Beispiel des Flensburg Marathons im vorhergegangenen Unterkapitel angerissen wurde. Bezogen auf die terminliche Legung von Butcher Jam und Marathon schildert Sönke KRÜGER:

„[...] das ist auch so ein Event, das in der Planung beispielsweise mit dem Flensburg Marathon darauf bewusst geachtet wird, diese Events nicht zeitgleich stattfinden zu lassen, weil man einfach weiß, da überkreuzt sich ein Publikum, was an beiden Events Interesse hat und dem wollen wir ein bisschen entgegen wirken und sagen, lass es uns doch lieber auf die Wochenenden so verteilen, dass es für alle irgendwo Sinn macht.“ (KRÜGER 2019, Abs. 22).

Bei den Sportveranstaltern ist immer zwischen den kommerziellen und ehrenamtlichen Anbietern zu differenzieren. Ein Großteil der Veranstaltungen in Flensburg basiert auf der Organisation durch ehrenamtliche Veranstalter. Auf die unterschiedlichen Veranstaltungsformate innerhalb Flensburgs geht Kapitel 5.4.2 noch einmal näher ein.

### 5.3.9 Presse und Medien

In der Art und Weise der Berichterstattung kann die Presse- und Medienlandschaft starken Einfluss auf die Sportentwicklung nehmen. Bei Betrachtung jüngerer Presseartikel im Sportbereich ist eine eher einseitige Berichterstattung bezogen auf den Leistungssport festzustellen. Als überregionalem Aushängeschild kommt hier vor allem der SG Flensburg Handewitt eine Sonderposition in der Berichterstattung zu. Beliebtes Thema sind neben den Handballern die Fußballer der SC Weiche Flensburg 08. Durch die starke mediale Präsenz sind Anliegen dieser Profiteams wirksamer (z. B. die Problematik eines drittligatauglichen Stadions für Weiche) und somit wird mehr Druck auf die Handelnden aus Politik und Verwaltung ausgeübt, wohingegen insbesondere die Anliegen des freien Sports durch nahezu fehlende organisatorische Strukturen weniger Gehör finden.

Wesentliche Träger der lokalen Presse- und Medienlandschaft Flensburgs sind die Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlage (sh:z), mit dem Flensburger Tagesblatt sowie der Norddeutsche Rundfunk. Hinzu kommt die Tageszeitung Flensburg Avis als Sprachrohr der dänischen Minderheit in deutscher und dänischer Sprache. Monatlich veröffentlicht wird das Flensburg Journal MoinMoin als Anzeigenblatt.

### 5.3.10 Bildungseinrichtungen

Bildungsrichtungen wie Schulen, KiTas oder die Europa-Universität Flensburg steht zumeist ein Pool an Sport- und Bewegungsräumen für ihre Bildungsangebote zur Verfügung. Vorhandene Flächen bedürfen regelmäßiger Sanierungen, die ein kritischer Kostenfaktor sein können. Geteilte Nutzungen von Sportanlagen (z. B. Hallen) zwischen Schulen und Vereinen stellen Herausforderungen, bilden aber auch Chancen der Kooperation. Bildungseinrichtungen sind somit ein in der Sport- und Stadtentwicklung mit zu berücksichtigender wichtiger Akteur. Von der Universität, aber auch von den Schulen oder KiTas gehen immer wieder Impulsprojekte für die Sportentwicklung aus. Beispielhaft sind hier Projekte wie „Bewegungsräume mit Jugendlichen erkunden und gestalten“, „eSportpark“ oder „Wir bewegen Flensburg“ zu nennen.

### 5.3.11 Netzwerke

Als wesentliche Netzwerke sind an dieser Stelle die Planungsgruppe sowie die Lenkungsgruppe aufzuführen, die beide im Zuge der Sportentwicklungsplanung initiiert wurden. Hinzu kommen kleinere Netzwerke, die sich z. B. für die Durchführung unterschiedlicher Sportveranstaltungen bilden und als weitere Treiber der Sportentwicklung fungieren und damit unmittelbar auch auf die Stadtentwicklung wirken.

### 5.3.11.1 Von der Planungsgruppe zur Sportentwicklungsplanung

Die Planungsgruppe fungiert als Netzwerk, das sich in einem möglichst kooperativen Prozess um alle Interessen für die Sportentwicklungsplanung kümmert und gemeinsame Zielsetzungen erarbeitet. Die Planungsgruppe wird dabei von der Lenkungsgruppe (s. Kapitel 5.3.11.2) über den Umsetzungsstand der Sportentwicklungsplanung in Kenntnis gesetzt, um anschließend das weitere Vorgehen abzustimmen. Netzwerkverantwortlich ist der Sportverband in Abstimmung mit der Sportverwaltung der Stadt und der Politik. Die Planungsgruppe besteht aus den Teilnehmern der Lenkungsgruppe, weiteren Vertretern aus Kommunalpolitik, Verwaltung, dem organisierten Sport, den Bildungsinstitutionen und weiteren Interessenvertretungen für Sport und Bewegung und tagt einmal jährlich (Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg 2019, Mitteilungsvorlage ABS-3/2019).

Marlis MÖLLER, Sportkoordination der Stadt Flensburg, beschreibt die anfänglichen Schritte der Planungsgruppe und wie ihre Stelle in Folge der Sportentwicklungsplanung aus der Planungsgruppe als ein Maßnahmenschritt entstand:

„Die Flensburger Sportentwicklungsplanung ist so aufgebaut, dass verschiedene Zielsetzungen [...] das Ergebnis der Planungsphase waren und resultierende Zielsetzungen wurden dann von einer Planungsgruppe [...] priorisiert, damit man einen Fahrplan hat. [...] damit man [...] weiß, womit fangen wir an, was ist wichtig, wer macht [...] was [...]. Das wurde relativ genau definiert und [...] die [...] Schaffung der Stelle eines Einsatzkoordinators wurde recht hoch priorisiert [...] und deswegen hat die Verwaltung da auch gleich die Stelle geschaffen. [...]. Ein großer Teil der Aufgabe ist es ein Ansprechpartner [...] zu sein für Akteure [...], die etwas mit Sport zu tun haben. Aber ein großer Teil, der auch sehr wichtig ist bei der Stelle, ist dass ich ein bisschen als Umsetzungstreiber fungiere für die Sportentwicklungsplanung an sich. Ich habe [...] die Aufgabe, dass ich [...] schaue, dass diese Maßnahmen umgesetzt werden. Es ist so, dass die Maßnahmen verschiedene Fachbereiche betreffen, [...] und ich muss [...] immer verfolgen wie weit ist das.“ (MÖLLER 2019, Abs. 8).

### 5.3.11.2 Lenkungsgruppe Sportentwicklungsplanung

Aus der Planungsgruppe heraus wurde die Lenkungsgruppe gebildet, die für die kontinuierliche Umsetzung der in der Sportentwicklungsplanung festgelegten Maßnahmen zuständig ist. Diese tagt im Abstand von sechs Wochen und setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen (Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg 2019, Mitteilungsvorlage ABS-3/2019):

- Stellv. Vorsitzende/r Sportverband Flensburg,
- Dezernatsleitung Projektkoordination, Dialog und Image,
- Leitung Fachbereich Bildung, Sport, Kultur,
- Leitung Bildungs- und Sportbüro,
- Sportkoordination, FB Bildung, Sport, Kultur,
- Vertreter/in Sportbüro, FB Bildung, Sport, Kultur,
- Vertreter Kommunale Immobilien.

Die Lenkungsgruppe fungiert also als wesentlicher Treiber der Sportentwicklungsplanung, indem sie ein vernetzendes Gremium zwischen den Fachbereichen darstellt, um sich über den Stand der Umsetzung auszutauschen und Aufgaben neu zu verteilen. Marlis MÖLLER beschreibt die Lenkungsgruppe wie folgt:

„Wir haben dazu auch ein Instrument, das ist die Lenkungsgruppe Sportentwicklungsplanung und das ist ein Gremium, wo Mitglieder bzw. Mitarbeiter verschiedener Fachbereiche drinsitzen [...] unserer Stadtrat, [...] der Sportverband mit zwei Vorstandsmitgliedern und auch aus der Politik die Vorsitzende vom Bildungs- und Sportausschuss ist in diesem Gremium. Dort werden monatlich bis sechswöchig diese Ziele jeweils so abgearbeitet: wie ist der Stand, wie können wir weiter vorgehen, sodass diese Umsetzung garantiert wird [...].“ (MÖLLER 2019, Abs. 8).

### 5.3.12 Interessenkonflikte im Flensburger Sportsystem

Während der Interviews konnten verschiedene Themenfelder und allgemeine Konfliktfelder identifiziert werden. In diesen weichen die Interessen und Meinungen der Akteure des Flensburger Sportsystems teils weit voneinander ab. So wurden in der Abbildung 20 insgesamt fünf Interessenfelder aufgeführt, denen jeweils Aussagen aus den Expertengesprächen zugeordnet sind. Insbesondere das Themenfeld des freien und organisierten Sports sorgt immer wieder für Gesprächsbedarf. Der freie Sport wird in Entwicklungsprozessen zumeist weniger stark vertreten als der organisierte Sport. Daher versuchen Akteure der Stadtverwaltung auch immer die Interessen des freien Sports für die Sport- und Stadtentwicklung mit zu berücksichtigen. Diesem Feld sind auch die Herausforderungen zugeordnet, denen sich der Vereinssport im Zuge einer weiteren Ausdifferenzierung stellen muss. Kursartige Angebote, teils von kommerziellen Anbietern (z.B. Crossfit), teils aus dem freien Sport (z.B. Lauftreffs), schaffen Alternativen zum Angebot vieler Vereine, was aus Vereinssicht eher kritisch bewertet wird.

Als zweites wurde das Interessenfeld Veranstaltungen/ Bevölkerung identifiziert. So gehen von Veranstaltungen immer eine Reihe von Effekten aus, die auf eine Stadt und ihre Bevölkerung wirken und Kompromisse erfordern.

- Vorsitzende/r Bildungs- und Sportausschuss,
- Vorsitzende/r Sportverband Flensburg,



### Interessenfeld freier/kommerzieller/organisierter Sport

„[...] kursartige Angebote mit Kurzzeitmitgliedschaften zu machen, ist, denke ich, ein Thema für den organisierten Sport. Von daher ist das, glaube ich, auch ein guter Katalysator, um diese Entwicklung voran zu treiben oder auch Innovationen in Vereinen [...] zu provozieren. [...] das ist dem einen oder anderen vielleicht auch noch gar nicht so bewusst.“ (DEWALD 2019, Abs. 36).

„Mit dem Nicht-Organisierten Sport [...] gibt es wenig Kontakte. Es gibt teilweise sportnahe Gruppierungen. Das ist aber teilweise auch eher Konkurrenzkampf, [...] der den Interessen des organisierten Sports ein bisschen auch teilweise zu wider läuft. Von daher sind wir dann da auch ein bisschen immer um Abgrenzung bemüht.“ (DEWALD 2019, Abs. 16).

„Man kann es als Konkurrenz betrachten. Ich glaube, dass der eine oder andere Verein das auch so sehen wird.“ (DEWALD 2019, Abs. 18).

„Es würde aus meiner Sicht Schleswig-Holstein total gut zu Gesicht stehen, wenn der Schlachthof Flensburg in dem Kontext, in dem wir unterwegs sind, wenn wir Landesstützpunkt wären für BMX und Skateboarding. Aber da gibt es halt vom organisierten Sport bisher diese Offenheit nicht einen Jugendhilfeträger auch anzuerkennen.“ (DILLMANN 2019, Abs. 18).

„Ich habe aus dieser gesamtstädtischen Position heraus auch an der Sportentwicklungsplanung mitgearbeitet und dort [...] vor allem die Nicht-organisierte Bevölkerung vertreten, während dort ja von institutionalisierter Seite – Sportverband, Sportvereine – sehr viele Vertretungen da waren. Da hat die Stadtplanung sozusagen die, die nicht organisiert sind, dort versucht denen eine Stimme zu geben und auch deren Belange mit durchzutragen.“ (ALBERTI 2019, Abs. 4).

### Interessenfeld Veranstaltung/Bevölkerung

„Wir haben von vornherein gesagt, wir wollen versuchen das Ganze so umzusetzen, dass möglichst wenig Verkehr beeinträchtigt wird, weil wir nicht nur sagen, es ist für alle einfacher zu organisieren, sondern weil ich auch denke, dass die Akzeptanz für eine solche Veranstaltung in einer Stadt wesentlich größer ist, weil letztendlich ja doch nur eine Minderheit wirklich teilnimmt und wenn dann 90 Prozent der Bewohner genervt sind, weil sie einfach irgendwo in ihrem Leben beeinträchtigt werden durch so etwas, dann macht man sich eben auch keine Freunde. Das es irgendwo immer Kompromisse geben muss, ist klar.“ (RIEDEL 2019, Abs. 64).

### Interessenfeld Stadt/Umland

„In der Stadtumlandkooperation wurden ja auch die Wohnraumkontingente abgestimmt, inwiefern Wohnungsbau in Handewitt in Harrislee getätigt werden kann. [...] Diese Abstimmung wurde aufgekündigt vor einigen Jahren, sodass man da gar nicht mehr drüber spricht. [...] Also jetzt das Thema Sport auch noch mit den Umlandgemeinden zu diskutieren, das braucht [...] ein bisschen Fingerspitzengefühl da ran zu gehen, um nicht gleich die Türen zuzuschlagen.“ (ALBERTI 2019, Abs. 10).

### Interessenfeld Medien/Investitionen

„Der Nutzen ist größer, wenn man das Geld anders investiert. Aber es ist wahrscheinlich wesentlich einfacher zu transportieren, weil ja auch die Medien immer dann darüber sprechen, über den Verein und die Stadionproblematik. Und in den Medien ist es ja kein großes Thema, warum [...] wir immer noch keinen Trimm-dich-Pfad [...] haben.“ (FLATAU 2019, Abs. 76).

### Interessenfeld Sportförderung/Wirtschaftlichkeit

„Durch die hohen Betriebskosten ist das ein sehr großer Kostenfaktor für eine Kommune [...], aber trotzdem ist die Förde Bäder GmbH angehalten die Verluste so gering wie möglich zu halten und das ist zum Teil sehr schwierig zu vereinen [...] mit einer guten Vereinsnutzung, weil Schwimmvereine nicht so wie normale Badegäste des Spaßbades oder der Sauna, die bringen kein Geld rein.“ (MÖLLER 2019, Abs. 114).

Abb. 20: Kontroverse Interessenfelder im Flensburger Sportsystem

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der geführten Expertengespräche

Das Interessenfeld Stadt/Umland zielt auf die Stadionfrage des SC Weiche Flensburg 08 ab. Flächen innerhalb Flensburgs sind begrenzt, daher erweisen sich Gespräche mit dem Umland als sinnvoll. Jedoch sind hier durch andere Themenfelder und persönliche Differenzen bestimmte Fronten verhärtet, sodass es teils schwierig ist, in einem weiteren Themenfeld neu zu diskutieren.

Das Themenfeld Medien/Investitionen setzt ebenfalls an dieser Fragestellung an. Mediale Darstellungen haben teils einen erhebliche Einfluss auf politische Entscheidungsträger und auf die Meinungsmache in der Bevölkerung, sodass es dazu kommen kann, dass Investitionen teils nicht abgewogen genug gelenkt werden.

Das fünfte Interessenfeld ist die Sportförderung/Wirtschaftlichkeit. Hier geht es darum städtische Infrastrukturen wie das Campusbad halbwegs kostendeckend zu bewirtschaften. Dem gegenüber brauchen Vereine Halbenzeiten für ihre Sportangebote. Diese sind wirtschaftlich aber weniger lukrativ als beispielsweise Familien, die sich Tageskarten kaufen.

### 5.3.13 Zwischenfazit

Im Kapitel konnte aufgezeigt werden, wer relevante Akteure des Flensburger Sportsystems sind und es wurde beleuchtet, wie diese auf die Sport- und Stadtentwicklung einwirken. Anhand von Abbildung 17 wurden die Akteurskonstellation aufgezeigt und Verflechtungen zwischen den Akteuren visualisiert. Wesentliche Netzwerke für die Sportentwicklung wurden mit der Lenkungsgruppe und der Planungsgruppe vorgestellt. Es konnte festgestellt werden, dass die Ansprüche und Interessen der Akteure nicht immer übereinstimmen und Konfliktpotential in einigen Punkten besteht. Dieses wurde in Kapitel 5.3.12 näher dargestellt und visualisiert.

## 5.4 Flensburg auf dem Weg zur Sportstadt

Der Aufbau des nachfolgenden Kapitels orientiert sich an den in Tabelle 2 (s. Kapitel 2.2.2) benannten Indikatoren einer Sportstadt. Diese dienen als Analyserahmen.

### 5.4.1 Breiten- und Trendsport in organisierter und freier Form

Die Analyse des Aspektes Breiten- und Trendsport greift auf die Ergebnisse der Flensburger Sportentwicklungsplanung zurück. Eine leichte Veränderung des Sportverhaltens kann zwischen der Datenerhebung der Sportentwicklungsplanung im Jahre 2015 und 2019 angenommen werden, ist auf Grundlage der zur Verfügung stehenden Daten jedoch nicht zu belegen. Es sind z. B.

Veränderungen im Bereich Klettersport durch zusätzliche Angebote in der Stadt (Boulderhalle Flensbloc) anzunehmen, sodass es nun mehr Menschen ermöglicht wird diesen Sport auszuüben.

Bei der Betrachtung der Breitensportlichen Strukturen in Flensburg ist es zunächst relevant zu schauen, wie viel Prozent der Bevölkerung überhaupt sportlich aktiv sind, um daran den Stellenwert des Sports in der Stadt bemessen zu können. In Flensburg liegt die Aktivenquote, die angibt wie viel Prozent der Personen mindestens einmal pro Woche sportlich aktiv sind, bei rund 75 % (SCHABERT und ECKL 2016, S. 59). Damit liegt Flensburg weit über dem interkommunalen Vergleichswert der IKPS von 67 % (ebd., S. 60). In der Betrachtung der Altersgruppen (Abb. 21) fällt auf, dass die sportliche Aktivität mit dem Alter rückläufig ist. Zwischen Männern (73 %) und Frauen (78 %) sind dagegen nur geringe Unterschiede in der Aktivenquote festzustellen.

Bei der Differenzierung der sportlichen Aktivität in „bewegungsaktive Erholung“ und „Sporttreiben“ fällt auf, dass in der Gesamtbetrachtung 47 % der Befragten ihre Aktivität als Sporttreiben sowie 53 % als bewegungsaktive Erholung einstufen. Unter bewegungsaktiver Erholung werden dabei Aktivitäten wie Baden, gemütliches Rad fahren oder gemütliches Wandern eingestuft. Als Sporttreiben werden hingegen Aktivitäten verstanden, die mit größerer Intensität, Anstrengung und Regelmäßigkeit ausgeübt werden (mit oder ohne Wettkampfteilnahme). Abbildung 22 zeigt auf, dass zwischen den Geschlechtern bei der Selbstreflexion der sportlichen Aktivitäten deutliche Abweichungen vorzufinden sind. So bewerten 53 % der Männer ihre Aktivitäten als „Sporttreiben“. Bei den Frauen sind es hingegen nur 40 %. Auch hier zeigt sich die Entwicklung, dass die Intensität der sportlichen Betätigung mit dem Alter abnehmend ist (SCHABERT und ECKL 2016, S. 59).

In Flensburg besteht eine sehr vielseitige Sportlandschaft, in der über 100 verschiedene Sport- und Bewegungsaktivitäten ausgeübt werden. Bei der Anwohnerbefragung für die Sportentwicklungsplanung konnten die Befragten bis zu drei verschiedene Sportarten angeben. Gruppiert man diese nach Sportartengruppen, zeigt sich dass in Abbildung 23 ausschnittsweise für die beliebtesten 15 Sportartengruppen dargestellte Sportverhalten. Gymnastik- und Fitnessstraining, Radsport, Laufsport und Schwimmsport sind hier die beliebtesten Gruppen. Im kommunalen Vergleich zeigt sich, dass Flensburg insbesondere im Gymnastik- und Fitnessstraining weit über dem interkommunalen Vergleichswert liegt. Weit unter dem interkommunalen

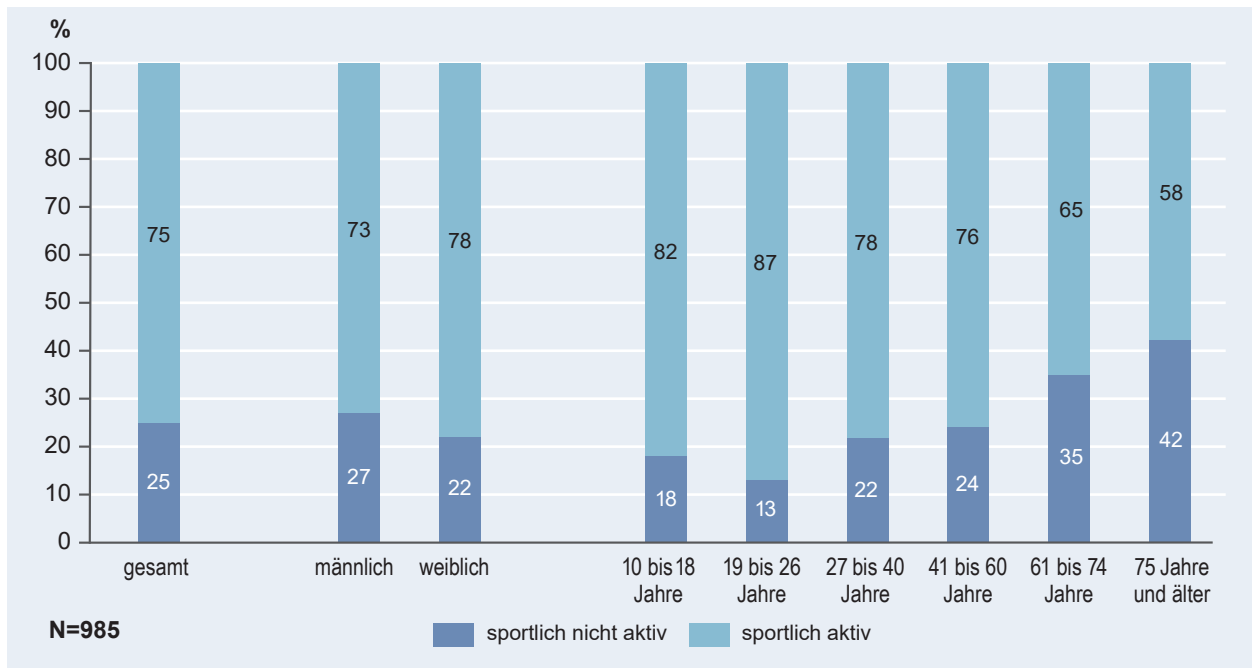


Abb. 21: Grad der sportlichen Aktivität

Quelle: Schabert und Eckl 2016, S. 60

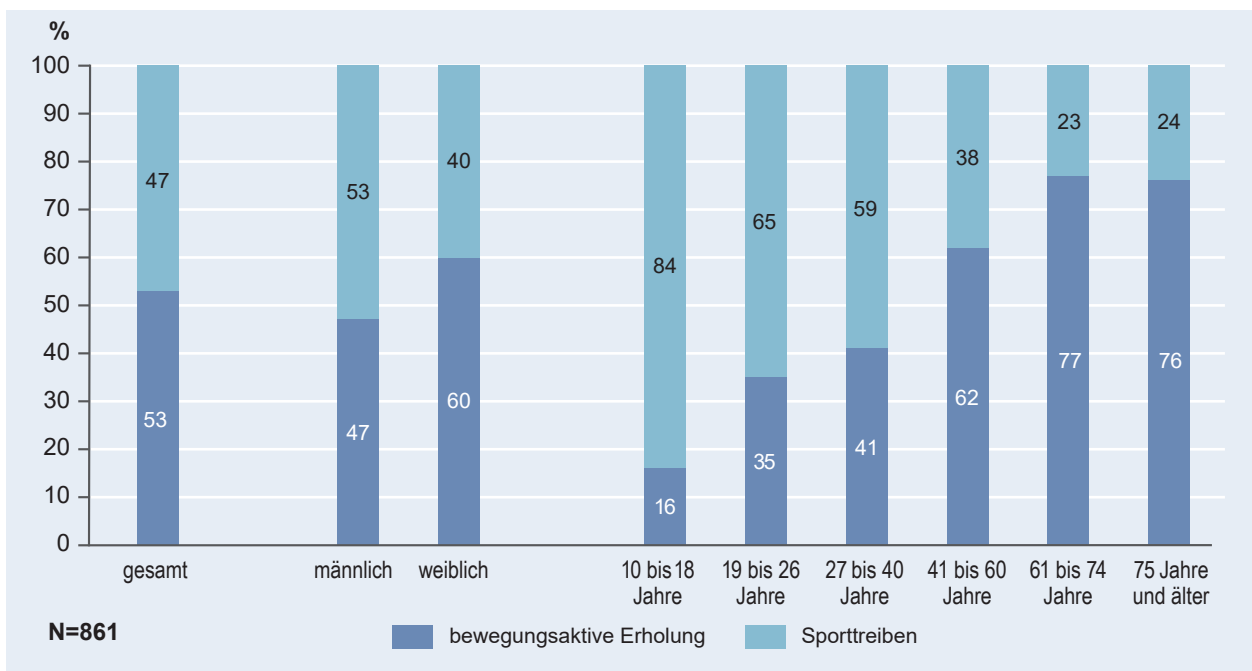


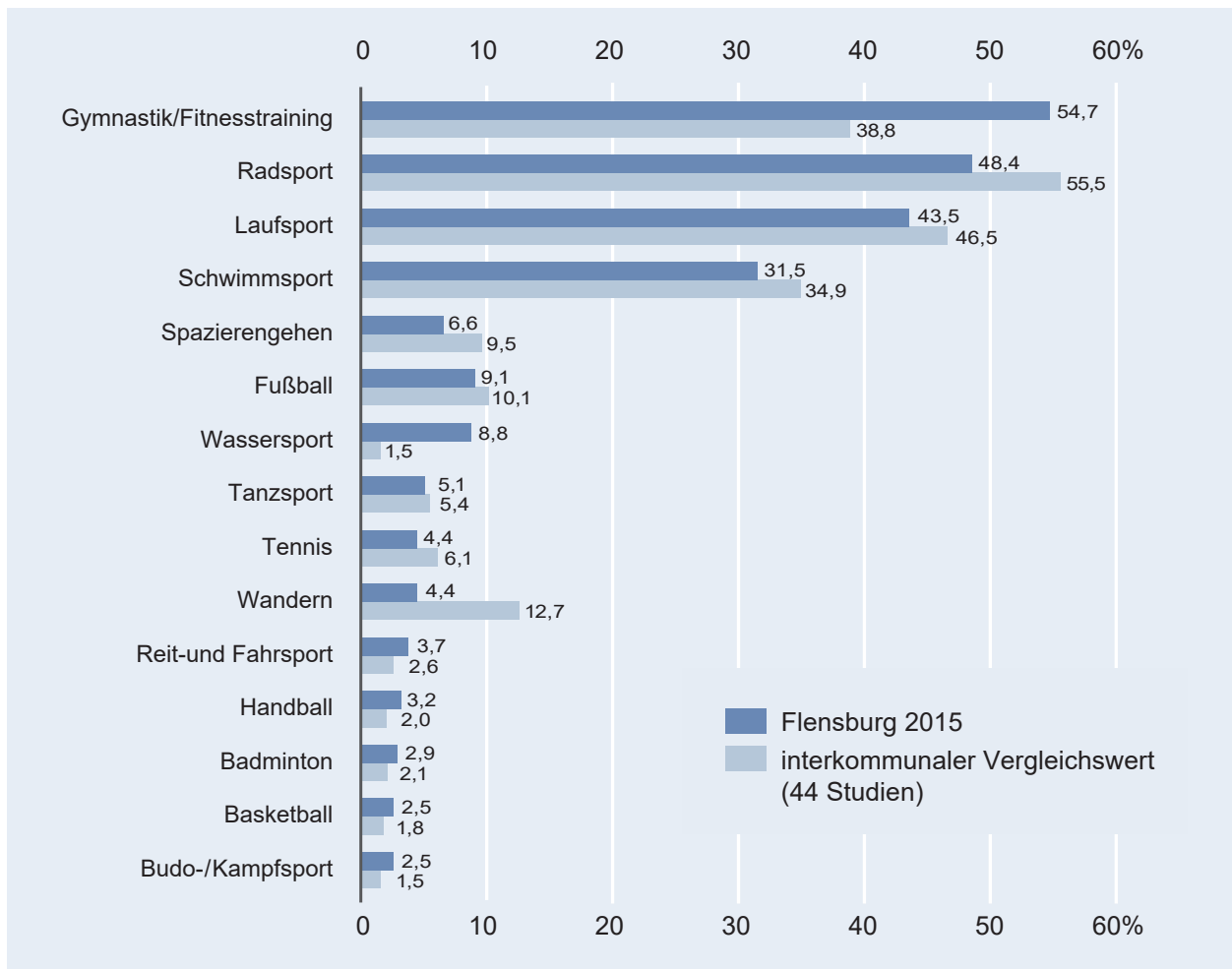
Abb. 22: Einordnung der sportlichen Aktivität „Wie würden Sie Ihre sportliche Aktivität einordnen?“

Quelle: Schabert und Eckl 2016, S. 61

Vergleichswert (12,7 %) liegt Flensburg bei Wanderaktivitäten mit 4,4 %. Im Wassersport liegt Flensburg mit 8,8 % weit über dem interkommunalen Vergleichswert mit 1,5 %. In den Mannschaftssportarten zeigt sich, dass Fußball mit 9,1 % seltener ausgeübt wird, als im interkommunalen Vergleich (10,1 %); der Handball wird

hingegen – wohl durch die Effekte der SG Flensburg-Handewitt – mit 3,2 % häufiger ausgeübt als der Vergleichswert mit 2 % (SCHABERT und ECKL 2016, S. 62 f.).

Bei der geschlechtsspezifischen Betrachtung des Sportverhaltens (Abb. 24) zeigen sich deutliche Unterschiede



**Abb. 23: Sportartengruppen in Flensburg und im interkommunalen Vergleich; n=1945; Angaben in Prozent an Fällen (N=727)**

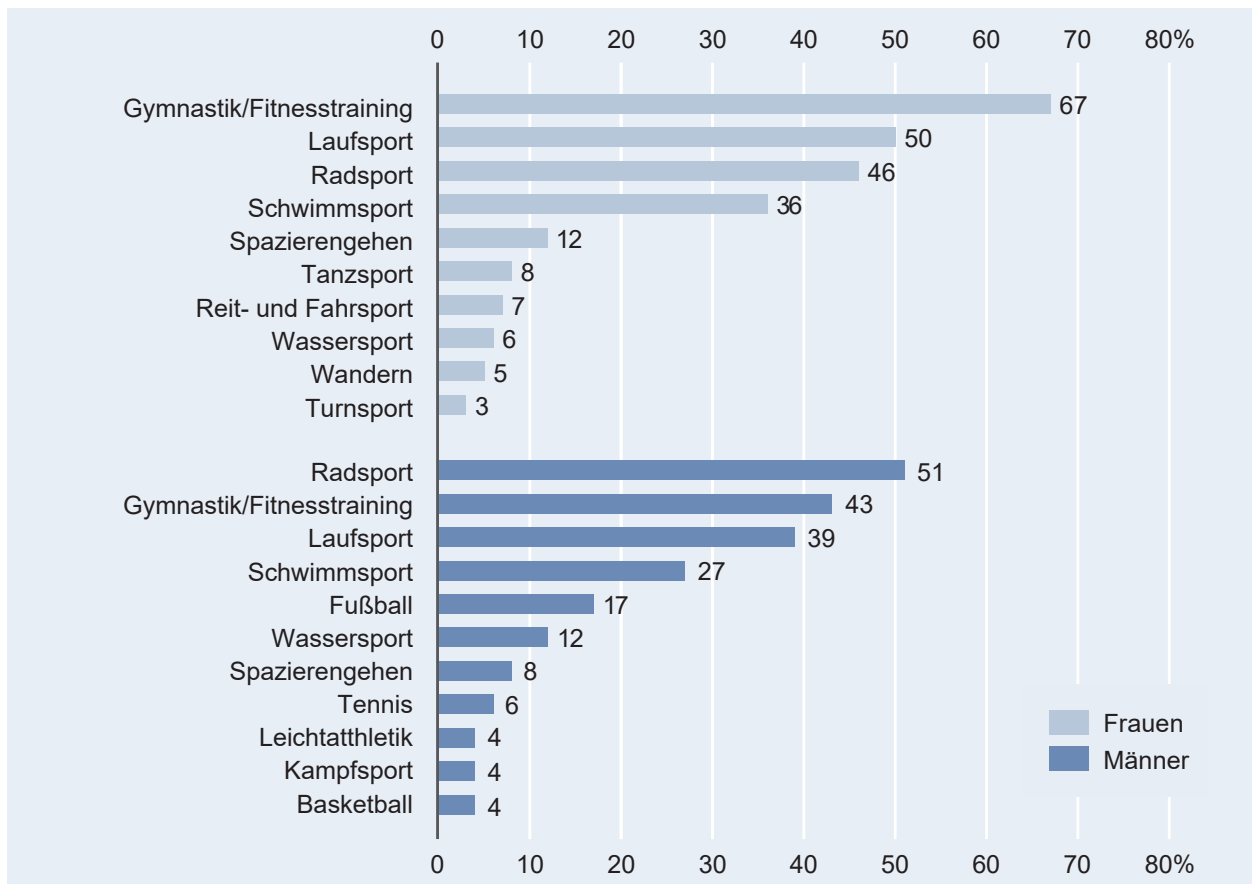
Quelle: eigene Darstellung nach Daten von SCHABERT und ECKL 2016, S. 63

in den Präferenzen. Bei den Männern liegt Radsport (51 %) vor Gymnastik- und Fitnessstraining (43 %) sowie dem Laufsport (39%). Bei den Frauen sind es zwar die gleichen drei Sportarten, die am meisten ausgeübt werden, jedoch liegt hier die Sportartengruppe Gymnastik- und Fitnessstraining mit 67 % der Nennungen deutlich vorne. Es folgen der Laufsport (50 %) und der Radsport (46%). Als geschlechtsspezifische Besonderheiten kann bei den Männern der Fußball (17%), bei den Frauen der Tanzsport (8 %) genannt werden, die es beim jeweils anderen Geschlecht nicht in die Top 10 schaffen (SCHABERT und ECKL 2016, S. 64).

In Abbildung 25 zeigt sich, dass sich die Sportpräferenzen der Flensburger je nach Altersgruppe verändern. Fußball erweist sich als eine Sportart der Jüngeren und tendiert mit zunehmendem Alter gegen null. Gymnastik- und Fitnessstraining ist bei den unter 18-Jährigen weniger dominant, dann aber immer deutlich über 40 % (SCHABERT und ECKL 2016, S. 64).

Im nächsten Schritt soll nachvollzogen werden, wie der Sport in Flensburg organisiert ist. Dies wird in Abbildung 26 verdeutlicht. Es zeigt sich, dass auch in Flensburg das selbstorganisierte Sporttreiben dominiert. So werden 49 % der Sport- und Bewegungsaktivitäten selbstorganisiert, im privaten Rahmen auf öffentlich zugänglichen Sport- und Bewegungsräumen betrieben. 17 % aller Sport- und Bewegungsaktivitäten finden im Sportverein statt und 13 % werden auf gemieteten Anlagen z. B. im Schwimmbad durchgeführt. Sportvereine erweisen sich also nach wie vor als die bedeutendsten institutionellen Sportanbieter, stehen aber zunehmend in Konkurrenz mit kommerziellen Anbietern (z. B. Fitnessstudios oder Tanzschulen) sowie zu Krankenkassen oder Volkshochschulen. Hinzu kommt das selbst organisierte Sporttreiben (SCHABERT und ECKL 2016, S. 67).

Betrachtet man die Fachverbände der Sportvereine, zeigt sich die in Tabelle 11 dargebotene Struktur in Flensburg. So wurden in der Tabelle den größten 20 Fachverbänden



**Abb. 24: Die Top 10 der ausgeübten Sport- und Bewegungsaktivitäten der Frauen und Männer „Welche Sportarten bzw. Bewegungsaktivitäten üben Sie aus?“; n=1945; Angaben in Prozent bezogen auf Anzahl der Fälle (N=727)**

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 64

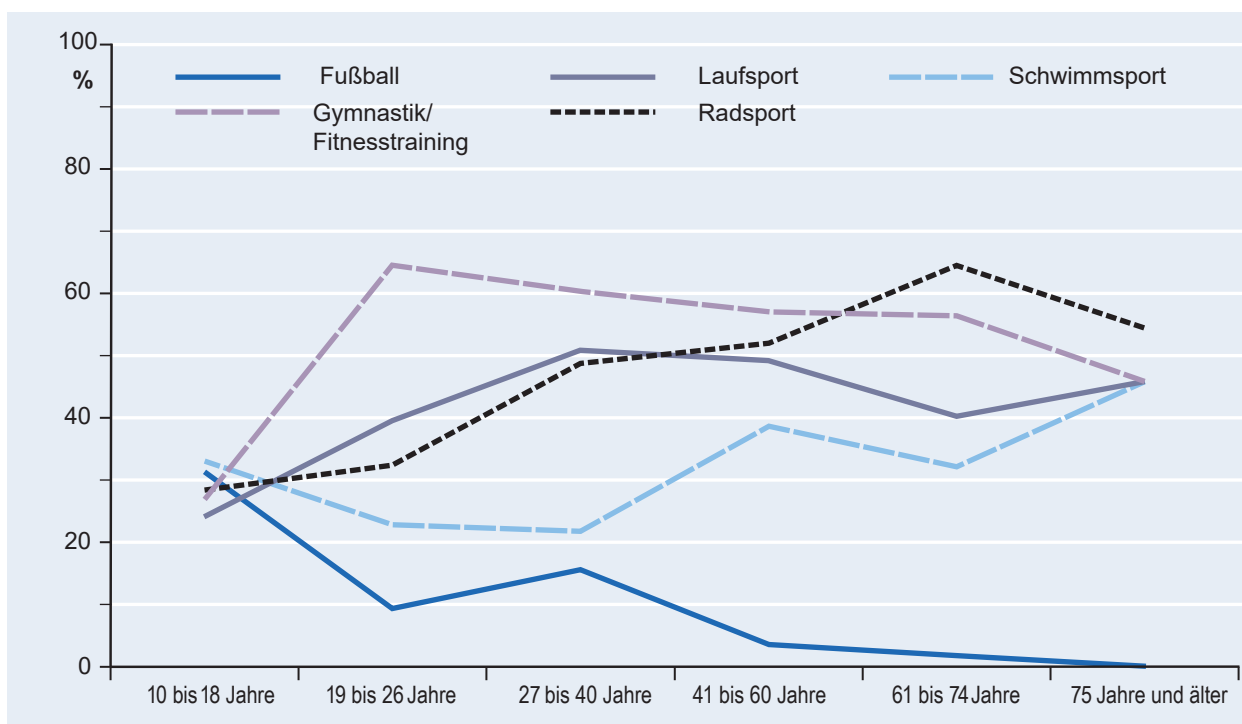
die Anzahl der Abteilungen sowie die Mitgliederzahlen zugeordnet. Turnen erweist sich dabei als Fachverband mit den meisten Mitgliedern (4.422), der sich in acht Abteilungen bzw. Vereine untergliedert. Diesem sind neben dem klassischen Gerätturnen auch Sportarten wie z. B. Faustball und vor allem gymnastische Untergruppen zugeordnet. Fußball positioniert sich bezogen auf die Mitgliederzahlen an zweiter Stelle (2.713) und gliedert sich in elf unterschiedliche Vereine. An dritter Stelle liegt der Segelsport mit 1.967 Mitgliedern aufgeteilt auf acht Abteilungen. An vierter Stelle liegt der Fachverband Tanzen mit 6 Abteilungen und 1.293 Mitgliedern. Hier weist Flensburg neben dem Segeln und Handball lokal-spezifische Besonderheiten der Strukturen bezogen auf die Mitgliederzahlen auf. An sechster Stelle kommt der Fachverband Handball mit 909 Mitgliedern in sechs Vereinen, der sehr außenwirksam durch die SG Flensburg-Handewitt ist (SCHABERT und ECKL 2016, S. 12).

Diese Struktur bewertet Ingo DEWALD, der als 1. Vorsitzender des SVFL einen sehr guten Überblick über das Vereinsangebot der Stadt hat, positiv. Er sieht aber zu-

nehmende Herausforderungen im Nachwuchs- sowie Seniorenbereich und zeigt direkt damit verbunden Lösungsansätze auf:

„Ich denke, dass wir sehr viele unterschiedlichste Sportarten haben auch in den unterschiedlichsten Vereinen. Also das glaube ich wird auch allgemein sehr positiv betrieben. Allerdings war ja auch ein Wandel festzustellen durch die geburtenschwächeren Jahrgänge. Das also die Kinder und Jugendlichen nicht zwangsläufig zum Sport kommen zum einen und die, die man dann hat, zahlenmäßig geringer sind. Das ist also bei uns in den Mitgliedszahlen und Mitgliedermeldungen ganz klar erkennbar. Und die jetzt in einem breiten Sportangebot zuzufügen, zu besporteten und dem organisierten Sport zuzuführen, das ist eine Herausforderung. Da setze ich persönlich große Hoffnung in unsere Jugendsportkoordinationsstelle, die jetzt zum Sommer hin geschaffen werden wird, dass wir dort die Vereine besser mit Schulen vernetzen, besser mit Kindergärten, mit Kitas, so dass die Kinder auch schon mit Vereinen früh zusammen kommen, um eine Kooperation einzugehen. An bestimmte Sportarten dann auch herangeführt werden und das muss dann ja nicht zwangsläufig immer die Sportart Turnen oder die Sportart Fußball sein, sondern einfach auch breit, dass man Ballgewöhnung etc. macht. Das glaube ich, da ist extrem viel Potential drin das zu tun. Das ist fast eine Notwendigkeit das zu tun ein-



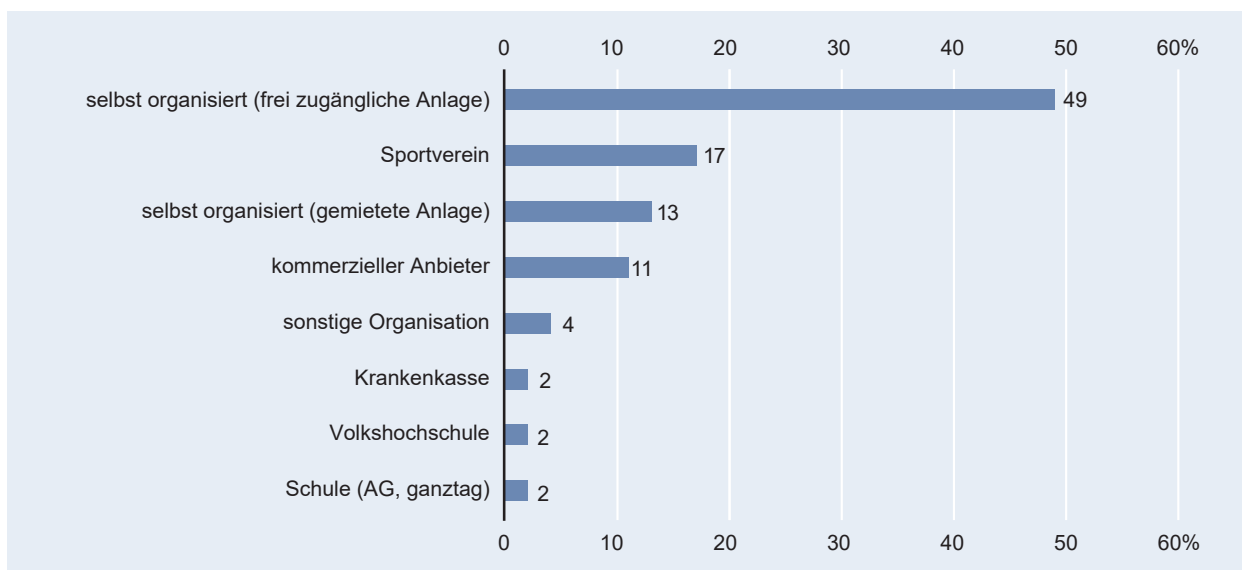


**Abb. 25: Verschiedene Sportpräferenzen nach Altersgruppen: „Welche Sportarten bzw. Bewegungsaktivitäten üben Sie im Allgemeinen aus?“; Angaben in Prozent bezogen auf die Anzahl der Fälle; Mehrfachantworten möglich**

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 65

fach vor dem Hintergrund der geburtenschwachen Jahrgänge und auch ein Wunsch der Schulen, die das ihrerseits auch gewünscht haben, dass man da mehr machen sollte und machen könnte. Von daher die Bewertung des Sportangebots ist gut, qualitativ sind auch viel engagierte Trainer dabei, die an Fortbildungen teilnehmen und das machen. Und das andere, um nach unten jahrgangsmäßig da zu bohren, das ist denke ich

das Richtige. Und das umgekehrt das machen dann aber auch sehr wenig Leute und Vereine. Sehr wenig ist dann eben im Bereich Seniorensport, Rehasport dort eben Produkte anzubieten und auch innovative Formen der Mitgliedschaft. Das gelingt nur wenigen Vereinen wirklich richtig gut. Aber denen, denen es gelingt, denen gelingt das richtig gut.“ (DEWALD 2019, Abs. 46).



**Abb. 26: Organisatorischer Rahmen der Sport- und Bewegungsaktivitäten: „In welchen organisatorischen Rahmen üben Sie Ihre Sportarten / Bewegungsaktivitäten aus?“; Mehrfachantworten; N=515-722; n=2.292**

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 67

Tab. 11: Top 20 Fachverbände in Flensburg

Nr.	Fachverband	Anzahl Abteilungen	Mitglieder gesamt
A	B	C	D
1	Turnen	8	4.422
2	Fußball	11	2.713
3	Segeln	8	1.967
4	Tanzen	6	1.293
5	Reha und Behindertensport	4	1.268
6	Handball	6	909
7	Schwimmen	3	791
8	Tennis	5	775
9	Leichtathletik	8	755
10	Pferdesport	4	636
11	Rudern	2	423
12	Kanu	2	388
13	Sportfischen	1	337
14	Tischtennis	6	235
15	Skilauf	1	216
16	Judo	3	211
17	Volleyball	5	199
18	Luftsport	1	198
19	American Football	2	194
20	Triathlon	3	194

Quelle: eigene Darstellung; Datengrundlage: SCHABERT und ECKL 2016, S. 12.

In der Umfrage zur Sportentwicklungsplanung wurde überdies auch um eine Bewertung der Bedingungen für Sport und Bewegung in Flensburg gebeten. In Abbildung 27 sind die kumulierten Prozentwerte der Nennungen mit „sehr gut“ und „gut“ abgebildet und einem interkommunalen Vergleichswert gegenübergestellt. Dabei wurde nach dem Schulnotensystem bewertet. Hier zeigt sich eine sehr kritische Bewertung der Flensburger. Kaum ein Aspekt der Bedingungen für Sport und Bewegung wird in Flensburg positiver bewertet als im interkommunalen Vergleich. Die Punkte die am besten bewertet werden, sind das Sportangebot der Kommerziellen (55%) und Vereine (52%). Dieses Angebot ist im Vergleich zum interkommunalen Vergleichswert jedoch ebenfalls deutlich weniger positiv bewertet. Es folgt dahinter mit größerer Lücke die Bewertung der vorhandenen Laufwege mit 31% guten oder sehr guten Bewertungen. Die am wenigsten positiven Bewertungen haben die Versorgung mit Freibädern (12%), der bauliche Zustand der Sporthallen (16%) sowie der Zustand der Sportplätze (16%) und der vorhandenen Fahrrad-

wege (16%). Es kann angenommen werden, dass hier das größte Handlungspotential herrscht (SCHABERT und ECKL 2016, S. 69 ff.).

Aus den Expertengesprächen haben sich noch weitere Bewertungen und Empfehlungen für das breitensportliche Angebotsspektrum der Stadt ergeben. So bewertet MÖLLER das Angebot sehr positiv und hofft das vorhandene Angebot über ein Online-Informationsportal zukünftig noch besser kommunizieren zu können. So sei es schneller und einfacher Angebote aus seinem Stadtteil zu bekommen (vgl. MÖLLER 2019, Abs. 123). DILLMANN bewertet das Angebot des Breitensport in Flensburg wie folgt:

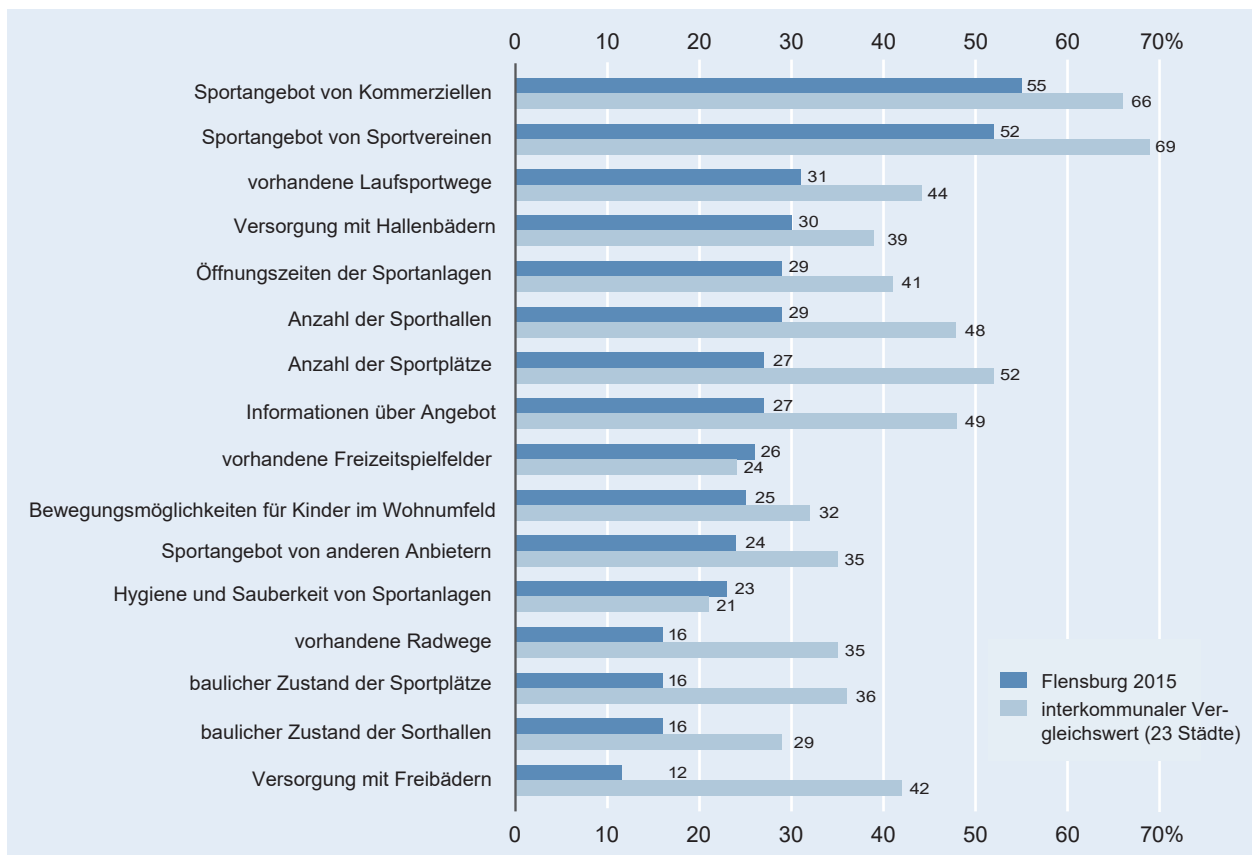
„Ich glaube [...] durch die vielen Vereine, die wir haben und auch durch den großen Verein TSB Flensburg, haben wir [...] richtig was zu bieten. Wir sind ja eine recht kleine Stadt. Was halt schade ist, ist z. B., dass wir nichts für Leute haben, die Cricket spielen. Das es auch nicht in der Sportentwicklungsplanung wirklich aufgenommen wurde. Es gibt halt junge Afghanen und davon gibt es auch viele in der Stadt. Cricket ist halt Nationalsport in Afghanistan und es gibt [...] junge Menschen, die zum Cricket spielen nach Dänemark fahren, weil dort Vereine sich darauf eingelassen haben, so einen Pitch umzusetzen. Dort rennen auch nur die hin, die die gültigen Papiere haben durch die Grenzkontrollen, das sprengt dann wieder so Gruppen.“ (DILLMANN 2019, Abs. 153).

Wirft man im nächsten Schritt einen Fokus auf den Trendsport, führt in Flensburg kein Weg an den Sportpiraten vorbei. Dieser freie Jugendhilfeträger bietet mit der Anlage des BMX- und Skateparks Schlachthof ideale Voraussetzungen für die Sportarten BMX und Skaten, aber auch für Sportarten wie Parcour, Streetbasketball oder Streetfußball. Es wird immer wieder auf neue Entwicklung im Sportbereich eingegangen, wie jüngst das Thema E-Sports. So beschreibt DILLMANN den Ansatz der Sportpiraten im Bereich Trendsport wie folgt:

„Da würde ich ganzheitlich rangehen. Alles irgendwie, denken und fühlen, was es so gibt, was mit Sport, aber nicht nur Sport, sondern auch was mit Bewegungskultur zusammenhängt und auch Innovationen zulassen - also nicht nur die traditionellen Sportarten sehen. Ein Reizthema ist ja irgendwie der Bereich E-Sport. Ist das Sport oder ist das kein Sport? Für mich ist es eine riesen Jugendkultur. Ich glaube, man muss es beobachten und man sollte diese Szenen auch unterstützen, wenn sie Unterstützung wollen. (DILLMANN 2019, Abs. 80).

Auch der TSB Flensburg will sich als Verein im Bereich E-Sport etablieren und hat hierfür bereits erste infrastrukturelle Voraussetzungen geschaffen.

Ein weiterer Trend ist die zunehmende Individualisierung des Sports, was sich in Flensburg an der hohen Beliebtheit



**Abb. 27: Beurteilung der Bedingungen für Sport und Bewegung in Flensburg; „Wie beurteilen Sie ...“; Kumulierte Prozentwerte der Nennungen „sehr gut“ und „gut“; N=752-1023**

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 69

von Fitnesssport, aber eben auch an Rad- und Laufsport zeigt. Von daher ist anzunehmen, dass erstens die Fitnessstudios als kommerzieller Anbieter diese Trends nutzen und weiter vermarkten und damit verstärken. Vereine sollten dem mit Innovationen begegnen. Zweitens stellen sich für die Stadt Anforderungen durch die stärkere Frequentierung von Sport- und Bewegungsräumen.

Der Seniorensport solle überdies als weitere Entwicklung aufgefasst werden, den ALBERTI aus stadtplanerischer Perspektive wie folgt beschreibt:

„Wir haben den Trend des Seniorensportes [...] planerisch immer wieder auf dem Schirm. Es gibt in Fruerlund [...] eine Anlage mit Fitnessgeräten unter freiem Himmel. Es wird auch immer wieder diskutiert, ob wir an anderen Orten gerade für die ältere Bevölkerung solche Angebote schaffen sollten und können. Wobei diese Anlagen für alle Menschen, auch für jüngere, eine Bewegungsmöglichkeit anbieten. Wohnortsnahe, niedrigschwellige Angebote sind aber besonders für die Ansprache von Senioren wichtig.“ (ALBERTI 2019, Abs. 54).

Dazu kommen die bereits angesprochenen Neuentwicklungen im Bereich Klettersport (vgl. Kapitel 5.3.5).

Das Kapitel hat aufgezeigt, dass die deutschlandweiten Veränderungen im Sportsystem auch in Flensburg festzustellen sind. Eine zunehmende Individualisierung sowie eine weite Ausfächerung des Sportsystems halten auch in Flensburg Einzug.

Das dargestellte Sportverhalten im Breitensport hat unmittelbare Raumwirkungen, die im Speziellen noch einmal in Kapitel 5.4.4 behandelt werden. Das nachfolgende Kapitel 5.4.2 wird zunächst auf Sportveranstaltungen eingehen, in denen sich zahlreiche Breitensportveranstaltungen wiederfinden. Über diesen noch fehlenden Indikator des Breitensports kann im Rahmen der konzeptionellen Konstruktion einer „Sportstadt“ dem Aspekt „Bedeutender Standort des Breitensports“ eine Gewichtung gegeben werden.

#### 5.4.2 Sportveranstaltungen und Stadtentwicklung

In Flensburg und dem unmittelbaren Umland gibt es zahlreiche regelmäßig stattfindende Sportveranstaltungen unterschiedlichster Größe und Bekanntheit. Die Tabelle 12 enthält einige wichtige dieser Sportveranstaltungen. Die Sortierung wurde dabei anhand der

Tab. 12: Wichtige Sportveranstaltungen in Flensburg und direktem Umland

Nr.	Sportveranstaltung	Sportart	ungefähre Teilnehmerzahl	ungefähre Besucherzahl/Event	Monat	Rhythmus	Bekanntheit (in jeweiliger Sportart)
A	B	C	D	E	F	G	H
1	Rum-Regatta	Segeln	130	30.000	Mai/Juni	jährlich	überregional
2	Butcher Jam und Dockyard Festival	BMX	250	15.000	Juni	jährlich	international
3	Staffeltag der Flensburger Schulen	Laufen	1.800 Schüler aus 37 Schulen	10.000	Juni/Juli	jährlich	regional
4	Jacob Cement Cup	Handball	4 Teams	6.000	August	jährlich	überregional
5	Heimspiele SG Flensburg-Handewitt	Handball	2 Mannschaften	6.000		25 - 30 Spiele pro Jahr	international
6	Flensburg liebt dich Marathon	Laufen	2.100	5.000	Juni	jährlich	überregional
7	„Wir bewegen Flensburg“	Sportmesse	30 Aussteller	5.000	Januar	jährlich?	regional
8	Ostseeman Glücksburg	Triathlon	1.600	5.000	August	jährlich	international
9	Sparda-Bank Cup (Altstar-Turnier)	Hallenfußball	6 Mannschaften	2.500	Januar	jährlich	national
10	Volkswagen Cup (Jugendfußball-Turnier)	Hallenfußball	30 Mannschaften	1.500	Januar	jährlich	national
11	Tanzgala im Deutschen Haus	Tanzen	RRC Flying Saucers & Tanzschule Tangothek	1.200	März	jährlich	regional
12	Internationales Förde-Pokal-Schwimmfest	Schwimmen	350	1.000	September	jährlich	überregional
13	Sparda-Bank Cup	Tennis	200	1.000	Juli	jährlich	überregional
14	Heimspiele SC Weiche Flensburg 08	Fußball	2 Mannschaften	1.000		17 Spiele pro Jahr	überregional
15	Hallenschau im Fördegymnasium	Tanzen	300	700	Dezember	jährlich	regional
16	Handewitter Sommerlauf	Laufen	1.240	600	September	jährlich	regional
17	Campus Triathlon	Triathlon	500	500	Mai	jährlich	regional
18	Flensburger Stadtwerke-Lauf	Laufen	1.000	500	März	jährlich	regional
19	Förde-Crossing	Schwimmen	400	400	August	jährlich	überregional
20	Adventslauf	Laufen	700	350	Dezember	jährlich	regional
21	Flensburger Fördewoche Hochsee-Segeln	Segeln	180 Yachten mit 1000 Seglern		September	jährlich	national
22	Robbe & Berking Sterling Cup	Segeln	60 Yachten und 400 Segler		Juni	jährlich	national
23	Company Cup	Segeln	40 Yachten		Oktober	jährlich	national

Quelle: eigene Zusammenstellung

geschätzten Besucherzahlen des jeweiligen Events vorgenommen, wobei Schätzungen für die Segelveranstaltungen in den Zeilen 21 bis 23 nicht möglich waren. Auch für andere Veranstaltungen sind Auskünfte

über Besucherzahlen nur schwer zu erhalten, sodass hier Schätzungen auf Grundlage der Veranstaltungswebseiten sowie der lokalen Mediendarstellungen abgegeben wurden. Die Teilnehmerzahlen (Spalte D) sind ebenfalls

ungefähre Werte der letzten Jahre auf Basis der eben beschriebenen Informationsmöglichkeiten.

Über die Besucherzahl hinaus ist insbesondere die mediale Reichweite für derartige Events von Bedeutung. Diese ist jedoch nur schwer zu bemessen, da über zahlreiche Kanäle (Zeitung, soziale Netzwerke, Webseiten, Fernsehen) von einzelnen Veranstaltungen berichtet wird und daher ein vollumfassendes Bild nur schwer zugänglich ist. Gesagt werden kann an dieser Stelle aber, dass die Sportveranstaltungen medial gänzlich unterschiedlich wahrgenommen werden. Eine Veranstaltung wie der Ostseeman Glücksburg oder die Spiele der SG Flensburg-Handewitt haben eine deutlich größere überregionale mediale Reichweite, wohingegen z.B. Volksläufe wie der Adventslauf nur sehr regional wahrgenommen werden. Für den Flensburg Marathon wurden im Rahmen der ersten Auflage vom Flensburger Stadtmarketing-Verein „Die schönste Förde der Welt“ Daten zu medialen Reichweite erhoben. So wurde vom Verein viel positive PR registriert: Die Berichterstattung auf Focus Online (tägl. ca. 5,4 Mio. Seitenaufrufe), Beiträge auf der SG-Internetseite (tägl. ca. 2.000 Seitenaufrufe) und im Konter (5.000 Exemplare) sowie weitere Meldungen im Flensburger Tageblatt (ca. 101.000 Leser pro Ausgabe), in der MoinMoin, in der Flensburg Avis und dem Stadtanzeiger wurden zur Kenntnis genommen. Hinzu kamen Meldungen von R.SH (tägl. ca. 1,4 Mio. Hörer) und dem NDR (täglich ca. 550.000 Seitenaufrufe bzw. 340.000 Zuschauer/SH Magazin). Ferner wurde eine hohe Resonanz in den sozialen Medien, allen voran auf Instagram aufgefasst („Die schönste Förde der Welt“ 2017, o. S.).

Als bedeutendster Ausrichter von Sportveranstaltungen in Flensburg kann definitiv die SG Flensburg-Handewitt aufgefasst werden mit bis zu 30 Heimspielen aus Liga- und Pokalwettbewerben und einem Zuschauerschnitt

von rund 6.000 Zuschauern pro Spiel sowie wöchentlicher medialer Berichterstattung. Die Spiele finden in der Flens-Arena statt (Abb. 28).

Ebenfalls innerhalb von Sportanlagen und mehrfach im Jahr finden die Spiele vom SC Weiche Flensburg 08 statt. Der Viertligist erreicht einen Zuschauerschnitt von rund 1.000 Zuschauern pro Spiel und hat 17 Heimspiele pro Saison.

Wie der Tabelle 12 zu entnehmen ist, können als sehr bedeutende Sportevents, die einmal im Jahr stattfinden, die jeweils mit einem kulturellen Rahmenprogramm verbundene Rum-Regatta, der Butcher Jam mit dem Dockyard Festival und der Staffellauf der Flensburger Schulen erfasst werden.

Die Rum-Regatta (Abb. 29) ist ein im 40. Jahr durchgeführtes Segelevent, bei dem über 130 historische Schiffe über Christi Himmelfahrt an einer Regatta auf der Flensburger Innenförde partizipieren und an die alten Handelsbeziehungen Flensburgs als Rumstadt erinnern. Ziel bei der nicht ganz ernsthaften Regatta ist der zweite Platz unter dem Motto „Lieber heil und Zweiter als kaputt und breiter“. Organisiert wird die Veranstaltung vom Museumshafen Flensburg und ist mit einer Art Stadtfest gekoppelt mit zahlreichen kulinarischen Angeboten (Museumshafen Flensburg 2019, o. S.).

Der Butcher Jam (Abb. 30) ist ein sehr publikumswirksames BMX-Event, das über das Pfingstwochenende zusammen mit dem Familienfest 72,5 hours und dem Dockyard Musikfestival stattfindet. Organisator sind die Sportpiraten, die das Event diesjährig in der 11. Auflage organisiert haben. Über drei Tage werden verschiedene Disziplinen in der Sportart BMX angeboten und von teils Weltklasse besetzten internationalen Feldern bestritten.



**Abb. 28:** Heimspiel der SG Flensburg-Handewitt in der Flens-Arena

Quelle: eigene Aufnahme





**Abb. 29: Rum-Regatta 2019**

Quelle: eigene Aufnahme

Das Besondere ist der Mix zwischen Profis und Amateurwettbewerben. Sönke KRÜGER beschreibt, dass von städtischer Seite folgendes beachtet wird:

„Also das ist auch so ein Event, das in der Planung beispielsweise mit dem Flensburg Marathon bewusst darauf geachtet wird, diese Events nicht zeitgleich stattfinden zu lassen, weil man einfach weiß, da überkreuzt sich ein Publikum, was an beiden Events Interesse hat und dem wollen wir ein bisschen entgegen wirken und sagen, lass es uns doch lieber auf die Wochenenden so verteilen, dass es für alle irgendwo Sinn macht.“ (KRÜGER 2019, Abs. 22).

Mit dem Staffeltag der Flensburger Schulen findet jährlich ein Sportgroßereignis mit ca. 1.800 Aktiven sowie 10.000 Zuschauern im Flensburger Volksparkstadion statt, an dem alle Flensburger Schulen inklusive der dänischen Schulen beteiligt sind und sich in leichtathletischen Laufdisziplinen untereinander messen.

Zu diesen regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen kommen unregelmäßig stattfindende Sportveranstaltungen. So wurden im vergangenen Jahr u.a. die Deutschen Meisterschaften im Rock'n Roll, die Internationale Deutsche und Offene Dänische Meisterschaft der Fol-

keboote, die Starboot EM, eine Box-Gala sowie die Landesmeisterschaften der Leichtathletik in Flensburg ausgerichtet.

An den beschriebenen Angeboten zeigt sich eine große Vielfalt an Veranstaltungsformaten des Sports. Ingo DEWALD beschreibt das Angebot an Sportveranstaltungen wie folgt:

„Es gibt aber so viele Sportevents von Europameisterschaft oder Weltmeisterschaften im Rock'n Roll über internationale Schwimmwettkämpfe, dass es eigentlich nicht die Events gibt, sondern eine Vielzahl von Events, die sich zusammen addieren und die eben den bunten Strauß der Sportausübung hier darstellen. Also da fällt es mir wirklich schwer etwas herauszustellen. Es ist genauso wichtig, dass hier engagierte Fußballer dabei sind und für ihre Begriffe da Leistungssport betreiben. Das ist schön, aber Fußball ist Sport, aber Sport ist nicht nur Fußball. Von daher ist es einfach die Vielzahl von sportlichen Aktivitäten auch bis hin zum Segelsport. Auf den verschiedensten Arten bis hin zu sowas wie einer Rum Regatta, wo eigentlich nachher der Langsamste den Preis gewinnt und nicht der Schnellste. Das ist so ein bisschen Antisport, aber dabei sein ist trotzdem alles. Das ist eben diese Vielfalt die da ist, aber die auch noch an vielen Stellen auch noch besser herausgestrichen und gelebt werden könnte.“ (DEWALD 2019, Abs. 44).

Unter den in Tabelle 12 aufgeführten Veranstaltungen finden sich zahlreiche, die im öffentlichen Raum ausgetragen werden und mit der Stadtverwaltung umfangreich abgesprochen werden müssen. Diese Kooperation bewertet der Veranstalter RIEDEL wie folgt:

„Es ist natürlich immer eine Frage wie bewertet man was. Also wir zahlen schon eine Menge Geld ans TBZ, was eine Tochter der Stadt ist, aber die leisten auch enorm viel. Da sind 10 Leute von denen am Marathon tag z. B. morgens um 4 Uhr auf den Beinen um knapp 400 Verkehrsschilder aufzustellen und Barken usw., die sie in den Tagen oder Wochen davor schon an die Stellen gebracht haben usw. und wir haben dann immerhin entgegenkommend den halben Preis in Rechnung gestellt bekommen. Was ich total in Ordnung finde. Wenn ich jetzt mit den anderen Veranstaltern spreche, dann sagen die vielleicht es ist immer noch viel zu teuer und das dürfen sie nicht, keine Ahnung, aber ich habe schon den Eindruck, wenn ich so etwas machen will, dann kann ich auch nicht erwarten, dass mir hier alle zu Füßen liegen und mir irgendwie alles hinterher schmeißen. Das muss irgendwo sich die Waage halten und das tut es aus meiner Sicht so.“ (RIEDEL 2019, Abs. 60).

Auch DILLMANN bewertet die Zusammenarbeit mit der Stadt als konstruktiv:

„Wenn die Veranstaltung vorbei ist, fangen wir an die neue zu organisieren[...] und da unterstützt uns die Stadt natürlich. Von der Ord-

nungsbehörde über das Kulturbüro sind irgendwie viele Fachbereiche dann noch involviert. Ich glaube wir haben großes Vertrauen seitens der Stadt.“ (DILLMANN 2019, Abs. 44).

Aus diesen Bewertungen kann eine gute Zusammenarbeit zwischen Stadt und Veranstaltern mit Verbesserungspunkten abgeleitet werden. Im Zuge der Sportentwicklungsplanung wurde von den Vereinen auch die Leistung der Stadt bei der Unterstützung für überregionale Sportveranstaltungen bewertet. Diese schnitt mit 7% guten oder sehr guten Bewertungen deutlich schlechter als der interkommunale Vergleichswert mit 40% positiven Bewertungen ab und wies somit deutliches Verbesserungspotential auf (SCHABERT und ECKL 2016, S. 51). Durch eine neue Sportförderrichtlinie aus dem Jahr 2018 können Sportveranstaltungen in Flensburg mit überregionaler Bedeutung Zuschüsse durch die Stadt erhalten (Stadt Flensburg 2018c, S. 4). Weitere Expertengespräche mit Veranstaltern wären daher für künftige Arbeiten ratsam, um einen vollumfänglichen Überblick über die Kooperation zwischen städtischen Akteuren und Veranstaltern zu bekommen.

#### 5.4.3 Leistungssport

Im Leistungssport zeigt sich die SG Flensburg-Handewitt als die alles überragende Sportmannschaft der Stadt mit



**Abb. 30: Butcher Jam 2019**

Quelle: eigene Aufnahme



der entsprechenden medialen Reichweite. Es hat sich gezeigt, dass die SG bezogen auf die Besucherzahlen der bedeutendste Ausrichter von Sportveranstaltungen in der Stadt ist. Der Handball erweist sich überdies als ein imageprägender Faktor für die Stadt Flensburg (s. Kapitel 5.4.5). Mit der Flens-Arena besteht ein Stadion, das den Anforderungen des Spitzenhandballs entspricht. Zudem existiert ein Handball-Leistungszentrum in Flensburg, das Jugendspieler in den Profihandball führt.

Neben der SG gibt es noch einige weitere Vereine auf nationalem oder internationalem Spitzenniveau in Flensburg. Die Vielfalt der Vereinsstrukturen des Breitensports spiegelt sich auch im Leistungssport wider. Bei einer Analyse von Presseartikeln sowie in den Interviews wurden immer wieder die Leistungen im Schwimmen, Tanzen, BMX-Fahren, Segeln, Fußball und der Leichtathletik hervorgehoben. Auch in weiteren Sportarten werden leistungssportliche Erfolge erzielt. Jede dieser Sportarten hat ihre eigenen Herausforderungen.

Im Bereich Schwimmen sind insbesondere die Synchronschwimmerinnen vom TSB Flensburg zu benennen. Mit dem Campusbad besteht „eines der besten Schwimmbäder in der ganzen Republik“ als Trainingsstätte für den Schwimmsport (DEWALD 2019, Abs. 54). Als kritisch für den Leistungssport werden jedoch die Öffnungszeiten des Campusbads bewertet.

„[...] die Schwimmer wünschen sich teilweise, dass sie eben morgens um halbsechs, sechs in die Halle dürfen, aber da wird teilweise erst um sieben oder acht auf gemacht. Das kostet zwar Arbeitskraft, aber nichts Investives. Und auf die Arbeitskraft kann man auch verzichten, weil immer ein Trainer dabei sein muss auch aus Sicherheitsgründen, dann könnte man ja auf einer Vertrauensbasis den Schlüssel abgeben. Aber das ist seit drei Jahren ein Ding, was leider nicht geht.“ (DEWALD 2019, Abs. 24).

Ein weiterer Bereich des Leistungssports in Flensburg stellt das Tanzen dar. So konnte insbesondere der RRC Flying Saucers nationale und internationale Titel im Rock'n'Roll verzeichnen und findet gute Infrastrukturen in Flensburg für die Ausübung dieses Sports vor.

In der Leichtathletik (LG Weiche Flensburg) sowie im Fußball (SC Weiche Flensburg 08) werden die infrastrukturellen Gegebenheiten zur Ausübung der Sportarten durchaus kritischer betrachtet. Die Leichtathleten trainieren im Volksparkstadion im Volkspark im Stadtteil Mürwik. Hier zeigt sich die Laufbahn in einen zunehmend schlechteren Stand und Modernisierungsbedarfe wurden mehrfach geäußert, um weiterhin Rahmenbedingungen für den Leistungssport zu ermöglichen. So stammen mehrere Teilnehmer von Deutschen Meister-

schaften aus dem Verein. Der SC Weiche Flensburg 08 hingegen hofft auf den Aufstieg in die dritte Fußballliga, was mit dem derzeitigen Stadion nicht möglich ist. Daher wurde der Bedarf angemeldet. Urte ALBERTI beschreibt, dass das Thema in der Stadtplanung angekommen ist:

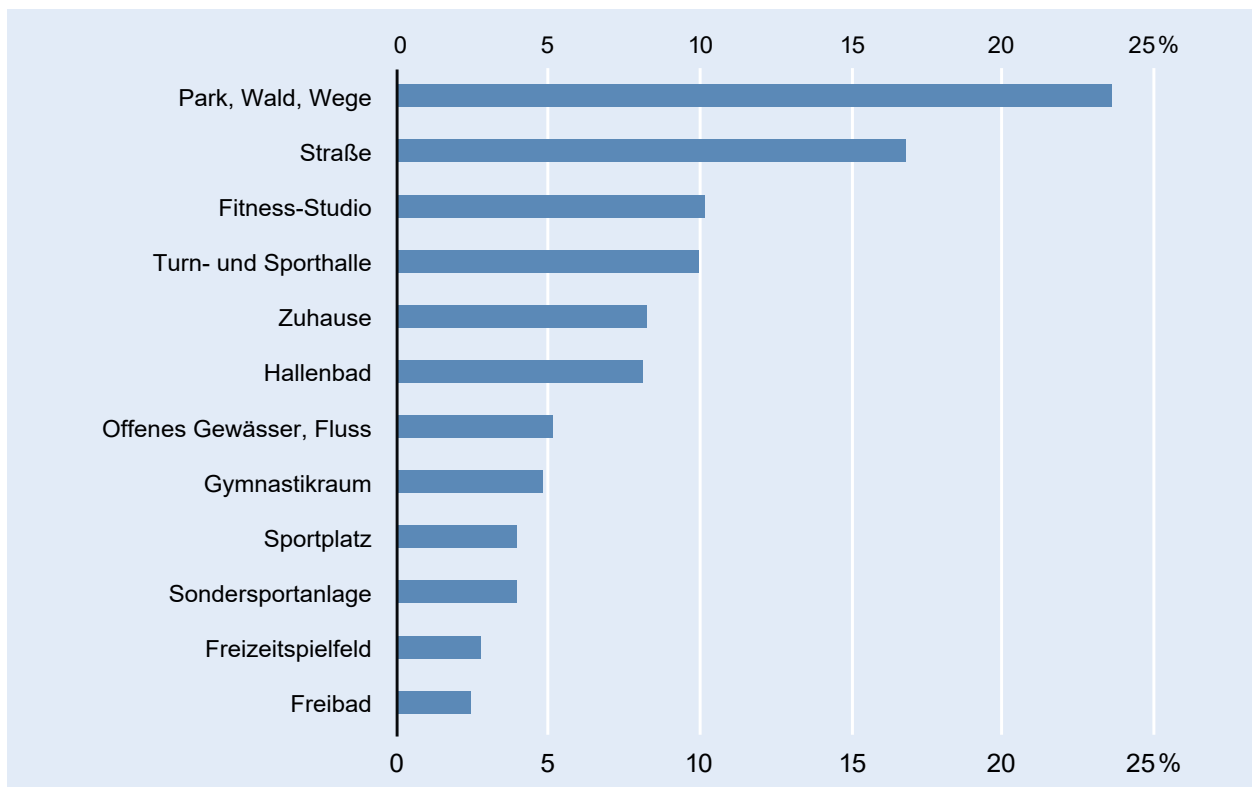
„Wir haben vor kurzem eine Task-Force Stadion eingerichtet als ein zentrales Koordinierungs- und Abstimmungsgremium, was im Prinzip auch diesen integrierten Gedanken lebt und da bin ich Ansprechpartnerin in unserer Abteilung und versuche die verschiedenen Bauleitungsprozesse zu Stadien usw. zu koordinieren oder helfe bei dieser Fördermitelakquise zum Thema Stadion am Volkspark.“ (ALBERTI 2019, Abs. 4).

Es konnte festgestellt werden, dass einige sehr bedeutende Akteure im Bereich Leistungssport in Flensburg ansässig sind, die teils deutlich andere Anforderungen als der Breitensport haben.

### 5.4.4 Sportinfrastruktur und Verteilung

Entscheidend für die Analyse der Sportinfrastruktur ist es zu schauen, welche Sportinfrastrukturen vorrangig durch die Flensburger Bevölkerung genutzt werden. Dabei zeigt sich, dass das mit 31 % Park, Wald, Wege und Straßen die meist genutzten Sport- und Bewegungsräume sind (SCHABERT und ECKL 2016, S. 66). Diese Nutzungsmuster werden durch Veranstaltungsreihen wie dem Flensburger Bewegungssommer mit vielen freien Sport- und Freizeitangeboten im öffentlichen Raum weiter begünstigt. Der Trend des selbst organisierten Sports im öffentlichen Raum ist hieran auch in Flensburg erkennbar, was sich bereits an der Organisationsstruktur des Sports in Flensburg in Kapitel 5.4.1 gezeigt hat. Die der Ebene drei der Theorie des Ebenenmodells aus Kapitel 2.2 zuzuordnenden frei zugänglichen Flächen sind in Flensburg die meistgenutzten Sporträume. Als weitere wesentliche Orte der Sport- und Bewegungsaktivitäten werden Räumlichkeiten von kommerziellen Sportanbietern in Form von Fitness-Studios mit 10 % genannt. Diese sind rein von den Nennungen gleichwertig mit Turn- und Sporthallen einzustufen. Im Ebenenmodell entsprechen diese Sport- und Bewegungsräume der Ebene zwei der stadtteilbezogenen Versorgung. Es zeigt sich an der Abbildung 31 die Vielzahl an genutzten Sport- und Bewegungsräumen. Sondersportanlagen erscheinen in dieser Auflistung mit 4 % seltener. So lässt sich bereits an dieser Graphik die Struktur des Ebenenmodells verifizieren bezogen auf die reine Nutzungshäufigkeit eines solchen Sportraums.

Für eine Betrachtung der Sportinfrastruktur erweist sich aus dieser Vorbetrachtung heraus eine Aufgliederung in wesentliche öffentliche Räume, kommerzielle An-



**Abb. 31: Orte der Sport- und Bewegungsaktivitäten; „An welchen Orten üben Sie Ihre Sportarten / Bewegungsaktivitäten aus?“; Mehrfachantworten möglich; N=744; n=5.842**

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 66

bieterstrukturen sowie Vereins- und städtische Sportstätten als zielführend. Darauf aufbauend erfolgt eine Klassifizierung der Sportstätten auf Grundlage der in Kapitel 2.2 benannten Ordnungsklassen.

In Abbildung 32 sind die verschiedenen Sportstätten in der Stadt Flensburg auf Basis bereitgestellter Geodaten sowie eigener Erhebungen dargestellt. Dabei wurde eine Kategorisierung der Sportstätten in Sportplatz, Stadion, Sporthalle, Hallenbad sowie weitere Sportmöglichkeiten vorgenommen. Ebenfalls werden in der Karte Waldflächen gezeigt, die als öffentliche Bewegungsräume gerne u. a. zum Joggen oder Radfahren genutzt werden. So sind ausgedehnte Waldflächen im Stadtteil Westliche Höhe sowie im Stadtteil Fruerlund mit der Marienhölzung und dem Volkspark vorhanden. Ein weiterer viel frequentierter Sport- und Bewegungsraum ist die Fördekante entlang der Innenförde. Diese Flächen werden als multifunktionale Sporträume genutzt. MÖLLER beschreibt derartige Sporträume wie folgt:

„[...] ja auch Laufwege, Radwege, kleine multifunktionale Inseln für Sport und Bewegung, die nicht von Vereinen genutzt werden, sondern von Leuten, die einfach da vor Ort leben, das ist auch Sportinfrastruktur.“ (MÖLLER 2019, Abs. 142).

Bei einer Analyse der Sportstätten über eine fußläufige Erreichbarkeit von 20 min als Annahme für eine wohnortnahe Versorgung zeigt sich eine nahezu vollständige Versorgung Flensburgs mit Sportstätten. Lediglich im Südwesten Flensburgs kann eine weniger flächendeckende Versorgung mit Sportstätten in fußläufiger Erreichbarkeit festgestellt werden (Abb. 33).

Anhand der Verteilung von Fitness-Studios wird nachfolgend auf die kommerziellen Anbieterstrukturen eingegangen. Es zeigt sich eine leichte Konzentration an Fitness-Studios im Zentrum Flensburgs. In den Stadtrandlagen existieren deutlich weniger Studios (Abb. 34). Schaut man sich im nächsten Schritt die Einzugsgebiete der Fitness-Studios auf Basis einer fußläufigen Erreichbarkeit von 20 min an, zeigt sich eine nahezu vollständige Versorgung Flensburgs mit Fitness-Studios. Eine Erreichbarkeit von 20 min wurde auf Grund der zumeist sehr lokal begrenzten Versorgungsstrukturen von Fitnessstudios gewählt.

Anhand der 20-minütigen fußläufigen Erreichbarkeitszonen in Abbildung 35 kann eine Konzentration des Versorgungsangebots im Zentrum der Stadt festgestellt werden und es können in den zentralen Lagen der Altstadt so-

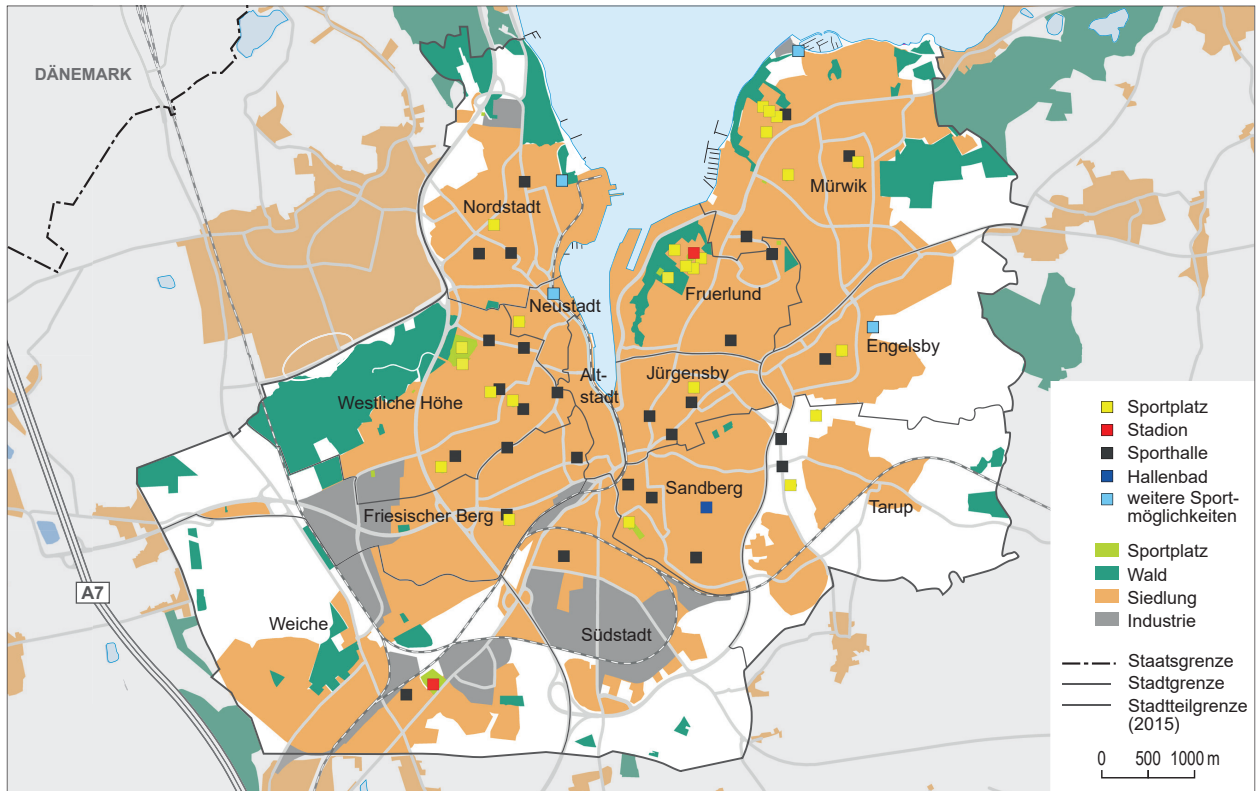


Abb. 32: Übersicht über die Flensburger Sportstätten

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten vom TBZ AöR Abteilung 3.4 – Vermessung 2019; Stadt Flensburg 2019, Turn- und Hallenvergabe

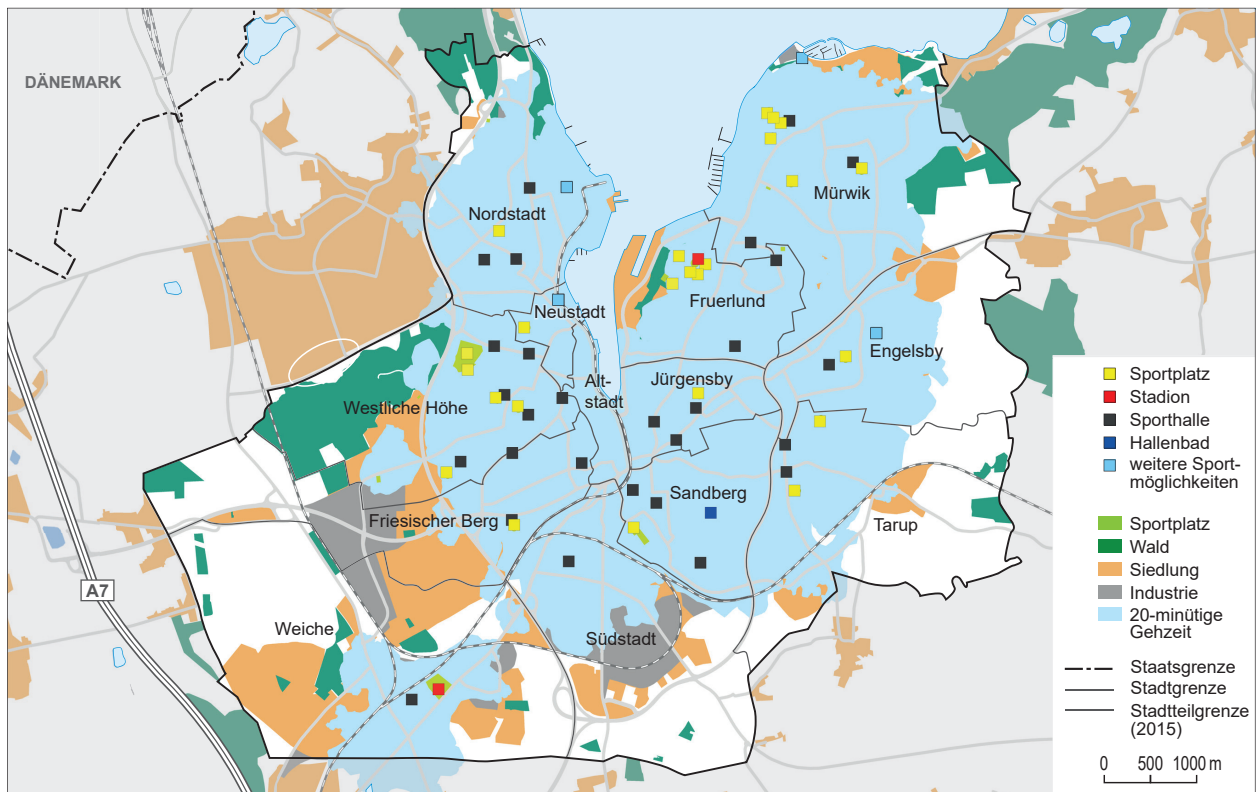
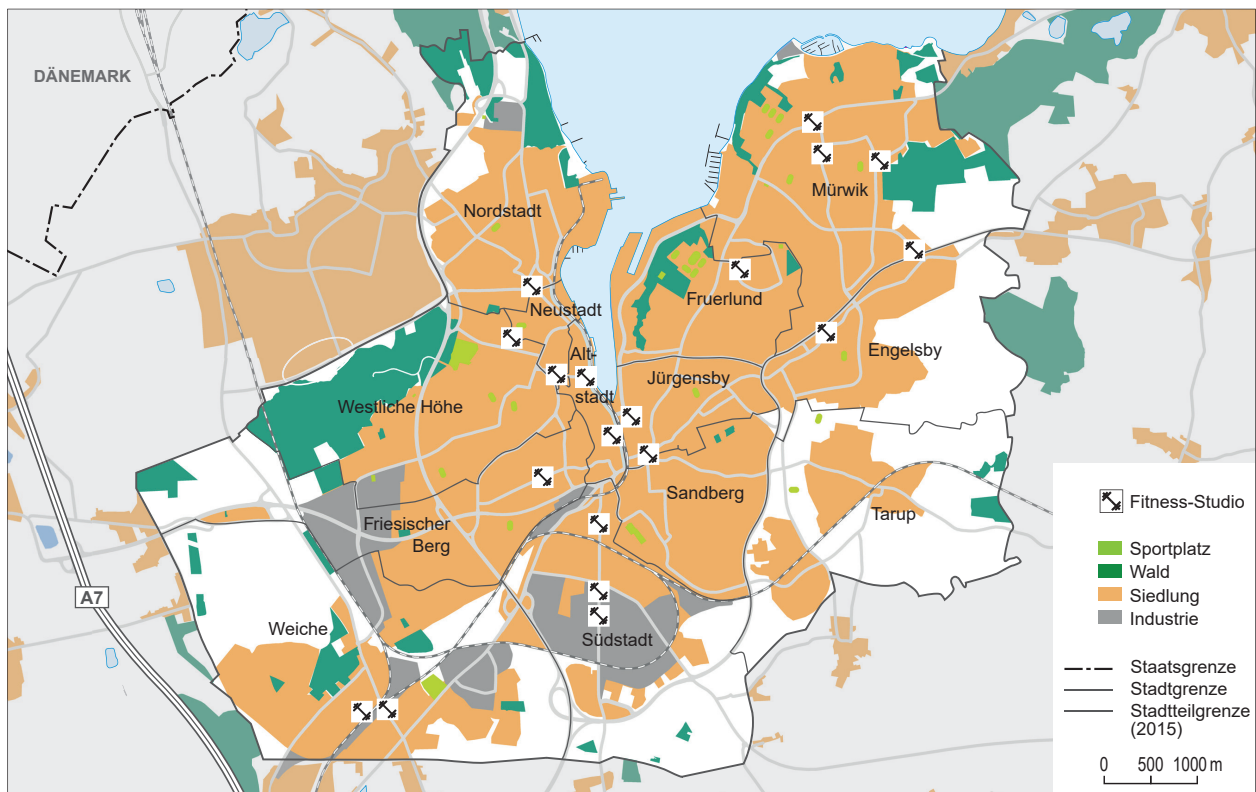


Abb. 33: Übersicht über die Flensburger Sportstätten mit 20-minütiger fußläufiger Erreichbarkeit

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten vom TBZ AöR Abteilung 3.4 – Vermessung 2019; Stadt Flensburg 2019, Turn- und Hallenvergabe





**Abb. 34: Verteilung von Fitnessstudios in Flensburg**

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten vom TBZ AöR Abteilung 3.4 – Vermessung 2019; Stadt Flensburg 2019, Turn- und Hallenvergabe

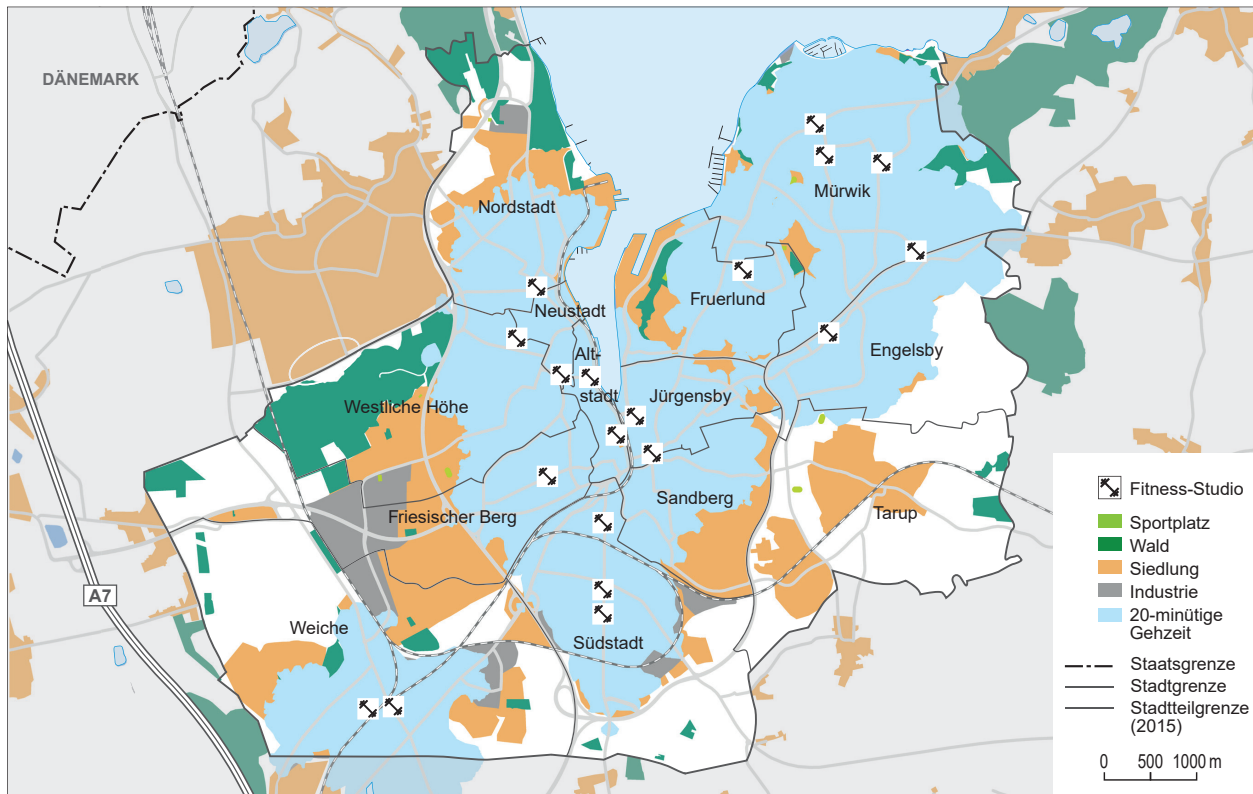
wie Jürgensby starke Konkurrenzen angenommen werden, da sich hier Einzugsgebiete engmaschig überlappen. An den Stadtrandlagen insbesondere in Tarup, Westliche Höhe und Friesischer Berg, sind teils keine Fitnessstudios in fußläufiger Erreichbarkeit vorhanden. Es ist anzunehmen, dass die Angebote in den zentralen Lagen auch für die Versorgung der Einwohner in den Stadtrandlagen dienen, ähnlich wie es im klassischen Einzelhandel der Fall ist.

Bei der Gliederung der Sportstätten nach Ordnungsklassen auf Grundlage der *Sports Place Theory* und des Ebenenmodells zeigt sich die in Abbildung 36 aufgeführte Aufteilung nach Ordnungsklassen. Unter Ordnungsklasse 1 fallen dabei Sportstätten mit einem deutlich überregionalen Einzugsgebiet. Hierunter wurden die Sportstätten der Flens-Arena, das Campusbad, das Manfred-Werner-Stadion, das Volksparkstadion, das Jump-House sowie der FlensBloc aufgeführt. In der Betrachtung wurden also auch weitere kommerzielle Sportstätten berücksichtigt, die in die Einzelbetrachtungen zuvor nicht eingeflossen sind. Unter die Ordnungsklassen 2 (acht Sportstätten) und 3 fallen hingegen Sportstätten mit abgestuft regionaleren Einzugsgebieten.

Für die Kategorisierung sind lediglich Sportstätten eingeflossen. Bewegungsräume wie Parks oder Waldflächen

wurden hier nicht berücksichtigt, da eine vollständige Erfassung nicht gänzlich gewährleistet werden kann. Die zu Verfügung stehenden Daten aus den Interviews und der Sportentwicklungsplanung können dies nicht abbilden, sodass eine Abwandlung des Ebenenmodells für die Einstufung angewandt wurde. Sportstätten, die der reinen Versorgung eines Stadtteils dienen, werden dabei der dritten Ordnungsklasse zugeordnet, wie es BALEs Sports Place Theory empfiehlt. In der Abbildung 36 lässt sich trotz der methodischen Anpassung dennoch eine pyramidale Struktur der Versorgungsstruktur erkennen, mit wenig überregional bedeutsamen Sportstätten.

Bei der Analyse der räumlichen Verteilung der Sportstätten nach Ordnungsklassen, zeigen sich hingegen einige Abweichungen, aber auch Gemeinsamkeiten zum Idealmodell nach BALE (Abb. 37). Auf Ebene der Ordnungsklasse 3 lassen sich einige Gemeinsamkeiten feststellen. Die Abstände zwischen den Sportstätten sind auf dieser Ebene am geringsten und in den zentralen Lagen homogen über das Stadtgebiet verteilt. Die Sportstätten der zweiten Ordnungsklasse sind ebenfalls sehr gleichmäßig über das Stadtgebiet verteilt und Randlagen werden besser mit abgedeckt, wobei die Abstände nicht der doppelten Entfernung derjenigen der dritten Ordnungsklasse entsprechen und keine hexago-



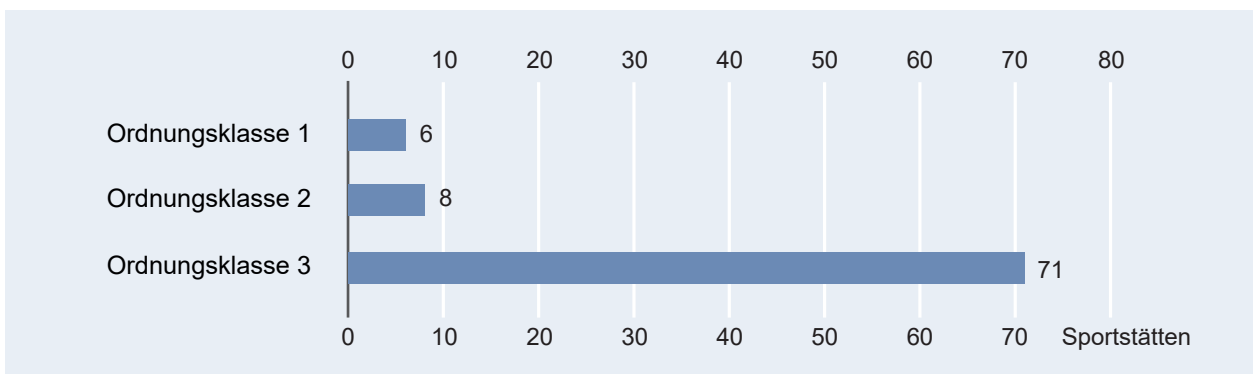
**Abb. 35: Verteilung von Fitnessstudios in Flensburg mit 20-minütiger fußläufiger Erreichbarkeit**

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten vom TBZ AöR Abteilung 3.4 – Vermessung 2019; Stadt Flensburg 2019, Turn- und Hallenvergabe

nale Verteilungsstruktur identifizierbar ist. In der ersten Ordnungsklasse mit überregionalem Einzugsgebiet ist eine deutliche Konzentration im südlichen Teil der Stadt festzustellen. Fünf von sechs Sportstätten dieser Ordnungsklasse finden sich im südlichen Teil der Stadt. Dort ist eine bessere Erreichbarkeit auch aus dem Umland zu gewährleisten.

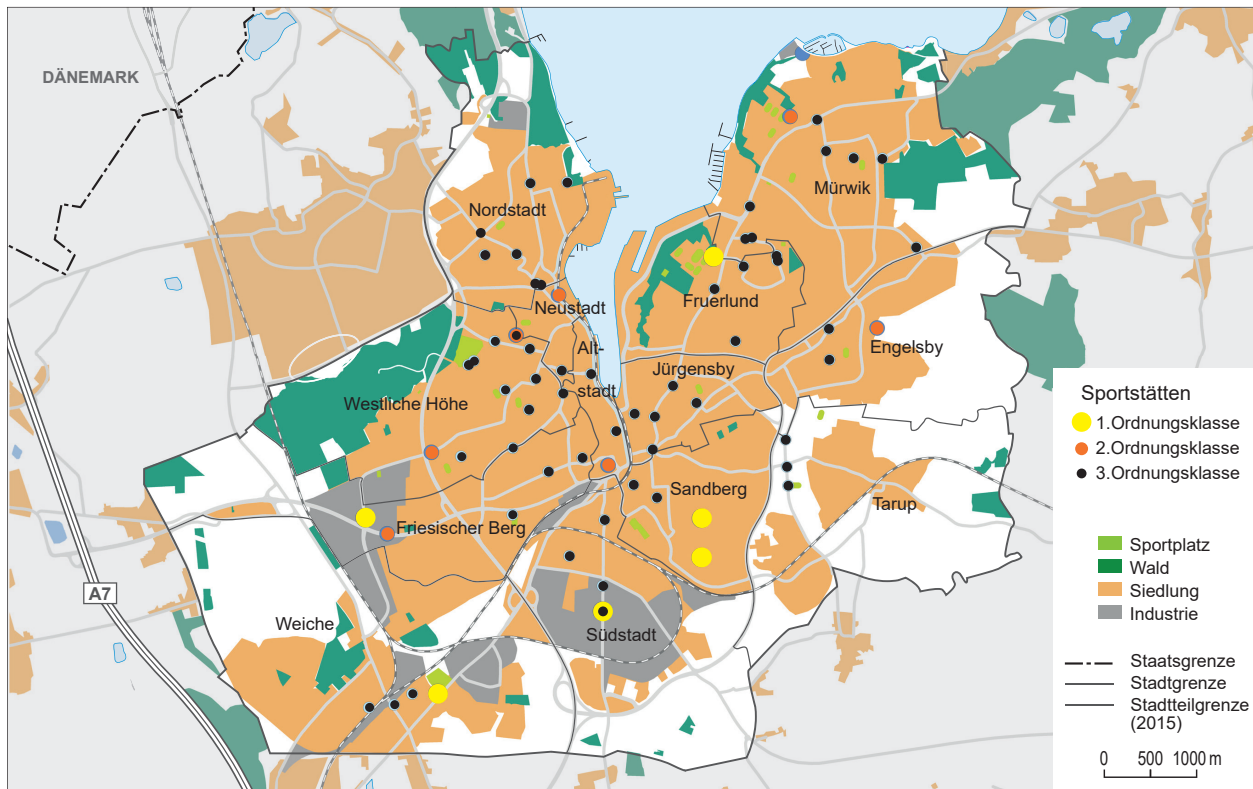
Über die Berechnung von den Ordnungsklassen zugeordneten Kilometerradien, zeigt sich die Versorgungsstruktur an Sportstätten noch eindeutiger. Im ersten

Schritt wurden auf Grundlage von Kapitel 2.2 Erreichbarkeitsbuffer von 800m um die Sportstätten der dritten Ordnungsklasse gezogen. Die zentralen Bereiche sind wie bereits zuvor identifiziert vollständig mit Sportstätten der ersten Ordnungsklasse ausgestattet, wohingegen die eher dünn besiedelten Stadtrandbereiche weitere Fahrzeiten auf sich nehmen müssen. Nimmt man nun die zweite Ordnungsklasse mit einem Umfang von 2 km hinzu, zeigt sich eine umfängliche Versorgung mit Sportstätten dieser Ordnungsklasse mit leichten Einschränkungen in den südlichen Randlagen, wobei hier



**Abb. 36: Anzahl an Sportstätten pro Ordnungsklasse**

Quelle: eigene Darstellung



**Abb. 37: Räumliche Verteilung von Sportstätten nach Ordnungsklassen**

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten

keine Differenzierung nach Sportarten vorgenommen wurde. So sei an dieser Stelle kritisch angemerkt, dass die Versorgungsstrukturen in einzelnen Sportarten von der hier dargestellten Betrachtung teils deutlich abweicht. Eine differenzierte Betrachtung nach einzelnen Sportarten wäre für zukünftige Untersuchungen durchaus interessant. Bei den Sportstätten der ersten Ordnungsklasse ist trotz einer deutlich ungleichmäßigeren Verteilung als bei jenen der zweiten Ordnungsklasse durch die Erreichbarkeitsbuffer von 5km eine vollständige Versorgung gewährleistet (Abb. 38).

#### 5.4.5 Stadtimage und Stadtidentität

Das Stadtimage Flensburgs ist vor allem durch einige überregionale Imageträger beeinflusst. Diese werden in der Außenwahrnehmung entsprechend mit der Stadt in Verbindung gesetzt. Dies sind die Brauerei Flensburger, das Kraftfahrbundesamt, die Marine und maritime Industrie/Gewerbe, der Handball oder der Orion-Verband (Stadt Flensburg 2018b, S. 97). So schätzt es auch Sönke KRÜGER ein:

„Flensburg, das sind Punkte, KBA, das ist die Brauerei, das ist Pils und das ist vielleicht noch Beate Uhse von früher. Das ist in den Köpfen eigentlich immer so drin, gerade wenn man von hier kommt. Das ist etwas womit sie Flensburg immer verbinden. Der Stadtmarketing Verein

versucht natürlich über „Flensburg liebt dich“, über diese Kampagne zu sagen, Flensburg hat ein großes Herz. Flensburg mag dich, Flensburg bietet dir extrem viele Möglichkeiten u. a. auch im Sport.“ (KRÜGER 2019, Abs. 54).

Die Imagekampagne „Flensburg liebt dich“, die vom Verein „die schönste Förde der Welt“ getragen wird, wirkt insofern ebenfalls als imageprägender Faktor.

In Bezug auf den Sport hat sich aus der Befragung im Rahmen der Sportentwicklungsplanung gezeigt, dass die Flensburger Bevölkerung die Stadt mit 45% Zustimmung als „Sport- und bewegungsfreundliche Stadt“ wahrnimmt. Dabei wurden die Bewertungskategorien „trifft voll und ganz zu“ sowie „trifft eher zu“ kumuliert. Im interkommunalen Vergleich ist diese Bewertung aber deutlich unterdurchschnittlich (Abb. 39).

Tabelle 13 stellt eine Auswahl an Wortpaaren zum Flensburger Sportsystem gegenüber, die von den interviewten Experten bewertet wurden. Anhand der Zustimmung für die eine oder andere Eigenschaft zeigt sich wie das Sportsystem der Stadt von den Experten wahrgenommen wird. Klare Gewichtungen der Experten zeigen sich darin, dass der Sport in Flensburg eher vereins- und wettkampforientiert ist als frei, dass der Sport



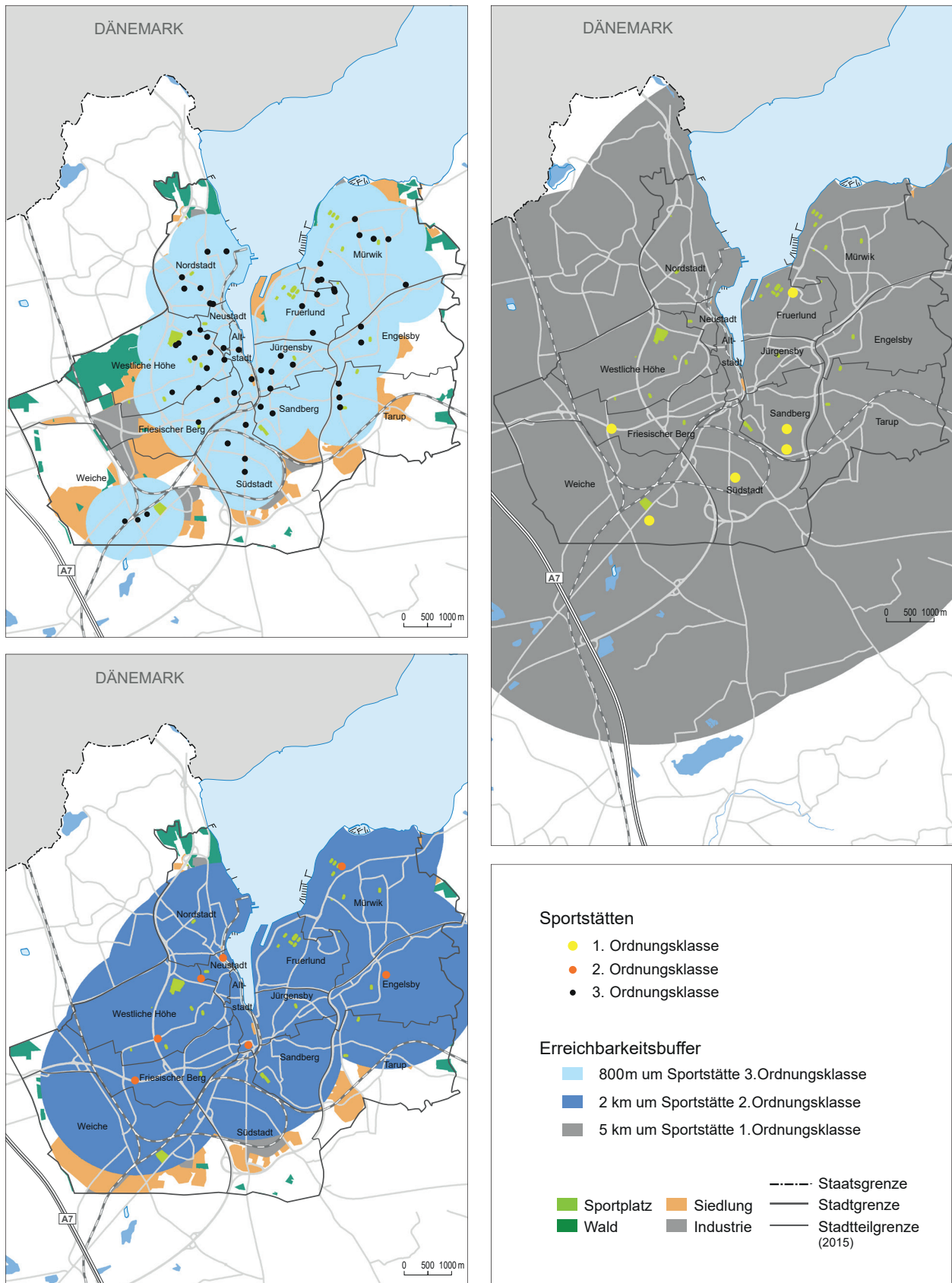


Abb. 38: Erreichbarkeitsbuffer für die Sportstätten der drei Ordnungsklassen

Quelle: eigene Darstellung mit RegioGraph; Datenquellen: Geodaten vom TBZ AöR Abteilung 3.4 – Vermessung 2019; Stadt Flensburg 2019, Turn- und Hallenvergabe

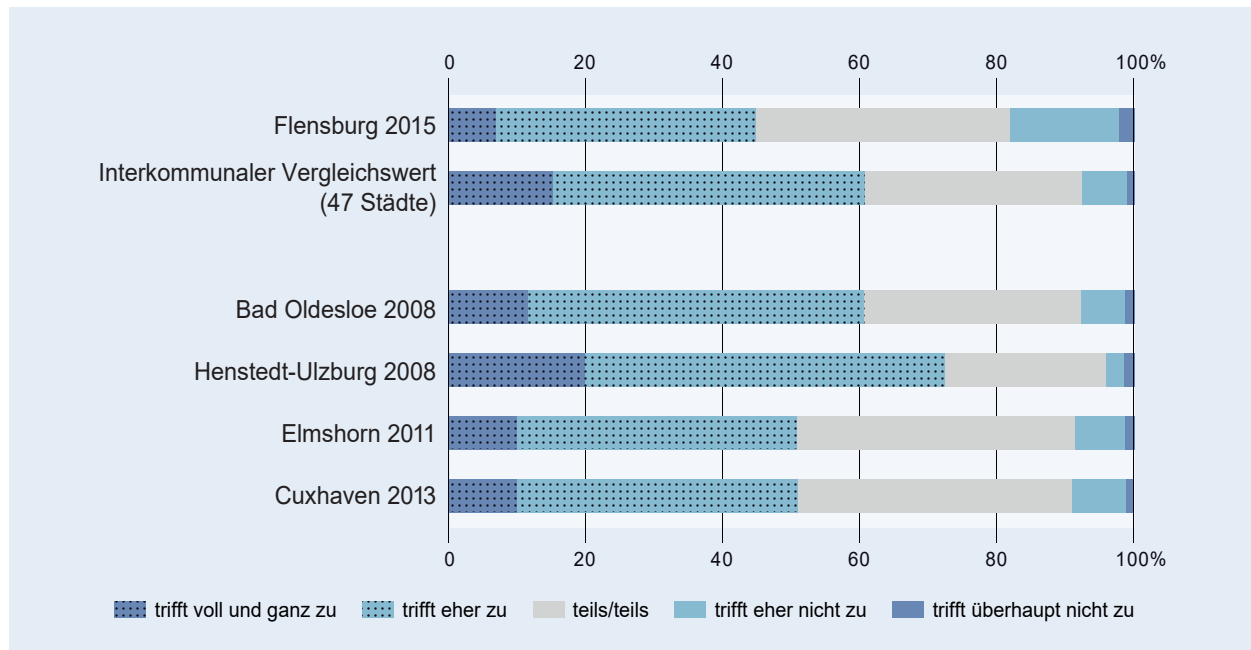


Abb. 39: Sport- und bewegungsfreundliche Stadt – Städtevergleich

Quelle: SCHABERT und ECKL 2016, S. 82

eher Breitensportlich als Leistungssportlich orientiert ist und dass die Sportinfrastruktur dezentral über die Stadt verteilt ist. Ferner wird das Sportsystem als mehr zukunftsorientiert als abwechslungsreich sowie bewe-

gungsfreundlich eingestuft. Weiter liegt eine deutliche Gewichtung darauf, dass das Sportangebot in Flensburg Angebote für jeden präsent hält und sich als eher modern darbietet.

Tab. 13: Bewertungsmatrix des Sportsystems in Flensburg mit Anzahl an Nennungen

Matrix Sportsystem in Flensburg						
Eigenschaft	sehr	etwas	weder noch	etwas	sehr	Eigenschaft
modern	0	5	1	1	0	unmodern
spannend	2	2	3	0	0	langweilig
medial präsent	1	1	2	3	0	medial unterrepräsentiert
grün	0	2	5	0	0	nicht grün
Angebote für jeden	3	3	1	0	0	kaum Angebote
bewegungsfreundlich	0	7	0	0	0	nicht bewegungsfreundlich
abwechslungsreich	2	4	0	1	0	eintönig
zukunftsorientiert	2	3	1	1	0	stagnierend
gute Informationsmöglichkeiten	0	3	2	1	0	kaum Informationen
dezentral	1	4	1	1	0	konzentriert
vernetzt	0	3	2	2	0	nicht vernetzt
multifunktionale Sport- und Bewegungsräume	0	3	1	3	0	monofunktional
Leistungssport	0	2	1	4	0	Breitensport
vereins- und wettkampforientiert	0	5	1	1	0	frei
Sport prägt Stadtimago	1	2	3	1	0	Sport nicht bedeutend für Stadtimago

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Grundlage der Experteninterviews



Es zeigt sich insbesondere an Abbildung 39, dass dem Sport in Flensburg nur eine untergeordnete Rolle für das Stadtimage zugeschrieben wird. Ebenfalls kann daraus abgeleitet werden, dass der Einfluss des Sports auf die Stadtidentität begrenzt ist.

### 5.4.6 Tourismus und Sport

Für die Analyse des Sporttourismus in der Stadt Flensburg eignet sich die Unterscheidung der Sporttouristen nach Nachfragetypen auf Basis der in Tabelle 3 vorgenommenen Klassifizierung. Dafür dient das Angebot der Tourismus Agentur Flensburger Förde als wesentliche Analysegrundlage.

Angefangen beim Nachfragetyp des sportorientierten Aktivurlaubers, werden eine Reihe von vielfältigen Angeboten unter der Kategorie „Natur- & Aktivurlaub“ auf der Webseite der Tourismus Agentur Flensburger Förde präsentiert. So führt die Tourismus Agentur dort verschiedene Informationen in den Bereichen Wassersport, Rad- und Wanderwege, Wandern, Triathlon, Minigolf, Golf, Swing-Golf, Bowling, Tennis, Reiterhöfe und Naturschönheiten auf. In der Regel beschränkt sich das dargebotene Angebot auf eine Kurzdarstellung und Benennung des Anbieters mit den entsprechenden Kontaktdaten. Damit bietet die Tourismus-Agentur eine breite Auswahl an Informationen, um über einen entsprechenden Anbieter die Angebote zu buchen.

Der zweite Nachfragetyp sind die Sporturlauber mit dem Sport als Hauptmotiv der Reise. Als einzige Angebote hierfür finden sich auf der Webseite der Tourismus Agentur Flensburg buchbare Pauschalreisen für eine Radtour in der deutsch-dänischen Grenzregion unter dem Titel „Eine echte Grenzerfahrung“ sowie eine Wandertour auf 6 Etappen mit dem Titel „Wandern auf dem Fördesteig“.

Für die sporttouristischen Veranstaltungsbesucher und auch für die Wettkampftouristen erweisen sich einige der in Tabelle 12 aufgeführten Veranstaltungen als relevant. Jedoch ist sporttouristisches Interesse immer an die jeweilige DNA der Veranstaltung gekoppelt. Kommen internationale Spitzenathleten wie z. B. beim Ostseeman oder beim Butcher Jam, müssen diese regional untergebracht werden. Diese wiederum können durch ihre Bekanntheit Einheimische aber auch Externe für einen Besuch der Veranstaltung in deutlich höherem Maße motivieren, als es Amateursportler könnten. Auch Besucher von außerhalb beanspruchen im Zusammenhang mit einer solchen Veranstaltung Beherbergungskapazitäten. Auch hier erweisen die Handballer der SG Flensburg-Handewitt wohl über das Jahr hinweg die größte sporttouristische Sogwirkung. Gegnerische Mannschaf-

ten sowie deren Anhänger beanspruchen häufig Beherbergungskapazitäten. Sporttouristisch finden sich auf der Seite der Tourismus Agentur vor allem Events, die alle auf Flensburgs attraktive Lage an der Förde anspielen. So wird in einem regionalen Verständnis als Flensburger Förde Region insbesondere der Ostseeman Triathlon in Glücksburg, das Glücksburger Förde-Crossing (Freiwasserschwimmen) sowie der Company Cup beworben.

Für Trainingsreisende liegen keine speziellen Angebote auf der Webseite der Tourismus Agentur vor. Diese Gruppe bildet auf Grundlage der Webseite wohl keine primäre Zielgruppe.

### 5.4.7 Bewertung der Nutzung von Sport als Instrument der Stadtentwicklung

Das Kapitel hat gezeigt, dass der Sport in Flensburg bereits stark in die Stadtentwicklung integriert ist. Dies belegt einerseits das ISEK, das die strategische Ausrichtung der Stadt abbildet. Für die Aufstellung des ISEK wurden wesentliche Aspekte der zuvor veröffentlichten Sportentwicklungsplanung mit eingebunden, die als Grundlagenpapier der Sportentwicklung in Flensburg benannt werden kann. An diesen Papieren zeigt sich die Zielsetzung einer sport- und bewegungsfreundlichen Stadt als Leitbild der Stadtentwicklung. Neben der Ausrichtung der Stadtentwicklung anhand von Strategiepapieren, zeigt sich die Integration des Themengebiets Sports in der Stadtentwicklung vor allem an den Akteuren, die jene strategischen Papiere umsetzen. Es konnten Netzwerkstrukturen identifiziert werden, die maßgebliche Treiber einer tiefergehenden Integration sind und in denen das Ziel der sport- und bewegungsfreundlichen Stadt verfolgt wird.

Für die Bewertung der Nutzung von Sport als Instrument der Stadtentwicklung in Flensburg diente die in Kapitel 2.2 entwickelte Tabelle mit den Kriterien einer Sportstadt als wesentliche Untersuchungsgrundlage. Eine Analyse der einzelnen Indikatoren fand insbesondere in Kapitel 5.4 statt. Aufbauend auf dieser Analyse sind den einzelnen Indikatoren nachfolgend Punktzahlen zugeordnet, aus denen sich die Bewertung in Tabelle 14 ergibt. Diese spiegelt einen zusammenfassenden Eindruck wider, inwiefern Flensburg bereits als Sportstadt bezeichnet werden kann. So erhält Flensburg mit 26 von 35 Punkten 74% der erreichbaren Punkte. Über eine weitere Verfolgung und laufende Evaluation der Ziele der Sportentwicklungsplanung kann es Flensburg gelingen, sich als Sportstadt zu etablieren. In der derzeitigen Struktur, insbesondere in der Außendarstellung über den Sport, zeigt Flensburg noch deutlichen Handlungsbedarf, um die Potentiale

des Sports bestmöglich für die Stadtentwicklung nutzbar zu machen. Die Akteure des Stadtmarketing und des Vereins „Schönste Förde der Welt“ erweisen sich dabei als relevant, um das Image einer Sportstadt nach außen und nach innen zu transportieren, um darüber auch die Identität der Stadt zu beeinflussen. Dies birgt aber auch immer gewisse Risiken, da ohne die entsprechenden Rahmenbedingungen, eine Vermarktung als Sportstadt als nicht glaubwürdig gegenüber den eigenen Bürgern und gegenüber Externen erscheint und damit der Konsens fehlt. Daher sind im ersten Schritt zunächst die Strukturen zu schaffen, um Potentiale voll ausschöpfen zu können. ALBERTI beschreibt in diesem Kontext sehr passend:

„Sanierung, Ertüchtigung, Modernisierung in Verbindung mit Denkmalschutz ist ein wichtiges Thema, sollte aber zu keinem Exklusivstandort für vereinsgebundenen Sport werden, sondern den Breitensport mitnehmen. Das ist für mich die große Herausforderung [...]. Ansonsten finde ich [...], dass wir die Qualitäten, die wir in Flensburg haben, die auch in den Bewegungsräumen ausgearbeitet werden, bekannter machen sollten. Das geht in Richtung Marketing und Kommunikation, die Angebote publik zu machen. Ein Ansatzpunkt zur Einbindung des Breitensports ist die Verknüpfung mit Mobilitätskonzepten im Alltag. Ganz

normale bzw. alltäglich benutzte Wege so zu gestalten, dass sie einladend für sportliche Aktivität sind. [...] Auch wenn wir [...] öffentliche Räume [...] gestalten, dabei bewegungsaktivierende Möblierung mit zu denken.“ (ALBERTI 2019, Abs. 58).

Überdies erweist es sich als relevant bei der zukünftigen Weiterentwicklung der Sportinfrastruktur, Netzwerke auf Stadtteilebene zu bilden, die aktive Nutzer entsprechender Räume mit einbinden und so noch mehr als bisher interdisziplinär zu denken. Die Gestaltung von Sporträumen sollte insofern auch als Instrument der sozialen Integration und Vernetzung genutzt werden. Ein weiterer wesentlicher Punkt zur Ausschöpfung der Potentiale des Sports für die Stadtentwicklung ist der Informationsfluss über das entsprechende Sportangebot in der Stadt. Hier erweist sich der Flensburger Bewegungssommer als vorbildliches Projekt, das über entsprechende Angebote im öffentlichen Raum über die Sommermonate hinweg informiert. Bisher fehlen jedoch Informationsmöglichkeiten von städtischer Seite, um das entsprechende Sportangebot insbesondere im Breitensport in seiner Fülle zu präsentieren. Davon würden Vereine und Einwohner gleichermaßen profitieren können, da die kommerziellen Sportanbieter meist deutlich offensiver in der Außenver-

**Tab. 14: Bewertung der Nutzung des Sports als Instrument der Stadtentwicklung**

Nr.	Indikatoren	erreichte/ mögliche Pkt.	Anmerkung
A	B	C	D
1	Bedeutender Standort des Breitensports	4,5/5	zahlenmäßig große und vielseitige Vereinslandschaft, bedeutende regionale und überregionale Breitensportveranstaltungen, demographische Nachfragestrukturen, Sportentwicklung
2	Austragungsort bedeutender Sportevents	4/5	regional, national und international bedeutsame Sportveranstaltungen, Wettbewerbsaktivitäten
3	Bedeutender Standort des Leistungssports	4/5	Handballleistungszentrum, bedeutende Stadien (Flens-Arena, Volksparkstadion), Heimatort bedeutender Sportler und Vereine der nationalen Ligen
4	Sportinfrastruktur	3/4	Ausgewogene Verteilung von Sportstätten und Bewegungsräumen, Investitionsstau
5	Stadtimage und -identität	2/4	Sport nur einer von vielen Faktoren der Außenwahrnehmung und Selbstwahrnehmung Flensburgs
6	Verankerung des Sport in strategischen Papieren der Stadt	3/3	Sportentwicklungsplanung, ISEK
7	Präsenz in den Medien	2/3	Massenmedien, Soziale Netzwerke und Internetauftritte
8	Städtisches Marketing	1/2	Flensburg Marathon liebt dich Marathon, Handball
9	Verknüpfung von Sport und Wirtschaft	1/2	Flensburg Marathon liebt dich Marathon, Handball
10	Sporttouristisches Angebot	0,5/1	Aktivurlaub, Veranstaltungsbesuche
11	Zeitgeist	1/1	Sportentwicklungsplanung, Trendsport
12	Summe	26/35	

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Grundlage der Experteninterviews

marktung ihrer Angebote sind. Dies ist eine weitere Option Sport wohnortnah für jeden zu präsentieren, worüber eine Stadt eine erhöhte Lebensqualität erzielen kann. Mögliche weitere Handlungsfelder für eine volle Ausschöpfung und offensive Außenvermarktung wären die Kandidatur als europäische Sportstadt sowie eine weitere Ausgestaltung und Entwicklung der Kampagne Flensburg

liebt dich über zusätzliche Sportveranstaltungen. Auch die Förderung des Radverkehrs über entsprechende Bewegungsräume kann eine zu priorisierende Maßnahme der Stadtentwicklung sein, die über eine Imagekampagne vermarktet werden kann. So kann beispielhaft vom fahrradfreundlichen Image Dänemarks als Grenzregion profitiert werden.

## 6 Abschließende Beantwortung der Forschungsfragen

Für die Beantwortung der Forschungsfrage, was eine Sportstadt ausmacht und inwiefern sich die Sportstadt als neues städtebauliches Leitbild erweist, wurde zunächst die Begrifflichkeit Sportstadt konzeptionell gefasst. Dabei konnten verschiedene Indikatoren identifiziert werden. Eine Sportstadt zeichnet sich als ein wichtiger Standort des Breitensports, des Leistungssports und Austragungsort bedeutender Sportevents aus. Diese drei Faktoren erweisen sich als die drei Kernelemente der konzeptionellen Fassung einer Sportstadt. Hinzu kommen infrastrukturelle Rahmenbedingungen, die Sport- und Bewegungsaktivitäten überhaupt erst in einer Stadt ermöglichen. Ein durch den Sport beeinflusstes Stadtimage sowie eine dementsprechende Stadtidentität stellen weitere Indikatoren einer Sportstadt dar. Der Sport ist überdies Bestandteil städtischer Strategiepapiere und medial präsent. Städtische Vermarktung über den Sport und die Verknüpfung von Sport und Wirtschaft sind weitere Indikatoren einer Sportstadt. Ferner erweisen sich das sporttouristische Angebot und ein gewisser Zeit- und Innovationsgeist in der Sportentwicklung als Indikatoren einer Sportstadt.

Auf der regionalen Ebene der Stadt Flensburg wurden anschließend die Forschungsfragen untersucht, was der Sport zum Erreichen der Entwicklungsziele der Stadt Flensburg beiträgt und inwieweit Flensburg konzeptionelle Bestandteile der Sportstadt als Leitbilder der Stadtentwicklung bereits nutzt. Die hohe Bedeutung des Sports für die Gesellschaft zeigt allein schon die reine Anzahl Sporttreibender. Das Sporttreiben, aber auch der passive Sportkonsum werden als Steigerung der Lebensqualität empfunden und kaum etwas verbindet und identifiziert Personen so mit einem Ort wie der Sport. Die Begrifflichkeit Sport ist stark positiv konnotiert und wird mit Modernität und Aufgeschlossenheit in Verbindung gesetzt, was für Städte ebenfalls erstrebenswerte Imagefaktoren sind. Hinzu kommen zahlreiche vor allem weiche Standortfaktoren, die den Sport attraktiv für Städte machen und die Sportstadt als städtebauliches Leitbild attraktiv machen. Die Sportinfrastruktur bildet dabei die Hardware und die Sporttreibenden die Software dieses Leitbildes, das über Sportentwicklungsplanungen und ein Stadtentwicklungskonzept als konkretes Ziel einer Stadt anvisiert werden kann. Anhand der Analyse Flensburgs hat sich gezeigt, dass Sport fest in die Stadtentwicklung Flensburgs integriert ist. Der Sport nimmt im ISEK der Stadt eine wichtige Rolle ein und findet sich in zwei von vier Querschnittsthemen wieder. Sport wurde in

Flensburg dank des kooperativen Planungsprozesses für die Sportentwicklungsplanung als Querschnittsthema mit vielen positiven Effekten für die Stadtentwicklung verstanden. Insbesondere über die Lenkungsgruppe und Planungsgruppe findet eine Vernetzung von verschiedenen Fachbereichen der Stadtverwaltung und einiger relevanter externer Akteure statt, um die Sportentwicklung in der Stadt weiter integrativ voranzutreiben. Die Zielsetzung einer sport- und bewegungsfreundlichen Stadt wurde über die Sportentwicklungsplanung kundgetan und wird fortan in den angesprochenen Netzwerken umgesetzt. Wesentliche konzeptuelle Kernbausteine einer Sportstadt wie die Förderung des Breitensports und die Förderung von Sportveranstaltungen haben als eine Art Leitbild Einzug in die Stadtentwicklung gefunden. Multifunktionale Sport- und Bewegungsräume sowie dessen Vernetzung sind exemplarische Zielesetzungen der Flensburger Stadtentwicklung. Der Sport in seinen unterschiedlichen Facetten erweist sich damit als ein nützliches Instrument der Stadtentwicklung und findet mehr und mehr auch Einzug in die Außendarstellung Flensburgs, wenngleich hier noch Potentiale vorhanden sind.

Letztlich kann die Forschungsfrage, inwiefern Sport ein geeignetes Instrument der Stadtentwicklung sein kann, wie folgt beantwortet werden: Es wurde aufgezeigt, dass die Umsetzung einer Sportstadt bereits als strategisches Leitbild in zahlreichen Städten angewandt wird und auch Flensburg auf dem Weg ist sich als Sportstadt zu präsentieren. So wurde durch die Untersuchung der Potentiale des Sports festgestellt, dass Sport in hohem Grad zur Identifikation der Bewohner mit ihrem Wohnort beiträgt und Menschen unterschiedlicher Herkunft verbindet. Sport kann darüber hinaus als Alleinstellungsmerkmal für Städte dienen, z. B. in Form von einzigartigen Sportveranstaltungen. Ferner erweist sich der Sport als relevanter weicher Standortfaktor, der die Lebensqualität in einer Stadt erhöhen kann. Sportveranstaltungen wirken als Katalysatoren für eine Reihe stadinterner und externer Effekte, die von der Veranstaltungsform und –größe abhängig sind und gezielt für die Entwicklung einer Stadt genutzt werden können. Ein weiteres Potential stellt der Sporttourismus dar, der sich in unterschiedlichen Nachfragetypen abbildet und gezielt von Destinationen gefördert werden kann. Zudem stellt Sport einen Wirtschaftsfaktor dar und die Sportwirtschaft ist ein Wachstumsmarkt. Sport erweist sich durch diese zahlreichen Potentiale als geeignetes Instrument der Stadtentwicklung, welches in ausgewogener Form eingesetzt werden sollte. Für die Integration des Sports in die Stadtentwicklung sind interdisziplinäre Netzwerke wesentlicher Akteure des Sportsystems hilfreich, die immer eine Offenheit nach außen zu lassen sollten.

## 7 Fazit und Ausblick

Sport im Verständnis als Bewegungskultur ist weit mehr als nur eine Form der Bewegung. Der Begrifflichkeit Sport in ihrer definitorischen Unschärfe kommt dabei ein überaus positives Image zugute. Neben den Imageeffekten gehen vom Sport weitere Potentiale aus, die für die Entwicklung einer Stadt genutzt werden können und am Beispiel von Flensburg untersucht wurden. Dazu gehören u. a. wirtschaftliche, touristische, identitätsstiftende sowie sozial integrative Aspekte. Sport fungiert also als weit mehr als nur ein reiner weicher Standortfaktor. Über die konzeptionelle Konstruktion der Begrifflichkeit „Sportstadt“ konnten, wesentliche Kernelemente eines potentiellen neuen Leitbildes aufgezeigt werden. „Sportstädte“ sind nach diesem Verständnis stets bedeutsame Standorte des Breitensports, in ihnen finden herausragende Sportevents statt und sie stellen einen wichtigen Standort des Leistungssports dar. Die in Kapitel 2.2.2 aufgeführte Tabelle mit den wesentlichen Indikatoren der Begrifflichkeit „Sportstadt“ kann zukünftigen Studien ein Werkzeug zur Analyse bieten. Diese Arbeit versteht sich von daher als ein Beitrag zur Grundlagenforschung der Sportgeographie und Stadtentwicklung.

Es konnte aufgezeigt werden, dass der Sport als Instrument der Stadtentwicklung auf der einen Seite eine interne Facette aufweist, die beispielhaft über eine zielorientierte Sportentwicklungsplanung gesteuert werden kann und einen Fokus z. B. auf die Aspekte Gesundheitsförderung der Bevölkerung und die Schaffung von Sportangeboten im öffentlichen Raum legt. Auf der anderen Seite bietet die Außendarstellung von Städten über den Sport – insbesondere über Sportveranstaltungen – je nach regionaler, nationaler oder internationaler Bedeutung einen hohen Grad medialer Resonanz. Darüber kann eine Stadt in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt werden.

Anhand der Stadt Flensburg konnte analysiert werden, dass es nicht zwingend notwendig ist, sich bewusst als „Sportstadt“ zu titulieren, um die Potentiale des Sports für die Stadtentwicklung auszuschöpfen. Flensburg nutzt eine Sportentwicklungsplanung als Leitfaden der Sportentwicklung, die in Strategien der Stadtentwicklung integriert wurde (ISEK). Ein hoher Grad der Vernet-

zung von relevanten Akteuren der Sport- und Stadtentwicklung führt zu einer zielgerichteten Umsetzung der Ziele der Sportentwicklungsplanung in Flensburg. Es konnte ein breites Angebot an Sportevents unterschiedlichen Formats und unterschiedlicher Größe in Flensburg identifiziert werden, von denen je nach DNA der Veranstaltung gänzlich unterschiedlicher Effekte ausgehen. Breitensportveranstaltung wie Stadtläufe richten sich eher an die Bevölkerung am Standort, bei Sportveranstaltungen des Spitzensports kommt eine externe Facette hinzu. Die Stadtentwicklung hat im zunehmenden Maße die Potentiale von Sportveranstaltungen erkannt. Hier erweist sich die enge Kooperation zwischen wirtschaftlichen und kommunalen Akteuren als teils gewinnbringend, teils hinderlich, da der Fokus sehr stark auf die Wirtschaft geworfen wird. Sport wurde aber auch hier als weicher Standortfaktor erkannt, was nicht zuletzt der Flensburg liebt dich Marathon beweist. Sportveranstaltungen wurden jedoch bislang nur geringfügig als Motor des Tourismus erkannt und entsprechend von der Destination beworben. Sport im öffentlichen Raum wird bewusst durch die Stadtverwaltung gefördert, hier besteht dennoch weiteres Potential. Sport stellt bereits zum Zeitpunkt der Untersuchung einen bedeutenden Imagefaktor dar. Schwächen zeigen sich bisher noch in der Kommunikation der Möglichkeiten des umfangreichen Sportangebotes in Flensburg. Hinzu kommen infrastrukturelle Herausforderungen, die überwunden werden sollten, um die Potentiale des Sports voll ausschöpfen zu können und Lebensqualitäten in der Stadt zu erhöhen, was letztlich auch für die Wirtschaft profitabel ist.

Für die zukünftige Entwicklung Flensburgs wird die weitere Vernetzung von Sport- und Bewegungsräumen ein wesentlicher Aspekt einer in die Stadtentwicklung integrierten Sportentwicklung sein. Es ist anzunehmen, dass der Sport im öffentlichen Raum weiter an Bedeutung gewinnt und sich auf das Stadtbild auswirkt. Die Gestaltung multifunktionaler Sport- und Bewegungsräume im öffentlichen Raum erweist sich daher als zunehmend wichtiger. Hier sind die Ergebnisse der Fachplanungsgruppe Spiel- und Bewegungsräume in Flensburg innerhalb der nächsten Monate abzuwarten. Es empfiehlt sich überdies eine Aktualisierung der Sportentwicklungsplanung, um die bisherige Entwicklung evaluieren zu können und neue Bedarfe zu identifizieren.



## 8 Literaturverzeichnis

- ACES Europe (2018): Evaluation criteria and candidates presentation for the "best European town of sport" of the year award. Brussels. URL: <http://aces-europe.eu/wp-content/uploads/2019/01/REGN-1TOWN.pdf> (aufgerufen am 07.03.2019).
- AHLFELDT, G. M. und A. FEDDERSEN (2008): Geography of a sports metropolis, Hamburg contemporary economic discussions, No. 15. Hamburg.
- ALBERS, A. (2006): Sport ist in – Entwicklungen und Chancen des Sports in Tourismus und Freizeit. In: REUBER, P und P. SCHNELL (Hrsg.) (2006): Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume. Neue Angebote im Tourismus. Berlin, S. 349 - 364.
- ALBERS, A. (2004): Sport als Imageträger im Tourismus. Auswirkungen und Chancen eines Sportevents für Destinationen. Paderborn.
- ALFS, C. (2013): Sportkonsum in Deutschland. Empirische Analysen zur Allokation von Zeit und Geld für Sport. Mainz/Wiesbaden.
- ASTLEITHNER, F. (1999): Das Leitbild „Nachhaltige Stadt“. Wien.
- Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg (2019): Mitteilungsvorlage ABS-6/2019. Sachstand Sportentwicklungsplanung. Flensburg. URL: [https://ratsinfo.flensburg.de/sdnetrim/UGhVM0hp-d2NXNFdFcExjZQm7Hys4x40o5LD3HoBxLpP-Fbcl9atvzFw0yLKfcSi1B/Mitteilungsvorlage\\_ABS-6-2019.pdf#search=und%20Fachplanung%20Spiel-%20Bewegungsraum](https://ratsinfo.flensburg.de/sdnetrim/UGhVM0hp-d2NXNFdFcExjZQm7Hys4x40o5LD3HoBxLpP-Fbcl9atvzFw0yLKfcSi1B/Mitteilungsvorlage_ABS-6-2019.pdf#search=und%20Fachplanung%20Spiel-%20Bewegungsraum) (aufgerufen am 27.07.2019).
- Ausschuss für Bildung und Sport der Stadt Flensburg (2019): Mitteilungsvorlage ABS-3/2019. Sachstand Sportentwicklungsplanung. Flensburg. URL: [https://ratsinfo.flensburg.de/sdnetrim/UGhVM0hp-d2NXNFdFcExjZR4qGeOGEutm-Ofp9BJZUftfq-Yvnisb3jY3uOSISotRY-W5mqoeComyi7eUoowGAA/Oeffentliche\\_Sitzungsunterlagen\\_Ausschuss\\_fuer\\_Bildung\\_und\\_Sport\\_13.03.2019.pdf](https://ratsinfo.flensburg.de/sdnetrim/UGhVM0hp-d2NXNFdFcExjZR4qGeOGEutm-Ofp9BJZUftfq-Yvnisb3jY3uOSISotRY-W5mqoeComyi7eUoowGAA/Oeffentliche_Sitzungsunterlagen_Ausschuss_fuer_Bildung_und_Sport_13.03.2019.pdf) (aufgerufen am 30.07.2019).
- BALE, J. (2003): Sports Geography. Second Edition. London/New York.
- BOGNER, A. und W. MENZ (2005): Expertenwissen und Forschungspraxis: die modernisierungs-theoretische und die methodische Debatte um die Experten. Zur Einführung in ein unübersichtliches Problemfeld. In: BOGNER, A., B. LITTIG und W. MENZ (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode und Anwendung. Wiesbaden.
- BOHNSACK, R., A. GEIMER und M. MEUSER (Hrsg.) (2018): Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. Opladen/Toronto.
- BOTELLA, M. (1995): The Keys to Success of the Barcelona Games. In: MORAGAS, M. D. und M. BOTELLA (Hrsg.) (1995): The Keys to Success: the social, economic and communications impact of Barcelona'92. Servei de Publicacions de la UAB, Barcelona, S. 18-42.
- BRUNET, F. (2002): The economic impact of the Barcelona Olympic Games, 1986-2004. In: MORAGAS, M. D. und M. BOTELLA (Hrsg.) (2002): Barcelona l'herència dels Jocs. 1992-2002. Centre d'Estudis Olímpics (UAB), Barcelona, S. 245-274.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) (Hrsg.) (2019): Sport inner- oder außerhalb des Sportvereins: Sportaktivität und Sportkonsum nach Organisationsform. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2018): Sportwirtschaft. Fakten & Zahlen. Berlin.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2017): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung. 18. Legislaturperiode. Berlin.
- Deutscher Olympischer Sportbund (2019): Sportentwicklungsplanung. Frankfurt am Main. URL: <https://www.dosb.de/sportentwicklung/stadt-und-freiraumentwicklung/allianz-pro-sportentwicklungsplanung/#akkordeon-7234> (aufgerufen am 22.06.2019).
- Die schönste Förde der Welt e. V. (2019): Von Flensburg begeistert. Unternehmen bekennen Flagge. Flensburg. URL: <https://www.flensburg-liebt-dich.de/zuhause-in-flensburg/flensburgs-imagekampagne/> (aufgerufen am 30.07.2019).
- DIETRICH, K. (1992): Bewegungsräume. In: Sportpädagogik 16 (4), S. 16-21.
- Die schönste Förde der Welt e. V. (2017): Lläuft bei uns! Der Flensburg liebt dich-Marathon. Flensburg. URL: <https://www.flensburg-liebt-dich.de/ueber-den-verein/kampagne/marathon/> (aufgerufen am 03.08.2019).
- DIGEL, H. und V. BURK (2001): Sport und Medien. Entwicklungstendenzen und Probleme einer lukrativen Beziehung. – In: Roters, G., W. KLINGLER & M. GERHARDS (Hrsg.): Sport und Sportrezeption. Baden-Baden, S. 15-31.
- Deutscher Olympischer Sportbund (2018): Aufnahmeordnung des DOSB. Düsseldorf.
- DREYER, A. (2004): Sport und Tourismus. In: KRÜGER, A. und A. DREYER (Hrsg.): Sportmanagement. Eine themenbezogene Einführung. München, S. 327-376.
- DREYER, A. (1998): Vermarktung von Destinationen mit Events. In: FREYER, W., D. MEYER und K. SCHERHAG (1998) (Hrsg.): Events – Wachstumsmarkt im Tourismus? Dresden, S. 51-74.
- DREYER, A. (1995): Der Markt für Sporttourismus. In:

- DREYER, A. und A. KRÜGER (Hrsg.) (1995): Sporttourismus. Management- und Marketing-Handbuch. München.
- European Commission (2019): Sport and Integrity. Brussels. URL: [https://ec.europa.eu/sport/policy/organisation-of-sport/pledge\\_en](https://ec.europa.eu/sport/policy/organisation-of-sport/pledge_en) (aufgerufen am 26.05.2019).
- ENGELHART, M. (2009): Olympische Spiele Barcelona 1992. In: DILLER, C. und C. KOLLOGE (Hrsg.) (2009): Waterfront-Development & ereignisorientierte Stadtentwicklung. Geographisches Institut der Justus-Liebig-Universität Gießen. Gießen.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2019): Reise Analyse 2019. Erste ausgewählte Ergebnisse der 49. Reiseanalyse zur IT 2019. Kiel.
- FREYER, W. (2003): Sport-Marketing. Handbuch für marktorientiertes Management im Sport. Dresden.
- FREYER, W. (2001): Sport und Tourismus: Megamärkte in der wissenschaftlichen Diskussion. In: TROSIEN, G. und M. DINKEL (Hrsg.) (2001): Sport-Tourismus als Wirtschaftsfaktor: Produkte – Branchen – Vernetzung. Butzbach-Griedel.
- FUHSE, J. A. (2018): Soziale Netzwerke. Konzepte und Forschungsmethoden. Konstanz/München.
- GANS, P., M. HORN und C. ZEMANN (2003): Sportgroßveranstaltungen – ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen. Ein Bewertungsverfahren zur Entscheidungsvorbereitung und Erfolgskontrolle. Bonn.
- GEBHARDT, H. und P. REUBER (2011): Der spatial turn und die konzeptionelle Rolle des Raumes in der Humangeographie. In: GEBHARDT, H., R. GLASER, U. RADTKE und P. REUBER (Hrsg.) (2011): Geographie. Physische Geographie und Humangeographie. 2. Auflage. Heidelberg, S. 647 - 647.
- GLÜCKLER, J. (2011): Standort und Standortwahl. In: GEBHARDT, H., R. GLASER, U. RADTKE und P. REUBER (2011) (Hrsg.): Geographie. Physische Geographie und Humangeographie. 2. Auflage. Heidelberg, S. 916 – 923.
- GÖRING, A., H. HÜBNER, R. S. KÄHLER, M. WEILANDT, A. RÜTTEN, J. WETTERICH, N. STUCKE, A. KLAGES; dvs (2018): Memorandum zur kommunalen Sportentwicklungsplanung. 2., überarbeitete Fassung mit dem Fokus auf Sporträume. o. O.
- GRABOW, B., D. HENCKEL und B. HOLLBACH-GRÖMIG (1995): Weiche Standortfaktoren. Stuttgart.
- GRATTON, C., S. SHIBLI and R. COLEMAN (2004): Sport and Economic Regeneration in Cities. In: Urban Studies 42 (5-6), S. 985-999.
- GRATTON, C. and I. P. HENRY (ed.) (2001): Sport in the city. The role of Sport in Economic and Social Regeneration. London/New York.
- GUBLER, R. E. (2012): Identität als Alleinstellungsmerkmal. Beitrag zur Positionierung im Standortwettbewerb. In: HILBER, M. L. und G. DATKO (Hrsg.) (2012): Stadtidentität der Zukunft. Wie uns Städte glücklich machen. Berlin, S. 173 -180.
- HEINEBERG, H. (2006): Stadtgeographie. Paderborn.
- HAASS, H. (1990): Sport und kommunale Entwicklungsplanung – am Beispiel der Sportstättenleitplanung. Münster/Hamburg.
- HILBER, M. L. und G. DATKO (2012): Stadtidentität – was ist das? Einleitung. In: HILBER, M. L. und G. DATKO (Hrsg.) (2012): Stadtidentität der Zukunft. Wie uns Städte glücklich machen. Berlin, S. 7 – 12.
- HOLZKE, F. (2001): Der Begriff Sport im deutschen und im europäischen Recht. Köln.
- HÜRTEIN, D. (2007): „Sportscape“ Mallorca. Eine geographische Untersuchung der ökonomischen Bedeutung und Raumwirksamkeit des mallorquinischen Radtourismus. Köln.
- KÄHLER, R. (2016): Integrierte Stadtentwicklung und Sport. Kommunale Herausforderungen und Lösungen. In: Forum Wohnen und Stadtentwicklung 6/2016, S. 287 – 293.
- KÄHLER, R. (HRSG.) (2015): Städtische Freiräume für Sport, Spiel und Bewegung. 8. Jahrestagung der dvs-Kommission „Sport und Raum“ vom 29.-30. September 2014 in Mannheim/Hamburg.
- KÄHLER, R. (2014): Städtische Freiräume für Sport, Spiel und Bewegung. In: Forum Wohnen und Stadtentwicklung 5/2014, S. 267 – 270.
- KARP, D. A. and W. C. YOELS (1990): Sport and Urban Life. In: Journal of Sport and Social Issues 14 (2), S. 77-102.
- KLEIN, G. (2007): Städtische Bewegungskulturen – Ein Streifzug durch den urbanen Raum. In: dvs-Hochschulzeitung 9/2007, S. 2 -3.
- KLEIN, G. (2008): Urbane Bewegungskulturen. Zum Verhältnis von Sport, Stadt und Kultur. In: FUNKE-WIENEKE, J. und G. KLEIN (HRSG.) (2008): Bewegungsraum und Stadtkultur. Sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld, S. 13 – 30.
- KLOS, G. (2009) Bewegungsraum-Management als strategisches Instrument der kommunalen Sportentwicklung. Ein Ansatz für die Planung und Organisation von naturnahen Bewegungsräumen. Köln.
- KUCKARTZ, U. (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Grundlagen-texte Methoden. Weinheim.
- KUDER, T. (2001): Städtebauliche Leitbilder – Begriff, Inhalt, Funktion und Entwicklung, gezeigt am Beispiel der Funktionstrennung und – Mischung. Berlin.
- KÜHNE, M. (2012): Stadtmarken. Können Städte Marken sein? In: HILBER, M. L. und G. DATKO (Hrsg.) (2012): Stadtidentität der Zukunft. Wie uns Städte glücklich

- machen. Berlin, S. 159 – 168.
- LAMNEK, S. und C. KRELL (2010): Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage. Weinheim/Basel.
- MAYRING, P. (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim/Basel.
- MAYRING, P. und T. FRENZEL (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. In: BAUER, N. und J. BLASIUŠ (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin. Bonn, S. 543 – 558.
- MEIER KRUKER, V. und J. RAUH (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie. Darmstadt.
- MELDE, A., N. POHLENZ und K. GÜRGES (2015): Identifikation und Bewertung von Investorenquellmärkten und Branchen. Determinanten der Standortwahl. Methoden der Standortwahl und Ansätze zur Fokussierung der Wirtschaftsförderung. Leipzig.
- MEYER-KÜNZEL, M. (1999). Städtebau der Weltausstellungen und Olympischen Spiele. Stadtentwicklung der Veranstaltungsorte. Doktorarbeit. Braunschweig.
- Museumshafen Flensburg (2019): Die Rum-Regatta 2019. Flensburg. URL: <http://www.museumshafen-flensburg.de/rum-regatta.html> (aufgerufen am 03.08.2019)
- PETERS, C. und R. ROTH (2006): Sportgeographie – Entwurf einer Systematik von Sport und Raum. Köln.
- PRAHL, H.-W. (2002): Soziologie der Freizeit. Paderborn.
- PRZYBORSKI, A. und M. WOHLRAB-SAHR (2014): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. München.
- RASCHE, C. (2008): Metropolenprofilierung durch Dienstleistungen des Sports. Sozialökonomische Perspektiven. In: FUNKE-WIENEKE und G. KLEIN (Hrsg.) (2008): Bewegungsraum und Stadtkultur. Sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven. Bielefeld.
- REMY, V. (2006): Die Imagefälle – Identitätsmarketing für Städte und Regionen im Zeichen der soziodemografischen Zeitenwende. Berlin.
- ROHKOHL, F. und J. FLATAU (2015): Der Einsatz von Geographischen Informationssystemen (GIS) zur Darstellung raumbezogener Daten – Wie ein ganzer Kreis sportinfrastrukturell erfasst wurde. In: KÄHLER, R. S. (Hrsg.) (2015): Städtische Freiräume für Sport, Spiel und Bewegung. 8. Jahrestagung der dvs-Kommission „Sport und Raum“ vom 29.-30. September 2014 in Mannheim. Hamburg, S. 151-162.
- RÜTTEN, A. und J. ZIEMAINZ (2009): Sportentwicklung und integrierte Planung. In: BALZ, E. und D. KUHLMANN (Hrsg.) (2009): Sportentwicklung. Grundlagen und Facetten. Aachen u. a., S. 107- 117.
- SCHABERT, W. und S. ECKL (2016): Sport und Bewegung in Flensburg. Abschlussbericht zur kommunalen Sportentwicklungsplanung. Stuttgart.
- SCHUBERT, D. (2015): Stadtplanung – Wandlungen einer Disziplin und zukünftige Herausforderungen. In: FLADE, A. (Hrsg.) (2015): Stadt und Gesellschaft im Fokus aktueller Stadtforschung. Konzepte – Herausforderungen – Perspektiven. Hamburg, S. 121 – 176.
- SHP Ingenieure (2018): Masterplan Mobilität Flensburg 2030. Endbericht. Hannover.
- Sportverband Flensburg e. V. (2019): Sportverband Flensburg e. V. Fit in Flensburg. Flensburg. URL: <https://www.svfl.de/> (aufgerufen am 29.07.2019)
- Stadt Flensburg (Hrsg.) (2019): Politik & Verwaltung. Flensburg. URL: <https://www.flensburg.de/Politik-Verwaltung> (aufgerufen am 29.07.2019).
- Stadt Flensburg (Hrsg.) (2018a): Perspektiven für Flensburg. Ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept. Konzept und Maßnahmen. Flensburg.
- Stadt Flensburg (Hrsg.) (2018b): Perspektiven für Flensburg. Ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept. Anlagenband I – Analyse und Materialband. Flensburg.
- Stadt Flensburg (Hrsg.) (2018c): Sportförderrichtlinie der Stadt Flensburg (in der Fassung vom 04.07.2018). Flensburg.
- Stadt Flensburg (Hrsg.) (2016): Flensburg-Strategie. Flensburg.
- STANDEVEN, J. and P. DE KNOP (1999): Sport tourism. Champaign, IL.
- STEINEBACH, G., A. GÜLLICH, H. STEPPER, L. ESPER, D. JUNG, A. KÜHN und C. UHLIG (2011): Gesunde Kommune. Sport und Bewegung als Faktor der Stadt und Raumentwicklung. Kaiserslautern.
- STREICH, B. (1988): Grundzüge einer städtebaulichen Leitbildtheorie. Bonn.
- STROHM, P. (2016): Smart City – Smart Design? Die Auswirkung digitaler Medien auf die Stadtgestalt. In: Real Corp, S. 599 – 608.
- TAKS, M., L. CHALIP, and B. C. GREEN (2015): Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. In: European Sport Management Quarterly 15 (1), S. 1-6.
- Tourismus Agentur Flensburger Förde GmbH (2019): Aktivurlaub, Sport & Meer. Flensburg URL: <https://www.flensburger-foerde.de/natur-aktivurlaub/> (aufgerufen am 28.07.19).
- TUAN, Y.-F. (1979): Space and place: humanistic perspective. In: GALE, S. AND G. OLSSON (1979) (eds.): Philosophy in Geography, S. 387 - 427
- VERTINSKY, P. A. and J. BALE (2004): Sites of Sport: Space, Place, Experience. London/New York.
- WAGNER, P. L. (1981): Sport: Culture and Geography. – In: PRED, A. (Hrsg.): Space and Time in Geography. Lund: Gleerup, S. 85-108.
- WALDENBURGER, H. (2017): Sport entwickelt Stadt. Poten-

- tiale und Grenzen von integrierter Sportentwicklungsplanung in Städten mittlerer Größe. Weimar.
- WÄSCHE, H. (2014). Stadt, Land, Sport: Eine Einführung. In: WÄSCHE, H. UND T. SCHMIDT-WEICHMANN (2014): Stadt, Land, Sport: urbane und touristische Sporträume. Beiträge aus der 6. und 7. Jahrestagung der dvs-Kommission „Sport und Raum“ 2012 und 2013. Hamburg, S. 7–10.
- WETTERICH, J., S. ECKL und W. SCHABERT (2009). Grundlagen zur Weiterentwicklung von Sportanlagen. Köln.
- WETTERICH, J. und S. ECKL (2006): Sport und Bewegung in Dreieich. Sportverhalten, Bilanzierung und Kooperative Planung. Münster.
- WEHRHAHN, R. (2004): Hafen und Stadt in Barcelona. Zur Integration der Waterfront in der Stadtentwicklungsplanung. In: PRIEBIS und WEHRHAHN (Hrsg.): Neue Entwicklungen an der europäischen Waterfront. Kiel, S. 15-36 (Kieler Arbeitspapiere zur Landeskunde und Raumordnung 43)
- WENGE, C. O. (2004): Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden. Dissertation. Köln. URL: <http://kups.ub.uni-koeln.de/1309/> (zuletzt abgerufen 10.03.2019).
- WOPP, C., J. KOCH, W. SCHMIDT, A. FROH, S. KLAUS und J. SÜSSENACH (2010): Grundlagen der Sportentwicklungsplanung in der Freien und Hansestadt Hamburg. Osnabrück.

## Interviewverzeichnis

- Alberti, U.: Experteninterview, 22.03.2019.
- Dewald, I.: Experteninterview, 25.03.2019.
- Dillmann, D.: Experteninterview, 22.03.2019.
- Flatau, J.: Experteninterview, 18.03.2019.
- Krüger, S.: Experteninterview, 21.03.2019.
- Möller, M.: Experteninterview: 22.03.2019.
- Riedel, S.: Experteninterview, 21.03.2019

## Flensburger Arbeitspapiere zur Landeskunde und Raumordnung

### Kieler Arbeitspapiere zur Landeskunde und Raumordnung

Heft 23, 1991 ff.

23. PIECHOTKA, Friedrich: Industrieansiedlungen an der Nordseeküste – das Beispiel Brunsbüttel. 1991. EUR 10,20
24. GLAESSER, Hans-Georg (Hrsg.): Beiträge zur Landeskunde Schleswig-Holsteins und benachbarter Räume – Vorträge anlässlich des 22. Deutschen Schulgeographentages in Kiel, 4.-10. Juni 1991. EUR 10,20
25. OBRIKAT, Thomas: Rapsanbau in Schleswig-Holstein. Betriebs- und marktwirtschaftliche Standortbedingungen im aktuellen Wettbewerb. 1992. EUR 6,10
26. BÄHR, Jürgen; KÜHL, Daniele & Michael NEUMEYER: Mietspiegel der Landeshauptstadt Kiel. Gutachten zur Ermittlung der ortsüblichen Vergleichsmieten im März 1992. 1992. EUR 10,20
27. ACHENBACH, Hermann (Hrsg.): Suomi/Finnland. Naturpotential und Lebensräume im hohen Norden Europas. 1993. EUR 10,20
28. BÄHR, Jürgen (Hrsg.): Untersuchungen zum räumlichen Verhalten alter Menschen. 1993. EUR 10,20
29. NIEBECKER, Annette: Zarrentin-Boizenburg. Ökonomischer Strukturwandel und gewerbliche Neuentwicklungen im mecklenburgisch-lauenburgischen Grenzraum. 1994. EUR 9,20
30. BÄHR, Jürgen & Peter PEZ (Hrsg.): Beiträge zur Angewandten Verkehrsgeographie mit Beispielen aus den Räumen Kiel und Lübeck. 1994. EUR 11,30
31. BÄHR, Jürgen; KÜHL, Daniele & Anke MATUSCHEWSKI: Fortschreibung des Mietspiegels der Landeshauptstadt Kiel. Gutachten zur Ermittlung der ortsüblichen Vergleichsmieten im März 1994. 1994. EUR 6,10
32. RODRÍGUEZ SEEGER, Claudia: Raumentwicklung und Dezentralisierungspolitik in Chile (1964-1994). 1995. EUR 11,80
33. ROHR, Götz von: Wohnungsbaureserven im Bestand. Eine Methode zur Stützung von Bauflächenbedarfsschätzungen. 1996. EUR 8,20
34. PHILIPPSEN, Mariel: Hanerau-Hademarschen. Wirtschaftsstrukturen und Entwicklungsmöglichkeiten einer peripheren Geestgemeinde. 1996. EUR 6,10
35. STEINMETZ, Dirk: Erstaufforstungen auf landwirtschaftlichen Nutzflächen in Schleswig-Holstein. 1996. EUR 9,20
36. WIDDERICH, Sönke: Möglichkeiten und Grenzen der Sanierung des Historischen Zentrums von Havana, Cuba. 1997. (vergriffen)
37. BREIT, Günther: Das Kieler Ostufer. Bevölkerungsstrukturen und Existenzgrundlagen seit Beginn der Industrialisierung. 1998. (vergriffen)
38. JÜRGENS, Ulrich & Jürgen BÄHR: Johannesburg: Stadtgeographische Transformationsprozesse nach dem Ende der Apartheid. 1998. EUR 6,10
39. PRIEBIS, Axel (Hrsg.): Zentrale Orte, Einzelhandelsstandorte und neue Zentrenkonzepte in Verdichtungsräumen. 1999. (vergriffen)
40. HOLZHÜTER, Thomas: Management mariner Schutzgebiete im Ostseeraum. Eine vergleichende Untersuchung zur Situation von Naturschutzgebieten und Nationalparks in ausgewählten Ostseeanrainerstaaten unter besonderer Berücksichtigung administrativer Aspekte. 1999. (vergriffen)



41. SCHAUBURG, Brigitte (Hrsg.): Schleswig-Holstein 50 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland. Vortragszyklus der Schleswig-Holsteinischen Universitäts-Gesellschaft im Winterhalbjahr 1998/99. 2000. EUR 6,10
42. WOTHA, Brigitte: Gender Planning und Verwaltungshandeln. Umsetzung von Genderbelangen in räumliche Planung - unter Berücksichtigung von Verwaltungsmodernisierung und neuerer Tendenzen im Planungsbereich. 2000. (vergriffen)
43. PRIEBES, Axel & Rainer WEHRHAHN (Hrsg.): Neue Entwicklungen an der europäischen Waterfront. 2004. EUR 10,50
44. ROHR, Götz von & Brigitte WOTHA: Die LSE Schleswig-Holsteins – Wirkungsanalyse eines Instruments der Entwicklung ländlicher Räume. 2004. EUR 12,00
45. LUDEÑA URQUIZO, Wiley: Lima: historia y urbanismo en cifras 1821-1970. 2004. EUR 21,00
46. KRÜGER, Fred & Ulrich JÜRGENS (Hrsg.): Globale Einflüsse im subsaharischen Afrika. Analysen und Einsichten auf Mikro- und Mesoebene. 2005. EUR 11,00
47. ROHR, Götz von & Hilmar MÜLLER-TEUT: Das Besucherverhalten der Kieler-Woche-Gäste – Repräsentative Ergebnisse einer Analyse des Sommers 2007. 2007. EUR 16,00
48. JÜRGENS, Ulrich (Hrsg.): Innerstädtische Einkaufszentren – Perspektiven und Probleme. 2009. EUR 22,50
49. BENDER, Gerhard: Konzept eines kleinräumigen Indikatoren- und Prognosesystems zur Beobachtung des demographischen Wandels – Das Beispiel der Hansestadt Lübeck. 2009. EUR 22,50
50. RASCH, Matthias: Die Geschosswohnungsbestände der 1960er Jahre in Hamburg und Schleswig-Holstein und ihr Funktionswandel im Spannungsfeld demographischer Veränderungen und nachhaltiger Stadtentwicklung. 2009. EUR 24,90
51. SCHMIDT, Marco: Differenzierte demographische Entwicklungspfade in Wohnquartieren westdeutscher Städte. Stadtteilbezogene Fallstudien aus Kiel und Aachen. 2010. EUR 19,50
52. FRANK, Keno: Schulentwicklungsplanung im demografischen Wandel – Am Beispiel der Landkreise Dithmarschen und Steinburg. 2011. EUR 19,00
53. WEHRHAHN, Rainer & Alexander TÖLLE (Hrsg.): Aktuelle Entwicklungen in norddeutschen und westpolnischen Stadtregionen. 2012. EUR 16,90
54. JÜRGENS, Ulrich (Hrsg.): Entwicklungen und Perspektiven von Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. 2014. EUR 16,90

---

## Kieler Studien zur Stadt- und Regionalentwicklung

01. KARIUS, Christoph: Wohnpräferenzen und Wohnraumverteilung von Studierenden in Kiel und deren Auswirkung auf den lokalen Wohnungsmarkt. 2016. EUR 14,00
02. SARNOW, Martin: Der diskursive Einfluss von Mega-Events auf benachteiligte Quartiere. Eine lexikometrische Analyse der medialen Berichterstattung über Hamburg-Wilhelmsburg 2017. EUR 12,00
03. KRÖGER, Gerrit: Sport als Instrument der Stadtentwicklung: Flensburg auf dem Weg zur Sportstadt 2019. Open access.

Bestellungen richten Sie bitte an:

Kieler Studien zur Stadt- und Regionalentwicklung

Geographisches Institut der CAU

Ludewig-Meyn-Straße 14

24098 Kiel

Fax: 0431/880-4658

Email: [kssr@geographie.uni-kiel.de](mailto:kssr@geographie.uni-kiel.de)

---

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Geographisches Institut

Kieler Studien zur  
Stadt- und Regionalentwicklung

Band 3, Kiel 2020  
ISSN 2747-4747  
[www.geographie.uni-kiel.de](http://www.geographie.uni-kiel.de)

